

Chapter

9

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี*

Tourists' Opinion on Marketing Mix
for Tha Ruea Phli fish Market,
Mueang Chon Buri Municipality

ภัทรกานต์ วรยศ**
วัลลภ ศัพท์พันธุ์***

* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

** นิสิตหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

*** ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.วัลลภ ศัพท์พันธุ์ อาจารย์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อตลาดประมงท่าเรือพลี จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีเทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ตามลักษณะข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยวที่มีอายุการรับรู้ข่าวสาร สินค้าที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อในตลาดประมงท่าเรือพลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน

ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อาชีพ รายได้ ภูมิภาคที่พักอาศัย พาหนะในการเดินทางมาตลาดท่าเรือพลี ระยะทางการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการซื้อของ รับประทานอาหารที่ตลาดประมงท่าเรือพลีต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ข้อเสนอแนะที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีเทศบาลควรจะมีการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าที่มีอยู่ในท้องถิ่น เพิ่มวันจำหน่ายสินค้า ส่งเสริมให้พ่อค้าแม่ค้าใช้จานกระเบื้อง แทนการใช้กล่องโฟมและถุงพลาสติก มีการประชาสัมพันธ์ตลาดประมงท่าเรือพลีอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงและปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์บริเวณตลาดประมงท่าเรือพลี ปรับปรุงด้านราคาสินค้าในตลาดประมงท่าเรือให้ได้มาตรฐาน

คำสำคัญ: ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว/ ส่วนประสมทางการตลาด/
ท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี

Abstract

The purpose of this research was to investigate tourists' opinion on marketing mix having effect on Tha Ruea Phli fish Market. The sample groups are the 400 tourists in Tha Ruea Phli fish Market. The data analysis was done using the statistical program for social science. The findings of this research are as following tourists' opinion on marketing mix having effect on Tha Ruea Phli fish Market, Mueang Chon Buri municipality is highly-agreed. The general information of tourists is elder informative. The different product buying in Tha Ruea Phli fish Market has effect on defferent opinion. Whereas the tourists have statistically significantly

different in gender occupation, buying behavior in Tha Ruea Phli fish Market. For recommendation on Tha Ruea Phli fish Market, municipality should encourage process product from local material extend the date for selling, urge the merchants to use tile plate instead of foam plate and plastic bag. Moreover there should be the continuous public relations about Tha Ruea Phli fish Market and there should be the development the circumstance and improvement for product quality.

Keywords: Tourist's opinion/ Marketing mix/ Tha Ruea Phli
Mueang Chon Buri

บทนำ

ตลาดประมงท่าเรือพลีเดิม คือ ท่าเรือพลี ซึ่งในอดีตเป็นท่าเทียบเรือที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี มีชาวประมง รวมทั้งเรือสินค้า เรือสำเภานขนส่งขนาดใหญ่มาจอดเทียบท่าเพื่อขนถ่ายสินค้า แต่ปัจจุบันได้เปลี่ยนมาเป็นที่ท่าเรือประมง โดยมีชาวประมงจับกุ้ง หอย ปู ปลา มาขึ้นที่ท่าเรือแห่งนี้ ตลาดประมงท่าเรือพลีเป็นสถานที่อีกแห่งหนึ่งที่ถูกถล่มและกำลังเลือนหายไป ประกอบกับประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ภาวะเสื่อมโทรมของพื้นที่ ที่มีความเสื่อมสภาพไปตามกาลเวลาและการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจยุคใหม่ ทำให้ตลาดประมงท่าเรือพลีที่มีความรุ่งเรืองในอดีต กลายเป็นตลาดร้างไร้ผู้คนและนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อกุ้ง หอย ปู ปลา เหมือนแต่ก่อน ชาวประมงส่วนใหญ่นำไปประกอบอาชีพอื่นที่สร้างรายได้มากกว่าการทำประมง ซึ่งชาวประมงถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางที่มาซื้อกุ้ง หอย ปู ปลาจากชาวประมงที่ทำเทียบเรือพลี หากไม่ขายให้พ่อค้าคนกลาง ชาวประมงต้องนำกุ้ง หอย ปู ปลา เหล่านั้น ส่งไปขายที่ตลาดรับซื้อแห่งอื่นซึ่งอยู่ไกลจากท่าเรือมาก ไม่คุ้มทุน ส่งผลให้ชาวประมงขาดทุน มีหนี้สินและเริ่มย้ายถิ่นฐานไปอยู่ที่อื่น ประกอบกับพื้นที่ใกล้เคียงในเขตจังหวัดชลบุรียังมีตลาดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดประมงท่าเรือพลีอื่น เช่น ตลาดอ่างศิลา ตลาดท่าเรือแหลมฉบัง เป็นต้น ทำให้ชาวประมงอื่นๆ ที่ไม่ใช่ชาวบ้านท่าเรือพลีมีทางเลือกที่จะเทียบเรือเพื่อขายสัตว์ทะเลที่จับได้ไปขายยังแหล่งอื่นที่มีราคาซื้อสูงกว่า ยิ่งส่งผลให้ตลาดประมงท่าเรือพลีประสบปัญหาต่างๆ เป็นอย่างมาก

ปัจจุบันตลาดประมงท่าเรือพลียังมีความสำคัญ และจุดเด่นที่น่าสนใจ คือ เป็นตลาดประมงชายทะเลเมืองชลบุรี ที่ยังคงมีท่าเทียบเรือประมง วิถีชีวิตของชาวประมง และอาคารบ้านเรือนยังคงสภาพโบราณที่ยังคงมีความสมบูรณ์อยู่ จึงควรมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผลักดันให้เกิด

แหล่งท่องเที่ยวใหม่ของจังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดชลบุรี รวมทั้งส่งเสริม

ให้เป็นแหล่งการค้าทางการประมง เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน ทางด้านการค้าขายอาหารทะเลของชาวประมง และชาวบ้านในพื้นที่อำเภอ เมืองชลบุรีให้กลับมามีชีวิตชีวา และให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาซื้ออาหารทะเลจาก เรือประมงมารับประทาน พร้อมกับชมวิถีชีวิตทัศนียภาพอากาศของท้องทะเล บ้านเรือนและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ตลาดประมงท่าเรือพลี ก็เป็นอีกทางเลือก หนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจที่จะมาท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต และซื้ออาหารทะเลรับประทาน พร้อมทั้งมาพักผ่อนหย่อนใจคลายเครียด ซึ่งตลาดประมงท่าเรือพลีอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก การคมนาคม การเดินทางสะดวก เป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนได้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้โดยไม่ต้องเดินทางไปทำงานยังท้องที่อื่น

เทศบาลเมืองชลบุรีได้จัดทำโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีขึ้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และฟื้นฟูอาชีพการประมงและการค้าขายอาหาร ทะเลของเมืองชลบุรี โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการต่างๆ พ่อค้าแม่ค้ามาจัด ร้านค้าขายอาหารภายในตลาดประมงท่าเรือพลีได้ เทศบาลเมืองชลบุรีจะเป็น ผู้ดูแลตลาดประมงท่าเรือพลีในส่วนด้านต่างๆ เช่น สถานที่ตลาดประมง ท่าเรือพลี การจัดรูปแบบของตลาด การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในตลาด และส่วนที่เป็นสาธารณูปโภคอื่นๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา สุขา ลานจอดรถ เป็นต้น โดยทำการเปิดโครงการเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2553 สถานที่จัดรูปแบบตลาดนัด เปิดทุกวันเสาร์ เวลา 16.00-22.00 น. โดยเฉลี่ย จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อสินค้า เฉลี่ยอยู่ที่ 1,000-2,000 คน ซึ่งตลาดประมง ท่าเรือพลีมีจำนวนร้านค้า 150 ร้านค้า ประกอบด้วย ร้านค้าที่จำหน่ายอาหาร ทะเลสด 7 ร้าน ร้านอาหารทะเลปรุงสุกจำนวน 89 ร้าน ร้านอาหารหวาน ขนมหวาน ผลไม้ขึ้นชื่อประจำจังหวัด และเครื่องดื่ม 44 ร้าน และร้านอาหารแห้ง และของที่ระลึกจำนวน 10 ร้าน (สำรวจเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2555 จำนวนร้านค้าอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามโอกาสต่างๆ) ซึ่งส่วนใหญ่จัดจำหน่าย อาหารทะเลเป็นหลัก เช่น กุ้ง ปลาหมึก ปูทะเล หอยแครง หอยแมลงภู่

ปลาทะเลต่างๆ และอื่นๆ ให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อรับประทาน นักท่องเที่ยวสามารถนั่งรับประทานในบริเวณตลาดได้ เนื่องจากมีโต๊ะและเก้าอี้คอยให้บริการพร้อมกับที่ล้างมือเมื่อนักท่องเที่ยวรับประทานเสร็จแล้ว หรือนักท่องเที่ยวต้องการซื้อกลับบ้านก็ได้ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการปลูกป่าชายเลน การประกวดร้องเพลง การแข่งขันการทำอาหาร การประกวดถ่ายภาพตลาดประมงท่าเรือพลี เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดประมงท่าเรือพลีมากขึ้น จึงได้มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต บัญชีโฆษณา ทางวิทยุชุมชน รายการโทรทัศน์ เป็นต้น เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมตลาดประมงท่าเรือพลีให้มากขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี โดยผู้วิจัยต้องการทราบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีเป็นอย่างไร และนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี แตกต่างกันหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การรับรู้ข่าวสาร ภูมิภาคที่พักอาศัย พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะทางในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการซื้อของ รับประทานอาหารที่ตลาดประมงท่าเรือพลี และสินค้าที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อในตลาดประมงท่าเรือพลี

3. เพื่อเสนอแนวทางในการนำความคิดเห็นมาปรับปรุง ส่งเสริม และพัฒนาตลาดประมงท่าเรือพลี

โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ในด้านต่างๆ จำนวน 7 ด้าน ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 212-213) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล หรือ พนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าภายในตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี จำนวน 400 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การรับรู้ข่าวสาร ภูมิภาคที่พักอาศัย พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะทางในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการซื้อของ รับประทานอาหารที่ตลาดประมงท่าเรือพลีและสินค้าที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ

3.2 ตัวแปรตาม ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล หรือ พนักงาน 6) ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การรับรู้ข่าวสาร ภูมิภาคที่พักอาศัย พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะทางในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการซื้อของ รับประทานอาหารที่ตลาดประมงท่าเรือพลี และสินค้าที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดเกณฑ์ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะหรือข้อเสนอนั้นๆ เป็นคำถามปลายเปิด (Open End) เกี่ยวกับความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การรับรู้ข่าวสาร ภูมิภาคที่พักอาศัย พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะทางในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการซื้อของ รับประทานอาหารที่ตลาดประมงท่าเรือพลี และสินค้าที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อในตลาดประมงท่าเรือพลีโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคคล หรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 โดยใช้ t-test ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และใช้ one - way ANOVA ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม กรณีที่พบว่ามีความสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Least Significant Difference) ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ข้อมูลที่เป็นข้อเสนอแนะความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ผู้วิจัยนำข้อมูลมาสรุปในแต่ละด้านในรูปแบบความถี่ และร้อยละ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ในแต่ละด้านมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ สินค้าภายในตลาดประมงท่าเรือพลีมีคุณภาพได้มาตรฐาน อันดับที่ 2 คือ อาหารสดมีความสด สะอาด อันดับที่ 3 คือ จำนวนสินค้ามีจำนวนเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

1.2 ด้านราคา นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ สินค้า อันดับที่ 2 คือ ราคาเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อ สินค้าภายในตลาดประมงท่าเรือพลี อันดับที่ 3 คือ สินค้าราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันในตลาดแห่งอื่น

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ อาหารสดเก็บรักษา หรือแช่ในถังน้ำแข็ง ให้สดอยู่ตลอดเวลา อันดับที่ 2 คือ อาหารแห้งมีการเก็บรักษาไว้ใน วัสดุใส มองเห็นง่าย อันดับที่ 3 คือ มีป้ายบอกเส้นทางการเดินทางมา ตลาดประมงท่าเรือพลีที่สามารถมองเห็นได้ง่ายและชัดเจน

1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์ อินเทอร์เน็ตป้ายโฆษณา ป้ายประกาศ อันดับที่ 2 คือ ร้านค้ามีการโชว์สินค้าอย่างเด่นชัด สามารถมองเห็นได้ง่าย สะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า อันดับที่ 3 คือ มีกิจกรรมอื่นๆ ที่เป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดประมงท่าเรือพลี เช่น กิจกรรมการปลูกป่า กิจกรรมการประกวดถ่ายรูป การประกวดวาดภาพ เป็นต้น

1.5 ด้านบุคคล หรือพนักงาน นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ พ่อค้าแม่ค้ายิ้มแย้มแจ่มใส ด้วยมิตรไมตรีที่ดี อันดับที่ 2 คือ พ่อค้าแม่ค้าแนะนำสินค้าด้วยความสุภาพ อันดับที่ 3 คือ พ่อค้าแม่ค้ามีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า

1.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับ ที่ 1 คือ มีการจัดเก็บขยะในบริเวณตลาดที่เป็นระบบและเหมาะสม อันดับที่ 2 คือ บริเวณตลาดประมงท่าเรือพลีมีบรรยากาศที่ดี น้ำทะเลสวยงาม ไม่มีขยะและส่งกลิ่นเหม็นรบกวน อันดับที่ 3 คือ รอบบริเวณร้านค้ามีความสะอาด

1.7 ด้านกระบวนการ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ

ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ มีระบบการรักษาความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกภายในตลาดประมงท่าเรือพลี อันดับที่ 2 คือ พ่อค้าแม่ค้าให้ความสำคัญก่อน-หลังในการให้บริการ อันดับที่ 3 คือ มีการบริการที่รวดเร็ว ตรงต่อความต้องการ

2. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การรับรู้ข่าวสาร สินค้าที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อในตลาดประมงท่าเรือพลี แตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อาชีพ รายได้ ภูมิภาคที่พักอาศัย พาหนะในการเดินทางมาตลาดท่าเรือพลี ระยะทางในการเดินทางมา ตลาดประมงท่าเรือพลี วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี ค่าใช้จ่ายในการซื้อของ รับประทานอาหารที่ตลาดประมงท่าเรือพลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ว่า รักษามาตรฐานและคุณภาพของรสชาติอาหารอย่างต่อเนื่อง คงที่ ส่งเสริมการแปรรูปสินค้าที่มีอยู่ในท้องถิ่น และเพิ่มความหลากหลาย ของอาหารและสินค้า

3.2 ด้านราคา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ราคา สินค้าบางอย่างแพง แต่มีบางอย่างราคาเหมาะสม ควรติดป้ายราคา สินค้าให้เห็นเด่นชัด มองเห็นง่าย และควรมีการลดราคาสินค้าลดลง อีก

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มี ความคิดเห็นว่า บรรจุกุภัณฑ์ควรจะใช้จานกระเบื้อง เพราะสามารถ ล้างทำความสะอาดได้ง่ายและสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก ควรเพิ่มจุดขายสินค้าให้มากขึ้นในเขตชลบุรี และควรจัดร้านค้าให้ เป็นหมวดหมู่มากกว่านี้

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเห็นว่า เพิ่มวันจำหน่ายสินค้า อาจจะเป็นสัปดาห์ละ 2 หรือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ หรืออาจจะเป็น ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ควรมีการจัดทำโบชัวร์ หรือแผ่นพับเกี่ยวกับตลาดประมงท่าเรือพลี และ เส้นทางในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี แจกฟรี

3.5 ด้านบุคคล หรือพนักงาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า พ่อค้าแม่ค้าไม่สวมใส่ผ้าคลุมศีรษะและผ้ากันเปื้อน เสื้อผ้าของพ่อค้าแม่ค้าควรโดดเด่นและเป็นแนวทางเดียวกัน เพื่อให้สามารถแยกแยะออกว่าคนไหนเป็นพ่อค้าแม่ค้า ง่ายและสะดวกต่อการเรียกใช้บริการ

3.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า โต๊ะ เก้าอี้ ไม่เพียงพอ ควรมีพนักงานมาทำความสะอาด โต๊ะ เก้าอี้ และที่จอดรถมีไม่เพียงพอ

3.7 ด้านกระบวนการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ควรมีป้าย หรือสัญลักษณ์รับรองที่บ่งบอกว่าอาหารที่จำหน่ายได้มาตรฐาน คุณภาพ สด สะอาด ควรมีการบูรณาการคนในพื้นที่ให้หาสินค้าท้องถิ่นมาจำหน่าย และนักท่องเที่ยวไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ว่ามีการตรวจสอบคุณภาพและราคาสินค้าอย่างไร

3.8 ข้อเสนอแนะอื่นๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า คนที่ไม่มีรถเดินทางเข้ามาในสถานที่ตลาดประมงท่าเรือพลีลำบาก ควรมีป้ายบอกแก่นักท่องเที่ยวที่สามารถจอดรถได้ในส่วนไหนบ้างและห้องน้ำไม่ค่อยสะอาดเท่าที่ควร และไม่มีกระดาศหิขู

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1.1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภิกา สุภารัตน์ (2550, หน้า 65) พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ OTOP ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมเห็นว่าเหมาะสมมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เหมาะสมมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นด้วยมากในด้านสินค้าภายในตลาดประมงท่าเรือพลีมีคุณภาพได้มาตรฐานอาหารสด สะอาด ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าในตลาดประมงท่าเรือพลี เพราะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดประมงท่าเรือพลีมีคุณภาพได้มาตรฐานน่าเชื่อถือ ไม่เอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายจึงเป็นจุดสำคัญมาก อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าความสำคัญและเป็นจุดเด่นที่ตลาดประมงท่าเรือมีและคอยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวกันเยอะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ของ Philip Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 212-213) กล่าวไว้ว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ตลาดน้ำตลิ่งชันของเดชาจิรวฒนส์ถิต (2549, หน้า 190) จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์รวมในระดับดี โดยผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า มีสินค้าให้เลือกมาก

1.2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามากที่สุด ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ราคาเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าภายในตลาดประมงท่าเรือพลี จากการศึกษาวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ราคาสินค้าในตลาดประมงท่าเรือราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้าแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถซื้อสินค้าได้ เพราะนักท่องเที่ยวยังมองด้วยว่า

ราคาเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตชา จิรวัดน์สถิต (2549, หน้า 181) การให้ความสำคัญของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในระดับดี โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสามารถในการต่อรองราคาสินค้าได้ ความคุ้มค่าของราคากับคุณภาพสินค้า และราคาของสินค้าถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่น

แต่มีสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม คือ พ่อค้าแม่ค้าไม่ติดป้ายราคา บอกราคาสินค้ามากนัก มีแต่ก็น้อย เพราะการติดป้ายราคาเป็นการบ่งบอกว่าตลาดประมงท่าเรือพลีมีความโปร่งใส ไม่เอาไรต์เอาเปรียบนักท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543, หน้า 19) กล่าวว่า ราคานั้นจะมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค การตัดสินใจด้านราคาไม่จำเป็นต้องเป็นราคาสูง หรือราคาต่ำ แต่เป็นราคาที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

1.3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา

เป็นรายข้อ พบว่า อาหารสดเก็บรักษา หรือแช่ในถังน้ำแข็งให้สดอยู่ตลอดเวลา อาหารแห้งมีการเก็บรักษาไว้ในวัสดุใสมองเห็นง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา รัตนสุภา (2548, หน้า 87) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม และรายข้อมีความเหมาะสมมาก

จากการศึกษาวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์กำลังขาย หรือส่วนที่เหลือจากการขายควรมีการเก็บรักษาอย่างดี และเหมาะสม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่านักท่องเที่ยวจะได้รับประทาน หรือซื้อสินค้าที่ดี ปลอดภัยจากสินค้านั้น ไม่น่าเสีย บูดเน่า อาหารที่ขายในตลาดประมงท่าเรือพลีจะต้องเป็นอาหารสด สะอาด ส่วนภาชนะที่นำมาบรรจุอาหาร นักท่องเที่ยวยังมองว่าไม่มีความปลอดภัยในการนำมาบริโภค เพราะในตลาดประมงท่าเรือพลีพ่อค้า แม่ค้าจะใช้ โฟมและถุงพลาสติกเป็นส่วนใหญ่ในการบรรจุอาหาร ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ดีและชื่อเสียง ตลาดประมงท่าเรือพลีควรใช้ภาชนะอื่นทดแทน เช่น จานกระเบื้อง เมื่อนักท่องเที่ยวรับประทานเสร็จก็สามารถล้างให้สะอาดแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อโฟม ถุงพลาสติก และค่าใช้จ่ายในการกำจัดขยะขึ้น

1.4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มากที่สุด มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์อินเตอร์เน็ต ป้ายโฆษณา ป้ายประกาศ จากการศึกษาวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การจะสร้างชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักต้องมีการประชาสัมพันธ์ด้วยช่องทางที่หลากหลาย แม้คนที่อยู่ต่างจังหวัด หรือต่างประเทศก็สามารถรับรู้ข้อมูลที่ไร้พรมแดนได้ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ของ

เทศบาลเมืองชลบุรีเอง เฟสบุ๊ค อินสตราแกรม ไลน์ เว็บไซต์ท่องเที่ยว หรือจะเป็นรายการทีวี รายการวิทยุ สอดคล้องกับเสรี วงศ์มณฑา (2540, หน้า 6-9) กล่าวว่า การสื่อสารทางการตลาดขาดไม่ได้ เพราะเป็นปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ต้องยอมรับว่า การรับรู้สำคัญว่าความเป็นจริง เพราะยุคนี้เป็นยุคของข่าวสาร และ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุดารัตน์ พวงผกา และคณะ (2550, หน้า 187) พบว่า ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ตลาดน้ำตลิ่งชันในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

สิ่งหนึ่งที่เป็นจุดเด่นของตลาดประมงท่าเรือพลี คือ มีกิจกรรม อื่นๆ ที่เป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดประมงท่าเรือพลี เช่น กิจกรรมการปลูกป่า กิจกรรมการประกวดถ้วยรูป การประกวด วาดภาพ เป็นต้น เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสมีส่วนร่วมกับทางเทศบาลเมืองชลบุรี ในการ ทำกิจกรรมต่างๆ และเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว ในตลาดประมงท่าเรือพลีอีกด้วย

1.5 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทาง การตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ด้านบุคคล หรือพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น รายชื่อ พบว่า มากที่สุดคือ พ่อค้าแม่ค้ายิ้มแย้มแจ่มใสด้วยมิตรไมตรี ที่ดี พ่อค้าแม่ค้านำสินค้าด้วยความสุภาพ และพ่อค้าแม่ค้า มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่จะ เป็นคนในชุมชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี ที่มาจำหน่ายสินค้าเพื่อ เพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว ไม่ได้หวังผลกำไรมากนัก จึงจำหน่าย สินค้าด้วยความรู้สึกผ่อนคลายไม่เครียดกับรายได้ที่ได้มากนัก ส่งผล ให้ความรู้สึกดังกล่าวถ่ายทอดออกมาทางการพูดจา กิริยาท่าทาง ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภิตา

วรรณิล (2554, หน้า 131) พบว่า ด้านบุคลากร ของกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในตลาดปากคลองตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

1.6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มากที่สุดคือ มีการจัดเก็บขยะในบริเวณตลาดที่เป็นระบบและเหมาะสม ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี นำเข้ามาท่องเที่ยวในตลาดประมงท่าเรือพลี คือ การรักษาความสะอาดทั้งบริเวณรอบๆ ตลาดและบริเวณร้านค้า จึงต้องมีการจัดให้มีการการจัดเก็บขยะที่เป็นระบบ รวมทั้งสร้างบรรยากาศที่ดี น้ำทะเลสวยงาม ไม่มีขยะและสิ่งสกปรกเหม็นรบกวน และเตรียมความพร้อมด้านสาธารณสุข รองรับจัดให้มีรถสุขาเคลื่อนที่และอ่างล้างมือไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และสะดวกในการใช้บริการ เนื่องจากตลาดประมงท่าเรือพลีจัดให้นักท่องเที่ยวสามารถนั่งรับประทานอาหารได้ โดยมีโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหารคอยให้บริการ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวมองเห็นว่าตลาดประมงท่าเรือพลีมีการบริหารจัดการตลาดประมงท่าเรือพลีอย่างเป็นระบบ แต่มีประเด็นที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นน้อยเกี่ยวกับลานจอดรถที่ไม่เพียงพอกับจำนวนรถที่เข้ามาในตลาดประมงท่าเรือพลี ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินไกล เนื่องจากตลาดประมงท่าเรือพลีบริเวณตลาดเป็นสะพานท่าเทียบเรือ มีลักษณะยาวและติดกับทะเลจึงยากที่จะมีที่จอดรถเพียงพอ แท้จริงซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ของ Philip Kotler อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 212-213) กล่าวไว้ว่า ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

1.7 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มากที่สุดคือ มีระบบการรักษาความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกภายในตลาดประมงท่าเรือพลี ในสังคมปัจจุบันมีการลักขโมยสิ่งของ ของทุกระจกรถยนต์เพื่อเอาสิ่งของมีค่าภายในรถมีจำนวนมาก สิ่งหนึ่งที่สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวจอดรถแล้วเดินไปตลาด สิ่งของมีค่าที่วางทิ้งไว้ในรถยังอยู่ครบ ก็คือ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจ และหน่วยรักษาความปลอดภัยคอยรักษาการไว้ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้วยมากในประเด็นดังกล่าวมาก

และสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ ให้มีการตรวจวัดคุณภาพของสินค้าให้มีความสะอาด ปลอดภัย เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ มีการควบคุมคุณภาพ การบริการ และราคาสินค้าให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ อาจจะทำป้ายรับรองมาตรฐาน ความสะอาด ปลอดภัยไว้หน้าร้านค้าให้สามารถมองเห็นได้ง่าย เพื่อยืนยันว่าอาหารที่นักท่องเที่ยวรับประทานนั้นมีคุณภาพอย่างแท้จริงซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ของ Philip Kotler อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 212-213) กล่าวไว้ว่า ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2. ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี ตามตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีแตกต่างกันกับเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่ชอบท่องเที่ยว ชอบซื้อสิ่งของต่างๆ และมีความสนใจสินค้าภายในตลาดประมงท่าเรือพลีมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ ปณิศา สัญขานนท์ (2548, หน้า 113) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลวี บุญนาค (2550, หน้า 63) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่ามีนักท่องเที่ยวเพศหญิงนิยมมาท่องเที่ยวตลาดลำพญา มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัันมีจุดมุ่งหมาย เป้าหมายและความต้องการใช้จ่าย ซื้อสินค้า บริโภคสินค้า อาหารและบริการภายในโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีที่เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทรา เพ็ญดิษฐ์ (2553, หน้า 65) พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าในตลาดน้ำไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน บางอาชีพต้องเดินทางไปทำงานในสถานที่ต่างๆ บ่อยครั้ง ย่อมมีประสบการณ์พบเห็นสิ่งต่างๆ หรือสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกับโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีมากกว่าบุคคลอื่น ย่อมส่งผลให้เกิดข้อเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของสินค้าและบริการนั้นเกิดขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริจิตรา ฤกษ์ปาย (2550, หน้า 63) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันย่อมมีความสามารถในการซื้อสินค้า และบริการภายในตลาดประมงท่าเรือพลีแตกต่างกันตามไปด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยย่อมมองราคาสินค้านั้นว่าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าหรือไม่ สินค้าที่นำมาขายมีราคาแพงมากเกินไปเมื่อเทียบกับสินค้าเดียวกันกับตลาดแห่งอื่น มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มาก เพราะนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากก็จะมีกำลังทรัพย์ในการซื้อสินค้าและบริการอยู่แล้ว จนบางครั้งไม่สนใจด้านราคาสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลรวี บุญนาค (2550, หน้า 63) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแตกต่างกัน บุคคลที่มีรายได้มากย่อมมีโอกาสมาท่องเที่ยว และมีกำลังซื้อมากกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อย

2.5 นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข่าวสารต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังคำกล่าวที่ว่า สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น แสดงให้เห็นว่าไม่ว่านักท่องเที่ยวจะรับรู้ข่าวสารข้อมูลข่าวสารมาจากแหล่งข้อมูลใด ก็ไม่เท่ากับนักท่องเที่ยวได้มาท่องเที่ยวและสัมผัส ใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการภายในโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีด้วยตนเอง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นและทัศนคติที่ดีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดลรวี บุญนาค (2550, หน้า 63) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาไม่แตกต่างกัน

2.6 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภูมิภาคที่พิกาศัยต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภูมิภาคที่พิกาศัยต่างกันมีความคิดเห็นและทัศนคติที่ต่างกัน อาจเนื่องมาจากลักษณะภูมิประเทศที่อาศัย ความเป็นอยู่ การดำรงชีวิต และอาหารที่รับประทานในแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวนำสิ่งเหล่านี้มาประกอบการตัดสินใจ ความคิดเห็นต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี ทั้งข้อดีและข้อเสีย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภิกา สุภารัตน์ (2550, หน้า 65) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิภาคที่อยู่อาศัยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ OTOP โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.7 นักท่องเที่ยวที่ใช้พาหนะในการเดินทางมาตลาดท่าเรือพลีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้พาหนะในการเดินทางด้วยรถทัวร์/ รถบัส มีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้พาหนะในการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและรถจักรยานยนต์ เนื่องจากลานจอดรถของตลาดประมงท่าเรือพลีแคบ ทำให้รถทัวร์/ รถบัสที่มีขนาดใหญ่จอดลำบาก ต่างจากรถยนต์ส่วนตัวและรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดเล็กมีความคล่องตัวสามารถหาที่จอดรถได้ง่ายกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลรวี บุญนาค (2550, หน้า 63) พบว่า วิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2.8 นักท่องเที่ยวที่มีระยะทางในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระยะทางในการเดินทางที่ไกล 201 กิโลเมตรขึ้นไปมีความคิดเห็นที่แตกต่างมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากระยะทางไกลอาจทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่โครงการตลาดประมงท่าเรือพลีน้อย เพราะด้วยการคมนาคมที่ดีในปัจจุบันอาหารทะเล สินค้าต่างๆ สามารถนำไปจำหน่ายในพื้นที่ต่างๆ ได้นักท่องเที่ยวที่อยู่ไกลจากตลาดประมงท่าเรือพลีสามารถซื้ออาหารสินค้านั้นได้ง่าย และรวดเร็วกว่า ทั้งนี้ สืบเนื่องจากตลาดประมงท่าเรือพลีเปิดบริการเฉพาะวันเสาร์ เวลา 16.00-22.00 น. อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่เป็นข้อจำกัดด้านวันและเวลาสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวตลาดประมงท่าเรือพลี และส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคตะวันออก และภาคกลาง ซึ่งเป็นพื้นที่ใกล้เคียงกับตลาดประมงท่าเรือพลีสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้โดยง่ายสะดวก รวดเร็วกว่า ส่งผลให้ความคิดเห็นแตกต่างกัน

2.9 นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดท่าเรือพลีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มมีวัตถุประสงค์ เป้าหมายในการเดินทางมาตลาดท่าเรือพลีที่ไม่เหมือนกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลี เพื่อมาท่องเที่ยวและซื้ออาหารทะเล นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเดินทางมาท่องเที่ยวที่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นในจังหวัดชลบุรีและแวะเพื่อซื้ออาหารทะเล หรือนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเดินทางมาทำงานแล้วแวะเพื่อซื้ออาหารทะเล สินค้า เป็นต้น

2.10 นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาตลาดประมงท่าเรือพลีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง คือ 2,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นแตกต่างมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มใช้พาหนะในการเดินทางที่ต่างกัน เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์

ซึ่งพาหนะใช้เชื้อเพลิงและราคาของเชื้อเพลิงแต่ละชนิดไม่เหมือนกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถทัวร์/ รถบัสอาจจะไม่ได้จ่ายค่าเชื้อเพลิง แต่จะจ่ายค่าบริการโดยสารแทนซึ่งค่าบริการไม่แพงมากนักหากเทียบกับรถยนต์ส่วนตัว กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง แสดงว่านักท่องเที่ยวมีรถส่วนตัว มีรายได้ และมีเงินมากตามไปด้วย จึงส่งผลให้สามารถใช้จ่ายเงินซื้ออาหารทะเล สิ้นค้า และบริการภายในโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีได้

2.11 นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของ รับประทานอาหารที่ตลาดประมงท่าเรือพลีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีเทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของ รับประทานอาหารที่มีค่าใช้จ่ายมากมีรายได้ มีความพึงพอใจ และเต็มใจที่จะสามารถซื้ออาหารทะเล สิ้นค้าภายในโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546) ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคว่า หมายถึง บุคคลต่างๆ ที่มีความสามารถในการซื้อหรือทุกคนที่มีเงิน มีความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

2.12 นักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อสินค้าในตลาดประมงท่าเรือพลีต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลี เทศบาลเมืองชลบุรี แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อสินค้าในตลาดประมงท่าเรือพลีต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ เนื่องจากการดำเนินงานโครงการตลาดประมงท่าเรือพลีมีสินค้า อาหาร และการบริการที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ความประทับใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สนับสนุนให้ตลาดประมงท่าเรือพลีมีบทบาทและศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยตนเองมากขึ้น โดยสนับสนุนด้านงบประมาณ บุคลากร องค์ความรู้ต่างๆ และเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น

2. ประสานความร่วมมือระหว่างเทศบาลเมืองชลบุรีและชุมชนในการอนุรักษ์ และพัฒนาตลาดประมงท่าเรือพลีอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. เทศบาลควรมีการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าที่มีอยู่ในท้องถิ่น สนับสนุนให้ชุมชนมีการฝึกอบรม เพิ่มทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แปรรูปเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์แล้วนำสินค้าที่แปรรูปเรียบร้อยแล้วมาขายในตลาดประมงท่าเรือพลี เพื่อเพิ่มความหลากหลายของอาหารและสินค้า เช่น มีการจัดทำโลโก้ตลาดประมงท่าเรือพลีบนผลิตภัณฑ์ที่ขายในตลาดประมงท่าเรือพลี เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักและจดจำแก่นักท่องเที่ยว และบุคคลอื่นๆ ที่พบเห็น

2. เทศบาลควรเพิ่มวันจำหน่ายสินค้า โดยการเพิ่มวันอาทิตย์ 1 วัน ก่อนเพื่อศึกษาว่า ผลตอบลัพธ์ มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากหรือไม่ และขยายเวลาเปิดบริการเพิ่มขึ้นอีกโดยเปิดบริการตั้งแต่ 15.00 - 22.00 น. แล้วจึงค่อยเพิ่มวันจำหน่ายสินค้าตามความเหมาะสม เช่น วันศุกร์ วันเสาร์ วันอาทิตย์ วันพุธ วันศุกร์ วันเสาร์ เป็นต้น

3. เทศบาลควรส่งเสริมให้พ่อค้าแม่ค้าใช้จานกระเบื้อง เพราะสามารถล้างทำความสะอาดได้ง่ายและสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก แทนการใช้กล่องโฟมและถุงพลาสติกบรรจุอาหารให้นักท่องเที่ยวรับประทาน สำหรับกรณีที่นักท่องเที่ยวนั่งรับประทานอาหารในตลาดประมงท่าเรือพลี แต่ในกรณีที่นักท่องเที่ยวซื้อกลับไปรับประทานที่บ้านก็สามารถใช้ถุงพลาสติก

และกล่องโฟมได้ เพื่อให้พ่อค้าแม่ค้าจดจำงานกระบี่องของตนเองได้ ให้พ่อค้าแม่ค้าทำสัญลักษณ์ไว้บนงานกระบี่องของตนเอง โดยนักท่องเที่ยวนั่งรับประทานเฉพาะหน้าร้านค้าที่ทำการซื้อสินค้านั้น เพื่อง่ายและสะดวกต่อการเก็บรักษางานกระบี่อง โตะ แก้วในบริเวณหน้าร้านค้าของพ่อค้าแม่ค้าเอง หากพบว่าโตะแก้วไม่เพียงพอให้นักท่องเที่ยวนั่ง ควรมีการนำแก้วมาสำรองไว้ในกรณีที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเยอะ หรือว่าเป็นช่วงเทศกาลที่สำคัญๆ

4. เทศบาลควรมีการประชาสัมพันธ์ตลาดประมงท่าเรือพลีอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมให้ตลาดประมงท่าเรือพลีเป็นที่รู้จักและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญระดับภูมิภาค จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่ดี และต่อเนื่อง โดยมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ดี เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ เป็นต้น

5. เทศบาลควรปรับปรุงและปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์บริเวณตลาดประมงท่าเรือพลี การที่จะส่งเสริมให้ตลาดประมงท่าเรือพลีกลายเป็นแหล่งเที่ยวระดับภูมิภาค มีชื่อเสียงระดับประเทศได้ ตลาดประมงท่าเรือพลีต้องมีพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากพื้นที่เดิมมีขนาดเล็ก คับแคบ ควรเพิ่มพื้นที่โดยการสร้างพื้นที่ยื่นออกไปในทะเลฝั่งตรงข้ามท่าเทียบเรือด้านทิศตะวันตก ให้เป็นพื้นที่ขนาดใหญ่รองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ และจัดโครงสร้างใหม่ให้สวยงามน่าท่องเที่ยว ซื่อสินค้าภายในตลาดประมงท่าเรือพลีได้อย่างสะดวก สะอาด ปลอดภัย เพราะสถานที่ตั้งตลาดประมงท่าเรือพลีมีความเหมาะสมอย่างมาก เนื่องจากสถานที่ตั้งอยู่ในเมืองชลบุรีใกล้กับถนนสุขุมวิท เป็นเส้นทางหลักที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกรุงเทพฯ หรือภูมิภาคต่างๆ เดินทางผ่านตลาดประมงท่าเรือพลี เดินทางกลับมาและเดินทางกลับเส้นทางนี้เพื่อมาท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออก เช่น พัทยา จันทบุรี ระยอง ตราด เป็นต้น จึงน่าที่จะนำจุดเด่นนี้มาส่งเสริมให้ตลาดประมงท่าเรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชลบุรีได้

6. เทศบาลควรปรับปรุงด้านราคาสินค้า ในตลาดประมงท่าเรือให้ได้มาตรฐาน เนื่องจากราคาสินค้าบางอย่างแพง แต่บางอย่างราคาเหมาะสม และควรมีป้ายระบุราคาที่ถูกต้อง ชัดเจนโดยมีเจ้าหน้าที่คอยตรวจสอบควบคุมราคาสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อความเหมาะสมของราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวสามารถยอมรับ และซื้อสินค้าได้

7. เทศบาลควรมีก่อรับฟังความคิดเห็นสำหรับให้พ่อค้าแม่ค้า และนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นต่างๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นพ่อค้าแม่ค้า และนักท่องเที่ยวมีความต้องการอะไรให้มีการปรับปรุง แก้ไข พัฒนาในส่วนใด เพื่อเป็นการร่วมกันพัฒนาตลาดประมงท่าเรือพลีให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการศึกษาวิจัยปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดของร้านค้าที่จำหน่ายในตลาดประมงท่าเรือพลี

2. ศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าในตลาดประมงท่าเรือพลีของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

3. ศึกษาวิจัยในการจัดการท่องเที่ยวตลาดประมงท่าเรือพลีอย่างยั่งยืน โดยทำอย่างต่อเนื่องทุกๆ ด้าน

4. ศึกษาวิจัยความคิดเห็นของผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดประมงท่าเรือพลี เพื่อให้ได้ข้อมูลหลายด้าน

5. ศึกษาวิจัยการปลูกจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมเชิงอนุรักษ์ ทะเลให้สวยงาม นำท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

- เดชา จีรวัดน์สถิต. (2549). พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ตลาดน้ำ
ดลิ่งชัน. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดลรวี บุญนาค. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว
ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. สารนิพนธ์รัฐประ
ศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหาร
รัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปณิศา สัญชานนท์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- พนิดา รัตนสุภา. (2548). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านส่วน
ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อสบู่มูนไพรเปลือกมั่งคุด จากหมู่บ้าน
ศิรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิริจิตรา ฤกษ์บ้าย. (2550). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการ
ท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต, สาขาการจัดการนันทนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภัทรา เพี้ยนดิษฐ์. (2553). พฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดน้ำ
ไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
สาขาวิชาบริหารธุรกิจการตลาด, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

สุดารัตน์ พวงผกา และคณะ. (2550). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. งานวิจัยทุนอุดหนุนการวิจัยจากสถาบันและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ปีงบประมาณ 2550.* กรุงเทพฯ: วิชาการวิจัยทางการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

เสรี วงศ์มณฑา. (2540). *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย.* กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและโซเท็กซ์.

โสภิตา วระนิล. (2554). *รูปแบบการดำเนินชีวิตและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดปากคลองตลาด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด.* กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.

ศุภิกา ลูการัตน์. (2550). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ OTOP ในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7).* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.