หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวบางแสน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
คำสำคัญ	พฤติกรรมการท่องเที่ยว / ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว / บางแสน
ชื่อนักศึกษา	สินีนุช ลำจวน
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สหภาพ พ่อค้าทอง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจ วางแผนการตลาดและการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบางแสน จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ Descriptive statistics analysis และ Inferential statistical analysis ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน / รับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีการหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทาง เพจรีวิวท่องเที่ยวของ Facebook มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในวันหยุด ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ส่วน ใหญ่มากับเพื่อน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ระยะเวลาของการท่องเที่ยว คือ 1 - 2 วัน ประเภทที่พักที่สนใจ คือ ประเภทโรงแรม ตำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยว ใกล้ทะเล / ชายหาด กิจกรรมที่สนใจ คือ กิจกรรมทางทะเล และมีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว 2,000 - 4,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนโดยรวม ด้านบรรยากาศของสถานที่ มากที่สุด โดยมีจุดแลนด์มาร์คหลัก ที่ทัศนียภาพน่าดึงดูดแปลกใหม่เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ มีพื้นที่ทำกิจกรรมร่วมกันสำหรับครอบครัว และมีการจัดสถานที่ให้เหมาะสมกับธรรมชาติโดยรอบอย่างเป็นระเบียบและสวยงามตามลำดับ

SPU CHONBURI

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวบางแสน แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนโดยรวม แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

SPU CHONBURI

Thesis Title	Tourism Behaviour and Perception of Bangsaen Tourist attraction of Thai Tourists
Keyword	Tourism behavior / Tourist attraction image / Bangsaen
Student	Sineenuch Lamjuan
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr.Sahaparp Porkatong
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Academic Year	2021

ABSTRACT

The purpose of this research was to study tourism behavior and perception of Bangsaen tourist attraction of Thai tourists in order to apply the results as a guideline for doing business marketing plan and managing tourism business. This research was studied from a sample group of Thai tourists who travel to Bangsaen Chonburi Province total of 400 samples. The tool used for data collection was a questionnaire and statistics used in data analysis, including descriptive statistics analysis and inferential statistical analysis in hypothesis testing.

The results showed that most of the tourists who came to Bangsaen were female, aged between 20-30 years, single status, with bachelor's degree, private company employees, with an average monthly income at 20,001 - 30,000 baht. The tourists seeked information on the the attraction through Facebook travel review page. They intentions were for vacations and most of them accompanied by friends and traveled by their private cars. The trip duration was at 1 -2 days and types of accommodation they interested in were Hotels located near the attraction or near the beach. They interested in marine activities in Bangsaen and their cost of traveling was around 2,000 - 4,000 baht. The tourists' perception of Bangsaen as a whole was found at a high level on atmosphere of the place which was the highest. The highest rank was the main landmark where the

SPU CHONBURI

scenery is attractive and exotic, followed by the area for family activities together and the place is arranged to suit the surrounding nature in an orderly and beautiful order.

The hypothesis testing results reveal that Thai tourists with different demographic characteristics had different travel behaviors in Bangsaen than Thai tourists with different demographic characteristics. The overall perception of Bangsaen tourist attraction was different and Thai tourists with different travel behaviors had no different perception of Bangsaen tourist attractions as a whole.

SPU CHONBURI