

สำนักพิมพ์สมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20139

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

สนใจ รัตวิวัฒนกุล

- 1 ส.ค. 2549

210451

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานโยบายสาธารณะ

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2548

ISBN 974-9742-56-7

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางนโยบายสาธารณะ และคณะกรรมการ
ควบคุมมาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางนโยบายสาธารณะ ได้พิจารณาปัญหาพิเศษฉบับนี้แล้ว เห็น
สมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
วิชานโยบายสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางนโยบายสาธารณะ



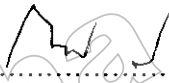
(ดร.โกวิท กระจ่าง)

คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานปัญหาพิเศษทางนโยบายสาธารณะ



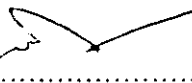
(รองศาสตราจารย์ สรุติ สุกสรรัตน์)

ประธานกรรมการ



(ดร.โกวิท กระจ่าง)

กรรมการ



(อาจารย์กิจจุเชต ไกรวาส)

กรรมการและเลขานุการ

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยบูรพา



(รองศาสตราจารย์ สรุติ สุกสรรัตน์)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

วันที่ 30 เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๓

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา สำเร็จลงได้ด้วย
ความกรุณาของอาจารย์กิจฐเขต ไกรवास อาจารย์ที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์ศรุติ สกุศลรัตน์
ผู้อำนวยการวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ และดร.โกวิท กระจ่าง รองผู้อำนวยการวิทยาลัย
การบริหารรัฐกิจ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง
ในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการทุกท่านและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้
ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้
ประสิทธิประสาทวิชาให้ความรู้อย่างกว้างขวางแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ได้ให้
ความร่วมมือตลอดระยะเวลาที่ศึกษาเป็นอย่างดี และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่เมืองพัทยา เจ้าหน้าที่
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 3 ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลและความร่วมมือเป็นอย่างดี

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จล่วงเนื่องจากได้รับความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น
นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองพัทยา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ
ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จในงานนิพนธ์ฉบับนี้ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลในครอบครัว ที่เป็น
กำลังใจในการทำงานนิพนธ์ครั้งนี้

สนใจ รัชตวัฒน์กุล

ชื่อปัญหาพิเศษ	แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา
ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ	สนใจ รัชต์วัฒนกุล
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายสาธารณะ)
ปีการศึกษา	2547

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาปัจจัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวและเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว จำนวน 384 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ใช้ค่าไคร้-สแควร์ (Chi - square) ในการทดสอบและค่าการทดสอบ *Phi* เพื่อหาความเกี่ยวข้อง

ผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าพฤติกรรมมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับโอกาส มีระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยานรอบปีที่ผ่านมา (2546) ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน และจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยานรอบปีที่ผ่านมา มากกว่า 10 ครั้ง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยด้านความเป็นธรรมชาติ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่ง ท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทยา อยู่ในระดับเหมาะสมมาก

การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา กลยุทธ์ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัด โซน หรือกำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบและสอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา ควรมีการขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร สถานบันเทิง ฯลฯ ในการกำหนดราคาค่าบริการให้มีความยุติธรรม สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ควรขอความร่วมมือกับภาคเอกชน ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย ชมรม สมาคม กลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ควรมีการร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
สมมติฐานในการศึกษา.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดด้านประชากรศาสตร์.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	12
ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยว.....	14
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	27

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	28
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	29
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	31
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	32
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....	35
ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	37
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เมืองพัทยา.....	44
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน.....	45
การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา.....	58
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	60
สรุปผลการวิจัย.....	60
อภิปรายผล.....	64
ข้อเสนอแนะ.....	66
บรรณานุกรม.....	70

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก.....	74
ประวัติเมืองพัทยา.....	75
สถิติการท่องเที่ยว.....	78
แผนที่เมืองพัทยา.....	80
แบบสอบถาม.....	82
ค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม.....	86
จำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง.....	87
ประวัติย่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ.....	88

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 สถิตินักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	3
2 ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	32
3 ข้อมูลระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	33
4 ข้อมูลภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	33
5 ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	34
6 ข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	34
7 ข้อมูลรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	35
8 วันที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยวพัทยา.....	35
9 ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง....	36
10 ในรอบปีที่ผ่านมา (2546) เคยเดินทางมาเที่ยวพัทยา กี่ครั้ง.....	36
11 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว.....	37
12 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว.....	38
13 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว.....	39
14 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว..	40
15 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์.....	41
16 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว.....	42
17 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านโครงสร้างพื้นฐานรอง.....	43
18 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น.....	44
19 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	44
20 ความเกี่ยวข้องระหว่างอายุกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง.....	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
21 ความเกี่ยวข้องระหว่างอายุกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546).....	47
22 ความเกี่ยวข้องระหว่างอาชีพกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพทยาแต่ละครั้ง.....	48
23 ความเกี่ยวข้องระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546).....	49
24 ความเกี่ยวข้องระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพทยาโดยเฉลี่ย.....	50
25 ความเกี่ยวข้องระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546).....	51
26 ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิลำเนาในปัจจุบันกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพทยาโดยเฉลี่ย.....	52
27 ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิลำเนาในปัจจุบันกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546).....	53
28 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกทางธรรมชาติกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพทยาโดยเฉลี่ย.....	54
29 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกทางธรรมชาติกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546).....	55
30 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพทยาแต่ละครั้ง.....	56
31 ความเกี่ยวข้องระหว่างด้านสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546).....	57
32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	58

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค.....	8
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	31

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นและนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ก่อให้เกิดการจ้างงานและธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกหลายแขนง โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นทั่วโลกทำให้หลาย ๆ ประเทศมาใช้ในการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการฟื้นตัวและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากต่างมองเห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบและไม่ก่อให้เกิดการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าประเภททุนจากต่างประเทศ ไม่ต้องเผชิญกับปัญหาเกี่ยวกับการกีดกันทางการค้า และสามารถสร้างรายได้ทดแทนการนำเข้า ลดการขาดดุลทางการค้าให้กับประเทศได้

จากนโยบายของรัฐบาลในการเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย จะเห็นได้ว่านอกจากการส่งออกแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นอีกทางหนึ่งที่รัฐบาลฝากความหวังไว้ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่าคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน ประกอบกับทางรัฐบาลก็มีการป้องกันไม่ให้เกิดการขาดดุลการท่องเที่ยวของประชาชนชาวไทย ทางรัฐบาลได้ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดทำแผนกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น เที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน การท่องเที่ยวในวันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา ทั้งนี้เพื่อชักชวนชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ ไม่ให้นำเงินตราไปใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศนอกจากเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญแล้ว โครงสร้างรายได้ของการท่องเที่ยวไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น รายได้จากการท่องเที่ยวที่เคยกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ขยายออกไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เช่น ภูเก็ต สงขลา เชียงใหม่ ชลบุรี ระยอง ซึ่งช่วยสร้างความเจริญและความสะดวกสบายให้แก่ท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว โดยการลงทุนและพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท เป็นต้น ภาครัฐได้ให้ความสนใจและสนับสนุนเป็นอย่างดีประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและน่าสนใจกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งจำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามลักษณะเด่นของบริเวณพื้นที่ และทรัพยากรการท่องเที่ยวบริเวณนั้น ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

(ภูเขา น้ำตก ทะเล) แหล่งท่องเที่ยวตามประวัติศาสตร์ (โบราณสถาน) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนเกษตร ปศุสัตว์ ประมง) เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ อันได้แก่ ชายทะเล จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและได้รับความสนใจอย่างมากจากนักท่องเที่ยว

จังหวัดชลบุรีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีสถานท่องเที่ยวหลากหลาย และประกอบกับการเดินทางสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ โดยเฉพาะเมืองพัทยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวไทยและชาวต่างชาติ มีจำนวนนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในมาท่องเที่ยว อัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นหมายถึง การกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น ซึ่งเป็นประโยชน์ในระยะยาวต่อท้องถิ่นนั้น เกิดการสร้างงานและการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวกับบริการการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้จากแหล่งใหม่เสริมรายได้หลักที่มีอยู่เดิม อีกทั้งส่งเสริมให้มีการนำผลผลิตหรือวัตถุดิบมาใช้ให้เกิดประโยชน์ การกระจายและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวออกไปตามภูมิภาคต่าง ๆ นี้ นอกจากจะสร้างรายได้สู่ท้องถิ่นแล้วท้องถิ่นเองยังมีโอกาสได้รับการพัฒนาไปพร้อม ๆ กับประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย ซึ่งจะส่งเสริมให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมีความแข็งแกร่งขึ้น

เมืองพัทยา เดิมชาวบ้านเรียกว่า ท้าพระยาและต่อมาเรียกใหม่เป็นพัทยาย เนื่องจากเห็นว่าตรงที่บริเวณพระยาตาก (พระเจ้าตากสินมหาราช) มาตั้งทัพนั้นทำเลดีมีลมทะเล ชื่อลมพัทยาคือลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือในต้นฤดูฝน จึงเรียกสถานที่แห่งนี้ว่าหมู่บ้านพัทยาย ต่อมาปัจจุบันได้เขียนใหม่เป็นพัทยา

เหตุการณ์สำคัญของเมืองพัทยาได้เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2502 เมื่อมีรถบรรทุกขนาดใหญ่ของทหารอเมริกันประมาณ 4-5 คัน ได้บรรทุกทหารเต็มคันรถประมาณคันละ 100 คนจากนครราชสีมา ซึ่งมีฐานทัพของทหารอเมริกันอยู่ที่นั่นมาที่หาดพัทยาและเข้าบ้านตากอากาศของพระยาสุนทร พักอยู่ที่บ้านพักดังกล่าว ด้วยเหตุการณ์เช่นนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการมาท่องเที่ยวพัทยาและต่อมาพัทยาได้เปลี่ยนจากหมู่บ้านชายทะเลที่สงบมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศที่ทันสมัยดังที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบัน พัทยาได้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

เมืองพัทยา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมาโดยตลอด เมืองพัทยานับว่าเป็นเมืองที่มีศูนย์กลางการท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น ศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ ด้านการคมนาคม ด้านการศึกษา ด้านการบริการและการท่องเที่ยว เมืองพัทยานับได้ว่าเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากเมืองอื่น ๆ ในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งถือเสมือนเป็นข้อได้เปรียบของเมืองในอนาคตที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นปัจจัย

สำคัญในการพัฒนา ท้องถิ่นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการบริหาร ซึ่งจุดเด่นเป็นข้อได้เปรียบของเมืองหรือศักยภาพของเมืองพัทยามีดังนี้

1. เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีแนวชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่ตากอากาศยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร
2. เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการ และพาณิชยกรรมระดับภาค
3. เป็นเมืองศูนย์กลางการบริหารและท่องเที่ยวสำหรับ โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก
4. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค
5. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ
6. เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภค ที่สมบูรณ์แบบเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
7. เป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ
8. เป็นเมืองที่มีรูปแบบและระบบการปกครองที่เอื้อต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน
9. เป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางและศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศและระดับโลก (กองวิชาการและแผนงานเมืองพัทยา, 2546, หน้า 5-6)

ตารางที่ 1 สถิตินักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ข้อมูล	ปี 2545	ปี 2546	เพิ่มขึ้น (ลดลง) %
นักท่องเที่ยว	3,890,509	3,936,618	1.19
ไทย	1,075,964	1,212,048	12.65
ต่างประเทศ	2,814,545	2,724,570	(3.20)

(ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3)

จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองพัทยา จะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในเมืองพัทยาเพิ่มขึ้น ดังนั้นการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยาจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคตของเมืองพัทยา และเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

สมมติฐานการศึกษา

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
 - 1.1 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
 - 1.2 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
 - 1.3 รายได้เฉลี่ยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
 - 1.4 ภูมิลำเนาในปัจจุบันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
2. ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว
 - 2.1 สนิมรดกทางธรรมชาติของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
 - 2.2 สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

ขอบเขตของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยที่มาเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. โดยมีข้อมูลในการศึกษาวิจัย ดังนี้
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน และปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่น ด้าน สนิมรดกทางธรรมชาติ และด้าน สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองพัทยา

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา เพื่อพักผ่อน เพื่อความบันเทิง

สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว

สถานที่พักผ่อน หมายถึง สถานที่ให้บริการที่พักแรม ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกรทเฮ้าส์ บ้านพักของเพื่อนญาติพี่น้องที่ระหว่างมาท่องเที่ยว เป็นต้น ที่อยู่ในพื้นที่เมืองพัทยา

การจัดจำหน่ายบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การเลือกช่องทางหรือสถานที่ในการนำบริการการท่องเที่ยวออกสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อทำการขยายบริการในรูปของหน่วยงาน ให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อบริการการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตบริการการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้เกิดการซื้อบริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อีกทั้งสร้างชื่อเสียงและค่านิยมให้กับผู้ผลิตบริการการท่องเที่ยวอีกด้วย

สินมรดกทางธรรมชาติ หมายถึง ลมฟ้าอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่าภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น

สินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น หมายถึง สิ่งจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย

โครงสร้างพื้นฐานรองรับ หมายถึง สิ่งที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารของที่ระลึก

อายุ หมายถึง อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาระหว่างที่ได้ทำการศึกษา

อาชีพ หมายถึง อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

รายได้เฉลี่ย หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน หมายถึง ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมและเหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อนำข้อมูลไปเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและวางแผนการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา
3. เพื่อนำไปเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใช้ในการปรับปรุงธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และรวบรวมข้อมูลเอกสารจากทางราชการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาทำการศึกษา เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและสำหรับการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยว
5. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ประชากรศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับขนาดองค์ประกอบการกระจาย และการเปลี่ยนแปลงของประชากร ประชากรเหล่านี้คือมนุษย์ผู้มีความต้องการอันธรรมชาติอยู่แล้วนั่นเอง ส่วนนักการตลาดเป็นผู้ที่มีหน้าที่ต้องเข้าไปสร้างความอยากได้ในผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้บังเกิดในมนุษย์ ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจึงต้องสนใจติดตามตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางด้านลักษณะประชากร โดยอาศัยความรู้ทางด้านประชากรศาสตร์ ในประเด็นต่าง ๆ อยู่เสมอ

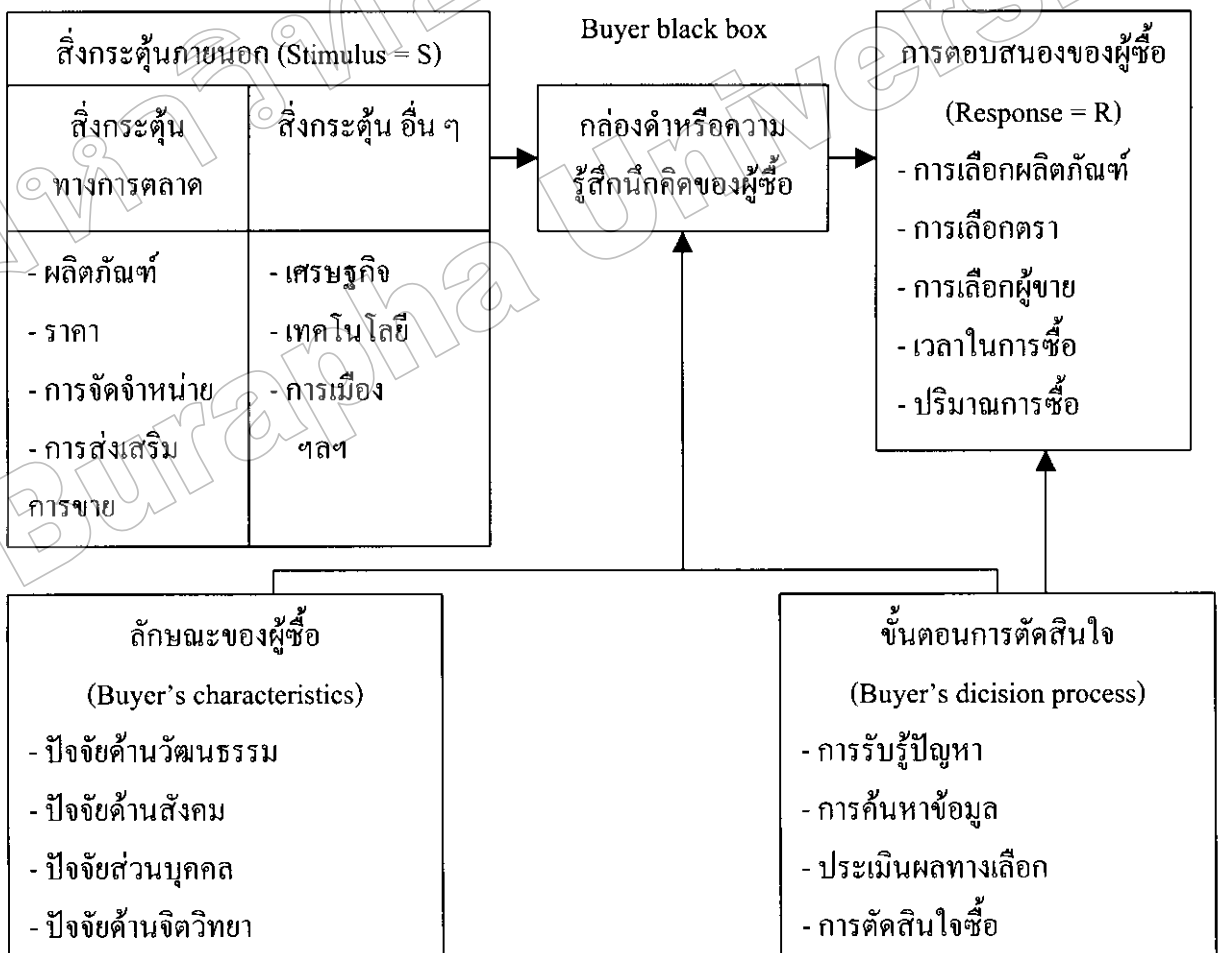
ขนาดของประชากร หมายถึง จำนวนมนุษย์ในอาณาเขตใดอาณาเขตหนึ่งซึ่งนับได้ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ยิ่งประชากรมีขนาดใหญ่เท่าใดความต้องการของประชากรก็จะยิ่งมีขนาดใหญ่ และเอกภพของบุคคลยิ่งมีจำนวนมากเป็นเงาตามตัว ทำให้ความอยากได้ยิ่งหลากหลายช่องทางในการทำธุรกิจก็ยิ่งมีมากขึ้น แต่ขนาดของตลาดจะสัมพันธ์กับการลงทุนหรือไม่นั้นต้องอาศัยตัวแปรอื่นมาประกอบ เช่น อำนาจซื้อของประชากรเหล่านั้นนักการตลาดจึงต้องสนใจติดตามตรวจสอบแนวโน้มของประชากรตลอดเวลา

มีการแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยมีการใช้เกณฑ์หลายเกณฑ์ ตัวแปรประชากรศาสตร์ เช่น อายุ ขนาดครอบครัว วงจรชีวิตของครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ

สัญชาติ เป็นต้น ตัวแปรเหล่านี้นิยมใช้กันมากในการระบุความแตกต่างระหว่างกลุ่มลูกค้าทั้งหลาย เหตุผลประการหนึ่งก็คือ ความต้องการหรือความชอบของผู้บริโภครวมทั้งอัตราการใช้ มักเกี่ยวพันเป็นอย่างมากกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Kotler, 1972, pp. 264-266)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง ซึ่งสามารถอธิบายเป็นรูปภาพได้ดังนี้ (อดุล จาตุรงค์กุล, 2545, หน้า 21)



ภาพที่ 1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

1. สิ่งกระตุ้น อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจ ที่ทำให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่ายราคา เช่น จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ สิ่งกระตุ้นการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น สภาพเศรษฐกิจ รายได้ ผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น ๆ

2. กล้องคำหรือความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล้องคำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่าง ๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีประเด็นในการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ ตัวอย่าง เช่น การไปเที่ยวทะเล ภูเขา เป็นต้น

3.2 การเลือกตราสินค้า การจะเลือกไปท่องเที่ยวที่ไหน เช่น ภูเก็ต พัทยา เป็นต้น

3.3 การเลือกผู้ขาย เช่น การเลือกผู้ให้บริการการท่องเที่ยวรายใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกวัน เวลา ปีใดในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ ตัวอย่าง เช่น จะไปท่องเที่ยวกี่วัน

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการซื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อมีมากมายหลายอย่าง บางอย่างก็เป็นภาวะแวดล้อมที่อยู่รอบตัวของผู้บริโภค บางอย่างก็เป็นปฏิบัติการโดยตรงจากนักการตลาด และ บางอย่างก็เป็นความรู้สึกภายในของผู้บริโภคเอง

สำหรับปัจจัยที่เป็นภาวะแวดล้อม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้กระตุ้นให้เกิดการซื้อ หรือเลือกซื้อสินค้าไปในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง สำหรับการปฏิบัติการของนักการตลาด ก็คือการวางแผนส่วนผสมทางการตลาด มีเรื่องของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาซื้อสินค้า ดังนั้น การโฆษณาที่ดีการเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเสน่ห์ชวนมองก็ดี ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการซื้อทั้งนั้น เมื่อสิ่งเร้าภายนอกมากระทบตัวผู้บริโภค ผู้บริโภคก็จะนำมาไตร่ตรองดูว่า จะทำอย่างไรกับสิ่งเร้า นั้น ซึ่งการจะกระทำเช่นไร ย่อมแล้วแต่ระบบจิตวิทยา สังคมและวัฒนธรรมที่ครอบงำตัวบุคคลผู้นั้นอยู่ ความนึกคิดของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น และบางครั้งก็ยากแก่การเข้าใจ นักการตลาดจึงเปรียบเทียบความคิดของผู้บริโภคว่าเป็นกล่องดำ

ผลจากการไตร่ตรองของผู้บริโภค จะนำไปสู่ปฏิบัติการซื้อในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง อธิบายถึงกระบวนการที่สิ่งเร้าภายนอกมากระทบตัวผู้บริโภค และผู้บริโภคก็จะแสดงปฏิบัติการทางการซื้อออกไป ทั้งนี้จะเป็นไปในรูปใดนั้นย่อมขึ้นกับอิทธิพลทางสังคม และวัฒนธรรมที่ครอบงำเขาอยู่ หรือขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวเขา เช่น อายุ อาชีพ หรือขึ้นกับลักษณะทางจิตวิทยาบางอย่างของเขา เช่น การเรียนรู้ การรับรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ เป็นต้น

บทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ (อดุล จาตุรงค์กุล, 2545, หน้า 22)

1. ผู้เริ่มเป็นผู้เสนอความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพลเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่จะให้คำแนะนำว่าควรซื้อหรือไม่ควรซื้อสินค้า
3. ผู้ตัดสินใจเป็นผู้ที่จะตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า
4. ผู้ซื้อเป็นผู้ที่ไปซื้อสินค้า

5. ผู้ใช้เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น

แบบที่สำคัญของสถานการณ์การซื้อ การตัดสินใจซื้อจะแตกต่างกันตามรูปแบบของการตัดสินใจในการซื้อซึ่งอาจบ่งถึงพฤติกรรมการซื้อ ตามความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อ และระดับความแตกต่างระหว่างตราสินค้า ดังนี้ (อตุล จาตุรงค์กุล, 2545, หน้า 22)

1. พฤติกรรมการซื้อแบบสลับซับซ้อน เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูงในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าราคาสูงหรือผลิตภัณฑ์ที่ราคาแพงซื้อไม่บ่อยและมีความเสี่ยงสูง โดยทั่วไปผู้บริโภคยังไม่รู้จักเกี่ยวกับประเภทผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างการซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ผู้บริโภคยังไม่รู้ถึงคุณสมบัติคอมพิวเตอร์ ผู้บริโภคต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ โดยพัฒนาความเชื่อถือและทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แล้วพัฒนาทัศนคติซึ่งนำไปสู่การซื้อ นักการตลาดจึงต้องเข้าใจในการรวบรวมข้อมูล และการประเมินพฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนสูง นักการตลาดต้องพัฒนากลยุทธ์ซึ่งช่วยผู้ซื้อในการเรียนรู้คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การสร้างความแตกต่างระหว่างลักษณะผลิตภัณฑ์จึงใจพนักงานขาย ร้านค้าและผู้ซื้อคอมพิวเตอร์

2. พฤติกรรมการซื้อแบบลดความสลับซับซ้อน เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูง ในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าต่ำ เป็นสถานการณ์การซื้อที่มีความสลับซับซ้อนสูงแต่มีความแตกต่างในตราสินค้าน้อย ความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูงจะเกิดในกรณีที่มีการซื้อสินค้าราคาแพง ไม่บ่อยครั้งและมีความเสี่ยงสูง ตัวอย่างการซื้อเฟอร์นิเจอร์ซึ่งถือว่ามี ความสลับซับซ้อนสูงแต่ความแตกต่างระหว่างตราสินค้าน้อย การตัดสินใจซื้อ ขึ้นอยู่กับราคาหรือความสะดวกซึ่งนักการตลาดจะต้องสร้างความเชื่อถือและการประเมินทางเลือกเพื่อช่วยผู้บริโภคให้เกิดความรู้สึกที่ดีเกี่ยวกับการเลือกตราสินค้า

3. พฤติกรรมการซื้อแบบประจำ เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อน ในการตัดสินใจต่ำในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างต่ำ เป็นสถานการณ์ เมื่อผู้บริโภคเห็นความแตกต่างระหว่างตราสินค้าน้อย และความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อต่ำ เช่น การซื้อสบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก ฯลฯ นักการตลาดต้องพยายามเรียกร้อง ให้เกิดความสนใจในตราสินค้าและพยายามเสนอผลิตภัณฑ์ลักษณะใหม่รวมทั้งการจัดแสดง ณ จุดซื้อ การลดราคา การแจกแถม และการชิงรางวัล ตลอดจนการโฆษณาเพื่อเตือนความทรงจำ เป็นต้น

4. พฤติกรรมการซื้อแบบเลือกมาก เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อน ในการตัดสินใจซื้อต่ำ ในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าสูง ตัวอย่างการซื้อขนมเค้ก ผู้บริโภคมีความเชื่อถือในขนมเค้กเอสแอนด์พี (S&P) ในร้านค้าสะดวกซื้อใกล้บ้าน กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ค้า จะต้องพยายามกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อตามชั้นวาง มีสินค้าให้ครบถ้วนใน

ชั้นวาง มีโฆษณาเพื่อเตือนความทรงจำคู่แข่งชั้นต้องกระตุ้นให้หลากหลาย โดยการเสนอราคาต่ำ การแจกคู่มือ การขายควบการแจกตัวอย่างสินค้าและโฆษณา ซึ่งแสดงถึง ความพยายามในการค้นหาสิ่งใหม่ ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทางหรือการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะนำไป การเดินทางท่องเที่ยวนี้หมายถึงการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ (วินิจ วีรยางกูร, 2536, หน้า 1)

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือ

หารายได้

ดังนั้นการเดินทางจึงมิได้จำกัดเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (เสรี วงศ์ไพจิตร, 2530, หน้า 2-3)

ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวนี้ มีเหตุในการจูงใจหรือมุ่งมั่นในการเดินทาง ดังนี้

1. เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การทำงานหนักซ้ำซากจะทำให้เกิดความเบื่อหน่าย

ดังนั้นคนเราจึงต้องการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศเพื่อหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน

2. เพื่อการพักผ่อน หลังจากทำงานหนัก คนเราต้องการการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ดังนั้น โปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนจึงมักเป็นที่ที่มีอากาศดี ภูมิประเทศสวยงาม สงบ และมีสิ่งเจริญตาเจริญใจหัวข้อสำคัญ

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สถานที่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุหรือสถานที่ที่มีประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง

4. เพื่อการกีฬา แบ่งออกเป็นเพื่อการชมกีฬาและเล่นกีฬา เช่น การแข่งรถ ปีนเขา เล่นเรือใบ เป็นต้น

5. เพื่อธุรกิจ หมายถึง การที่ไปทำธุรกิจและท่องเที่ยวไปด้วย

6. เพื่อประชุมสัมมนา ปัจจุบันการจัดประชุมสัมมนา มักนิยมจัดตามที่ต่าง ๆ รวมทั้งต่างประเทศด้วย จึงเป็นเหตุให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีโอกาสท่องเที่ยวในประเทศหรือท้องถิ่นนั้น ๆ

7. เพื่อการศึกษา นิยมกันมากในกลุ่มผู้มีฐานะดี เช่น การจัดกลุ่มไปเรียนภาษาต่างประเทศ ณ ต่างประเทศ

8. เพื่อเพชรส จากประวัติการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่านับแต่โบราณกาลมาแล้วการท่องเที่ยวของคนบางกลุ่มเป็นไปเพื่อการนี้โดยเฉพาะ แต่มักไม่กระทำโดยโจ่งแจ้ง มักแอบแฝงและรู้จักกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้จัดการ

นอกจากเหตุจูงใจดังกล่าวแล้ว ความสามารถในการเดินทางก็เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะใช้เป็นตัวตัดสินใจในการเดินทาง ซึ่งสรุปได้ดังนี้ (เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว, 2539, หน้า 30)

1. เวลาว่าง บุคคลที่จัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวอย่างน้อยต้องใช้เวลาว่างช่วงหนึ่งเพื่อจุมุ่งหมายการเดินทางของตนเอง
2. การเงิน การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องใช้เงินในการจ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งผู้เดินทางจะต้องมีความพร้อมในค่าใช้จ่ายส่วนนี้
3. สุขภาพ บางครั้งการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกลหรือมีภูมิอากาศแตกต่างไปจากที่เคยชิน สิ่งเหล่านี้อาจเป็นอุปสรรคแก่ผู้ที่คิดจะเดินทางได้และผู้ สุขภาพไม่ดีมีโรคประจำตัว ก็อาจเป็นปัญหาในการเดินทางได้เช่นกัน
4. อาชีพ ภารกิจการทำงานสำหรับบางคนอาจเป็นอุปสรรคในการเดินทาง
5. ระยะเวลา การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกล อาจจะไม่เอื้ออำนวยและสอดคล้องเวลาว่าง การเงิน หรือสุขภาพด้วย

วาฮับ (Wahab อ้างถึงใน เตือนรัตน์ รัตนศิริ, 2533, หน้า 13 -14) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวหรือเรียกว่า สนิมรดกทางการท่องเที่ยวว่ามี 2 ประการ คือ

1. สนิมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลมฟ้าอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า ภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น
2. สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ได้แก่
 - 2.1 สนิมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศาสนา
 - 2.2 โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ เครื่องอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย
 - 2.3 โครงสร้างพื้นฐานรอง ได้แก่ สิ่งที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านขายของที่ระลึก

ความเป็นจริง แม้ลูกค้าจะได้รับสิ่งจับต้องได้ เช่น รับประทานอาหารรสดี พักและนอนบนเตียงแสนสบายในห้องที่สะอาดและตกแต่งสวยงาม โดยสารเครื่องบินบนที่นั่งชั้นหนึ่ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเหล่านี้เป็นบริการที่ลูกค้าต้องซื้อ แต่สิ่งตอบแทนที่ลูกค้าคาดหวังและจัดเป็นส่วนสำคัญของบริการ คือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น นาย ก จ่ายเงินเข้าพักโรงแรมชั้นหนึ่งย่อมคาดหวังจะได้รับบริการที่ดี คือ นอกจากห้องพักที่สะอาดสวยงามได้มาตรฐานโรงแรมชั้นหนึ่งแล้ว ยังต้องการความดูแลเอาใจใส่ของพนักงานที่พร้อมจะอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดเวลาที่พักอยู่ รวมไปถึงบุคลิกภาพที่ดี กิริยาท่าทีสุภาพเรียบร้อย และเป็นมิตร ทั้งสองส่วนจึงประกอบกันเป็นบริการที่ผู้ซื้อคาดหวัง

2. แยกออกจากกันไม่ได้ สำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในธุรกิจบริการ จะสังเกตได้ว่าสินค้าในรูปบริการไม่สามารถแยกออกจากผู้ผลิตและผู้ขายได้ กล่าวคือ กิจกรรมการผลิต (เช่น การแสดงวิธีการให้บริการ) การขาย การส่งมอบและการบริโภค มักจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและไม่สามารถแยกขาดจากกันได้อย่างชัดเจน เช่น การให้บริการข้อมูลต่อนักท่องเที่ยว ย่อมต้องเกิดขึ้นในเวลาเดียวกับที่พนักงานท่องเที่ยวต้องการข้อมูลและกำลังถามเพื่อฟังคำตอบ ถ้าจะเปรียบเทียบการให้บริการซึ่งเปรียบเทียบขั้นตอนการผลิต จึงไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลที่อาจเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ขาย นั่นหมายถึงการผลิตจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการบริโภคหรือการซื้อบริการ ณ สถานที่ผลิตเท่านั้น

3. มีความหลากหลาย ภาพของบริการอาจมีความคล้ายคลึงกันแต่ไม่สามารถตั้งหรือกำหนดมาตรฐานไว้ให้เหมือนกันทุกครั้ง จึงต่างจากสินค้าที่จับต้องได้ซึ่งผ่านการผลิตโดยอาศัยอุปกรณ์ เครื่องจักร ภายใต้รูปแบบที่สามารถกำหนดและมาตรฐานที่ตั้งไว้ล่วงหน้า การกำหนดมาตรฐานเพื่อใช้เป็นแบบอย่างในการให้บริการ จึงได้เพียงจัดรูปแบบวิธีการทำงาน เช่น มาตรฐานโรงแรมชั้นนำ การจัดให้มีบริการรับจองที่นั่งโดยสารเครื่องบินผ่านเครือข่ายระบบศูนย์รับจอง แต่ในทางปฏิบัติและรายละเอียดของการให้บริการนั้น แต่ละแห่งยังแตกต่างกันไปตามวิธีการ และความชำนาญของบุคลากร โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมขณะให้บริการ รวมทั้งลักษณะนิสัยและการแสดงออกที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละคนที่เข้ามาติดต่อ ซึ่งสามารถสรุปสาเหตุสำคัญจากความหลากหลาย ซึ่งมาจากความแตกต่างของบุคคลอื่นได้แก่

- 3.1 กลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทมีความต้องการที่ต่างกัน เช่น กลุ่มประชุม
- 3.2 นักท่องเที่ยวกลุ่มพักผ่อนวันหยุด นักธุรกิจผู้เดินทางมาติดต่อเจรจาทางธุรกิจ
- 3.3 กลุ่มผู้ใช้บริการมีทัศนคติ ประสบการณ์ในอดีตและความสามารถในการรับรู้ที่ต่างกัน
- 3.4 กลุ่มพนักงานที่ให้บริการมีทัศนคติ ความชอบ การรับรู้ และความสามารถในการแสดงออกที่ต่างกัน

4. หมดอายุง่าย บริการเป็นผลผลิตที่มีอายุการใช้สั้นหรือหมดอายุง่ายทำให้ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ตัวอย่างเช่น จำนวนที่นั่งที่ยังว่างบนเครื่องบินโดยสารในแต่ละเที่ยวบิน ห้องพักโรงแรมที่ว่างไม่มีแขกเข้าพักในแต่ละคืน ที่นั่งว่างในห้องอาหารในแต่ละรอบบริการ เหล่านี้แสดงถึงความสูญเสียรายได้ และเสียโอกาสในการผลิตที่สามารถสร้างรายได้ไปอย่างน่าเสียดาย เพราะไม่สามารถเก็บรักษา (โอกาสทำรายได้) ไว้เพื่อมาขายรวมกับโอกาสใหม่ในวันรุ่งขึ้นได้ นอกจากนี้บางบริการมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของอุปสงค์อันเป็นลักษณะของธุรกิจ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้คุณลักษณะหมดอายุง่ายมีลักษณะเด่นชัดขึ้นอีก

5. ความเป็นเจ้าของ ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ / ผู้ซื้อจะขาดความเป็นเจ้าของในบริการที่ซื้อโดยสมบูรณ์ เพราะหลังจากที่ได้นั่งบนเครื่องบินหรือใช้ห้องพักตามช่วงเวลาที่ได้จ่ายไปแล้ว ที่นั่งและห้องพักนั้นจะถูกนำไปผ่านกระบวนการเพื่อขายต่อไปได้อีก จึงนับเป็นลักษณะที่แตกต่างอันเห็นได้ชัดระหว่างอุตสาหกรรมบริการและอุตสาหกรรมสินค้าทั่วไป ในการผลิตบริการทางการท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการดำเนินงานต่าง ๆ ที่จะทำให้อุตสาหกรรมบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือน ขณะเดียวกันก็มีการสร้างบริการในลักษณะต่าง ๆ ที่จะอำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนควบคู่กันไปด้วย ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น มีการพำนักนานวันขึ้น และการใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งผลผลิตของธุรกิจการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องมีการลงทุนทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควบคู่กันไป โดยภาครัฐบาลเป็นผู้ลงทุนในการสร้างคุณภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่และพยายามแสวงหาและสร้างทรัพยากรทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น พร้อมกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว อีกทั้งรัฐบาลจะต้องลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวด้วย สำหรับภาคเอกชนก็มีการลงทุนในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกและจูงใจนักท่องเที่ยว เช่น การลงทุนในการประกอบธุรกิจขนส่ง ที่พักโรงแรม อาหาร บริการนำเที่ยวและการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา มีดังนี้ (กองวิชาการและแผนงานเมืองพัทยา, 2546, หน้า 10-12)

หาดพัทยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เด่นสะดุดตาของพัทยา เป็นหาดรูปโค้งครึ่งวงกลม มีถนนเลียบริมชายหาดตลอดสายยาวประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นหาดที่ร่มรื่นไปด้วยพันธุ์ไม้มาชานชนิด

เหมาะสำหรับการพักผ่อน นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์การกีฬา ทางบก-ทางน้ำ หลายประเภท

ชายหาดพัทยานั้น เริ่มตั้งแต่บริเวณพญาเหนือ (แยกโรงแรมคูสิริสอร์ท) เลียบไปตาม แนวถนนชายหาดจนถึงพญาใต้ (จรดเขาพญา) ซึ่งในบริเวณย่านนี้ทั้งหมดเป็นเขตชุมชนหนาแน่น มีโรงแรม ร้านค้า ภัตตาคาร ร้านอาหาร และธุรกิจทุกประเภทตั้งอยู่มากมายรวมทั้งบาร์บีช ไนต์คลับ หลายแห่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวในยามราตรี

หาดจอมเทียน เป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลของพัทยาซึ่งมีบรรยากาศอีกแบบหนึ่ง แยกต่างไปจากอ่าวพัทยา มีระยะห่างกันเพียง 6 กิโลเมตร สถานที่แห่งนี้เป็นชายหาดที่ต่อเนื่องจาก เขาพัทขวามีถนนเลียบริมชายหาดเป็นระยะทางยาวประมาณ 3 กิโลเมตรหาดจอมเทียนเป็นหาดที่ เงียบสงบปัจจุบันชายหาดนี้ได้รับการพัฒนาให้มีการปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นและสวยงาม

หาดจอมเทียน เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมาก ที่ต้องการหาความสงบในการพักผ่อนและมีกีฬาทางน้ำอื่น ๆ เช่น สกีนํ้า เจ็ทสกี วินด์เซิร์ฟ เรือลากกล้วย นอกจากนี้ยังมีบึงกะ โลหลายแห่งรวมทั้งภัตตาคารและร้านอาหารทะเลไว้สำหรับ บริการนักท่องเที่ยว

หมู่เกาะล้าน ประกอบด้วย เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของ เมืองพัทยา จากชายหาดเมืองพัทยาจะสามารถมองเห็นเกาะล้าน ได้ชัดเจนเพราะอยู่ห่างจากฝั่งออกไปเพียงประมาณ 7.5 กิโลเมตร การเดินทางโดยเรือเร็วใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 นาที และเรือโดยสารประมาณ 40 นาที หมู่เกาะล้านแต่เดิมเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในนามว่า “หมู่เกาะปะการัง” เพราะอุดมไปด้วยปะการังนานาชนิดเป็นแหล่งปะการังที่สมบูรณ์แห่งหนึ่งของ ประเทศและใกล้กรุงเทพมหานครที่สุด โดยมีเกาะครก และเกาะสากเป็นเกาะบริวาร

เกาะล้านมีแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวหลายแห่ง ดังนี้

1. หาดตาแหวน อยู่ทางตอนเหนือของเกาะเป็นหาดทรายยาวประมาณ 750 เมตร มีความงามทางธรรมชาติมากเพราะมีหาดทรายที่ขาวสะอาดและน้ำทะเลใสเป็นสีครามปลายหาด ทั้งสองด้านยังมีแนวปะการังในระดับน้ำตื้นที่มีสีสันสวยงาม

2. หาดเทียน เป็นหาดที่สวยงามแห่งที่สองมีความยาวของหาดประมาณ 500 เมตร อยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะ หาดทรายแห่งนี้มีความสวยงามไม่แพ้หาดตาแหวน แต่เนื่องจากมี ขนาดเล็กกว่าจึงมีผู้นิยมไปท่องเที่ยวพักผ่อนน้อยอย่างไรก็ดีในฤดูที่มีมรสุมรุนแรงเข้าปะทะ ชายหาดทางด้านภาคเหนือ คือ หาดตาแหวนนักท่องเที่ยวก็ได้หลบไปพักผ่อน ณ หาดเทียนนี้แทน เป็นส่วนมาก

3. หาดเสม อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะล้าน เป็นหาดขนาดเล็กความยาวของหาดประมาณ 300 เมตร มีโขดหินและพื้นที่ป่าด้านขวาโค้งข้างสมบูรณ์มีความสวยงามเงียบสงบเหมาะสมสำหรับการพักผ่อน การเล่นน้ำ มีน้ำทะเลและหาดทรายที่สะอาด

4. หาดนวล อยู่ทางตอนใต้ของเกาะล้านเป็นหาดขนาดเล็กยาวประมาณ 250 เมตร เป็นพื้นที่ที่มีกรรมสิทธิ์เป็นของเอกชนสภาพสิ่งแวดล้อมชายหาดและปะการังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เนื่องจากไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวมากนักจึงเป็นหาดที่เงียบสงบเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นส่วนตัว

พื้นที่เกาะล้านยังมีหาดที่มีความสวยงามและมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์อีกหลายแห่ง เช่น หาดตาหยาย หาดแหลมหัวโขด และหาดตาพัน นอกจากนี้หาดทรายชายทะเลแล้ว พื้นที่บนเกาะซึ่งส่วนใหญ่เป็นภูเขาปกคลุมด้วยพืชพันธุ์ไม้ที่เขียวชอุ่มตลอดทั้งปี ซึ่งนับว่ายังคงความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมไว้ได้มาก ดังนั้นเกาะนี้จึงเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญสำหรับการไปพักผ่อน

ตารางเดินเรือโดยสาร อัตราค่าโดยสาร ราคา 20 บาท

จากพัทยาไปเกาะล้าน

08.00 น. จากท่าเรือพัทยาใต้ – หาดตาแหวน (เที่ยวแรก)

08.30 น. จากท่าเรือพัทยาใต้ – หาดตาแหวน

10.00 น. จากท่าเรือพัทยาใต้ – ทำหน้าบ้าน

12.00 น. จากท่าเรือพัทยาใต้ – ทำหน้าบ้าน

15.30 น. จากท่าเรือพัทยาใต้ – ทำหน้าบ้าน

17.00 น. จากท่าเรือพัทยาใต้ – ทำหน้าบ้าน

18.30 น. จากท่าเรือพัทยาใต้ – ทำหน้าบ้าน (เที่ยวสุดท้าย)

จากเกาะล้านไปพัทยา

06.30 น. จากทำหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้ (เที่ยวแรก)

07.30 น. จากทำหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้

12.00 น. จากทำหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้

14.00 น. จากทำหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้

17.00 น. จากทำหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้ (เที่ยวสุดท้าย)

ตารางเรือนำเที่ยวจากพัทยาไปเกาะล้านมี 2 รอบ คือประมาณ 09.00 น. และ 11.00 น.

กลับเวลา 16.00 น. อัตราค่าบริการพร้อมมัดคอกุเทกซ์ อาหารกลางวันและเรือกระจกดูปะการังราคาประมาณ 350/คน นักท่องเที่ยวสามารถซื้อบริการเรือนำเที่ยวได้จากเคาน์เตอร์ทัวร์บริเวณชายหาด

พัทยา และผู้เสนอขายบริการนำเที่ยวทั่วไปอัตราค่าเช่าเหมาเรือเร็วโดยทั่วไปประมาณ 1,000 – 2,000 บาท/วัน

เขาพัทยา (เขาพระบาท) นอกจากความงามของชายหาดพัทยาถัดขึ้นไปบนเขาด้านฝั่ง ตะวันตกมีเนินเขาขนาดเล็กเป็นจุดชมวิวยามยอดเขาซึ่งจะมองเห็นทิวทัศน์ของหาดพัทยาทั้งหมดซึ่ง สวยงามมากเป็นอ่าวโค้งรูปครึ่งวงกลมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาพัทยามักจะไม่พลาดชม ทิวทัศน์ภาพอันสวยงามบนเขาพัทยาแห่งนี้ เพราะนอกจากจะได้ชมทิวทัศน์ด้านหาดนajokมเทียบและ ในขณะที่เดียวกันก็คือโอกาสสนมัสการพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์บนเขาและพระพุทธรูปปางต่าง ๆ ประจำ วันเกิดที่ประดิษฐานไว้เพื่อความเป็นสิริมงคล นอกจากนี้บริเวณเขาพัทยา ยังเป็นที่ตั้งของสถานีวิทยุทธการเรือ (สทร. 5) พัทยาและพระอนุสาวรีย์พระบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ประดิษฐานอยู่

เมืองจำลอง มีการจำลองสถาปัตยกรรมสำคัญต่าง ๆ ในประเทศและทั่วโลกไว้ เช่น พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งอนันตสมาคม อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ พระปฐมเจดีย์ ประสาทหินพิมาย สะพานข้ามแม่น้ำแคว หอไอเฟลปารีสฝรั่งเศส หอเอนปิซาอิตาลี แกรนด์แคนยอน และอนุสาวรีย์ เทพีเสรีภาพ นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

พิพิธภัณฑ์บริลีส “เชื้อหรือไม” ตั้งอยู่ที่ชั้น 3 ศูนย์การค้ารอยัลการ์เด้นท์ พลาซ่า พัทยา เป็นศูนย์รวมความแปลกมหัศจรรย์เหลือเชื่อจากทั่วทุกมุม โลก เช่น ม้า 3 ขา, มนุษย์ 4 ตา, ห้อง ยานพาหนะแบบเหลือเชื่อ, อุโมงค์คัพพิศวง, ห้องเครื่องมือสมัยโบราณ เป็นต้น

ปราสาทสังขรธรรม (ปราสาทไม้หรือเมืองโบราณพัทยา) ตั้งอยู่บริเวณแหลมราชเวช (ทางเข้าบริเวณชอชญาเกลือ 12) มีพื้นที่ติดทะเลขนาด 60 ไร่ เริ่มก่อสร้างเมื่อปี 2524 โดยคุณเล็ก วิริยะพันธ์ เจ้าของเดียวกับเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ ปราสาทสังขรธรรมสร้างด้วยไม้ทั้งหลัง ไม่มีโลหะเข้ามาปะปน ใช้ระบบเข้าเดียวไม้แบบไทยหรือใส่สลักไม้ ไม้ที่นำมาก่อสร้างจะเป็นไม้ เนื้อแข็งและหายาก คือ ไม้สัก ไม้เต็ง จากในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน นับเป็นงาน สถาปัตยกรรมและศิลปกรรมแห่งศตวรรษ ปราสาทไม้สร้างเป็นทรงจตุรมุข ยอดปราสาทสูง 105 เมตร หลังคามุขทั้ง 4 ด้าน เป็นปราสาททรงอ่อนตามแบบอยุธยา ยอดประดับด้วยช่อฟ้า ใบระกา และสลักเทพเจ้าต่าง ๆ ตามตำนานของชาวตะวันออก (อินเดีย จีน เป็นต้น) ซึ่งทั้งหมดนี้มาจากจินตนาการของผู้สร้างโดยนำศิลปกรรมต่าง ๆ ของเอเชียมาปรุงแต่งตามแนวความคิดทางศาสนาปรัชญาผสมผสานกันและแนวความเชื่อว่ามีมนุษย์ได้รับอิทธิพลและความเกื้อกูลจาก ฟ้า ดิน พ่อ แม่ พระอาทิตย์ พระจันทร์ และดวงดาว ซึ่งถือเป็นพันธกิจ 7 ประการ เพื่อก่อเกิดชีวิตและชีวิตที่สมบูรณ์ ย่อมประกอบด้วยภารกิจ 4 ประการ ของมนุษย์คือ เมตตา คุณธรรม ปรัชญาวิถีชีวิตและสันติภาพ โดยแสดงสัญลักษณ์ของพันธกิจ 7 ประการ ผ่านรูปจำหลักไม้เทพเจ้าไว้ภายในปราสาท และแสดง

สัญลักษณ์ของภารกิจ 4 ประการ ผ่านรูปจำหลักไม้ ณ สียอดของส่วนปราสาท ยอดสุดของปราสาท จำหลักรูปพระศรีอริยเมตไตรทรงม้า อันหมายถึงโลกในอุดมคติที่ทุกคนปรารถนาจะไปให้ถึง เนื้อหุ้มมุขด้านหน้าที่หันสู่ทะเลเป็นยอดจำหลักรูปพรหมสี่หน้าบนหน้าบัน ส่วนบนขึ้นไปเป็นกิเลนและหงส์ทั้งหมดนี้ คือ ความเป็นสิริมงคลแห่งชีวิต ส่วนจำหลักอื่น ๆ แสดงความเป็นสากลของ ความหลากหลายชาติพันธุ์มนุษย์ที่อยู่ร่วมโลก รวมทั้งมีภาพจำหลักจากมหากาพย์รามายณะและมหากาพย์ยชุท โดยคัดเลือกตอนที่สำคัญเป็นที่รู้จักเพื่อแสดงภาพแห่งความสงบสันติและการสงคราม

ปราสาทสังขรรม หรือเรียกตามโครงสร้างของอาคารสร้างด้วยไม้ ปราสาทไม้ แม้ขณะนี้ปราสาทสังขรรมจะเป็นรูปเป็นร่างที่โดดเด่นตระการตา แต่ส่วนหนึ่งก็ยังคงดำเนินการสร้างและปรับเปลี่ยนแก้ไข เพิ่มเติมแต่ละส่วนให้สมบูรณ์และวิจิตร การก่อสร้างจึงใช้เวลานานไม่มีกำหนดแล้วเสร็จและไม่อาจวัดมูลค่าได้ นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจสามารถเข้าเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมที่สวยงามได้

พระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาจิจรรย สร้างขึ้นน้อมเกล้าฯถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เป็นพระพุทธรูปแกะสลักหินประจักษ์กาลที่ 9 และเพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี เป็นพระพุทธรูปประทับนั่งปางมารวิชัย เลียนแบบพระพุทธรูปราชูปถัมภ์ศิลปะสุโขทัยผสมล้านนา ขนาดความสูง 109 เมตร หน้าตักกว้าง 70 เมตร มีฐานบัวหรือบัวบัลลังก์ทั้งสิ้น 130 เมตร มีพระนามว่า “พระพุทธรูปมหาวิชัยโมกษผลาสาธา” มีความหมายว่า พระพุทธรูปเจ้าทรงเป็นศาสดาที่รุ่งเรืองสว่างประเสริฐดั่งมหาวิชัย บริเวณโดยรอบจะเป็นสวนไม้นานาพันธุ์และศาลาพักผ่อนสำหรับผู้เดินทางไปท่องเที่ยว

วัดญาณสังวราราม เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่มีความร่มรื่นสวยงาม สถาปัตยกรรมที่สำคัญทางพุทธศาสนาเป็นที่ประดิษฐานรอบพระพุทธรูป ๓ มณฑลยอดเขา ศาลามังกรเล่นน้ำ ศาลาจำลองประเทศต่าง ๆ วิหารเขียน และพระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาจิจรรย เป็นวัดพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดวรมหาวิหาร โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงรับไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นวัดในพระองค์ ซึ่งมีการกำหนดพื้นที่ ออกเป็น 4 เขต

1. เขตพุทธวาส เป็นสถานที่ตั้งปูชนียสถานและโบราณวัตถุ
2. เขตสังฆวาส แบ่งเป็น 2 พื้นที่ คือ พื้นที่ส่วนล่างและพื้นที่ส่วนบน ประกอบด้วยพื้นที่เขาชีโอน และเขาจิจรรย และทั้งสองพื้นที่ใช้เป็นสถานก่อสร้างเสนาสนะกุฏิน้อยใหญ่เป็นที่พักอาศัยของพระภิกษุสามเณร เป็นต้น

3. เขตราชวาส มีพระตำหนักและสถานที่โครงการพระราชดำริ อ่างเก็บน้ำเพื่อการเกษตรกรรม โรงพยาบาล ศูนย์ฝึกอบรมพิเศษวรุทธยาน บริเวณอนุรักษสัตว์และป่าไม้ เป็นต้น

4. เขตอุทยานอูบาสิกาवास เป็นสถานที่ตั้งศาลาโรงครัว ที่พักอาศัยของบรรดา พุทธศาสนิกชนผู้มาประพฤติปฏิบัติธรรม รักษาศีล ปฏิบัติจิตภาวนา เป็นต้น

สวนนงนุช มีพื้นที่ 1,300 ไร่ แบ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และรีสอร์ท 450 ไร่ เรือนเพาะชำ 400 ไร่ พื้นที่ที่เหลือเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปาล์ม พันธุ์ปรง ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก ภายในสวนประกอบด้วย

1. สวนกล้วยไม้มานานาพันธุ์ เช่น แคลเทีย แวนด้า หวาย รองเท้านารี กล้วยไม้ตระกูลต่าง ๆ กล้วยไม้ป่าจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก และกล้วยไม้ลูกผสม
2. สวนเฟิร์นชนิดต่าง ๆ ทั่วทุกภาคในประเทศและบางส่วนนำมาจากต่างประเทศ และสวนพฤษชาติ
3. น้ำตกจำลองและสวนหิน จำลองแบบมาจากประเทศอังกฤษ
4. สวนแบบยุโรป รวบรวมพันธุ์ไม้หลากหลายที่นำมาจากต่างประเทศ และสวนปาล์ม โลกมีพันธุ์ปาล์มมากกว่า 1,000 ชนิด และพันธุ์ปรง 250 ชนิด ตะบองเพ็ชรกว่า 300 ชนิด
5. สวนฝรั่งเศส จำลองแบบมาจากพระราชวังแวร์ซายน์ประเทศฝรั่งเศส สวนนงนุชได้ผสมผสานกับศิลปะแบบไทย เช่น รูปปั้นในวรรณคดีไทย และนิทานพื้นบ้าน
6. สนุกสนานกับการแสดงโชว์ศิลปวัฒนธรรมไทย และช่างแสนรู้ซึ่งเปิดการแสดงโชว์วันละ 4 รอบ เริ่มตั้งแต่ 09.45 – 15.45 น. และชมความน่ารักของสัตว์ป่านานาชนิด ตื่นตาไปกับพันธุ์ผีเสื้อมากกว่า 40 สายพันธุ์

ชมสวนรถไฟจำลองที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ซึ่งมีห้วงจักรทั้งหมด 12 ขบวน บังคับการขับเคลื่อนด้วยระบบ ไฟฟ้า และพิพิธภัณฑสถานสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเครื่องประดับ พระพุทธรูปและเครื่องใช้โบราณ ซึ่งมีอายุกว่า 100 ปี ซึ่งเก็บสะสมรวบรวมไว้อย่างมากมาย

ไร่วนาสิริ เดิมเป็นสวนมะม่วง และขุ่นเนื้อที่ 100 ไร่ ซึ่งได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของพัทยา บรรยากาศร่มรื่น ชมบ้านไทย มีการจัดกิจกรรมตลาดน้ำพัทยา ไร่วังพื้นบ้าน การละเล่นพื้นที่ยิ่งใหญ่มากมาย

อุทยานสามก๊ก ภายในบริเวณประกอบด้วยภาพเขียนจิตรกรรมประวัติศาสตร์สามก๊ก อันลือชื่อของโลกซึ่งเขียนลงบนแผ่นกระเบื้องกึ่งสียจากประเทศจีนภายในโครงการจะเน้นการออกแบบสถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตยกรรม โดยจะผสมผสานกับเอกลักษณ์ศิลปะสถาปัตยกรรมไทย-จีน เจียงหยุกต์และอุทยานสามก๊กยังประกอบด้วยเครื่องกึ่งสียจีนอีกมากมาย มีองค์พระแม่กวนอิมจากประเทศจีนให้กราบไหว้สักการบูชาอีกด้วย

กิจกรรมด้านกีฬา กีฬาดำน้ำ กีฬาตกปลา กีฬาเรือใบ กีฬาวินเซิร์ฟ กีฬาบันจี้จัมพ์ เล่นที่บอด เลคแลนด์วอเตอร์เคเบิลสกี กีฬาแบดมินตัน กีฬาโบว์ลิ่ง กีฬาเทนนิส

สนามมวยเทพประสิทธิ์พญา สนามกอล์ฟ สนามยิงปืน สนามแข่งรถเล็ก เป็นต้น

สถานบันเทิงในพื้นที่เมืองพญา เมืองพญาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก มีสถานบันเทิงหลายแห่งเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น คาร์บาร์ด์ โรงภาพยนตร์ เซค ผับ และ บาร์เบียร์ ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากนอกจากนั้น ยังมีโรงแรมที่พัก และร้านอาหารอีกหลายแห่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งพื้นที่วิจัยประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ แพร่ นครสวรรค์ ชลบุรี อ่างทอง ราชบุรี ขอนแก่น บุรีรัมย์ หนองคาย สงขลา ตรัง และสุราษฎร์ธานี พบว่า ยังมีคนไทยในวัยท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่มีโอกาสได้ไปท่องเที่ยว โดยเฉพาะคนที่อยู่ในชนบท ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรมหรือรับจ้าง มีฐานะทางเศรษฐกิจและการศึกษาไม่สูงนัก คนเหล่านี้ควรได้รับโอกาสการท่องเที่ยว โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้พัฒนาโลกทัศน์และสร้างคุณภาพภูมิใจในแผ่นดินเกิดให้กับประชากรของประเทศซึ่งนับเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างหนึ่งควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีเสน่ห์ในการไปเยี่ยมชมเพราะหากแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมไปย่อมกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ภาครัฐมุ่งส่งเสริมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คำนึงเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางเป็นอย่างมาก ททท. ควรประสานและใช้ กลไกความร่วมมือเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจในการเดินทางมากขึ้น ททท. สำนักงานสาขาในส่วนภูมิภาค ควรจัดรายการนำเที่ยวให้แน่ชัดและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในความสนใจ นักท่องเที่ยวไทยควรได้รับความสะดวกในการรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น และข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรเข้าไปสู่ชุมชนมากขึ้น สื่อสิ่งพิมพ์ควรให้รายละเอียดเนื้อหาดีแหล่งท่องเที่ยว วิธีการเข้าถึงที่พัก หน่วยงานที่ติดต่อ รวมทั้งอาจจำลองแผนที่เส้นทางให้ด้วยและควรส่งเสริมให้แต่ละจังหวัดจัดทำสารคดีของตนเองขึ้น ส่วนการวิจัยในอนาคตควรเพิ่มข้อมูลด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดและการทัศนศึกษาภายในจังหวัดด้วยเพื่อจะได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวละเอียดยิ่งขึ้น และควรมีการจัดทำฐานข้อมูลอยู่เป็นประจำ เพื่อจะได้ข้อมูลที่ทันสมัย ถูกต้อง ต่อการจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2539) ศึกษางานวิจัยเรื่อง โครงการวิจัยตลาดท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 40 จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคของตน นิยม

เดินทางท่องเที่ยวไปเป็นกลุ่ม โดยเฉพาะการเดินทางไปกับเพื่อนฝูงและครอบครัว จำนวนบุคคลในกลุ่มจะอยู่ประมาณ 2-10 คน การเดินทางแต่ละครั้งนิยมที่จะเดินทางไปหลาย ๆ จังหวัด โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1-4 วัน ดังนั้นการแวะพักในแต่ละจังหวัดจึงเป็นเพียงระยะสั้น ๆ สำหรับช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นช่วงปิดภาคเรียน วันหยุดสุดสัปดาห์หรือเทศกาล นักชัตลีย์ การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง เสียค่าใช้จ่ายเองและไม่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง หรือถ้ามีการวางแผนล่วงหน้าก็เป็นเพียงช่วงระยะสั้น ๆ ในด้านลักษณะการเดินทางนักท่องเที่ยวเกินกว่าร้อยละ 70 นิยมเดินทางด้วยตนเองมากกว่าที่จะใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว แล้วยังมีความรู้ดีกว่าการเดินทางด้วยตนเองจะสะดวกกว่าการเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว เพราะสามารถเลือกเวลาเดินทางได้ตามสะดวก รวมทั้งโปรแกรมการเดินทางยังยืดหยุ่นได้ตามความพอใจ ในการเดินทางด้วยตนเองพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ส่วนใหญ่จะเป็นรถโดยสารประจำทาง รองลงมาคือรถยนต์ส่วนบุคคลในอัตราที่ใกล้เคียงกัน การเช่ารถและการใช้บริการรถไฟมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 30 การเดินทางโดยเครื่องบินมีน้อย ในด้านสถานที่พักแรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบประหยัด สถานที่พักจะเป็นบ้านญาติและบ้านเพื่อนในสัดส่วนที่สูง สำหรับการให้บริการโรงแรมนิยมที่จะพักในโรงแรมที่มีระดับราคาอยู่ระหว่าง 200-500 บาท รองลงมาเป็นที่พักแรมในสถานที่พักแรมแบบบังกะโล แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวคนไทยในปัจจุบันคือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ทะเลและเกาะแก่งต่าง ๆ รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวแถบภูเขา อุทยานแห่งชาติต่าง ๆ และแหล่งท่องเที่ยวในเมืองสำหรับงานเทศกาลและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก การได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้น ส่วนใหญ่ข่าวสารที่ได้รับจะเป็นการบอกเล่าจากเพื่อนฝูง ญาติมิตร สำหรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อโฆษณาต่าง ๆ ยังไม่มีมากนัก โดยเฉพาะข่าวสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือจากการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่แพร่หลายมากนัก

ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย (2540) ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในระยะแรกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รัฐวุฒิ เข็มศรีพงษ์ (2541) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณหาดบางแสน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมหาดบางแสน ในระดับปานกลาง ที่อยู่ปัจจุบัน ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่ง

210451

๑/๖/๑๓๖๒
๕/๖/๗
๓๐

ท่องเที่ยวประเภทชายหาด การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและ กิจกรรมการท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การให้คุณค่าหาดบางแสน อายุ มีผลต่อความพึงพอใจ ต่อการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณหาดบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นว่าบริเวณหาดบางแสนประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมบางประการ เช่น ปัญหาขยะมูลฝอย น้ำทะเลไม่สะอาด และการเปลี่ยนแปลงคุณภาพน้ำทะเล อันเนื่องมาจาก ปรากฏการณ์ จี๊ปลาวาฟ และยังได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณหาด บางแสนไว้ดังนี้คือ การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงใด ๆ บริเวณหาดบางแสนควรรักษาความเป็น ธรรมชาติของหาดบางแสนไว้ให้มากที่สุด ตลอดจนควรดูแลรักษาสภาพแวดล้อมหาดบางแสน โดยเฉพาะในด้านการรักษาความสะอาดของชายหาดและน้ำทะเล และควรรักษาภาพพจน์ และ ความเป็นเอกลักษณ์ของหาดบางแสนให้คงอยู่ต่อไป

สุวิทย์ กุลาเลิศ (2543) ศึกษาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามา ท่องเที่ยว และระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสถานบริการ และแหล่ง ท่องเที่ยวในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 25-30 ปี มีแหล่งที่มาในทวีปยุโรป และมี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001- 60,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทาง ท่องเที่ยวบนเกาะสมุยเพียง 1 ครั้งในรอบปี มากับเพื่อนและหรือญาติพี่น้อง ใช้เวลาพำนักเฉลี่ย 1 สัปดาห์ โดยเลือกจะพักที่บังกะโลและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันอยู่ในช่วง 1,001- 1,500 บาท ใน การวิเคราะห์ พบว่าอาชีพ สถานภาพสมรส และสื่อที่ได้รับของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ เหตุผลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว โดยที่สื่อที่ได้รับของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเหตุผลใน การตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากที่สุด ในส่วนของจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวบนเกาะสมุยในรอบปี อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ของการเดินทางและสื่อที่ได้รับของนักท่องเที่ยว มี ความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวบนเกาะสมุยในรอบปี โดยที่อาชีพของนักท่องเที่ยวมี ความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวบนเกาะสมุยในรอบปีมากที่สุด ในส่วนของลักษณะ การเดินทาง อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส แหล่งที่มา และวัตถุประสงค์ของ การเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทาง โดยที่สถานภาพสมรสของ นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับลักษณะการเดินทางมากที่สุด ในส่วนของวิธีการเดินทาง อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับวิธีการเดินทาง โดยที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวิธีการเดินทางมากที่สุด ในส่วนของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน มี

เพียงสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน ในส่วน
ของลักษณะการท่องเที่ยว เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรสและแหล่งที่มา
ของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการท่องเที่ยว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ในการพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยว
ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวโดยรวม และจำแนกหัวข้อต่าง ๆ อยู่ในระดับดี สำหรับการ
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว ณ ระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติ .05 พบว่า เพศ อาชีพ อายุ สถานภาพสมรส และแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน
มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

มาโนช รักษาศรี (2546) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มา
เที่ยวจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี
รองลงมาอายุน้อยกว่า 26 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว มี
รายได้ 15,001-30,000 บาท รองลงมารายได้ไม่น้อยกว่า 15,000 บาท มาเที่ยวจังหวัดระยอง 4-6 ครั้ง
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-5 คน เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเอง ใช้พาหนะเป็นรถยนต์ ส่วนใหญ่พัก
โรงแรม จำนวนที่พักค้างแรม ร้อยละ 1-2 คืน และ 3-4 คืน แหล่งท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ ได้แก่
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ชายหาด เกาะ โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการมาท่องเที่ยว
ในจังหวัดระยองคือ เพื่อพักผ่อน ค่าใช้จ่ายโดยรวมของการเดินทางและพักผ่อน ส่วนใหญ่ 3,001-
6,000 บาทต่อคน และจะกลับมาอีกภายใน 4-6 เดือน

ส่วนปัจจัยด้านสินมรดกธรรมชาติ ด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ด้าน
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง
ส่วนด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านสินมรดกที่
มนุษย์สร้างขึ้น ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานรอง ด้านวิธีการดำรง
ชีวิตอยู่ในระดับสูง ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อยู่ในระดับปานกลาง

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้นำมากำหนดเป็นตัวแปรใน
การศึกษา ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุอาชีพรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาที่
อยู่อาศัยในปัจจุบัน
2. ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่
 - 2.1 ด้านสินมรดกทางธรรมชาติ ประกอบด้วย ความเป็นธรรมชาติของแหล่ง
ท่องเที่ยวสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียง
ของแหล่งท่องเที่ยว

2.2 ด้านสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น ประกอบด้วย สินมรดกทางการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และที่จอดรถ โครงสร้างพื้นฐานรอง วิธีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น

3. พหุติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยเลือกปัจจัยและตัวแปรต่าง ๆ มาทำการศึกษา ดังนั้น การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จะเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยว และเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. กลุ่มตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (accidental sampling) เนื่องจากข้อมูลของสำนักงานท่องเที่ยวเขต 3 ในปี 2546 มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเมืองพัทยาเกิน 100,000 คนต่อปี ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงใช้จำนวน 384 ตัวอย่าง โดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างเกณฑ์สัดส่วนของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, p. 608) โดยจัดทำตารางระบุจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่จะสุ่มเมื่อทราบจำนวนประชากร ตั้งแต่ 10 คน ไปจนถึง 1 แสนคน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 384 ตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ เอกสาร วารสาร บทความ จากหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งเว็บไซต์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการทราบ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี ในบทที่ 2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนาในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวพัทยาในวันใด ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ในรอบปีที่ผ่านมา (2546) ท่านเคยเดินทางมาเที่ยวพัทยา กี่ครั้ง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานรอง (โรงแรม บังกะโล เป็นต้น) วิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การวัดค่าความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถามนั้น ในการวิจัยครั้งนี้วัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 3 ได้ตรวจทานและปรับแก้ไข จึงนับได้ว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงที่ยอมรับได้

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) แบบสอบถามที่ปรับปรุงใหม่นี้จะถูกนำไปใช้จริงในภาคสนาม เพื่อวัดระดับความเชื่อมั่น ซึ่งจากการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นพบว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จำนวน 38 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .9054 ซึ่งยอมรับได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูงโดยวิธี วัดครั้งเดียว โดยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (alpha – coefficient) หรือที่เรียกว่า แบบครอนบาท (Cronbach) จึงสรุปได้ว่าเครื่องมือแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นสูงพอที่จะยอมรับได้ สามารถนำไปใช้ได้ต่อไป

สูตรในการคำนวณระดับความเชื่อมั่น coefficient of reliability (Cronbach's alpha mean) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2543, หน้า 127)

$$\alpha = \frac{N - r}{1 + (N - 1) - r}$$

N = จำนวนของ ตัวแปรที่วิเคราะห์

r = ค่าเฉลี่ยของความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์

$$r_{ii} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_o^2} \right]$$

r_{ii} = ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

n = จำนวนข้อถาม

σ_o^2 = ค่าแปรปรวนของค่าที่ได้ทั้งหมด

σ_i^2 = ค่าแปรปรวนของข้อถามที่ i

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์แบบบรรยาย (descriptive method) และการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (quantitative method) ร่วมกัน โดยมีการประมวลผลข้อมูลดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (editing) เป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
2. การลงรหัส (coding) เป็นการนำแบบสอบถามที่ตรวจความถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้สำหรับคำถามปลายปิด ส่วนคำถามปลายเปิดผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริการการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
3. การประมวลผลข้อมูล (processing) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการลงรหัสมาบันทึกใส่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างต้องอาศัยสถิติในการจัดระบบข้อมูล การนำเสนอข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการแปลความหมายข้อมูล ซึ่งสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ มีดังนี้

1. สถิติเพื่อการบรรยาย (descriptive statistics) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับการบรรยายลักษณะคุณสมบัติของประชากรที่ศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

2. สถิติเพื่อการทดสอบสมมติฐาน (inferential statistics) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ได้กำหนด ได้แก่ ค่าไคร้-สแควร์ (Chi - square) และค่าการทดสอบ Φ เพื่อหาความเกี่ยวข้อง โดยกำหนดช่วงความเกี่ยวข้องของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

ค่า Φ ที่ได้จากการทดสอบระหว่าง 0.00-0.39 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความเกี่ยวข้องกันค่อนข้างน้อย

ค่า Φ ที่ได้จากการทดสอบระหว่าง 0.40-0.69 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความเกี่ยวข้องกันปานกลาง

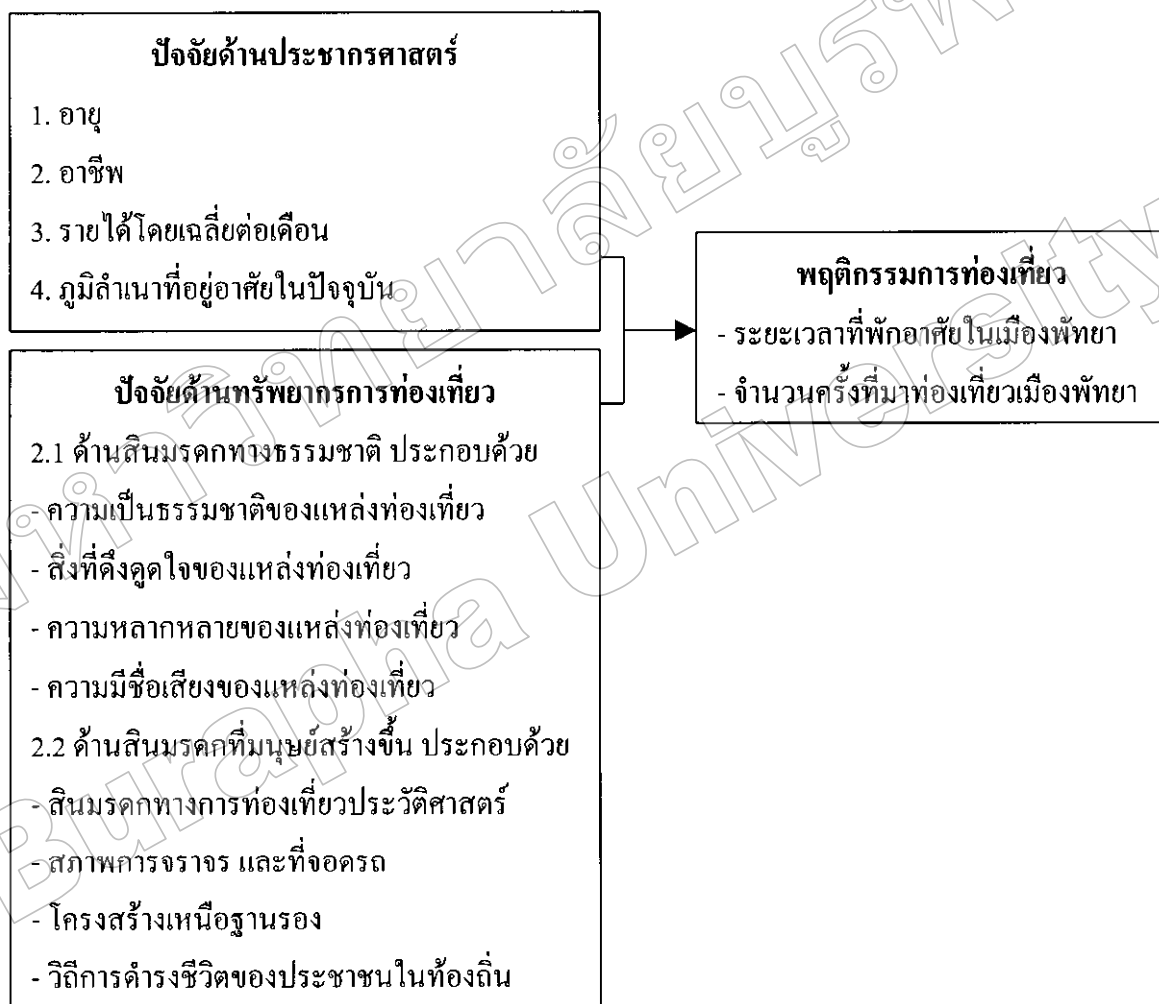
ค่า Φ ที่ได้จากการทดสอบระหว่าง 0.70-1.00 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความเกี่ยวข้องกันค่อนข้างมาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นจิตใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมาเป็นตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (accidental sampling) การกำหนดจำนวนตัวอย่างใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างเกณฑ์สัดส่วนของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, p. 608) เนื่องจากข้อมูลของสำนักงานท่องเที่ยว เขต 3 ในปี 2546 มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเมืองพัทยาเกิน 100,000 คนต่อปี จึงใช้ตัวอย่างจำนวน 384 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	157	40.90
หญิง	227	59.10
รวม	384	100.00

จากตาราง 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.10 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.90

ตารางที่ 3 ข้อมูลระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	212	55.20
ปริญญาตรี	141	36.70
สูงกว่าปริญญาตรี	31	8.10
รวม	384	100.00

จากตาราง 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.20 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.70 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 4 ข้อมูลภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดชลบุรี	151	39.32
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	51	13.28
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	74	19.27
ภาคกลาง	31	8.07
ภาคเหนือ	28	7.29
ภาคใต้	20	5.22
ภาคตะวันออก (ยกเว้น ชลบุรี)	29	7.55
รวม	384	100.00

จากตาราง 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดชลบุรีจำนวน 151 คนคิดเป็นร้อยละ 39.32 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑลคิดเป็นร้อยละ 19.27 ภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 13.28 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 5 ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	138	35.94
อายุ 26-35 ปี	106	27.60
อายุ 36-45 ปี	77	20.05
อายุ 46-55 ปี	54	14.06
มากกว่า 55 ปี	9	2.35
รวม	384	100.00

จากตาราง 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.94 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.60 และอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.05 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 6 ข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	39	10.16
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	6.25
เจ้าของกิจการ	65	16.93
พนักงานบริษัทเอกชน	78	20.31
นักเรียน/นักศึกษา	95	24.74
รับจ้างทั่วไป	55	14.31
อื่น ๆ	28	7.30
รวม	384	100.00

จากตาราง 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 24.74 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20.31 เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 16.93 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 7 ข้อมูลรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	254	66.15
15,001-30,000 บาท	71	18.49
30,001-45,000 บาท	24	6.25
มากกว่า 45,000 บาท	35	9.11
รวม	384	100.00

จากตาราง 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.15 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 18.49 และรายได้มากกว่า 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.11 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 8 วันที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยวพญา

วันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	26	6.77
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์	95	24.74
วันหยุดนักขัตฤกษ์	44	11.46
ขึ้นอยู่กับโอกาส	219	57.03
รวม	384	100.00

จากตาราง 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวพญาโดยไม่มีช่วงวันแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 57.03 รองลงมานิยมมาท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 24.74 และนิยมมาท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 11.46 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 9 ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

ระยะเวลาพักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พักค้างคืน	168	43.75
ค้างคืน 1 คืน	78	20.31
ค้างคืน 2-3 คืน	85	22.14
ค้างคืน 4-7 คืน	36	9.38
ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	17	4.42
รวม	384	100.00

จากตาราง 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้งแบบไม่พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาแบบค้างคืน 2-3 คืน คิดเป็นร้อยละ 22.14 และพักค้างคืน 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 20.31 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 10 จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	30	7.81
1-3 ครั้ง	89	23.18
4-6 ครั้ง	75	19.53
7-10 ครั้ง	65	16.93
มากกว่า 10 ครั้ง	125	32.55
รวม	384	100.00

จากตาราง 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา มากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.55 รองลงมาคือ 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.18 และจำนวน 4-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.53 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตารางที่ 11 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	เหมาะสมมาก	เหมาะสมมากที่สุด	รวม
ภูเขา	1 (0.26)	24 (6.25)	241 (62.76)	118 (30.73)	384 (100.00)
ชายหาด	9 (2.34)	43 (11.20)	187 (48.70)	145 (37.76)	384 (100.00)
เกาะ	5 (1.30)	27 (7.03)	228 (59.38)	124 (32.29)	384 (100.00)
รวม	1 (0.26)	24 (6.25)	241 (62.76)	118 (30.73)	384 (100.00)

จากตาราง 11 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 62.76) โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีความเป็นธรรมชาติในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรกคือ ภูเขา (ร้อยละ 62.76) รองลงมาคือ เกาะ (ร้อยละ 59.38) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 12 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม มาก	เหมาะสม มากที่สุด	รวม
ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	7 (1.82)	60 (15.63)	170 (44.27)	147 (38.28)	384 (100.00)
ความสวยงาม	2 (.52)	47 (12.24)	192 (50.00)	143 (37.24)	384 (100.00)
ความสะอาด	42 (10.94)	115 (29.95)	143 (37.24)	84 (21.88)	384 (100.00)
รวม	2 (.52)	30 (7.81)	202 (52.60)	150 (39.06)	384 (100.00)

จากตาราง 12 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 52.60) โดยสิ่งที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในระดับเหมาะสมมาก เป็นลำดับแรกคือ ความสวยงาม (ร้อยละ 50.00) รองลงมาคือ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ร้อยละ 44.27) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 13 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	เหมาะสมมาก	เหมาะสมมากที่สุด	รวม
สวนเกษตร เช่น สวนนงนุช ไร่วนาสิน สวนผักปลอดสารพิษ วัดญาณสังวราราม เป็นต้น	0 (.00)	13 (3.39)	214 (55.73)	157 (40.89)	384 (100.00)
กีฬาทางน้ำ เช่น เรือใบ จอมเทียน บึงเจตสกี เป็นต้น	0 (.00)	21 (5.47)	214 (55.73)	149 (38.80)	384 (100.00)
รวม	0 (.00)	6 (1.56)	193 (50.26)	185 (48.18)	384 (100.00)

จากตาราง 13 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 50.26) โดยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในระดับเหมาะสมมาก คือ สวนเกษตร เช่น สวนนงนุช ไร่วนาสิน สวนผักปลอดสารพิษ วัดญาณสังวราราม เป็นต้น และกีฬาทางน้ำ เช่น เรือใบจอมเทียน บึงเจตสกี เป็นต้น (ร้อยละ 55.73) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 14 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	เหมาะสมมาก	เหมาะสมมากที่สุด	รวม
แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักดี	0 (.00)	17 (4.43)	167 (43.49)	200 (52.08)	384 (100.00)
แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว	0 (.00)	19 (4.95)	163 (42.45)	202 (52.60)	384 (100.00)
รวม	0 (.00)	9 (2.34)	137 (35.68)	238 (61.98)	384 (100.00)

จากตาราง 14 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพญาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (ร้อยละ 61.98) โดยความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพญา อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 52.60) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักดี (ร้อยละ 52.08) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 15 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์

แหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์	ไม่เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	เหมาะสมมาก	เหมาะสมมากที่สุด	รวม
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น เมืองจำลอง ปราสาทสังขรรม เป็นต้น	1 (.26)	25 (6.51)	195 (50.78)	163 (42.45)	384 (100.00)
แหล่งท่องเที่ยวทาง ศาสนสถาน วัดญาณสังวราราม เขาชีจรรย์ วิหารเซียน อุทยานสามก๊ก	1 (.26)	15 (3.91)	176 (45.83)	192 (50.00)	384 (100.00)
รวม	0 (.00)	11 (2.86)	167 (43.49)	206 (53.65)	384 (100.00)

จากตาราง 15 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (ร้อยละ 53.65) โดยแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยาในระดับเหมาะสมมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือแหล่งท่องเที่ยวทาง ศาสนสถาน วัดญาณสังวราราม เขาชีจรรย์ วิหารเซียน อุทยานสามก๊ก (ร้อยละ 50) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น เมืองจำลอง ปราสาทสังขรรม เป็นต้น (ร้อยละ 42.45) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 16 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว

โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม มาก	เหมาะสม มากที่สุด	รวม
เดินทางสะดวก	6 (1.56)	24 (6.25)	198 (51.56)	156 (40.63)	384 (100.00)
มีการดูแลความปลอดภัย ในชีวิต และทรัพย์สินแก่ นักท่องเที่ยว	14 (3.65)	95 (24.74)	156 (40.63)	119 (30.99)	384 (100.00)
รวม	3 (.78)	18 (4.69)	213 (55.47)	150 (39.06)	384 (100.00)

จากตาราง 16 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 55.47) โดยโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรกคือ เดินทางสะดวก (ร้อยละ 51.56) รองลงมาคือ มีการดูแลความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินแก่ นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 40.63) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 17 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านโครงสร้างพื้นฐานรอง

โครงสร้างพื้นฐานรอง	ไม่เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม มาก	เหมาะสม มากที่สุด	รวม
ที่พักสะอาดปลอดภัย	1 (.26)	29 (7.55)	218 (56.77)	136 (35.42)	384 (100.00)
การเดินทางสะดวก	5 (1.30)	41 (10.68)	214 (55.73)	124 (32.29)	384 (100.00)
มีที่จอดรถเพียงพอ	23 (5.99)	90 (23.44)	165 (42.97)	106 (27.60)	384 (100.00)
รวม	1 (.26)	26 (6.77)	208 (54.17)	149 (38.80)	384 (100.00)

จากตาราง 17 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 54.17) โดยโครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยาในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรกคือ ที่พักสะอาดปลอดภัย (ร้อยละ 56.77) รองลงมาคือ การเดินทางสะดวก (ร้อยละ 55.73) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ร้อยละ 42.97) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 18 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนใน
ท้องถิ่น

วิถีการดำรงชีวิตของประชาชนใน ท้องถิ่น	ไม่ เหมาะสมมาก	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม มาก	เหมาะสม มากที่สุด	รวม
มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส	7	36	181	160	384
	(1.82)	(9.38)	(47.14)	(41.67)	(100.00)
ความมีน้ำใจพร้อมช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว	7	73	155	149	384
	(1.82)	(19.01)	(40.36)	(38.80)	(100.00)
รวม	5	33	181	165	384
	(1.30)	(8.59)	(47.14)	(42.97)	(100.00)

จากตาราง 18 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านวิถีการดำรงชีวิตของ
ประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทธาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 47.14) โดยวิถี
การดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทธาในระดับเหมาะสม เป็นลำดับแรกคือ มี
ความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส (ร้อยละ 47.14) รองลงมาคือ ความมีน้ำใจพร้อมช่วยเหลือ
นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 40.36) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทธา

ตารางที่ 19 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทธา

ที่	ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ตอบ	ลำดับ
1	ด้านสภาพการจราจร มีสภาพการจราจรที่ติดขัดทำให้ เสียเวลาในการเดินทางไปกลับควรมีการขยายพื้นผิว การจราจร และจัดให้มีรถโดยสารสาธารณะที่มีบริการ บริการที่ดี	52	1
2	ควรจัดให้มีตำรวจจราจรประจำจุดต่าง ๆ ที่ติดขัด เพื่อ คอยอำนวยความสะดวก	34	2

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ที่	ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ตอบ	ลำดับ
3	สถานที่จอดรถตามแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว	27	3
4	การปรับปรุงและรักษาสภาพภูมิทัศน์ของเมืองพัทธยาให้มีสภาพที่ดีและนำเส้นทางมาท่องเที่ยว	21	4
5	ควรมีการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	15	5

จากตาราง 19 ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด จะนำเสนอโดยการจัดลำดับความสำคัญตามความถี่ของข้อมูล

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1.1 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทธยา

1.2 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทธยา

1.3 รายได้เฉลี่ยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทธยา

1.4 ภูมิลำเนาในปัจจุบันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทธยา

2. ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.1 สนิมรดกทางธรรมชาติของเมืองพัทธยา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทธยา

2.2 สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นของเมืองพัทธยา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทธยา

ตารางที่ 20 ความเกี่ยวข้องระหว่างอายุกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

อายุของนักท่องเที่ยว	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามาเยือน กลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนาน กว่า 1 สัปดาห์	
น้อยกว่า 25 ปี	80 (58.00)	20 (14.50)	22 (15.90)	11 (8.00)	5 (3.60)	138 (100.00)
อายุ 26-35 ปี	38 (35.80)	33 (31.10)	18 (17.00)	11 (10.40)	6 (5.70)	106 (100.00)
อายุ 36-45 ปี	26 (33.80)	15 (19.50)	25 (32.50)	7 (9.10)	4 (5.20)	77 (100.00)
อายุ 46-55 ปี	19 (35.20)	9 (16.70)	19 (35.20)	5 (9.30)	2 (3.70)	54 (100.00)
มากกว่า 55 ปี	5 (55.60)	1 (11.10)	1 (11.10)	2 (22.20)	0 (.00)	9 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติค่าไคสแควร์ พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 35.154 ที่ระดับ df เท่ากับ 16 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .303 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา ในระดับน้อย

ตารางที่ 21 ความเกี่ยวข้องระหว่างอายุกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัตยา ในรอบปีที่ผ่านมานา (2546)

อายุของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยว ในรอบปีที่ผ่านมานา (2546)					รวม
	ไม่เคย	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง	7-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง	
น้อยกว่า 25 ปี	17 (12.30)	28 (20.30)	18 (13.00)	22 (15.90)	53 (38.40)	138 (100.00)
อายุ 26-35 ปี	7 (6.60)	32 (30.20)	21 (19.80)	19 (17.90)	27 (25.50)	106 (100.00)
อายุ 36-45 ปี	3 (3.90)	21 (27.30)	18 (23.40)	14 (18.20)	21 (27.30)	77 (100.00)
อายุ 46-55 ปี	3 (5.60)	8 (14.80)	16 (29.60)	9 (16.70)	18 (33.30)	54 (100.00)
มากกว่า 55 ปี	0 (.00)	0 (.00)	2 (22.20)	1 (11.10)	6 (66.70)	9 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 27.151 ที่ระดับ df เท่ากับ 16 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัตยา ในรอบปีที่ผ่านมานา (2546)

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .266 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัตยา ในรอบปีที่ผ่านมานา (2546) ในระดับน้อย

ตารางที่ 22 ความเกี่ยวข้องระหว่างอาชีพกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

อาชีพของนักท่องเที่ยว	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามา เย็นกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนาน กว่า 1 สัปดาห์	
ข้าราชการ	12 (30.80)	10 (25.60)	13 (33.30)	4 (10.30)	0 (.00)	39 (100.00)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6 (25.00)	6 (25.00)	4 (16.70)	5 (20.80)	3 (12.50)	24 (100.00)
เจ้าของกิจการ	14 (21.50)	10 (15.40)	24 (36.90)	14 (21.50)	3 (4.60)	65 (100.00)
พนักงานบริษัทเอกชน	27 (34.60)	26 (33.30)	17 (21.80)	5 (6.40)	3 (3.80)	78 (100.00)
นักเรียน/นักศึกษา	56 (58.90)	14 (14.70)	17 (17.90)	4 (4.20)	4 (4.20)	95 (100.00)
รับจ้าง	33 (60.00)	9 (16.40)	8 (14.50)	2 (3.60)	3 (5.50)	55 (100.00)
อื่น ๆ	20 (71.40)	3 (10.70)	2 (7.10)	2 (7.10)	1 (3.60)	28 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 75.408 ที่ระดับ df เท่ากับ 24 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด

ไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยานแต่ละครั้ง

เมื่อพิจารณาค่า Φ พบว่ามีค่าเท่ากับ .443 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 23 ความเกี่ยวข้องระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

อาชีพของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยว ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	ไม่เคย	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง	7-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง	
ข้าราชการ	4 (10.30)	10 (25.60)	12 (30.80)	7 (17.90)	6 (15.40)	39 (100.00)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0 (.00)	9 (37.50)	5 (20.80)	5 (20.80)	5 (20.80)	24 (100.00)
เจ้าของกิจการ	3 (4.60)	14 (21.50)	17 (26.20)	9 (13.80)	22 (33.80)	65 (100.00)
พนักงานบริษัทเอกชน	9 (11.50)	18 (23.10)	18 (23.10)	18 (23.10)	15 (19.20)	78 (100.00)
นักเรียน/นักศึกษา	11 (11.60)	18 (18.90)	13 (13.70)	16 (16.80)	37 (38.90)	95 (100.00)
รับจ้าง	2 (3.60)	15 (27.30)	6 (10.90)	7 (12.70)	25 (45.50)	55 (100.0)
อื่น ๆ	1 (3.60)	5 (17.90)	4 (14.30)	3 (10.70)	15 (53.60)	28 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 40.633 ที่ระดับ df เท่ากับ 24 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพญา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .325 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพญา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546) ในระดับนัย

ตารางที่ 24 ความเกี่ยวข้องระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพญา โดยเฉลี่ย

รายได้โดยเฉลี่ยของ นักท่องเที่ยว	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพญาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามาเย็น กลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนาน กว่า 1 สัปดาห์	
ไม่เกิน 15,000 บาท	140 (55.10)	46 (18.10)	42 (16.50)	14 (5.50)	12 (4.70)	254 (100.00)
15,001-30,000 บาท	19 (26.80)	21 (29.60)	20 (28.20)	9 (12.70)	2 (2.80)	71 (100.00)
30,001-45,000 บาท	3 (12.50)	8 (33.30)	10 (41.70)	2 (8.30)	1 (4.20)	24 (100.00)
มากกว่า 45,000 บาท	6 (17.10)	3 (8.60)	13 (37.10)	11 (31.40)	2 (5.70)	35 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 67.312 ที่ระดับ df เท่ากับ 12 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพญาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพญาแต่ละครั้ง

เมื่อพิจารณาค่า Φ พบว่ามีค่าเท่ากับ .419 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยานแต่ละครั้งในระดับปานกลาง

ตารางที่ 25 ความเกี่ยวข้องระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

รายได้โดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยว ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	ไม่เคย	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง	7-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง	
ไม่เกิน 15,000 บาท	27 (10.60)	56 (22.00)	36 (14.20)	38 (15.00)	97 (38.20)	254 (100.00)
15,001-30,000 บาท	1 (1.40)	23 (32.40)	22 (31.00)	12 (16.90)	13 (18.30)	71 (100.00)
30,001-45,000 บาท	2 (8.30)	6 (25.00)	7 (29.20)	6 (25.00)	3 (12.50)	24 (100.00)
มากกว่า 45,000 บาท	0 (.00)	4 (11.40)	10 (28.60)	9 (25.70)	12 (34.30)	35 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 38.022 ที่ระดับ df เท่ากับ 12 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546) เมื่อพิจารณาค่า Φ พบว่ามีค่าเท่ากับ .315 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ นักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546) ในระดับน้อย

ตารางที่ 26 ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิลำเนาในปัจจุบันกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา
โดยเฉลี่ย

ภูมิลำเนาในปัจจุบัน	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามาเย็น กลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนาน กว่า 1 สัปดาห์	
จังหวัดชลบุรี	113 (74.80)	15 (9.90)	13 (8.60)	4 (2.60)	6 (4.00)	151 (100.00)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12 (23.50)	14 (27.50)	12 (23.50)	9 (17.60)	4 (7.80)	51 (100.00)
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	17 (23.00)	26 (35.10)	18 (24.30)	11 (14.90)	2 (2.70)	74 (100.00)
ภาคกลาง	9 (29.00)	8 (25.80)	13 (41.90)	1 (3.20)	0 (.00)	31 (100.00)
ภาคเหนือ	4 (14.30)	8 (28.60)	11 (39.30)	1 (3.60)	4 (14.30)	28 (100.00)
ภาคใต้	1 (5.00)	0 (.00)	11 (55.00)	7 (35.00)	1 (5.00)	20 (100.00)
ภาคตะวันออก (ยกเว้นจังหวัดชลบุรี)	12 (41.40)	7 (24.10)	7 (24.10)	3 (10.30)	0 (.00)	29 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

จากผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 154.493 ที่ระดับ
df เท่ากับ 24 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ

ที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่าภูมิลำเนาในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย

เมื่อพิจารณาค่า *Phi* พบว่ามีค่าเท่ากับ .634 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าภูมิลำเนาของในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา ในระดับมาก

ตารางที่ 27 ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิลำเนาในปัจจุบันกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

ภูมิลำเนาในปัจจุบัน	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	ไม่เคย	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง	7-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง	
จังหวัดชลบุรี	7 (4.60)	26 (17.20)	19 (12.60)	18 (11.90)	81 (53.60)	151 (100.00)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6 (11.80)	19 (37.30)	6 (11.80)	11 (21.60)	9 (17.60)	51 (100.00)
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	9 (12.20)	19 (25.70)	16 (21.60)	17 (23.00)	13 (17.60)	74 (100.00)
ภาคกลาง	2 (6.50)	7 (22.60)	9 (29.00)	5 (16.10)	8 (25.80)	31 (100.00)
ภาคเหนือ	4 (14.30)	7 (25.00)	9 (32.10)	3 (10.70)	5 (17.90)	28 (100.00)
ภาคใต้	0 (.00)	4 (20.00)	10 (50.00)	3 (15.00)	3 (15.00)	20 (100.00)
ภาคตะวันออก (ยกเว้นจังหวัดชลบุรี)	2 (6.90)	7 (24.10)	6 (20.70)	8 (27.60)	6 (20.70)	29 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 75.439 ที่ระดับ df เท่ากับ 24 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่าภูมิสำเนาในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

เมื่อพิจารณาค่า P_{hi} พบว่ามีค่าเท่ากับ .433 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ามีภูมิสำเนาของในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546) ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 28 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกทางวัฒนธรรมกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ย

ความคิดเห็นด้าน สินมรดกทางวัฒนธรรม	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามาเยือน กลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนาน กว่า 1 สัปดาห์	
ไม่เหมาะสม	0 (.00)	0 (.00)	0 (.00)	1 (100.00)	0 (.00)	1 (100.00)
เหมาะสมมาก	47 (39.50)	25 (21.00)	32 (26.90)	8 (6.70)	7 (5.90)	119 (100.00)
เหมาะสมมากที่สุด	121 (45.80)	53 (20.10)	53 (20.10)	27 (10.20)	10 (3.80)	264 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 14.089 ที่ระดับ df เท่ากับ 8 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .079 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสินมรดกทางวัฒนธรรมไม่มีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา

เมื่อพิจารณาค่า Φ พบว่ามีค่าเท่ากับ .192 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสินมรดกทางธรรมชาติดีความเกี่ยวข้องรอบปีที่ผ่านมา (2546) ท่านเคยเดินทางมาเที่ยว พักยาก็ครั้ง ในระดับน้อย

ตารางที่ 29 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกทางธรรมชาติดกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยว พักยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

ความคิดเห็นด้าน สินมรดกทางธรรมชาติ	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยว ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	ไม่เคย	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง	7-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง	
ไม่เหมาะสม	0 (.00)	1 (100.00)	0 (.00)	0 (.00)	0 (.00)	1 (100.00)
เหมาะสมมาก	7 (5.90)	35 (29.40)	32 (26.90)	23 (19.30)	22 (18.50)	119 (100.00)
เหมาะสมมากที่สุด	23 (8.70)	53 (20.10)	43 (16.30)	42 (15.90)	103 (39.00)	264 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 23.155 ที่ระดับ df เท่ากับ 8 ค่านี้สำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่าด้านสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพักยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

เมื่อพิจารณาค่า Φ พบว่ามีค่าเท่ากับ .246 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสินมรดกทางธรรมชาติดีความเกี่ยวข้องกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพักยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546) ในระดับน้อย

ตารางที่ 30 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกที่มุษย์สร้างขึ้นกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

ความคิดเห็นด้าน สินมรดกที่มุษย์สร้างขึ้น	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามา เยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2- 3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนาน กว่า 1 สัปดาห์	
ไม่เหมาะสม	2 (100.00)	0 (.00)	0 (.00)	0 (.00)	0 (.00)	2 (100.00)
เหมาะสมมาก	65 (42.20)	33 (21.40)	36 (23.40)	11 (7.10)	9 (5.80)	154 (100.00)
เหมาะสมมากที่สุด	101 (44.30)	45 (19.70)	49 (21.50)	25 (11.00)	8 (3.50)	228 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 5.518 ที่ระดับ df เท่ากับ 8 คำนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .701 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าด้านสินมรดกที่มุษย์สร้างขึ้นไม่มีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .422 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสินมรดกที่มุษย์สร้างขึ้นมีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้งในระดับปานกลาง

ตารางที่ 31 ความเกี่ยวข้องระหว่างด้านสินมรดกที่มनुยส์สร้างขึ้นกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพหยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

ความคิดเห็น ด้านสินมรดก ที่มनुยส์สร้างขึ้น	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	ไม่เคย	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง	7-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง	
ไม่เหมาะสม	0 (.00)	0 (.00)	1 (50.00)	0 (.00)	1 (50.00)	2 (100.00)
เหมาะสมมาก	11 (7.10)	40 (26.00)	33 (21.40)	25 (16.20)	45 (29.20)	154 (100.00)
เหมาะสมมากที่สุด	19 (8.30)	49 (21.50)	41 (18.00)	40 (17.50)	79 (34.60)	228 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 4.555 ที่ระดับ df เท่ากับ 8 ค่านัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .804 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสินมรดกที่มनुยส์สร้างขึ้นไม่มีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพหยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .212 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสินมรดกที่มनुยส์สร้างขึ้นมีความเกี่ยวข้องกัจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพหยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546) ในระดับน้อย

ตารางที่ 32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	อายุกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยว พัทยาแต่ละครั้ง	ยอมรับ
2	อายุกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยาในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
3	อาชีพกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ยอมรับ
4	อาชีพกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยาในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ยอมรับ
6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
7	ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิลำเนาในปัจจุบันกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ยอมรับ
8	ภูมิลำเนาในปัจจุบันกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
9	สินมรดกทางธรรมชาติกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย สำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ปฏิเสธ
10	สินมรดกทางธรรมชาติกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
11	สินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย สำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ปฏิเสธ
12	สินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ปฏิเสธ

การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

จากผลการศึกษาได้นำเสนอมาแล้วทั้งหมดข้างต้น สามารถนำมากำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา ได้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี และอายุ 26-35 ปี

กลยุทธ์ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการจัดโซน หรือกำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบและสอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาและการสนับสนุนในด้านงบประมาณ การกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยการกำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางเกษตร พื้นที่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางชายหาด พื้นที่สำหรับกิจกรรมด้านกีฬา พื้นที่จำหน่ายอาหารทะเลและสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา การกำหนดราคาตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองพัทยา ควรมีกลยุทธ์ ดังนี้

1. ทางหน่วยงานราชการ ควรมีการขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร สถานบันเทิง ฯลฯ ในการกำหนดราคาค่าบริการให้มีความยุติธรรมและสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง จัดให้มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสอบถามแหล่งท่องเที่ยว ราคาค่าบริการ ทำป้ายโฆษณา แผ่นพับ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนมีการตรวจสอบและควบคุมไม่มีการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างภาพพจน์ในการท่องเที่ยวด้วย
2. หน่วยงานภาคเอกชน ควรมีการประชุมและกำหนดแนวราคาและการบริการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริง ควรมีการจัดตั้งกลุ่ม สมาคม ชมรม เพื่อให้มีการกำหนดไปเป็นแนวทางเดียวกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ในการจัดจำหน่ายหรือช่องทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการดำเนินการดังนี้

1. ทางภาครัฐ จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับบริษัทท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยา ขอความร่วมมือกับภาคเอกชน ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. ทางภาคเอกชน ทางกลุ่มหรือชมรมผู้ประกอบการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น มีการส่งเสริมจัดแสดงนิทรรศการการท่องเที่ยวนอกสถานที่ ตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย ทางชมรม สมาคม หรือกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ควรมีการร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น การให้ส่วนลดโดยซื้อบริการครั้งเดียวเที่ยวได้ทุกที่ การส่งเสริมจัดแสดงนิทรรศการการท่องเที่ยวนอกสถานที่ เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยว และเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยกลุ่มตัวอย่าง (sample) สุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (accidental sampling) เนื่องจากข้อมูลของสำนักงานท่องเที่ยว เขต 3 ในปี 2546 มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเมืองพัทยานักท่องเที่ยวเกิน 100,000 คนต่อปี ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงใช้จำนวน 384 ตัวอย่าง โดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างเกณฑ์สัดส่วนของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, p. 608) โดยจัดทำตารางระบุจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่จะสุ่มเมื่อทราบจำนวนประชากร ตั้งแต่ 10 คน ไปจนถึง 1 แสนคน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 384 ราย เป็นหญิง ร้อยละ 59.10 เป็นเพศชาย ร้อยละ 40.90 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 55.20 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 36.70 ส่วนมากมีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 39.32 รองลงมาคือภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 19.27 มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ร้อยละ 35.94 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 27.60 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 24.74 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 20.31 และรายได้ต่อเดือนส่วนมาก มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 66.15

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยว พบว่าพฤติกรรมมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับโอกาส ร้อยละ 57.03 มีระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยานักท่องเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา (2546) ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน ร้อยละ 43.75 และจำนวนครั้งของ

การเดินทางมาเที่ยวพัทธา ในรอบปีที่ผ่านมามากกว่า 10 ครั้ง ร้อยละ 32.55 รองลงมาคือ 1-3 ครั้ง จำนวน ร้อยละ 23.18

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทธาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 62.76) โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นความเป็นธรรมชาติในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรกคือ ภูเขา (ร้อยละ 62.76) รองลงมาคือ เกาะ (ร้อยละ 59.38)
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทธาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 52.60) โดยสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวของเมืองพัทธาในระดับเหมาะสมมาก เป็นลำดับแรกคือ ความสวยงาม (ร้อยละ 50.00) รองลงมาคือ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ร้อยละ 44.27)
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทธาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 50.26) โดยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทธา ในระดับเหมาะสมมาก คือ สวนเกษตร เช่น สวนนงนุช ไร่วนาสิน สวนผักปลอดสารพิษ วัดญาณสังวราราม เป็นต้น และกีฬาทางน้ำ เช่น เรือใบจอมเทียน บึงเจตสกี เป็นต้น (ร้อยละ 55.73)
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทธาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (ร้อยละ 61.98) โดยความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทธา อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 52.60) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักดี (ร้อยละ 52.08)
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทธาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (ร้อยละ 53.65) โดยแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทธาในระดับเหมาะสมมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ แหล่งท่องเที่ยวทาง ศาสนสถาน วัดญาณสังวราราม เขาชีจรรย์ วิหารเซียน อุทยานสามก๊ก (ร้อยละ 50) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น เมืองจำลอง ปราสาทสังขรรม เป็นต้น (ร้อยละ 42.45)
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวของเมืองพัทธาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 55.47) โดยโครงสร้างพื้นฐานการ

ท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรกคือ เดินทางสะดวก (ร้อยละ 51.56) รองลงมาคือ มีการดูแลความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 40.63)

7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 54.17) โดยโครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยาในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรกคือ ที่พักสะอาดปลอดภัย (ร้อยละ 56.77) รองลงมาคือ การเดินทางสะดวก (ร้อยละ 55.73) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ร้อยละ 42.97)

8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 47.14) โดยวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทยาในระดับเหมาะสม เป็นลำดับแรกคือ มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส (ร้อยละ 47.14) รองลงมาคือ ความมีน้ำใจพร้อมช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 40.36)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด จะนำเสนอโดยการจัดลำดับความสำคัญตามความถี่ของข้อมูล 3 ลำดับแรกดังนี้

1. ด้านสภาพการจราจร มีสภาพการจราจรที่ติดขัดทำให้เสียเวลาในการเดินทางไปกลับ ควรมีการขยายพื้นผิวการจราจร และจัดให้มีรถโดยสารสาธารณะที่มีการบริการที่ดี
2. ควรจัดให้มีตำรวจจราจรประจำจุดต่าง ๆ ที่ติดขัด เพื่อคอยอำนวยความสะดวก
3. สถานที่จอดรถตามแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

1. อายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

1.1 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา

1.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

2. อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

2.1 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

2.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ยอมรับสมมติฐานที่ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

3. รายได้เฉลี่ยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

3.1 จากการทดสอบสมมติฐาน ยอมรับสมมติฐานที่ว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

3.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ยอมรับสมมติฐานที่ว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

4. ภูมิถำเนาในปัจจุบันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

4.1 จากผลการทดสอบสมมติฐาน ยอมรับสมมติฐานที่ว่าภูมิถำเนาในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย

4.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ยอมรับสมมติฐานที่ว่าภูมิถำเนาในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

5. สนิมรดกทางธรรมชาติของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

5.1 จากการทดสอบสมมติฐาน ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสนิมรดกทางธรรมชาติไม่มีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา

5.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ยอมรับสมมติฐานที่ว่าด้านสนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

6. สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

6.1 จากการทดสอบสมมติฐาน ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าด้านสนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นไม่มีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

6.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นไม่มีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. พฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเมืองพัทยา ขึ้นอยู่กับ โอกาส เดินทางมาเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ และส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวมากกว่า 10 ครั้งต่อปี ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากเมืองพัทยา ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ห่างจากกรุงเทพฯ 145 กิโลเมตร การเดินทางสะดวก มีรถโดยสารในการเดินทางมาตลอดวัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ และสามารถที่จะเดินทางมาเที่ยวได้ตลอดเวลา โดยบางครั้งไม่ต้องวางแผนการเดินทางล่วงหน้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมิลล์ (Mill, 1990, p. 22) ที่ว่าองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ

1) สิ่งดึงดูดใจ 2) สิ่งอำนวยความสะดวก 3) การขนส่ง 4) การต้อนรับ

2. ปัจจัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวพบว่า

2.1 ในด้านสินมรดกทางธรรมชาติ ในด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าเมืองพัทยานี้มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ความหลากหลายและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ได้แก่ ชายหาดพัทยานั้น เริ่มตั้งแต่บริเวณพัทยานีเลียสไปตามแนวถนนชายหาดจนถึงพัทยาใต้ ซึ่งในบริเวณย่านนี้ทั้งหมดเป็นเขตชุมชนหนาแน่นมีโรงแรม ศูนย์การค้า ร้านค้า ภัตตาคาร ร้านอาหาร และธุรกิจทุกประเภทตั้งอยู่มากมายรวมทั้งหลายแห่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวในยามราตรี หาดนาจอมเทียน เป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลของพัทยาซึ่งมีบรรยากาศอีกแบบหนึ่งแตกต่างไปจากอ่าวพัทยานี้ มีระยะห่างกันเพียง 6 กิโลเมตร สถานที่แห่งนี้เป็นชายหาดที่ต่อเนื่องจากเขาพัทยานีเลียสชายหาดเป็นระยะทางยาวประมาณ 3 กิโลเมตร หาดจอมเทียนเป็นหาดที่เงียบสงบปัจจุบันชายหาดนี้ได้รับการพัฒนาให้มีการปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นและสวยงาม หมู่เกาะล้านประกอบด้วย เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองพัทยา จากชายหาดเมืองพัทยานี้จะสามารถมองเห็นเกาะล้านได้ชัดเจนเพราะอยู่ห่างจากฝั่งออกไปเพียงประมาณ 7.5 กิโลเมตร การเดินทางโดยเรือเร็วใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 นาที และเรือโดยสารประมาณ 40 นาที หมู่เกาะล้านแต่เดิมเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในนามว่า หมู่เกาะปะการัง เพราะอุดมไปด้วยปะการังนานาชนิด เป็นแหล่งปะการังที่สมบูรณ์แห่งหนึ่งของประเทศและใกล้กรุงเทพฯมากที่สุด โดยมีเกาะครก และเกาะสากเป็นเกาะบริวาร พื้นที่เกาะล้าน

ยังมีหาดที่มีความสวยงามและมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์อีกหลายแห่ง เช่น หาดตายาย หาดแหลมหัวโหด และหาดตาพัน นอกจากนี้หาดทรายชายทะเลแล้ว พื้นที่บนเกาะซึ่งส่วนใหญ่เป็นภูเขาปกคลุมด้วยพืชพันธุ์ไม้ที่เขียวชอุ่มตลอดทั้งปี ซึ่งนับว่ายังคงความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมไว้ได้มาก ดังนั้นเกาะนี้จึงเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญสำหรับการไปพักผ่อนและเขาพิทยา (เขาพระบาท) ซึ่งนอกจากความงามของชายหาดพิทยาถัดขึ้นไปบนเขาด้านฝั่งตะวันตกมีเนินเขาขนาดเล็กเป็นจุดชมวิวยามเย็นเขาซึ่งจะมองเห็นทิวทัศน์ของหาดพิทยาทั้งหมดซึ่งสวยงามมากเป็นอ่าวโค้งรูปครึ่งวงกลม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาพิทยามักจะไม่พลาดชมทัศนียภาพอันสวยงามบนเขาพิทยาแห่งนี้ เพราะนอกจากจะได้ชมทิวทัศน์ด้านหาดนาจอมเทียนและในขณะเดียวกันก็ถือโอกาสนมัสการพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์บนเขาและพระพุทธรูปปางต่าง ๆ ประจำวันเกิดที่ประดิษฐานไว้เพื่อความเป็นสิริมงคล นอกจากนี้บริเวณเขาพิทยายังเป็นที่ตั้งของสถานีวิทยุ สทร. 5 พิทยา และพระอนุสาวรีย์ของพระบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ประดิษฐานอยู่ มีการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาดและสวยงาม และเป็นเมืองท่องเที่ยวที่รู้จักกันในระดับโลก จึงทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวเมืองพิทยามาก ซึ่งสอดคล้องกันแนวคิดของ วาฮาบ (Wahab) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวหรือเรียกว่า สันมรดกทางการท่องเที่ยวว่ามี 2 ประการ คือ 1) สันมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลมฟ้าอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า ภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น 2) สันมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย

2.2 ในด้านสันมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น พบว่าด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพิทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด ส่วนด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานรองรับ ด้านวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพิทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าในปัจจุบันทางภาครัฐได้มีการสนับสนุนการท่องเที่ยว มีการรณรงค์และขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนหามาตรการในการที่จะรักษาความปลอดภัยและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมืองพิทยา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่รู้จักไปทั่วโลก ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างก็ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบกับเมืองพิทยายังมีสถานท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ เช่น เมืองจำลอง มีการจำลองสถาปัตยกรรมสำคัญต่าง ๆ ในประเทศและทั่วโลกไว้ เช่น พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่ง อนันตสมาคม อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ สะพานข้ามแม่น้ำแคว พระปฐมเจดีย์ ประสาทหินพิมาย เป็นต้น พิพิธภัณฑ์ริบลิส์ “เชื่อหรือไม่ว่า” ตั้งอยู่ที่ชั้น 3 ศูนย์การค้ารอยัลการ์เด้นท์ พลาซ่า พิทยา เป็นศูนย์รวมความแปลกมหัศจรรย์เหลือเชื่อจากทั่วทุกมุมโลก เช่น ม้า 3 ขา มนุษย์ 4 ตา เป็นต้น ปราสาทสังขรรม (ปราสาทไม้หรือเมืองโบราณพิทยา) ตั้งอยู่บริเวณแหลมราชเวช

(ทางเข้าบริเวณชอยนาเกลือ 12) มีพื้นที่คิดทะเลขนาด 60 ไร่ ปราสาทสังฆกรรมสร้างด้วยไม้ทั้งหลัง ไม่มีโลหะเข้ามาปะปนใช้ระบบเข้าเคียวไม้แบบไทยหรือใส่สลักไม้ ไม้ที่นำมาก่อสร้างจะเป็น ไม้เนื้อแข็งและหายาก คือ ไม้สักจากในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน นับเป็นงานสถาปัตยกรรม และศิลปกรรมแห่งศตวรรษ พระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาจักรวรรย์ สร้างขึ้นน้อมเกล้าถวาย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เป็นพุทธรูปแกะสลักหิน ประจํารัชกาลที่ 9 วัดญาณสังวราราม เป็น สถานที่ศักดิ์สิทธิ์มีความร่มรื่นสวยงาม สถาปัตยกรรมที่สำคัญทางพุทธศาสนาเป็นที่ประดิษฐาน รอบพระพุทธรูป ๓ มณฑลปิดเขา โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงรับไว้ในพระบรม ราชูปถัมภ์ สวนนงนุช มีพื้นที่ 1,300 ไร่ แบ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและรีสอร์ท 450 ไร่ เรือนเพาะชำ 400 ไร่ พื้นที่ที่เหลือเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปาล์ม พันธุ์ปรง ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ไร่วนาสินธุ์ เดิมเป็นสวนมะม่วง และขนุนเนื้อที่ 100 ไร่ ซึ่งได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีก แห่งหนึ่งของพัทยา บรรยากาศร่มรื่น ชมบ้านไทย มีการจัดกิจกรรมตลาดน้ำพัทยาการละเล่นพื้นที่ อื่นมากมาย อุทยานสามก๊ก ภายในบริเวณประกอบด้วยภาพเขียนจิตรกรรมประวัติศาสตร์สามก๊ก อันลือชื่อของโลกซึ่งเขียนลงบนแผ่นกระเบื้องกึ่งสัจจากประเทศจีนภายใน โครงการจะเน้นการออก แบบสถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตยกรรม โดยจะผสมผสานกับเอกลักษณ์ศิลปสถาปัตยกรรมไทย จีน เจริญประยุกต์ และสอดคล้องกับแนวคิดของวาฮับ (Wahab) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น จูงใจ ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวหรือเรียกว่า สนิมรดกทางการท่องเที่ยวว่ามี 2 ประการ คือ 1) สนิมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลมฟ้าอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า ภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น 2) สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่าง สะดวกสบาย ได้แก่ สนิมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศาสนา โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ เครื่องอำนวยความสะดวก อื่น ๆ เพื่อให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐานรอง ได้แก่ สิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร และวิถีการดำรงชีวิต ของคน ซึ่งรวมถึงทำให้ความรู้สึกของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความขี้มขี้มแจ่มใส ความมีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ผลจากการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยด้านความเป็นธรรมชาติ ปัจจัยด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวของ เมืองพัทยา ปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่ง ท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านความมี

ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านโครงสร้างเหนือฐานรองของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทยา อยู่ในระดับเหมาะสมมาก ประกอบกับปัจจุบันทางรัฐบาลได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถนำเงินตราเข้าประเทศอยู่ในลำดับต้น ๆ นอกเหนือจากการส่งออกแล้ว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เมืองพัทยา การท่องเที่ยวเขต 3 ฯลฯ ควรมีการกำหนดแผนกิจกรรมและนำเสนอแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ดังนี้

1. การรักษาสีงแวดล้อมของชายหาด น้ำทะเลให้มีสภาพที่ดี มีนโยบายการรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและแน่นอน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งทางด้านทะเล ภูเขา การบำบัดน้ำเสีย การรักษาแนวปะการัง เป็นต้น
2. ควรมีนโยบายในด้านการพัฒนา ปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นระเบียบ สะอาด เรียบร้อย ให้สมกับเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ปรับภูมิทัศน์ ตามสถานแหล่งท่องเที่ยว จัดระเบียบร่มเตียงผ้าใบ หาบเร่แผงลอย
3. วางแผนนโยบายเกี่ยวกับการจัดการแข่งขันกีฬาทางน้ำให้เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค
4. ควรมีนโยบายในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
5. วางแผนนโยบายด้านการจราจร ให้มีความสอดคล้องกับปริมาณการเพิ่มขึ้นของประชากร นักท่องเที่ยวและความเจริญของท้องถิ่น
6. ควรมีนโยบายด้านมาตรฐานของสถานที่พัก ความถูกสุขอนามัย ทางหนีไฟ การกำหนดราคาที่พัก เป็นต้น
7. ควรมีนโยบายในเรื่องศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องต่าง ๆ เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การร้องทุกข์ ตลอดจนจัดอบรมเจ้าหน้าที่ให้ความรู้แก่ประชาชนในการที่จะบริการนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ จากผลการวิจัยพบว่า เมืองพัทยาคือแหล่งนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวมากและในแต่ละปีมีการเดินทางมาบ่อยมากทั้งมีการเดินทางไปกลับและพักค้างคืน ประกอบกับเมืองพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการต่อไปนี้

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กำหนดกิจกรรมที่จัดในแต่ละช่วงควรมีการนำเสนอทั้งในสื่อระดับโลก ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น ให้สอดคล้องและ

เหมาะสม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบและมีการประเมินผลเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขต่อไป

2. ควรมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวและประชาชน มีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม รักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว การคัดแยกขยะเพื่อง่ายต่อการทำลาย
 3. จัดระเบียบการจราจรเพื่อให้มีความคล่องตัว และแก้ปัญหาจอดรถ ที่จอดรถ ตลอดจนมาตรการในการปรับ กรณีที่ยังมีการฝ่าฝืนในการทำผิดกฎหมาย
 4. จัดให้มีอาสาสมัครแนะนำนักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ท้องถิ่น โดยใช้นักเรียนหรือประชาชนเป็นแนวร่วม ตลอดจนช่วยสอดส่องดูแลความปลอดภัย แจ้งเหตุ
 5. ขอความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการร่วมกันจัดเก็บขยะใต้ทะเล การรื้อสายไฟลงใต้ดินตามแหล่งท่องเที่ยว ขึ้นทะเบียนหาบเร่แผงลอย
 6. จัดให้มีการแข่งขันกีฬาให้สอดคล้องตามฤดู เช่น ฟุตบอลชายหาดในฤดูร้อน การแข่งขันเจ็ตสกี การแข่งขันเรือใบ เป็นต้น
 7. จัดสรรงบประมาณ ในระยะสั้น เช่น การซ่อมแซมถนน เพิ่มผิวจราจร จัดหาที่จอดรถในระยะยาว เช่น การทำอุโมงค์ในทางแยกที่มีปัญหาการจราจร การจัดทำรถรางเลียบนชายหาด
- ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ** จากผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษานักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย ผลของการศึกษาก็สามารถนำมาเป็นแนวทางในระดับหนึ่ง แต่เมืองพัทยาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวมากขึ้นทุกปี ดังนั้นควรมี

1. การศึกษาถึงความคิดเห็นของชาวต่างชาติเพิ่มเติม เนื่องจากชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะมีการมาเที่ยวใช้ระยะเวลา มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย มีการพักค้างคืน และนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้เป็นส่วนใหญ่

2. ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของบริษัทนำเที่ยว เพื่อจะได้แนวทางเป็นข้อเสนอแนะให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปแก้ไขต่อไป

3. ศึกษาถึงความต้องการสาธารณูปโภคของประชาชนในพื้นที่เมืองพัทยา เพื่อจะได้รับทราบแนวทางความต้องการของประชาชน ซึ่งเป็นการพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญแบบยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาได้แก่นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย ซึ่งจะทำให้ได้รับทราบความต้องการในระดับหนึ่ง ดังนั้นผู้ที่สนใจที่จะศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งจะทำให้ได้รับทราบพฤติกรรมและปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มหลักที่นำรายได้เข้ามาสู่เมืองพัทยา

2. ควรทำการศึกษาถึง อนาคตของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ซึ่งจะทำให้สามารถนำผลไปกำหนดเป็นแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต่อไป

3. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยเปรียบเทียบกับชาวต่างประเทศ เพื่อจะได้รับทราบถึงความแตกต่างในปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยว

4. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเฉพาะเขตเมืองพัทยา ดังนั้นผู้ที่สนใจที่จะทำการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ควรทำการศึกษาในเขตท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ พังงา จันทบุรี ตราด หนองคาย อุดรธานี เป็นต้น เพื่อจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง

มหาวิทยาลัยบูรพา

บรรณานุกรม

Burapha University

บรรณานุกรม

กองวิชาการและแผนงาน. (2546). *บรรยายสรุปเมืองพัทยา*. กองวิชาการและแผนงาน งานวิจัยและประเมินผล ชลบุรี.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540, กุมภาพันธ์). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ*.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). นโยบายหลัก ททท. *อนุสาร อ.ส.ท.*, 42 (7), หน้า 13.

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. (2539). *โครงการวิจัยตลาดท่องเที่ยวในประเทศ*. งานวิจัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2539). องค์ประกอบการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 15 (2), หน้า 30.

ชยากรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2539). ผลกระทบด้านสังคม วัฒนธรรมและการเมืองจากการพัฒนาการท่องเที่ยว. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 15 (1), หน้า 35-37.

ชิดจันทร์ ทังสสุต. (2537). *หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เดือนรัตน์ รัตนศิริ. (2533). *ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธงชัย สันติวงษ์. (2524). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

นงนุช ศรีธนาอนันต์. (2538). การพิจารณาลักษณะเฉพาะของบริการเพื่อประกอบธุรกิจโรงแรม. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 14 (4), หน้า 47-58.

นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2540). *ระเบียบวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. งานวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

พิบูล ทีปะปาล. (2535). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

มาโนช รักษาศรี. (2546). *ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดระยอง*.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา.

รัฐวุฒิ เจียมศรีพงษ์. (2541). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณ*

หาดบางแสน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสังแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. (พิมพ์ครั้งที่ 5).

กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

รุ่งทิพ ว่องปฏิการ. (2538). *ระบบข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว*. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 14

(2), หน้า 5-6.

วินิจ วีรยางกูร. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ:

โอเดียนสโตร์.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2543). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ

: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย. (2540). *ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการอะเมซิ่ง*

ไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรวีรัตน์ และคณะ. (2537). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา*.

กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สุวิทย์ กุลาเลิศ. (2543). *การศึกษาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตอำเภอ*

เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุวิธาน มนแพวงสานนท์. (2543). *วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS for Windows*.

กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

เสรี วังสีไพจิตร. (2530). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีท่องเที่ยวของไทย 2530*.

จุลสารการท่องเที่ยว, 6 (1), หน้า 2-3

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler, P. (1972). *Principle of marketing*. (2 ed.). New Jersey: Prentice –

Hall.

Krejcie and Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), pp. 607-610.

Mill, Robert Christie. (1990). *Tourism : The International business*. New Jersey: Prentice-Hall.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

ประวัติเมืองพญา

คำว่า “พญา” นั้นมีประวัติเล่ากันว่าเมื่อ พ.ศ.2310 ก่อนที่จะเสียกรุงแก่พม่า 2 เดือน พระยาตาก(สิน) ซึ่งขณะนั้นเป็นพระยากำแพงเพชรเห็นว่าถ้าในกรุงศรีอยุธยา ต่อสู้กับพม่าอ่อนแออย่างเช่นนี้ ก็จะต้องเสียกรุงเป็นมั่น จึงคิดหนีไปตั้งตัวใหม่หาสมัครพรรคพวกได้ประมาณ 500 คน ยกออกจากค่ายวัดพิชัยมุ่งไปทางตะวันออกเฉียงใต้ และได้รับกับพม่าที่ยกติดตามไปถึง 4 ครั้งจนกระทั่งได้เดินทัพล่องหน้าไปแขวงเมืองชลบุรี พระยาตากไปพักทัพที่บริเวณหน้าวัดใหญ่ อินทราราม (ปัจจุบัน) และจึงเคลื่อนทัพมุ่งไปยังจันทบุรีระหว่างทางได้พักทัพที่บ้านหนองไผ่ (ซึ่งอยู่ด้านหลังสถานีตำรวจภูธรพญา ริมถนนสุขุมวิทปัจจุบัน) ตำบลนาเกลือ แขวงเมืองบางละมุง พระราชพงศาวดารฉบับพระราชหัตถเลขา เล่ม 2 กล่าวไว้ว่า ขณะนี้ นายกลม เป็นนายชุมนุมคุมไพร่พลอยู่ที่นั่น คอยสกัดจะต่อรองและพระกำแพงเพชรขึ้นชีช้าंगพลายถือปืนนกสับรางแดงพร้อมด้วยพลทหารแห่แควดล้อมหน้าหลังตรงเข้าไปในระหว่างพวกพลนายกลม ซึ่งมาสกัดคือนั้นด้วยเดชะบารมีบันดาลให้นายกลมเกรงกลัวเดชาานุภาพวางอาวุธเสียสิ้นพวกพลทัพเข้าอ่อนน้อมเป็นจำแล้วนำทัพไปหยุดประทับ ณ ที่หนองน้ำ ครั้นรุ่งขึ้นวันอังคาร แรม 6 ค่ำเดือนยี่ นายกลมจึงนำไพร่พลหมื่นหนึ่งนำทัพไปถึงตำบลแห่งหนึ่งหยุดพักแรมเสียคืนหนึ่งรุ่งขึ้นเดินทางทัพมาถึงจอมเขนและทุ่งไก่อเตี้ย สัตหีบ หยุดพักแรมแห่งละคืน

ต่อมาตำบลแห่งนั้นชาวบ้านเรียกว่า “ทัพพระยา” และต่อมาเรียกใหม่เป็น “พญา” มีทั้งตัว ท.ทหาร และตัว ธ.ธง เนื่องจากเห็นว่าตรงที่บริเวณพระยาตากมาตั้งทัพนั้นทำเลดี มีลมทะเลชื่อลมพญา คือ ลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือในต้นฤดูฝน จึงเรียกสถานที่แห่งนี้ว่า “หมู่บ้านพญา” ต่อมาปัจจุบันได้เขียนใหม่เป็น “พญา”

เหตุการณ์สำคัญของเมืองพญาได้เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2502 เมื่อมีรถบรรทุกขนาดใหญ่ของทหารอเมริกันประมาณ 4-5 คัน ได้บรรทุกทหารเต็มคันรถประมาณคันละ 100 คน จากนครราชสีมาซึ่งมีฐานทัพของทหารอเมริกันอยู่ที่นั่นมาที่หาดพญา และเข้าบ้านตากอากาศของพระยาสุนทรพักอยู่เป็นประจำบ้านดังกล่าวอยู่ทางตอนใต้ของหาดพญาโดยผลัดกันพักผ่อนเป็นงวด ๆ ละ 1 สัปดาห์ และพักอยู่ที่บ้านพักดังกล่าวด้วยเหตุการณ์เช่นนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการมาท่องเที่ยวพญาและต่อมาพญาได้เปลี่ยนจากหมู่บ้านชายทะเลที่สงบมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศที่ทันสมัย ดังที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบันก่อนเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2521 พญามีฐานะเป็นสุขาภิบาลนาเกลือ ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2499 มีพื้นที่เฉพาะตำบลนาเกลือ ต่อมาได้ขยายเขตไปถึงพญาได้เมื่อ พ.ศ. 2507 มีพื้นที่ในการปกครองดูแลประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร

แต่เนื่องจากพญาไต้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ หน่วยการปกครองที่เป็นสุขาภิบาลอยู่เดิมไม่อาจจะบริหารงาน และให้บริการได้ทันกับความเจริญอย่างรวดเร็วได้ รัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพญา พ.ศ. 2521 ขึ้นด้วยผลแห่งพระราชบัญญัตินี้จึงได้ยุบสุขาภิบาลนาเกลือ และได้จัดตั้งเมืองพญาเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521 เป็นรูปการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ (city manager) ผู้จัดการเมืองและให้เมืองพญามีฐานะเทียบเท่าเทศบาลนครกระทั่งรัฐธรรมนูญราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มีผลบังคับใช้ได้กำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นและสภาท้องถิ่นต้องมาจากการเลือกตั้ง จึงยกเลิกพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพญา พ.ศ.2521 และตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพญา พ.ศ. 2542 บังคับใช้ มีผลตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานเมืองพญา

1. ลักษณะทางกายภาพ ที่ตั้ง เมืองพญา ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ 13 เหนือ และเส้นแวงที่ 101 ตะวันออก อยู่ในท้องที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 150 กิโลเมตร เลขที่ 171 หมู่ 6 ถนนพญาเหนือ ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20260 ชายหาดพญาขาวประมาณ 15 กิโลเมตร

อาณาเขต

ทิศเหนือ เริ่มจากแนวคลองกระทิงลาย

ทิศตะวันออก ขนานไปกับถนนสุขุมวิท

(ห่างจากถนนสุขุมวิทไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 900 เมตร)

ทิศตะวันตก ขนานกับแนวชายฝั่งทะเล

ทิศใต้ จรดพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่

พื้นที่

พื้นที่ทั้งหมด 208.10 ตารางกิโลเมตร (130,062.50 ไร่)

- พื้นดิน (รวมเกาะล้าน) 53.44 ตารางกิโลเมตร (33,400 ไร่)

- พื้นน้ำ 154.66 ตารางกิโลเมตร (96,662.50 ไร่)

พญาประกอบด้วยพื้นที่ 4 ตำบล คือ

1. ตำบลนาเกลือ หมู่ 1, 2, 3, 4, 5, 6 และ 7 (เกาะล้าน)

2. ตำบลหนองปรือ หมู่ 5, 6, 9, 10, 11, 12 และ 13

3. ตำบลห้วยใหญ่ หมู่ 4

4. ตำบลหนองปลาไหล หมู่ 6, 7 และ 8

2. สภาพภูมิประเทศ เมืองพัทลุงตั้งอยู่ในเขตอำเภอบางละมุง มีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขต ตำบลหนองปรือ ตำบลนาเกลือ และพื้นที่บางส่วนของตำบลห้วยใหญ่และตำบลหนองปลาไหล ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่เนินมีที่ราบน้อยที่ราบสำคัญจะเป็นที่ตั้งของย่านพาณิชย์กรรม หรือแหล่งการค้า และบริเวณย่านที่พักอาศัยจะอยู่ถัดจากหาดพัทลุงขึ้นไปทางตอนบน โดยที่ราบจะถูกล้อมรอบเนินเขาเตี้ยความสูงประมาณ 35 ม.รทก. บริเวณถัดลงมาเป็นเขาน้อย เขาตาโลและ เขาเสาธง สูงประมาณ 65 ม.รทก. แนวเขานี้แตกตัวออกไปต่อเนื่องกับเขาพัทลุงทางด้านทิศ ตะวันตกซึ่งติดกับชายฝั่งทะเล สูงประมาณ 98 ม.รทก. ซึ่งทำให้เกิดที่ราบระหว่างเชิงเขากับชายฝั่ง ทะเลอีก 2 แห่งอยู่ทางตอนบนและตอนล่าง โดยที่ราบตอนบนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่บริเวณนาเกลือ ซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางของชุมชนแถบนี้ ส่วนที่ราบตอนล่างมีลักษณะเป็นแถบยาวขนานไปกับ ชายฝั่งทะเลซึ่งห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 1 กิโลเมตร และจากลักษณะของเนินเขาและที่ราบ ดังกล่าว ทำให้เกิดทางน้ำตามธรรมชาติ ลักษณะลำน้ำโดยทั่วไป มีขนาดเล็กและตื้นเขินในช่วง ฤดูแล้ง เช่น คลองนาเกลือ คลองเสือเผ่น คลองพัทลุง เป็นต้น รวมทั้งในเขตการปกครองของ เมืองพัทลุงบางส่วนยังมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะอยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 8 กิโลเมตร เช่น เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก

3. ลักษณะภูมิอากาศ ลักษณะภูมิอากาศโดยทั่วไปได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมที่พัดผ่าน ตามฤดูกาล 2 ประเภท คือ ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งทำให้เกิดฤดูกาล 3 ฤดูกาล คือ ฤดูฝน ฤดูหนาว และฤดูร้อน นอกจากการได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม ดังกล่าวแล้วยังได้รับอิทธิพลจากพายุไซร่อนจากอ่าวเบงกอลซึ่งเป็นลมจรทำให้เกิดฝนตกค่อนข้าง มากในบริเวณที่พายุนี้พัดผ่าน โดยฤดูฝนเริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมไปจนถึงกลางเดือนตุลาคม เป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านและนำเอาความชุ่มชื้น และฝนตกมาบริเวณพัทลุง ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมไปจนถึงกุมภาพันธ์ ในช่วงนี้มีลมมาสุ่มตะวันออกเฉียงเหนือพัดพาเอามวลอากาศเย็นและแห้งแล้งเข้ามาสู่เมืองพัทลุง ทำให้อุณหภูมิลดต่ำลงในช่วง เดือนธันวาคม และมกราคม ส่วนในช่วงเปลี่ยนลมมรสุมตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์จนถึงกลาง เดือนพฤษภาคม เป็นช่วงฤดูร้อนซึ่งมีอากาศร้อนอบอ้าวและมีอุณหภูมิสูงขึ้น โดยเฉพาะในเดือน เมษายน

สถิติการท่องเที่ยว

ตารางสถิติการท่องเที่ยวพญา ปี 2545 – 2546

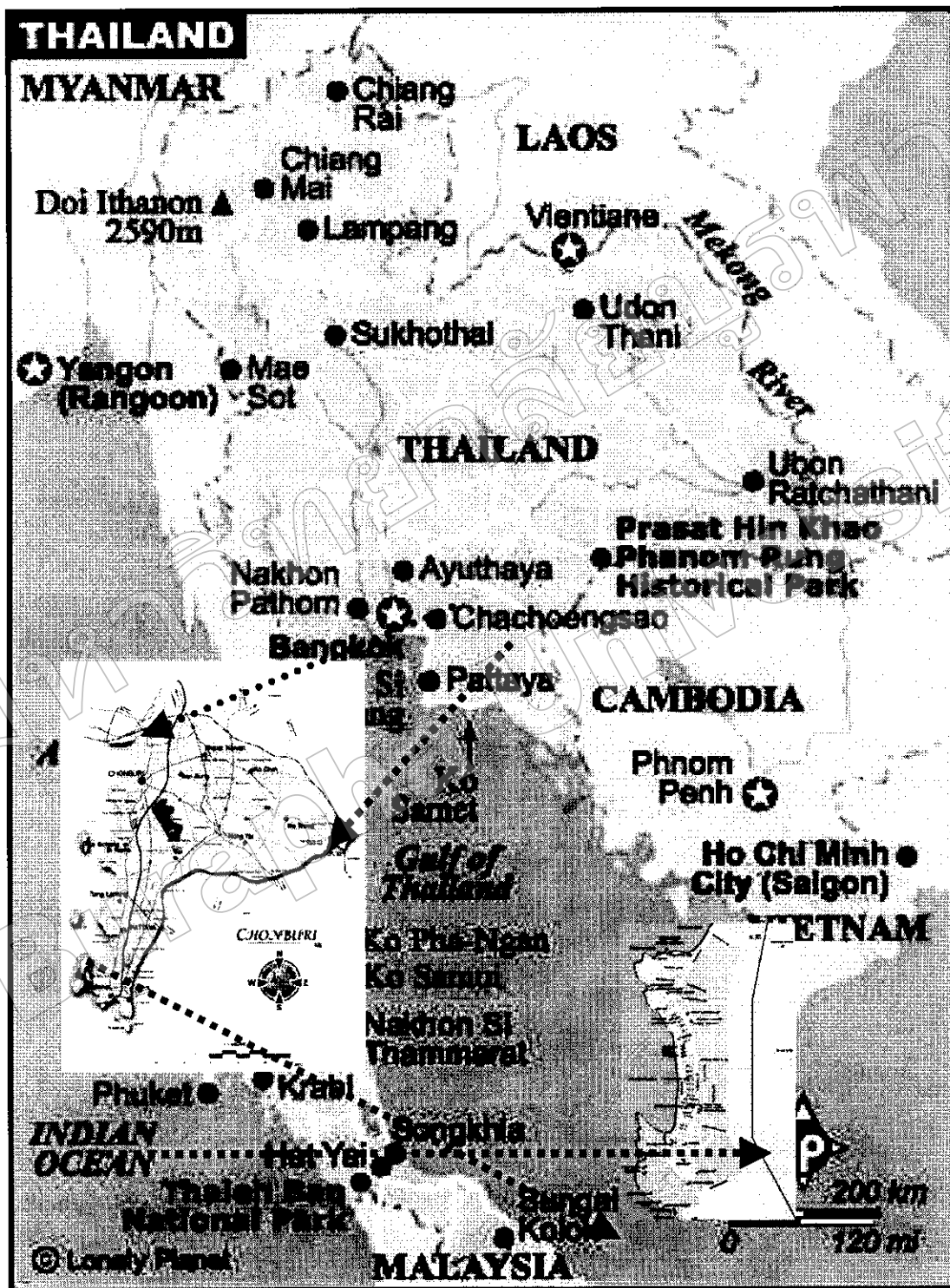
ข้อมูล	ปี 2545	ปี 2546	เพิ่มขึ้น (ลดลง)
ผู้เยี่ยมชม	3,331,771	3,604,542	8.19
ไทย	1,177,762	799,364	11.04
ต่างประเทศ	2,679,888	2,804,680	7.40
นักท่องเที่ยว	3,595,764	3,890,509	8.20
ไทย	976,526	1,075,964	10.18
ต่างประเทศ	2,619,238	2,814,545	7.64
นักทัศนจร	261,886	293,914	12.23
ไทย	201,236	229,634	14.11
ต่างประเทศ	60,650	64,280	5.99
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย(วัน)	3.69	3.64	-
ไทย	2.15	2.15	-
ต่างประเทศ	4.27	4.21	-
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)			
ผู้เยี่ยมชม	2,824.61	2,813.03	(0.41)
ไทย	2,342.35	2,357.55	0.65
ต่างประเทศ	3,036.56	3,019.59	(0.56)
นักท่องเที่ยว	2,914.69	2,906.45	(0.28)
ไทย	2,518.53	2,543.95	1.01
ต่างประเทศ	3,062.40	3,045.02	(0.57)
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)			
นักทัศนจร	1,587.74	1,576.34	(0.72)
ไทย	1,487.45	1,484.11	(0.22)
ต่างประเทศ	1,920.53	1,905.87	(0.76)

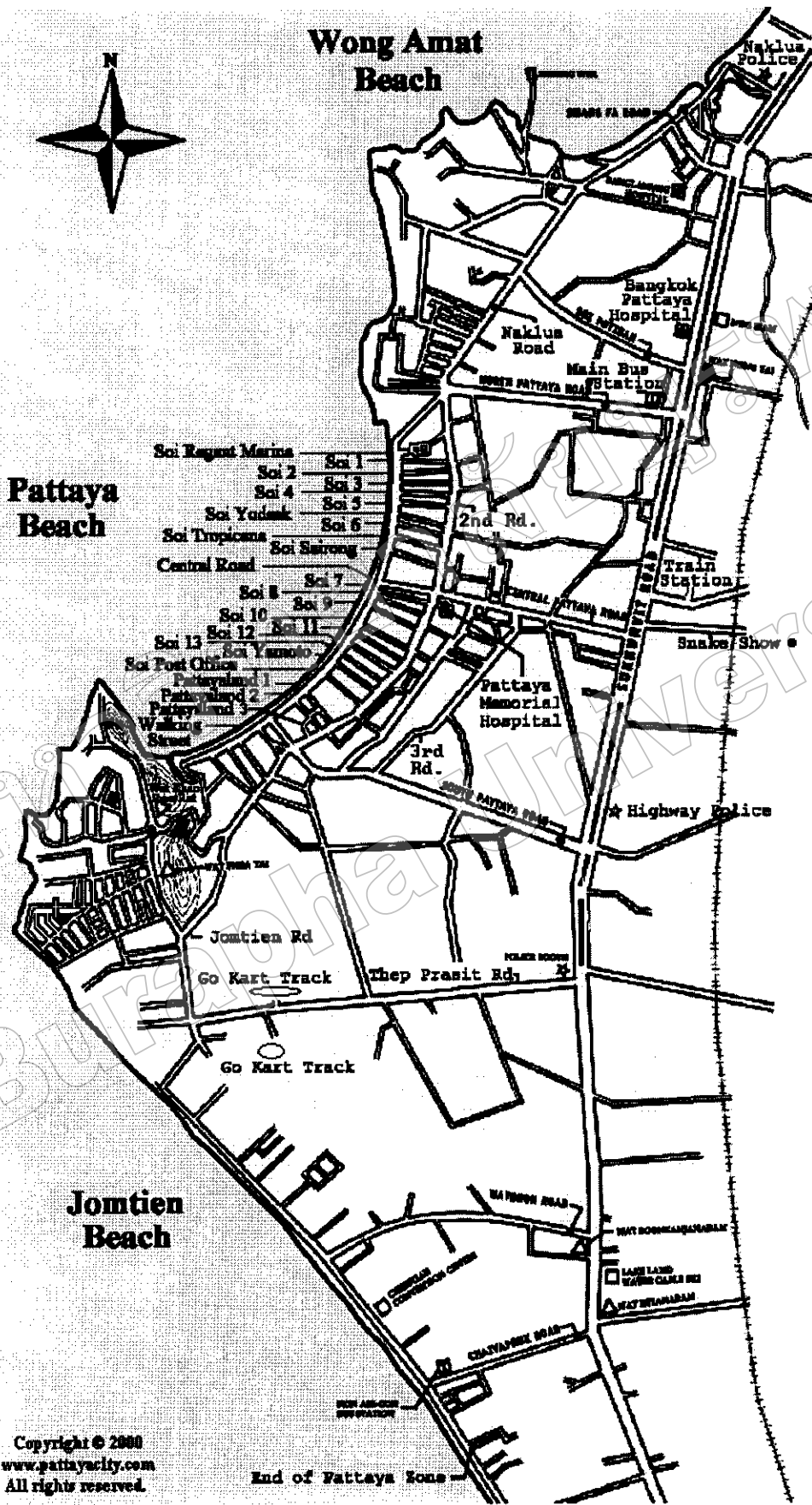
ตารางสถิติการท่องเที่ยวพญา ปี 2545 – 2546 (ต่อ)

ข้อมูล	ปี 2545	ปี 2546	เพิ่มขึ้น (ลดลง)
รายได้ (ล้านบาท)			
ผู้เยี่ยมชมเยือน	39,953.76	42,392.44	6.10
ไทย	5,587.03	6,218.78	11.31
ต่างประเทศ	34,366.73	36,173.66	5.26
ข้อมูลสถานพักแรม			
จำนวนสถานพักแรม (แห่ง)	236	242	2.54
จำนวนห้องพัก	23,960	24,648	2.87
อัตราเข้าพักเฉลี่ย (วัน)	59.44	61.08	1.64
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (วัน)	3.14	3.00	-
จำนวนนักท่องเที่ยวพักแรม (คน)	3,331,771	3,604,542	8.19
ไทย	720,364	799,862	11.04
ต่างประเทศ	2,611,407	2,804,680	7.40

(ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3)

แผนที่เมืองพัทยา





Copyright © 2000
 www.pattayacity.com
 All rights reserved.

End of Pattaya Zone

แบบสอบถาม	เลขที่.....
เรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา	
แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการทำวิจัยประกอบในการศึกษา ปัญหาพิเศษ สำหรับการศึกษาาระดับปริญญาโทสาขานโยบายสาธารณะ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น	

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

3. อายุ

น้อยกว่า 25 ปี

อายุ 26 – 35 ปี

อายุ 36 – 45 ปี

อายุ 46 – 55 ปี

มากกว่า 55 ปี

4. อาชีพของท่าน

ข้าราชการ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

เจ้าของกิจการ

พนักงานบริษัทเอกชน

นักเรียน/นักศึกษา

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน

ไม่เกิน 15,000 บาท

15,001 - 30,000 บาท

30,001 - 45,000 บาท

มากกว่า 45,000 บาท

6. ภูมิลำเนาของท่านในปัจจุบัน

จังหวัดชลบุรี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กรุงเทพฯและปริมณฑล

ภาคกลาง

ภาคเหนือ

ภาคใต้

ภาคตะวันออก (ยกเว้นจังหวัดชลบุรี)

เข้าหน้าที่

Q01

Q02

Q03

Q04

Q05

Q06

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

7. ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวพัทยาในวันใด

วันธรรมดา

วันหยุดเสาร์-อาทิตย์

วันหยุดนักขัตฤกษ์

ขึ้นอยู่กับโอกาส

8. ระยะเวลาพักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ไม่พักค้างคืน

ค้างคืน 1 คืน

ค้างคืน 2-3 คืน

ค้างคืน 4-7 คืน

ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์

9. จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยาในรอบปีที่ผ่านมา (2546)

ไม่เคย

1-3 ครั้ง

4-6 ครั้ง

7-10 ครั้ง

มากกว่า 10 ครั้ง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย /ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว				เจ้าหน้าที่
	เหมาะสม มากที่สุด	เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	ไม่เหมาะสม มากที่สุด	
1. ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว					
1.1 ภูเขา เช่นเขาทัพพระยา					Q10
1.2 ชายหาด					Q11
1.3 เกาะ					Q12
2. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว					
2.1 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ					Q13
2.2 ความสวยงาม					Q14
2.3 ความสะอาด					Q15

ปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว				เจ้าหน้าที่
	เหมาะสม มากที่สุด	เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	ไม่เหมาะสม สมมาก	
3. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว					
3.1 สวนเกษตร เช่น สวนนงนุช ไร่वानสิน สวนผักปลอดสารพิษ วัดญาณสังวราราม เป็นต้น					Q16
3.2 กีฬาทางน้ำ เช่น เรือใบ เรือลากกล้วย เจตสกี วินเซิร์ฟ เป็นต้น					Q17
4. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
4.1 แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่มื่อ เสียงระดับโลก					Q18
4.2 แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยม ของนักท่องเที่ยว					Q19
5. แหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์					
5.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ เช่น เมืองจำลอง ปราสาทสังขรรม เป็นต้น					Q20
5.2 แหล่งท่องเที่ยวทาง ศาสนสถาน วัดญาณสังวราราม เขาชีจรรย์ อุทยานสามก๊ก					Q21
6. โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว					
6.1 เส้นทางสะดวก					Q22
6.2 มีการดูแลความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินแก่ นักท่องเที่ยว					Q23

ปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว				เจ้าหน้าที่
	เหมาะสม มากที่สุด	เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	ไม่เหมาะสม สมมาก	
7. โครงสร้างพื้นฐานรอง (โรงแรม บังกะโล เกรตเฮ้าส์ เป็นต้น)					
7.1 ที่พักสะอาดปลอดภัย					Q24
7.2 การเดินทางสะดวก					Q25
7.3 มีที่จอดรถเพียงพอ					Q26
8. วิธีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น					
8.1 ความเป็นกันเอง อิมแอ้ม แจ่มใส					Q27
8.2 ความมีน้ำใจพร้อมช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว					Q28

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ตารางแสดงค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบสอบถาม

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก
Q10	.9091
Q11	.8978
Q12	.9006
Q13	.9008
Q14	.8994
Q15	.8930
Q16	.9020
Q17	.9033
Q18	.9053
Q19	.9080
Q20	.9022
Q21	.9047
Q22	.8974
Q23	.8992
Q24	.8960
Q25	.8988
Q26	.8991
Q27	.8955
Q28	.8972

N of Cases = 38.0

N of Items = 19

Alpha = .9054

แสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Krejcie and Morgan, 1970)

จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
10	10	150	108	460	210	2200	327
15	14	160	113	480	214	2400	331
20	19	170	118	500	217	2600	335
25	24	180	123	550	226	2800	338
30	28	190	127	600	234	3000	341
35	32	200	132	650	242	3500	346
40	36	210	136	700	248	4000	351
45	40	220	140	750	254	4500	354
50	44	230	144	800	260	5000	357
55	48	240	148	850	265	7000	361
60	52	250	152	900	269	7600	364
65	56	260	155	950	274	8000	367
70	59	270	159	1000	278	9000	368
75	63	280	162	1100	285	10000	370
80	66	290	165	1200	291	15000	375
85	70	300	169	1300	297	20000	377
90	73	320	175	1400	302	30000	379
95	76	340	181	1500	306	40000	380
100	80	360	186	1600	310	50000	381
110	86	380	191	1700	313	75000	382
120	92	400	196	1800	317	100000	384
130	97	420	201	1900	320		
140	103	440	205	2000	322		

