แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

นางสาวมณจันทร์ นิยมผล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2556
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย
The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

THE MANAGING GUIDELINE FOR THE DEVELOPMENT OF NIGHT MARKET IN BANGKOK METROPOLIS

Miss Monchan Niyompol

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science
Faculty of Sports Science
Chulalongkorn University
Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร
โดย	นางสาวมณจันทร์ นิยมผล
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนธยาธร)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพรัตน์ พบลาภ)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

มณจันทร์ นิยมผล : แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร. (THE MANAGING GUIDELINE FOR THE DEVELOPMENT OF NIGHT MARKET IN BANGKOK METROPOLIS) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล , 133 หน้า.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็น แบบสอบถามที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.91 และมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.89 นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการทดสอบค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร อีกทั้งสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการจัดการตลาดกลางคืน นำผลที่ได้จากการ SWOT ANALYSIS ทำการสรุปเพื่อหาแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืน โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เป็นกลุ่มเดียวกันกับการสัมภาษณ์ โดยนำมาร่วมประชุมกลุ่มย่อย (focus group)

ผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิงร้อยละ 55.3 เพศชายร้อยละ 44.8 มีอายุ 21-40 ปี ร้อยละ 76.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 72 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 38.0 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางในทุกด้านค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศ อายุ วุฒิการศึกษาและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวทุกด้านไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ควบคุมคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายให้ได้มาตรฐาน ด้านราคา ขอความร่วมมือกำหนดราคาสินค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ามีการจัดการส่งเสริมการตลาด ด้วยการลด แลก แจก แถม สินค้า ด้านบุคลากร เพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย ด้านกระบวนการให้บริการ สร้างจุดช่วยเหลือปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และสร้างความร่วมมือในหลายภาคส่วน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2556 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก .....

5578322939 : MAJOR SPORTS SCIENCE
KEYWORDS: GUIDELINE DEVELOPMENT / MANAGING / NIGHT MARKET IN BANGKOK METROPOLIS

MONCHAN NIYOMPOL: THE MANAGING GUIDELINE FOR THE DEVELOPMENT OF NIGHT MARKET IN BANGKOK METROPOLIS. ADVISOR: ASST. PROF. SUCHART THAWEEPORNPATHOMKUL, Ph.D., 133 pp.

The objectives of the research were to provide the guideline of marketing development at Bangkok night market. Sample were 400 Thai tourists visiting the night market in Bangkok. The instrument used for data collecting by the questionnaire which had IOC. value of 0.9125 and Alpha Coefficient Reliability value of 0.8914. Derived data were statistically analyzed for the percentage, mean, and standard deviation. The test value “t” (t-test) and One-way analysis of variance (F-test) were used to compare the factors. The interview also used to gain the data by interviewing 10 stakeholders of night market management. Then, conveying the data derived from SWOT Analysis and conducting the focus group by experts to conclude in order to provide the guidelines of marketing development at Bangkok night market.

Results Most respondents were 21- 40 years of age, undergraduate holders and average income per month between 10,000 to 20,000 baht. The opinions of tourists towards all marketing mix were at a moderate level (x= 3.11). The comparison of the importance classified by sex, age and education level, there was no significant difference at 0.05

Conclusion the opinions of tourists included the steak holders towards all marketing mix were at a moderate level. The guidelines recommended were Products – to manage the products to the standard quality. Price–to fix the price to the standard. Place–to adds more distribution channels. Promotion – to offering the promotion and special price. People–to increase the number of security officer Process–to establishes first aids center. Physical Evidence–to develops the facilities and cooperation.

Field of Study: Sports Science Student's Signature .....

Academic Year: 2013 Advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงไม่ได้ หากขาดความร่วมมือ และความกรุณาหลายฝ่ายด้วยกันผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยอบรม สั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ พร้อมทั้งให้ข้อคิดในการเรียนและทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ดร.โสมฤทัย สุนธยาธรและผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพรัตน์ พบลาภ ที่ให้คำปรึกษาข้อคิดและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆวิให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้สละเวลาในการให้สัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มในงานวิจัยครั้งนี้

วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์อดิศัย มัตเดช อาจารย์ดร.นพรัตน์ ศุทธิถกล ดร.ฐิติมา ประมลบาล และอาจารย์เพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์ ในการเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย พร้อมทั้งให้คำแนะนำ ตรวจแก้ไข และปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณยายประจวบ คุณน้าพจน์ปิยา และคุณป้าปิยวดี และ คุณแม่โชติรสหงษ์ดำเนิน ที่อบรมสั่งสอนให้ความรักความอบอุ่น ให้โอกาสทางการศึกษา พร้อมทั้งเป็นกำลังใจ และสนับสนุนในทุกๆด้านให้ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาทุกท่าน ที่ให้การช่วยเหลือและสนับสนุนคอยอำนวยความสะดวก และให้คำแนะนำต่างๆที่เป็นประโยชน์

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณลักษมณ หอมละออ ที่คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษา ในทุกๆด้าน

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอบพระคุณรุ่นพี เพื่อนๆ และรุ่นน้อง รวมทั้งทุกท่านที่ช่วยเหลือการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านที่กล่าวมา และมิได้นำมากล่าวในที่นี้ จึงกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
สารบัญ ..... ช
สารบัญตาราง ..... ฌ
บทที่ 1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 2
สมมติฐานงานวิจัย 2
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย 2
ประโยชน์ที่ได้รับ 2
กรอบแนวคิดการวิจัย 3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 4
ความเป็นมาตลาดของประเทศไทย 4
แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 5
แนวคิดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 5
แนวคิดส่วนประสมการตลาด 7 Ps 6
การจัดการบริการท่องเที่ยว 8
ข้อมูลพื้นฐานตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร 9
แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2554-2558 12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 29
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 30
การเก็บรวบรวมข้อมูล 31
การวิเคราะห์ข้อมูล 33

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 35
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 36
ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร 57
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 60
สรุปผลการวิจัย 61
ผลการวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร 65
อภิปรายผลการวิจัย 65
แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร 68
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ 78
รายการอ้างอิง 79
ภาคผนวก 81
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย 82
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ 84
ภาคผนวก ค เครื่องมือการวิจัย 105
ภาคผนวก ง การถอดแบบสัมภาษณ์ 117
ภาคผนวก จ การสนทนากลุ่ม 127
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ 133

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	36
2	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	37
3	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	38
4	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	39
5	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	40
6	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพครอบครัว	41
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด	42
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	43
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	44
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	45
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	46
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	47
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	48
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	49
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืน ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	50
16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืน ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว	51

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ หน้า

17	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศ	52
18	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างอายุ	53
19	การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านบุคลากร	54
20	การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านกระบวนการให้บริการ	55
21	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างวุฒิการศึกษา	56

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว นำมาซึ่งรายได้ให้แก่ประชาชนและประเทศชาติเป็นจำนวนมาก ในท่ามกลางสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในสังคมโลกปัจจุบัน ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการแข่งขันกันในระดับสูงทั้งด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การตลาดทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการให้บริการที่เป็นเลิศ ในกรุงเทพมหานครได้รับการคัดเลือกจากผู้อ่านนิตยสาร Travel & Leisure ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก ถึง 5 ครั้ง คือ ในปี พ.ศ. 2551 พ.ศ. 2553 พ.ศ. 2554 พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2556 โดยมีปัจจัยการคัดเลือก ที่สำคัญคือ สถานที่และทัศนียภาพที่สวยงาม เอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอาหารและแหล่งจับจ่าย ความเป็นมิตรไมตรีของผู้คน และความคุ้ม ค่าของเงิน ที่ใช้จ่าย กรุงเทพมหานครตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริม อนุรักษ์และการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ(กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร, 2555)

ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีหลายรูปแบบ ด้วยเหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะเป็น วัด หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ตลาดกลางคืน ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ยังขาดการให้ความรู้แก่ชุมชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ยังขาดการจัดการที่เหมาะสม ทั้งในเรื่องมาตรฐานความปลอดภัย ความไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การยกระดับตลาดกลางคืนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น และยังขาดการจัดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งต้องได้รับการพัฒนาให้เกิดความสมดุลทั้งแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ว่ามีผลกระทบต่อเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ความต้องการทางการตลาดของนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความเหมาะสม ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วยเสียในพื้นที่ ประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นเพื่อให้เหมาะสมกับแผนการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยใช้แนวความคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Psของ (Kotler & Gary, 2005) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวระหว่างแนวคิดในการพัฒนา การบริการจัดการแหล่งท่องเที่ยว และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว และนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ

อุปสรรค (SWOT Analysis) เพื่อให้แนวทางพัฒนา การจัดการตลาดกลางคืน สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวภายใต้การบริหารจัดการและศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อส่วนประสมทางการตลาด

2.เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดระหว่างเพศ อายุ และวุฒิการศึกษา

3. เพื่อจัดทำแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานงานวิจัย

ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการจัดการตลาดกลางคืน ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

แนวทางการพัฒนา หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยอาศัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps คือ 1.ผลิตภัณฑ์ (Product) 2.ราคา (Price) 3.สถานที่ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5.พนักงานผู้ให้บริการ (People) 6.ภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว (Physical Evidence) 7.กระบวนการให้บริการ (Process)

ตลาดกลางคืน กรุงเทพมหานคร หมายถึง ตลาดนัดจตุจักร จตุจักรกรีน ตลาดนัดรถไฟ ตลาดกลางคืนหน้าราม ตลาดกลางคืนสะพานพุทธ ตลาดนัดคลองถม ตลาดกลางคืนถนนข้าวสาร ตลาดกลางคืนถนนสีลม สยามพาราไดซ์ไนท์บาร์ซาร์ ตลาดกลางคืนซอยนานา

การจัดการ หมายถึง การบริหารทรัพยากร บุคคล ภาพลักษณ์ กระบวนการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และศักยภาพของตลาด ที่มีอยู่ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ประโยชน์ที่ได้รับ

ทำให้ได้แนวทางที่ก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนากระบวนการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนโดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ เมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดกลางคืนของจังหวัดอื่นๆในประเทศไทยต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กรอบแนวคิดการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ส่วนประสมการตลาด	แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา 4. อาชีพ 5. รายได้ 6. สถานภาพ	7Ps 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. พนักงานผู้ให้บริการ (People) 6. กระบวนการให้บริการ (Process) 7. ภาพลักษณ์ทางกายภาพณ์ (Physical Evidence)	1.การต้อนรับ 2.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน 3.การบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว	1.คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2.ความสะดวกในการเข้าถึง 3.สิ่งอำนวยความสะดวก 4.สภาพแวดล้อม 5.ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว 6.ความมีชื่อเสียง
Swot Analysis 1. จุดแข็ง (Strengths) 2. จุดอ่อน (weaknesses) 3. โอกาส (Opportunities) 4.อุปสรรค(Threats) (Albert Humphrey ,1960)	(Kotler, 2005)	(ประวิตร ชูศิลป์, 2544)	(วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์, 2550)

แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาตลาดของประเทศไทย
2. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
3. แนวคิดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. ส่วนประสมการตลาด 7 Ps
5. การจัดการบริการท่องเที่ยว
6. ข้อมูลพื้นฐานตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร
7. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2554-2558
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเป็นมาตลาดของประเทศไทย

ตลาดในประเทศไทยเป็นเรื่องที่ควรศึกษาหาความรู้ เพราะเป็นประวัติศาสตร์ของชาติไทยส่วนหนึ่ง เริ่มตั้งแต่ประวัติศาสตร์ของสมัยสุโขทัยเกือบพันปี ยิ่งในยุคสมัยสุโขทัยมีศิลาจารึกได้พูดถึง “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว เจ้าเมืองบ่ เอาจังกอบ ในไพร่ลู่ทาง เพื่อนจองวัวไปค้าขี่ม้าไปขาย ใครจักค้าช้างค้า ใครจักค้าม้าค้า ใครจักค้าเงินค้า ไพร่ฟ้าหน้าใส” ซึ่งถือว่าสมัย ก่อนการค้าขายนั้นในสมัยนั้นอิสระดี เจ้าเมืองก็ไม่ได้เก็บเบี้ยใบ้รายทาง เก็บส่วยสมัยก่อนเจ้าเมือง เจ้าฟ้าเขาก็มีเมตตากับประชาชนให้ ทุกคนมีความสุขอยู่ดีกินดี นอกจากนี้ถ้าพูดถึงในเรื่องของตลาดแล้ว ตลาดในสมัยยุคสุโขทัยอิสรเสรีภาพ ส่วนตลาดที่เป็นแหล่งของตลาด เช่น ตลาดป่าพร้าว ป่าพร้าวก็หลายเมือง ในเมืองคำว่าป่าพร้าว ป่าหมาก ป่าพลู คือที่มาของคำว่าตลาด ปลูกมะพร้าว หรือตลาดป่าใบ ตองก็จะขายแต่ใบตอง ตลาดป่าพร้าวจะขายแต่มะพร้าวสมัยก่อนจะเป็นแหล่งเหมือนปัจจุบัน เช่น ตลาดไทยก็จะเป็นผลไม้ แหล่งของสด ก็สืบเนื่องมาจากตำนานของตลาดในสมัยก่อน สำหรับประเทศไทย ตั้งแต่เป็นสยามประเทศ ได้อยู่คู่กับตลาด ในทุกยุคทุกสมัย และตลาดก็ได้พัฒนามาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่นๆ ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและ

ชาวต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นตลาดน้ำ ตลาดนัด เนื่องนักท่องเที่ยวสามารถซื้อของ สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนหรือ หาซื้อของเพื่อเป็นของฝากกลับไปยังประเทศของตน(สันติ เศวตวิมล, 2544)

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ประวิตร ชูศิลป์ (2544)กล่าวว่า เพื่อให้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่ถือได้ว่าเป็นทุนทรัพย์ของชาติ และเป็นมรดกล้ำค่าที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษของเราได้รับการเอาใจใส่ดูแลบำรุงรักษาไว้ให้เป็นสมบัติของแผ่นดินนี้ที่ยั่งยืนตลอดไปสมกับคุณค่าที่มีอยู่คนไทยทุกคนทุกหน่วยงานและทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องให้ความเอาใจใส่ทำหน้าที่ของตนให้เข้มแข็งมากขึ้นและประสานสัมพันธ์ต่อเนื่องกันไป 3 เรื่องสำคัญดังต่อไปนี้

1. ต้อนรับแขกด้วยไมตรีจิตอันดีงาม รณรงค์ให้ทุกคนช่วยกันต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยอัธยาศัยไมตรีจิตอันดี ด้วยความจริงใจ และซื่อสัตย์ เปรียบการปฏิบัติต่อมิตรสหาย ให้ละเว้นการประพฤติปฏิบัติที่เป็นการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น การคิดราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสม ไม่คดโกง โดยการหลอกลวงให้ซื้อสินค้า

2. ดูแลเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญ พยายามทำให้ได้มาตรฐาน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องคอยเฝ้าระวังให้ได้รับความปลอดภัย รถสาธารณะได้รับมาตรฐาน ร้านอาหาร ร้านค้า ต้องมีคุณภาพ มีป้ายบอกราคาชัดเจนอย่างเปิดเผย ซึ่งทุกภาคส่วนต้องช่วยกันในการรับผิดชอบดูแล ประสานการทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐและเอกชน

3. บำรุงรักษา ทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้บริสุทธิ์ คงสภาพธรรมชาติเดิมไว้ ด้วยการรณรงค์สร้างจิตสำนึก ความรู้สึกเป็นเจ้าของเฝ้าระวังมิให้มีสิ่งปลูกสร้างรุกล้ำที่สาธารณะ การดูแลบำรุงรักษาทรัพยากร และแหล่งท่องเที่ยวไว้มิให้ภูมิทัศน์เกิดความเสียหาย

แนวคิดศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2532)ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว คือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนาการปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยน ซึ่งหลักเกณฑ์ในการพิจารณาและกำหนดความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว 6 ข้อดังนี้

1.คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะอันโดนเด่นมีความเป็นตัวเอง ความสวยงาม มีความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา ภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิตในชุมชน

2.ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ที่มีความสะดวกสบาย ระยะเวลาในการเดินทาง

3.สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า สถานบริการต่าง ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน และการรักษาความปลอดภัย

4.สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ สภาพโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว

5.ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดในด้านพื้นที่ ข้อจำกัดในด้านบริการสาธารณูปโภคพื้นฐาน ข้อจำกัดในด้านการรักษาความปลอดภัย

6.ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ การเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

แนวคิดส่วนประสมการตลาด 7 Ps

เนื่องจากสินค้าบริการแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการจึงต้องมีมากกว่าส่วนประสมทางการตลาด(4P's)ของสินค้าทั่วไป ส่วนประสมของตลาดสินค้าบริการ(The Expending Marketing Mix for Service) ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ สินค้า(Product) ราคา(Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) การส่งเสริมการตลาด(Promotion) บุคลากรที่ให้บริการ(People) ขั้นตอนของการให้บริการ(Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ(Physical Evidence) ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. สินค้า (Product) หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจเสนอเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของบุคคลให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของสินค้าหรือบริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การเข้าถึงตัวสินค้า โดยการจัดจำหน่ายผ่านคนกลางทางการตลาดหรือการจำหน่ายเองโดยตรง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขาย และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

5. บุคลากรที่ให้บริการ (People) หมายถึง บุคคลที่คอยให้บริการและอำนวยความสะดวก

6. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้าและกระบวนการจัดการด้านต่างๆ

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้และเพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

คอทเลอร์และแกรี่ (Kotler & Gary, 2005)ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้าบริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยในหลายด้าน

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตรา อาจหมายถึงจำนวนเงินหรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยการตัดสินใจในราคาและการปรับปรุงราคาเพื่อทำให้เกิดมูลค่าในตัวสินค้าเพื่อส่งมอบให้ลูกค้ามากกว่าราคาของสินค้านั้น การกำหนดด้านราคาจะต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนของสินค้า ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องและการแข่งขัน

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร

5. บุคลากรที่ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด รวมถึงทั้งลูกค้า บุคลากรที่จำหน่ายบุคลากรอำนวยความสะดวกเช่นเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลความเรียบร้อย บุคลากรผู้ให้บริการจำเป็นต้องคัดเลือกให้การฝึกฝนอบรมและมีสิ่งจูงใจ เพื่อทำให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและเกิดความแตกต่างจากคู่แข่งขัน

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการซึ่งจะต้องถูกต้อง รวดเร็วเป็นที่พอใจในความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่าง

7.ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ มีลักษณะการออกแบบที่แต่งออกไปการแบ่งสัดส่วนหรือการจัดของพื้นที่และการเข้าถึงพื้นที่และอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่างๆที่ใช้ในการให้บริการ

การจัดการบริการท่องเที่ยว

ราณี อิสิชัยกุล (2547) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการบริการท่องเที่ยว ควรมีการกำหนดคุณภาพการบริการให้เป็นมาตรฐานในทุกประเภท ได้แก่

1.ด้านกฎระเบียบข้องบังคับ คือการบริการโดยอาศัยกฎระเบียบในการใช้กติการ่วมกัน การจัดระเบียบร้านค้า การออกกฎระเบียบต่างๆ การติดป้ายเตือน เป็นต้น

2.ด้านความปลอดภัย ซึ่งผู้รับผิดชอบในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องมีความพร้อมในการป้องกันและดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งบุคลากรที่ได้รับมอบหมายต้องมีการฝึก อบรมให้มีความสามารถในการป้องกันและปฐมพยาบาลได้ โดยมีมาตรการดูแลความปลอดภัยทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวดังนี้

2.1 ฝึกอบรมอาสาสมัครป้องกันภัยจากมิจฉาชีพ โดยจัดการให้เหมาะสมกับพื้นที่จุดเสี่ยงในแต่ละจุด

2.2 ดำเนินการตั้งจุดตรวจรับแจ้งเหตุฉุกเฉิน บริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีการขายสินค้าเนื่องจากเป็นจุดเสี่ยงในการเกิดมิจฉาชัพ

2.3 จัดทำป้ายเตือนนักท่องเที่ยว ลักษณะของอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้น ความเสี่ยงจากมิจฉาชีพ ให้ระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

2.4 จัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและอาสาสมัครอยู่ประจำจุดที่เสี่ยง

2.5 ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่สาธารณภัยให้มีความรู้ในการดูแลนักท่องเที่ยว

2.6 สร้างจุดปฐมพยาบาล ในจุดที่เหมาะสม ให้เป็นศูนย์กลางในการดูแลนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดเหตุกรณีฉุกเฉิน

2.7 รักษาความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีถังขยะทุกจุดให้เพียงพอ

2.8 กำหนดมาตรการผู้ประกอบการ

2.9 จัดทำแผนที่แดงที่ตั้งของสิ่งของต่างๆภายในแหล่งท่องเที่ยว

3.ด้านนันทนาการ คือ การบริการหรือจัดกิจกรรมเพื่อความสนุกสนานให้รองรับกับนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

4.การให้ข้อมูลข่าวสาร คือการบริการการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว และควรมีจุดศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

5.บริการที่พัก คือ การบริการที่พักสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวโดยประเภทของที่พักควรมีความหลากหลายและหลายประเภทรวมทั้งการคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวด้วย

6.การบริการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ คือ การบริการนักท่องเที่ยวในเรื่องของการนำเที่ยวการเดินทางของนักท่องเที่ยว จัดกิจกรรมต่างๆโดยให้สอดคล้องกับความต้องการนักท่องเที่ยว ซึ่งการให้บริการควรที่จะมีมาตรฐานเดียวกัน

7.การบริการคมนาคมและการจัดการจราจร คือ การบริการการเดินทาง รถสาธารณะ รถรับจ้างไว้คอยให้บริการ มีช่องทางการให้บริการหลายรูปแบบ และอำนวยความสะดวกในเรื่องของการจราจร จัดหาสถานที่จอดรถ ป้ายจราจรที่ชัดเจน

8.การบริการอาหารและเครื่องดื่ม คือ การบริการอาหาร เครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและคุณภาพตามกระทรวงสาธารณสุข รวมถึงราคาที่เหมาะสม และควรมีองค์ประกอบ เช่น การตกแต่งสถานที่ให้เข้ากับท้องถิ่น การเสนออาหารประจำท้องถิ่น ตลอดจนพนักงานที่บริการควรมีใจรักในการให้บริการ

9.การบริการสินค้าและของที่ระลึก คือ การขายสินค้าของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นของฝาก และเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกด้วย

10.การบริการด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม ห้องสรรพสินค้า และจุดบริการห้องน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ

ข้อมูลพื้นฐานตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

1. ตลาดคลองถม ตั้งอยู่ตลอดถนนมหาจักร ระหว่างถนนเยาวราชกับถนนเจริญกรุง เป็นแหล่งค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ เครื่องเสียง เครื่องเล่นเกมส์ สินค้ามือสอง ประดับยนตร์ต่าง ๆ และสินค้าตามสมัยนิยม เช่น แว่นตา นาฬิกา เครื่องคิดเลข ในราคาถูก ส่วนถนนวรจักรเป็นแหล่งขายอะไหล่รถยนต์ทุกยี่ห้อ และเป็นย่านประดับยนต์ที่เก่าแก่ของกรุงเทพฯ ในช่วงกลางคืนตลาดคลองถมจะเปลี่ยนเป็น "ตลาดไฟฉาย" เปิดขายสินค้าในช่วงบ่ายวันเสาร์ จนถึงเช้าวันอาทิตย์ คลองถมจะเป็นแหล่งรวมสินค้าต่างๆ ทั้งมือหนึ่ง มือสอง ของหลุดจำนำ ของเก่า รวมทั้งอาหารและขนมต่างๆบริเวณตั้งแต่หน้าโรงพยาบาลกลาง ถึงสี่แยกวรจักร เปิดขายสินค้าเวลา 18.00 - 24.00 น.

2. ตลาดกลางคืนสีลม ตั้งอยู่ถนนสีลมย่านธุรกิจการค้าสำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพฯ เต็มไปด้วยสำนักงาน ร้านค้า ในช่วงกลางวัน ส่วนในช่วงกลางคืนจะมีการตั้งร้านขายของสองฟากฝั่งถนน ทางเดินตลอดแนวถนนสีลมนับเป็นแหล่งจับจ่ายอีกแห่งหนึ่งที่เต็มไปด้วยสินค้าหลากหลายชนิด เช่น ของที่ระลึก เสื้อผ้า และยังเป็นที่รู้จักในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวยามราตรีของกรุงเทพฯ สถานบันเทิง

และร้านค้าส่วนใหญ่จะเปิดประมาณ 2 ทุ่ม ปิดเวลาประมาณตี 2 นอกจากถนนสีลมแล้วยังมีซอยพัฒน์พงษ์ เป็นซอยย่อยแยกออกมาจากถนนสีลมซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีของชาวต่างชาติ เดิมเป็นสวนกล้วย รกร้างและครอบครองโดยกองทัพญี่ปุ่น ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง มาจากชื่อตระกูลพัฒน์พงศ์พานิชซึ่งซื้อที่ดินบริเวณนี้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2489 สร้างอาคารพาณิชย์ และตัดถนนตั้งชื่อว่า" ซอยพัฒน์พงศ์ 1"ต่อมาในปี พ.ศ. 2511 เริ่มมีไนต์คลับและสถานบันเทิงเปิดมาเพื่อรองรับทหารอเมริกัน ที่มารบใน สงครามเวียดนาม และมีชื่อเสียงในช่วง พ.ศ. 2515-2535

3. ตลาดกลางคืนนานา ตั้งอยู่ถนนสุขุมวิทและซอยนานา เป็นอีกแหล่งชอปปิ้งที่คึกคักไปด้วยนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าในช่วงเย็นไปจนถึงกลางดึก ซึ่งมีสินค้าหลายชนิด เช่น ของที่ระลึก เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ เป็นต้น นอกจากนี้ซอยนานายังเป็นศูนย์รวมของชาวตะวันออกกลางที่นิยมมาพักโรงแรมในซอยนี้ เป็นแหล่งรวมร้านอาหารอินเดีย และอาหารพื้นเมืองของอินเดียอย่างเคบับให้เลือกชิม เปิดขายสินค้าทุกวันเวลาประมาณ 17.00 – 22.00 น.

4. ตลาดสะพานพุทธ อยู่บริเวณรอบ ๆ ตัวสะพานพุทธไปจนถึงสะพานพระปกเกล้า (สะพานตั้งเคียงคู่กัน) ฝั่งพระนคร เป็นตลาดนัดของนักช็อป สินค้าส่วนใหญ่เป็นเสื้อผ้าแฟชั่น ทั้งของใหม่และสินค้ามือสอง ในช่วงกลางวันสะพานพุทธแห่งนี้ จะเป็นท่าเรือข้ามฟาก แต่พอถึงเวลา 18.00 น.ริมฟุตบาทจะกลายเป็นโซนขายของและยังมีผู้ที่ชื่นชอบงานศิลปะ มานั่งรับวาดรูปเหมือนและรูปล้อเลียนอยู่หลายร้าน เปิดบริการทุกวัน อังคาร - วันอาทิตย์ (หยุดวันจันทร์) ตั้งแต่เวลา 20.00 น. - 01.00 น.

5. ตลาดกลางคืนหน้ามหาวิทยาลัยรามคำแหง ตั้งอยู่ที่ถนนรามคำแหง ช่วงหน้ามหาวิทยาลัยรามคำแหงจนถึงเดอะมอลล์ รามคำแหง แหล่งขายสินค้าแฟชั่น ราคาถูก อาทิ เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ ของใช้ต่าง ๆ รวมทั้งชุดนักศึกษา อุปกรณ์การศึกษา หนังสือสำหรับผู้เตรียมสอบเข้าสถาบันต่าง ๆ พ่อค้า แม่ค้า จะทยอยเปิดร้านมีทั้งร้านค้าถาวร และร้านแบกะดินที่จะเริ่มเปิดขายกันอย่างคับคั่งในช่วงหัวค่ำ ตั้งแต่เวลาประมาณ 15.00-22.30 น.

6. สยามพาราไดซ์ไนท์บาร์ซาร์ ตลาดนัดกลางกรุงในย่านพระโขนง เปิดดำเนินการเมื่อปลายปี 2553 หลังจากย้ายมาจากสวนลุม ไนท์บาร์ซาร์ ในพื้นที่ 26 ไร่ ริมถนนสุขุมวิท บริเวณซอย 64 หรือตรงข้ามซอย 101 (ใกล้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ปุณณวิถี) บริหารงานโดยผู้บริหารงานสวนลุมไนซ์บาซาร์ ประกอบด้วยสินค้าหลายหลายสำหรับนักช้อปชาวไทยและนักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อหา แบ่งเป็นโซนต่าง ๆ มีทั้ง เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ เฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งสินค้าของที่ระลึก พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งร้านอาหาร ธนาคาร ลานจอดรถยนต์ส่วนตัวและรถทัวร์ เปิดบริการทุกวัน ระหว่างเวลา 10.00 - 24.00 น.

7. ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ ตลาดรถไฟตลาดนัดของคนรักความคลาสสิก ตั้งอยู่บริเวณถนนศรีนครินทร์ 51 เป็นตลาดนัดที่เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นสิ่งของเครื่องใช้โบราณ ความคลาสสิค ของ

มือสอง ของสะสม ของโบราณ นาฬิกา ชั้นไม้ โคมไฟ ของประดับชิ้นเล็ก ๆ อุปกรณ์อะไหล่จักรยาน ซีดีเพลงเก่า ๆ เป็นต้น ภายในตลาดรถไฟ แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนคือ โซนด้านนอก เป็นพื้นที่เปิดท้ายขายของ ของกิน ของใช้ ของใหม่ ของมือสอง ของสะสม ของเก่า ของเล่น ของใช้ ของตกแต่งบ้าน ของโบราณ รถโบราณ จักรยานโบราณ เสื้อผ้า แฟชั่น และต้นไม้ ฯลฯ และโซนด้านใน มีลักษณะเป็นโกดัง ขายเฟอร์นิเจอร์ย้อนยุค ส่วนตรงลานโล่งเป็นที่ขายของตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าแนววินเทจ ตุ๊กตาหลากแบบ และสินค้าอื่น ๆ ตลาดรถไฟเปิดให้บริการทุกวันเสาร์ - อาทิตย์ เวลา 17.00 – 24.00 น.

8. ตลาดกลางคืน ถนนข้าวสาร ถนนข้าวสาร เป็นตรอกขายข้าวสารที่ใหญ่ที่สุดในเขตพระนครในสมัยรัชกาลที่ 6 ข้าวสารจำนวนมากจะถูกขนส่งมาจากฉางข้าวหลวง สะพานช้างโรงสี ริมคลองคูเมืองเดิม หรือปัจจุบันก็คือ คลองหลอด เลียบมาตามแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นที่ท่าเรือบางลำพู เพื่อนำข้าวมาขายให้แก่ชาวบ้านในชุมชนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้ นอกจากนี้ ยังมีถ่านหุงข้าว ของชำขายอีกด้วย ต่อมาการค้าขายเจริญขึ้น จึงมีการขยายถนนและชุมชนออกไป ในปี พ.ศ. 2525 มีงานเฉลิมฉลองกรุงเทพฯ ครบรอบ 200 ปี ชาวต่างชาติมาเที่ยวชมงานเป็นจำนวนมาก และได้ไปเช่าที่พักอยู่บริเวณถนนข้าวสาร ซึ่งในสมัยนั้นยังไม่มีเกสท์เฮาส์หรือโรงแรม ภายหลังจึงได้มีการเปิดเกสท์เฮาส์และโรงแรมราคาประหยัด ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานบันเทิง ตลอดแนวถนนข้าวสาร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จนปัจจุบันกลายเป็นศูนย์รวมของนักท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ถนนข้าวสารผู้คนจะเยอะในช่วงเวลา 15.00 - 02.00 น. ของทุกวัน

9. จตุจักร(วันศุกร์)กลางคืน เจเจไนท์มาร์เก็ต ตั้งอยู่ในตลาดนัดสวนจตุจักร แถวๆโครงการ 16 และ 21 สามารถเดินเข้าประตู 3 ของจตุจักร ของถูกราคาส่ง เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าพึ่งนำสินค้าเข้ามาลงใหม่ของทุกสัปดาห์ จตุจักรกลางคืนจะเริ่มคึกคักตั้งแต่เวลา 22.00 – 05.00 น.

10. จตุจักรกรีน(ตลาดนัดสยามยิปซี)เอกลักษณ์ของตลาดนี้นอกจากของมือสองคือเป็นแหล่งรวมนักสะสมรถโบราณและเป็นตลาดกลางแลกเปลี่ยนซื้อขายอะไหล่รถ และของเก่าหลากหลายประเภท นอกนั้นชาววินเทจและผู้ชื่นชอบของแฮนด์เมดห้ามพลาดเพราะที่นี่คือแหล่งรวมคนชอบของโบราณสำหรับตลาด Siamgypsy Market นี้หรือดีตรัชดาไนท์ ย้ายไปอยู่โครงการจตุจักรกรีน เปิดทุกวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์เวลา 18.00 น. - 01.00 น. (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2554-2558

กรุงเทพมหานครมีบทบาทสูงมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศหรืออาจกล่าวได้ว่ากรุงเทพมหานครเป็นหัวใจของการท่องเที่ยวของประเทศ ด้วยความได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลางการเดินทางของนักท่องเที่ยว จึงต้องมีการยกระดับพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจากการร่วมมือของทุกภาคส่วน เพื่อให้กรุงเทพมหานครมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (พ.ศ. 2554-2558)ซึ่งมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในด้านต่างๆ อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพโดยสอดคล้องกับแผนบริหารราชการกรุงเทพมหานครพ.ศ. 2552-2555 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และแผนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร, 2555)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน
เป้าประสงค์ยุทธศาสตร์ อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนฐานอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีต่างๆอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยว

กลยุทธ์

1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ภูมิทัศน์ทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

2) อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยว

3) พัฒนาและส่งเสริมความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับชาติและสากล

4) พัฒนาและส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาและส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยว

กลยุทธ์

1) พัฒนาเครื่องมือ เครือข่ายและกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลง

2) สร้างภาพลักษณ์และสื่อความหมายการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้ชัดเจนสำหรับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

3) ส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มการจับจ่ายสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4) ส่งเสริมการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่และส่งเสริมการท่องเที่ยวซ้ำ

5) พัฒนาและดำเนินการส่งเสริมการตลาดผ่านระบบอินเตอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เพิ่มประสิทธิภาพกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเครือข่าย

กลยุทธ์

1) เสริมสร้างกลไกความร่วมมือเชิงเครือข่ายกับภาคีต่างๆ เพื่อพัฒนาและบริหารทรัพยากรการท่องเที่ยวและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

2) ปรับโครงสร้างองค์กรให้มีหน่วยงานรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรงทั้งส่วนกลางและสำนักงานเขต และปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดสรรและเบิกจ่ายงบประมาณด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

3) เสริมสร้างศักยภาพชุมชนในพื้นที่เพื่อร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวในกรุง เทพมหานคร

4) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

5) สร้างและบูรณาการแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับสำนักงานเขตที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์

1) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของกรุงเทพมหานครให้มีความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวในระดับสากล

2) สร้างระบบการเรียนรู้ผ่านช่องทางต่างๆให้กับบุคลากรทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครโดยความร่วมมือของภาคีต่างๆ ในพื้นที่

3) ส่งเสริมการจัดการความรู้ด้านการจัด การการท่องเที่ยวแก่บุคลากรภาครัฐเอกชนชุมชนและประชาสังคม

4) ปลูกฝังจิตสำนึกของชุมชนและประชาสังคมในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาคุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว

กลยุทธ์

1) พัฒนากลไกการบริหารคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว และจริยธรรมของธุรกิจให้บริการนักท่องเที่ยว

2) พัฒนาระบบจูงใจเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวของผู้ให้บริการและผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว

3) เสริมสร้างขีดความสามารถการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแก่ผู้ให้บริการและผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว

4) พัฒนากลไกความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับบริการการท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

นิภาพร แสนสุภา (2548) ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาเส้นทางถนนคนเดินในนครเชียงใหม่ พบว่านครเชียงใหม่ มีการเจริญเติบโตทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจ ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยว มีการส่งเสริมการพัฒนาทางด้านกายภาพให้มีความทันสมัย

จากการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ช่วยแก้ปัญหาการจราจรที่แออัดและปัญหามลภาวะได้ในระยะยาว

2. ช่วยลดอุบัติเหตุ

3. ส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมวิถีชีวิตประเพณีที่มีคุณค่า

4. ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของเมือง

5. ช่วยอนุรักษณ์อาคารสถาปัตยกรรมย่านประวัติศาสตร์ที่สำคัญ

6. ลดการสูญเสียของพลังงานและลดต้นทุนการก่อสร้าง โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ

7. เป็นพื้นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจหรือทำกิจกรรมนันทนาการของคนในชุมชนเมือง

8. สนับสนุนให้คนเดินและใช้จักรยานมากขึ้นโดยผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

9. สร้างจิตสำนึกให้คนรู้สึกตระหนักถึงความสำคัญของระบบขนส่งสาธารณะ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

10. ผลักดันให้เกิดองค์กรในชุมชนที่เข้มแข็งและสร้างความสามัคคีของคนในชุมชน

นัฐพร เกิดกลางและคณะ (2553) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คนใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) กล่าวคือเจาะจงเลือกนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของแต่ละเขตทั้ง 50 เขตของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 59.5 อายุระหว่าง 21-30 ปีร้อยละ 35.0 สถานภาพโสดร้อยละ 64.8 นับถือศาสนาพุทธร้อยละ 92.2 อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาร้อยละ 26.8 รองลงเป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 21.4 และพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 21.1 ซึ่งมีรายได้ประมาณเดือนละ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 28.0 และ10,001-20,000 บาท ร้อยละ 27.0 จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีร้อยละ 54.4เป็นคนที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครร้อยละ53.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัวหรือญาติร้อยละ 34.6 รองลงมาคือเดินทางกับกลุ่มเพื่อนร้อยละ 33.0 นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวร้อยละ 10.1 ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวนิยมการเดินทางกับกลุ่มทัวร์เพียงร้อยละ 1.5 เท่านั้น สำหรับที่พักระหว่างเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะพักที่บ้านร้อยละ 62.1 ทั้งบ้านตนเอง บ้านเพื่อนหรือบ้านญาติ ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 33.3 ช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ร้อยละ 46.6 และมีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณเดือนละ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 12.54 ครั้งต่อปี) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจากการบอกต่อของเพื่อนและคนรู้จักร้อยละ 28.9 รองลงมาคือจากวิทยุหรือโทรทัศน์ร้อยละ 26.3 และอินเตอร์เน็ตร้อยละ 25.8 เหตุผลสำคัญในการท่องเที่ยว คือ การพักผ่อนร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ ไหว้พระหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ร้อยละ 21.9

รูปแบบการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวนิยมนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 15.5 นิยมการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งเป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจที่สามารถลดความเครียดได้ ความนิยมอันดับรองลงมาคือการทำบุญ หรือการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ร้อยละ 12.9 การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมร้อยละ 11.2 และการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาอาหารอันอร่อยรับประทานร้อยละ 11.1 ผู้ที่นิยมการท่องเที่ยวแนวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตมีเพียงร้อยละ 9.8 และ 8.9 ตามลำดับ อาจเนื่องจากกรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวไม่มากนักและอาจไม่ดึงดูดใจพอ นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเพื่อชมงานแสดงสินค้าหรือนวัตกรรมและการท่องเที่ยวเชิงวิชาการมีเพียงร้อยละ 7.0 และ 3.2 ตามลำดับ

สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่นักท่องเที่ยวเคยไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 30 แห่ง จากทั้งหมด 54 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 55.6 ที่นักท่องเที่ยวเคยไปเยี่ยมชม ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอาทิ พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดารามวัดพระเชตุพนวิมลมังคลา

ราชวรมหาวิหารวัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร สวนสัตว์ดุสิตสถานที่จำหน่ายสินค้าย่านประตูน้ำ เป็นต้นจากข้อมูลตารางที่ 4.4 จะเห็นได้ว่า ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจจะไปเยี่ยมชมแต่ยังไม่ได้ไปอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นพิพิธภัณฑ์ อาทิ พิพิธภัณฑ์เรือจิ๋ว พิพิธภัณฑ์หินแปลก พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเรือพระราชพิธี นอกจากนี้ ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกหลายแห่งที่นักท่องเที่ยวไม่รู้จัก เช่น พิพิธภัณฑ์เรือจิ๋ว พิพิธภัณฑ์หินแปลก พิพิธภัณฑ์บ้านไทยจิม ทอมป์สัน สวนนกโรงกลั่นน้ำมันบางจากสวนนกธรรมชาติแขวงลำปลาทิว สถานที่ปั่นจักรยานท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ในเขตสะพานสูงวัดศรีนวลธรรมวิมลและศูนย์การเรียนศิลปศาสตร์ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า สถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนเป็นแหล่งการเรียนรู้ทั้งความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมและนิเวศวิทยา ที่สร้างความภาคภูมิใจในมรดกของชาติและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นกรุงเทพมหานครจึงควรเร่งประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น

สถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นชาวกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สถานที่เคยไป ได้แก่ สวนจตุจักร ย่านประตูน้ำ สวนสัตว์ดุสิต วัดพระศรีรัตนศาสดาราม สวนสยามวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราชวรมหาวิหาร ถนนข้าวสาร ย่านราชประสงค์ ท้องฟ้าจำลองวัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร เป็นต้นสถานที่อยากไป ได้แก่ พิพิธภัณฑ์เรือจิ๋วพิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน ตลาดน้ำวัดไทรพิพิธภัณฑ์หินแปลก บ้านซอยสวนพลู วัดพระราม การปั่นจักรยานท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตสะพานสูงวัดมหาบุศย์ (แม่นาค) ถนนสายไม้หรือชุมชนสะพานไม้ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเรือพระราชพิธี เป็นต้นสถานที่ที่ไม่รู้จัก ได้แก่ สวนนกแขวงลำปลาทิวพิพิธภัณฑ์หินแปลก สวนนกโรงกลั่นน้ำมันบางจากวัดศรีนวลธรรมวิมลและศูนย์การเรียนศิลปศาสตร์ซอยคาวบอย พิพิธภัณฑ์เรือจิ๋ว ถนนสายไม้ หรือชุมชนสะพานไม้ การปั่นจักรยานท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตสะพานสูง พิพิธภัณฑ์บ้านไทยจิม ทอมป์สัน เป็นต้นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นคนต่างจังหวัดสถานที่เคยไป ได้แก่ สวนจตุจักร ย่านประตูน้ำวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ย่านราชประสงค์สวนสัตว์ดุสิต สวนสยาม วัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร ถนนข้าวสารวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราชวรมหาวิหาร เป็นต้นสถานที่อยากไป ได้แก่ ถนนสายไม้หรือชุมชนสะพานไม้ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเรือพระราชพิธี พิพิธภัณฑ์เรือจิ๋ว พิพิธภัณฑ์หินแปลกวัดศรีนวลธรรมวิมลและศูนย์การเรียนศิลปศาสตร์พิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนครอุทยานเฉลิมพระเกียรติพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ตลาดน้ำวัดไทรบ้านซอยสวนพลู เป็นต้นสถานที่ที่ไม่รู้จัก ได้แก่ สวนนกแขวงลำปลาทิวสวนนกโรงกลั่นน้ำมันบางจาก การปั่นจักรยานท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตสะพานสูง ถนนสายไม้หรือชุมชนสะพานไม้ พิพิธภัณฑ์หินแปลกวัดศรีนวลธรรมมูลและศูนย์การเรียนศิลปศาสตร์บ้านซอยสวนพลู ซอยคาวบอย พิพิธภัณฑ์บ้านไทยจิม ทอมป์สัน พิพิธภัณฑ์เรือจิ๋ว เป็นต้น

ความพร้อมของกรุงเทพมหานครในการให้บริการการท่องเที่ยวตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6Asสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) บูฮาลิส(Buhalis, 2000) กรุงเทพมหานครมีความพร้อมของ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับมาก โดยมีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและความหลากหลายของสินค้าและบริการที่พัก (Accommodation) กรุงเทพมหานครมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านที่พัก ในระดับมาก โดยที่ที่พักมีความสะอาด สวยงามปลอดภัย มีบริการที่ดีและราคาไม่แพงจนเกินไปสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)กรุงเทพมหานครมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมาก โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งบริการการเงิน ข้อมูลการท่องเที่ยว ภัตตาคารหรือร้านอาหารและศูนย์การค้าการคมนาคม (Accessibility)กรุงเทพมหานครมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมในระดับปานกลางทั้งความปลอดภัยของเส้นทางคมนาคม ที่จอดรถและทางเดินเท้า แต่นักท่องเที่ยวยังไม่พอใจต่อพนักงานและผู้ให้บริการการเดินทาง จึงควรปรับปรุงให้มีความพร้อมมากขึ้นกิจกรรม (Activities) กรุงเทพมหานครมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ในระดับมาก ทั้งด้านกิจกรรม การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเยี่ยมชมโบราณสถานการท่องเที่ยวสวนสนุก การจับจ่ายใช้สอยและการจัดกิจกรรมในเทศกาลต่างๆ แต่นักท่องเที่ยวยังไม่พอใจ การจัดกิจกรรมกีฬา เช่น กอล์ฟ เทนนิสมวย กรีฑา จึงควรปรับปรุงให้มีความพร้อมมากขึ้นการยอมรับ (Acceptance) กรุงเทพมหานครมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการยอมรับในระดับมาก

ความพร้อมของกรุงเทพมหานครในการให้บริการตามกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว 16Ps ผลการประเมินความพร้อมของกรุงเทพมหานครในทัศนะของนักท่องเที่ยวตามกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว 16Ps ได้แก่ ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จุดยืนผลิตภัณฑ์ (Positioning) ผลิตภัณฑ์ (Product) การส่งเสริมการขาย (Promotion) จิตวิทยาการขาย (Psychology) พันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) การมีส่วนร่วมทางธุรกิจ (Participation) การขายรวม (Packaging) บุคลากรทางการท่องเที่ยว (People) ช่วงเวลา (Period) สภาพแวดล้อมทางด้านการท่องเที่ยว (Politics) ความคิดเห็นสาธารณะทางด้านการท่องเที่ยว (Public Opinion) กระบวนการให้บริการ (Process of Service) สภาพแวดล้อมด้านผลิตภัณฑ์และสถานประกอบการ (Physical Evidence) และการวางแผน (Planning) พบว่า กรุงเทพมหานครมีความพร้อมตามกลยุทธ์การตลาดเกือบทุกด้าน ยกเว้นกลยุทธ์ด้านราคาและสภาพแวดล้อมทางด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์ด้านราคา (Price) เนื่องจากอัตราค่าบริการที่พักในกรุงเทพมหานครมีราคาแพงเกินไปสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งอาหาร สินค้าและบริการ ทั้งนี้ อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อยซึ่งอยู่ระหว่าง 5,000-20,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษากลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านการท่องเที่ยว (Politics) กรุงเทพมหานครยังขาดความพร้อมด้านความสะอาด มีมลพิษทางอากาศ มลพิษทางเสียงและขาดความร่มรื่นของถนนหนทาง นอกจากนั้น ยังขาดความพร้อมในด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวด้วยทั้งนี้เนื่องจากในระยะเวลาการเก็บข้อมูลภาคสนามเป็นช่วงหลังการเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองไม่นานนัก ทำให้กรุงเทพมหานครกลายเป็นสัญลักษณ์ของเหตุการณ์ความรุนแรงที่ไม่มีความปลอดภัย

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวยังเห็นว่าคนกรุงเทพมหานครมีอัธยาศัยไมตรีดีส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่ดี

ระดับศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวผล การประเมินศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า หน่วยงานที่ให้บริการเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นโรงพยาบาล การบริการทางการแพทย์ ธนาคารและห้างสรรพสินค้าที่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูงอย่างไรก็ตามพบว่า ทุกหน่วยงานได้รับการประเมินศักยภาพการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ที่พัก โรงแรม และห้างสรรพสินค้า

การวางแผนที่จะกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในอนาคตนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากถึงร้อยละ 94.9วางแผนจะกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอีกในอนาคต และอีกร้อยละ 5.1 ไม่ต้องการจะกลับมาเที่ยวที่กรุงเทพมหานครอีกผู้ที่วางแผนจะกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอีกในอนาคต ให้เหตุผลว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่มีสถานที่ท่องเที่ยวน่าสนใจมาก ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่ทันสมัยและสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่มีความสวยงามเป็นที่ยอมรับของนานาชาติอีกทั้งยังเป็นแหล่งรวมความเจริญทางด้านธุรกิจและเทคโนโลยี มีการเดินทางที่สะดวกรวดเร็วสามารถเลือกเดินทางได้หลายรูปแบบ ค่าใช้จ่ายไม่สูง คนกรุงเทพมหานครมีอัธยาศัยไมตรีดี มีกิจธุระที่ต้องทำ มีงานเทศกาลและกิจกรรมที่น่าสนใจอยู่เสมอ มีแหล่งท่องเที่ยวยามราตรีที่น่าสนใจ รวมทั้งเป็นคนกรุงเทพมหานครหรือทำงานอยู่ที่กรุงเทพมหานครจึงนิยมท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพราะสะดวกและใกล้บ้านสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาเที่ยวที่กรุงเทพมหานครอีก ให้เหตุผลว่ากรุงเทพมหานครมีมลพิษมาก มีความเป็นธรรมชาติน้อย มีค่าครองชีพสูง โดยเฉพาะค่าที่พัก มีอุบัติเหตุบ่อย มีปัญหาจราจร มีความปลอดภัยน้อย เนื่องจากการชุมนุมทางการเมือง

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครว่าควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อให้คนต่างจังหวัดทราบข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว และจัดงานเทศกาลในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดการท่องเที่ยวให้เป็นระบบด้วยมาตรฐานเดียวกันทั้งการบริการและราคาปรับปรุงการ จราจรให้สะดวกยิ่งขึ้นโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าปรับปรุงสถานที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอและปลอดภัย พร้อมจัดให้มีช่องทางจักรยานสำหรับนักท่องเที่ยวและให้มีรถประจำทางผ่านสถานที่ท่องเที่ยว ปรับปรุงการบริการของระบบขนส่งมวลชน ทั้งรถเมล์ รถแท็กซี่และรถตุ๊กตุ๊ก ทำป้ายสัญลักษณ์ให้ชัดเจนทั้งป้ายบอกทางป้ายจราจรและป้ายแสดงสถานที่ท่องเที่ยวจัดทัศนียภาพในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวให้สวยงามรักษาความสะอาดในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ และกิจกรรมที่แสดงถึงวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชุมชน รณรงค์ให้คน

ไทยเห็นความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในกรุงเทพมหานคร ส่วนที่พัก โรงแรมเกสต์เฮ้าส์มีราคาแพง ควรปรับลดราคาให้เหมาะสม

เพชรา บุดสีทา (2553)ได้ทำการวิจัยเรื่องการจัดการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า แนวทางการจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม ดังนี้

1. การจัดการด้านสินค้า ชมชนควรจัดให้มีการบริจัดการให้เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง และสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

2. การจัดการด้านราคา ชุมชนนครชุมยังไม่มีการจัดการด้านราคาอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งต้องประชุมชาวบ้านและกำหนดราคาเป็นราคาเดียวกัน

3. การจัดการด้านช่องทางจัดจำหน่าย ชุมชนนครชุมยังไม่มีการจัดการด้านช่องทางจัดจำหน่ายอย่างเป็นรูปธรรม ควรจัดช่องทางจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับชุมชนไว้ 3 ช่องทาง

4. การส่งเสริมการตลาด โดยทำการประชาสัมพันธ์โดยวิทยุชุมชน วารสารการท่องเที่ยว ใบปลิวแผ่นพับ โปสเตอร์ อินเทอร์เนต หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์รายวัน ขอความช่วยเหลือจากท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน

5. การจัดการด้านบุคคล ชุมชนนครชุมยังไม่มีการจัดการด้านบุคลากร อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นบุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน จะต้องเป็น ชาวบ้านหรือสมาชิกในชุมชนร่วมดำเนินการทั้งหมด

6. การจัดการด้านขั้นตอนการให้บริการ ชุมชนยังไม่มีการจัดการด้านขั้นตอนการให้บริการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นกลุ่มท่องเที่ยวที่ถูกจัดตั้งขึ้นโดยชุมชนจะต้องตกลงกันว่าควรมีขั้นตอนการให้บริการอย่างไร

7. การจัดการด้านภาพลักษณ์ของชุมชน จะต้องจัดการองค์ประกอบด้านกายภาพทั่วไปภายในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีทิวทัศน์ที่สวยงาม รักษาโบราณสถาน ดูแลเรื่องความสะอาด ที่จอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวก

ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร (2555) ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครการสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พิจารณาจากวิสัยทัศน์หรือนโยบาย โครงสร้าง บุคลากร และงบประมาณด้านการท่องเที่ยวเป็นแนวทางซึ่งการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาข้อมูล ทุติยภูมิควบคู่กับการ สัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว รองผู้อำนวยการสำนัก

วัฒนธรรม ผู้อำนวยการกองการท่องเที่ยวหัวหน้ากลุ่มงานแผนงานการท่องเที่ยว หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว หัวหน้ากลุ่มงานพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้อำนวยการเขตและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของสำนักงานเขตทั้ง 50 เขต ได้ผลดังนี้

ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในระดับส่วนกลางศักยภาพในด้านต่างๆ ของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในระดับส่วนกลางสรุปได้ดังนี้

วิสัยทัศน์หรือ นโยบายด้านการท่องเที่ยววิสัยทัศน์กรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่องเที่ยวสากลเพื่อคนทุกกลุ่มที่ดำรงเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม เคารพวิถีชีวิตท้องถิ่นและพัฒนาสิ่งแวดล้อม ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครพันธกิจ

(1) พัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพและขีดจำกัดของแต่ละพื้นที่

(2) จัดบริการให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพมีความสะดวกและราคาเหมาะสมเป็นธรรม

(3) รักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

(4) พัฒนาการท่องเที่ยวโดยเคารพในเอกลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมและภูมิปัญญาพื้นถิ่น

(5) พัฒนาการท่องเที่ยวโดยอนุรักษ์และพัฒนาสภาพนิเวศ สิ่งแวดล้อม พลังงานและป้องกันผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรม

(6) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนไว้ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว

(7) ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยองค์กรชุมชนและเน้นการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

(8) ต้องจัดการการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงกลุ่มคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส เด็ก สตรีและผู้สูงอายุ

(9) ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือยกระดับอาชีพ-รายได้แก่ประชาชนและกระจายผลประโยชน์สู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

(10) บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ระบบการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคม

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

(1) การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

(2) การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

(3) นโยบายและแผนที่ชัดเจนและนำไปสู่การนำไปปฏิบัติ

(4) การให้ความรู้และความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(5) แผนงานและแผนเงินที่สอดคล้องกัน

เป้าหมาย

(1) ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาและการมีส่วนร่วมของชุมชน

(2) ใช้การท่องเที่ยวยกระดับอาชีพ-รายได้และกระจายผลประโยชน์วัตถุประสงค์

1) เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีภูมิปัญญา

2) เพื่อสร้างจิตสำนึกรักถิ่น

3) เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

4) เพื่อยกระดับอาชีพ-รายได้และกระจายผลประโยชน์

ทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานครต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร (2555)

ความคิดเห็นของชาวกรุงเทพมหานครต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในปัจจุบันจาก การศึกษาความคิดเห็นของชาวกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน ซึ่งมีผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านประชากรและการเมืองนิเวศและสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม ผลการศึกษามีดังนี้ (1) ผลกระทบด้านประชากรและการเมืองการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครทำให้เกิดผลกระทบด้านประชากรและการเมือง โดยมีผลกระทบเชิงบวก คือ เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ส่วนผลกระทบเชิงลบ คือ การอพยพย้ายถิ่นของคนภายนอกมาทำมาหากินในชุมชนและงบประมาณสนับสนุนเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่ชาวกรุงเทพมหานครอาจไม่เพียงพอ (2) ผลกระทบด้านนิเวศและสภาพแวดล้อมการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกกับนิเวศและสภาพแวดล้อมในชุมชน กล่าวคือทำให้ป้ายจราจร สภาพถนนระบบการคมนาคมขนส่งสาธารณะและระบบ สาธารณูปโภคดีขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวก็มีผลกระทบเชิงลบต่อสภาพแวดล้อมในชุมชนด้วย คือ เกิดมลพิษทางอากาศ เสียง น้ำและขยะในชุมชนมากขึ้น (3) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจในชุมชนกล่าวคือ ทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น คนมีงานทำมีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถสร้างธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนได้ ท้องถิ่นมีรายได้จากภาษีมากขึ้น สามารถนำภาษีมาพัฒนาชุมชนได้ อย่างไรก็ตาม ผลกระทบเชิงลบต่อเศรษฐกิจในชุมชน คือ สินค้าราคาแพงขึ้น ทำให้ค่าครองชีพของคนในชุมชนสูงตามไปด้วย(4) ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชน กล่าวคือ

ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนได้รับความสนใจมากขึ้น คนในชุมชนมีความสามัคคีกันร่วมมือร่วมใจกันพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนแต่ผลกระทบเชิงลบให้น้อยที่สุด

องค์ประกอบด้านการคมนาคม (Accessibility) ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาระบบการคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ (1) แก้ไขปัญหาการจราจร (2) ปรับปรุงถนนให้มีสภาพที่ดีและกว้างขึ้น(3) เพิ่มป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวและแสดงรายละเอียดอย่างชัดเจน (4) เพิ่มสถานที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้นและเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย (5) ปรับปรุงทางเดินเท้าให้มีความเป็นระเบียบและสะอาดมากขึ้น (6) ควรมีรถโดยสารสาธารณะที่ได้มาตรฐานให้บริการถึงสถานที่ท่องเที่ยว

องค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน (Activities)ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน ได้แก่ (1) จัดกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ และประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวรับรู้ (2) ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบด้านการยอมรับนักท่องเที่ยวของคนในชุมชน (Acceptance)ข้อเสนอแนะเพื่อโน้มน้าวให้ไตรภาคีในชุมชนภาคประชาชน ภาครัฐและภาคเอกชน) ยอมรับการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) การประชุมทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อรับทราบปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ (2) ภาครัฐควรชี้แจงชุมชนถึงแนวทางและผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว (3) ประชาสัมพันธ์ให้รางวัลและจัดกิจกรรมประกวดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร

ชลลดา มงคลวนิช และธนัญชนก จันทร์แดง (2556) ทำการวิจัยเรื่องความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตักสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาดหรือการประชามสัมพันธ์ เยาวชนไทยให้ความสำคัญในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ รองลงมาคือกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาล

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เยาวชนไทยให้ความสำคัญในเรื่อง ทัศนียภาพที่สวยงาม รองลงมา คือเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตลาดน้ำ และความสะดวกในการเดินทาง

ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ เยาวชนไทยให้ความสำคัญในเรื่อง สินค้าที่มีรูปแบบทันสมัย รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่หาจำหน่ายยาก และการบริการด้วยอัธยาศัยไมตรี

ด้านราคา เยาวชนไทยให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด รองลงมา คือ การติดป้ายราคาอย่างชัดเจน และราคาการบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพ

ปราณี ตันประยูร และสมเกียรติ แดงเจริญ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการตลาดนัดมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผู้จำหน่ายสินค้ามีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการตลาดนัดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้จำหน่ายสินค้ามีความเห็นต่อการบริหารจัดการตลาดนัดด้านการวางแผนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยมีนโยบายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีระเบียบในการบริหารจัดการตลาดนัด รวมถึงมีการกำหนดเวลาเปิดปิดตลาดนัดที่ชัดเจน ผู้จำหน่ายสินค้ามีความเห็นต่อการบริหารจัดการตลาดนัดด้านการจัดองค์การโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยมีการแบ่งงานของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอย่างชัดเจน เช่น งานเก็บค่าเช่าร้าน งานจราจร และรักษาความปลอดภัย งานทำความสะอาด เป็นต้น แต่อาจยังไม่มีคณะกรรมการบริหารจัดการตลาดนัดที่ชัดเจนและสามารถอานวยความสะดวกต่าง ๆ ได้ จึงทำให้ผู้จำหน่ายสินค้าไม่สามารถติดต่อประสานงานเรื่องตลาดนัดได้โดยตรง นอกจากนี้อาจทำให้การปฏิบัติงานของหน่วยงาน/เจ้าหน้าที่บางหน่วยงานยังขาดความเสมอภาคในการปฏิบัติต่อผู้ค้า หรือปฏิบัติงานยังไม่รวดเร็วและไม่ตรงเวลา ผู้จำหน่ายสินค้ามีความเห็นต่อการบริหารจัดการตลาดนัดด้านการนาและการจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเจ้าหน้าที่ประสานงานด้านตลาดนัดเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ แต่เนื่องจากมีผู้จำหน่ายเป็นจำนวนมาก และบริเวณที่จัดตลาดนัดค่อนข้างกว้าง มหาวิทยาลัยจึงอาจประชาสัมพันธ์ สื่อสาร ให้คำแนะนำปรึกษากับผู้จำหน่ายยังไม่ทั่วถึง รวมถึงการจัดสิ่งอานวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ห้องน้า ที่นั่งพัก ด้านการควบคุมผู้จำหน่ายสินค้ามีความเห็นต่อการบริหารจัดการตลาดนัดด้านการควบคุมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยให้ผู้จำหน่ายสินค้าร่วมมือในเรื่องการรักษาความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือด้วยดีจากผู้จำหน่ายสินค้ารวมถึงมหาวิทยาลัยมีขั้นตอนและวิธีการเก็บค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม โปร่งใส และตรวจสอบได้และอาจเนื่องจากมีผู้จำหน่าย และผู้ซื้อสินค้าจำนวนมากอีกทั้งบริเวณจัดตลาดนัดค่อนข้างกว้าง การควบคุมบางเรื่องจึงอาจยังทำได้ไม่ทั่วถึง เช่น เรื่องคุณภาพ และราคาสินค้า การจัดการกับผู้จำหน่ายที่ไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ การกำกับดูแลเรื่องความปลอดภัย และการจราจร ผู้ซื้อมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการตลาดนัดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความเหมาะสมของการจัดสถานที่จำหน่ายสินค้าทั้งนี้อาจเนื่องมาจากตลาดนัดมหาวิทยาลัยเป็นตลาดนัดที่ดำเนินการมานาน จนเป็นที่นิยมของชาวอยุธยาและจังหวัดใกล้เคียง เนื่องจากจัดในวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งมหาวิทยาลัยมีการจัดการเรียนการสอนนักศึกษาบุคลากร นำสินค้ามาจำหน่ายอย่างหลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยมีเหมาะสมทั้งด้านการคมนาคม และการมีปัจจัยอื่นสนับสนุนเช่น โรงอาหาร ร้านถ่ายเอกสาร เป็นต้น ส่วนความคิดเห็นของผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อการบริหารจัดการในสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง และระดับน้อย เช่น ความสะอาด และความเพียงพอของห้องน้า ความเพียงพอของที่จอดรถ อาจ

เนื่องจากแผนผังอาคารสถานที่ของมหาวิทยาลัยจัดเพื่อเป็นสถาบันการศึกษา เมื่อต้องมารองรับการจัดเป็นตลาดนัดซึ่งเติบโตและขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งผู้จำหน่าย และผู้ซื้อสินค้า จึงย่อมเกิดปัญหาในการให้บริการ และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ที่นั่งพัก ถังขยะ การจัดระบบจราจร และ การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยสรุปแนวทางที่ต้องได้รับการพัฒนาของนักท่องเที่ยวมีทั้งหมด 3 ด้าน 5 ประเด็น คือ จำนวนร้านค้าที่ควรเพิ่มให้มากขึ้น รสชาติของอาหารที่ควรกำหนดมาตรฐานด้านรสชาติ ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร ความหลากหลายของสินค้ามีให้เลือกหลายชนิดที่ควรจัดอาหารใหม่ๆ มาขาย รวมทั้งกำหนดให้ร้านค้าขายสินค้าไม่ให้ซ้ำกัน ตู้โทรศัพท์สาธารณะที่ควรเพิ่มให้มากขึ้น และป้ายสัญลักษณ์บอกทางที่ควรจัดทำป้ายบอกทางเข้าให้ชัดเจนและติดตามจุดสำคัญหรือเส้นทางต่างๆ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถนนคนเดิน ตลาด 200 ปราณบุรี ของผู้ให้ข้อมูลหลัก มีทั้งหมด 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรมีการปรับปรุงทัศนียภาพของตลาด อาคาร บ้านไม้เก่าให้ดีขึ้น มีโครงการขยายตลาดไปอีก 100 เมตรเพื่อรองรับกับจานวนนักท่องเที่ยว และจัดให้มีโครงการการท่องเที่ยวทางน้ำในอนาคต

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรเพิ่มห้องน้ำ ดวงไฟ ตู้บริการฝากถอนเงินอัตโนมัติ รวมทั้งปรับปรุงทางเดิน และสถานที่จอดรถให้มีความสะดวกมากขึ้น

3. ด้านการเข้าถึง ควรเพิ่มป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทาง และป้ายประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น รวมทั้งมีโครงการเพิ่มรถบริการสาธารณะเพื่ออานวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

4. ด้านการจัดการร้านค้า ควรเพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น โดยเฉพาะร้านขายสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และจัดร้านค้าไม่ให้มีพื้นที่ว่างตามทางเดิน

5. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมผู้นำชุมชน คณะกรรมการในด้านบริหารงาน การให้บริการ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดอบรมผู้ประกอบการในด้านการท่องเที่ยวเชิงชุมชน การให้บริการแก่ผู้บริโภค และจัดอมรมชาวบ้านในชุมชนในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

6. ด้านแนวทางการพัฒนาด้านการบริหารจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ควรเสนอโครงการไปยังหน่วยงานอื่นๆ เพื่อของบประมาณมีการพัฒนาร่วมกันระหว่างคนในชุมชน ภาคเอกชน และหน่วยงานราชการ มีการใช้เครื่องขยายเสียงเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในชุมชน และมีโครงการเพิ่มวันและเวลาในการเปิดถนนคนเดิน

งานวิจัยต่างประเทศ

ฮาว หลุย และ เชียง (Shu-O HuangYaw-Haw Liou and Gwo-Hshiung Tzeng, 2009) ได้ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาบริการของ การท่องเที่ยวตลาดกลางคืน โดยตลาดกลางคืนได้กลายเป็นจุดร้อนของการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว ฟังก์ชั่นที่ชัดเจนและโดยนัยของการให้บริการเพื่อการพักผ่อน การศึกษาที่ผ่านมาเมื่อตลาดกลางคืนเน้นในเรื่องของนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจ ฯลฯ มีเพียงจำนวนน้อยของการศึกษาได้รับทำเกี่ยวกับวิธีการจัดการและปรับปรุงการให้บริการของตลาดกลางคืน ชี้ให้เห็นปัญหานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ถูกขโมยของ, การจราจรติดขัดและปัญหาที่จอดรถแสดง ว่าการวางแผนหน่วยงานของตลาดกลางคืนควรจะให้ความสำคัญกับการปรับปรุงสภาพแวดล้อมโดยรวมสำหรับตลาด ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนสำหรับการปรับปรุงด้านนันทนาการ เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจความต้องการที่จะหาและแก้ไขข้อเสียที่มีอยู่ในตลาดกลางคืน เป็นวิธีเดียวที่จะทำให้คืนตลาดที่มีคุณค่าและน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว วิธีเชิงปริมาณที่ใช้ในการวัดการบริการที่ตลาดกลางคืนระบบในการศึกษานี้สามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจในการวางแผนในอนาคต มิติที่ห้าที่จัดตั้งขึ้นโดยการศึกษาครั้งนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อตลาดกลางคืนระบบบริการในระหว่างที่มิติบริการสาธารณะ ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเป็นหนึ่งที่ต้องการการปรับปรุงมากขึ้นในพื้นที่เช่นฟังก์ชั่นการให้บริการให้คำปรึกษาด้านฟังก์ชั่นการป้องกันภัยพิบัติด้านการทำงาน การวางแผนที่จอดรถสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการพักผ่อนและประชาชน นอกจากนี้ 1.ควรปรับปรุงสภาพสุขาภิบาล ตลาดไนท์มาร์เก็ต Gonguan กลางคืน Yongkang ถนนตลาด, เหลียวหนิงตลาดถนนกลางคืน Miaokou คืนตลาดและ Raohe 2.ตลาดกลางคืนถนนควรเสริมสร้างโปรโมชั่น ตลาดกลางคืน Shihlin ซึ่งมีได้รับการจัดอันดับความพึงพอใจสูงสุดจากผู้บริโภคในทุกการประเมินผลจากมิติที่ห้าเป็นแน่นอนอันดับสถานที่ท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในตลาดกลางคืนในภาคเหนือ นอกจากนี้ยังมีการขนส่งสะดวกและมีชื่อเสียงก็มีส่วนกับการจัดอันดับสูงสุด ในอนาคตถ้าตลาดกลางคืนในไต้หวันต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้นจากในประเทศและต่างประเทศที่ควรไม่เพียง แต่รักษาลักษณะแข็งแกร่งในท้องถิ่นและสัมผัสของมนุษย์ แต่ยังต้องเสริมสร้างความมั่นคงด้านสิ่งแวดล้อมการดูแลรักษาสภาพการสุขาภิบาลและความปลอดภัยในการจราจรสำหรับทั้งหมดที่เรานำเสนอในการตั้งค่าระบบที่ถูกต้องเพื่อให้แน่ใจว่าคุณภาพการให้บริการ ดีเยี่ยม ส่งผลให้การแข่งขันในอนาคตของตลาดกลางคืน ในอนาคตงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลาดกลางคืนอาจมุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติที่แตกต่างกันและความต้องการของผู้บริโภค

ยาร์ (KTGLSLD Ya, 2012) A Study On Enhance Of Kasgar's Traditional Tourism Destination. ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพปลายทางของการท่องเที่ยว Kasgar แบบดั้งเดิม พบว่าการพัฒนา เศรษฐกิจ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ของมาตรฐาน การดำรงชีวิตของผู้คน การท่องเที่ยว คัชการ์ ได้รับการพัฒนา อย่างรวดเร็วใน ปีที่ผ่านมา การสร้าง การเริ่มต้นของ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้รับการพัฒนา ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง การเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐาน ให้มีส่วนร่วมมากขึ้น ในการ เจริญเติบโตใน เศรษฐกิจท้องถิ่น อย่างไรก็ตามการพัฒนาและ ประสบการณ์ ทศวรรษที่ผ่านมา คัชการ์ เป็นแหล่งท่องเที่ยว แบบดั้งเดิมที่ได้มีการพัฒนา ได้อย่างราบรื่น ด้านผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้อง ควบคู่ ระบบการจัดการ ด้วย วัตถุประสงค์ และรูปแบบ การดำเนินงานแบบดั้งเดิม คัชการ์เป็น แหล่งท่องเที่ยว ที่มีปัญหา การท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่ อายุ การเปลี่ยนแปลง ขาดการวางแผน การท่องเที่ยว โดยรวม ในระดับ ต่ำ ซึ่งเป็นความท้าทาย ที่แข็งแกร่ง สถานที่ท่องเที่ยว ตลาดแบบดั้งเดิม ลดลง ร่วมกับการพัฒนาตลาด แหล่งใหม่ ทำให้นักท่องเที่ยว เติบโต ค่อนข้างช้า จาก คัชการ์ การท่องเที่ยว หลักสูตรพัฒนาสถานที่ แบบดั้งเดิม ในซินเจียงจะเผชิญกับความท้าทาย และปัญหา ดู แหล่งท่องเที่ยว คัชการ์แบบดั้งเดิม จากจุดเริ่มต้น จากสถานที่ ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ดั้งเดิม ของนวัตกรรม ทฤษฎี ดำเนินการวิเคราะห์ ที่ครอบคลุมและ เป็น รายละเอียด ในการ พัฒนา ซินเจียง การท่องเที่ยว การวิเคราะห์ วัตถุประสงค์ วิจัย แหล่งท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม ก่อนหน้านี้ พื้นที่ที่ คัชการ์ มีการประเมินผลสภาพการท่องเที่ยว คัชการ์ การพัฒนา ที่ คัชการ์ ดำเนินการ พัฒนา นวัตกรรม การท่องเที่ยว คำแนะนำ ความคิด การพัฒนา นวัตกรรม การวิเคราะห์ ทางทฤษฎีและการ ศึกษาเชิงประจักษ์ รวมตามลำดับ วิธีการเฉพาะ และมาตรการ การศึกษาเบื้องต้น เสนอ วิธีการของ การท่องเที่ยว คัชการ์ การพัฒนา นวัตกรรม แบบดั้งเดิม ปลายทาง ก็ คือการระบุเป้าหมาย การพัฒนานวัตกรรม การวิเคราะห์ พื้นหลัง ของการพัฒนา นวัตกรรม ที่ใช้ลักษณะ เป็นระบบ ที่ยั่งยืนและ ความคิด การพัฒนา นวัตกรรม การเรียนการสอน วิทยาศาสตร์ ในฐานะ ที่ เป็น รูปแบบ การพัฒนา ที่ ใช้นวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากร นวัตกรรม แม่พิมพ์ ภาพ นวัตกรรม การพัฒนาตลาด นวัตกรรม การจัดการ การท่องเที่ยว และพยายามที่จะ สร้าง ระบบรักษาความปลอดภัย การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คัชการ์ เพื่อให้ แหล่งท่องเที่ยว คัชการ์ แบบดั้งเดิม ในการสร้างสรรค์นวัตกรรม แสวงหาการพัฒนา ตลาด การท่องเที่ยว และการแข่งขัน

ฟาซิลา(Fauzilah bt Salleh, 2012) Factors Influencing the Night Market Traders' Performance in Malaysia. ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลการปฏิบัติงานผู้ค้าตลาดกลางคืนในประเทศมาเลเซียการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยอดขายที่ผู้ค้าตลาดกลางคืน ตรวจสอบปัจจัยที่มีทรัพยากรทางการเงินรสนิยมของผู้บริโภคและการตั้งค่าความต้องการผลิตภัณฑ์ ชีวิตธุรกิจ ช่วงและจำนวนพนักงาน การศึกษาครั้งนี้ได้รับการทดสอบสมมติฐาน ระบุว่าเป็นปัจจัยที่7 ที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการค้าการขายที่ตลาดกลางคืน ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการขาย ประสิทธิภาพการทำงานของผู้ค้าตลาดกลางคืนพบว่ามีจำนวนของพนักงานและช่วงชีวิตธุรกิจ ผลการศึกษานี้สามารถนำมาใช้โดยนักวิจัยอื่นๆ ที่จะดำเนินการศึกษาเปรียบเทียบในบริเวณนี้ นอกจาก การให้บริการให้คำปรึกษาให้กับผู้ค้าและผู้ค้าที่มีศักยภาพที่มีความประสงค์ที่จะทำธุรกิจในตลาดกลางคืน

เคอเซีย(Khursiah, 2012) Exploring Night Market as a New Business Opportunities for Local Traders. ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสำรวจตลาดกลางคืนเป็นโอกาสทางธุรกิจใหม่สำหรับผู้ค้าท้องถิ่นซึ่งข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจในตลาดกลางคืนและการพัฒนาประสบความสำเร็จต่อผู้ประกอบการ โดยดำเนินการศึกษาภาคสนามที่ใช้ในการวิจัยได้ให้มุมมองที่กว้างของทรัพยากรที่มีอยู่ทำความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดกลางคืนและผู้ประกอบการ โดยวิธีการสัมภาษณ์การศึกษาสังเกตผลการวิจัยจากการศึกษายังเผยให้เห็นในเชิงบวกและด้านลบที่อาจเป็นจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ค้าควรจะมุ่งเน้นไปที่ ความเสี่ยงและความกล้าหาญเป็นกุญแจสำหรับผู้ค้าจะประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายจุดมุ่งหมายเป้าหมายในธุรกิจ การมีส่วนร่วมของรัฐบาลที่มีอำนาจในท้องถิ่นและชุมชนท้องถิ่นในเวลากลางคืนตลาดยังมีความสำคัญสำหรับการพัฒนาเป็นผู้ค้าในการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ยูฮัน เกา (Yu-han Kao, 2012) The Imagination between Global and Local: Cultural Performance of Food at Tourist Night Markets in Kaohsiung ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน วัฒนธรรม อาหาร ของตลาดกลางคืนแหล่งท่องเที่ยวในเกาสง พบว่า ตลาดกลางคืนเป็น วัฒนธรรมพิเศษ ทางเศรษฐกิจ สังคม ในไต้หวัน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่สำคัญ ของคนในท้องถิ่น แต่ด้วยการพัฒนาของการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนไม่ว่าจะเป็นสถานที่ที่ให้บริการ อาหาร แต่สำหรับนักท่องเที่ยวใน ปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึง จินตนาการของโลกวันนี้ ตลาดกลางคืนแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหาร วัฒนธรรมการท่องเที่ยว วิทยานิพนธ์ นี้ ได้ศึกษา เปรียบเทียบ ของทั้งสอง ตลาดกลางคืน ท่องเที่ยว หลิวโฮและ ลุยเฟง ในเมืองเกาสง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า มีประวัติ ยาว การทำงานที่ ตลาดกลางคืน หลิวโฮ ได้รับการ บริหารงานโดย รัฐบาล เมืองเกาสง จึงได้รับการพัฒนา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืนนานาชาติ องค์กรและเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ หลิวโฮ มีแนวโน้มที่จะเน้นเรื่องสถานที่ แต่ที่น่าสนใจมากที่สุดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ หลิวโฮ แสดงแบบดั้งเดิมของ ไต้หวัน ผ่านการทำงานของ วัฒนธรรมท้องถิ่น ขณะที่การเปรียบเทียบของลุยเฟง ได้รับการทำขึ้นโดยภาคเอกชน แสดง ให้เห็นถึงลักษณะ ของสดใหม่ และทันสมัย การศึกษาสรุปได้ ว่ามีความจำเป็นที่จะมี การพิจารณาวัฒนธรรม ที่อยู่ในไต้หวันของตลาดกลางคืน ในเรื่องของวัฒนธรรมอาหารต่างๆ วิธีการ สถานที่ ที่ได้รับการสร้างขึ้นใหม่ และผลิต สื่อ และการเคลื่อนไหวสององค์ประกอบหลัก ที่มีอิทธิพลต่อการไหล ทั่วโลกของ วัฒนธรรมอาหาร และสร้าง จินตนาการเกี่ยวกับอาหาร ตลาดกลางคืน ใน ทั้งสองตลาดกลางคืน

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งดำเนินการวิจัย ซึ่งดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเป็นชาวไทยจำนวน 5,877,228 คน (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2554)

2. ประชากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม คือ ผู้บริหารตลาด เจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยว ตัวแทนผู้ค้า หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานเทศกิจดูแลพื้นที่ตลาด นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวและ เจ้าหน้าที่ตำรวจนครบาล

กลุ่มตัวอย่าง

เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร หาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1995) โดยกำหนดค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 5,877,228 คน

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากรทั้งหมด

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ

แทนค่าในสูตร $n = \frac{5,877,228}{(1+5,877,228(0.05)^2)}$

$= 399.97$

เนื่องจากคำตอบไม่เป็นจำนวนเต็ม จึงปัดขึ้นไปให้เป็นจำนวนเต็ม = 400 คน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน จากประชากรจำนวน 5,877,228 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 1 ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจากขนาดของประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดกลางคืน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตลาดละ 40 ชุด รวม 400 ชุด

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ 2 ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง(Purposive Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดสมาชิกของประชากรมาเป็นสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับการศึกษาซึ่งผู้วิจัยกำหนดคุสมบัติในการสุ่มตัวอย่างและนำเสนอคุณสมบัติผู้ที่เหมาะสมโดยเสนอชื่อและตำแหน่งกับอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบคุณสมบัติและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน โดยต้องมีคุณสมบัติ 1 ใน 7 ข้อ คุณสมบัติคือ

1. เป็นผู้เกี่ยวข้องในการบริหารตลาดเป็นผู้บริหารหรือเจ้าของตลาดกลางคืน
2. นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวเชิงตลาดอย่างน้อย5ปีหน่วยงานภาครัฐ
3. เจ้าหน้าที่ตำรวจนครบาล
4. หน่วยงานเทศกิจดูแลพื้นที่ตลาด
5. หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
6. ตัวแทนผู้ค้า โดยต้องประกอบอาชีพค้าขายมาแล้วอย่างน้อย 5 ปี
7. เจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม ในแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open – ended Questions) และคำถามปลายปิด (Close – ended Questions)

ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้

ตอนที่2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด 7Ps สำหรับแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืน กรุงเทพมหานคร โดยเป็นคำถามปลายปิด

ตอนที่3 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นคำถามปลายปิดและข้อเสนอแนะ

โดยมีเกณฑ์การวัด 5 ระดับ (Rating Scale) คือ

ความคิดเห็นด้วยน้อยที่น้อยที่สุดให้	ให้	1	คะแนน
ความคิดเห็นด้วยน้อยที่น้อยให้	ให้	2	คะแนน
ความคิดเห็นด้วยปานกลาง	ให้	3	คะแนน
ความคิดเห็นด้วยมาก	ให้	4	คะแนน
ความคิดเห็นด้วยมากที่สุดให้	ให้	5	คะแนน

2. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เกี่ยวกับแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดการตลาดกลางคืน ความปลอดภัย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค พร้อมทั้งปัญหาและอุปสรรคตลาดกลางคืน

3. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ในการตั้งคำถามในการสนทนากลุ่มเพื่อร่างแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาเอกสารวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ถึงสภาพปัญหาของตลาดกลางคืนในแต่ละแห่ง ว่าต้องการแก้ปัญหาในเรื่องใด อย่างแท้จริงและตอบโจทย์ ครอบคลุมกับกรอบแนวคิดการวิจัย นำมาสร้างเครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ 1 ได้แก่แบบสอบถาม ปลายปิด-ปลายเปิด แบบสอบถามแบ่งเป็นทั้งหมด 3 ตอน ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่2 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ตอนที่3 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่านตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity)ได้ค่าความตรงการตรวจสอบด้วยการหาค่า IOC (index of item objective congruence) ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่า IOC เท่ากับ 0.91

2. ทดลองใช้ (Try out) โดยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อหาความเที่ยง(Reliability) ของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (α- coefficient) ของครอนบัค(Cronbach, 1950) ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.89 นำแบบสอบถามที่แก้ไขสมบูรณ์แล้วเก็บรวบรวมกับกลุ่มตัวอย่าง(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ทั้งหมด 400 คน ผู้วิจัยทำการสำรวจในช่วงเดือนมกราคม–กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 เก็บข้อมูลตลาดกลางคืนทั้ง 10 แห่งสถานที่เก็บข้อมูล ในจำนวน 10 แห่ง กระจายการเก็บให้เท่ากันโดยแบ่งสัดส่วนการเก็บกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยว ชาวไทย 400 คน แบ่งเป็นที่ละ 40 คน

สถานที่	ระยะเวลาการเก็บข้อมูล
1. จตุจักรกรีน	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 3 วัน ระยะเวลา 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 10 คนตลาดมีศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ รวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและ กระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ
2. ตลาดนัดคลองถม	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 4 วัน ระยะเวลา 4 สัปดาห์ ตลาดมีสัปดาห์ละ 1 ครั้ง วันเสาร์เพียงวันเดียว เก็บ 4 สัปดาห์ รวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและ กระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ
3.ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 3 วัน ระยะเวลา 4 สัปดาห์ ตลาดมีศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ รวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและ กระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สถานที่	ระยะเวลาการเก็บข้อมูล
4.ตลาดกลางคืนสะพานพุทธ	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 6 วัน ระยะเวลา 1 สัปดาห์ ตลาดมีทุกวัน หยุดวันจันทร์ รวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและกระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ
5.ตลาดกลางคืนหน้าราม	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 7 วัน ระยะเวลา 1 สัปดาห์ รวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและกระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ
6.ตลาดกลางคืน สีลม	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 7 วัน ระยะเวลา 1 สัปดาห์ รวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและกระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ
7.ตลาดกลางคืน ซอยนานา	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 7 วัน ระยะเวลา 1 สัปดาห์ รวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและกระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ
8.ตลาดกลางคืน ถนนข้าวสาร	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 7 วัน ระยะเวลา 1 สัปดาห์ รวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและกระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สถานที่	ระยะเวลาการเก็บข้อมูล
9.สยามพาราไดซ์ไนท์บาร์ซาร์	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 7 วัน ระยะเวลา 1 สัปดาห์ รวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและกระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ
10.ตลาดจตุจักรกลางคืน	ระยะเวลาเก็บข้อมูล เก็บ 4 วัน ระยะเวลา 1 เดือนรวม 40 คน กระจายการเก็บเพศชาย หญิงให้เท่าๆกันและกระจายช่วงอายุให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกช่วงอายุ

การเก็บข้อมูลโดยการ สัมภาษณ์โดย และทำการสอบถาม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนักท่องเที่ยว เพื่อมาสรุป จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยทำการสัมภาษณ์ในช่วง เดือน มกราคม พ.ศ. 2557 - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถาม

1. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องให้ครบถ้วนสมบูรณ์ แล้วนำไปประมวลผลคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ หลังจากนั้นจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง

2. วิเคราะห์ ตอนที่ 1 ของแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปตารางประกอบความเรียง

3. วิเคราะห์ตอนที่ 2 ของแบบสอบถามที่เป็นข้อมูลด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ของตลาดกลางคืน กรุงเทพมหานคร โดยวิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้ค่าสถิติ T-Test ความแปรปรวนทางเดียว(One- way analysis of variance: ANOVA) ทดสอบสมมุติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดให้ความแตกต่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least significant difference : LSD)

ข้อมูลสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม

1. นำข้อมูลที่ได้รวบรวมการสัมภาษณ์ถอดเสียง พิจารณาข้อมูลที่ได้ โดยให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิด

2. จัดกลุ่มสาระของเนื้อหาที่ได้ ให้เป็นหมวดหมู่

3. นำข้อมูลที่ได้สรุปผล

4. ตรวจสอบข้อมูลอีกครั้ง นำผลการวิจัยมาสรุปและอภิปราย

5. เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการ SWOT Analysis วิเคราะห์หา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของตลาดกลางคืนทั้ง 10 แห่ง

6. นำผลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ สรุปผลแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ โดยนำมาร่วมประชุมกลุ่มย่อย (focus group) ให้ได้แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืน

เกณฑ์เทียบระดับความคิดเห็น

ทำการรวบรวมคะแนนทั้งหมดเพื่อหาค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การอิงเกณฑ์ของ Likert (Likert, 1961) เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มแบ่งระดับทัศนคติ ออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณ ความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด-ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด / จำนวนชั้น

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

นำเกณฑ์การประเมิณดังกล่าวมากำหนดการแปลความหมายดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อย ผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็น 3 ตอน คือการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 ส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว

1.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศ อายุ วุฒิการศึกษา

2. ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1 - 6

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	179	44.8
หญิง	221	55.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 และเพศชายจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ20ปี	55	13.8
21-40ปี	305	76.3
41-55ปี	34	8.5
55 ปีขึ้นไป	6	1.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมามีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
วุฒิการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	12	3.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	50	12.5
อนุปริญญา/ปวส.	23	5.8
ปริญญาตรี	288	72.0
ปริญญาโท	24	6.0
อื่นๆ (โปรดระบุ)	3	0.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	99	24.8
10,000 - 20,000 บาท	152	38.0
20,001 - 30,000 บาท	82	20.5
30,001 บาทขึ้นไป	67	16.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และมีรายได้เฉลี่ย20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	143	35.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	33	8.3
พนักงานราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัย		
พนักงานบริษัทเอกชน	106	26.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้าง	105	26.3
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	2	0.5
อื่นๆ (โปรดระบุ)	11	2.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 106 คิดเป็นร้อยละ 26.5 และมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้าง จำนวน 105 คิดเป็นร้อยละ 26.3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพครอบครัว

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพครอบครัว		
โสด	328	82.0
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3	0.8
สมรส/อยู่ด้วยกัน	69	17.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1.2 ส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของข้อมูลเป็นรายข้อ ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 7 - 16

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.34	0.57	ปานกลาง
ด้านราคา	3.16	0.74	ปานกลาง
ด้านช่องทางและสถานที่จัดจำหน่าย	3.14	0.79	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.92	0.81	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	3.15	0.77	ปานกลาง
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.99	0.78	ปานกลาง
ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	3.09	0.76	ปานกลาง
รวม	3.11	0.57	ปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางในทุกด้าน

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สินค้ามีความหลากหลาย	4.09	0.75	มาก
สินค้ามีคุณภาพ	3.45	0.73	มาก
สินค้ามีความจำเป็นต้องซื้อ	3.26	0.79	ปานกลาง
มีการออกแบบสินค้าให้มีลักษณะเฉพาะตัว	3.57	0.87	มาก
สินค้าที่จำหน่ายมีไม่ซ้ำกับตลาดอื่น	3.29	0.97	ปานกลาง
สินค้าได้รับมาตรฐาน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	2.64	0.96	ปานกลาง
ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า	3.08	0.90	ปานกลาง
รวม	3.34	0.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านสินค้ามีความหลากหลาย สินค้ามีคุณภาพและมีการออกแบสินค้าให้มีลักษณะเฉพาะตัว อยู่ในระดับมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับสินค้า	3.39	0.88	ปานกลาง
ราคาสินค้าที่จำหน่ายมีความเหมาะสมกับสินค้า	3.54	0.81	มาก
มีการติดป้ายราคาชัดเจน	3.03	1.05	ปานกลาง
ค่าบริการการใช้ห้องน้ำมีความเหมาะสม	3.05	1.07	ปานกลาง
ค่าบริการการใช้ที่จอดรถมีความเหมาะสม	2.79	1.08	ปานกลาง
รวม	3.16	0.74	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านราคาสินค้าที่จำหน่ายมีความเหมาะสมกับสินค้า อยู่ในระดับมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
มีการจัดจำหน่ายสินค้าด้วยช่องทางสื่อออนไลน์	3.13	1.02	ปานกลาง
มีสถานที่อื่นติดต่อจำหน่ายสินค้ามากกว่า1แห่ง	3.38	1.71	ปานกลาง
มีการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทน	3.01	0.95	ปานกลาง
มีระบบการขายตรง(สินค้าถึงมือผู้บริโภคโดยตรง)	3.35	1.01	ปานกลาง
มีบริการจัดส่งสินค้าต่างจังหวัด	2.85	1.05	ปานกลาง
รวม	3.14	0.79	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต	3.25	1.12	ปานกลาง
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.92	1.18	มาก
ความถี่ของสื่อที่เห็นในการโฆษณา	2.85	1.13	ปานกลาง
มีการลดราคาสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก	3.53	0.93	มาก
มีการแลกเปลี่ยนสินค้า	2.92	1.00	ปานกลาง
แจกของสมนาคุณให้แก่ลูกค้า	2.66	1.14	ปานกลาง
มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อครบตามจำนวน	2.79	1.08	ปานกลาง
มีบัตรสะสมคะแนนไว้ใช้เป็นส่วนลด	2.45	1.17	น้อย
รวม	2.92	0.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และ มีการลดสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก อยู่ในระดับมาก

Chulalongkorn University

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ผู้ค้าในตลาด มีจิตใจในการให้บริการ	3.70	0.84	มาก
ผู้ค้ามีความซื่อสัตย์	3.65	0.86	มาก
มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.22	0.99	ปานกลาง
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ	2.99	1.05	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดเป็นอย่างดี	3.08	1.00	ปานกลาง
เจ้าหน้ามีการแต่งกายสุภาพ ในเครื่องแบบที่เหมือนกัน	2.91	1.09	ปานกลาง
มีเจ้าหน้าที่การปฐมพยาบาลเบื้องต้นเพียงพอ	2.54	1.10	น้อย
รวม	3.15	0.77	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การจัดพื้นที่ของร้านค้าต่างๆสามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.44	0.91	มาก
ความชัดเจนในการอธิบายและชี้แจงเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่างๆ	3.29	0.88	ปานกลาง
ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	3.44	0.85	มาก
มีจุดบริการประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว	2.87	1.09	ปานกลาง
มีระบบช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉิน	2.67	1.08	ปานกลาง
มีบริการอินเทอเน็ต หรือสัญญาณ ไวไฟ	2.40	1.24	น้อย
มีจุดบริการกดเงินด่วน	2.82	1.50	ปานกลาง
รวม	2.99	0.78	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ตลาดมีความสวยงามและสะอาด	3.29	0.99	ปานกลาง
มีป้ายบอกทาง แสดงไว้อย่างชัดเจน	3.10	0.99	ปานกลาง
ตลาดมีความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ	3.40	0.93	ปานกลาง
บริเวณโดยรอบมีความสวยงาม	3.17	1.05	ปานกลาง
มีบริเวณ นั่งพักตามอัธยาศัย	2.81	1.10	ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งของตลาดสะดวกในการเดินทาง	3.42	1.03	มาก
ทางเข้า-ออกตลาด มีความสะดวก	3.16	1.02	ปานกลาง
ขนาดของตลาดมีความเหมาะสมกับพื้นที่	3.41	0.95	มาก
มีห้องน้ำบริการเพียงพอ	2.57	1.10	น้อย
มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ	2.63	1.17	ปานกลาง
รวม	3.09	0.76	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืน ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดไว้	3.67	0.82	มาก
มีการบริหารจัดการการตลาดร่วมกับนักท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน	3.27	0.86	ปานกลาง
ดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	3.29	0.92	มาก
มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึก	3.27	0.92	ปานกลาง
ตลาดมีผลงานสร้างสรรค์และมีความโดดเด่น	3.46	0.97	มาก
รวม	3.40	0.73	มาก

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืนด้านคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืน ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว

ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ขนาดพื้นที่ของตลาดกับจำนวนนักท่องเที่ยว	3.43	0.85	มาก
การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	3.14	0.93	ปานกลาง
ความพร้อมในระบบการให้บริการ	3.16	0.96	ปานกลาง
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	2.91	1.06	ปานกลาง
การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว	3.02	0.97	ปานกลาง
รวม	3.13	0.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืนด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศ อายุ วุฒิการศึกษา

ผู้วิจัยเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) และระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way analysis of variance: ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

1. การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศ

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศ

ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าและของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว	เพศ (n = 400)				t	p
	ชาย		หญิง			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.25	0.57	3.41	0.56	-2.796	0.005*
ด้านราคา	3.02	0.72	3.27	0.74	-3.325	0.001*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.02	0.86	3.24	0.70	-2.875	0.004*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.80	0.79	3.02	0.82	-2.688	0.007*
ด้านบุคลากร	2.98	0.76	3.29	0.77	-3.976	0.000*
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.82	0.76	3.12	0.77	-3.930	0.000*
ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	2.98	0.74	3.19	0.76	-2.738	0.006*
รวม	2.98	0.54	3.22	0.56	-4.247	0.000

*$p < 0.05$

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างอายุ

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ระหว่างอายุ

ส่วนประสมทางการตลาดของ	อายุ (n= 400)								F	p
	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี		21 – 40 ปี		41 - 55 ปี		55 ปีขึ้นไป			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.48	0.42	3.31	0.59	3.39	0.57	3.21	0.43	1.56	0.19
ด้านราคา	3.30	0.66	3.13	0.76	3.24	0.61	3.03	0.92	0.97	0.40
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.33	0.74	3.13	0.82	3.00	0.58	3.06	0.20	1.42	0.23
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.12	0.69	2.91	0.84	2.70	0.72	3.06	0.39	1.98	0.11
ด้านบุคลากร	3.28	0.72	3.17	0.79	2.86	0.72	2.69	0.35	2.87	0.03*
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.18	0.62	3.01	0.81	2.60	0.54	2.35	0.28	5.41	0.00*
ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	3.13	0.62	3.11	0.80	2.95	0.61	2.90	0.34	0.63	0.59
รวม	3.26	0.46	3.11	0.59	2.96	0.45	2.90	0.17	2.287	0.078

*$p < 0.05$

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดระหว่างช่วงอายุ โดยภาพรวมของแต่ละด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความแตกต่างกัน ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 19-20

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 19 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านบุคลากร

ช่วงอายุผู้ตอบแบบสอบถาม	$\bar{x}$	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 40 ปี	41 - 55 ปี	55 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	3.17	-	0.111	0.418*	0.597
21 – 40 ปี	3.17		-	0.307*	0.486
41 - 55 ปี	2.86			-	0.179
55 ปีขึ้นไป	2.69				-

*$p < 0.05$

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 - 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 21 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 - 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านกระบวนการให้บริการ

ช่วงอายุผู้ตอบแบบสอบถาม	$\bar{x}$	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	21 – 40 ปี	41 - 55 ปี	55 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	3.18	-	0.174	0.577*	0.829*
21 – 40 ปี	3.01		-	0.402*	0.655*
41 - 55 ปี	2.60			-	0.252
55 ปีขึ้นไป	2.35				-

*p < 0.05

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 - 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ21 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มี 41 - 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 21 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีส่วนประสมทางการตลาด ด้านวุฒิการศึกษา

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ระหว่างวุฒิการศึกษา

ส่วนประสมทางการตลาด	วุฒิการศึกษา (n = 400)														F	p
	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.		อนุปริญญา/ปวส.		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		อื่นๆ					
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.				
ด้านผลิตภัณฑ์	3.15	0.50	3.40	0.53	3.25	0.66	3.34	0.58	3.39	0.50	3.14	0.71	0.60	0.69		
ด้านราคา	3.01	0.79	3.23	0.76	3.01	0.63	3.17	0.75	3.22	0.72	2.66	0.11	0.66	0.64		
ด้านช่องทางการจัดหน่าย	3.31	0.70	3.15	0.78	3.12	0.64	3.14	0.81	3.10	0.78	2.93	0.70	0.17	0.97		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.14	0.80	3.04	0.84	2.82	0.76	2.90	0.83	2.93	0.64	2.91	0.87	0.49	0.77		
ด้านบุคลากร	3.04	0.78	3.19	0.82	3.00	0.61	3.17	0.79	3.20	0.63	2.61	0.50	0.57	0.72		
ด้านระบบงานการให้บริการ	3.04	0.95	3.08	0.80	2.64	0.70	3.02	0.78	2.77	0.56	2.42	3.77	1.84	0.10		
ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	2.72	0.82	3.14	0.83	2.90	0.58	3.12	0.75	3.10	0.83	2.66	3.21	1.19	0.31		
รวม	3.06	0.57	3.18	0.55	2.96	0.46	3.12	0.58	3.10	0.46	2.76	0.37	0.70	0.62		

*p < 0.05

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวุฒิการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการจดบันทึกและบันทึกเสียงการสัมภาษณ์มาถอดฟังเพื่อวิเคราะห์และสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ปัจจุบันการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

ปัจจุบันการท่องเที่ยงตลาดกลาดกลางคืนได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีตลาดเปิดใหม่เพิ่มขึ้นหลายแห่งภายในช่วงเวลาไม่กี่ปี ซึ่งตลาดกลางคืนเป็นเวลาเป็นเวลาที่คนส่วนใหญ่พักผ่อนกัน แต่จะมีนักท่องเที่ยวอีกหลายกลุ่มที่มาเที่ยว แล้วเลือกซื้อสินค้า และหาของอร่อยทาน เนื่องจากในเวลากลางคืนจะมีแสง สี เสียง บรรยากาศ ที่ผ่อนคลาย และอากาศในเวลากลางคืนเป็นเวลาที่ไม่ร้อนจนเกินไป จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวไม่ขาดสาย

2. การจัดการตลาดกลางคืนมีปัญหาในด้านใดบ้าง

ประการแรก คือ ปัญหาที่เกิดขึ้นในเวลากลางคืน ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นปัญหาการชกชิง วิ่งราว และการขโมยสินค้า

ประการที่สอง คือ ปัญหา การทะเลาะวิวาทของนักท่องเที่ยว เนื่องจากในตลาดกลางคืนมีการจำหน่ายสุรา และปัญหาวัยรุ่นที่มีปัญหากัน

ประการที่สาม คือ ปัญหาการจราจรที่ติดขัด ทั้งภายในบริเวณตลาดเองและบริเวณโดยรอบตลาด

ประการที่สี่ คือ ปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เมื่อที่จอดรถไม่เพียงพอ นักท่องเที่ยวจะนำรถไปจอดข้างทางซึ่งส่งผลทำให้เกิดปัญหาจราจรตามมาอีก

ประการที่ห้า คือ การจำหน่ายสินค้าและอาหารเครื่องดื่มในราคาที่ไม่เป็นธรรมของผู้ค้า

3.วิธีการดูแล ชีวิตและทรัพย์สินนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดกลางคืน

ผู้ค้า ต้องช่วยกันดูแล และคอยสอดส่องดูแล เตือนนักท่องเที่ยวให้ระวังกระเป๋า ผู้ประกอบการตลาดประชาสัมพันธ์เสียงตามสายเตือนภัยนักท่องเที่ยว ติดกล้องวงจรปิด และจัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในจุดที่เสี่ยงและบริเวณโดยรอบตลาด เจ้าหน้าที่ตำรวจจัดชุดปฏิบัติการสายตรวจดูแลความปลอดภัยในพื้นที่ ทั้งในและนอกเครื่องแบบ

4.ตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชมชนอย่างไรบ้าง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลกระทบด้านบวกต่อชุมชน ชุมชนโดยรอบสามารถมีอาชีพ และ รายได้จากการค้าขายภายในบริเวณตลาด ร้านค้าบริเวณภายนอกตลาดมียอดขายดีขึ้น ที่พักอาศัยที่ให้บริการเช่าห้องพักมีผู้มาเช่าพักเต็ม ราคาที่ดินรอบบริเวณนั้นมีราคาสูงขึ้น

ผลกระทบด้านลบต่อชุมชน การจราจรบริเวณโดยรอบติดขัด สร้างความรำคาญด้านของเสียงดังที่มาจากตลาด

5.ข้อเสนอแนะ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืน

การจัดการต้องช่วยกันในหลายภาคส่วน ผู้บริหารตลาดต้องฟัง คำแนะนำ ติชม จากนักท่องเที่ยวและผู้ช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาร่วมกันไม่ว่าจะสาธารณูปโภคพื้นฐาน ไฟฟ้า ห้องน้ำ ที่จอดรถ ซึ่งต้องพัฒนาให้เพียงพอต่อความต้องการ

แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง นำมาหาแนวแนวทางในการพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควบคุมคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายให้ได้มาตรฐาน ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าทั่วไป

2. ด้านราคา ขอความร่วมมือกำหนดราคาสินค้า ไม่ให้แพงเกินกว่าราคาปกติ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ให้กับนักท่องเที่ยวสามารถสั่งสินค้า จากทางออนไลน์ได้ และมีบริการจัดส่งสินค้า

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดมีการจัดการส่งเสริมการตลาด ด้วยการลด แลก แจก แถม สินค้าให้กับนักท่องเที่ยว

5. ด้านบุคลากร เพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ดับเพลิง และเจ้าหน้าที่ปฐมพยาบาลเบื้องต้น

6. ด้านกระบวนการให้บริการสร้างจุด ช่วยเหลือปฐมพยาบาลเบื้องต้น เพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีฉุกเฉิน

7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง จุดประชาสัมพันธ์ ที่นั่งพักนักท่องเที่ยว

8. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ เพิ่มปริมาณห้องน้ำ และที่จอดรถ ให้กับนักท่องเที่ยว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

9. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ ร่วมมือ แก้ไขปัญหาจราจรโดยรอบตลาด โดยการเตือนให้นักท่องเที่ยว ไม่ให้จอดรถในจุดห้ามจอด และเดินรถทางเดียวในช่วงเวลาเร่งด่วนเพื่อเป็นการระบายจำนวนรถ

10. แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างความร่วมมือหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

11. แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดอบรมหรือประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้มีความรู้พื้นฐานและความเข้าใจ ให้เกิดจิตสำนึก ในการดูแล นักท่องเที่ยว ในด้านความปลอดภัย การต้อนรับและการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

12. ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว บำรุงรักษา ทรัพยากรการท่องเที่ยว การจัดโซนขยะ คัดแยกขยะมูลฝอย ขอความร่วมมือนักท่องเที่ยวทิ้งขยะในจุดที่ให้ทิ้งโดยไม่ทิ้งขยะเกลื่อนกลาดและจัดโซนการแยกขยะก่อนทิ้ง

13. ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ขยายพื้นที่ตลาดให้เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ขอความร่วมมือจากหน่วยงานเทศกิจ นำรถบริการประชาชนในจุดเสี่ยงโดยรอบบริเวณตลาด ตามโครงการ กลับบ้านปลอดภัย ไปกับเทศกิจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อหาแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศ อายุ และวุฒิการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ(Accidental Sampling)โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีเนื้อหาครอบคลุมส่วนประสมทางการตลาด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการหาค่าความถี่(Frequency)ค่าร้อยละ(Percentage)ผู้วิจัยวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดโดยวิธีหาค่าเฉลี่ย(Mean)และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation : S.D.) และ เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ระหว่างเพศผู้วิจัยวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) ระหว่างอายุ วุฒิการศึกษาผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: ANOVA) กรณีพบความแตกต่างรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 และเพศชายจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีอายุ 21-40 ปี จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3รองลงมามีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และมีรายได้เฉลี่ย20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ20.5 มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 106 คิดเป็นร้อยละ 26.5 และมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้าง จำนวน 105 คิดเป็นร้อยละ 26.3 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82

2. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$=3.34) ด้านราคา ($\bar{x}$=3.16) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x}$=3.14) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}$=2.92) ด้านบุคลากร ($\bar{x}$=3.15) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x}$=2.99) ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ($\bar{x}$=3.09)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง สินค้ามีคุณภาพ ($\bar{x}$=3.45) สินค้ามีความจำเป็นต้องซื้อ ($\bar{x}$=3.26) สินค้าที่จำหน่ายมีไม่ซ้ำกับตลาดอื่น ($\bar{x}$=3.29) สินค้าได้รับมาตรฐาน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$=2.64) ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า ($\bar{x}$=3.08) ยกเว้นกลาง สินค้ามีความหลากหลา ย ($\bar{x}$=4.09) สินค้ามีคุณภาพ ($\bar{x}$=3.45) มีการออกแบบสินค้าให้มีลักษณะเฉพาะตัว ($\bar{x}$=3.57) อยู่ในระดับมาก

2. ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับสินค้า ($\bar{x}$=3.39) มาก มีการติดป้ายราคาชัดเจน ($\bar{x}$=3.03) ค่าบริการการใช้ห้องน้ำมีความเหมาะสม ($\bar{x}$=3.05) ค่าบริการการใช้ที่จอดรถมีความเหมาะสม ($\bar{x}$=2.79) ยกเว้นราคาสินค้าที่จำหน่ายมีความเหมาะสมกับสินค้า ($\bar{x}$=3.54)อยู่ในระดับมาก

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีการจัดจำหน่ายสินค้าด้วยช่องทางสื่อออนไลน์ ($\bar{x}$=3.13) มีสถานที่อื่นติดต่อจำหน่ายสินค้ามากกว่า 1 แห่ง ($\bar{x}$=3.38) มีการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทน ($\bar{x}$=3.01)

มีระบบการขายตรง (สินค้าถึงมือผู้บริโภคโดยตรง) ($\bar{x}$=3.35) มีบริการจัดส่งสินค้าต่างจังหวัด ($\bar{x}$ =2.85)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง การโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต ($\bar{x}$=3.25) ความถี่ของสื่อที่เห็นในการโฆษณา

($\bar{x}$=2.85) มีการแลกเปลี่ยนสินค้า ($\bar{x}$=2.92) แจกของสมนาคุณให้แก่ลูกค้า ($\bar{x}$=2.66) มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อครบตามจำนวน ($\bar{x}$=2.79) ยกเว้น การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ($\bar{x}$=3.92) มีการลดราคาสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก ($\bar{x}$=3.53) และ มีบัตรสะสมคะแนนไว้ใช้เป็นส่วนลด ($\bar{x}$=2.45) ระดับน้อย

5. ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกเพียงพอ ($\bar{x}$=3.22) มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ ($\bar{x}$=2.99) เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดเป็นอย่างดี ($\bar{x}$=3.08) เจ้าหน้ามีการแต่งกายสุภาพในเครื่องแบบที่เหมือนกัน ($\bar{x}$=2.91) ยกเว้น ผู้ค้าในตลาดมีจิตใจในการให้บริการ ($\bar{x}$=3.70) ผู้ค้ามีความซื่อสัตย์ ($\bar{x}$=3.65) อยู่ในระดับมาก และ มีเจ้าหน้าที่การปฐมพยาบาลเบื้องต้นเพียงพอ ($\bar{x}$=2.54) อยู่ในระดับ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ความชัดเจนในการอธิบายและชี้แจงเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่างๆ ($\bar{x}$=3.29) มีจุดบริการประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}$=2.87) มีระบบช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉิน ($\bar{x}$=2.67) มีจุดบริการกดเงินด่วน ($\bar{x}$=2.82) ยกเว้น การจัดพื้นที่ของร้านค้าต่างๆสามารถเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{x}$=3.44) ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ ($\bar{x}$=3.44) และ มีจุดบริการกดเงินด่วน ($\bar{x}$=2.40)

7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ตลาดมีความสวยงามและสะอาด ($\bar{x}$=3.29) มีป้ายบอกทางแสดงไว้อย่างชัดเจน ($\bar{x}$=3.10)ตลาดมีความแปลกใหม่ตื่นตาตื่นใจ ($\bar{x}$=3.40) บริเวณโดยรอบมีความสวยงาม ($\bar{x}$=3.17) มีบริเวณนั่งพักตามอัธยาศัย ($\bar{x}$=2.81) ทางเข้า-ออกตลาด มีความสะดวก ($\bar{x}$=3.16) ยกเว้น ทำเลที่ตั้งของตลาดสะดวกในการเดินทาง ($\bar{x}$=3.42) ขนาดของตลาดมีความเหมาะสมกับพื้นที่ ($\bar{x}$=3.41) อยู่ในระดับมาก

8. ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีการบริหารจัดการการตลาดร่วมกับนักท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน ($\bar{x}$=3.27) มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึก ($\bar{x}$=3.27) ยกเว้น รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดไว้ ($\bar{x}$=3.67) ดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

อันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ($\bar{x}$=3.29) ตลาดมีผลงานสร้างสรรค์และมีความโดดเด่น ($\bar{x}$=3.46) อยู่ในระดับมาก

9. ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ =3.14) ความพร้อมในระบบการให้บริการ ($\bar{x}$=3.16) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ($\bar{x}$=2.91) การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ($\bar{x}$=3.02) ยกเว้น ขนาดพื้นที่ของตลาดกับจำนวนนักท่องเที่ยว($\bar{x}$ =3.43) อยู่ในระดับมาก

3. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างเพศ อายุ วุฒิการศึกษา

เปรียบเทียบระหว่างเพศ

จากผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เปรียบเทียบระหว่างอายุ

จากผลการวิจัย ผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ แต่มีความคิดเห็นต่อ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นต้องทำการทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี แอลเอสดี (LSD) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาดด้านบุคลากร แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 - 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 21 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 - 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 - 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 21 – 40 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มี 41 - 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 21 – 40 ปี มีความคิดเห็น

เกี่ยวกับประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เปรียบเทียบระหว่างวุฒิการศึกษา ผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

4. ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร เรื่องแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการสัมภาษณ์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการ เห็นว่าปัจจุบันการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ยังสามารถพัฒนาและยังมีความน่าสนใจในยามค่ำคืน แสงสีเสียงบรรยากาศ ที่ไม่สามารถหาได้ในเวลากลางวัน ซึ่งในระยะหลังอาจมีความนิยมจากนักท่องเที่ยวน้อยลงไปบ้าง แต่ก็ยังมีการซื้อขายสินค้ากันปกติ

ด้านความปลอดภัย โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะทำหน้าที่ของตน โดยฝ่ายเจ้าหน้าที่ตำรวจ ทั้งตำรวจท่องเที่ยวและตำรวจนครบาลก็จะจัดชุดตรวจตรา รักษาความสงบเรียบร้อยทั้งในและนอกเครื่องแบบ ในด้านของเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทศกิจก็จะช่วยสนับสนุนกำลังกับเจ้าหน้าที่ตำรวจอีกทางหนึ่งในเรื่องของการรับเรื่องเฉพาะหน้า การฉก ชิง วิ่งราวทรัพย์ แต่ด้วยเจ้าหน้าที่อาจมีไม่เพียงพอต่อการดูแลนักท่องเที่ยว ซึ่งยังปัญหาอยู่บ้าง ส่วนผู้บริหารตลาดจะมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย คอยดูแลอำนวยความสะดวกและมีเสียงประชาสัมพันธ์เตือนนักท่องเที่ยวตามสาย ผู้ค้าต้องช่วยกันสอดส่องช่วยเหลือเจ้าหน้าที่อีกทาง คอยระมัดระวังเตือนภัยนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเรื่องที่หลายส่วนต้องช่วยกัน

ด้านการต้อนรับ ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว ด้วยความจริงใจใส่ใจนักท่องเที่ยว ไม่ใช่ขายเพื่อกอบโกยแต่ผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว เมื่อลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมาถามทางเข้าห้องน้ำหรือของประเภทไหนอยู่ตรงไหน ต้องตอบอย่างกระตือรือร้นสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้

ด้าน บำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้บริสุทธิ์ จัดการกับเศษขยะมูลฝอย ในส่วนของตลาดผู้ค้าจะช่วยกันเก็บและมัดรวมใส่ถุง นำไปทิ้งในบริเวณทิ้ง และมีพนักงานทำความสะอาดคอยรักษาความสะอาดบริเวณตลาดและโดยรอบตลาด แต่นักท่องเที่ยวยังมีการทิ้งขยะเกลื่อนกลาด เนื่องจากจำนวนถังขยะอาจมีไม่เพียงพอ และไม่มีการแยกประเภทขยะ โดยในแต่ละคืนจะมีเจ้าหน้าที่สำนักงานเขต จะเข้ามาเก็บทุกวัน

ผลกระทบด้านบวกต่อชุมชน ชุมชนโดยรอบสามารถมีอาชีพ และ รายได้จากการค้าขายภายในบริเวณตลาด ร้านค้าบริเวณภายนอกตลาดมียอดขายดีขึ้น ที่พักอาศัยที่ให้บริการเช่าห้องพักมีผู้มาเช่าพักเต็ม ราคาที่ดินรอบบริเวณนั้นมีราคาสูงขึ้น

ผลกระทบด้านลบต่อชุมชน การจราจรบริเวณโดยรอบติดขัด สร้างความรำคาญด้านของเสียงดังที่มาจากตลาด

ผลการวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

จุดแข็ง บรรยากาศยามค่ำคืนที่หาไม่ได้ในเวลากลางวัน อากาศไม่ร้อน และสามารถหาซื้อสินค้าที่หลากหลาย สินค้าที่แปลก ภายในตลาดกลางคืน

จุดอ่อน ความปลอดภัยนักท่องเที่ยว

โอกาส ปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค พื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวมีจำกัด การจราจรโดยรอบติดขัด

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการอภิปรายความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว ตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

1. ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะสินค้ามีความหลากหลายและมีคุณภาพ อยู่ในระดับที่มากอาจเป็นเพราะในเวลากลางคืนมีสินค้าที่แปลกใหม่ไม่เหมือนในเวลากลางวัน ส่วนสินค้ามีความจำเป็นต้องซื้อหรือผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นั้นอาจเป็นเพราะตลาดกลางคืนไม่มีวางจำหน่ายและของที่ขายอาจไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นทั้งหมด

2. ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับสินค้า มีการติดป้ายราคาชัดเจน ค่าบริการการใช้ห้องน้ำมีความเหมาะสม ค่าบริการการใช้ที่จอดรถมีความเหมาะสม ค่าบริการใช้ที่จอดรถมีความเหมาะสม โดยส่วนประสมด้านการตลาด ในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม การติดป้ายราคาให้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราณี ตันประยูร และสมเกียรติ แดงเจริญ (2554) เรื่องการบริหารจัดการตลาดนัดมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พบว่า คุณภาพและราคาสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากมีสินค้าเข้ามาจำหน่ายจำนวนมาก ทั้งบริเวณจัดตลาดนัดค่อนข้างกว้าง การควบคุมบางเรื่องจึงอาจยังทำได้ไม่ทั่วถึง จึงเป็นเรื่องที่ควรหาแนวทางพัฒนาต่อไป

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีการจัดจำหน่ายสินค้าด้วยช่องทางสื่อออนไลน์ มีบริการจัดส่งสินค้าต่างจังหวัด โดยส่วนประสมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรหาแนวทางในการพัฒนา อาจเป็นเพราะในแต่ละ

ตลาดผู้ค้าส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้และเวลาที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในหลายช่องทาง โดยเฉพาะการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ซึ่งส่วนใหญ่จะขายหน้าร้านเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรา บุดสีทา (2553) เรื่องการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ยังไม่มีการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างเป็นรูปธรรมและควรจัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับชุมชน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง การโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อครบตามจำนวนโดยส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาดอาจเป็นเพราะการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอเนตยังมีให้เห็นน้อย และในแต่ละตลาดไม่ค่อยมีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย แต่ละร้านจะตั้งราคาและขายจะไม่มีการสะสมแต้มเพื่อลดราคาสินค้าหรือแถมสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก และทางตลาดก็ไม่จัดแคมเปญทศกาลลดราคาจึงเป็นเรื่องที่ควรหาแนวทางพัฒนาต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลลดา มงคลวนิช และธนัญชนก จันทร์แดง (2556) เรื่องความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ และกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาล

5. ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะ ยังมีเจ้าหน้าที่การปฐมพยาบาลเบื้องต้นไม่เพียงพออาจเป็นเพราะในแต่ละตลาดยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งตามหลักแล้วต้องมีเจ้าหน้าที่ในด้านนี้คอยดูแลในกรณีฉุกเฉิน เพื่อดูแลและให้การปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ "เกณฑ์มาตรฐานด้านสาธารณสุขในแหล่งท่องเที่ยว" ม.ป.ป.) ซึ่งต้องมีชุดปฏิบัติการฉุกเฉิน ประกอบด้วย ผู้ปฏิบัติการฉุกเฉิน ยานพาหนะและอุปกรณ์ ปฏิบัติการตามแนวทางปฏิบัติ และควรหาแนวทางในการพัฒนาต่อไป

6. ด้านกระบวนการให้บริการ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีจุดบริการประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวมีระบบช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินโดยเฉพาะ บริการอินเทอเนต ไวไฟอยู่ในระดับน้อย อาจเป็นเพราะ สัญญาณโทรศัพท์และอินเทอเนตไวไฟ ภายในบริเวณตลาดมีสัญญาณที่ต่ำมาก ซึ่งปัจจุบันสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอเนตไวไฟกลายเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิต และควรหาแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมการตลาดด้านนี้ต่อไป

7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะ ตลาดมีความสวยงามและสะอาด มีป้ายบอกทางแสดงไว้อย่างชัดเจน มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัฐพร เกิดกลางและคณะ (2553) เรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่ากรุงเทพมหานครมีความพร้อมของ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมในระดับปานกลางทั้งความปลอดภัยของเส้นทางคมนาคม ที่จอดรถและทางเดินเท้า และควรหาแนวทางในการพัฒนา

ผลการอภิปรายความการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดระหว่างเพศ อายุ วุฒิการศึกษา

เปรียบเทียบระหว่างเพศ

จากผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะเพศชายและเพศหญิงมีความคิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวและการเลือกซื้อสินค้าบริการจึงทำให้มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของชลลดา มงคลวนิช และธนัญชนก จันทร์แดง (2556) เรื่องความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนไทยที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชายในเรื่องของราคาสินค้า มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

เปรียบเทียบระหว่างอายุ

จากผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืนส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-40ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุวัยทำงานที่ใกล้เคียงกัน เป็นช่วงผู้ใหญ่ตอนต้น เป็นช่วงวัยทำงานเหมือนกันจึงทำให้มีความคิดความสนใจ และพฤติกรรมไม่ต่างกัน จึงทำให้ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบระหว่างวุฒิการศึกษา

ผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานครที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันอาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดกลางคืนส่วนใหญ่ มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีจึงทำให้ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชูชัย สมิทธิไกล (2554) เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค ที่กล่าวถึง ชั้นทางสังคม การจำแนกกลุ่มบุคคลในสังคมออกเป็นชั้นๆ โดยบุคคลที่อยู่ในชั้นเดียวกันจะมีความคล้ายคลึงกันในด้านค่านิยม วิถีชีวิต ความสนใจ พฤติกรรม สถานะทางเศรษฐกิจและการศึกษา

แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มในขั้นตอนสุดท้าย ถามความคิดเห็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการว่าเป็นไปได้หรือไม่ได้กับแนวทางที่ได้มาอย่างไร ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ความเห็นและพิจารณาและเสนอแนะปรับปรุงจนสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแนวทางในการพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควบคุมคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายให้ได้มาตรฐาน ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าทั่วไป ในการพัฒนาในด้านนี้การควบคุณมาตรฐานเป็นเรื่องสำคัญเนื่องจากตลาดกลางคืนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจับจ่ายซื้อสินค้าเพราะฉะนั้นหากเกิดการพัฒนาในด้านนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการจากตลาดกลางคืนมากขึ้น โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

1) จัดการประชุมระหว่างผู้ค้าและเจ้าของตลาดทุก 6 เดือนในการกำหนดแผนการควบคุมคุณภาพสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าทั่วไป

2) จัดทำโครงการ อร่อย สะอาด ปลอดภัย โดยผู้ค้าใส่หน้ากากป้องกันน้ำลาย มัดผมใส่หมวกคลุม ผ้ากันเปื้อน ใส่ถุงมือเมื่อปรุงอาหาร โดยร้านค้าใดผ่านเกณฑ์ประจำเดือนจะมีสัญลักษณ์ติดหน้าร้านว่าผ่านเกณฑ์

3) เจ้าของตลาดหรือผู้จัดการตลาด ต้องคัดสรรและตรวจสินค้าทั่วไปที่จะเข้ามาขายในตลาด ให้มีคุณภาพ และผู้ค้ามีการรับประกันสินค้า ภายในระยะเวลาที่กำหนดได้

2. ด้านราคา ขอความร่วมมือกำหนดราคาสินค้า ไม่ให้แพงเกินกว่าราคาปกติ ในการพัฒนาในเรื่องของราคาให้เกิดความยุติธรรมในการขายให้เหมาะสมกับสินค้า ถือเป็นอีกแนวทางที่จะทำให้ไม่เกิดการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสบายใจว่าจะไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวและจับจ่ายซื้อสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆอีก โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

1) เจ้าของตลาดหรือผู้จัดการตลาดขอความร่วมมือผู้ค้ากำหนดราคาสินค้าอย่างเป็นธรรม

2) ประชุมกำหนดข้อตกลงกันระหว่างผู้ค้า กำหนดราคากลาง สินค้า อาหาร และเครื่องดื่ม ในราคาที่เท่ากัน

3) เจ้าหน้าที่ของรัฐเข้ามาช่วยรณรงค์และขอความร่วมมือผู้ค้า ให้ติดป้ายราคาให้ชัดเจน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ให้กับนักท่องเที่ยวสามารถสั่งสินค้า จากทางออนไลน์ได้ และมีบริการจัดส่งสินค้า ในการพัฒนาในด้านการเพิ่มช่อง

ทางการจัดหน่าย เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอีกช่องทางและเป็นการกระตุ้นยอดจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ค้าทางอ้อมอีกด้วย โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

1) ผู้ค้าทำการขายสินค้าออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค อินตราแกรม

2) ผู้ค้ามีบริการจัดส่งสินค้าในกรณีที่ซื้อจำนวนมากและคิดค่าบริการจากการส่งเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนไม่มาก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดการส่งเสริมการตลาด ด้วยการลด แลก แจก แถม สินค้าให้กับนักท่องเที่ยว ในการพัฒนาในด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นการคืนกำไรให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นจุดขายในการกระตุ้นการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอีกแนวทางหนึ่ง โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

1) จัดแคมเปญของตลาด ช่วง สิ้นปีมีโปรโมชั่น มีการลดแลกแจกแถมทุกร้านค้า

2) ประชาสัมพันธ์แคมเปญโดยผ่านสื่อออนไลน์ ของทางตลาด และผู้ค้า เช่น เวปไซต์ เฟสบุ๊ค อินสตราแกรม

5. ด้านบุคลากร เพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ดับเพลิง และเจ้าหน้าที่ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ในการพัฒนาด้านบุคลากร เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าซึ่งการเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอต่อความต้องการและเพื่อการเตรียมความพร้อมในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

1) เพิ่มเจ้าหน้าที่ประจำ และอาสาสมัคร ในการดูแลรักษาความปลอดภัย

2) ขอความร่วมมือจาก อาสาสมัคร นิสิต นักศึกษาแพทย์ พยาบาล ในการดูแลการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

3) ขอความร่วมมือหน่วยบรรเทาสาธารณภัยชุมชนเข้ามาดูแลพื้นที่

4) ขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในการดูแลความเรียบร้อยและความปลอดภัย

5) ขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่กำหนดจุดตรวจในพื้นที่ตลาด

6. ด้านกระบวนการให้บริการสร้างจุด ช่วยเหลือปฐมพยาบาลเบื้องต้น เพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีฉุกเฉิน ในการพัฒนากระบวนการให้บริการ โดยการสร้างจุดช่วยเหลือฉุกเฉินเป็นสิ่งที่ต้องได้รับการพัฒนาอย่างยิ่งซึ่งถือว่าเป็นการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกเรื่องของความปลอดภัย และเป็นสถานที่รองรับในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

เพิ่มจุดศูนย์กลาง การช่วยเหลือปฐมพยาบาลฉุกเฉินอย่างน้อย 1 จุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง จุดประชาสัมพันธ์ ที่นั่งพัก เพิ่มปริมาณห้องน้ำ และที่จอดรถ ให้กับนักท่องเที่ยว ในการพัฒนาด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่ต้องพัฒนาเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยพัฒนาให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

1) เพิ่มป้ายบอกทาง ให้ชัดเจน ครอบคลุมทั้งตลาด

2) สร้างจุดประชาสัมพันธ์ บริการข้อมูลพื้นฐานภายในตลาด

3) เพิ่มเก้าอี้นั่งพักหรือจุดพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว

4) สร้างห้องน้ำเพิ่ม ตามจุดต่างๆภายในตลาด

5) ขอความร่วมมือกรุงเทพมหานคร บริการนำรถสุขาเคลื่อนที่ในบริเวณตลาดกลางคืน ที่หาห้องน้ำเข้าลำบาก

6) ขยายพื้นที่จอดรถให้กับนักท่องเที่ยว

7) ในกรณีที่ใช้พื้นที่สาธารณผู้ค้า ควรช่วยกันประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวใช้บริการรถสาธารณะ

8. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ ร่วมมือ แก้ไขปัญหาจราจรโดยรอบตลาด โดยการเตือนให้นักท่องเที่ยว ไม่ให้จอดรถในจุดห้ามจอด และเดินรถทางเดียวในช่วงเวลาเร่งด่วนเพื่อเป็นการระบายจำนวนรถ ในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการดูแลเนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละตลาดส่งผลกระทบกับนักท่องเที่ยวและบริเวณโดยรอบ โดยการจัดระเบียบการจราจรเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อส่วนรวม โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

1) เตือนนักท่องเที่ยว ไม่จอดรถในจุดห้ามจอด

2) จัดระเบียบ รถแท็กซี่ สามล้อรับจ้าง ให้จอดเป็นระเบียบไม่กีดขวางจราจร

3) เดินรถทางเดียวในช่วงเวลาเร่งด่วนเพื่อเป็นการระบายจำนวนรถ

9. แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างความร่วมมือหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานต่างๆโดยที่แต่ละตลาดมีการพูดคุยปรึกษาประชุมกันเพื่อช่วยกันมองปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นแต่ละตลาด เกิดการแก้ปัญหาร่วมกันซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1) สร้างความร่วมมือหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

2) จัดอบรมหรือประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้มีความรู้พื้นฐานและความเข้าใจ ให้เกิดจิตสำนึก ในการดูแล นักท่องเที่ยว ในด้านความปลอดภัย การต้อนรับ และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

3) รณรงค์ให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน

10. ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว ในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษาในเรื่องของสิ่งปฏิกูลที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวและเกิดจากผู้ค้าและผู้เกี่ยวข้องภายในตลาดการดูแลความสะอาดตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องร่วมมือช่วยเหลือกันเพื่อทำให้ทรัพยากรท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวไม่เสื่อมโทรมให้คงสภาพไว้ โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

1) จัดโซนทิ้งขยะ โดยขอความร่วมมือนักท่องเที่ยวช่วยคัดแยกก่อนทิ้ง

2) ขอความร่วมมือนักท่องเที่ยวทิ้งขยะที่จัดโซนไว้ให้ไม่ทิ้งเกลื่อนกลาดภายในบริเวณตลาด

11. ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มสถานที่ในการรองรับและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ในการพัฒนาศักยภาพของแหล่องท่องเที่ยว ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่ต้องได้รับการพัฒนาเนื่องจากเป็นอีกสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวการมีความพร้อมในเรื่องของสถานที่ให้เพียงพอต่อความต้องการ การจัดการระบบความปลอดภัย และความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว โดยจัดทำเป็นวิธีการดังนี้

1) ขยายพื้นที่ตลาด ให้เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว

2) ติดกล้องวงจรปิด ตามจุดต่างๆที่เป็นจุดเสี่ยงภายในบริเวณตลาด

3) จัดจุดทางเดินเข้า ออก ให้เป็นระบบ

4) จัดโซนร้านค้าของตลาดให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายต่อการเข้าถึง และง่ายต่อการหาสินค้าของนักท่องเที่ยว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร	ผลที่คาดหวัง
1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควบคุมคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายให้ได้มาตรฐาน ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าทั่วไป โดยมีวิธีการดังนี้ 1)จัดการประชุมระหว่างผู้ค้าและเจ้าของตลาดทุก 6เดือนในการกำหนดแผนการควบคุมคุณภาพสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าทั่วไป 2)จัดทำโครงการ อร่อย สะอาด ปลอดภัย โดยผู้ค้าใส่หน้ากากป้องกันน้ำลาย มัดผมใส่หมวกคลุม ผ้ากันเปื้อน ใส่ถุงมือเมื่อปรุงอาหาร โดยร้านค้าใดผ่านเกณฑ์ประจำเดือน จะมีสัญลักษณ์ติดหน้าร้านว่าผ่านเกณฑ์ 3)เจ้าของตลาดหรือผู้จัดการตลาด ต้องคัดสรรและตรวจสินค้าทั่วไปที่จะเข้ามาขายในตลาด ให้มีคุณภาพ และผู้ค้ามีการรับประกันสินค้า ภายในระยะเวลาที่กำหนดได้	1.ได้แผนการควบคุมคุณภาพสินค้า อาหาร เครื่องดื่มและสินค้าทั่วไป 2.คุณภาพสินค้าและอาหาร ผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐาน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร	ผลที่คาดหวัง
2. ด้านราคา กำหนดราคาสินค้า ไม่ให้แพงเกินกว่าราคาปกติ โดยมีวิธีการดังนี้ 1) เจ้าของตลาดหรือผู้จัดการตลาดขอความร่วมมือผู้ค้ากำหนดราคาสินค้าอย่างเป็นธรรม 2) ประชุมกำหนดข้อตกลงกันระหว่างผู้ค้า กำหนดราคากลาง สินค้า อาหาร และเครื่องดื่ม ในราคาที่เท่ากัน 3) เจ้าหน้าที่ของรัฐเข้ามาช่วย รณรงค์และขอความร่วมมือผู้ค้า ให้ติดป้ายราคาให้ชัดเจน	1.ราคาสินค้ามีความเป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยว 2.ได้ข้อตกลงร่วมกันระหว่างผู้ค้า ในเรื่องราคาสินค้า
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ให้กับนักท่องเที่ยวสามารถสั่งสินค้า จากทางออนไลน์ได้ และมีบริการจัดส่งสินค้า โดยมีวิธีการดังนี้ 1) ผู้ค้าทำการขายสินค้าออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค อินตราแกรม 2) ผู้ค้ามีบริการจัดส่งสินค้าในกรณีที่ซื้อจำนวนมากและคิดค่าบริการจากการส่งเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนไม่มาก	1.ได้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหลายช่องทางมากขึ้น 2.มีบริการเสริมจัดส่งสินค้า รองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร	ผลที่คาดหวัง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดมีการจัดการส่งเสริมการตลาด ด้วยการลด แลก แจก แถมสินค้า โดยมีวิธีการดังนี้ 1) จัดแคมเปญของตลาด ช่วง สิ้นปีมีโปรโมชั่นมีการลดแลกแจกแถมทุกร้านค้า 2) ประชาสัมพันธ์แคมเปญโดยผ่านสื่อออนไลน์ของทางตลาด และผู้ค้า เช่น เวปไซด์ เฟสบุ๊ค อินสตราแกรม	1.ส่งเสริมการตลาดให้กับผู้ค้าและนักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าในราคาประหยัด 2.เพิ่มการประชาสัมพันธ์ตลาดอีกช่องทาง
5. ด้านบุคลากร เพิ่มเจ้าหน้าที่ให้ครอบคลุมทุกด้านในการดูแลนักท่องเที่ยว โดยมีวิธีการดังนี้ 1) เพิ่มเจ้าหน้าที่ประจำ และอาสาสมัคร ในการดูแลรักษาความปลอดภัย 2) ขอความร่วมมือจาก อาสาสมัคร นิสิตนักศึกษาแพทย์ พยาบาล ในการดูแลการปฐมพยาบาลเบื้องต้น 3) ขอความร่วมมือหน่วยบรรเทาสาธารณภัยชุมชนเข้ามาดูแลพื้นที่ 4) ขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในการดูแลความเรียบร้อยและความปลอดภัย 5) ขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่กำหนดจุดตรวจในพื้นที่	1.มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ดับเพลิง เจ้าหน้าที่ปฐมพยาบาลเบื้องต้น อย่างเพียงพอ 2.สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร	ผลที่คาดหวัง
6. ด้านกระบวนการให้บริการ สร้างจุดช่วยเหลือ ปฐมพยาบาลเบื้องต้น เพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีฉุกเฉิน โดยมีวิธีการดังนี้ 1) โดยมีการเพิ่มจุดศูนย์กลาง ประสานงานและช่วยเหลืออย่างน้อย 1 จุด 2) ติดตั้งและเพิ่มจุดบริการไวไฟ อินเทอเนต	1) มีสถานที่รองรับการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน 2) รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว
7. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีวิธีการดังนี้ 1) เพิ่มป้ายบอกทางให้ชัดเจน ครอบคลุมพื้นที่ 2) สร้างจุดประชาสัมพันธ์ บริการข้อมูลพื้นฐาน 3) เพิ่มเก้าอี้นั่งพักหรือจุดพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว 4) สร้างห้องน้ำตามจุดต่างๆภายในตลาดเพิ่ม 5) ขอความร่วมมือกรุงเทพมหานคร บริการนำรถสุขาเคลื่อนที่ไว้ให้บริการ บริเวณตลาดที่หาห้องน้ำเข้าลำบาก 6) ขยายพื้นที่จอดรถให้กับนักท่องเที่ยว 7) ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวใช้บริการรถสาธารณะ(ในกรณีพื้นที่ตลาดเป็นของสาธารณะ)	1) ได้พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและความสวยงามของตลาด 2) นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร	ผลที่คาดหวัง
8. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการร่วมมือกันแก้ปัญหาการจราจรรอบตลาด โดยมีวิธีการดังนี้ 1) เตือนนักท่องเที่ยวไม่ให้จอดรถในจุดห้ามจอด 2) จัดระเบียบ รถแท็กซี่ สามล้อรับจ้าง ให้จอดรถเป็นระเบียบไม่กีดขวางจราจร 3) จัดให้มีการเดินรถทางเดียวใช่ช่วงเวลาเร่งด่วนเพื่อเป็นการระบายปริมาณรถ	1) สามารถแก้ไขการจราจรโดยรอบ 2) นักท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบสามารถเข้าถึงตลาดได้ง่ายขึ้น
9. แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวิธีการดังนี้ 1) สร้างความร่วมมือหลายภาคส่วน เช่น ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) จัดอบรมหรือประชุม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้มีความรู้พื้นฐานและความเข้าใจ เพื่อปลูกจิตสำนึกในการดูนักท่องเที่ยว ทั้งความปลอดภัย การต้อนรับ และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น 3) รณรงค์ให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน	1) เกิดเครือข่ายในการติดต่อประสานงาน ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) เกิดจิตสำนึกความเข้าใจในการดูแลนักท่องเที่ยว 3) สามารถปลุกกระแสความสนใจการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร	ผลที่คาดหวัง
10. ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบำรุงรักษา ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมีวิธีการดังนี้ 1) จัดโซนทิ้งขยะ โดยขอความร่วมมือนักท่องเที่ยวช่วยคัดแยกขยะก่อนทิ้ง 2) ขอความร่วมมือนักท่องเที่ยวทิ้งขยะในโซนที่จัดไว้ให้เพื่อไม่ให้ทิ้งเกลื่อนกลาดภายในบริเวณตลาด	1) สามารถจัดการขยะมูลฝอยได้อย่างเป็นระบบ 2) ตลาดมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดตา
11. ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีวิธีการดังนี้ 1) ขยายพื้นที่ตลาด ให้เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว 2) ติดกล้องวงจรปิด ตามจุดต่างๆ 3) จัดจุดทางเดินเข้าออก ให้เป็นระบบ 4) จัดโซนร้านค้าของตลาดให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายต่อการเข้าถึงและการหาสินค้าของนักท่องเที่ยว	1) เพิ่มศักยภาพของตลาด ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น 2) เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้น 3) เพื่อง่ายต่อการเข้าถึงและหาสินค้าของนักท่องเที่ยว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

คัดสรรสินค้าที่เข้ามาจำหน่ายภายในตลาดให้ตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-40 ปี ที่เข้ามาท่องเที่ยวตลาดกลางคืน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.เสนอต่อหน่วยงานภาครัฐ กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่งเสริมให้มีการจัดตลาดกลางคืน ให้เป็นตลาดส่งเสริมและสร้างรายได้ให้ชุมชน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

2.เสนอขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่ตำรวจ ให้ความรู้ ความเข้าใจ การป้องกันตัว การระวังภัย การสังเกตพฤติกรรมมิจฉาชีพ ให้กับผู้ค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการเฝ้าระวังการป้องกันภัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อต่อส่วนประสมทางการตลาด

2.แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืน ในจังหวัดอื่นๆเช่นจังหวัด เชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต ชลบุรี โดยใช้แนวทางเดียวกันกับการวิจัยครั้งนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายการอ้างอิง

Buhalis. (2000). marketing the competitive destination of the future. 21.

Cronbach. (1950). *Essential of psychological testing* (5 Ed.). New York: Harper.

Fauzilah bt Salleh. (2012). *Factors Influencing the Night Market Traders' Performance in Malaysia.* University Sultan Zainal

Abidin, Gong Badak Campus Kuala.

Khursiah. (2012). *Exploring Night Market as a New Business Opportunities for Local Traders.* Faculty of Hospitality and Tourism Management University of Management and technology.

Kotler, P., & Gary, A. (2005). *Principles of marketing*. New York: Prentice Hall.

KTGLSLD Ya. (2012). A Study On Enhance Of Kasgar's Traditional Tourism Destination. http://www.globethesis.com/?t=2189330338475190

Likert, R. (1961). *New patterns of management*. New York: McGrew-Hill.

Shu-O HuangYaw-Haw Liou and Gwo-Hshiung Tzeng. (2009). *Development Strategies for Improving the Services of Tourist Night Markets through Hybrid MCDM Technique.* Department of Holistic Wellness, Ming Dao University et.al.

Yamane, T. (1995). *Statistic: An introduction analysis*. New York: Harper&Row.

Yu-han Kao. (2012). *The Imagination between Global and Local: Cultural Performance of Food at Tourist Night Markets in Kaohsiung.* Department of Institute of Sociology, China.

กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร. (2555). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2554-2558 Retrieved 2556 สิงหาคม 19, from www.bangkoktourist.com

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). ตลาดกลางคืน 12 แห่ง (2556 พฤษภาคม 15 ed.).

เกณฑ์มาตรฐานด้านสาธารณสุขในแหล่งท่องเที่ยว. (ม.ป.ป.). http://www.slideshare.net/ssuser08684d/2-9496975

ชลลดา มงคลวนิช และธนัญชนก จันทร์แดง. (2556). ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจ เลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการบริการและการ ท่องเที่ยวไทย, 8(2).

ชูชัย สมิทธิไกล. (2554). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นัฐพร เกิดกลางและคณะ. (2553). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของผู้เยี่ยมเยียนชาวไทย. วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 2(1).

นิภาพร แสนสุภา. (2548). ทำการวิจัยแนวทางการพัฒนาเส้นทางถนนคนเดินในนครเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวิตร ชูศิลป์. (2544, 14 มีนาคม 2544). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, p. 15.

ปราณี ตันประยูร และสมเกียรติ แดงเจริญ. (2554). การบริหารจัดการตลาดนัดมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

เพชรา บุดสีทา. (2553). การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวนครชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 16(1).

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556). แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. วารสารวิชาการ *Veridian E-Journal* บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 6(1).

ราณี อิสิชัยกุล. (2547). การจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เกษตรศาสตร์.

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. (2532). ศักยภาพสำคัญอย่างไรต่อแหล่งท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว, 8(2).

สันติ เศวตวิมล. (2544). ตำนานตลาดไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประพันธ์สาส์น.

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2554). สถิตินักท่องเที่ยว. http://www.tourism.go.th/index.php?mod=WebTourism&file=content&dID=6&cID=276

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย	ตำแหน่ง รองคณบดี กำกับดูแลหน่วยแผนและงบประมาณ หน่วยประกันคุณภาพและเทคโนโลยีสารสนเทศ อาจารย์ประจำแขนงวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงการณ์มหาวิทยาลัย
2. อาจารย์ ดร.นพรัตน์ ศุทธิถกล	อาจารย์ประจำภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
3. ดร.ฐิติมา ประมลบาล	นักวิชาการอิสระ
4. อาจารย์อดิศัย มัตเดช	อาจารย์ประจำภาควิชาสันทนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. อาจารย์เพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์	อาจารย์ประจำสาขาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้จัดการตลาดนัดรถไฟ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว ณ ตลาดนัดรถไฟ จำนวน ๔๐ ชุด ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้จัดการตลาดสยามยิปซี(จตุจักรกรีน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว ณ ตลาดสยามยิปซี จำนวน ๔๐ ชุด ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการ บริหารพื้นที่ตลาดนัดจตุจักร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว ณ ตลาดนัดจตุจักร จำนวน ๔๐ ชุด ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน คุณสัจจา ถิรรัฐเศรษฐ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ท่านเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการ สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ท่านเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

มกราคม ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน พันตำรวจโท บวรภพ สุนทรเรขา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ท่านเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพระนคร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ท่านเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการ บริหารพื้นที่ตลาดนัดจตุจักร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ท่านเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ผู้กำกับการ สถานีตำรวจประเวศ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ท่านเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน หัวหน้าฝ่ายเทศกิจ สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ท่านเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน หัวหน้าฝ่ายเทศกิจ สำนักงานเขตพระนคร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ท่านเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ศธ๐๕๑๒.๒๔/๑๐๓๓๐ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม.

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน คุณไพโรจน์ ร้อยแก้ว

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑.โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒.แบบสัมภาษณ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ให้นางสาวมณจันทร์ นิยมผล เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ท่านเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร ในระหว่างเดือนเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอเสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔ / ๑๐๓๓๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน
กทม.

มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมสนทนากลุ่มขนาดเล็กเพื่อการวิจัย

เรียน พันตำรวจโท บวรภพ สุนทรเรขา

สิ่งที่แนบมาด้วย ๑. รายละเอียดการสนทนากลุ่ม

๒. หนังสือตอบรับการเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว ภายใต้การดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านหรือผู้แทนที่สามารถเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะประเด็น (Focus Group) ในวันพุธ ที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๕๗ เวลา ๐๙.๓๐-๑๒.๐๐ น. ณ อาคารจุฬาพัฒน์ ๑๒ (ซอยจุฬา ๑๒) ชั้น ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทั้งนี้ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมสนทนาดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
มือถือ. ๐๘๖-๖๗๗-๒๒๐๒ (นิสิตผู้วิจัย)
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
๓๑๑๑

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔ /๑๐๓๓๐

(สำเนา)

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน
กทม.

มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมสนทนากลุ่มขนาดเล็กเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการ สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งที่แนบมาด้วย ๑. รายละเอียดการสนทนากลุ่ม

๒. โครงร่างวิทยานิพนธ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว ภายใต้การดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านหรือผู้แทนที่สามารถเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะประเด็น (Focus Group) ในวันพุธ ที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๕๗ เวลา ๐๙.๓๐-๑๒.๐๐ น. ณ อาคารจุฬาพัฒน์ ๑๒ (ซอยจุฬา ๑๒) ชั้น ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมสนทนาดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
มือถือ. ๐๘๖-๖๗๗-๒๒๐๒ (นิสิตผู้วิจัย)
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
๓๑๑๑

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔ / ๑๐๓๓๐

(สำเนา)

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน
กทม.

มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมสนทนากลุ่มขนาดเล็กเพื่อการวิจัย

เรียน หัวหน้าฝ่ายเทศกิจ สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

สิ่งที่แนบมาด้วย ๑. รายละเอียดการสนทนากลุ่ม

๒. โครงร่างวิทยานิพนธ์

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว ภายใต้การดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านหรือผู้แทนที่สามารถเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะประเด็น (Focus Group) ในวันพุธ ที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๕๗ เวลา ๐๙.๓๐-๑๒.๐๐ น. ณ อาคารจุฬาพัฒน์ ๑๒ (ซอยจุฬา ๑๒) ชั้น ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมสนทนาดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
มือถือ. ๐๘๖-๖๗๗-๒๒๐๒ (นิสิตผู้วิจัย)
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
๓๑๑๑

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔ /๑๐๓๓๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน
กทม.

มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมสนทนากลุ่มขนาดเล็กเพื่อการวิจัย

เรียน คุณเกรียง วิบูลย์ศรี

สิ่งที่แนบมาด้วย ๑. รายละเอียดการสนทนากลุ่ม
๒. หนังสือตอบรับการเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว ภายใต้การดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะประเด็น (Focus Group) ในวันพุธ ที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๕๗ เวลา ๐๙.๓๐-๑๒.๐๐ น. ณ อาคารจุฬาพัฒน์ ๑๒ (ซอยจุฬา ๑๒) ชั้น ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมสนทนาดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
มือถือ. ๐๘๖-๖๗๗-๒๒๐๒ (นิสิตผู้วิจัย)
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรา๑

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔ / ๑๐๓๓๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน
กทม.

มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมสนทนากลุ่มขนาดเล็กเพื่อการวิจัย

เรียน คุณไพโรจน์ ร้อยแก้ว

สิ่งที่แนบมาด้วย ๑. รายละเอียดการสนทนากลุ่ม
๒. หนังสือตอบรับการเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว ภายใต้การดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านหรือผู้แทนที่สามารถเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะประเด็น (Focus Group) ในวันพุธ ที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๕๗ เวลา ๐๙.๓๐-๑๒.๐๐ น. ณ อาคารจุฬาพัฒน์ ๑๒ (ซอยจุฬา ๑๒) ชั้น ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมสนทนาดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
มือถือ. ๐๘๖-๖๗๗-๒๒๐๒ (นิสิตผู้วิจัย)
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
๓๑๑๑

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔ / ๑๐๓๓๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน
กทม.

มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมสนทนากลุ่มขนาดเล็กเพื่อการวิจัย

เรียน คุณกาญลดา แซ่เลี่ยว

สิ่งที่แนบมาด้วย ๑. รายละเอียดการสนทนากลุ่ม

๒. หนังสือตอบรับการเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว ภายใต้การดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะประเด็น (Focus Group) ในวันพุธ ที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๕๗ เวลา ๐๙.๓๐-๑๒.๐๐ น. ณ อาคารจุฬาพัฒน์ ๑๒ (ซอยจุฬา ๑๒) ชั้น ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมสนทนาดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
มือถือ. ๐๘๖-๖๗๗-๒๒๐๒ (นิสิตผู้วิจัย)
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรา๑

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔ / ๑๐๓๓๐

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(สำเนา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน
กทม.

มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมสนทนากลุ่มขนาดเล็กเพื่อการวิจัย

เรียน คุณอัครินทร์ ศรีภิรมย์

สิ่งที่แนบมาด้วย ๑. รายละเอียดการสนทนากลุ่ม

๒. หนังสือตอบรับการเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว ภายใต้การดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะประเด็น (Focus Group) ในวันพุธ ที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๕๗ เวลา ๐๙.๓๐-๑๒.๐๐ น. ณ อาคารจุฬาพัฒน์ ๑๒ (ซอยจุฬา ๑๒) ชั้น ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมสนทนาดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
มือถือ. ๐๘๖-๖๗๗-๒๒๐๒ (นิสิตผู้วิจัย)
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
ตรวจ

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔ / ๑๐๓๓๐

(สำเนา)

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ เขตปทุมวัน
กทม.

มีนาคม ๒๕๕๗

เรื่อง เชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าร่วมสนทนากลุ่มขนาดเล็กเพื่อการวิจัย

เรียน หัวหน้าฝ่ายเทศกิจ สำนักงานเขตพระนคร

สิ่งที่แนบมาด้วย ๑. รายละเอียดการสนทนากลุ่ม

๒. หนังสือตอบรับการเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

ด้วย นางสาวมณจันทร์ นิยมผล นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว ภายใต้การดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านหรือผู้แทนที่สามารถเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะประเด็น (Focus Group) ในวันพุธ ที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๕๗ เวลา ๐๙.๓๐-๑๒.๐๐ น. ณ อาคารจุฬาพัฒน์ ๑๒ (ซอยจุฬา ๑๒) ชั้น ๒ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าร่วมสนทนาดังกล่าวด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
มือถือ. ๐๘๖-๖๗๗-๒๒๐๒ (นิสิตผู้วิจัย)
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ร่าง.....
พิมพ์.....
๓๑๑๑

ภาคผนวก ค
เครื่องมือการวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งการให้ข้อมูลของท่านในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ จะไม่มีผลต่อท่านแต่อย่างใด จึงขอความกรุณาท่านตอบคำถามตามความเป็นจริง และขอขอบคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง

แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม 20 – 30 นาที

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการพัฒนา การจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 49 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 ข้อ

กรุณาตรวจสอบว่าท่านได้ตอบคำถามครบทุกข้อ และผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณสำหรับความอนุเคราะห์ของท่านในครั้งนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

นางสาวมณจันทร์ นิยมผล

นิสิตบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ 2 แขนงวิชาการจัดการนทนาการและการท่องเที่ยว
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงใน ช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

❑ 1. ชาย ❑ 2. หญิง

2. อายุ

❑ 1. ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี ❑ 2. 21 – 40 ปี

❑ 3. 41 - 55 ปี ❑ 4. 55 ปีขึ้นไป

3. วุฒิการศึกษาสูงสุด

❑ 1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ❑ 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

❑ 3. อนุปริญญา/ปวส. ❑ 4. ปริญญาตรี

❑ 5. ปริญญาโท ❑ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

❑ 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท ❑ 2. 10,000 - 20,000 บาท

❑ 3. 20,001 - 30,000 บาท ❑ 4. 30,001 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ

❑ 1. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ❑ 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัย

❑ 3. พนักงานบริษัทเอกชน ❑ 4. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้าง

❑ 5. แม่บ้าน/พ่อบ้าน ❑ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6.สถานภาพครอบครัว

❑ 1. โสด ❑ 2. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

❑ 3. สมรส/อยู่ด้วยกัน ❑ 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตอนที่2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 49 ข้อ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงใน ช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์ 1.สินค้ามีความหลากหลาย					
2.สินค้ามีคุณภาพ					
3.สินค้ามีความจำเป็นต้องซื้อ					
4.มีการออกแบบสินค้าให้มีลักษณะเฉพาะตัว					
5.สินค้าที่จำหน่ายมีไม่ซ้ำกับตลาดอื่น					
6.สินค้าได้รับมาตรฐาน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์					
7.ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า					
ด้านราคา 1.ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับสินค้า					
2.ราคาสินค้าที่จำหน่ายมีความเหมาะสมกับสินค้า					
3.มีการติดป้ายราคาชัดเจน					
4.ค่าบริการการใช้ห้องน้ำมีความเหมาะสม					
5.ค่าบริการการใช้ที่จอดรถมีความเหมาะสม					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 1.มีการจัดจำหน่ายสินค้าด้วยช่องทางสื่อออนไลน์					
2.มีสถานที่อื่นติดต่อจำหน่ายสินค้ามากกว่า1แห่ง					
3.มีการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทน					
4.มีระบบการขายตรง(สินค้าถึงมือผู้บริโภคโดยตรง)					
5.มีบริการจัดส่งสินค้าต่างจังหวัด					
ด้านการส่งเสริมการตลาด 1.การโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต					
2.การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์					
3.ความถี่ของสื่อที่เห็นในการโฆษณา					
4.มีการลดราคาสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก					
5. มีการแลกเปลี่ยนสินค้า					
6.แจกของสมนาคุณให้แก่ลูกค้า					
7.มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อครบตามจำนวน					
8.มีบัตรสะสมคะแนนไว้ใช้เป็นส่วนลด					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านบุคลากร 1.ผู้ค้าในตลาด มีจิตใจในการให้บริการ					
2.ผู้ค้ามีความซื่อสัตย์					
3.มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกเพียงพอ					
4.มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ					
5.เจ้าหน้าที่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดเป็นอย่างดี					
6.เจ้าหน้ามีการแต่งกายสุภาพ ในเครื่องแบบที่เหมือนกัน					
7.มีเจ้าหน้าที่การปฐมพยาบาลเบื้องต้นเพียงพอ					
ด้านกระบวนการให้บริการ 1. การจัดพื้นที่ของร้านค้าต่างๆสามารถเข้าถึงได้ง่าย					
2.ความชัดเจนในการอธิบายและชี้แจงเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่างๆ					
3.ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ					
4.มีจุดบริการประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว					
5.มีระบบช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉิน					
6.มีบริการอินเทอเน็ต หรือสัญญาณ ไวไฟ					
7.มีจุดบริการกดเงินด่วน					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ 1.ตลาดมีความสวยงามและสะอาด					
2.มีป้ายบอกทาง แสดงไว้อย่างชัดเจน					
3.ตลาดมีความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ					
4.บริเวณโดยรอบมีความสวยงาม					
5.มีบริเวณ นั่งพักตามอัธยาศัย					
6.ทำเลที่ตั้งของตลาดสะดวกในการเดินทาง					
7.ทางเข้า-ออกตลาด มีความสะดวก					
8.ขนาดของตลาดมีความเหมาะสมกับพื้นที่					
9.มีห้องน้ำบริการเพียงพอ					
10.มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืนกรุงเทพมหานคร
จำนวน 10 ข้อ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงใน ช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลาดกลางคืน กรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 1.รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดไว้					
2.มีการบริหารจัดการการตลาดร่วมกับนักท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน					
3.ดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน					
4.มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึก					
5.ตลาดมีผลงานสร้างสรรค์และมีความโดดเด่น					
ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว					
1.ขนาดพื้นที่ของตลาดกับจำนวนนักท่องเที่ยว					
2.การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว					
3.ความพร้อมในระบบการให้บริการ					
4.ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน					
5.การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางพัฒนา การจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

****

คำชี้แจง: แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยคำตอบของท่านจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 1 ฉบับ จำนวน 11 ข้อ สัมภาษณ์ 1 ครั้ง และ ใช้เวลาตอบแบบสัมภาษณ์ 1 – 2 ชั่วโมง

ชื่อ.....อายุ .....

อาชีพ.....

แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการต้อนรับแขกด้วยไมตรีจิตอันดีงาม

1.ท่านมีวิธีการอย่างไรในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการประทับใจแล้วกลับมาอีกครั้ง

2.ท่านมีวิธีการอย่างไรในการให้บริการและการต้อนรับนักท่องเที่ยว

ดูแลเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

1.ท่านมีวิธีการจัดการอย่างไรในการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

2.ท่านมีวิธีการควบคุมดูแล ร้านค้าที่จำหน่ายอาหารให้ได้ตามมาตรฐานอย่างไร

บำรุงรักษา ทรัพยากรการท่องเที่ยว ให้บริสุทธิ์ คงสภาพธรรมชาติเดิมไว้

1.ท่านมีวิธีการจัดการจัดการกับเศษขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นภายในบริเวณตลาดอย่างไร

2.ท่านมีมาตรการอย่างไรในการรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาดให้คงความเป็นเอกลักษณ์ไว้

ประเด็นปัญหาของแต่ละตลาด

1.ศูนย์อาหารมีการจัดการให้ได้มาตรฐานอย่างไร และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้พียงพอหรือไม่อย่างไร

2.ที่จอดรถมีความปลอดภัย และสามารถรองรับต่อนักท่องเที่ยวได้พียงพอหรือไม่อย่างไร

3.ระบบการจัดการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยว มีบุคลากรที่มีความรู้ เกี่ยวกับตลาดมากน้อยเพียงใด

4.การจัดการขยะมูลฝอยที่เกิดจากตลาด มีวิธีการอย่างไร

5.ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดอย่างไร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง

เรื่อง แนวทางพัฒนา การจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

****

คำชี้แจง: แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยคำตอบของท่านจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 1 ฉบับ จำนวน 6 ข้อ สัมภาษณ์ 1 ครั้ง และ ใช้เวลาตอบแบบสัมภาษณ์ 1 – 2 ชั่วโมง

ชื่อ.....อายุ .....

อาชีพ.....

1.ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นอย่างไร

2.ท่านคิดว่าการจัดการตลาดกลางคืน มีปัญหาเรื่องใด และมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร

3.ท่านมีวิธีการอย่างไรในการดูแล ชีวิตและทรัพย์สินนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดกลางคืน

4.ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ผลกระทบด้านบวก

ผลกระทบด้านลบ

5.ท่านคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวตลาดกลางคืน เป็นอย่างไร

6.ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดกลางคืนอย่างไร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

การสนทนากลุ่ม

เรื่อง

เรื่อง แนวทางพัฒนา การจัดการตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร

****

คำชี้แจง: การสนทนากลุ่มนี้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยคำตอบของท่านจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น

สนทนากลุ่ม 1 ครั้ง ระยะเวลาในการสนทนากลุ่ม 3 ชั่วโมง

นำผลที่ได้จากการSWOT ANALYSIS ทำการสรุปเพื่อหาแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เป็นกลุ่มเดียวกันกับการสัมภาษณ์ร่วมประชุมกลุ่มย่อย (focus group) สนทนากลุ่มโดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากนักท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ว่าสามารถทำได้จริงหรือไม่ หาข้อสรุปเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการจัดการตลาดกลางคืนต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ง
การถอดแบบสัมภาษณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่1

คำถาม : ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นอย่างไร

คำตอบ : ตลาดกลางคืนข้าวสาร คลองถม มีเอกลักษณ์ของตัวมันเอง มีความสบาย ของแปลก ของมือสอง

คำถาม : ท่านคิดว่าการจัดการตลาดกลางคืน มีปัญหาเรื่องใด และมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร

คำตอบ : ไม่ค่อยเจอปัญหา อยู่ในพื้นที่ไม่ใกล้กับผู้อยู่อาศัย โดยวิธีจัดการ เราก็จะจัดโซน ห่างจากชุมชน จะไม่ให้กระทบกับชุมชน ส่วนเรื่องปัญหาจราจร ไม่สามารถจัดการได้ทั้งหมด และวิธีแก้ปัญหาปล่อยรถทางเดียวแก้ไขช่วงเวลาเร่งด่วน โดยการระบายรถไม่ให้ติด

คำถาม : ท่านมีวิธีการอย่างไรในการดูแล ชีวิตและทรัพย์สินนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดกลางคืน

คำตอบ : มาตรการดูแล มีการเพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย ใช้เสียงตามสายประกาศเตือนนักท่องเที่ยวให้ระวัง เรื่องการล้วงกระเป๋า เพิ่มภาษาในการประกาศให้ได้3ภาษา

คำถาม : ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ตอบ : ผลกระทบด้านบวก ทำให้ร้านค้าบริเวณโดยรอบขายดีขึ้น ราคาที่ดินมีราคาสูงขึ้น ห้องเช่าที่บริเวณตลาดมีผู้มาเช่าเต็มทุกห้อง

ตอบ : ผลกระทบด้านลบ การจราจรติดขัดในชั่วโมงเร่งด่วน

คำถาม : ท่านคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวตลาดกลางคืน เป็นอย่างไร

คำตอบ : จุดแข็ง รู้สึกผ่อนคลาย ไม่ร้อน ไม่ว่าอยู่ในช่วงอายุใด สามารถเดินเลือกซื้อสินค้า อาหาร หลังจากที่ทำงานมาหนักทั้งวัน เป็นช่วงเวลาพักผ่อน

จุดอ่อน ยังมีให้เห็นน้อย

โอกาส ตัวของตลาดยังสามารถไปได้เรื่อยๆ แต่ผู้ค้าสามารถขยายได้อีก

อุปสรรค ไม่มีเยอะ ต้องตั้งกติกาที่ใช้ร่วมกัน ถ้าเข้าใจตรงกัน จะไม่เกิดปัญหา

คำถาม : ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดกลางคืนอย่างไร

คำตอบ : การประชาสัมพันธ์ตลาด และมีการเข้าไปดูเรื่องความสะอาดของอาหารในอนาคต ควบคุมให้ได้มาตรฐาน ราคาเครื่องดื่มควบคุมให้ราคาเท่ากัน และอยากให้หน่วยงานของรัฐเข้ามาร่วมกันสร้างตลาดใหม่ให้เกิดขึ้นโดยใช้พื้นที่รกร้างไม่ได้ใช้ จัดให้ประชาชนเข้ามาขายของ เพื่อลดปัญหาการตกงาน สร้างอาชีพ เกิดรายได้

คำถาม : ท่านมีวิธีการอย่างไรในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการประทับใจแล้วกลับมาอีกครั้ง

คำตอบ : การดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ดูแลลูกค้า โดยมีสโลแกนคือลูกค้าคือผู้มีพระคุณ

คำถาม : ท่านมีวิธีการควบคุมดูแล ร้านค้าที่จำหน่ายอาหารให้ได้ตามมาตรฐานอย่างไร

คำตอบ : อนาคตจะเข้าไปควบคุมดูแล ในเรื่องของความสะอาดให้ได้มาตรฐาน

คำถาม : ท่านมีวิธีการจัดการกับเศษขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นภายในบริเวณตลาดอย่างไร

คำตอบ : จัดเก็บทุกวันมีห้องเก็บขยะ และสำนักงานเขตจะเข้ามาเก็บ

คำถาม : ท่านมีมาตรการอย่างไรในการรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาดให้คงความเป็นเอกลักษณ์ไว้

คำตอบ : จัดโซนให้มีความผสมผสานอย่างลงตัว เช่น เฟอร์นิเจอร์ รถเก่า จัด เสื้อผ้าวินเทจมือสอง กระเป๋า รองเท้า ให้มีความลงตัวกัน

ที่คำถาม : ที่จอดรถมีความปลอดภัย และสามารถรองรับต่อนักท่องเที่ยวได้พียงพอหรือไม่อย่างไร

คำตอบ : มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเข้าไปดูแลทุกจุด และสามารถจัดพื้นที่จอดรถไว้ให้นักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ ติดต่อเข้ามา จะมีการจัดเตรียมพื้นที่ไว้ให้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่2

คำถาม : ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นอย่างไร

คำตอบ : นักท่องเที่ยวมีความนิยมในการจับจ่ายซื้อสินค้า กระเป๋า เสื้อผ้า และปริมาณนักท่องเที่ยวลดลงไปบางส่วน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะนิยมไปตลาดกลางคืนข้าวสาร หน้าราม คลองถม ตลาดกลางคืนยังมีแนวโน้มและทิศทางไปได้อยู่

คำถาม : ท่านคิดว่าการจัดการตลาดกลางคืน มีปัญหาเรื่องใด และมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร

คำตอบ : ราคาของสินค้าแพงเกินไป การทะเลาะวิวาท โดยแนวทางการแก้ปัญหา ในนามตำรวจท่องเที่ยวได้ติดตามเพื่อคอยแก้ปัญหาตลอด ในเรื่องของสินค้าราคาแพงจะเดินประชาสัมพันธ์กับผู้ค้าผู้ประกอบการขอความร่วมมือให้ราคาเป็นธรรม ติดป้ายแสดงให้ชัดเจน โดยมีทีมงานตำรวจท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อเดือน

คำถาม : ท่านมีวิธีการอย่างไรในการดูแล ชีวิตและทรัพย์สินนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดกลางคืน

คำตอบ : กรณีโดนกรีดกระเป๋ากระชากกระเป๋า ปริมาณคนเยอะจึงเป็นจุดเสี่ยงในแต่ละพื้นที่

คำถาม : ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ตอบ ผลกระทบด้านบวก กระตุ้นเศรษฐกิจ กลุ่มผู้ประกอบการ พนักงาน รถรับจ้าง เป็นวงจรเชื่อมโยง สร้างรายได้เข้ามาแน่นอน

ตอบ ผลกระทบด้านลบ ปัญหาในเวลากลางคืนมีมากกว่ากลางวัน ด้วยความมืด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่อนักท่องเที่ยวดื่มเข้าไปเกิดการทะเลาะวิวาททำร้ายร่างกาย การชาร์ตราคาสินค้า การจอดรถกีดขวางจราจร การจราจรติดขัด รถรับจ้างไม่กดมิเตอร์ซึ่งผิด พ.ร.บ. จราจร

คำถาม : ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดกลางคืนอย่างไร

คำตอบ : จัดอบรม ทำความเข้าใจ ปลูกจิตสำนึก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในย่านนั้นเพื่อให้เข้าใจ วิธีการจิตสำนึก จะช่วยในเรื่องภาพลักษณ์ ความปลอดภัย ถ้าพัฒนาได้ จะทำให้น่ามาท่องเที่ยวและเพิ่มความมั่นใจ ความปลอดภัยมากขึ้น

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่3

คำถาม : ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นอย่างไร

คำตอบ : ปัจจุบันเป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้น เป็นเวลาที่หลายคนหลับแล้ว แต่อีกมุมหนึ่งเป็นเรื่องการท่องเที่ยว การมาเดินเล่น ซื้อสินค้า มีแสงสี มาดื่มด่ำบรรยากาศ

คำถาม : ท่านคิดว่าการจัดการตลาดกลางคืน มีปัญหาเรื่องใด และมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร

คำตอบ : ปัญหาที่พบบ่อย คือการลักเล็กขโมยน้อยของวัยรุ่น วัยรุ่นที่ติดยาเสพย์ติดมาลักเล็กขโมยน้อย แนวทางแก้ไขคือผู้ค้าต้องช่วยกันเป็นหูเป็นตา เพื่อควบคุมและความสงบเรียบร้อยให้ดีที่สุด ถ้ามาเพื่อตักตวงผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว ดูแลลูกค้าซึ่งผลสะท้อนที่ได้กลับมาเมื่อนักท่องเที่ยวหรือลูกค้ามีความปลอดภัย เขาก็อยากมาท่องเที่ยว

คำถาม : ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ตอบ : ผลกระทบด้านบวก คนในชุมชนสามารถเข้ามาค้าขายสร้างอาชีพ รายได้

ตอบ : ผลกระทบด้านลบ สิ่งแรกที่หลีกเลี่ยงไม่ได้คือปัญหาการจราจร ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ ค้าขับรถเข้ามาไปกีดขวางบริเวณหน้าบ้านทำให้รถติด คนในชุมชนเคยกลับถึงบ้านเร็วก็ต้องถึงช้า

คำถาม : ท่านคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวตลาดกลางคืน เป็นอย่างไร

คำตอบ : จุดแข็ง ถ้าตลาดมีการประชาสัมพันธ์ในโซเชี่ยล เน็ตเวิร์ค ให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น ซึ่งตลาดมีทั้งของเก่า ของตกแต่งบ้าน

จุดอ่อน การค้าขายที่กอบโกยผลประโยชน์มากเกินไป สินค้าที่มีราคาแพง

โอกาส การโปรโมทตลาดกับบริษัททัวร์ ทำโบชัวร์แจกประชาสัมพันธ์ตลาดอีกทั้ง

อุปสรรค หน้าฝนเป็นอุปสรรคการท่องเที่ยวตลาดกลางคืน

คำถาม : ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดกลางคืนอย่างไร

คำตอบ : การจัดการต้องช่วยกันในหลายภาคส่วน ผู้บริหารต้องฟังเสียงผู้ค้าคำแนะนำ ติชม ต้องถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน น้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่า สาธารณูปโภคพื้นฐานต้องพัฒนาร่วมกัน

คำถาม : ท่านมีวิธีการอย่างไรในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการประทับใจแล้วกลับมาอีกครั้ง

คำตอบ : ต้องมีจรรยาบรรณในการค้าขาย ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว มีอะไรแนะนำ นำเสนอให้ได้รับความกระจ่าง ให้ความรู้กับสินค้าที่เราขาย

คำถาม : ท่านมีวิธีการอย่างไรในการให้บริการและการต้อนรับนักท่องเที่ยว

คำตอบ : บริการด้วยความจริงใจ ตั้งเป้าของเราไว้ในการขาย ขายอย่างไรให้ได้คุณค่าและราคา ส่วนวิธีการต้อนรับ บอกทาง ชี้ทาง ด้วยความเต็มใจ

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่4

คำถาม : ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นอย่างไร

คำตอบ : ปัจจุบันเงียบลง เนื่องจากอาจเปิดอาเซียน เพราะฉะนั้นเราต้องรักษาคุณภาพของเราไว้

คำถาม : ท่านคิดว่าการจัดการตลาดกลางคืน มีปัญหาเรื่องใด และมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร

คำตอบ : สาธารณูปโภคพื้นฐาน น้ำ ไฟ ยังขาดความพร้อม ซึ่งบริหารตลาดต้องเข้ามาช่วยพัฒนาจัดการ

คำถาม : ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ตอบ : ผลกระทบด้านบวก มีลู่ทางให้คนในชุมชน ปล่อยที่จอดรถ แล้วเก็บค่าเช่า สร้างรายได้เพิ่ม ลดมิจฉาชีพ จากการงัดแงะขโมยรถ

ตอบ : ผลกระทบด้านลบ เกิดเสียงรบกวนชุมชน

คำถาม : ท่านคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวตลาดกลางคืน เป็นอย่างไร

คำตอบ : จุดแข็ง บรรยากาศน่าเดิน ผ่อนคลาย ได้สินค้าที่แปลก

จุดอ่อน ได้ลูกค้าเฉพาะกลุ่มแค่วัยทำงาน นิสิตนักศึกษา ซึ่งต้องพัฒนาสินค้าให้เหมาะกับกลุ่มที่เข้ามาท่องเที่ยว

โอกาส จะเติบโตได้อีก เป็นอีกกลุ่ม อีกบรรยากาศ นิสิตนักศึกษาเพิ่มรายได้โดยการเอาของมาขาย

อุปสรรค การเดินทางในเวลากลางคืนจะลำบากกว่าในตอนกลางวัน

คำถาม : ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดกลางคืนอย่างไร

คำตอบ : การจัดการทำเล ที่ตั้ง การจัดการสาธารณูปโภคต้องเพียงพอ สินค้าที่มาขายต้องหลากหลาย ต้องศึกษาว่านักท่องเที่ยวว่าต้องการอะไร เพื่อให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า

คำถาม : ท่านมีวิธีการอย่างไรในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการประทับใจแล้วกลับมาอีกครั้ง

คำตอบ : ให้ความจริงใจ แนะนำดูแลบริการเต็มที่ ติดป้ายราคาให้ชัดเจน นักท่องเที่ยวถามอะไรสามารถตอบและพยายามช่วยเหลือ ต้องรู้ข้อมูลพื้นฐานของตลาด เช่นต่อรถตรงไหน ห้องน้ำไปทางไหน

คำถาม : ท่านมีวิธีการอย่างไรในการให้บริการและการต้อนรับนักท่องเที่ยว

คำตอบ : นักท่องเที่ยวถามอะไรสามารถตอบและพยายามช่วยเหลือ ต้องรู้ข้อมูลพื้นฐานของตลาด เช่นต่อรถตรงไหน ห้องน้ำไปทางไหน

คำถาม : ท่านมีวิธีการจัดการอย่างไรในการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

คำตอบ : ช่วยมอง สอดส่องดูแล บุคคลที่น่าสงสัย

คำถาม : ท่านมีวิธีการจัดการจัดการกับเศษขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นภายในบริเวณตลาดอย่างไร

คำตอบ : เก็บใส่ถุงดำไว้รวบรวมให้เป็นที่หลังเก็บร้านนำไปทิ้งที่จุดทิ้งขยะ

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่5

คำถาม : ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นอย่างไร

คำตอบ : ปัจจุบันตลาดกลางคืนมีผู้เข้ามาค้าขายเป็นจำนวนมาก

คำถาม : ท่านคิดว่าการจัดการตลาดกลางคืน มีปัญหาเรื่องใด และมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร

คำตอบ : มีปัญหาในเรื่องของผู้ค้าต่างด้าวเข้ามาเข็นของขาย เป็นของปิ้งย่างอาจเสี่ยงทำให้เกิดเพลิงไหม้ แนวทางการแก้ปัญหา โดยจะกันไม่ให้เข้าภายในตลาดจะให้ขายบริเวณรอบนอกแทน

คำถาม : ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ตอบ : ผลกระทบด้านบวก สร้างได้และอาชีพ

ตอบ : ผลกระทบด้านลบ ปัญหาการจราจร เกิดเสียงรบกวนชุมชน

คำถาม : ท่านคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวตลาดกลางคืน เป็นอย่างไร

คำตอบ : จุดแข็ง ทำเลตลาด อยู่ใจกลางเมือง ศูนย์กลางการคมนาคม เดินทางสะดวก

จุดอ่อน พื้นที่ตลาดมีจำนวนจำกัด

โอกาส ปริมาณนักท่องเที่ยวจะเข้ามาเพิ่มได้อีก

อุปสรรค ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

คำถาม : ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดกลางคืนอย่างไร

คำตอบ : ควรวางมาตรการ ควบคุมราคาสินค้า การตักเตือนผู้ค้า ความปลอดภัยจ้างระบบรักษาความปลอดภัยเข้ามาดูแล ขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่ตำรวจ พยาบาลเข้ามาดูแล

คำถาม : ท่านมีวิธีการจัดการอย่างไรในการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

คำตอบ : กำชับเจ้าหน้าที่ให้ดูแลความปลอดภัยอย่างเข้มงวด

คำถาม : ท่านมีวิธีการจัดการจัดการกับเศษขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นภายในบริเวณตลาดอย่างไร

คำตอบ : มีรถขยะภายในตลาดเก็บขยะเป็นเวลา และนำไปกระบวนการคัดแยกต่อไป

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่6

คำถาม : ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นอย่างไร

คำตอบ : ยังมีแนวโน้มที่สามารถพัฒนาไปได้

คำถาม : ท่านคิดว่าการจัดการตลาดกลางคืน มีปัญหาเรื่องใด และมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร

คำตอบ : ความไม่เป็นระเบียบของแผงค้า ริมฟุตบาท แนวทางแก้ปัญหา ปรับจำนวนแผงค้าให้ลดลง จัดระเบียบทางเท้า เพื่อคืนบาทวิถีให้ประชาชน

คำถาม : ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ตอบ : ผลกระทบด้านบวก เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

ตอบ : ผลกระทบด้านลบ ปัญหาการจราจร ความสกปรกที่เกิดขึ้น

คำถาม : ท่านคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวตลาดกลางคืน เป็นอย่างไร

คำตอบ : จุดแข็ง ผู้ประกอบการมีความสามัคคีในการพัฒนาดูแล

จุดอ่อน ความปลอดภัยนักท่องเที่ยว การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

โอกาส พื้นที่ ชื่อเสียงของตลาดที่จะขยายไปอีก

อุปสรรค ผู้ค้ารถเข็นที่เข้ามาขาย ในตลาดที่เป็นต่างด้าวเนื่องจากอาหารไม่ได้มาตรฐาน

คำถาม : ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดกลางคืนอย่างไร

คำตอบ : ร่วมมือกันพัฒนา ผู้ค้า เทศกิจ กทม. ใส่เสื้อผ้าให้เป็นรูปแบบเดียวกัน จัดเป็นซุ้มร้านค้าให้เหมือนกัน สินค้าที่ค้าขายจัดเป็นตรีมงานในแต่ละเดือนไม่ให้ซ้ำกันทำงานร่วมกันกับรัฐบาล

คำถาม : ท่านมีวิธีการจัดการอย่างไรในการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

คำตอบ : ดูแลความเรียบร้อยตลอดทั้งวันร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่7

คำถาม : ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นอย่างไร

คำตอบ : เป็นเรื่องดี ที่จะส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจ ไม่กระทบปัญหาจราจร

คำถาม : ท่านคิดว่าการจัดการตลาดกลางคืน มีปัญหาเรื่องใด และมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร

คำตอบ : ความปลอดภัยจะดูแลลำบาก เจ้าหน้าที่ที่ดูแลไม่เพียงพอ การตั้งวางแผงค้า แนวทางการแก้ปัญหามีการจัดประชุมกัน มีการลงทะเบียน

คำถาม : ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ตอบ : ผลกระทบด้านบวก สร้างอาชีพรายได้

ตอบ : ผลกระทบด้านลบ เสียงรบกวน การตั้งวางแผงค้า ขยะสิ่งปฏิกูล

คำถาม : ท่านคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวตลาดกลางคืน เป็นอย่างไร

คำตอบ : จุดแข็ง สินค้ามีความหลากหลาย สะดวกในการเลือกซื้อ

จุดอ่อน การเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ปัญหาการจราจร ปัญหาความสงบเรียบร้อย

โอกาส แหล่งที่สามารถพัฒนาได้ก็พัฒนาให้เต็มที่เลย ปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค การบริหารจัดการหน่วยงานที่รับผิดชอบขาดการประสานงานร่วมมือ พื้นที่มีจำนวนจำกัด

คำถาม : ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดกลางคืนอย่างไร

คำตอบ : จัดตลาดกลางคืนไว้ใต้ดินเพื่อไม่เป็นปัญหาทางเท้า ระดมความคิดกันว่าต้องการพัฒนาไปในรูปแบบไหน

คำถาม : ท่านมีวิธีการจัดการอย่างไรในการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

คำตอบ : ดูแลร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ดูแลในเรื่องแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่8

คำถาม : ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันเป็นอย่างไร

คำตอบ : เป็นเรื่องที่ดี และตลาดกลางคืนเป็นเรื่องท้าทายสามารถพัฒนาต่อยอดได้

คำถาม : ท่านคิดว่าการจัดการตลาดกลางคืน มีปัญหาเรื่องใด และมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร

คำตอบ : ความปลอดภัย รถรับจ้างแท็กซี่ สามล้อที่เอารัดเอาเปรียบ แนวทางแก้ปัญหามีเจ้าหน้าที่ตำรวจและตำรวจท่องเที่ยวดูแลปฏิบัติงานร่วมกัน

คำถาม : ในความคิดเห็นของท่านการท่องเที่ยวตลาดกลางคืนมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ตอบ : ผลกระทบด้านบวก

ตอบ : ผลกระทบด้านลบ อาจเป็นแหล่งมั่วสุม การจราจรติดขัด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

คำถาม : ท่านคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวตลาดกลางคืน เป็นอย่างไร

คำตอบ : จุดแข็ง อากาศไม่ร้อน

จุดอ่อน ความปลอดภัย ห้องน้ำน้อย

โอกาส ตลาดกลางคืนสามารถพัฒนาได้ โดยรัฐบาลเข้ามาดูแล

อุปสรรค การคมนาคม

คำถาม : ท่านมีข้อเสนอแนะใดบ้าง ในการจัดการ พัฒนาตลาดกลางคืนอย่างไร

คำตอบ : จัดโซนสินค้าให้เป็นระเบียบ เพื่อง่ายต่อการหาสินค้าและสนับสนุนเอกชนในการดูแลบริหารจัดการตลาดและหน่วยงานของรัฐจะคอยสนับสนุนและกำกับดูแล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก จ
การสนทนากลุ่ม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการสนทนากลุ่ม

ด้านผลิตภัณฑ์

ในการสนทนากลุ่มประเด็นการจัดประชุมผู้ค้าและผู้บริหารตลาด 3 เดือนครั้ง ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยแต่ให้ความคิดเห็นในข้อนี้ตรงกัน คือ ระยะเวลา 6 เดือนครั้ง มีความถี่เกินความจำเป็นและเสนอให้เป็น 2 ครั้ง/ปี

ในการสนทนากลุ่มประเด็นความสะอาด จัดทำโครงการอร่อย สะอาดปลอดภัยโดยให้ผู้ค้าใส่หมวก ผ้ากันเปื้อน ใส่ถุงมือ ร้านค้าใดสามารถทำได้จะมีสัญลักษณ์ว่าผ่านเกณฑ์ ในประเด็นนี้ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยเนื่องจากนักท่องเที่ยวได้ประโยชน์ที่จะได้รับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ เพียงแต่เสนอแนะจากประสบการณ์ว่าบรรยากาศภายในตลาด กลิ่นอาย ดูไม่เข้ากับตลาดกลางคืน ความมีเสน่ห์อาจหายไป แต่สามารถทำได้และหาวิธีที่กลมกลืนกับบรรยากาศภายในตลาด

ในการสนทนากลุ่มประเด็น คัดสรรและตรวจสินค้าเข้ามาขายภายในตลาด ให้มีคุณภาพ ในประเด็นนี้ผู้ประกอบการคิดว่าสามารถทำได้แต่อาจดำเนินการลำบากเนื่องจากในแต่ละตลาดมีสินค้าหลายราคาและหลากหลายรูปแบบเช่นตลาดจตุจักร คลองถม ตลาดนัดรถไฟ จตุจักรกรีน ที่จะมีสินค้ามือสองนำมาขายซึ่งสินค้าจะมีตำหนิอยู่ ซึ่งเรื่องนี้ต้องหาทางปรับปรุงต่อไป อีกกรณีหนึ่งคือผู้ค้าตรวจเช็คสินค้าก่อนให้ลูกค้า โดยเช็คก่อนออกจากร้านแต่ลูกค้านำกลับมาเปลี่ยนคืน ซึ่งต้องทำข้อตกลงกันอีกว่าเมื่อรับสินค้าออกจากร้านไปแล้วยอมรับสินค้าไปแล้ว เช็คสินค้าร่วมกัน ก็ไม่ควรนำกลับมาเปลี่ยนคืนอีก

ด้านราคา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ขอความร่วมมือผู้ค้ากำหนดราคาสินค้าอย่างเป็นธรรม ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยกับแนวทางนี้ และสามารถทำได้จริงในการขอความร่วมมือ

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ประชุมกำหนดข้อตกลงกันระหว่างผู้ค้า กำหนดราคากลางสินค้า อาหาร และเครื่องดื่ม ในราคาที่เท่ากัน ซึ่งผู้บริหารตลาดมองว่าเป็นไปได้และอยากให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ในการสนทนากลุ่มประเด็น เจ้าหน้าที่ของรัฐเข้ามาช่วย รณรงค์และขอความร่วมมือกับผู้ค้าให้ติดป้ายราคาชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีการสุ่มตรวจเรื่องป้ายราคาสำหรับผู้บริหารตลาด ซึ่งในทางกฎหมายผู้ค้าต้องติดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน ซึ่งในประเด็นนี้ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ผู้ค้าทำการขายสินค้าออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค อินตราแกรม ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยในประเด็นนี้ว่าสามารถทำได้ แต่ก็ต้องขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ค้าในแต่ละร้านด้วย ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นการจำหน่ายแก่ผู้ค้าอีกทาง

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ผู้ค้ามีบริการจัดส่งสินค้าในกรณีที่ซื้อจำนวนมากและคิดค่าบริการจากการส่งเมื่อซื้อสินค้าจำนวนน้อย ซึ่งในประเด็นนี้ผู้ค้ามีบริการส่งให้ในบางตลาดเท่านั้น

เช่นตลาดจตุจักรจะมีบริษัทเอกชนตั้งร้านในการส่งสินค้าต่างจังหวัด ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยกับประเด็นนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ในการสนทนากลุ่มประเด็น จัดแคมเปญของตลาด ช่วงสิ้นปีมีโปรโมชั่น มีการลดแลกแจกแถมสินค้า ซึ่งในประเด็นนี้มีการจัดทำในบางตลาด เช่นตลาดนัดรถไฟ ซึ่งในประเด็นนี้ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ประชาสัมพันธ์แคมเปญ ผ่านสื่อออนไลน์ของทางตลาด และของผู้ค้า เช่นเวปไซด์ เฟสบุ๊ค และอินสตราแกรม โดยผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วย และเสนอแนะว่าควรมีการแนะนำสินค้าต่างๆด้วย

ด้านบุคลากร

ในการสนทนากลุ่มประเด็น เพิ่มเจ้าหน้าที่ประจำ และอาสาสมัครในการดูแลรักษาความปลอดภัย ซึ่งบางตลาดมีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยอยู่แล้ว เพียงแต่ยังไม่เพียงพอเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นเพราะตลาดกลางคืนได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในขณะนี้ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยและเสนอแนะในเรื่องของการเฝ้าระวังภัยของมิจฉาชีพอีกด้วย

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ขอความร่วมมือจาก อาสาสมัคร นิสิตนักศึกษาแพทย์ พยาบาล ในการปฐมพยาบาลเบื่อต้น ซึ่งปัจจุบันแต่ละตลาดยังไม่ได้กับความสำคัญในประเด็นนี้เท่าที่ควรมีเพียง ตลาดจตุจักรเท่านั้นที่มีเจ้าหน้าที่ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ส่วนตลาดอื่นๆยังไม่มีเป็นรูปธรรม ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยกับประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ขอความร่วมมือหน่วยบรรเทาสาธารณภัยชุมชนเข้ามาดูแลพื้นที่ซึ่งยังไม่มีอาสาเข้ามาดูแล โดยผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อเสนอแนะว่าทางเจ้าหน้าที่ตำรวจหรือเทศกิจจะมีตำรวจอาสาซึ่งสามารถขอความร่วมมือในการดูแลพื้นที่ได้ ซึ่งสามารถเป็นไปได้และเห็นด้วยกับประเด็นนี้

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่เทศกิจ ในการดูแลความเรียบร้อยและความปลอดภัย ซึ่งผู้ทรงที่เป็นตัวแทนจากเจ้าหน้าที่เทศกิจได้ชี้แจงว่าถ้ามีการประสานขอความร่วมมือก็จะเข้าไปดำเนินการให้และดูแลในเขตพื้นที่รับผิดชอบอยู่แล้วแต่ไม่สามารถทำหน้าที่เกินอำนาจได้เพียงแต่จะรับเรื่องเหตุการณ์เฉพาะหน้าและส่งต่อไปยังเจ้าหน้าที่ตำรวจ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยกับประเด็นนี้

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่กำหนดจุดตรวจในพื้นที่ตลาด ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานกรมการท่องเที่ยวกล่าวว่า 85% จากการตรวจสอบการแก้ไขปัญหาความปลอดภัย คือ การติดตั้งกล้องวงจรปิด และตลาดหลายแห่งยังขาดการรักษาความปลอดภัยเนื่องจากพื้นที่เข้าออกหลายช่องทาง ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยกับประเด็นนี้

ด้านกระบวนการให้บริการ

ในการสนทนากลุ่มประเด็น เพิ่มจุดศูนย์กลาง การช่วยเหลือปฐมพยาบาลฉุกเฉินอย่างน้อย 1 จุด ซึ่งปัจจุบันในประเด็นนี้ยังไม่มีตลาดกลางคืนแห่งใดสร้างจุดศูนย์กลางอย่างชัดเจน ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยกับประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางเพื่อประโยชน์กับนักท่องเที่ยวในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ในการสนทนากลุ่มประเด็น เพิ่มป้ายบอกทาง ให้ชัดเจนครอบคลุมทั้งตลาด โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากตัวแทนผู้บริหารตลาดได้จัดทำแล้วแต่ยังไม่เสร็จและไม่ครอบคลุมทั้งตลาด อีกทั้งในบางตลาดไม่มีป้ายบอกทางเนื่องจากในหนึ่งสัปดาห์มีการค้าขายเพียงวันเดียวซึ่งอาจมีปัญหาในการทำแต่สามารถทำได้ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยกับประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น สร้างจุดประชาสัมพันธ์บริการข้อมูลพื้นฐานภายในตลาด ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิจากตัวแทนผู้บริหารตลาด ได้ดำเนินการสร้างขึ้นในบางตลาดแต่ในหลายตลาดยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องนี้ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยกับประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น เพิ่มเก้าอี้นั่งพักหรือจุดพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากตัวแทนผู้บริหารตลาด และผู้ทรงคุณวุฒิตัวแทนผู้ค้า เสนอแนะว่าเป็นหน้าที่ของผู้บริหารตลาดและผู้ค้าที่จะร่วมมือกันที่จะจัดการเพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยวซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยกับประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น สร้างห้องน้ำเพิ่มตามจุดต่างๆภายในตลาด โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากตัวแทนผู้บริหารตลาดสามารถทำได้เนื่องจากเป็นการให้บริการนักท่องเที่ยวเพียงแต่ในบางตลาดที่ใช้พื้นที่สาธารณะอาจต้องใช้บริการห้องน้ำบริเวณใกล้เคียงแทน และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ขอความร่วมมือกรุงเทพมหานคร บริการนำรถสุขาเคลื่อนที่มาไว้คอยบริการบริเวณตลาดที่หาห้องน้ำเข้ายาก ในประเด็นนี้ตัวแทนผู้ทรงคุณวุฒิให้ความคิดเห็นว่าอาจเป็นไปได้ยากเนื่องจากบริเวณตลาดเป็นพื้นที่ชุมชนและอาจเกิดกลิ่นไม่พึงประสงค์ซึ่งชาวบ้านบริเวณนั้นอาจได้รับความเดือดร้อน แต่ผู้ทรงคุณวุฒิจากตัวแทนผู้ค้าคิดว่าถ้าสามารถทำได้จะเกิดผลดีต่อนักท่องเที่ยว

ในการสนทนากลุ่มประเด็น การขยายพื้นที่จอดรถให้กับนักท่องเที่ยวโดยตัวแทนผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นว่าในประเด็นนี้เกิดปัญหากับทุกตลาดเนื่องจากพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่ยังขาดจิตสำนึกนำรถจอดบริเวณข้างทางซึ่งเกิดปัญหาการจราจรติดขัดตามมาอีก และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ในกรณีที่ใช้พื้นที่สาธารณะในการค้าขาย ผู้ค้าควรช่วยกันประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวใช้บริการรถสาธารณะ ในประเด็นนี้ตัวแทนผู้ทรงคุณวุฒิจากผู้ค้าและผู้บริหารตลาด ได้มีการประชามสัมพันธ์ไปบางส่วนและมีการประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐที่ควรใช้รถสาธารณะ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ประเด็นตักเตือนนักท่องเที่ยว ไม่ให้จอดรถในจุดห้ามจอด ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิตัวแทนจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ ให้ข้อเสนอแนะว่าต้องช่วยกันเนื่องจากจำนวนของเจ้าหน้าที่มาอำนวยความสะดวกอาจมีไม่เพียงพอ ซึ่งผู้ค้าเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวก็ควรช่วยกันเตือนนักท่องเที่ยว และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น การจัดระเบียบ รถแท็กซี่ สามล้อรับจ้าง ให้จอดเป็นระเบียบไม่กีดขวางการจราจร โดยผู้ทรงคุณวุฒิตัวแทนจากเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่เทศกิจให้ข้อเสนอแนะว่าสามารถทำได้เพียงแต่ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน รถแท็กซี่ สามล้อ ขาดจิตสำนึกและเจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอต่อการดูแล จึงเกิดปัญหาดังกล่าวขึ้น และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป

ในการสนทนากลุ่มประเด็น เดินรถทางเดียวในช่วงเวลาเร่งด่วนเพื่อเป็นการระบายจำนวนรถ โดยผู้ทรงคุณวุฒิตัวแทนจากผู้ค้า กล่าวในช่วงเวลาเร่งด่วนจะมีทั้งผู้ค้า และนักท่องเที่ยวจะใช้รถมาตลาดและกลับบ้าน ซึ่งเป็นวิธีการแก้ปัญหาได้อย่างดีและตลาดรถไฟได้ดำเนินการในเรื่องนี้ไปบ้างแล้ว และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนาต่อไป

ด้านแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ในการสนทนากลุ่มประเด็น สร้างความร่วมมือหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากตัวแทนผู้บริหารตลาดให้ข้อเสนอแนะว่าถ้าสามารถมือกันได้ในภาคการท่องเที่ยวตลาดการคืนจะสามารถทำเงินให้กับประเทศและกระตุ้นเศรษฐกิจได้อย่างแน่นอน และผู้ทรงคุณทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น จัดอบรมหรือประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้มีความรู้พื้นฐานและความเข้าใจให้เกิดจิตสำนึก ในการดูแลนักท่องเที่ยว ในด้านความปลอดภัย การต้อนรับและการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิตัวแทนจากเจ้าหน้าที่ตำรวจในประเด็นนี้สามารถทำได้และสามารถขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ตำรวจหรือหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้ความรู้ การป้องกันตัว การปฐมพยาบาลหรือการต้อนรับนักท่องเที่ยว และผู้ทรงคุณทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น รณรงค์ให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมการท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะว่าทางกรมการท่องเที่ยวได้จัดทำแนวทางไว้แล้วเพียงแต่อาจยังไม่สามารถนำลงไปปฏิบัติได้อย่างแพร่หลายด้วยข้อจำกัดในหลายด้านหากแต่ทุกภาคส่วนร่วมมือแลช่วยกันก็จะประสบความสำเร็จ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

แนวคิดด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบำรุงรักษา ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ในการสนทนากลุ่มประเด็น จัดโซนทิ้งขยะโดยขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวช่วยคัดแยกขยะก่อนทิ้ง โดยผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านให้ความคิดเห็นว่าสมควรอย่างยิ่งไม่เพียง สามารถคัดยกขยะได้และยังเป็นการประหยัดเวลางบประมาณในการดูแลทั้งยังมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ขอความร่วมมือนักท่องเที่ยวทิ้งขยะที่จัดโซนไว้ให้ ซึ่งจะทำให้ภายในตลาดไม่มีขยะเกลื่อนกลาดและยังทำให้ตลาดดูสวยงามขึ้น โดยผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

แนวคิดด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ขยายพื้นที่ตลาดให้เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากผู้บริหารตลาดและเจ้าหน้าที่เทศกิจ ให้ความคิดเห็นว่าการขยายอาจทำได้ถ้าในกรณีที่เป็นพื้นที่เอกชนในการดูและแต่ถ้าเป็นพื้นที่สาธารณะ อย่างเช่น ตลาดกลางคืนคลองถม ซึ่งการขยายอาจทำได้ยากเนื่องจากเป็นพื้นที่ชุมชม แต่หากเป็นพื้นที่ที่เอกชนเป็นเจ้าของก็สามารถทำได้และสามารถขอความช่วยเหลือจากกรมท่องเที่ยวในการเข้ามากำกับดูและได้ด้วย โดยผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น ติดกล้องวงจรปิดตามจุดต่างๆภายในตลาดยั่งยืน โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมการท่องเที่ยวและตำรวจท่องเที่ยว ได้ให้ความคิดเห็นว่าการติดกล้องวงจรปิดเป็นการจัดการที่ถูกวิธีเนื่องจาก เวลาเกิดเหตุเจ้าหน้าที่ตำรวจจะสามารถจัดผู้กระทำความผิดได้และยังทำให้ผู้ที่คิดจะทำมีความยับยั้งชั่งใจว่ามีกล้องวงจรปิดติดอยู่ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น จัดจุดทางเดินเข้าออก ให้เป็นระบบยั่งยืน โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากตำรวจท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่า เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอที่จะดูแลในทุกจุดได้เนื่องจากภายในตลาดแต่ละแห่งมีบริเวณกว้างสามารถเข้าออกได้หลายทาง แต่เมื่อเกิดกรณีฉุกเฉินมิจฉาชีพ ก็ไม่สามารถตรวจสอบได้ทันที ซึ่งการจัดทางเข้าออก ให้เป็นระบบมีเจ้าหน้าที่ดูแลทางเข้าออกในแต่ละจุดเป็นการจัดการที่สามารถทำได้ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ในการสนทนากลุ่มประเด็น จัดโซนร้านค้าของตลาดให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายต่อการเข้าถึงและง่ายต่อการหาสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะว่าการจัดให้เป็นโซนจะทำให้ตลาดมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและผู้บริหารตลาดได้ให้ข้อเสนอแนะว่าการผสมผสานการจัดโซนให้อยู่ในหมวดหมู่ที่ใกล้เคียงกันและไม่ควรทิ้งความเป็นเอกลักษณ์ของตลาด โดยผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นด้วยในประเด็นนี้ที่จะทำเป็นแนวทางพัฒนา

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ-สกุล นางสาวมณจันทร์ นิยมผล

เกิดวันที่ 15 มกราคม 2533

ที่อยู่ปัจจุบัน 124 ซอยพึ่งมี21 ถนนสุขุมวิท93 บางจาก พระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260

ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ.2550 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยม โรงเรียนราชวินิตบางแก้ว

ปี พ.ศ.2554 สำเร็จการศึกษาระดับปริญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์(ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2)

ปัจจุบัน ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University