

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศต่างๆ ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพราะสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมหาศาล จากการศึกษาขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) พบว่า ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวสูงกว่าภูมิภาคอื่น และคาดว่า ในปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกถึง 397 ล้านคน จัดว่าเป็นภูมิภาคที่ได้รับความนิยมสูงรองจากภูมิภาคยุโรป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554 : 3) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศจำนวนมหาศาล โดยการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่มีรอยยิ้ม ความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงาม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สร้างความภาคภูมิใจของคนในชาติ สู่สายตานักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ อันนำมาซึ่งการกระจายรายได้ และโอกาสในการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง ตลอดจนเป็นการสร้างจิตสำนึกของคนในชาติบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เกิดความภาคภูมิใจและหวงแหนความเป็นไทยให้ยั่งยืนชั่วลูกชั่วหลาน (ประชา มาลินนท์, 2548 : 8) นอกจากนี้การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการพัฒนาคุณภาพและนำความเจริญมาสู่ท้องถิ่นแล้ว ในด้านเศรษฐกิจยังก่อให้เกิดรายได้ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2555 มาแล้ว โดยรวมทุกด้านมีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามารวม 15.5 ล้านคน สร้างรายได้เข้าประเทศรวม 600,000 ล้านบาท (สุรพล เสวตเสริม, 2554 : 80) อย่างไรก็ตามผลกระทบของการท่องเที่ยวมิได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะด้านบวกในทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงผลกระทบด้านลบอีกมากมายที่สำคัญ ได้แก่ ความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียง การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่เน้นเชิงพาณิชย์หรือด้านเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว โดยมุ่งหวังให้เกิดรายได้สูงสุดแต่ขาดการพิจารณาถึงมิติด้านอื่นๆ ได้แก่ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม รวมทั้งจิตวิญญาณ จึงก่อให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554 : 8) ซึ่งทรัพยากรดังกล่าวเป็นวัตถุดิบและต้นทุนหลักของการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่จะ

ตามมาในอดีตทำให้ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์สูงสุดคือภาคเอกชนผู้ประกอบการธุรกิจบริการท่องเที่ยวเท่านั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ปรับแผนวิสาหกิจเพื่อให้สอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริหารจัดการตลาด โดยมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย คือ 1) ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ 2) ส่งเสริมและพัฒนาคำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุกการเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย 3) ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมขจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยวและเป็นหนทางสู่ศูนย์การท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชีย 4) มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการและเสริมสร้างบุคคลให้มีทักษะและความสามารถทางการท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด 5) เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554 : 23 - 27)

ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ทั่วทุกภาคและประเภทของแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายแตกต่างกันในแต่ละภาค เช่น ภาคเหนือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงระบบนิเวศน์มากมายทั้งภูเขา แม่น้ำ ตลอดจนอารยธรรมแบบลานนา ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นความมีเสน่ห์ในเรื่องของการดำเนินชีวิตแบบเรียบง่ายสงบ ยังคงรูปแบบประเพณีดั้งเดิมอย่างเช่นการทำบุญบั้งไฟ งานฝีมือต่างๆ ภาคกลางเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับอารยธรรม เมืองโบราณต่างๆ ภูเขา แม่น้ำ และทะเลการดำเนินชีวิตตามริมแม่น้ำและแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554 : 28) การท่องเที่ยวเริ่มปรากฏชัดเจนในช่วงที่ประเทศไทยประสบวิกฤตปัญหาทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือเรียกสั้นๆ ว่า “ททท.” เป็นองค์กรที่รับผิดชอบด้านนี้โดยตรงก็ได้ส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่เพราะการท่องเที่ยวนอกจากจะสร้างรายได้เข้าประเทศจะมหาศาลแล้ว ยังช่วยให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างมนุษยชาติเกิดการเปรียบเทียบวัฒนธรรมความเจริญก้าวหน้าของบ้านเมืองเกิดการปรับประยุกต์ความก้าวหน้าต่างๆ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนเกิดการหมุนเวียนในกระแสเศรษฐกิจและสังคม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554 : 31) แล้วยังเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งอย่างหนึ่งที่มีกิจกรรมหลายๆอย่างรวมกันอันเป็นกระบวนการทางนันทนาการที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure Time) โดยมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งนี้ผู้เดินทางจะต้องเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศโดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการทางกายภาพก่อให้เกิดคุณค่าทางด้านการพัฒนาอารมณ์จิตใจและร่างกาย

ผ่อนคลายความเครียดเปลี่ยนบรรยากาศฝึกความอดทนและควบคุมตนเองมีความรู้ความเข้าใจในประสบการณ์ใหม่ๆ(สมบัติกาญจนกิจ, 2544 : 43 - 44)

การท่องเที่ยวชายทะเลชะอำ ในปัจจุบันมีอัตราการเติบโตสูงมาก ชะอำ เป็นชายหาดที่ใกล้ภาคกลางมากที่สุดถ้าหากจะมุ่งหน้าไปทางภาคใต้ จึงเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปพักผ่อนตามชายทะเลโดยหาดชะอำมีสถานที่ไว้พักผ่อนอย่างมากมายอีกทั้งยังมีร้านอาหารและที่พักไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบายอีกด้วยการเดินทางจากกรุงเทพฯ ขับมุ่งตรงสู่จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้ถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ผ่านจังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี ถึงจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งท่านจะต้องผ่านตัวเมืองเพชรบุรีไปประมาณ 41 กิโลเมตร โดยท่านสามารถสังเกตได้จากป้ายบอกทางตลอดทางซึ่งก่อนจะถึงทางเข้าจะเป็นสี่แยกไฟแดง โดยท่านจะต้องเลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 1 กิโลเมตรก็จะถึงชายหาดชะอำชายหาดชะอำ ดินแดนแห่งหาดทราย สายลม เกลียวคลื่น และแสงแดดที่ทอดยาวกว่า 24 กิโลเมตร มีถนนเลียบชายหาดที่ยาวกว่า 4 กิโลเมตรจึงเป็นชายหาดที่เหมาะสมสำหรับกีฬาทางน้ำ กิจกรรมกลางแจ้งในวันพักผ่อนแบบสบายๆของครอบครัวและผองเพื่อนอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวของชะอำ ที่ท่านสามารถเลือกซื้ออาหารทะเลที่สด ถูกใจราคาย่อมเยาได้จากชาวบ้านที่ทำประมงชายฝั่ง และเป็นท่าเทียบเรือกุ้ง หอย ปู ปลาประกอบกับยังได้ชมวิถีชีวิตของชาวประมงนอกจากนี้บริเวณนี้ยังเป็นแหล่งรวมของร้านอาหารทะเลมากมายอีกด้วยธุรกิจโรงแรมในชายหาดชะอำ มีโรงแรมเป็นการเสริมรายได้ของโรงแรมความสวยงามทางธรรมชาติ ความสะดวกสบายของหาดชะอำ ผสมผสานด้วยศิลปวัฒนธรรม

การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการส่งเสริมให้อำเภอชะอำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จัดให้มีการพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสังคมไปพร้อมกัน โดยใช้หลักการให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมและมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาที่เกิดจากนักท่องเที่ยว โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อพัฒนาหรือยกระดับแหล่งท่องเที่ยวอำเภอชะอำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง คนในสังคม และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยใช้ความคิดหรือวิธีการก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในระยะเวลายาวนานที่สุดและส่งผลกระทบน้อยที่สุด

จากสาเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าควรจะมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยศึกษาข้อมูลพื้นฐานรวมทั้งความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสำหรับแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำซึ่งจะทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นความสำคัญของปัญหาเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาวางแผนและปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวชายหาดชะอำซึ่งสามารถ

นำมาใช้ให้ประสบความสำเร็จและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อคงสภาพแวดล้อมไว้ให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบสถานภาพส่วนบุคคลกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศอายุระดับการศึกษาอาชีพรายได้ต่อเดือนและภูมิลำเนาต่างกัน มีความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีแตกต่างกัน
2. ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผลวิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดและความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำประกอบด้วย ด้านลักษณะของตราสินค้าด้านคุณสมบัติของตราสินค้าด้านคุณค่าตราสินค้าและด้านประโยชน์ของตราสินค้า

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

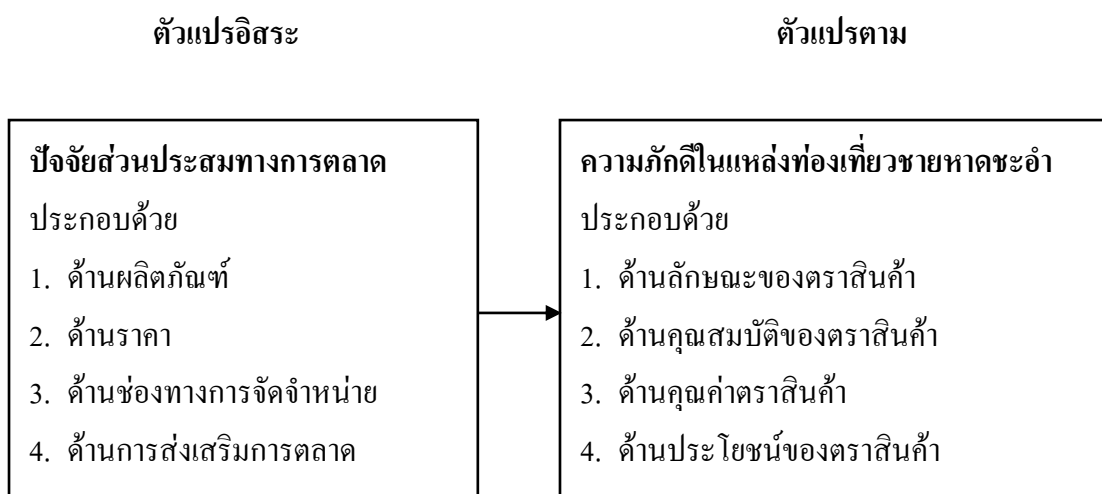
3. ขอบเขตด้านพื้นที่กำหนดพื้นที่การศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำจังหวัดเพชรบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยได้ดำเนินการตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2555 ถึงมกราคม 2556 ช่วงระหว่างวันเสาร์และวันอาทิตย์ ซึ่งเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จากกรอบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดได้ศึกษาจากแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2550 : 53-55)และความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ ศึกษาแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550 : 406) ลักษณะของตราสินค้า ศึกษาแนวคิดของสุทร เสรีรัตน์ และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552 : 3)คุณสมบัติของตราสินค้า ศึกษาแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542 : 145-146)คุณค่าตราสินค้าศึกษาแนวคิดของสุทร เสรีรัตน์ (2546 : 406) และประโยชน์ของตราสินค้าศึกษาแนวคิดของปรีชา วอนขอพร (2538 : 148)มา กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



คำนิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีผู้วิจัยได้นิยามศัพท์เฉพาะที่สำคัญไว้ ดังนี้

หาดชะอำ หมายถึง ชายหาดสำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวชายหาดระยะทางยาว 7 กิโลเมตร โดยเริ่มจากหมู่บ้านปากคลองชะอำไปจรดหมู่บ้านหนองแจงเป็นหาดทรายขาวสะอาดและเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนตากอากาศ และทำกิจกรรมทางน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหม่เป็นชาวไทยซึ่งอยู่ในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

นักท่องเที่ยว หมายถึง ชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาเยือนเพื่อการท่องเที่ยวหรือซื้อสินค้า

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่มีเงื่อนไข อาทิ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจ และเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึก ความเชื่อ และการตัดสินใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง วิธีการที่จะให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยเกี่ยวข้องกับการแข่งขันและการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้เกิดผลที่ดีเป็นข้อได้เปรียบ และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์อันใดอันหนึ่งหรือหลายๆ วัตถุประสงค์พร้อมกัน โดยให้ความสำคัญน้อยที่สุด ณ ระดับที่ยอมรับได้ และสิ่งกระตุ้นที่ผู้ผลิตสร้างขึ้นเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการและเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านราคา หมายถึง ราคาโปรแกรมการท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมและคุ้มค่า ราคาที่พักเหมาะสมกับรูปแบบของที่พักราคาโดยสารหรือการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีความเหมาะสมกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถการจัดแบ่งเขตพื้นที่ที่สามารถแยกแยะความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว การเลือกซื้อโปรแกรม การจำหน่ายโปรแกรม และสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งข้อมูลท่องเที่ยว รวมทั้งความสะดวกในเรื่องการบริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาดหมายถึง การส่งเสริมการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีเทคนิคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเรื่อง การรับข่าวสาร ค้นหาข้อมูล การนำเสนอ การให้คำแนะนำในการท่องเที่ยว และมีสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีความครอบคลุมและให้ข้อมูลได้เพียงพอและอย่างต่อเนื่อง

ความภักดีต่อตราสินค้าหมายถึงความผูกพันและทัศนคติเชิงบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวอำเภอชะอำ ส่งผลไปถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวนั้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอโดยศึกษาทัศนคติต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีต่อนักท่องเที่ยวอำเภอชะอำ ประกอบด้วย ลักษณะของตราสินค้าคุณสมบัติของตราสินค้าคุณค่าตราสินค้าและประโยชน์ของตราสินค้า

ด้านลักษณะของตราสินค้าหมายถึง แหล่งท่องเที่ยวอำเภอชะอำที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นเกิดความยอมรับให้กับนักท่องเที่ยว ที่ตัดสินใจและให้ความไว้วางใจมาเที่ยวชายหาดชะอำ และได้ นำความประทับใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวชายหาดชะอำไปบอกต่อได้

ด้านคุณสมบัติของตราสินค้า หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวอำเภอชะอำ ที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม หาดทรายขาว บรรยากาศร่มรื่น ทำให้อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และสร้างความคุ้นเคยให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อมีโอกาสจะกลับมาเที่ยวชายหาดชะอำอีก

ด้านคุณค่าตราสินค้าหมายถึง แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลชะอำสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน และจังหวัดเพชรบุรี ทำให้มีผลต่อเศรษฐกิจที่ดีในการดำรงชีพของประชาชนในจังหวัดเพชรบุรี

ด้านประโยชน์ของตราสินค้าหมายถึงแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ สามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย และมีคุณภาพดี นักท่องเที่ยวได้รับความภูมิใจในการมาท่องเที่ยวชายหาดชะอำ

ประโยชน์ของการวิจัย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าของกิจการ สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการ มาพัฒนาปรับปรุงและเป็นแนวทางแก้ไขในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชายหาดชะอำ ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป