

# การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด กรุงเทพมหานคร

## The Study of Tourist Satisfactions Towards Services at Train Night Market Ratchada in Bangkok .

ชยุตรา อิงคณะองอาจ

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ และเพื่อศึกษาหาแนวทางการจัดการทางธุรกิจที่เหมาะสมต่อการบริการตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถามคือนักท่องเที่ยวมาตลาดนัดรถไฟรัชดา จำนวน 400 แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น อัลฟา ครอนบัต ทั้งฉบับ 0.93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ (One-way ANOVA) (Post Hoc เป็นรายคู่ Least Significant Difference (LSD)) และ(Pearson Correlation) โดย SPSS

ผลการศึกษาพบ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพ โสด อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจของตลาดนัดรถไฟรัชดาจังหวัดกรุงเทพฯ ด้านการวางแผนธุรกิจ การจัดรูปแบบองค์กร การควบคุมธุรกิจ ได้รับความเห็นด้วยที่มากที่สุด และด้านการนำในธุรกิจ ได้รับความเห็นด้วยที่มากที่สุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านความหลากหลายของสินค้ากับด้านการบริการและความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกันระหว่างเพศหญิงและชาย ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่ไม่มีความแตกต่างกัน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพและรายได้ ที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่แตกต่างกันในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน

3. การจัดการธุรกิจที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการแตกต่างกันในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน การวางแผนธุรกิจ การจัดรูปแบบองค์กร ด้านการนำในธุรกิจ และ การควบคุมธุรกิจ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการแตกต่างกันในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ ,การจัดการธุรกิจ ,ตลาดนัดรถไฟรัชดา

## Abstract

The purposes of this research were to study tourist satisfactions towards services and to study and to find suitable business management methods for the services of the Ratchada Train Market in Bangkok. The sample group used in the questionnaire was 400 tourists from the Train Night Market Ratchada. The questionnaire had Cronbach's Alpha Coefficient and reliability valued at 0.93. The research instrument consisted of percentage, standard deviation, statistical analysis One-way ANOVA, analysis of between-group variance, Post Hoc test, Least Significant Difference (LSD) and Pearson Correlation by using SPSS program. The results of the study found that :

Most of respondents are female aged 20-25 years old who graduated Bachelor's degree and being single and their occupations are student who have salary approximately 15,000 Baht. Opinions of Train Night Market Ratchada's business management related to business planning, organizing and business control revealed the highest level and the leading of business revealed the high level. Tourist satisfactions towards services at Train Night Market Ratchada in Bangkok related to environment and cleanliness revealed the highest satisfaction and variety of products, services and safety revealed high satisfaction level.

The results of hypothesis testing shown that

1. Tourists who had personal factors included gender between male and female. that affected satisfaction of using services were not significantly different at the statistical level of 0.05
2. Tourists who had personal factors included age, education levels, status, occupation and income were significantly different in satisfaction of using various services.
3. Different business management is related to the satisfaction of using different services in different ways. different business planning, organizing, leading in business and business control, were significant difference in the satisfaction of using services in different ways had statistical significance at 0.01 level.

Keywords: Satisfaction, Business management, Train Night Market Ratchada

## บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีกำลังการซื้อสูงที่มาจากสังคมช่วงวัยที่เป็นคนวัยรุ่นและวัยทำงานที่อยู่ในช่วงเจนเรชั่นวาย นิยมการจับจ่ายใช้สอย มีสไตล์การใช้ชีวิตแบบการทำงานและชอบการเพิ่มประสบการณ์ในการใช้ชีวิตประจำวัน คือเรียกว่า Work-Life balance มีความแตกต่างจากวัยคนในวัยทำงานเจนเรชั่นเดิมอย่างสิ้นเชิง คนเจนวายนิยมการสร้างสังคมบนโลกเสมือนจริง การเข้าสังคมชื่นชอบในการค้นหารูปแบบการแสดงออกที่สามารถบ่งบอกความรู้ความโดดเด่นของบุคลิกภาพตนเองในด้านต่างผ่านการบอกเล่าเรื่องราวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องราวที่น่าสนใจตามสื่ออินเทอร์เน็ต เรื่องอาหาร แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว การออกกำลังกาย ประสบการณ์การใช้สินค้า เป็นสิ่งพูดคุยกันภายในกลุ่มสังคมออนไลน์ เพื่อการบอกเพื่อนหรือคนในสังคมที่แลกเปลี่ยนที่ท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่สไตล์ของการสร้างความแตกต่างของสถานที่ต่างๆ กิน เที่ยว ปาร์ตี้ กิจกรรมเหล่านี้เป็นการบ่งบอกถึงการปรับตัวทางจัดการธุรกิจให้ตามทันกระแสการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อเหล่านี้

ตลาดนัดกลางคืน เป็นสถานที่แหล่งท่องเที่ยวรวมของกินของใช้ มีความแตกต่างจากตลาดนัดทั่วไป ในลักษณะวันเวลาเปิดปิด ซึ่งโดยส่วนใหญ่นิยมเปิดช่วงเวลา 17.00 น. เป็นต้นไป ความเป็นเอกลักษณ์ของช่วงเวลา ซึ่งเป็นที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ต้องการมาเพิ่มพูนประสบการณ์ที่เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของตลาดนัดกลางคืน ซึ่งตอบสนองความต้องการในการท่องเที่ยวทางเลือกในยุคที่มีกระแสของการแชร์ข้อมูล การแสวงหาสิ่งที่น่าสนใจที่มีความเป็นตัวตนของตนเองเพื่อบอกให้สังคมและกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตนเองรับทราบว่าได้มาเที่ยวสถานที่กำลังเป็นที่จับตามอง ได้เข้าถึงสินค้าและบริการที่เป็นที่นิยม ซึ่งตลาดนัดรถไฟรัชดา เป็นตลาดนัดกลางคืนที่มีชื่อเสียง เป็นแบรนด์ตลาดนัดรถไฟในเครือของบริษัทตลาดนัดรถไฟ จำกัด บริหารงานโดยคุณไฟโรจน์ ร้อยแก้ว ซึ่งเดิมจุดเริ่มต้นของแบรนด์ตลาดนัดรถไฟ มาจากคุณไฟโรจน์ ได้เช่าที่ดินของ รพม. ในการขายสินค้าของเก๋าย้อนยุค และต่อมาได้แบ่งพื้นที่ก่อตั้งให้ผู้ชายอื่น ๆ เช่าเพื่อขายของมือสองเช่น รองเท้า เสื้อผ้า นาฬิกา เป็นต้น หลังจากหมดสัญญาที่จตุจักร ได้ย้ายที่ไปเช่าที่หลังห้างสรรพสินค้าย่านศรีนครินทร์ เป็นตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ ต่อมาปี 2558 ได้ขอเช่าพื้นที่ด้านหลังห้างสรรพสินค้าเอสพลานาด รัชดา เพื่อแบ่งพื้นที่ให้เช่ารายเดือนแก่พ่อค้าแม่ค้า ตั้งเป็นตลาดนัดรถไฟรัชดา มีเนื้อที่ประมาณ 15 ไร่ มีล็อกให้เช่าขายของ 1200 ล็อก ตู้คอนเทนเนอร์อีก 30 ตู้ และลานจอดรถยนต์เปิดท้ายขายของ ที่มีเอกลักษณ์ของแบรนด์ตลาดนัดรถไฟ คือมีความย้อนยุค คลาสสิก และเป็นสากล มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ อาทิ อาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ซีโรงหมูเมตร บะหมี่จ่อมพลังเล็งแซ่บ โจ๊กจ่อมพลัง ส่วนพวกของใช้ทั้งมือใหม่และมือสอง ให้เลือกตามความชื่นชอบของแต่ละบุคคล มีโซนร้านขายของหายาก เครื่องเสียง แก้วน้ำโบราณ และมุมถ่ายรูปสินค้าโบราณ พวงรถยนต์ ของแต่งบ้านที่มีแต่ยุค 70 ที่มีความน่าสนใจในเรื่องราวของตนเอง จึงเป็นสถานที่เหมาะสมต่อการเดินทางในการมาสร้างประสบการณ์การเลือกพักผ่อนหย่อนใจยามค่ำคืนที่ตลาดนัดรถไฟรัชดา ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมใน 10 ตลาดนัดกลางคืนที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว 10 ตลาดนัดกลางคืน ถนนคนเดิน ในกรุงเทพฯ กินดื่ม แอ่งค์เอาท์เบาๆ แบบสายคูล

จากการมองเห็นความสำคัญของการทำธุรกิจตลาดนัดกลางคืนที่มีแบรนด์ตลาดนัดรถไฟรัชดาเป็นสถานที่นำศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่ตลาดนัดรถไฟรัชดา เพื่อนำผลที่ศึกษาได้ใช้เป็นแนวทางการพัฒนา บริหารงาน ปรับปรุงสิ่งที่ไม่เหมาะสม และเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาหาแนวทางการจัดการทางธุรกิจที่เหมาะสมต่อการบริการตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด

กรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด กรุงเทพมหานคร มีขอบเขตดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างชาติ ที่มาใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา พิจารณาจำนวนผู้มาเที่ยวตลาดนัดรถไฟรัชดาเดือนมกราคม 2562 จำนวน 168,537 คน ซึ่งการเลือกกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane (1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จำนวนประชากรผู้มาเที่ยวตลาดนัดรถไฟรัชดา มีความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกชุดแบบสอบถามที่ตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด กรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

งานวิจัยนี้ ระยะเวลารวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน พ.ศ. 2562

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ มี ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

- 3.1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

- 3.1.1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้

- 3.1.2. การจัดการทางธุรกิจของตลาดนัดรถไฟรัชดา ได้แก่ การวางแผน การจัดรูปแบบองค์กร ภาวะผู้นำ และการควบคุม

- 3.2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

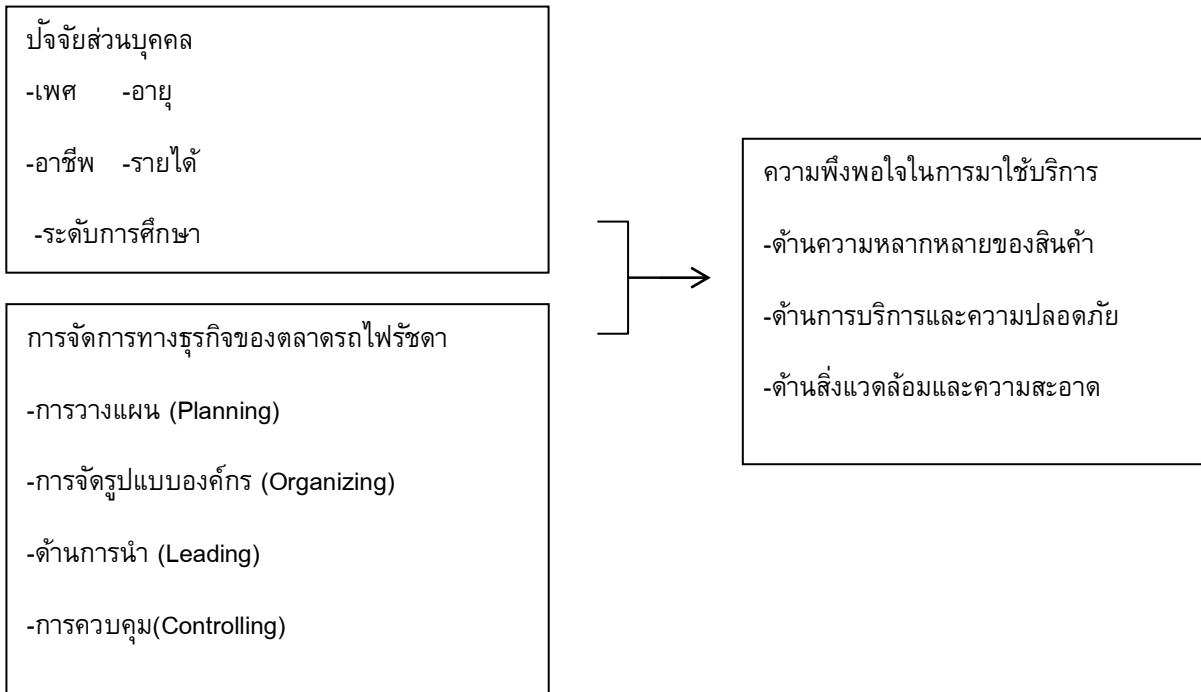
ความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา ในแง่ด้านความหลากหลายของสินค้า ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

## สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่แตกต่างกันในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2. การจัดการธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่แตกต่างกันในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน

## กรอบแนวความคิดการวิจัย



## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการตลาดนัดรถไฟรชดา
2. ทำให้ทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบตลาด เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพผู้เช่าพื้นที่ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทางด้านการจัดการและการจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### ขนาดของกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิจัยครั้งนี้ ใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เป็นประชากรที่ท่องเที่ยวที่ตลาดนัดรถไฟรชดา โดยเป็นการสุ่มตัวอย่าง ตามความประสงค์ (Judge Sampling) ซึ่งจำนวนผู้มาเที่ยวตลาดนัดรถไฟรชดา โดยกำหนดจากตารางสำเร็จการหาประชากรตัวอย่างแบบยามานะ (Yamane, 1973) เพื่อใช้สุ่มประชากรตัวอย่างได้ จำนวน 400 ชุด

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นแบบวิจัยเชิงปริมาณ คือใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ หลักสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยโครงสร้างของแบบสอบถาม ตามวัตถุประสงค์ ของการศึกษาวิจัยและกรอบแนวคิดวิจัย โดยแบบสอบถาม 3 ส่วน ดังนี้ 1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล 2. ข้อมูลการจัดการธุรกิจ 3. ข้อมูลความพึงพอใจการมาใช้บริการ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและการจัดการธุรกิจกับระดับความพึงพอใจการมาใช้บริการตลาดนัดรถไฟรชดา

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จะให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามโดยตรง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว เช่น ตำรา บทความ วารสาร วิทยุ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อมาใช้เป็นหลักฐานข้อมูลแนวทางการอ้างอิงในการทำวิจัยนี้ รวมถึงเป็นต้นแบบของการออกแบบสอบถาม

## การวิเคราะห์ข้อมูล

จากรวบรวมชุดแบบสอบถามที่ได้รับการตอบรับครบถ้วน จึงนำข้อมูลมาประมวลผลผ่านวิธีการทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอในรูปแบบตารางการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการ ทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้เครื่องมือ การวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ Independent Samples t-test เพื่อทดสอบว่า ระดับความพึงพอใจในใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา จะแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ หรือไม่

2.2 การวิเคราะห์ One-way ANOVA และวิเคราะห์ Post Hoc เพื่อทดสอบว่า ระดับความพึงพอใจในใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา จะแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล ยกเว้นด้านเพศ ใช้ในการทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป หากหลังจากทำการทดสอบแล้วผลการทดสอบที่ได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 จะมีการนำผลการทดสอบ มาวิเคราะห์ Post Hoc เป็นรายคู่ Least Significant Difference (LSD) โดยจะมีการกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 – 1.6 ในด้านความแตกต่างด้าน ระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ กับ ระดับความพึงพอใจในใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดาที่มีความแตกต่างกันหรือไม่

2.3 การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation เพื่อทดสอบว่าระดับความพึงพอใจในใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดาจะแตกต่างกันตามการจัดการธุรกิจหรือไม่ โดยใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.1 - 2.4

## สรุปผล

1. ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211คน เป็นร้อยละ 52.80 มีอายุ20-25ปี จำนวน 143คน เป็นร้อยละ 35.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 291คน เป็นร้อยละ 72.80 มีสถานภาพ โสด จำนวน 346 คน เป็นร้อยละ 86.50 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 และมีรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

## 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจของตลาดหลักทรัพย์ตราจังหวัดกรุงเทพฯ

2.1 การวางแผนธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการวางแผนที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดหลักทรัพย์ตรา จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีคะแนนเฉลี่ย 4.2842 ซึ่งมีความเห็นด้วยมากที่สุด ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5283

2.2 การจัดรูปแบบองค์กร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการจัดรูปแบบองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดหลักทรัพย์ตรา จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีคะแนนเฉลี่ย 4.2167 ซึ่งมีความเห็นด้วยมากที่สุด ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5925

2.3 การนำในธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการนำในธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดหลักทรัพย์ตรา จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม ได้คะแนนรวมเฉลี่ย 4.1125 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6466 ซึ่งมีความเห็นด้วยมากที่สุด

2.4 การควบคุมธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการควบคุมธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดหลักทรัพย์ตรา จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม ได้คะแนนรวมเฉลี่ย 4.3358 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5567 ซึ่งมีความเห็นด้วยมากที่สุด

3. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตลาดหลักทรัพย์ตรา จังหวัด กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจในการมาใช้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.213 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.4260 ที่สุด พิจารณาในรายละเอียดดังนี้

3.1 ด้านความหลากหลายของสินค้า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดหลักทรัพย์ตรา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านความหลากหลายของสินค้าได้คะแนนค่าเฉลี่ย 4.207 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5251

3.2 ด้านการบริการและความปลอดภัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดหลักทรัพย์ตรา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการและความปลอดภัย คะแนนเฉลี่ยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.192 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.5377 มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

3.3 ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดหลักทรัพย์ตรา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด คะแนนเฉลี่ยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.293 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.4967 มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

## 4. ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

วัตถุประสงค์งานวิจัยนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตลาดหลักทรัพย์ตราหรือไม่ และการจัดการธุรกิจที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตลาดหลักทรัพย์ตราหรือไม่ ซึ่งผลคือ นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันระหว่างเพศหญิงและชาย ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่ไม่มีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพและรายได้แตกต่างกัน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

ส่วนข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐานจำแนกการจัดการธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตลาดนัดรถไฟรัชดา

สมมติฐานที่ 2.1 การวางแผนธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการแตกต่างกันในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการวางแผน ธุรกิจกับความพึงพอใจในการใช้บริการ ตลาดนัดรถไฟรัชดาของนักท่องเที่ยวในความหลากหลายของสินค้า ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด พบว่านักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการวางแผนธุรกิจโดยรวมที่เพิ่มขึ้นจะสัมพันธ์กับคะแนนความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดาของนักท่องเที่ยวในด้านความหลากหลายของสินค้า ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด เพิ่มขึ้นระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.2 การจัดรูปแบบองค์กรธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการแตกต่างกันในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการจัดรูปแบบองค์กรธุรกิจกับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดาของนักท่องเที่ยวในความหลากหลายของสินค้า ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด พบว่านักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการจัดรูปแบบองค์กรธุรกิจโดยรวมที่เพิ่มขึ้นจะสัมพันธ์กับคะแนนความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดาของนักท่องเที่ยวใน ด้านการบริการและความปลอดภัย เพิ่มขึ้นระดับปานกลาง ส่วนด้านความหลากหลายของสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด เพิ่มขึ้นระดับค่อนข้างต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.3 การนำทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการแตกต่างกันในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการนำทางธุรกิจกับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดาของนักท่องเที่ยวในความหลากหลายของสินค้า ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด พบว่านักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการนำทางธุรกิจโดยรวมที่เพิ่มขึ้นจะสัมพันธ์กับคะแนนความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดาของนักท่องเที่ยวในด้านความหลากหลายของสินค้า ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด เพิ่มขึ้นระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.4 การควบคุมธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการแตกต่างกันในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการควบคุมธุรกิจกับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดาของนักท่องเที่ยวในความหลากหลายของสินค้า ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด พบว่านักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการควบคุมธุรกิจโดยรวมที่เพิ่มขึ้นจะสัมพันธ์กับคะแนนความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดาของนักท่องเที่ยวใน ด้านการบริการและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด เพิ่มขึ้นระดับปานกลาง ส่วนด้านความหลากหลายของสินค้า เพิ่มขึ้นระดับค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

## การอภิปรายผล

การศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ดังกล่าวมีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพ โสด นักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ คเซนทร์ ด่านชัยวิจิตร (2559) ที่ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ



“การรับรู้ด้านคุณภาพ ความพึงพอใจ และความตื่นตัวในการซื้อซ้ำ ในตลาดนัดกลางคืน กรณีศึกษาตลาดนัดรถไฟรัชดา” ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15– 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับสิชล กุลอำภา (2558) ที่ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวในดัตมาร์เก็ต กรณีศึกษาตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์” โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีสถานภาพ โสด จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยวที่มี ด้านปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด กรุงเทพมหานคร ที่ต่างกัน

พิจารณาที่ด้านอายุ การที่นักท่องเที่ยวมีอายุแตกต่างกันมักมีค่านิยมหรือมาตรฐานความพึงพอใจต่อการได้รับตามการคาดหวังจากการท่องเที่ยวที่ไม่เท่ากัน ซึ่งในค่าความแตกต่างส่วนใหญ่ที่มาจากกลุ่มผู้มีอายุ 21-25 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดในด้านต่างๆ น้อยกว่ากลุ่มอายุอื่น อาจมาจากช่วงวัยในการเจริญเติบโตอยู่ในช่วงอายุวัยรุ่นตอนกลาง ซึ่งมีการพัฒนาความเป็นตัวเองในการจะเป็นผู้ใหญ่จึงต้องการในสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์หรือความเป็นมาตรฐานที่ตนคาดหวังไว้สูงกว่าความเป็นจริง สอดคล้องกับ กัลยารัตน์ ว่องวานิช (2560) ที่ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคตลาดนัดกลางคืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดนัดกลางคืนอินดี้ ดาวคะนอง” นักท่องเที่ยวตลาดนัดส่วนใหญ่มีอายุ 21- 30 ปี ยังมีรายได้ไม่มากทำให้กำลังซื้อไม่สูง ควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบริการให้มากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวในวัยนี้เป็นวัยที่ชอบความหลากหลายไม่ชอบความจำเจ เพิ่มร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าทำมือ (Handmade) เนื่องจาก สินค้าทำมือนั้นเป็นสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และเป็นการตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 21-30 ปี นั้นมีความชอบสินค้าที่มีเอกลักษณ์

พิจารณาที่ด้านสถานภาพ ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งมีเพียงความพึงพอใจการปฏิบัติการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ดูแลภายในตลาดแตกต่างจากกลุ่มสถานภาพอื่นๆ เพราะคนโสดที่มามีความกังวลถึงการรักษาความปลอดภัยภายในตลาดว่าปลอดภัยจากอันตรายทางกายภาพ สภาพแวดล้อมและทรัพย์สิน ของตนเองมากกว่าคนที่มีสถานภาพแต่งงานเพราะมีคู่สมรสดูแลเอาใจใส่ในแง่การปกป้องชีวิตและทรัพย์สินซึ่งกันและกันจึงไม่มีการคำนึงถึงความปลอดภัยมากเท่าที่ควร

พิจารณาที่ด้านระดับการศึกษา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในการพิจารณาผลของความพึงพอใจพบว่ามีความพึงพอใจน้อยกว่าระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าเช่น มัธยมศึกษา สาเหตุจากระบบความคิดวิเคราะห์ของระดับการศึกษาด้วยที่มีผลต่อการคาดหวังในการซื้อสินค้าและบริการ หรือ การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจในพฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวข้องกับวิชาที่ใช้ในชีวิตประจำวันแต่ไม่ได้ลงรายละเอียดวิเคราะห์ลึกในศาสตร์นั้น เพียงแค่เรียนรู้ว่าควรทำอย่างไรให้ดำรงชีพอย่างตามกรอบกฎกติกา มีการฝึกคิด พุด ฟัง วิเคราะห์ สรุปคำตอบอย่างง่าย แตกต่างจากการเรียนปริญญาตรีซึ่งมีเลือกเรียนแยกสายอาชีพเพื่อประกอบอาชีพ ซึ่งจะมีทฤษฎี หลักความคิด ตรรกะ สิ่งแวดล้อมในการหล่อหลอมแนวคิดของอาชีพนั้นๆ ให้แก่ผู้เรียน ในการเรียนรู้จะเข้มข้นขึ้นมีการอภิปรายความรู้จากผู้สอนกับผู้เรียนมากขึ้น มีขอบเขตความรู้ที่กว้างมากขึ้น เพราะต้องเตรียมพร้อมสู่ตลาดแรงงาน ทำให้เกิดการเปรียบเทียบข้อมูลกับมาตรฐานการคาดหวังในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ทำให้ความพึงพอใจมีมาตรฐานสูงกว่าระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าได้

พิจารณาที่ด้านอาชีพ ความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชดา ต่างอาชีพย่อมมีความต่างกัน แต่ละบริบทของตนเอง ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กลุ่มนักศึกษา/นักเรียน ที่มีความคิดเห็นแตกต่างโดยมีนัยสำคัญกว่ากลุ่มอื่น อาจเนื่องจากยังขาดประสบการณ์ในการทำงานตามสายอาชีพจึงมองมาตรฐานการจัดการธุรกิจ ในแง่ของความคาดหวังกับความเป็นจริงในการปฏิบัติงานที่ต่างกันตามลักษณะของการทำงาน สภาพแวดล้อมและ

บรรยากาศของสถานที่ น้อยกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ที่มีค่าความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชตามากกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พิจารณาที่ด้านรายได้ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งต้องมีความเกี่ยวกับการเลือกสินค้าและบริการที่ต่างกัน เพราะมีความแตกต่างในกำลังเงินในการซื้อ อีกกลุ่มที่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นในความพึงพอใจคือกลุ่มคนที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท เนื่องจากปริมาณเงินที่มีทำให้สามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้มากกว่ากลุ่มอื่นจึงมีความต้องการให้ได้ในสิ่งที่คาดหวังดีที่สุด ต้องเป็นของที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ คุณภาพดี มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่รู้จัก

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ มีรายละเอียดคือ การวางแผน การจัดการองค์การ การนำในธุรกิจและการควบคุม ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชตา ดังนี้

พิจารณาที่ด้านการวางแผน กับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชตา ด้านความหลากหลายของสินค้ามีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน ตามด้วยด้านการบริการและความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน สุดท้ายด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในด้านการวางแผนมีส่วนทำให้นักค้าคือนักท่องเที่ยวได้ประโยชน์จากการวางแผน ในแง่ได้การได้เลือกซื้อสินค้าที่หลากหลาย มาเที่ยวไม่มีความเบื่อหน่ายเพราะมีการปรับรูปแบบตลาดอย่างต่อเนื่อง ตามกระแสสังคมและโลกในปัจจุบัน

พิจารณาที่ด้านการจัดการองค์การ กับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชตา ด้านการบริการและความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน ตามด้วยด้านความหลากหลายของสินค้ามีความสัมพันธ์กันระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน สุดท้ายด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดมีความสัมพันธ์กันระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในด้านการจัดการองค์การยังคงต้องมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น เนื่องจากความสัมพันธ์กันต่ำแต่ในแง่การประกอบธุรกิจที่ยั่งยืนการจัดการองค์การที่ดีย่อมทำให้เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการ เพิ่มความจงรักภักดีต่อแบรนด์ตลาดนัดรถไฟจากลูกค้าที่มาใช้บริการได้ หากผู้ประกอบการที่มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน

พิจารณาที่ด้านการนำในธุรกิจ กับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชตา ด้านความหลากหลายของสินค้ามีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน ตามด้วยด้านการบริการและความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน สุดท้ายด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในด้านการนำในธุรกิจ เป็นการนำส่วนร่วมในการช่วยกันแก้ไขปัญหา การแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากพนักงานในองค์กรเองหรือจากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ หากนำมาคิดวิเคราะห์ข้อผิดพลาดทั้งภายนอกและภายในจะทำให้ธุรกิจไปได้ต่ออย่างเข้มแข็ง โดยที่กำลังใจพนักงานเต็มที่กับการทำงาน ลูกค้าพึงพอใจการบริการมากขึ้น

พิจารณาที่ด้านการควบคุมธุรกิจ กับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดนัดรถไฟรัชตา ด้านการบริการและความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน ตามด้วยด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน สุดท้ายด้านความหลากหลายของสินค้ามีความสัมพันธ์กันระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในด้านการควบคุมธุรกิจที่วิเคราะห์ที่แก้ไขปัญหาอาจยังขาดความต่อเนื่องในการทำและขาดการพัฒนาศักยภาพพนักงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงการรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้

1.1 ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า หากผู้ประกอบการนำมาคิดเพิ่มคุณค่า ด้านที่มีปัญหาในความพึงพอใจในการให้บริการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปปรับให้มีการสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวอยากได้รับ จะได้รับเพิ่มความพึงพอใจ และกระตุ้นการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือการแนะนำบอกต่อแก่บุคคลอื่นในภาพลักษณ์ที่ดีของตลาดนัดรถไฟรัชดา

1.2 เป็นการแนะนำการกลยุทธ์การจัดการแบบปรับปรุงงานสำหรับตลาดนัดกลางคืนที่มีกลยุทธ์ ลดจุดอ่อน เพิ่มจุดแข็งให้กับผู้บริหารตลาดนัดรถไฟ และผู้ประกอบการผู้เช่าแผงขายสินค้าให้ทราบถึงข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

1.3 การเพิ่มช่องทางการเป็นสังคมออนไลน์ให้กับร้านค้าที่เป็นทางการจากบริษัทตลาดรถไฟจำกัด ทำให้ผู้ประกอบการที่เช่าแผงสามารถพบปะกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น เนื่องด้วยสังคมในปัจจุบัน เน้นหาข้อมูลการกิน ช้อป ที่เที่ยวตามโลกอินเทอร์เน็ต และสามารถรับรู้ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานที่เกิดปัญหาหรือจุดบกพร่องได้ทันที

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรทำแบบเชิงคุณภาพมากขึ้น มีการสังเกต การสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลในเชิงลึกจากกลุ่มลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของอย่างรอบด้านทั้งผู้ค้าและนักท่องเที่ยวที่หลากหลายชาติ

2.2 การวิจัยครั้งต่อไป เพิ่มแบบสอบถามที่เป็นภาษาจีนกลางเพิ่มขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวมากกว่า50%ในช่วงวันธรรมดา วันจันทร์-วันศุกร์ มีกลุ่มทัวร์นักท่องเที่ยวจีนจำนวนมาก จึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ผู้บริหารตลาดควรให้ความสนใจและตอบสนองความต้องการให้ถูกต้องตามความต้องการ เพิ่มยอดขายสินค้าและผลกำไรในการประการของบริษัท

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ตลาดนัดรถไฟรัชดา จังหวัด กรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยคือ อาจารย์ผศ.ดร.จรีพร ศรีทอง ที่ได้ให้ความกรุณา แนะนำตรวจตราและแก้ไขเนื้อหา ตลอดจนให้กำลังใจในการทำงานวิจัย ตลอดจนบรรดาคณาจารย์ทุกท่านของโครงการพิเศษหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ ประสิทธิภาพ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ดร.สนิทนุช นิยมศิลป์ ที่ให้คำแนะนำการเรียน แนวความคิดในเรื่องการบริหารงานทรัพยากรบุคคลและการตัดสินใจเลือกเรียนต่อในระดับปริญญาโทในครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความอนุเคราะห์สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม สุดท้ายนี้ คุณค่าความดีอันเกิดจากประโยชน์ของการศึกษาครั้งนี้ ขอมอบเป็นเครื่อง บูชาแต่พ่อขุนรามคำแหงมหาราช บรรดาคณาจารย์ และผู้มีคุณทุกท่านด้วยความเคารพ

ชยุตรา อิงคณะองอาจ

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คเชนทร์ ต่านชัยวิจิตร. (2560). การรับรู้ด้านคุณภาพ ความพึงพอใจ และความตื่นตัวในการซื้อซ้ำ ใน ตลาดนัดกลางคืน กรณีศึกษาตลาดนัดรถไฟรัชดา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จักรกฤษณ์ สำราญใจ. (2545). การวิจัยพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: จันทรสมุทธร.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2545). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิรนนท์ กาญจนสิทธิ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจไปท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เจตน์สฤกษ์ สังขพันธ์. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารวิทยาการจัดการ ปีที่ 33 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2559.
- เจริญผล สุวรรณโชติ. (2551). ทฤษฎีบริหาร. ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ: เอกพิมพ์ไท.
- ชัยฤทธิ์ ทองรอด , วราภรณ์ สารอินมูล. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสมาคมนักวิจัย. 21. 197-210.
- ชิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืนในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนิษฐา เกรงรังสี. (2559). เครื่องมือการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2554). ธุรกิจไมซ์(MICE BUSINESS). นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวงพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ปรีชา คำปิว. (2558). แนวทางการพัฒนาการบริหารงานของกองการศึกษา เทศบาลตำบลหนองใหญ่ อำเภอนองบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์. สาขาวิชาการจัดการการศึกษา. คณะครุศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มธูรา สวนศรี. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดปทุมธานี. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทยปีที่ 11 ฉบับที่ 1(มกราคม – มิถุนายน 2559)
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

- วรภัทร์ ภูเจริญ. (2541). แนวทางการประเมินคุณภาพภายในสถานศึกษา, กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2548). การบริหารจัดการและการบริหารการพัฒนาขององค์กรตามรัฐธรรมนูญ และหน่วยงานของรัฐ. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.
- วิรัตน์ สายสุด. (2549). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาตามทัศนะของ ข้าราชการครูและคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี
- วิโรจน์ สารรัตนะ. (2559). แนวคิด ทฤษฎีและประเด็นเพื่อการบริหารทางการศึกษา พิมพ์ครั้งที่8 กรุงเทพฯ :ทิพย์วิสุทธิ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็ก จำกัด.
- สร้อยรุจี อินทสร. (2548). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์สาขา จังหวัดนครปฐม1.วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). การจัดการ:จากมุมมองนักบริหาร(พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: จีพีไอเบอร์พรินท์.
- สิชล กุลอาภา. (2558). ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการ เดินทางท่องเที่ยว ไนท์มาร์เก็ต กรณีศึกษา ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรัตน์ หาญพลชัย. (2551). ความพึงพอใจของนักเรียนนักศึกษาที่มีต่อการจัดสภาพแวดล้อมภายใน วิทยาลัยอาชีวศึกษา ชลบุรี. งานวิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. คณะ ศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุภาพ ประภาสวัสดิ์. (2554). ทักษะคิดและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวัน เดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อัจฉรา นพวิญญูวงศ์. (2550). ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและ การให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายเสื่อเข้ตบุรุษมีตราสินค้าในตลาดบน.การศึกษาระดับปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Gulick, Luther & Urwick. (1937). Notes on the Theory of Organization. New York: Institute of Public Administration Columbia University.
- Gulick, Luther & Urwick. (1956). Paper on the science of administration. New York: Institute of Public Administration Columbia University.
- Henri Fayol. (1916). General and industrial management. London: Sir Isaac Pitman and Son.
- Hough, B., & Duncan, K. (1970). Teaching description and analysis. Addison-Westlu.

Katz, (1983). Executive success marketing if in management. New York: John Wiley and Sons.

Kenneth C. Laudon and Jane P.

Laudon. (2000). Management information system organization and technology in the network enterprise. (6th ed.). New Jersey: Prntice Hall Inc.

Peter Drucker. (1995). The practice of management. New York: Haper & Row, Publishevs.

Simon, H. A. (1960). Administrative Behavior. (3rd ed). New York: The free Press.

Weber, Max. (1966). The Theory of Social and Economic Organization. ( Handerson & ParsonTrans) Handerson and Tallcott Parson, (4th ed). New York: The free Press.

Yamane, Taro. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. 3' ed. New York: Harper and Row.