



ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจพักค้างคืนของนักท่องเที่ยว ที่ชายหาดบางแสน

กุลปาลี หนูนักดี และ ผกามาศ ชัยรัตน์

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยพะเยา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดบางแสน 2) เพื่อวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวชายหาดบางแสน และ 3) เพื่อศึกษาเหตุผลในการตัดสินใจพักค้างคืนที่ชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชายหาดบางแสน จำนวน 384 คน การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษาพบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานเอกชน/รับจ้าง ยังไม่มีรายได้ และมีรายได้/เดือน 15,000-20,000 บาท 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชายหาดบางแสน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนส่วนใหญ่สนใจเล่นทะเล ส่วนใหญ่คิดว่า จะกลับมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนอีก มีระดับความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P) กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวชายหาดบางแสน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกรายการ ($\bar{x}$ = 3.57 ถึง $\bar{x}$ = 3.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ($\bar{x}$ = 3.87) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{x}$ = 3.86) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{x}$ = 3.76) ด้านกระบวนการ (Process) ($\bar{x}$ = 3.75) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{x}$ = 3.73) ด้านบุคลากร (People) ($\bar{x}$ = 3.69) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการกำหนดราคา (Price) ($\bar{x}$ = 3.57) และ 3) นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับ เหตุผลในการตัดสินใจพักค้างคืนที่ชายหาดบางแสน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.94) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยเหตุผลในการตัดสินใจจากมากไปน้อย ดังนี้ เพื่อนร่วมเดินทาง ($\bar{x}$ = 4.07) วันพิเศษของตนเอง/คนสำคัญ/คนใกล้ชิด ($\bar{x}$ = 4.03) ความพร้อมด้านยานพาหนะ ($\bar{x}$ = 4.00) สถานที่ตั้ง บรรยากาศของที่พัก ($\bar{x}$ = 3.96) จำนวนวันหยุดและกิจกรรมพิเศษที่ชายหาดบางแสน เช่น วันไหลบางแสน ($\bar{x}$ = 3.95) เท่ากัน ความพร้อมทางการเงิน ($\bar{x}$ = 3.92) ราคาที่พัก ($\bar{x}$ = 3.87) โปรโมชั่นต่างๆของที่พัก ($\bar{x}$ = 3.86) และส่วนลดราคาที่พัก ($\bar{x}$ = 3.83) ตามลำดับ

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การตัดสินใจ พักค้างคืนของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดบางแสน



EFFECTS OF SERVICE MARKETING MIX ON DECISION MAKING OF STAYING OVERNIGHT TOURISTS AT BANGSEAN BEACH

Kunparee Nunpakdee and Pakamas Chairatana

Tourism and Hotel Management, University of Phayao

Abstract

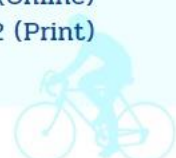
The purposes of this study were to 1) study the characteristics of demography and behaviors of Bangsean beach tourism of Thai tourists, 2) analyze service of marketing mix of Thai tourists who travel to Bangsaen beach, and 3) examine reasons of Thai tourists' decisions to stay overnight at Bangsaen beach.

The results were found that 1) most tourists were female, aged 20 – 29 years, single, earned bachelor's degree or equivalent. They were students and private sector staff. Some of them were employed and some did not earn income. Monthly income was between 15,000 – 20,000 baht; 2) Thai tourist behaviors at Bangsean beach were found that most of them thought that they were likely to return to Bangsean beach. Most of the tourists had level of need in factors of service marketing mix (7P) with decision to travel to Bangsean beach in overall, every topic is at high level ($\bar{x} = 3.57$ to $\bar{x} = 3.87$) The highest mean scores were found in physical evidence ($\bar{x} = 3.87$). Next were product ($\bar{x} = 3.86$), promotion ($\bar{x} = 3.76$), process ($\bar{x} = 3.75$), channel and place of selling ($\bar{x} = 3.73$), People ($\bar{x} = 3.69$) and price ($\bar{x} = 3.57$) respectively; and 3) The level of decision to stay overnight at Bangsean beach in overall was at a high level ($\bar{x} = 3.94$). These can be rearranged from most to least, as follows companion ($\bar{x} = 4.07$), special occasion of close friends, important people and themselves ($\bar{x} = 4.03$) vehicle readiness ($\bar{x} = 4.00$). Location and atmosphere of accommodation ($\bar{x} = 3.96$), the number of holidays and special activities at Bangsean beach such as tradition flow sand Bangsean ($\bar{x} = 3.95$), financial readiness ($\bar{x} = 3.92$), accommodation price ($\bar{x} = 3.87$), sale promotion of accommodation ($\bar{x} = 3.86$) and discount of accommodation price/ hotel voucher ($\bar{x} = 3.83$) respectively.

Keywords: Marketing mix, Decision making, Staying overnight of tourists at Bangsean beach



บทนำ



จังหวัดชลบุรี เดิมคือ เมืองเกษตรกรรมและชุมชนประมงเล็ก ๆ แต่ละเมืองยังคงมีวิถีชีวิตที่หลากหลาย อดีตเคยเป็นที่ตั้งเมืองโบราณที่มีความรุ่งเรืองถึง 3 เมือง ได้แก่ เมืองพระรถ เมืองศรีโปล เมืองชลบุรี (Sawaddee Mungchon, 2017) มีเส้นทางคมนาคมที่ดีและสะดวกอีกจังหวัดหนึ่งในประเทศไทยมีท่าอากาศยานขนาดใหญ่ คือ ท่าอากาศยานนานาชาติสนามบินอู่ตะเภา ตั้งอยู่ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี แบ่งการปกครองส่วนภูมิภาค ออกเป็น 11 อำเภอ 92 ตำบล 687 หมู่บ้านท้องที่ที่สำคัญมากมาย โดยเฉพาะธรรมชาติทางทะเล เนื่องจากจังหวัดชลบุรี อยู่ติดทะเลอ่าวไทย ทั้งจังหวัดจึงมีสถานที่พักผ่อนทางทะเลหลากหลายแห่ง รวมไปถึงเกาะครามต่าง ๆ

พื้นที่ชายหาดบางแสนยังคงเป็นชายหาดทะเลฝั่งอ่าวไทยที่ใกล้กรุงเทพมหานครที่สุด ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดครองใจนักท่องเที่ยวมายาวนาน ติดอันดับ 1 ของสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออกที่นิยมมาท่องเที่ยวจนถึงปัจจุบัน โดยความสวยงาม ความสะอาดของพื้นที่ชายหาดการบริหารจัดการที่ดีทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในพื้นที่ร่วมมือกัน รวมทั้งกิจกรรมเพิ่มเติมให้นักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี การเดินทางคมนาคมที่สะดวกสบายสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องค้างคืนสามารถเดินทางไป-กลับได้แค่วันเดียว เนื่องจากใช้เวลาเดินทางเพียง 1 ชั่วโมง จากกรุงเทพมหานคร โดยนักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชายหาดบางแสน ชมทะเล เล่นน้ำ ณ ชายหาดบางแสน ซึ่งเป็นหาดทรายที่สวยงาม ทะเลใสตลอดทั้งปี นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อน ริมชายหาดทะเลบางแสน กับร้านอาหารทะเลสด และเตียงผ้าใบให้นักท่องเที่ยวเข้านั่งพักผ่อน ทิวมะพร้าวที่เป็นเอกลักษณ์ ถนนที่กว้างขวาง มีที่จอดรถสะดวกสบายตลอดแนวชายหาดบางแสน รวมถึงการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง

แรงจูงใจของผู้วิจัยในการเลือกพื้นที่ชายหาดบางแสนในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าชายหาดบางแสน เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลลำดับต้น ๆ ที่นิยมของคนกรุงเทพมหานคร เนื่องจากการคมนาคมที่สะดวกและเป็นอำเภอที่ใกล้กรุงเทพมหานครมากที่สุดในจังหวัดชลบุรี ถ้าเปรียบเทียบกับอำเภอศรีราชา เมืองพัทยา หรืออำเภอสัตหีบ โดยใช้เวลาเดินทางมาชายหาดบางแสนเป็นเพียง 1 ชั่วโมง 30 นาที ตลอดจนการบริการการท่องเที่ยวแบบครบวงจร อาทิ เช่น พักผ่อนชมธรรมชาติชายหาดบางแสนทุกวันออก ชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น เล่นน้ำทะเล ทำกิจกรรมทางน้ำ และรับประทานอาหารทะเลสดใหม่ การท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดบางแสนยังคงมีกิจกรรมที่ทางภาครัฐ และเอกชนสนับสนุนให้จัดขึ้นที่ชายหาดบางแสน เพื่อเป็นการกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันยังมียอดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดทั้งปีเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน 4,862,206 คน และจำนวนนักท่องเที่ยวไทยทั้งหมดตลอดปีที่เข้าพักแรมที่ชายหาดบางแสน คิดเป็นร้อยละ 21.09 (Ministry Tourism Authority, 2016)

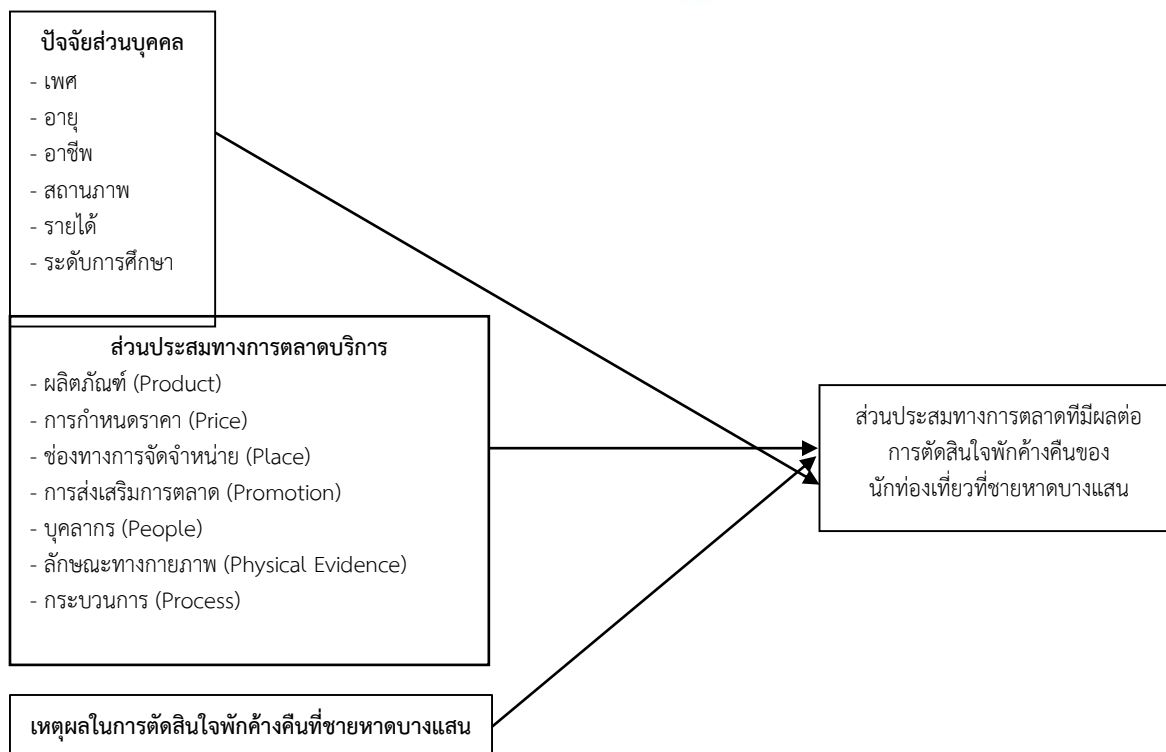
ดังนั้น การศึกษานี้จะมุ่งเน้นศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดบางแสน เพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มระยะเวลาพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวชาวไทย แบบวันเดียวกลับ ให้อยู่พักค้างคืน หรือเดิมพักค้าง 1 คืน เพิ่มการพักค้างอีกเพื่อจะได้นำข้อมูลมาพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด และรวมถึงโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน เพื่อให้ชายหาดบางแสนตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชายหาดบางแสน
2. วิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวชายหาดบางแสน
3. ศึกษาเหตุผลในการตัดสินใจพักค้างคืนที่ชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย



กรอบแนวคิดในการวิจัย



วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix) นั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ให้กับองค์กรธุรกิจ หรือแม้แต่การกำหนดกลยุทธ์ในเชิงการท่องเที่ยว ได้มีการนำส่วนประสมทางการตลาดมาปรับปรุงและพัฒนาให้การทำตลาดในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพพร้อมที่จะรับนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

Kotler (2005) ได้ให้ความหมายของคำว่า ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวแปรหลักในการใช้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะมีปัจจัยหลายประการที่เป็นตัวแปรในการควบคุมตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย โดยจะมีองค์ประกอบทั้งหมด 7 ประการ (7Ps) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Products) คือ สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่องค์กรธุรกิจเสนอขาย และพร้อมที่จะนำเสนอ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้า

2. ราคา (Price) คือ สิ่งที่สามารถสร้างการรับรู้ในคุณค่าของสินค้าหรือบริการนั้นกลุ่มลูกค้าได้ทราบ ในขณะเดียวกันก็จะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าหรือบริการที่องค์กรธุรกิจเสนอขาย ตลอดจนการที่กลุ่มลูกค้าสามารถประเมินความคุ้มค่าในการซื้อสินค้าและบริการนั้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ช่องทางที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการที่องค์กรธุรกิจเสนอขายได้ อาจจะเป็นไปในลักษณะของการตั้งหน้าร้าน รายการขายบนระบบออนไลน์ (E-Commerce) ซึ่งช่องทางเหล่านี้จะเป็นทางที่ทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นส่วนที่มีบทบาทในการสื่อสารกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าสามารถทราบถึงตำแหน่งของสินค้าและบริการ อีกทั้งยังเป็นการช่วยดึงดูดใจกลุ่มลูกค้าให้มีความสนใจในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และยังทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงสินค้าและผลิตภัณฑ์นั้นในแง่รูปธรรมได้ดีขึ้นด้วย



5. บุคลากร (People) คือ กลุ่มบุคคลที่คอยให้บริการแก่ลูกค้าในการขายสินค้า รวมเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกและตอบสนองความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องการ
6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่คอยสนับสนุนคุณภาพของสินค้าในภาพ
7. กระบวนการ (Process) การบริการในขั้นตอนต่าง ๆ ที่ พนักงานขององค์กรซึ่งเสนอขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

การพิจารณาองค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละส่วน สามารถนำไปพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวนั้น ได้มีผู้เชี่ยวชาญจำแนกไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

Dickman (1997) กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยว หรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist destination and tourism product) ที่น่าสนใจนั้นจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 5 องค์ประกอบ (5As) ได้แก่

1. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ดีจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เพื่อเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอยากเดินทางไปท่องเที่ยว
2. ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) คือ ความสะดวกสบายที่จะเดินทางไปถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง
4. ที่พัก (Accommodation) คือ สถานที่ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในด้านการพักแรม ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีเวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวได้นานขึ้น
5. กิจกรรม (Activities) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ดีนั้นจะต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทำร่วมกับคนในพื้นที่ อาจจะเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ด้วยตัวเอง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำความรู้ที่ได้มาพัฒนากรอบแนวคิด และออกแบบแบบสอบถามในงานวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว คือ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของ (Dickman, 1997) ซึ่งได้อธิบายเอาไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด แต่ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวที่ดีก็จะต้องประกอบไปด้วย องค์ประกอบหลัก 5 ประการ หรือที่เรียกว่า 5 As อันได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว (Amenities) สถานที่บริการที่พักแรม (Accommodation) และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) ซึ่งจากองค์ประกอบที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า แนวความคิดดังกล่าวมีความครอบคลุม และเหมาะสมเพียงพอกับการศึกษาวิจัยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

บริบทพื้นที่ จังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรี ปัจจุบันเป็นศูนย์กลางการคมนาคมภาคตะวันออกที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากเป็นที่ตั้งเส้นทางคมนาคมหลักสู่ภาคตะวันออกที่เชื่อมโยงไปยังจังหวัดต่าง ๆ และเป็นจังหวัดหนึ่งที่ติดทะเลอ่าวไทยจึงสามารถเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำได้ จังหวัดชลบุรีมีจุดโดดเด่นของจังหวัด คือ พื้นที่ชายทะเลหาดบางแสนถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลที่สำคัญของประเทศไทย สถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลอันดับ 1 ครองใจนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเป็นเวลานานและยังคงได้รับความนิยมจนถึงปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันนี้ชายหาดบางแสนมีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย เข้าถึง และอำนวยความสะดวกมากมายให้นักท่องเที่ยว มีกิจกรรมทางน้ำที่น่าสนใจ และโรงแรมที่พัก ร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน สวยงามอยู่ริมทะเลบางแสน ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการและได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด การศึกษา

ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จึงได้เลือกพื้นที่ชายหาดบางแสนเป็นพื้นที่ในการศึกษาวิจัย เนื่องจากชายหาดบางแสนนั้นเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศทางทะเลอันดับ 1 ของประเทศไทยที่ติดกรุงเทพมหานครมากที่สุด ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการพักผ่อนริมทะเลมากที่สุดในปัจจุบัน แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวทะเลบางแสนนิยมพักผ่อนแบบทริปสั้นๆเนื่องจากใกล้กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไป-กลับได้ ถ้านักท่องเที่ยว เที่ยวทะเลแบบทริปค้างคืนเป็นเวลามากกว่า 2 คืน จะนิยมเลือกเดินทางต่อไปยังเมืองพัทยามากกว่า ซึ่งใช้เวลาเดินทางนานออกไปอีกประมาณ 1 ชั่วโมงจากบางแสน และจะใช้เวลาจากกรุงเทพมหานครถึงเมืองพัทยาประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง

ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะทำการวิจัยและศึกษาการส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวพื้นที่ชายหาดบางแสน

สมารณ คงเจริญกาย (Samaporn Kongcharoenkai, 2005) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อีกทั้งยังเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจำแนกตามปัจจัยบุคคล และจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในด้านสถานที่ และด้านการให้บริการ

ชินกร กระดังงา (Chinnakorn Kradang Nga, 2006) ศึกษาเรื่องเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ศึกษาเส้นทางจักรยาน รวมไปถึงที่จอดรถจักรยาน ตลอดจนสถานีจอดจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ไม่มีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนั้นมีความต้องการใช้รถจักรยานในการเดินทางในกรณีที่มีการจัดทำเส้นทางจักรยานที่ชัดเจน

กรรวิ กันเงิน (Kornrawee Kanngoon, 2007) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี และมีการเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมีความเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวม จะอยู่ในระดับปานกลาง

บุญยวีร์ ศรีรัตน์ (Poonyawee Srirat, 2007) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อกิจกรรมท่องเที่ยวทั่วไทยไปกับการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) กรณีศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวและบริการที่ได้รับจากกิจกรรมท่องเที่ยวทั่วไทยไปกับการรถไฟแห่งประเทศไทย และยังได้ศึกษาพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์ต่อความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมีความคาดหวังบริการนำเที่ยวโดยการรถไฟแห่งประเทศไทยในด้านของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

ศุศราภรณ์ แต่งตั้งลำ (Susaraporn Tangtenglam, 2018) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวชายหาดบางแสน โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยการส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน

ที่ประกอบไปด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้าน แหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด ความประทับใจใน
ด้านร้านอาหาร ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ การใช้จ่ายใช้สอย และความหลากหลายของกิจกรรมที่
น่าสนใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงประมาณ (Quantitative Research) เกี่ยวกับผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชายหาดบางแสน โดย
กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชายหาดบางแสน จำนวน 384 คน เป็นการวิจัยเชิงประมาณ
(Quantitative Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูล
ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำเสนอข้อมูลและการกระจายของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ และเพื่อ
อธิบายส่วนประสมการตลาดบริการ และเหตุผลในการตัดสินใจพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดบางแสน

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน

นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี มีสถานภาพโสดมีการศึกษาในระดับ
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานเอกชน/รับจ้างยังไม่มีรายได้ และมีรายได้/เดือน
15,000-20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการตัดสินใจพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดบางแสน

นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับ ความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการ (7P) กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวชายหาดบางแสน รายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้าน
ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{x}$ = 3.66 ถึง $\bar{x}$ = 4.01) โดยเรียงค่าเฉลี่ย
จากมากไปน้อย ดังนี้ กิจกรรมยามค่ำคืน เช่น ถนนคนเดิน กิจกรรมดนตรี สถาบันเทว ($\bar{x}$ = 4.01) โรงแรมที่พัก
ทะเลหลายแห่งให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ ($\bar{x}$ = 3.95) อาหารทะเล / ร้านจำหน่ายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยว
เลือกซื้อมากมาย ($\bar{x}$ = 3.81) และชายหาดบางแสนที่มีความสวยงาม ($\bar{x}$ = 3.66) ตามลำดับ

ด้านราคา มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{x}$ = 3.50 ถึง $\bar{x}$ = 3.64) โดยเรียงค่าเฉลี่ยจาก
มากไปน้อย ดังนี้ สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ ($\bar{x}$ = 3.64) การแสดง/แจ้งราคาค่าบริการอย่างชัดเจน ($\bar{x}$ = 3.62)
ราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับปริมาณสินค้า ($\bar{x}$ = 3.51) และราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
($\bar{x}$ = 3.50) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดการจำหน่าย มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{x}$ = 3.69 ถึง ($\bar{x}$ = 3.81) โดย
เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ร้านขายอาหารที่มีให้เลือกหลากหลาย ($\bar{x}$ = 3.81) ความสะดวกในการใช้บริการ
สถานที่ต่าง ๆ ในพื้นที่ชายหาดบางแสน ($\bar{x}$ = 3.71) การแยกประเภทของร้านค้า ร้านอาหารและที่พัก จัดโซนการ
จำหน่ายชัดเจน และช่องทางให้นักท่องเที่ยวติชมหรือเสนอแนะสินค้าและบริการ ($\bar{x}$ = 3.69) เท่ากัน ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{x}$ = 3.69 ถึง $\bar{x}$ = 3.82) โดยเรียง
ค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ กิจกรรมส่งเสริมการขายตามเทศกาลและวันสำคัญต่าง ๆ ($\bar{x}$ = 3.82) บอร์ด/ป้ายข้อมูล
ข่าวสาร เสียงตามสายประชาสัมพันธ์ ($\bar{x}$ = 3.79) การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ ผ่านสื่อใน
รูปแบบต่าง ๆ อย่างทั่วถึง ($\bar{x}$ = 3.74) และสินค้าที่ส่งเสริมการตลาด (ลด แลก แจก แถม) ($\bar{x}$ = 3.69) ตามลำดับ



ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{x} = 3.64$ ถึง $\bar{x} = 3.74$) โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ พ่อค้า แม่ค้า ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ($\bar{x} = 3.74$) เจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้านการให้ข้อมูลต่าง ๆ อย่างชัดเจน ($\bar{x} = 3.71$) ผู้ประกอบการในพื้นที่ที่มีทักษะการสื่อสารให้คำแนะนำการบริการนักท่องเที่ยวได้ดี ($\bar{x} = 3.66$) และพ่อค้า แม่ค้า แต่งกายสะอาด สุภาพเหมาะสม ($\bar{x} = 3.64$) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{x} = 3.78$ ถึง $\bar{x} = 3.97$) โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ การดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.97$) หลักการให้บริการที่ถูกต้องตามขั้นตอน ($\bar{x} = 3.92$) การให้บริการของร้านค้าและโรงแรมที่พักที่มีมาตรฐาน ($\bar{x} = 3.82$) และการบริการที่มีการจัดลำดับขั้นตอนก่อนและหลัง ($\bar{x} = 3.78$) ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความต้องการอยู่ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{x} = 3.73$ ถึง $\bar{x} = 3.77$) โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ การจัดระเบียบทางเดินเท้า ที่จอดรถ และหน่วยบริการนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ ($\bar{x} = 3.77$) เส้นทางในการใช้บริการสถานที่ต่างๆที่มีความปลอดภัย / ปลอดภัยโปร่ง ($\bar{x} = 3.75$) บรรยากาศโดยรอบชายหาดสะอาด สวยงาม สบายตา ($\bar{x} = 3.74$) และจุดจำหน่ายสินค้าและบริการที่สวยงามเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 3.73$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการตัดสินใจพักค้างคืนที่ชายหาดบางแสนในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ชายหาดบางแสน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.86	.56	มาก
2. การกำหนดราคา (Price)	3.57	.53	มาก
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.73	.56	มาก
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.76	.58	มาก
5. บุคลากร (People)	3.69	.57	มาก
6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.87	.40	มาก
7. กระบวนการ (Process)	3.75	.58	มาก
เฉลี่ยรวม	3.75	.40	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับ ความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P) กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวชายหาดบางแสน ในภาพรวม อยู่ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{x} = 3.57$ ถึง $\bar{x} = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ($\bar{x} = 3.87$) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{x} = 3.86$) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{x} = 3.76$) ด้านกระบวนการ (Process) ($\bar{x} = 3.75$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{x} = 3.73$) ด้านบุคลากร (People) ($\bar{x} = 3.69$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการกำหนดราคา (Price) ($\bar{x} = 3.57$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 เหตุผลในการตัดสินใจพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดบางแสนนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจพักค้างคืนที่ชายหาดบางแสน ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจพักค้างคืนที่ชายหาดบางแสน

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. จำนวนวันหยุด	3.95	.78	มาก	5
2. ความพร้อมทางการเงิน	3.92	.78	มาก	7
3. ราคาที่พัก	3.87	.77	มาก	8
4. ส่วนลดราคาที่พัก / บัตรกำนัลส่วนลดราคาที่พัก	3.83	.78	มาก	10
5. โปรโมชั่นต่างๆของที่พัก	3.86	.77	มาก	9
6. สถานที่ตั้ง บรรยากาศของที่พัก	3.96	.77	มาก	4
7. เพื่อนร่วมเดินทาง	4.07	.77	มาก	1
8. ความพร้อมด้านยานพาหนะ	4.00	.75	มาก	3
9. วันพิเศษของตนเอง/คนสำคัญ/คนใกล้ชิด	4.03	.77	มาก	2
10. กิจกรรมพิเศษที่ชายหาดบางแสน เช่น วันไหลบางแสน	3.95	.76	มาก	5
เฉลี่ยรวม	3.94	.61	มาก	

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับ เหตุผลในการตัดสินใจพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดบางแสน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยเหตุผลในการตัดสินใจจากมากไปน้อย ดังนี้ เพื่อนร่วมเดินทาง ($\bar{x} = 4.07$) วันพิเศษของตนเอง/คนสำคัญ/คนใกล้ชิด ($\bar{x} = 4.03$) ความพร้อมด้านยานพาหนะ ($\bar{x} = 4.00$) สถานที่ตั้ง บรรยากาศของที่พัก ($\bar{x} = 3.96$) จำนวนวันหยุดและกิจกรรมพิเศษที่ชายหาดบางแสน เช่น วันไหลบางแสน ($\bar{x} = 3.95$) เท่ากัน ความพร้อมทางการเงิน ($\bar{x} = 3.92$) ราคาที่พัก ($\bar{x} = 3.87$) โปรโมชั่นต่างๆของที่พัก ($\bar{x} = 3.86$) และส่วนลดราคาที่พัก / บัตรกำนัลส่วนลดราคาที่พัก ($\bar{x} = 3.83$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษานี้จะส่งเสริมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนได้ คือ นำผลอภิปรายไปเป็นแนวทางการพัฒนารัฐกิจร้านค้า ร้านอาหาร และด้านบริการต่าง ๆ ในพื้นที่ชายหาดบางแสนให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น จัดโซนการจัดจำหน่ายให้ชัดเจน และมีช่องทางให้นักท่องเที่ยวเข้าชมหรือเสนอแนะสินค้าและบริการ ด้านกิจกรรมควรส่งเสริมการขายทุกด้านในพื้นที่ ดังนั้น กิจกรรมส่งเสริมการขายตามเทศกาลและวันสำคัญต่าง ๆ บอร์ดแสดงรูปภาพกิจกรรมแต่ละช่วงเวลาชัดเจนจึงสำคัญ ด้านบุคลากรการท่องเที่ยวที่ให้บริการอย่างเป็นกันเอง ด้านกระบวนการให้บริการ เจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ด้านการให้ข้อมูลต่าง ๆ ชัดเจน ผู้ประกอบการในพื้นที่ ที่มีทักษะการสื่อสารให้คำแนะนำการบริการนักท่องเที่ยวได้ดี และพ่อค้า แม่ค้าแต่งกายสะอาด สุภาพเหมาะสม ด้านกระบวนการให้บริการ คือ การดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีจุดให้บริการที่ถูกต้อง การให้บริการของร้านค้าและโรงแรมที่พัก และการบริการมีการจัดลำดับขั้นตอนก่อนและหลังตามขั้นตอนที่ดี ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การจัดระเบียบทางเดินเท้า ที่จอดรถ และหน่วยบริการนักท่องเที่ยวที่ต้องเพียงพอมีเส้นทางในการใช้บริการสถานที่ต่าง ๆ มีความปลอดภัย / ปลอดภัยโปร่งบรรยากาศโดยรอบชายหาด สะอาด สวยงาม สบายตา และจุดจำหน่ายสินค้าและบริการที่สวยงามเป็นระเบียบ

ข้อเสนอแนะ

ชายหาดบางแสนเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศที่มีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติเป็นเวลานาน และยังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่หลังไหลเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษาครั้งนี้มีความคาดหวังว่าผลการศึกษาจะสามารถทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งเสริมส่วนประสมการตลาด



บริการของพื้นที่ชายหาดบางแสนที่มีผลต่อการตัดสินใจพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดบางแสน และสามารถนำผลศึกษาดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของพื้นที่ชายหาดบางแสนเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออกที่มีคุณภาพเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ตลอดไป

1. ควรนำผลจากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดบางแสน มาเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการในพื้นที่ให้สอดคล้องและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคตได้

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายหาดบางแสน ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดมากขึ้นและจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลเพิ่มเติมกิจกรรมของพื้นที่ชายหาดบางแสนในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไปนั้น เพื่อเกิดประโยชน์กับแหล่งท่องเที่ยวชายหาดบางแสน และเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ จึงขอเสนอแนะให้มีการศึกษาพฤติกรรมปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและแรงจูงใจนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ชายหาดบางแสนเพราะความแตกต่างด้านเชื้อชาติอาจมีผลต่อการจัดรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

References

- Chinnakorn Kradang Nga. (2006). *Bicycle path for tourism in Phetchaburi municipality* (Master's thesis), King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang Bangkok.
- Dickman, S. (1997). *Tourism: An introductory text*. Hodder Headline.
- Kotler, P. (2005). *Lateral marketing*. John Wiley & Sons.
- Kornrawee Kanngeon. (2007). *Expectation and satisfaction of Thai tourists towards the development of tourist attractions in Kanchanaburi province* (Master's thesis), Silpakorn University, Bangkok.
- Ministry Tourism Authority. (2016). *Statistics of Tourism in Bangsae*. Retrieved from www.mots.go.th
- Poonyawee Srirat. (2007). *Expectation and satisfaction of Thai tourists towards tourism activities throughout Thailand with the State Railway of Thailand (SRT), a case study of morning-to-evening travel routes* (Master's thesis), Naresuan University.
- Sawaddee Mungchon. (2017). *History*. Retrieved from http://www.chonburi.go.th/website/about_chonburi/about3
- Samaporn Kongcharoenkai. (2005). *Behavior and satisfaction of tourists affection sustainable Tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province* (Master's thesis), Rajachinakorn University.
- Susaraporn Tangtenglam. (2018). Factors for promoting Thai tourists traveling to Bang Saen Beach, Chonburi Province. *Journal of Graduate Saket Review*, 4(2), 155-163.

Received: January, 22, 2020

Revised: March, 5, 2020

Accepted: March, 12, 2020