

พฤติกรรม ความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยว ทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย

BEHAVIOR EXPECTATIONS AND NEEDS AND NEEDS OF TOURISTS ON THE EASTERN SEABOARD OF THAILAND

ภาสกร มงคลนิมิต

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงระดับความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย (2) ศึกษาการเปรียบเทียบถึงความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามนักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดมีต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยตั้งแต่อายุ 18-60 ปี ที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 4,506,372 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยใช้สูตร ทาโร่ ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย พบว่ามากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อน เดินทางมากกว่า 2 คนกับครอบครัว ญาติและเพื่อน แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว คือ สื่ออินเทอร์เน็ต เดินทางมาในช่วงเวลาวันหยุดนักขัตฤกษ์ เที่ยวเกาะ ดำน้ำ และกลับมาเที่ยวซ้ำ (2) นักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย แตกต่างกัน (3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความคาดหวังและความต้องการการท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความคาดหวัง ความต้องการ นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

The objectives of this research were:(1) to study the level of the expectations and needs of tourists on the eastern coast of Thailand,(2) to compare the expectations and needs of tourists on the eastern coast of Thailand classified by province; and 3) to study the relationship between the expectations and needs of tourists on the eastern coast of Thailand and marketing mixed factor.

This research was quantitative research. The population were Thai tourists from 18-60 years of age who travel to the eastern coast of Thailand, totaling 4,506,372 people. The study sample was determined using the Taro Yamane's formula consisted of 400 people. The tool for data collection was questionnaire. Statistics used in the analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The research findings were found that:(1) Expectations and needs of tourists on the eastern coast of Thailand. It was found that the most was for relaxation, traveling more than 2 people with family and friends, source of tourism information is the internet media, traveling during public holidays, visiting islands, diving, and coming back to visit again, (2) Tourists in different provinces have different expectations and needs of tourists on the eastern coast of Thailand; and (3) differently marketing mix factor had differently affected the expectations and needs of tourists on the eastern coast of Thailand in overall and each aspect with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Expectations, Needs, Tourists

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลังจากที่ประเทศไทยฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 การเดินทางของประชาชนในหลาย ๆ พื้นที่ทั่วภูมิภาคเปิดกว้างมากยิ่งขึ้นการควบคุมพื้นที่น้อยลง จนมีประกาศให้โรคโควิด 19 เป็นโรคประจำถิ่นทำให้ระบบเศรษฐกิจภายในประเทศฟื้นตัว (ปฐมพร ปู่ปัญจะ) และด้วยนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้มีการเดินทาง

ท่องเที่ยวเพื่อกระจายรายได้สู่ภูมิภาค ท้องถิ่นและชุมชนทำให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็วทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย ด้วยการเดินทาง การคมนาคมที่สะดวกและคล่องตัวและทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีความสวยงามไม่ว่าจะเป็น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก ก็มีแหล่งทรัพยากรและรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจึงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เป็นการกระจายรายได้และเพิ่มรายได้ให้ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งภายหลังจากการยกเลิกการควบคุมการเดินทางจากโรคโควิด 19 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คาดการณ์ไว้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2566 จะฟื้นกลับมาร้อยละ 80 ของปี พ.ศ. 2562 โดยจะมีรายได้ประมาณ 2.8 ล้านล้านบาท และตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวกลับมาได้ร้อยละ 50 หรือประมาณ 20 ล้านคนเมื่อเทียบกับช่วงปีก่อนเกิดโควิดในปี พ.ศ. 2562 ปี โดยในปี พ.ศ. 2566 ตั้งเป้าให้เป็นปีการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งนี้รัฐบาลและหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีมาตรการเพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติออกเดินทางสำหรับการออกไปเที่ยว หรือ Visit Thailand Year 2023 : Amazing New Chapters เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวให้ทรงคุณค่าและมีความหมายแก่นักท่องเที่ยวด้วยการนำเสนอ Soft Power of Thailand คือ 5F ได้แก่ Food Film Fashion Festival Fight และกระตุ้นการท่องเที่ยวตลาดในประเทศด้วยการจัดแคมเปญ ท่องเที่ยวไทย Amazing ยิ่งกว่าเดิม พร้อมด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้ง 5 ภูมิภาคของไทยด้วยการชูเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นโดยเน้นหลักแนวคิด การท่องเที่ยวไทยได้ทุกวัน เป็นการนำเสนอผ่านแคมเปญ 365 วัน มหัศจรรย์เมืองไทย เที่ยวได้ทุกวัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายทั้งค่าที่พัก ค่าของฝาก อาหาร อื่น ๆ สำหรับการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศรัฐบาลและ ททท. มุ่งเน้นให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยเที่ยวได้ทั้งปีรวมถึงการขยายพื้นที่ใหม่ไปยังกลุ่มท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อมุ่งเน้นฐานตลาดกลุ่มกระแสหลักเป็นการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยว คุณภาพ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เป็นการกระตุ้นกลุ่ม Revisit และ Quality มุ่งเพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนความถี่และกระตุ้นการใช้จ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ และ การทำตลาดใน 5 News คือ New segment New area New partner New infrastructure and New way โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ตั้งเป้าหมายให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลับมาร้อยละ 80 โดยคาดว่าจะมีรายได้รวมอยู่ที่ 2.38 ล้านล้านบาท จากตลาดต่างประเทศ 1.5 ล้านล้านบาท และตลาดในประเทศ 880,000 ล้านบาทในปี 2566 (สำนักงานการท่องเที่ยว, 2566) รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยม 10 อันดับ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ ตามลำดับ (Khunnaiver, 2019)

คำถามในการวิจัย

1.2.1 ความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย อยู่ในระดับใด

1.2.2 นักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย หรือไม่ อย่างไร

1.2.3 ความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดมีต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย หรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาถึงระดับความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบถึงความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัดท่องเที่ยว

1.3.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดมีต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย แตกต่างกัน

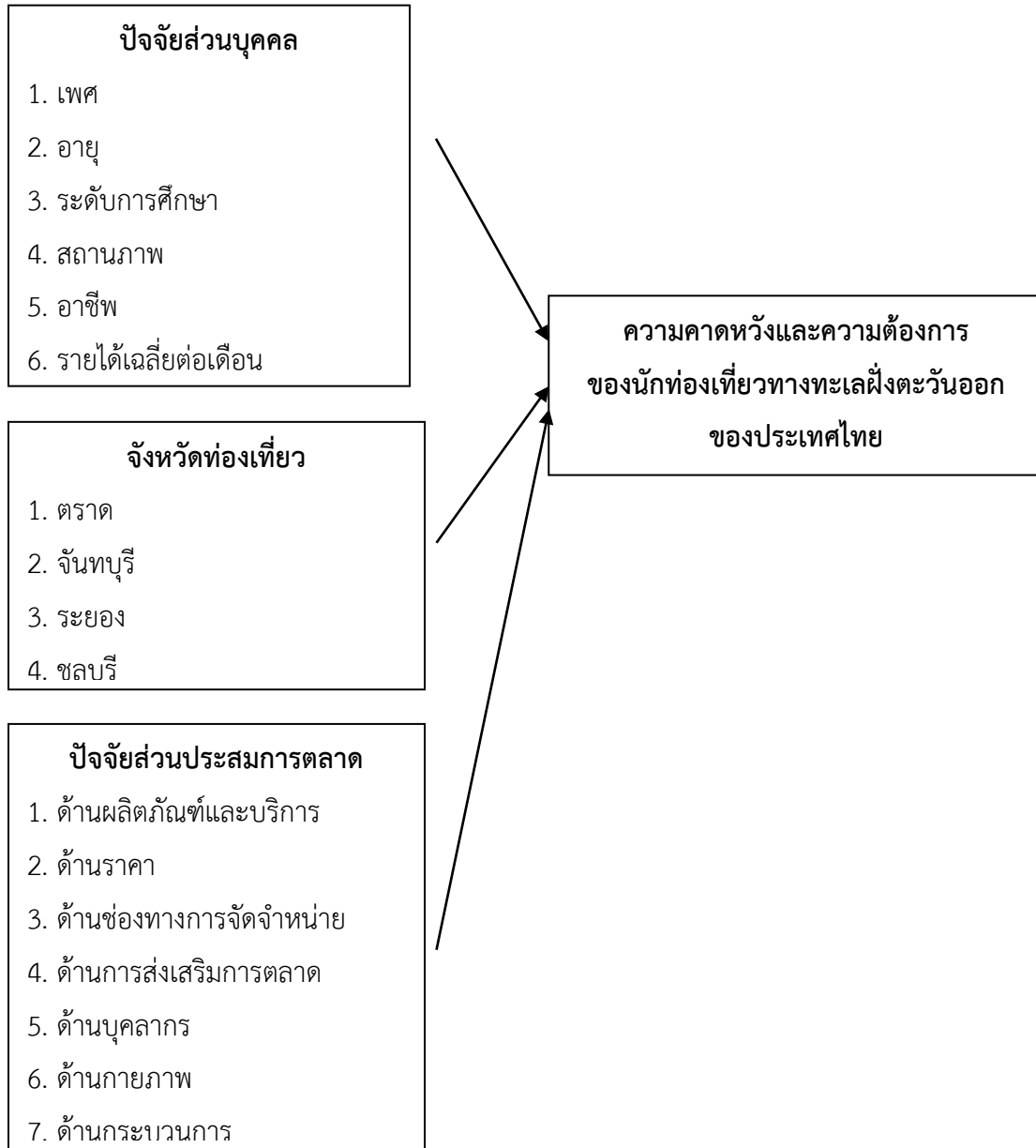
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้ศึกษาได้วางกรอบการวิจัยในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย ดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีรูปแบบการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย ผู้ศึกษาวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการออกแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ได้จัดทำขึ้นการเข้าถึงกลุ่ม

ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากร ที่ทำการศึกษาโดยผ่านระเบียบวิธีการวิจัยในการหาจำนวนตัวอย่างและวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่าง รวมถึงการเลือกเก็บข้อมูลและใช้วิธีการทางสถิติในการตรวจสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นจากข้อมูลที่เก็บรวบรวม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยตั้งแต่อายุ 18 - 60 ปี ที่เดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยใช้ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวโดยอ้างอิงจากข้อมูลการท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2564 ของ 4 จังหวัด คือ ตราด จันทบุรี ระยอง และชลบุรี รวมจำนวน 4,506,372 คน แยกเป็นจำนวนประชากรจังหวัดระยอง มีทั้งสิ้น 939,740 คน (การสำรวจของสำนักงานสถิติจังหวัดระยอง ณ ไตรมาส 4 ปี 2564, 2565) จังหวัดชลบุรี รวมประชากรที่มีสัญชาติไทย จำนวน 1,561,634 คน (สำนักงานสถิติ จังหวัดชลบุรี, 2565) จังหวัดตราด จำนวนประชากรที่มีสัญชาติไทย 218,780 คน (สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดตราด, 2565) จังหวัดจันทบุรี จำนวนประชากร ที่มีสัญชาติไทย 532,726 คน (สำนักงานสถิติ จังหวัดจันทบุรี, 2565) รวมจำนวนประชากรในเขตพื้นที่ฝั่งทะเลตะวันออกสัญชาติไทย จำนวน 3,252,880 คน และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว มาเยือนในภาคตะวันออก จำนวนรวม 1,253,492 คน รายละเอียด จังหวัดชลบุรี จำนวน 9173.3

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาคั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้ศึกษาร่างขึ้นจากการศึกษาข้อมูล แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะแบบเลือกตอบ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed Ended Question) มีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ซึ่งแต่ละคำถามมีให้เลือก 5 ระดับ โดยใช้วิธี Likert Scale โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน

, **ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวและบริการที่มีต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ซึ่งแต่ละคำถามมีให้เลือก 5 ระดับ โดยใช้วิธี Likert Scale โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงข้อเสนอแนะหรือคำแนะนำเพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงพัฒนา หรือแก้ไขปัญหาให้เกิดประสิทธิผล

9 คน จังหวัดจันทบุรี จำนวน 75,529 คน จังหวัดตราด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย

2. สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด เสนอต่ออาจารย์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง
3. แก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย หรือเนื้อหา (Index of Consistency: IOC)
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาค่า

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หรือค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage value) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบสมมติฐาน Chi-Square Test การทดสอบค่า t-test การทดสอบ F-Test การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 4 จังหวัด ได้แก่ ตราด จันทบุรี ระยอง และ ชลบุรี จำนวนเพศชาย และ เพศหญิง 50 คนเท่า ๆ กัน จังหวัดละ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ทั้ง 4 จังหวัด ช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ระดับการศึกษา พบว่ามากที่สุดคือ ปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีสถานภาพสมรส จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือ โสด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 มากที่สุด คืออาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมา คือ พนักงานเอกชน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ามากที่สุดคือ 15,001 – 25,000 จำนวน 117 คน

พฤติกรรมของการท่องเที่ยวทางทะเล ฝั่งตะวันออกจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง พบว่ามากที่สุด คือเพื่อการพักผ่อน จำนวน 278 คิดเป็นร้อยละ 69.50 ตะวันออก และเมื่อสอบถามจำนวนคนที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า เดินทางมากกว่า 2 คน กับครอบครัว ญาติ เพื่อน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 โดยแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า มากที่สุดคือสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 เดินทางมาในช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า วันนักชดถุกซ์ จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 และเมื่อถามถึงประเภทแหล่งท่องเที่ยว พบว่ามากที่สุดคือเที่ยวเกาะ ดำน้ำ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมาคือชายหาด จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 โดยนักท่องเที่ยวส่วนมากตอบคำถามถึงการกลับมาเที่ยวซ้ำ

พบว่า มากที่สุดคือกลับมาอีกจำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.25 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 หากแยกเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดตราดมากที่สุดคือกลับมาอีก จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ จำนวน 3 คน ร้อยละ 0.75 จังหวัดจันทบุรี มากที่สุดคือกลับมาอีก จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 จังหวัดระยอง มากที่สุดคือกลับมาอีก จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และจังหวัดชลบุรีมากที่สุดคือกลับมาอีก จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ความคาดหวังในการท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออก ต่อด้านสินค้าและบริการ ภาพรวม จังหวัดตราด จันทบุรี ระยอง และชลบุรี ภาพรวม พบว่ามีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X}=3.85$) พิจารณารายจังหวัดมากที่สุดคือ จังหวัดระยอง มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) รองลงมา คือจังหวัดจันทบุรี มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) ลำดับที่ 3 คือ จังหวัดชลบุรี มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) ลำดับสุดท้าย คือ จังหวัดตราด ($\bar{X}= 3.73$)

ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างกันกับความคาดหวังการท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ยอมรับสมมติฐาน (H1) หมายความว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย ตราด จันทบุรี ระยอง และชลบุรีที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความคาดหวังและความต้องการการท่องเที่ยว โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความคาดหวังและความต้องการการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

พฤติกรรมของการท่องเที่ยวทางทะเล ฝั่งตะวันออกจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง พบว่ามากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อน และเมื่อสอบถามจำนวนคนที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า เดินทางมากกว่า 2 คน กับครอบครัว ญาติ เพื่อน โดยแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว พบว่า มากที่สุดคือสื่ออินเทอร์เน็ต เดินทางมาในช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า วันนักชัตฤกษ์ และเมื่อถามถึงประเภทแหล่งท่องเที่ยว พบว่ามากที่สุดคือ เที่ยวเกาะ ดำน้ำ โดยนักท่องเที่ยวส่วนมากตอบคำถามถึงการกลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า มากที่สุดคือ กลับมาอีก หากแยกเป็นรายจังหวัด พบว่า จังหวัดตราด มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเชฐ คุหเพ็ญแสง (2560) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า โดยมากใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง ส่วนใหญ่จะเดินทางมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน หมู่เกาะในจังหวัดระยองที่นักท่องเที่ยวชาวไทยประทับใจ คือ เกาะเสม็ด ถ้ามีโอกาส

นักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดจะกลับมาอีกครั้งแน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ ประภาสวดี (2554) พบว่า ความคิดเห็นว่ากลับมาเที่ยวอีกหรือไม่ คตอบที่ได้ส่วนใหญ่คือ กลับมาเที่ยวอีกแน่นอน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบางแสนยังไม่เสื่อมมนต์ขลังง่าย ๆ แต่กระนั้นก็มีเรื่องให้ต้องปรับปรุงอีกมากมาย ก่อนที่การจัดการและความเป็นระเบียบต่างๆจะถูกปล่อยปะละเลยจนเกิดเป็นมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมและทางจิตใจ จนนักท่องเที่ยวหันหน้าไปเที่ยวที่อื่นๆที่ใกล้เคียง เช่น พัทยา หรือ สัตหีบกันหมดจากการสรุปผลวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยมีความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทางทะเลภาคตะวันออก อาจเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาพักผ่อนกับเพื่อนและครอบครัวโดยได้รับข่าวสารจากเพื่อนและสื่อออนไลน์ เลือกเดินทางมาวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งอาจเป็นความประทับใจในการมาท่องเที่ยวในครั้งแรก

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมวิภา ตราชวานิช (2565) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในประเทศไทย ส่งผลให้เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยเปลี่ยนมาเน้นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจประวัติศาสตร์ของแนวคิดเรื่องนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อระบุตัวบ่งชี้ความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ พฤติกรรมการใช้จ่ายที่สูงและการอยู่ระยะยาวเป็นสองเกณฑ์ที่สำคัญต่อกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบัน พร้อมทั้งเสนอข้อเสนอแนะในการประเมินข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมถึงการประเมินศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ในการรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนคุณภาพของสถานที่มองผ่านแนวคิดด้านการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่น่าสนใจ โดยใช้องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึง เพื่อให้สามารถวางทิศทางแผนนโยบายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและสมมูลความต้องการของทั้งนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและผู้ที่อยู่ในพื้นที่

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งตะวันออกของประเทศไทย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความคาดหวังและความต้องการการท่องเที่ยว โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความคาดหวังและความต้องการการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านสินค้าและบริการ จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดระยองมีความคาดหวังในด้านความสด ความสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาคือจังหวัดตราด จังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังในด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสะอาดมากที่สุด จังหวัดตราดมีความคาดหวังในด้านร้านอาหารมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือจังหวัดชลบุรีและจังหวัดจันทบุรี ที่มีความคาดหวังด้านสภาพแวดล้อมที่สวยงามมีความเป็น

ธรรมชาติ จังหวัดระยองมีความคาดหวังด้านความอร่อยรสชาติอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2560) โดยผลวิจัยพบว่าด้านของสินค้าและบริการพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในประเด็นนี้มากที่สุด จึงควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้าที่จำหน่ายในถนนคนเดินเพิ่มมากขึ้น รวมถึงนักท่องเที่ยวยังให้ความสนใจเกี่ยวกับการมีสินค้า เช่น ของที่ระลึก เมนูอาหารที่มีลักษณะที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ตให้มากขึ้นและหลากหลายขึ้น

ด้านราคา จังหวัดชลบุรี จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราดมีความคาดหวังด้านราคาของอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณมากที่สุด จังหวัดระยองมีความคาดหวังต่อราคาอุปกรณ์หรือบริการของกิจกรรมในการท่องเที่ยวมากที่สุด ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาจังหวัดชลบุรีและจันทบุรีมีความคาดหวังต่อราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ ด้านจังหวัดระยองและจังหวัดตราด ที่มีความคาดหวังต่อราคาเหมาะสมกับการบริการของสถานที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญญา เฟ็งประไพ (2558) โดยผลวิจัยพบว่าด้านราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จังหวัดระยองและจังหวัดตราด มีความคาดหวังต่อสถานที่พักต้องอยู่ใกล้แหล่งอาหารมากที่สุด รองลงมาของจังหวัดชลบุรี ส่วนจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อสถานที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวกมากที่สุด รองลงมาของจังหวัดตราด จังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังต่อความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มากที่สุด ส่วนจังหวัดจันทบุรีลำดับรองลงมาที่มีความคาดหวังต่อความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว/สถานที่พัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ ประภาสวัสดิ (2554) โดยผลวิจัยพบว่าด้านสถานที่ (Place) มีความพึงพอใจในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในปัจจัยการตลาดทั้ง 4 ด้าน เนื่องจากหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 100 กิโลเมตรเท่านั้น อีกทั้งยังใช้เวลาในการเดินทางมาแค่เพียง 1 ชั่วโมงเศษ และที่สำคัญที่สุด มีถนนหลากหลายเส้นทางให้เลือกเดินทางมายังหาดบางแสน ไม่ว่าจะป็นมอเตอร์เวย์กรุงเทพ -ชลบุรีถนนสุขุมวิท ถนนบางนา-ตราด ทางด่วนสายบูรพาวิถี เป็นต้น ซึ่งนับว่ามีความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นอย่างมาก อีกทั้งถนนหนทางในเขตบางแสนก็มีระเบียบที่ดี มีป้ายบอกทางชัดเจน สามารถขับรถได้ง่าย ไม่วกวนจนอาจทำให้หลงทาง และรวมถึงมีความปลอดภัยสูงและมีศูนย์ประชาสัมพันธ์ที่เด่นชัดอีกด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด จังหวัดชลบุรีและจังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด จังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อการได้รับส่วนลดค่าที่พักมากที่สุด ส่วนจังหวัดระยองมีความต้องการต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต มากที่สุด จังหวัดชลบุรีรองลงมามีความต้องการต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ จังหวัดจันทบุรีรองลงมามีความต้องการต่อการได้รับส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทพร มาตผล (2557) โดยผลวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริม ให้ความสำคัญในระดับมากคือ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ส่งเสริมให้เดินทางไปท่องเที่ยว เช่น

กิจกรรมด้านวัฒนธรรม การโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญผ่านสื่อต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง และการจัดโปรโมชั่นท่องเที่ยวในราคาพิเศษ

ด้านบุคลากร จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด และส่วนจังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว พุดจาสุภาพมากที่สุด รองลงมาของจังหวัดชลบุรี ส่วนลำดับรองลงมาของจังหวัดระยอง กับจังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวแต่งกายสะอาด พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาณาภาพ จิรัฐติกาล (2551) โดยผลวิจัยพบว่าด้านพนักงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้าน พนักงานร้านอาหารมีอัตราค่าจ้างไม่ตรีที่ดีโดยให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ด้านกายภาพ จังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด จังหวัดชลบุรีมีความคาดหวังต่อความสะอาด บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด จังหวัดระยองมีความคาดหวังต่อสถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์มากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ ประภาสวัสดี (2554) โดยผลวิจัยพบว่าด้านลักษณะสภาพแวดล้อมทางภายนอก (Psychical Evidence) มีระดับความพึงพอใจมากเช่นกัน ซึ่งในส่วนนี้เป็นลักษณะและจุดเด่นเฉพาะที่ใครมองก็รู้ว่าเป็นหาดบางแสน ทั้งวงเวียนบางแสน แหลมแท่น อีกทั้งการบริการที่จอดรถก็มีเพียงพอ ทุกสิ่งทุกอย่างที่จา เป็นทั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ ห้องนำ ที่จอดรถ ร้านค้าต่าง ๆ ตู้ ATM และการให้บริการอินเทอร์เน็ตก็สามารถมองเห็นได้ชัด รวมทั้งมีป้ายบอกทางและสถานที่ตั้งที่ชัดเจนอีกด้วย ดังนั้นในส่วนนี้จึงทำให้บางแสนมีชื่อเสียงที่ดีไม่เสื่อมคลาย และเป็นจุดเด่นที่ทุกคนสามารถจำได้ทันที

ด้านกระบวนการ จังหวัดชลบุรีและจังหวัดตราดมีความคาดหวังต่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพักมากที่สุด จังหวัดระยองมีความคาดหวังต่อความรวดเร็วในการให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการมากที่สุด จังหวัดจันทบุรีมีความคาดหวังต่อการอำนวยความสะดวกการจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาลมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2540) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะคาดหวังว่า จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องรับรู้ และเรียนรู้เกี่ยวกับ ความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจ ความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับ ความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1.ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านสภาพแวดล้อมที่สวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ ความสด และสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม ความอร่อยของรสชาติอาหาร ด้านร้านอาหารมีเพียงพอ

ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความสะอาด ที่พักมีความเพียงพอ ความปลอดภัย ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

2.ด้านราคา ให้ความสำคัญด้านราคาของเครื่องดื่มน้ำที่เหมะสมกับคุณภาพและปริมาณ ราคาของอาหารมีความเหมาะสมกับปริมาณและมีคุณภาพ ราคาอุปกรณ์และบริการของเครื่องเล่นกิจกรรมบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ราคาของที่พักรักษาความเหมาะสมกับคุณภาพ

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและทำเล ให้ความสำคัญต่อสถานที่พักรักษาอยู่ใกล้แหล่งอาหาร สถานที่พักรักษาอยู่ในทำเลที่เดินทางไปมาทางสะดวก และความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ด้านความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักรักษา เพราะความสะดวกรวดเร็วและความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่สำคัญของนักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยว

4.ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อศูนย์บริการด้านข้อมูลข่าวสาร การได้รับส่วนลดค่าที่พักและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และการได้รับส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ดังนั้นช่องทางการขาย การจัดจำหน่ายควรมุ่งผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากที่สุดและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบตามรีวิวหรือบล็อกเกอร์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

5) ด้านบุคลากร ควรให้ความสำคัญต่อพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวให้มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานสถานประกอบการท่องเที่ยวต้องแต่งกายดูสะอาด สุภาพ เจ้าหน้าที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวมีความรู้ สามารถให้คำแนะนำและให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้

6) ด้านกายภาพ ควรให้ความสำคัญต่อความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านร้านอาหาร และที่พัก ต้องมีป้ายชี้บ่งเส้นทางในการเดินทางที่ชัดเจน ที่จอดรถมีความเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ความปลอดภัย และด้านความสะอาด ดังนั้นทั้งสถานที่ท่องเที่ยว และร้านอาหาร สถานที่พักรักษา ควรมีการสร้างจุดขายเป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น

7) ด้านกระบวนการ ควรให้ความสำคัญต่อความรวดเร็วในการให้บริการด้านรถรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ให้บริการและความรวดเร็วและความถูกต้องในการจองห้องพัก การอำนวยความสะดวก การจราจรให้แก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาล และความรวดเร็วในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน ดังนั้นหากสถานที่ท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีการจัดตารางหรือการวางแผนงานบริการต่าง ๆ ไว้ การแจ้งล่วงหน้าไปยังนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ อาจจะสามารถลดความกังวลเกี่ยวกับเวลาและสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งภาคตะวันออก และควรศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวทะเลภาคอื่นๆด้วย

บรรณานุกรม

- กนิษฐา เกิดฤทธิ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต. 3(3), 74.
- ชนินทร์ เก่งกล้า และ ธิติ มีปลื้ม. (2555). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- นาวิ ชื่นใจ และ กนกวดี พึ่งโพธิ์ทอง. (2555). พฤติกรรมและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ.
- ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวกรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. (สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- พรทิพย์ บุญญาณ และ กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ. (2560). ระดับการรับรู้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่อผลิตภัณฑ์โทรศัพท์มือถือของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- พิเชษฐ คุณหญิงแสง. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยอง. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- พิมพ์พร งามศรีวิเศษ. (2555). ปัจจัยส่วนผสมด้านการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตและสวนสัตว์เขาฟารีเวิลด์ของนักท่องเที่ยว. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- เพ็ญญา เฟื่องประไพ (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).