

ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบาย
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

มุกชิตา อธิวิรุถ

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ

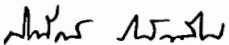
คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2554


ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

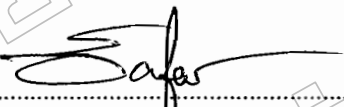
คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ มุกธิดา อิทธิวรกุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

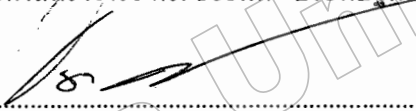
คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ สามัคคีธรรม)

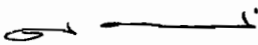
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์


..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ สามัคคีธรรม)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยชนัด ประดิษฐ์ศิลป์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ)

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์)

วันที่ 29 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2554

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณาจากหลายฝ่าย ที่กรุณาให้คำแนะนำช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ แก่ผู้วิจัยตั้งแต่ขั้นเริ่มต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ สามัคคีธรรม อาจารย์ที่ปรึกษา ในการให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เสมอมาจนงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงในความกรุณาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้กรุณาใช้เวลาอันมีค่าในการตรวจสอบคุณภาพและให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือให้มีความเหมาะสม อีกทั้งคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์ และ รองศาสตราจารย์ ดร. ชงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้งานนิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการสถานบริการทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบคุณครอบครัวของข้าพเจ้าและท่านอื่น ๆ ที่มีได้เอื้อนามในที่นี้ ที่มีส่วนช่วยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือจนงานนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และหากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่อง ผู้เขียนขออภัยเป็นอย่างยิ่ง

มุกชิตา อธิวัตรกุล

52920311 : สาขาวิชา: เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ; ร.ม. (เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ)

คำสำคัญ : ทักษะของผู้ประกอบการ/ สถานบริการ/ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว/ เมืองพัทยามุกธิดา อิทธิวรกุล: ทักษะของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา (ATTITUDE OF SERVICE PLACE ENTREPRENEURS TOWARDS IMPLEMENTATION OF TOURISM PROMOTION POLICY IN PATTAYA CITY) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, Ph.D., ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์, ร.ด., 82 หน้า. ปี พ.ศ. 2554.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการ ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการที่มีต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา โดยศึกษาถึงการดำเนินนโยบาย 4 ด้าน คือ ด้านโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ ด้านความชัดเจนของนโยบายและด้านการสนับสนุนทรัพยากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ประกอบการสถานบริการที่จดทะเบียนในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จำนวน 277 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามอย่างมีระบบมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวนจำแนกทางเดียวแบบเอฟ (F-test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการสถานบริการเห็นด้วยกับการดำเนินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการไม่แน่ใจกับสามด้านของการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านความสอดคล้อง ความชัดเจนและการสนับสนุนด้านทรัพยากร นอกจากนี้การศึกษาด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการ พบว่า ความสอดคล้องทางสังคมของนโยบาย ความชัดเจนของนโยบายและการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา ล้วนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับความจำเป็นเร่งด่วน ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในอนาคต พบว่า ควรดำเนินการปรับปรุง แก้ไขระบบการจราจรมากที่สุด ควรก่อสร้างห้องน้ำและห้องอาบน้ำไว้บริการบริเวณชายหาด อีกทั้งควรมีการอบรมภาษาอังกฤษแก่ผู้ประกอบการและตัวแทนบริษัทนำเที่ยว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
2 การสำรวจองค์ความรู้.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	14
แนวคิดเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ	18
เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
กรอบแนวคิดการวิจัย	36
สมมติฐานการวิจัย	36
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ.....	37
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
กระบวนการบริหารงานวิจัย.....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล	41
4 ผลการศึกษา	42
ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	42
ตอนที่ 2 วิเคราะห์ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา.....	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความจำเป็นเร่งด่วน ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเมือง พัทธยาในอนาคต.....	55
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน	57
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	61
สรุปผลการศึกษา.....	61
อภิปรายผลการศึกษา.....	63
ข้อเสนอแนะ.....	65
บรรณานุกรม.....	68
ภาคผนวก	71
ภาคผนวก ก.....	72
ภาคผนวก ข.....	78
ประวัติย่อของผู้วิจัย	82

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	กำหนดเวลาเปิด – ปิดของสถานบริการ..... 13
2	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามเพศ (n=277)..... 42
3	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา (n=277) 43
4	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามอายุ (n=277)..... 43
5	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามบริเวณที่ตั้งของ สถานบริการ (n=277) 44
6	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามจำนวนพนักงานของ สถานบริการ (n=277)..... 44
7	จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ประกอบ ธุรกิจในเมืองพัทยา (n=277)..... 45
8	จำนวนและร้อยละของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อโครงการต่าง ๆ (n=277)..... 46
9	จำนวนและร้อยละของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนิน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในโครงการต่าง ๆ (n=277) 47
10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อ การดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในโครงการต่าง ๆ (n=277) 47
11	จำนวนและร้อยละของระดับความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ ของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (n=277)... 50
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อ การดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาด้านความสอดคล้องกับปัญหา และความต้องการของพื้นที่ (n=277) 51
13	จำนวนและร้อยละของระดับความชัดเจน ของผู้ประกอบการสถานบริการต่อ การดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (n=277) 52
14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อ การดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาด้านความชัดเจนของนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยว (n=277)..... 53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15 จำนวนและร้อยละของระดับการสนับสนุนด้านทรัพยากร ของผู้ประกอบการ สถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (n=277).....	54
16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อ การดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาด้านการสนับสนุนทรัพยากร ด้านของเมืองพัทยา (n=277).....	55
17 ร้อยละและลำดับที่ของความจำเป็นเร่งด่วน ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของ เมืองพัทยาในอนาคต (n=277).....	55
18 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ตั้งของสถานบริการกับทัศนคติที่มีต่อการดำเนินนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	57
19 ความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องทางสังคมของนโยบายกับทัศนคติที่มีต่อ การดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	58
20 ความสัมพันธ์ระหว่างความชัดเจนของนโยบายกับทัศนคติที่มีต่อการดำเนินนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	59
21 ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนด้านทรัพยากรกับทัศนคติที่มีต่อการดำเนิน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	59
22 ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนด้านทรัพยากรกับทัศนคติที่มีต่อการดำเนิน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	59
23 สรุปสมมติฐานการศึกษา.....	63
24 ค่าความเชื่อมั่นของทัศนคติต่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาของ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ($\alpha=0.829$).....	79
25 ค่าความเชื่อมั่นของความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ของ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ($\alpha=0.803$).....	80
26 ค่าความเชื่อมั่นของความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ($\alpha=0.771$).....	80
27 ค่าความเชื่อมั่นของการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยาของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ($\alpha=0.801$).....	81

สารบัญภาพ

ตารางที่

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	36
---	---------------------------	----

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้ องค์การการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ (World Tourism Organization) กำหนดไว้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทาง โดยระยะทางมากกว่า 80 กิโลเมตรจากบ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งนี้การท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักชนิดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งนำรายได้จากประชาชนชาวไทย และชาวต่างชาติเข้าสู่ประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เปรียบอุตสาหกรรมอื่น ๆ ตรงที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะไม่สิ้นเปลือง อีกทั้งยังไม่ต้องลงทุนด้านการขนส่งเพื่อนำผลผลิตออกไปขาย แต่ผู้บริโภคจะเดินทางมาซื้อถึงที่ จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนไม่มากแต่ผลตอบแทนสูงและในระยะสั้น อีกทั้งยังมีบทบาทต่อการลงทุนพัฒนาด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ซึ่งจะสร้างความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการสร้างถนน สนามบินขนาดใหญ่ การสื่อสาร โทรคมนาคม การไฟฟ้า การประปา ในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่าเป็นการพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญเติบโต และประชาชนในท้องถิ่นได้รับความสะดวกสบายไปพร้อม ๆ กัน ดังจะเห็นได้ว่าตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากจะต้องมีความสวยงามตามธรรมชาติ มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว ยังจะต้องมีความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีน้ำสะอาดใช้ สามารถใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าได้พอสมควร มีบริการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับความงามล้ำค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ภาคตะวันออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่ใกล้กรุงเทพฯ และสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดแข็งที่ทำให้ภาคตะวันออกได้เปรียบภูมิภาคอื่น ๆ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งเมื่อผนวกกับสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมในเมืองที่มีชื่อเสียงแล้ว จึงสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาคตะวันออกได้ง่าย อาทิเช่น เมืองที่มีชื่อเสียงระดับโลก คังเมืองพัทยา

เมืองพัทยา เป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ และได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวมาโดยตลอด เมืองพัทยามีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งทางบก และทางน้ำ นับได้ว่าเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มี

ความแตกต่างไปจากเมืองอื่น ๆ ในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งเสมือนเป็นข้อได้เปรียบของเมืองที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและการบริหาร ซึ่งจุดเด่นที่เป็นข้อได้เปรียบของเมืองพัทยา มีดังนี้

1. เป็นเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีแนวชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่ตากอากาศยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร
2. เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการและพาณิชย์กรรมระดับภาค
3. เป็นศูนย์กลางการบริการ และท่องเที่ยวสำหรับ โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก (อีสเทิร์นซีบอร์ด)
4. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค
5. เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ
6. เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่สมบูรณ์แบบ อันเนื่องประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
7. เป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ
8. เป็นเมืองที่มีรูปแบบและระบบการปกครองที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน

9. เมืองที่เป็นศูนย์กลางกีฬาและศูนย์การแข่งขันกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศและระดับโลก (กองวิชาการและแผนงานเมืองพัทยา, 2546, หน้า5-6)

เมืองพัทยาเป็นเมืองที่มีการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ โดยด้านโครงสร้างการบริหารงานภายในของเมืองพัทยาประกอบไปด้วย สภาเมืองพัทยาและนายกเมืองพัทยา สำหรับผู้บริหารเมืองพัทยาได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งใช้รูปแบบผู้จัดการเมืองกลายมาเป็นรูปแบบใหม่ที่คล้ายคลึงกับผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ นายกเมืองพัทยายะมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเมืองพัทยา โดยหลักเกณฑ์และวิธีการสมัครรับเลือกตั้งและการเลือกตั้งนายกเมืองพัทยา จะเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น โดยนายกเมืองพัทยายะมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี นับแต่วันเลือกตั้ง และจะดำรงตำแหน่งติดต่อกันเกินสองวาระไม่ได้ และสามารถแต่งตั้งรองนายกเมืองพัทยาเพื่อช่วยเหลือในการบริหารราชการเมืองพัทยาได้จำนวนไม่เกิน 4 คน (สมคิด เลิศไพฑูรย์, 2552)

นายกเมืองพัทยาคณปัจจุบัน คือ นายอิทธิพล คุณปลื้ม ซึ่งผ่านกระบวนการการเลือกตั้งนายกเมืองพัทยาโดยตรง เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2551 โดยมีนโยบายบริหารและหลักการพัฒนา

เมืองพัทยาคือ หลักการนำพาเมืองพัทยาสู่ความสมดุล (Balanced Up) 5 หลัก 7 สร้าง 13 ยุทธศาสตร์และนโยบายเร่งด่วน 14 ด้าน หนึ่งในนโยบายที่นับได้ว่าเป็นตัวชูโรงคือนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งนี้การกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายนั้น ได้วางอยู่บนพื้นฐานข้อมูลความเป็นจริงจากปัญหาและความต้องการของประชาชน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ความเป็นอยู่ และสถานการณ์ของโลกปัจจุบัน โดยจะดำเนินการควบคู่ไปกับการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) เพื่อให้พัทยาเป็นเมืองน่าอยู่ของคนทั้งโลก ยั่งยืนถึงรุ่นลูกรุ่นหลานสืบเนื่องต่อไป

ภายใต้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เป็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ของหลักการนำพาเมืองพัทยาสู่ความสมดุล ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Re-branding) เมืองพัทยา เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้สูงขึ้นและเพื่อประชาสัมพันธ์เมืองพัทยาสู่ตลาดโลก โดยดำเนินตามแนวทางในการพัฒนาสาธารณูปโภค สาธารณูปการและโครงการสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการและแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการกำหนดแนวทางในการส่งเสริมตลาด ดังนี้

1. ตอกย้ำทะเลตะวันออกในแนวความคิด “เที่ยวสนุก ทุกระดับ”
2. นำเสนอเมืองพัทยาเป็น “เมืองท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ทันสมัยและน่าอยู่ของคนทั้งโลก”
3. จัดกิจกรรมระดับโลก (World Class Event) (ดนตรี กีฬา ประชุม นันทนาการ) ให้ต่อเนื่องจนกิจกรรมดังกล่าวถูกบรรจุอยู่ในปฏิทินประจำปี (Year Calendar) ของหน่วยงานระดับโลก

4. ปรับภาพลักษณ์เมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

5. กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

ทั้งนี้ นับว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หลังไหลเข้าสู่เมืองพัทยา และสิ่งที่สืบเนื่องตามมานั้นคือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นรายได้หลักของเมืองพัทยา อีกทั้งเมืองพัทยายังได้รับการขนานนามว่าเป็นเมืองที่ไม่เคยหลับใหล และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งนี้สถานบริการในเมืองพัทยามีมากมายหลายประเภท อันได้แก่ สถานบันเทิง ผับ บาร์ คาราโอเกะ ไนท์คลับ ดิสโก้เธค ลานเบียร์ คาเฟ่ คาบารेट์ อาบ อบ นวด อะโกโก้ เลาจน์ และสวนอาหาร

ดังนั้นผู้ประกอบการสถานบริการจึงนับได้ว่าเป็นกลุ่มหนึ่งที่ได้รับผลโดยตรงจากนโยบายการบริหาร และจากการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ของทีมบริหารงานเมืองพัทยาชุดปัจจุบัน มาเป็นเวลาร่วม 2 ปี ดังนั้น จึงทำให้เกิดคำถามว่านโยบายส่งเสริม

ด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการนั้นเป็นอย่างไร เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดนโยบายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการ ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการ ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตในด้านช่วงเวลาของการศึกษา
การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาช่วงปี พ.ศ. 2554
2. ขอบเขตในด้านพื้นที่ของการศึกษา
การศึกษาจะใช้หน่วยวิเคราะห์ คือ ผู้ประกอบการสถานบริการ ในเขตพื้นที่เมืองพัทยา เนื่องจากผู้ประกอบการสถานบริการในเขตพื้นที่เมืองพัทยานั้น เป็นกลุ่มหนึ่งที่ได้รับผลโดยตรงจากการบริหารงานของเมืองพัทยา
3. ขอบเขตในด้านเนื้อหาของการศึกษา
การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา โดยจะศึกษาถึงตัวแปรต้น 4 ตัว คือ สถานที่ตั้งของสถานบริการ ความสอดคล้องทางสังคมของนโยบาย ความชัดเจนของนโยบาย และการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา ที่ส่งผลต่อระดับทัศนคติ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ นำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเมืองพัทยา เพื่อใช้พัฒนาเมืองพัทยาและเป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวนโยบายครั้งต่อไป ให้สอดคล้องกับทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการในเมืองพัทยา

บทที่ 2

การสำรวจองค์ความรู้

ในการสำรวจองค์ความรู้เกี่ยวข้องกับการวิจัย สามารถสรุปเป็นหัวข้อต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ
4. เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดการวิจัย
6. สมมติฐานการวิจัย
7. นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว ได้มีผู้ให้คำนิยามไว้แตกต่างกัน ดังนี้

เสรี วังสีไพจิตร (2434, หน้า 12) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ หรือการกระทำต่อกันและกันของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ รัฐบาล และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้านในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

เศกสรรค์ ขวณิษฐ์ (2436, หน้า 11) อธิบายถึงความหมายการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

นิคม จารุมณี (2436, หน้า 1) กล่าวว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อยสามประการ คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีไว้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism - IASET) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว

หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวร ไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรม ที่เป็นการหาเงิน จากความหมายดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวรไปยังสถานที่ต่าง ๆ
2. การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่างคือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทาง และพักค้างคืน

3. การเดินทางและพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำ และใน การทำกิจกรรมระหว่างพัก จะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น

4. การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น โดยมีแผน จะเดินทางกลับภายใน 180 วัน

5. จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องเพื่อการท่องเที่ยว หรือเยี่ยมเยือนเท่านั้น ไม่ใช่ เพื่อการอยู่ถาวรหรือการไปทำงาน

การท่องเที่ยวตามความหมายขององค์การสหประชาชาติ คือ การเดินทางเพื่อความบันเทิง รื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการ ไปร่วมประชุม แต่มีเพื่อประกอบอาชีพเป็นหลัก หรือไป พำนักอยู่เป็นการถาวร ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทาง ที่กำหนดเป็นสากล 3 ประการ

1. เดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราว
2. เดินทางโดยสมัครใจ
3. ไม่ใช่เดินทางไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และไม่ใช่นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในจังหวัด

ที่เดินทางไป โดยที่จุดประสงค์ของการเดินทางไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อนหรือสนุกสนาน รื่นเริง แต่ รวมถึงเพื่อประชุม สัมมนา ศึกษาหาความรู้เพื่อการกีฬา ติดต่อธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ

จากความหมายของการท่องเที่ยวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัย ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อทำการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจ หรือก่อให้เกิดการกระทำ ร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและสังคม ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัย องค์ประกอบหลายอย่าง ดังนี้ (ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ, 2545, หน้า 5-6)

1. นักท่องเที่ยว
2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว
3. การคมนาคมขนส่ง
4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ
5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมือง
6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน

7. การสนับสนุนอื่น ๆ

ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว นั้น มีเหตุจูงใจหรือความมุ่งมั่นในการเดินทาง ดังนี้

1. เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การทำงานหนักซ้ำซากจะทำให้เกิดความเบื่อหน่าย ดังนั้น คนเราจึงต้องการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศเพื่อหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน
 2. เพื่อการพักผ่อน หลังจากทำงานหนัก คนเราต้องการการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ดังนั้น โปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนจึงมักเป็นที่ที่มีอากาศดี ภูมิประเทศสวยงามสงบและมีสิ่งเจริญตาเจริญใจ
 3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุหรือสถานที่ที่มีประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง
 4. เพื่อการศึกษา แบ่งออกเป็นเพื่อการชมศึกษา เช่น การแข่งรถ ปีนเขา เล่นเรือใบ เป็นต้น
 5. เพื่อธุรกิจ หมายถึง การที่ไปทำธุรกิจและท่องเที่ยวไปด้วย
 6. เพื่อประชุมสัมมนา ปัจจุบันการจัดประชุมสัมมนา มักนิยมจัดตามที่ต่าง ๆ รวมทั้งต่างประเทศด้วย จึงเป็นเหตุให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีโอกาสท่องเที่ยวในประเทศหรือท้องถิ่นนั้น ๆ
 7. เพื่อการศึกษา นิยมกันมากในกลุ่มผู้มีฐานะดี เช่น การจัดกลุ่ม ไปเรียนภาษาต่างประเทศ ณ ต่างประเทศ
 8. เพื่อเพชรส จากประวัติการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่านับแต่โบราณกาลมาแล้ว การท่องเที่ยวของคนบางกลุ่มเป็นไปเพื่อการนี้โดยเฉพาะ แต่มักไม่กระทำโดยโจ่งแจ้ง มักแอบแฝงและรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้จัดบริการ
- นอกจากเหตุจูงใจดังกล่าวแล้ว ความสามารถในการเดินทางก็เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะใช้เป็นตัวตัดสินใจในการเดินทาง ซึ่งสรุปได้ดังนี้ (เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว, 2539, หน้า 30)
1. เวลาว่าง บุคคลที่จัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยว อย่างน้อยต้องใช้เวลาว่างช่วงหนึ่งเพื่อจุดมุ่งหมายการเดินทางของตนเอง
 2. การเงิน การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการจ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งผู้เดินทางจะต้องมีความพร้อมในค่าใช้จ่ายส่วนนี้
 3. สุขภาพ บางครั้งการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกลหรือมีภูมิอากาศแตกต่างไปจากที่เคยชิน สิ่งเหล่านี้อาจเป็นอุปสรรคแก่ผู้ที่คิดจะเดินทางได้และผู้ที่สุขภาพไม่ดี มีโรคประจำตัวก็อาจเป็นปัญหาในการเดินทางได้เช่นกัน
 4. อาชีพ การกิจการงานสำหรับบางคนอาจเป็นอุปสรรคในการเดินทาง
 5. ระยะเวลา การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกล อาจไม่เอื้ออำนวยและสอดคล้องเวลาว่าง การเงิน หรือสุขภาพด้วย

ประเภทของการท่องเที่ยว

ประเภทของการท่องเที่ยวสามารถแบ่งประเภทออกได้ 5 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง ซึ่งสามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้น

1.2 การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้น ๆ

2. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 3 รูปแบบ คือ

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงสภาพชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ หรือหลีกเลี่ยงอากาศหนาวในประเทศของตน อันเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจหรือไปประชุม โดยมีระยะเวลา 2-3 วันแรกให้ไปท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจกิจกรรมพิเศษ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 4 รูปแบบ คือ

2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Nature Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติและการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ

2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม

2.3.3 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเรริงบันเทิงใจ การออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษาและการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ หรือมีเวลาว่างจากการติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ก็อาจเดินทางไปดูงานหรือทัศนศึกษาเองก็ได้

3. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

3.1 การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism – GIT หรือ All Inclusive Tourism - AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจะจัดการบริการเที่ยวบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

3.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism - FIT) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตัวเองทุกอย่าง หรือใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางอย่าง

4. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อย คือ

4.1 การท่องเที่ยวตลาดหรูหร่า (Elite Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราสูง เพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหร่า

4.2 การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูก โดยต้องการให้บริการผู้เดินทางที่มีรายได้น้อยแต่มีปริมาณมาก

5. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

5.1 การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

5.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจการท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 รูปแบบ คือ

5.2.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการ

สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีและมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่การท่องเที่ยวเชิงศึกษา ธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

5.2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือชมความงามประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

ประเภทของสถานบริการ

สถานบริการ หมายถึง สถานที่ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการโดยหวังประโยชน์ในการค้า ซึ่งการจำแนกประเภทของสถานบริการ ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ได้จำแนกประเภทของสถานบริการ ซึ่งมี 5 ประเภท ดังนี้

1. สถานบริการตามมาตรา 3 (1) คือ สถานเต็นท์ รำวง หรือรองเง็ง เป็นปกติ ชุระ ประเภทที่มีและประเภทที่ไม่มีคูบริการ
2. สถานบริการตามมาตรา 3 (2) คือ สถานที่ที่มีการจำหน่ายสุรา น้ำชา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่าย และบริการ โดยมีผู้บ่าวหรือสำหรับปรนนิบัติลูกค้า
3. สถานบริการตามมาตรา 3 (3) คือ สถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัว ซึ่งมีผู้บริการให้แก่ลูกค้า
4. สถานบริการตามมาตรา 3 (4) คือ สถานที่ที่มีอาหาร สุรา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่ายหรือให้บริการ
5. สถานบริการตามมาตรา 3 (5) คือ สถานที่ที่มีอาหาร สุรา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่าย โดยจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง ซึ่งปิดทำการหลังเวลา 24.00 น.

1. สถานบริการประเภทตามมาตรา 3 (1) คือ สถานที่เต็นท์ รำวง หรือรองเง็ง เป็นปกติ ชุระประเภทที่มีและประเภทที่ไม่มีคูบริการ ซึ่งสถานบริการประเภทนี้ อาจจะจัดให้มีสุรา น้ำชา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่าย หรือจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่นใดเพื่อบันเทิงด้วยหรือไม่ก็ได้

2. สถานบริการประเภทตามมาตรา 3 (2) คือ สถานที่ที่มีอาหาร สุรา น้ำชา หรือเครื่องดื่ม
 อื่นๆจำหน่ายและบริการ โดยมีผู้บําเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้า

3. สถานบริการประเภทตามมาตรา 3 (3) คือ สถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัว ซึ่งมีผู้
 บริการให้แก่ลูกค้าเว้นแต่

3.1 สถานที่ซึ่งผู้บริการได้ขึ้นทะเบียนและรับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบศิลปะสาขา
 การแพทย์แผนไทย ประเภทการนวดไทยตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ หรือได้รับการ
 ยกเว้นไม่ต้องขึ้นทะเบียนและรับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบโรคศิลปะ สาขากายภาพแผนไทย
 ประเภทการนวดไทยตามกฎหมายดังกล่าว หรือ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล

3.2 สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยที่กระทรวงสาธารณสุขประกาศกำหนดโดย
 ความเห็นชอบของคณะกรรมการว่าด้วยการกระทรวงมหาดไทย ซึ่งจะต้องมีลักษณะของสถานที่ การ
 บริการหรือผู้ให้บริการเป็นไปตามมาตรฐาน ที่กระทรวงสาธารณสุขประกาศกำหนดโดยความ
 เห็นชอบของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

ดังนั้น สถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัวซึ่งมีผู้บริการให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นบริการ
 อาบน้ำ บริการนวด หรือบริการอบตัว เพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง หากไม่ได้รับการยกเว้น ตาม (ก) หรือ
 (ข) ข้างต้น จะต้องเป็นสถานบริการตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ซึ่งจะต้องได้รับ
 อนุญาตให้ตั้งสถานบริการตามมาตรา 3 (3) จากพนักงานเจ้าหน้าที่ คือผู้ว่าราชการจังหวัดก่อน จึง
 จะสามารถเปิดทำการได้

4. สถานบริการประเภทตามมาตรา 3 (4) คือสถานที่ที่มีอาหาร สุรา หรือเครื่องดื่มอย่าง
 อื่นๆจำหน่ายหรือให้บริการ โดยมีรูปแบบอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

4.1 มีดนตรี การแสดงดนตรี หรือการแสดงอื่นใด เพื่อการบันเทิง และยินยอม หรือ
 ปล่อยให้พลละเลยให้พนักงานนักแสดงหรือพนักงานอื่นใดนั่งกับลูกค้า

4.2 มีการจัดอุปกรณ์การร้องเพลงประกอบดนตรีให้กับลูกค้า โดยจัดให้มีผู้บริการขับ
 ร้องเพลงกับลูกค้า หรือยินยอมหรือปล่อยให้พนักงานอื่นใดนั่งกับลูกค้า

4.3 มีการเต้นหรือยินยอมให้มีการเต้น เช่นการเต้นบนเวทีหรือการเต้นบริเวณโต๊ะ
 อาหารหรือเครื่องดื่ม

ทั้งนี้ สถานบริการประเภทตามมาตรา 3 (4) ที่มีใบอนุญาตให้ตั้ง สถานบริการตามมาตรา
 ดังกล่าวเพียงใบเดียว สามารถประกอบกิจการได้ทุกรูปแบบ ตามที่กำหนดไว้ในข้างต้น เนื่องจาก
 เป็นใบอนุญาตให้ตั้งสถานบริการตามมาตรา 3 (4) ประเภทเดียวกัน

5. สถานบริการประเภทตามมาตรา 3 (5) คือ สถานที่ที่มีอาหารสุรา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่าย โดยจัดให้มีการแสดงดนตรี หรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง ซึ่งปิดทำการหลังเวลา 24.00 น.

ดังนั้น สถานที่ที่มีอาหารสุรา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่าย โดยจัดให้มีการแสดงดนตรี หรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง ซึ่งปิดทำการภายในเวลา 24.00 น. จึงไม่เป็นสถานบริการตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 แต่ทั้งนี้สถานที่ดังกล่าวเปิดทำการเกินเวลา 24.00 น.

เมื่อใดก็จะเป็นสถานบริการตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ทั้งนี้

การกำหนดเขตพื้นที่ตั้งสถานบริการ (Zoning)

การกำหนดเขตพื้นที่ตั้งสถานบริการ เป็นการกำหนดเขตพื้นที่การอนุญาตหรืออนุญาตให้ตั้งสถานบริการส่วนนั้น กระทรวงมหาดไทยพิจารณาเห็นว่าสถานบริการปัจจุบันมีที่ตั้งกระจัดกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ ซึ่งทำให้มีผลกระทบในด้านต่าง ๆ ดังนั้น หากจัดให้สถานบริการมีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมเป็นพื้นที่เดียวกัน ก็จะเป็นประโยชน์ในการรักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชน และจะเป็นผลดีต่อผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ และเป็นผลดีต่อสังคมโดยรวม ซึ่งแนวทางเกี่ยวกับการกำหนดเขตพื้นที่สถานบริการ มีสาระสำคัญคือ

1. ให้จังหวัดจัดให้มีการประชุมผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อพิจารณาทบทวนอีกครั้งหนึ่งว่า ยังมีความต้องการที่จะให้มีสถานบริการในจังหวัดอยู่อีกหรือไม่ หากไม่มีความต้องการ ก็ให้จัดทำเป็นร่างพระราชกฤษฎีกาเพื่อกำหนดเขตอันมีปริมาตรจำกัดเพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการทั้งจังหวัด

2. ในกรณีที่ยังมีความต้องการ ก็ให้พิจารณาเพื่อกำหนดเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการ โดยจัดให้มีการรับฟังความเห็นเพิ่มเติม ให้ครอบคลุมจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ได้แก่ ประชาชน ครู อาจารย์ ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหัวหน้าส่วนราชการต่าง ๆ ผู้นำศาสนา นักธุรกิจ เป็นต้น ไม่ใช่เพียงแต่รับฟังความเห็นจากผู้ประกอบการสถานบริการเท่านั้น

3. ให้จังหวัดแต่งตั้งคณะกรรมการของจังหวัด ประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปตรวจสอบสภาพความเป็นจริงในพื้นที่ตามที่กำหนดเป็นเขตพื้นที่ เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการ โดยดูสภาพทั้งในเวลากลางวัน และเวลากลางคืนของเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการ และนอกเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการที่อยู่ใกล้เคียงที่จะได้รับผลกระทบ เพื่อตรวจสอบให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ข้างต้น

กำหนดเวลาเปิด - ปิดของสถานบริการ โดยกฎกระทรวงกำหนดเวลาเปิด-ปิดสถานบริการ พ.ศ. 2547

ตารางที่ 1 กำหนดเวลาเปิด – ปิดของสถานบริการ

ประเภทของ สถานบริการ	สถานบริการที่ตั้งก่อน 13 ม.ค. 47 ทั้งในและนอก Zoning	สถานบริการที่ตั้ง ใน Zoning	สถานบริการที่ตั้ง นอก Zoning
ม.3 (1)	21.00-02.00 น.	21.00-02.00 น.	21.00-24.00 น.
ม.3 (2)	11.00-14.00 น./ 18.00-24.00 น.	11.00-14.00 น./ 18.00-24.00 น.	11.00-14.00 น./ 18.00-24.00 น.
ม.3 (3)	12.00-24.00 น.	12.00-24.00 น.	18.00-24.00 น.
ม.3 (4)	18.00-01.00 น.	18.00-01.00 น.	18.00-24.00 น.
ม.3 (5)	18.00-01.00 น.	18.00-01.00 น.	18.00-01.0 น.

สถานบริการตามมาตรา 3 (1) ให้เปิดทำการได้ ดังนี้

1. ระหว่างเวลา 21.00 น. ถึง 02.00 น. ของวันรุ่งขึ้น สำหรับสถานบริการที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการตามที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา
2. ระหว่างเวลา 21.00 น. ถึง 24.00 น. ของวันเดียวกัน สำหรับสถานบริการที่ตั้งอยู่นอกเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการ หรือสถานบริการที่ตั้งอยู่ในเขตท้องที่อนุญาตให้ตั้งสถานบริการตามที่ พระราชกฤษฎีกา กำหนดท้องที่เพื่อการอนุญาตหรืองด อนุญาตให้ตั้งสถานบริการได้ผ่อนผันให้

สถานบริการตามมาตรา 3 (2) ให้เปิดทำการได้ ดังนี้

1. ให้เปิดทำการได้ระหว่างเวลา 11.00 น. ถึง 14.00 น. และระหว่างเวลา 18.00 น. ถึง 24.00 น. ของวันเดียวกันสถานบริการตามมาตรา 3 (3) ให้เปิดทำการได้ ดังนี้
2. ระหว่างเวลา 12.00 น. ถึง 24.00 น. ของวันเดียวกัน สำหรับสถานบริการที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการตามที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา
3. ระหว่างเวลา 18.00 น. ถึง 24.00 น. ของวันเดียวกัน สำหรับสถานบริการที่ตั้งอยู่นอกเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการ หรือสถานบริการที่ตั้งอยู่ในเขตท้องที่อนุญาตให้ตั้งสถานบริการตามที่พระราชกฤษฎีกา กำหนดท้องที่เพื่อการอนุญาตหรืองดอนุญาตให้ตั้งสถานบริการได้ผ่อนผันให้

สถานบริการตามมาตรา 3 (4) ให้เปิดทำการได้ ดังนี้

1. ระหว่างเวลา 18.00 น. ถึง 01.00 น. ของวันรุ่งขึ้น สำหรับสถานบริการที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการตามที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา

2. ระหว่างเวลา 18.00 น. ถึง 24.00 น. ของวันเดียวกัน สำหรับสถานบริการที่ตั้งอยู่นอกเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการ หรือสถานบริการที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อนุญาตให้ตั้งสถานบริการตามที่พระราชกฤษฎีกา กำหนดท้องที่เพื่อการอนุญาตหรืออนุญาตให้ตั้งสถานบริการได้ผ่อนผันให้

สถานบริการตามมาตรา 3 (5)

ให้เปิดทำการได้ระหว่างเวลา 18.00 น. ถึง 01.00 น. ของวันรุ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติเป็นเรื่องของความชอบ ไม่ชอบ ความลำเอียง ความคิดเห็น ความรู้สึกเชิงฝังใจของเราต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มักจะเกิดขึ้นเมื่อเรารับรู้หรือประเมินผู้คน เหตุการณ์ในสังคม เราจะเกิดอารมณ์ความรู้สึกบางอย่างควบคู่ไปกับการรับรู้ นั่น ซึ่งมีผลต่อความคิดและปฏิกิริยาในใจของเรา ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นทั้งพฤติกรรมภายนอกที่อาจสังเกตได้ หรือพฤติกรรมภายในที่ไม่อาจสังเกตเห็นได้โดยง่าย แต่มีความโน้มเอียงที่จะเป็นพฤติกรรมภายในมากกว่าพฤติกรรมภายนอก

ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติบางครั้งเรียกว่าเจตคติ (Attitude) มาจากคำว่า "Aptus" ในภาษาละตินมีความหมายแตกต่างกันบ้าง ดังนี้

เทอร์สโตน (Thurstone, 1974) อธิบายว่าทัศนคติเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถบอกความรู้สึกของการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

มาร์ติน (Martin, 1960 อ้างถึงใน ประยุทธ์ เรือนทองคำ, 2548) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึงสภาพความพร้อมของสมองและประสาท การจัดการระบบมวลประสบการณ์ อิทธิพลภายนอกหรือภายในที่มีต่อบุคคลในการที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อสภาวะการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น

โสกา ชูพิกุลชัย และอรทัย ชื่นมนุษย์ (2523) กล่าวว่าทัศนคติเป็นระบบที่ต่อเนื่องกัน ซึ่งรวมถึงส่วนของการรับรู้ความรู้สึก และแนวโน้มของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ พฤติกรรม ส่วนของการรับรู้นี้จะประกอบไปด้วยความเชื่อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งของหรือความคิดเห็นต่าง ๆ และความรู้สึกอาจเกี่ยวกับอารมณ์ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความเชื่อและแนวโน้มด้วย

การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของบุคคล อัลพอลท์ (Allport) เสนอความเห็นว่ทัศนคติเป็นความพร้อมทางจิตใจ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็น

แรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง
ทัศนคติจึงก่อรูปได้ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีในสังคม
2. การสร้างความรู้สึกรู้สึกเกิดจากประสบการณ์ของตัวเอง
3. ประสบการณ์ที่ได้รับมาจากเดิมมีทั้งดีและไม่ดี รุนแรงหรือไม่รุนแรง จะส่งผลถึง
ทัศนคติต่อสิ่งใหม่ที่คล้ายคลึงกัน เช่น เคยขึ้นรถเมล์แล้วประสบอุบัติเหตุ ก็จะไม่ขึ้นรถเมล์สายนั้น
4. การเลียนแบบบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญ และรับเอาทัศนคตินั้นมาเป็นของตน เช่น
ทัศนคติของพ่อแม่ถึงลูก

องค์ประกอบของทัศนคติ

โดยทั่วไปทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็น องค์ประกอบด้าน
ความรู้ความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งเรานั้น ๆ เพื่อเป็นเหตุผลที่จะสรุปความและรวมความเชื่อ
หรือช่วยในการประเมินสิ่งเรานั้น ๆ

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ (Affective Component) เป็นองค์ประกอบ
ด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งเร้า ต่างเป็นผลต่อเนื่องมาจากการที่
บุคคลประเมินผลสิ่งเร้าแล้วว่า พอใจหรือไม่พอใจ ต้องการหรือไม่ต้องการ ดีหรือเลว

องค์ประกอบทั้งสองด้านนี้มีความสัมพันธ์กัน ทัศนคติบางอย่างจะประกอบด้วยความรู้
ความเข้าใจมาก แต่ประกอบด้วยความรู้สึกทางอารมณ์น้อย แต่ทัศนคติบางอย่างมีลักษณะตรงกัน
ข้าม ตัวอย่างเช่น ทัศนคติที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษมีองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจสูง แต่
มีองค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ต่ำ ส่วนทัศนคติทางนิยมแฟชั่นเสื้อผ้า จะมีองค์ประกอบ
ทางด้านความรู้ความเข้าใจต่ำ เป็นต้น

3. องค์ประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นองค์ประกอบทางด้านความ
พร้อมหรือความโน้มเอียงที่บุคคลจะประพฤติปฏิบัติ หรือตอบสนองต่อสิ่งเร้าทิศทางที่จะ
สนับสนุนหรือคัดค้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อ หรือความรู้สึกที่ได้จากการประเมินผลพฤติกรรมที่
คิดจะแสดงออกมา จะสอดคล้องกับความรู้สึกที่มีอยู่ เช่น คนที่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อศาสนาก็จะไม่
สนใจเข้าวัดฟังธรรมหรือผู้ที่มิทัศนคติต่อการเรียนดีก็จะมานะพยายามที่จะเรียนให้ดีและเรียนต่อใน
ระดับที่สูงขึ้นไป

ทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จะต้องประกอบด้วยสาม
องค์ประกอบนี้เสมอ แต่จะมีปริมาณมากหรือน้อยแตกต่างกันไป โดยปกติ บุคคลมักจะแสดง
พฤติกรรมในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติที่มีอยู่ แต่ก็ไม่เสมอไปทุกกรณี ในบางครั้งเรามีทัศนคติ

อย่างหนึ่ง แต่ก็ไม่ได้แสดงพฤติกรรมตามทัศนคติที่มีอยู่ เช่น ทัศนคติที่ไม่ดีต่อเพื่อนบางคนจนอยากจะแกล้ง แต่ก็ทำไม่ได้เพราะเป็นสิ่งที่จะถูกตำหนิได้ ดังนั้นการที่เราจะได้ทราบถึงความคิด ความรู้สึก ความเชื่อหรือทัศนคติของบุคคล จึงไม่ใช่สิ่งที่แน่นอนและอาจจะไม่ถูกต้องเสมอไป

ลักษณะของทัศนคติ

ทัศนคติมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ สิ่งเร้าต่างๆรอบตัว บุคคล การอบรมเลี้ยงดู การเรียนรู้ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดทัศนคติ แม้ว่าประสบการณ์ที่เหมือนกัน ก็จะมีทัศนคติที่แตกต่างกันได้ ด้วยสาเหตุหลายประการ เช่น สติปัญญา อายุ เป็นต้น

2. ทัศนคติเป็นการเตรียมหรือความพร้อม เป็นการเตรียมความพร้อมภายในจิตใจ มากกว่าภายนอกที่จะสังเกตได้ สภาวะความพร้อมที่จะตอบสนองมีลักษณะที่ซับซ้อนของบุคคลที่ชอบหรือไม่ชอบ ยอมรับหรือไม่ยอมรับ และจะเกี่ยวเนื่องกับอารมณ์ด้วย เป็นสิ่งที่อธิบายไม่ค่อยจะได้และไม่มีเหตุผล

3. ทัศนคติมีทิศทางของการประเมิน ทิศทางของการประเมิน คือ ลักษณะของความรู้สึกหรือประเมินว่า ชอบ พอใจ เห็นด้วยก็ถือเป็นทิศทางที่ดี เรียกว่าเป็นทิศทางในทางบวกและถ้าการประเมินออกมาไม่ดี เช่น ไม่ชอบ ไม่พอใจ ก็มีทิศทางในทางลบ ทัศนคติในทางลบไม่ได้หมายความว่าไม่ควรมีทัศนคตินั้น แต่เป็นเพียงความรู้สึกในทางไม่ดี เช่น ทัศนคติในทางลบต่อการคบหา การเล่นเกม การมีทัศนคติในทางบวกก็ไม่ได้หมายถึงทัศนคติที่ดีและพึงปรารถนา เช่น ทัศนคติในทางบวกต่อการโกง การสูบบุหรี่ เป็นต้น

4. ทัศนคติมีความเข้ม คือ ปริมาณมากน้อยของความรู้สึก ถ้าชอบมากหรือไม่เห็นด้วยอย่างมาก ก็แสดงว่ามีความเข้มสูง ถ้าไม่ชอบเลยหรือเกลียดที่สุดก็แสดงว่า มีความเข้มสูงไปอีกทางหนึ่ง

5. ทัศนคติมีความคงทน ทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลยึดมั่นหรือถ้อยมั่นและมีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมของคน ๆ นั้น การยึดมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้นได้ยาก

6. ทัศนคติมีทั้งพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายใน เป็นสภาวะทางจิตใจซึ่งหากไม่ได้แสดงออก ก็ไม่สามารถรู้ได้ว่าบุคคลนั้น มีทัศนคติอย่างไรต่อเรื่องนั้น ทัศนคติที่เป็นพฤติกรรมภายนอกจะแสดงออกเนื่องจากถูกกระตุ้นและการกระตุ้นนี้ยังมีสาเหตุอื่น ๆ รวมอยู่ด้วย เช่น บุคคลแสดงความไม่เชื่อด้วยการดูค่านอื่น นอกจากไม่ชอบคนนั้นแล้วอาจเป็นเพราะถูกทำทายนก่อน

7. ทักษะจะต้องมีสิ่งเร้าจึงจะมีการตอบสนองขึ้น แต่ก็ไม่จำเป็นว่าทักษะที่แสดงจากพฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอกจะตรงกัน เพราะก่อนแสดงออก บุคคลนั้นปรับปรุงให้เหมาะกับปทัสถานของสังคม แล้วจึงแสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก

การวัดทัศนคติ

เนื่องจากทัศนคติค่อนข้างไปทางนามธรรมมากกว่ารูปธรรมเป็นความรู้สึก ความเชื่อของบุคคลซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง การวัดทัศนคติจึงไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่วัดได้จากแนวโน้มของบุคคลที่แสดงออกทางภาษา และวัดในรูปของความเห็น การวัดทัศนคติของบุคคลอาจทำได้ ดังนี้

1. ใช้วิธีการสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล เช่น สังเกตพฤติกรรมของผู้ที่พูดภาษาอังกฤษบ่อย ๆ อ่าน และฟังเทปภาษาอังกฤษเสมอ อาจสรุปได้ว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ

2. ใช้วิธีการสัมภาษณ์ การวัดทัศนคติวิธีนี้เป็นการสัมภาษณ์และการสนทนากัน การสัมภาษณ์และการสนทนาที่ดี ย่อมจะช่วยให้มองเห็นทัศนคติของผู้ถูกสัมภาษณ์หรือคู่สนทนาได้

3. ใช้วิธีให้ตอบแบบสอบถาม การวัดทัศนคตินอกจากจะใช้วิธีสังเกตแล้ว อาจใช้วิธีให้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีอยู่ด้วยกันหลายแบบ เช่น แบบของเรอร์ส โตนิน แบบของกัทแมน

แบบวัดหรือเครื่องมือที่นักจิตวิทยานิยมใช้กันมักอยู่ในรูปของแบบสอบถาม หรือแบบสำรวจที่เรียกว่าแบบวัดทางทัศนคติ

ในการวัดนั้นควรมีข้อตกลงเบื้องต้น ดังนี้

1. การศึกษาทัศนคติ เป็นการศึกษาความคิดเห็น ความรู้สึกของบุคคลที่มีลักษณะคงเส้นคงวา หรืออย่างน้อยก็เป็นความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่จะไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาหนึ่ง

2. ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถวัดได้หรือสังเกตได้โดยตรง การวัดทัศนคติจึงเป็นการวัดทางอ้อม จากแนวโน้มที่บุคคลแสดงออกหรือพฤติกรรมที่มีแบบแผนคงที่

3. การศึกษาทัศนคติของบุคคล มิใช่แต่เป็นการศึกษาทิศทางทัศนคติของบุคคลเท่านั้น แต่ต้องศึกษาถึงระดับความมากน้อยหรือความเข้มข้นของทัศนคตินั้นด้วย

อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อการสร้างและพัฒนาทัศนคติ

ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และการได้รับประสบการณ์ของบุคคลในช่วงชีวิตของเด็กจนถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (12-30 ปี) บุคคลจะได้รับการปลูกฝังทัศนคติจากสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

1. บิดามารดา โดยปกติ บิดามารดามักจะถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด สิ่งที่ชอบและไม่ชอบให้แก่บุตร เช่น บิดามารดาผู้ที่ชอบความสะอาดก็จะพรีสาธน์และฝึกหัดให้บุตรของตนเป็นบุคคลที่ชอบความสะอาดด้วย

2. ครูอาจารย์ ครูอาจารย์มีหน้าที่ในการอบรมสั่งสอนและดูแลให้นักเรียนเป็นคนดีและมีความรู้ ดังนั้นครูอาจารย์จะอบรม สั่งสอนและถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความเชื่อและความรู้สึกต่าง ๆ ให้แก่เด็ก จึงมีศิษย์จำนวนไม่น้อยที่มีทัศนคติทำนองเดียวกับครู เช่น ครูที่ชอบความเป็นระเบียบเรียบร้อย จะมีอิทธิพลในการปลูกฝังให้นักเรียนเป็นเด็กที่มีวินัยขึ้น

3. เพื่อน เพื่อนมีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างทัศนคติของบุคคลได้มาก ยิ่งเป็นกลุ่มเพื่อนยังมีอิทธิพลเป็นเงาตามตัว เพื่อน ๆ จะปลูกฝังทัศนคติแก่สมาชิกในกลุ่มนั้น ๆ เช่น นักเรียนที่หวังความก้าวหน้าในการเรียน จะใช้เวลาว่างไปเรียนพิเศษในสถาบันต่าง ๆ ได้แก่ ศูนย์เคมี ศูนย์ฟิสิกส์ และศูนย์ภาษา ในขณะที่เดียวกันก็จะชักชวนเพื่อน ๆ ไปเรียนด้วย นับว่าเป็นการสร้างทัศนคติโดยอิทธิพลของเพื่อนให้แก่เพื่อน ๆ

4. สื่อมวลชน สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ บรรดาสื่อมวลชนดังกล่าวจะมีส่วนสำคัญในการปลูกฝังทัศนคติแก่เด็กและผู้ใหญ่ได้อย่างมาก โดยเฉพาะรายการจากโทรทัศน์มีความสำคัญอย่างยิ่งในการปลูกฝังทัศนคติ ทำให้เด็กและผู้ใหญ่มีความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ และความเข้าใจที่สอดคล้องกับรายการที่เสนอมาเป็นส่วนใหญ่ เช่น เด็กที่ชมรายการโทรทัศน์ที่มีผู้แสดงหေးได้ เด็กก็คิดว่าตัวเองอาจหေးได้เหมือนอย่างในโทรทัศน์ เมื่อไปที่โรงเรียนก็ทดลองหေး ปรากฏว่าร่างของเด็กได้พุ่งชนกระจกแตก เกือบจะเป็นอันตรายถึงชีวิต

5. สถาบันศาสนา สถาบันศาสนามีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและวิถีชีวิตของบุคคลเป็นอันมาก ผู้ที่นับถือศาสนาพุทธก็ดี ศาสนาคริสต์ก็ดีและศาสนาอิสลามก็ดี ต่างได้รับการเสริมสร้างทัศนคติไม่มากก็น้อย โดยเฉพาะพระธรรม คัมภีร์ไบเบิลและคัมภีร์อัลกุรอาน ได้ปลูกฝังความเชื่อและความรู้สึกนึกคิดไว้เป็นอันมาก เช่น พุทธศาสนิกชนมีการทำบุญกรวดน้ำไปให้แก่บรรพบุรุษและญาติมิตรที่ล่วงลับไปแล้ว และมีความเชื่อว่า ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว

6. วิทยาการต่าง ๆ ได้แก่ ความรู้ในนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่อาจจะออกมาในรูปแบบหนังสือ ตำรา สิ่งพิมพ์ เทป วีดีโอและวัตถุจริง สิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติให้แก่บุคคล เช่น สังคมไทยในอดีตบูชาและเคารพนับถือครู นักเรียนและนักศึกษาจะต้องเข้าพิธีไหว้ครูเป็นประจำทุกปี

แนวคิดเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การนำนโยบายไปปฏิบัติ ถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่นโยบายซึ่งผ่านการตัดสินใจเลือกแล้วนั้น จะถูกนำไปปฏิบัติจัดทำเป็นกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายของนโยบายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้หากนโยบายที่กำหนดขึ้นมาไม่ได้ถูกนำไปปฏิบัติ นโยบายดังกล่าวนั้นก็ไม่มีผลหมายเนื่องจากไม่ก่อให้เกิดผลใด ๆ ขึ้นในสังคม

ความสำคัญของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ เป็นแนวความคิดที่อยู่ในความสนใจทั้งของนักรัฐศาสตร์ และนักรัฐประศาสนศาสตร์ ในส่วนที่นักรัฐศาสตร์สนใจคือ การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยนำออก (Output) ของระบบการเมือง จะเห็นได้ว่าในระบบการเมืองสิ่งที่ป้อนปัจจัยนำเข้า (Input) อาจประกอบด้วยความต้องการ (Demand) ของประชาชนหรือกลุ่มต่าง ๆ ความต้องการเหล่านี้จะถูกนำมาพิจารณาและจัดสรรโดยฝ่ายการเมือง โดยฝ่ายการเมืองจะจัดสรรว่าในเวลาใดเวลาหนึ่ง ประเทศควรจะให้กลุ่มใดได้รับผลประโยชน์มากขึ้น แคลิไบนและเพียงใด ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศ การจัดสรรสิ่งที่มีคุณค่านี้จึงเป็นภารกิจที่สำคัญของระบบการเมือง

ในส่วนของรัฐประศาสนศาสตร์นั้น ความสนใจจะอยู่ที่กระบวนการของการบริหารนโยบาย ได้แก่ กิจกรรมการแปลงนโยบายออกเป็นแผน แผนงาน โครงการและกิจกรรมต่างๆ ความสนใจถึงองค์การที่เกี่ยวข้อง งบประมาณและบุคคลต่าง ๆ ดังนั้นการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีขอบข่ายครอบคลุมทั้งในระดับการเมืองและการบริหาร และอาจกล่าวว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่จะทำให้เป้าหมายของนโยบายที่กำหนดไว้กลายเป็นความจริง และผลของนโยบายจะตกสู่ประชาชน

องค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ

ด้านองค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ ประกอบไปด้วย

1. เป็นกิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ
2. เป็นการใช้อำนาจของรัฐในการจัดสรรกิจกรรมเพื่อตอบสนองค่านิยมของสังคม
3. ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายสาธารณะ ได้แก่ ผู้นำทางการเมือง ฝ่ายบริหาร ฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายตุลาการ พรรคการเมือง สถาบันราชการ ข้าราชการและประมุขของประเทศ
4. กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำต้องเป็นชุดของการกระทำที่มีแบบแผน ระบบและกระบวนการอย่างชัดเจน เป็นการกระทำที่มีการสานต่ออย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง
5. กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำต้องมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนจำนวนมาก
6. เป็นกิจกรรมที่ต้องกระทำให้ปรากฏเป็นจริง มิใช่เป็นเพียงการแสดงเจตนารมณ์หรือความตั้งใจที่จะกระทำด้วยคำพูดเท่านั้น
7. กิจกรรมที่เลือกกระทำต้องมีผลลัพธ์ในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของสังคม ทั้งปัญหาความขัดแย้งหรือความร่วมมือของประชาชน

8. เป็นการตัดสินใจที่จะกระทำเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนจำนวนมาก มิใช่การตัดสินใจเพื่อประโยชน์เฉพาะบุคคล และเป็นชุดของการตัดสินใจที่เป็นระบบมิใช่การตัดสินใจแบบเอกเทศ

9. เป็นการเลือกทางเลือกที่จะกระทำ โดยพิจารณาจากผลการวิเคราะห์ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

10. เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมทั้งกิจกรรมภายในประเทศและระหว่างประเทศ

11. กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ อาจก่อให้เกิดผลทั้งทางบวก และทางลบต่อสังคม

12. เป็นกิจกรรมที่ชอบด้วยกฎหมาย

องค์กรและผู้เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัตินั้นจะมีความสลับซับซ้อนมาก และมีผู้เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการดังกล่าวมากมาย องค์กรและผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่มีความคาดหวังและเป้าหมายต่อนโยบายที่แตกต่างกันออกไป แต่จำเป็นที่จะต้องเข้ามาปฏิบัติงานดังกล่าวร่วมกัน หรือมีปฏิสัมพันธ์กันในระดับใดระดับหนึ่ง องค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ต่างก็มีบทบาทและอิทธิพลต่อผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติมากหรือน้อยแตกต่างกันออกไป แต่ไม่มีใครสามารถควบคุมผลหรือทิศทางของการนำนโยบายไปปฏิบัติได้ด้วยตนเองทั้งหมด

ทั้งนี้จะกล่าวถึงองค์กรที่มีส่วนร่วมในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ฝ่ายการเมือง ฝ่ายตุลาการ ระบบราชการและผู้บริหารหรือผู้ได้รับผลจากนโยบาย

1. ฝ่ายการเมือง

ฝ่ายการเมืองที่นำนโยบายไปปฏิบัติในที่นี้ครอบคลุมถึงรัฐสภาและคณะรัฐมนตรีซึ่งมีความสำคัญในฐานะที่เป็นผู้กำหนดขอบเขตในการนำนโยบายไปปฏิบัติของระบบราชการ การกำหนดขอบเขตดังกล่าวอาจทำได้โดยการตรากฎหมาย การออกมติคณะรัฐมนตรี การออกกฎกระทรวง ตลอดจนการวางระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ สำหรับให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือผู้เกี่ยวข้องได้ถือปฏิบัติ องค์กรทั้งสองนี้นอกจากจะได้กำหนดนโยบายเพื่อให้ฝ่ายราชการประจำรับไปถือปฏิบัติแล้ว ยังทำหน้าที่ในการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร ตลอดจนจัดสรรทรัพยากรทางการบริหารเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ดำเนินการนำนโยบายไปปฏิบัติอีกด้วย

โดยทั่วไปรัฐสภาและคณะรัฐมนตรีจะไม่ได้เข้ามากำหนดรายละเอียดของกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติมากนัก แต่ส่วนใหญ่จะให้ความสนใจไปที่การพิจารณาถึงหน่วยราชการที่มีความสามารถ หรือมีความเหมาะสมเพื่อรับผิดชอบในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติ รวมทั้งการจัดสรรทรัพยากรให้กับหน่วยงานดังกล่าว

เมื่อนโยบายถูกนำไปปฏิบัติแล้วระยะหนึ่ง ฝ่ายการเมืองอาจจะเข้ามามีบทบาทในแง่ของการพิจารณาปรับปรุงนโยบาย พิจารณาว่านโยบายนั้นควรจะยุติลงหรือควรได้รับการสนับสนุนให้มีการดำเนินการต่อไป ในประเด็นดังกล่าวนี้ฝ่ายการเมืองจะเข้ามาปฏิบัติสัมพันธ์กับหน่วยราชการทั้งทางตรงและทางอ้อม ในทางกลับกันหน่วยราชการที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ก็จะพยายามสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับฝ่ายการเมือง เพื่อให้เห็นว่าภารกิจที่ตนได้รับมอบหมายให้นำนโยบายไปปฏิบัตินั้นเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเกิดผลดี ทั้งนี้เพื่อรักษาสถานภาพให้หน่วยงานของตนคงได้เป็นผู้นำนโยบายไปปฏิบัติต่อไป

2. ฝ่ายตุลาการ

ศาลจะมีหน้าที่ในการทบทวนการตัดสินใจของฝ่ายการเมืองว่ามีความสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญหรือไม่ ในเรื่องดังกล่าวนี้ฝ่ายบริหารจะต้องสร้างระเบียบวิธีการปฏิบัติเพื่อการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ดังนั้นศาลจะถูกขอร้องให้ช่วยพิจารณาว่า ระเบียบข้อบังคับที่ฝ่ายการเมืองร่างออกมาเพื่อใช้ในการปฏิบัติมีลักษณะที่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญหรือไม่ หน้าที่ของศาลดังกล่าวจึงเป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ

3. ระบบราชการ

ระบบราชการ (Bureaucracy) ได้แก่หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ ทั้งหน่วยงานที่บริหารราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยทั่วไปหน่วยงานราชการจะถือว่าเป็นองค์กรที่สำคัญที่สุดในกระบวนการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ เนื่องจากระบบราชการเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ ตลอดจนป้อนข้อมูลดังกล่าวให้กับฝ่ายการเมือง โดยทั่วไปฝ่ายการเมืองมักจะเข้าสู่ตำแหน่งโดยการเลือกตั้งและมีการออกจากตำแหน่งตามวาระ ทำให้ขาดประสบการณ์และขาดแหล่งรวบรวมข้อมูล จึงต้องอาศัยหน่วยงานราชการที่อยู่ในตำแหน่งอย่างต่อเนื่องยาวนาน เหตุที่หน่วยงานราชการได้รับหน้าที่ในการนำนโยบายไปปฏิบัติด้วยนั้น เป็นเพราะระบบราชการมีลักษณะพิเศษที่ไม่ต้องวิตกกังวลเรื่องกำไรหรือขาดทุน ถึงแม้การดำเนินการของหน่วยราชการจะขาดทุนแต่หน่วยราชการก็ยังสามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปได้ โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐเพราะถือว่างานราชการเป็นบริการสาธารณะ และหน้าที่ที่สำคัญของรัฐคือการจัดบริการสาธารณะให้กับประชาชนอย่างทั่วถึง ดังนั้นหน่วยราชการจึงถูกกำหนดให้รับภารกิจสำคัญในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ทุกหน่วยราชการมักจะหวงแหนนโยบายในส่วนที่ตนต้องรับผิดชอบจะไม่ยอมให้หน่วยงานอื่นเข้ามาช่วงชิงไป ขณะเดียวกันก็พยายามขยายขอบเขตภารกิจของหน่วยงานของตนให้กว้างขวางขึ้น เพื่อเพิ่มอำนาจด้านกำลังคนและงบประมาณ หากมีนโยบายใดที่จะทำให้หน่วยงานของตนได้รับประโยชน์หน่วยราชการมักจะสนับสนุนนโยบายนั้น แต่หากนโยบายใดทำให้หน่วยราชการเสียประโยชน์ หน่วยราชการก็มักจะต่อต้านนโยบายนั้น

4. ข้าราชการ

ข้าราชการ (Bureaucrats) ในฐานะบุคคลผู้ชำนาญการไปปฏิบัติถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่เกี่ยวข้องต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ความเกี่ยวข้องของข้าราชการมีหลายระดับ อาทิ ในฐานะผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน ในฐานะผู้บริหารโครงการ และในฐานะผู้ให้บริการตามโครงการ บุคคลเหล่านี้ต่างมีแรงจูงใจในการนำนโยบายไปปฏิบัติที่แตกต่างกันไป ทำให้พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการนำนโยบายไปปฏิบัติแตกต่างกันไปด้วย

ในการนำนโยบายไปปฏิบัตินั้น ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานต่างจะมีความสำคัญในแง่ที่ว่า จะเป็นผู้ที่ให้ความสนับสนุนและอุทิศตนให้กับนโยบายนั้นๆ อย่างไร (วเรช จันทรศร, 2539, หน้า 207) เนื่องจากผู้บริหารระดับสูงถือเป็นผู้ที่คอยอำนวยความสะดวกให้การนำนโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จหรือประสบความสำเร็จล้มเหลวก็ได้ ในขณะที่ผู้บริหารระดับกลางหรือผู้บริหารโครงการจะเป็นผู้ที่คอยแปลงความสนับสนุนหรือเจตนาของผู้บริหารระดับสูงให้เป็นผล ตลอดจนเป็นผู้นำของข้าราชการระดับล่างซึ่งทำหน้าที่ให้บริการหรือดำเนินงานตามโครงการ

ข้าราชการระดับล่างถือเป็นผู้ให้บริการตามโครงการแก่ประชาชน จึงเป็นผู้ที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับประชาชนอย่างใกล้ชิด แต่เนื่องจากข้าราชการเหล่านี้ต่างมีวิจรรณญาณเป็นของตนเองในการที่จะต้องตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประชาชนที่ตนติดต่อกับ โดยที่ผู้บังคับบัญชาไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นข้าราชการเหล่านี้สามารถตีความนโยบาย กฎ ระเบียบต่าง ๆ โดยตนเอง ในกรณีที่นโยบายดังกล่าวทำให้ข้าราชการเสียผลประโยชน์ ข้าราชการเหล่านั้นอาจจะเพิกเฉยหรือตีความนโยบายนั้นเสียใหม่เพื่อให้ตนได้รับประโยชน์ก็ได้ หรือในกรณีที่จะต้องบริการประชาชนข้าราชการเหล่านี้อาจบิดเบือนหรือปิดบังข้อมูลข่าวสารบางประการที่ประชาชนควรรู้ หรือเบียดบังผลประโยชน์บางประการที่ประชาชนควรจะได้รับเสียก็ได้ ในบางกรณีที่ประชาชนได้เสนอข้อเรียกร้องบางประการต่อรัฐบาลหรือหน่วยราชการ ข้าราชการในระดับล่างอาจสกัดกั้นข้อมูลความต้องการเหล่านั้นไม่ให้ไปถึงรัฐบาลหรือผู้บริหารระดับสูง ดังนั้นจึงถือว่าข้าราชการในระดับล่างเหล่านี้เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติอยู่ไม่น้อย

5. ผู้ได้รับผลจากนโยบาย

ผู้ได้รับผลจากนโยบาย ได้แก่ ผู้รับบริการ (Clients) ผู้ได้รับประโยชน์ (Beneficiaries) หรือผู้เสียประโยชน์ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งปัจเจกบุคคล (Individual) และกลุ่ม (Groups) โดยในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ผู้ได้รับผลประโยชน์หรือผู้รับบริการจะเป็นผู้เข้าไปติดต่อกับหน่วยราชการโดยตรง ถ้าหากบุคคลดังกล่าวรวมตัวกันเป็นกลุ่มก็จะมีอิทธิพลต่อกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติของหน่วยราชการมากขึ้น หากขาดการรวมเป็นกลุ่มแล้วบทบาทของประชาชนก็

จะลดน้อยลง ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ข้าราชการสามารถปฏิบัติต่อประชาชนผู้รับบริการอย่างไรก็ได้ และข้อเรียกร้องดังกล่าวจะได้รับความสนใจจากฝ่ายการเมืองน้อย

การรวมตัวกันของประชาชนผู้รับบริการ จะเป็นการประสานทรัพยากรซึ่งกันและกัน ทำให้ข้อเรียกร้องหรือข้อต่อรองมีน้ำหนักมากขึ้น ประเด็นในการเรียกร้องอาจเป็นการเรียกร้องเพื่อให้สมาชิกของกลุ่มคนได้รับผลประโยชน์มากขึ้น การเรียกร้องเพื่อให้ยุตินโยบายดังกล่าวหรือการเรียกร้องเพื่อให้มีการปรับปรุงนโยบายนั้นใหม่ ในกรณีที่กลุ่มคนเป็นฝ่ายเสียผลประโยชน์จะมีการเรียกร้องเพื่อกีดกันไม่ให้ฝ่ายอื่นเป็นฝ่ายได้รับประโยชน์ เป็นต้น

ในประเทศที่มีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย บทบาทของประชาชนหรือกลุ่มในการเรียกร้องผลประโยชน์ และเข้าไปมีส่วนร่วมในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีมากขึ้น ทั้งกลุ่มที่ได้รับประโยชน์และกลุ่มที่เสียประโยชน์ โดยกลุ่มที่ได้รับประโยชน์จะเข้าไปสร้างสัมพันธไมตรีที่ดีระหว่างกลุ่มตนผู้กำหนดนโยบาย และผู้รับนโยบายไปปฏิบัติเพื่อรักษาสถานภาพและผลประโยชน์ของกลุ่มไว้ ในขณะที่กลุ่มผู้เสียประโยชน์ก็พยายามเข้าไปสร้างสัมพันธไมตรีดังกล่าวเช่นกัน เพื่อให้ผลประโยชน์ของกลุ่มตนได้รับความสนใจจากผู้กำหนดนโยบายและผู้ดำเนินนโยบายไปปฏิบัติ

กระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ

นโยบายสาธารณะหมายถึงสิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำ เช่น การจัดหาที่ทำกินหรือที่พักอาศัยให้กับผู้มีรายได้น้อย เป็นต้น ดังนั้นนโยบายสาธารณะจึงมีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ กล่าวคือ มีความตั้งใจ (Intentions) ของรัฐบาลที่จะกระทำการประการหนึ่ง และผลที่รัฐบาลหวังที่จะได้รับจากนโยบายสาธารณะ (Result) อีกประการหนึ่ง ความตั้งใจที่จะกระทำการของรัฐบาลจึงมีลักษณะที่แตกต่างกับการหวังผล แต่ความตั้งใจจะบังเกิดผลหรือไม่ขึ้นอยู่กับปฏิบัติ และผลของการปฏิบัติจะขึ้นอยู่กับการบริหารแผนงานและโครงการ ซึ่งหมายความว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะต้องเปลี่ยนนโยบายออกมาเป็นแผน (Plan) แผนงาน (Program) และโครงการ (Project) เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งในการปฏิบัติจะต้องพิจารณาถึงองค์กร บุคลากรและความพร้อมเพรียงอื่น ๆ อันเป็นกลไกสำคัญในการนำนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติให้บรรลุผล จึงเห็นได้ว่า แผน แผนงานและโครงการ ความพร้อมเพรียงขององค์กร บุคลากรและทรัพยากรทางการบริหารเป็นปัจจัยที่จะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว

แผน (Plan) หมายถึง การเตรียมการตัดสินใจในปัจจุบันเพื่อกระทำการในอนาคต โดยการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เป็นการแปลงนโยบายซึ่งเป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น เพื่อตอบคำถามดังนี้

อะไร (What ชื่อของแผน)

ทำไม (Why วัตถุประสงค์ของแผน)

ใคร (Who ผู้รับผิดชอบแผน)

เมื่อไหร่ (When ระยะเวลาของแผน)

อย่างไร (How วิธีการดำเนินงานและที่มาของงบประมาณ)

จากคำนิยามของแผนดังกล่าว ทำให้เห็นว่าแผนจะต้องมีวัตถุประสงค์ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบที่แน่นอน มีระยะเวลาในการดำเนินงาน รวมทั้งมีวิธีในการปฏิบัติงานและงบประมาณในการดำเนินงานด้วย

แผนงาน (Program) เป็นส่วนย่อยของแผน โดยแผนหนึ่งๆจะประกอบด้วยแผนงานตั้งแต่ 2 แผนงานขึ้นไป แต่ละแผนงานอาจมีวัตถุประสงค์เฉพาะแตกต่างกันไป แต่ละวัตถุประสงค์ของแต่ละแผนงานต่างก็มุ่งช่วยให้วัตถุประสงค์สุดท้ายของแต่ละแผน บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการ (Project) หมายถึง เป็นกิจกรรมย่อยของแผนงาน โดยแผนงานหนึ่งๆ โดยทั่วไปประกอบด้วย 2 โครงการขึ้นไป แต่ละโครงการอาจมีวัตถุประสงค์เฉพาะที่แตกต่างกันออกไป แต่วัตถุประสงค์สุดท้ายของแต่ละโครงการต่างมุ่งเพื่อให้วัตถุประสงค์รวมของแผนงาน บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

สำหรับการพิจารณาการนำนโยบายไปปฏิบัติ วรรเดช จันทรศร (2540, หน้า 35-47) ได้กล่าวว่า สามารถพิจารณาออกได้เป็น 2 ขั้นตอนหลัก คือขั้นตอนระดับมหภาค (Macro) และขั้นตอนระดับจุลภาค (Micro) แต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดและเกี่ยวข้องกับบุคคลที่แตกต่างกัน ไปด้วย

ขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับมหภาค สามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนย่อย 2 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการแปลงนโยบาย

เมื่อฝ่ายการเมืองได้กำหนดนโยบายออกมาในรูปของกฎหมาย มติคณะรัฐมนตรีหรือกฎกระทรวงแล้ว นโยบายดังกล่าวจะระบุให้หน่วยราชการใดหน่วยราชการหนึ่งเป็นผู้ดำเนินนโยบายดังกล่าว เป็นผู้รับผิดชอบนำไปปฏิบัติ หน่วยงานที่ได้เข้ามารับผิดชอบในกระบวนการขั้นแรก คือ หน่วยงานราชการส่วนกลาง ซึ่งจะทำหน้าที่แปลงนโยบายนั้นออกมาให้หน่วยงานราชการส่วนภูมิภาคหรือส่วนท้องถิ่นนำไปปฏิบัติ ดังนั้นขั้นตอนการแปลงนโยบายจึงถือว่าเป็นขั้นตอนแรกของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ขั้นตอนการเปลี่ยนนโยบายนี้ถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก โดยผู้ที่มีหน้าที่ในการเปลี่ยนนโยบายจะต้องศึกษาวัตถุประสงค์ของนโยบายให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ เพราะหากนโยบายถูกเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่เบี่ยงเบนไปจากวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้แล้ว อาจถือได้ว่าการนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติประสบความสำเร็จล้มเหลวตั้งแต่แรก

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความถูกต้องของการเปลี่ยนนโยบายไปปฏิบัติมี 4 ปัจจัย ได้แก่

1. ความชัดเจนของนโยบาย หากนโยบายที่กำหนดขึ้นมามีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนมากขึ้นเท่าใด หน่วยงานที่รับผิดชอบในการเปลี่ยนนโยบายไปสู่การปฏิบัติก็จะเปลี่ยนนโยบายได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ได้มากเท่านั้น

2. ความสอดคล้องกันในเป้าหมายของนโยบาย หากนโยบายเดียวมีหลายเป้าหมาย อาจทำให้เป้าหมายดังกล่าวมีความขัดแย้งกันเอง จึงทำให้หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบไม่อาจจัดลำดับความสำคัญของเป้าหมายนโยบายได้

3. ความเข้าใจในนโยบายของหน่วยงานที่รับผิดชอบ หากหน่วยงานที่รับผิดชอบมีความเข้าใจในนโยบายมาก โอกาสที่จะเปลี่ยนนโยบายให้เบี่ยงเบนไปจากวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายก็จะ มีน้อย

4. ความร่วมมือและความจริงจังของหน่วยงานที่รับผิดชอบ หากหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ความร่วมมือและมีความจริงจังในการนำนโยบายไปปฏิบัติมาก โอกาสที่การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จจะมีอยู่สูง

ดังนั้นความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติในเบื้องต้นนี้ จึงขึ้นอยู่กับความชัดเจน ความสัมพันธ์ของเป้าหมาย ประสิทธิภาพที่หน่วยงานที่รับผิดชอบในการเปลี่ยนนโยบาย มีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของนโยบายตลอดจนให้ความร่วมมือกับฝ่ายการเมือง และมีความจริงจังในการนำนโยบายไปปฏิบัติเพียงใด

2. ขั้นตอนการยอมรับ

เมื่อหน่วยงานส่วนกลางทำการเปลี่ยนนโยบายออกมาในรูปของแผน แผนงานหรือโครงการแล้ว ขั้นตอนที่สำคัญต่อมา คือ การทำให้หน่วยงานในระดับภูมิภาคหรือท้องถิ่นยอมรับแผน แผนงานหรือโครงการดังกล่าวไปปฏิบัติต่อไป การที่หน่วยงานราชการส่วนกลางจะทำให้หน่วยงานส่วนภูมิภาคหรือส่วนท้องถิ่นยอมรับนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อาทิ ลักษณะของหน่วยงานในท้องถิ่นนั้น สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของท้องถิ่นนั้น ตลอดจนประโยชน์ที่รัฐบาลจะจัดสรรให้กับหน่วยงานส่วนท้องถิ่น ซึ่งปัจจัยเรื่องผลประโยชน์ที่จะจัดสรรให้นี้ ถือเป็นเงื่อนไขที่จะสร้างความเต็มใจหรือไม่เต็มใจให้หน่วยงานท้องถิ่นยอมรับนโยบายไปปฏิบัติ ในขณะที่เดียวกันหน่วยงานส่วนกลางจะต้องวางแผนการจัดสรรทรัพยากรทางการบริหาร

อาทิงบประมาณ อัตรากำลังให้กับหน่วยงานส่วนท้องถิ่นด้วย เพื่อให้มีความพร้อมในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

นอกจากนี้หน่วยงานส่วนกลางจะต้องศึกษาทำความเข้าใจว่าแผนงานหรือโครงการที่กำหนดขึ้น มีความขัดแย้งกับผลประโยชน์ของหน่วยงานส่วนท้องถิ่นนั้นมากน้อยเพียงใด หากความขัดแย้งมีน้อย ความเบี่ยงเบนไปจากแผนงานจะขึ้นอยู่กับหน่วยงานในท้องถิ่นจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลางมากน้อยเพียงใด ซึ่งในประเด็นดังกล่าวหน่วยงานส่วนกลางจะต้องมีกระบวนการในการตรวจสอบติดตามดูว่าหน่วยงานท้องถิ่นยอมรับ และจัดทำโครงการตามที่ส่วนกลางกำหนดไว้อย่างจริงจังด้วย

สำหรับขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับจุลภาคนั้น ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่แท้จริงของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งเป็นเรื่องทีนโยบายจากส่วนกลางถูกนำมาปฏิบัติในสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน โดยขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับจุลภาคมี 3 ขั้นตอนย่อย ได้แก่

1. ขั้นการระดมพลัง (Mobilization)

เป็นขั้นตอนที่หน่วยงานในระดับท้องถิ่น จะต้องดำเนินการใน 2 กิจกรรม คือ การพิจารณารับนโยบายและการแสวงหาความสนับสนุน ซึ่งในกิจกรรมการพิจารณารับนโยบายนั้น หน่วยงานส่วนท้องถิ่นจะพิจารณาว่านโยบายดังกล่าวมีความเหมาะสม สำคัญเร่งด่วน ตรงกับเป้าหมายของหน่วยงานหรือไม่ รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นหรือไม่เพียงใด ซึ่งการตัดสินใจของหน่วยงานส่วนท้องถิ่นดังกล่าวถือเป็นจุดสำคัญของการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพราะหากหน่วยงานส่วนท้องถิ่นเห็นว่านโยบายนั้นไม่มีความสำคัญกับหน่วยงานตนหรือต่อท้องถิ่นแล้ว หน่วยงานท้องถิ่นก็อาจปฏิเสธนโยบายดังกล่าวนั้นก็ได้อีก

หน่วยงานส่วนท้องถิ่นยอมรับนโยบายดังกล่าว โดยเห็นว่าเป็นปัญหาสำคัญเร่งด่วน สอดคล้องกับเป้าหมายของหน่วยงาน หรือความต้องการของท้องถิ่นแล้ว จึงเริ่มกิจกรรมที่สอง คือ การแสวงหาความสนับสนุนเป็นการส่วนตัวจากสมาชิกในหน่วยงาน ตลอดจนบุคคลสำคัญหรือองค์กรอื่นๆที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ดังนั้นการสร้างการมีส่วนร่วมโดยให้หน่วยงานผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในท้องถิ่นเข้ามาร่วมกันกำหนดโครงการของท้องถิ่นเสียตั้งแต่แรก จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความสำเร็จและความต่อเนื่องให้เกิดขึ้นในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

2. ขั้นการปฏิบัติ (Deliverer Implementation)

ในขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนการปฏิบัติจริง จึงเป็นเรื่องของตัวผู้ปฏิบัติหรือผู้ให้บริการตามโครงการโดยตรง ในบางกรณีผู้ปฏิบัติอาจจะยอมทำการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองให้เข้ากับแผน แผนงานหรือโครงการที่กำหนดไว้ แต่ในบางกรณีผู้ปฏิบัติอาจจะทำการปรับแผน

แผนงานหรือโครงการนั้นให้เข้ากับพฤติกรรมการทำงานของคนก็ได้ ซึ่งการปฏิบัติจะเกิดขึ้นจริงหากผู้ปฏิบัติได้มีการปรับเปลี่ยนอย่างใดอย่างหนึ่งในสองอย่างนี้

เนื่องจากหน่วยงานส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่งจะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไป ดังนั้นโครงการต่าง ๆ เมื่อนำไปปฏิบัติแล้วอาจถูกต่อต้านจากประชาชนในแต่ละท้องถิ่น หรือถูกต่อต้านจากผู้ดำเนินการตามโครงการดังกล่าวนั้นก็ได้นอกจากนี้ข้าราชการที่เป็นผู้ปฏิบัติดังกล่าวมีคุณพินิจเป็นของตนเอง จึงอาจตีความแผน แผนงานหรือโครงการดังกล่าวนั้นไปอย่างไรก็ได้ โดยที่หน่วยงานส่วนกลางไม่อาจควบคุมได้ ดังนั้น นโยบายที่นำไปปฏิบัติอาจถูกปฏิบัติให้เบี่ยงเบนไปจากที่กำหนดไว้แต่เดิม อย่างไรก็ตามนโยบายดังกล่าวทำให้พฤติกรรมการทำงานของผู้บริหารในระดับปฏิบัติต้องเปลี่ยนแปลงไปจากที่เคยปฏิบัติแต่เดิม ข้าราชการเหล่านั้นก็อาจปรับเปลี่ยนนโยบายดังกล่าวให้เข้ากับพฤติกรรมการทำงานของคนก็ได้

3. ขั้นการสร้างความเป็นปึกแผ่นหรือความต่อเนื่อง (Institutionalization หรือ Continuation)

ในการสร้างความเป็นปึกแผ่นหรือความต่อเนื่องจะเกิดขึ้นต่อจากขั้นตอนที่สอง เนื่องจากความสำเร็จหรือผลลัพธ์ในระยะยาวของนโยบายจะเกิดขึ้นหากนโยบายดังกล่าวถูกนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่องโดยผู้ปฏิบัติ การที่นโยบายจะถูกนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่องนั้น นโยบายดังกล่าวจะต้องถูกปรับเปลี่ยนและได้รับการยอมรับเป็นหน้าที่ประจำวันของผู้ปฏิบัติ ดังนั้นขั้นตอนนี้จึงมีความสำคัญ เนื่องจากนโยบายจากส่วนกลางเป็นจำนวนมากที่หน่วยปฏิบัติในระดับท้องถิ่นมีความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติในระยะเวลาแรก แต่ต่อมาเมื่อหน่วยงานส่วนกลางเลิกกดขี่ในนโยบายดังกล่าว หน่วยงานในส่วนท้องถิ่นก็มักจะเลิกปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวด้วยเช่นเดียวกัน เมื่อรัฐบาลมีนโยบายใหม่ออกมาอีกหน่วยงานส่วนท้องถิ่นหันไปกระตือรือร้นปฏิบัติตามนโยบายใหม่อีก ดังนั้นเพื่อให้เห็นนโยบายถูกนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง หน่วยงานส่วนกลางจะต้องพยายามหาทางสร้างความเป็นปึกแผ่น หรือความต่อเนื่องให้เกิดขึ้นในการปฏิบัติตามนโยบายนั้นให้ได้ โดยผู้บริหารระดับท้องถิ่นจะต้องเป็นผู้ชักจูงให้ผู้ปฏิบัติเห็นความสำคัญของการปฏิบัตินโยบายดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และจะต้องหาทางแปลงนโยบายนั้นให้เป็นภารกิจประจำวันของผู้ปฏิบัติไปโดยตลอด ขณะเดียวกันผู้ปฏิบัติเองก็ต้องยอมรับและปฏิบัติตามนโยบายนั้นอย่างเต็มใจเสมือนเป็นภารกิจประจำวันของตนเอง

กระบวนการแปลงนโยบายไปเป็นแผนและโครงการ

สำหรับขั้นตอนกระบวนการแปลงนโยบายออกเป็นแผน แผนงานและโครงการต่าง ๆ นั้น ควรดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนแรก ผู้แปลงนโยบายจะต้องศึกษาเนื้อหาสาระ เป้าหมาย (Goal) วัตถุประสงค์ (Objectives) ของนโยบายให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าความเข้าใจในเนื้อหาสาระและวัตถุประสงค์ของนโยบาย หากมีมากเท่าใดก็จะเป็นผลดีต่อการแปลงนโยบายออกเป็น แผน แผนงานและโครงการ ได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายได้มากเท่านั้น ดังนั้นเมื่อรัฐบาลได้มอบหมายให้หน่วยงานใดเป็นผู้นำนโยบายไปปฏิบัติแล้ว หน่วยงานดังกล่าวควรจะได้ทำความเข้าใจในเนื้อหาสาระและวัตถุประสงค์ของนโยบายเสียก่อนเป็นอันดับแรก

ขั้นตอนที่สอง วิเคราะห์เพื่อที่จะให้เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในข้อหนึ่งบรรลุผล หน่วยงานจะต้องมีแผนหรือโครงการที่สำคัญอะไรบ้าง ในขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีก ขั้นตอนหนึ่ง เนื่องจากว่าเป้าหมายของนโยบายจะบรรลุผลได้ จำเป็นต้องมีแผนงานและโครงการรองรับที่เพียงพอที่จะตอบสนองต่อเป้าหมายดังกล่าวได้ ดังนั้นหน่วยงานจึงควรคิดเตรียมแผนงานและโครงการไว้หลาย ๆ โครงการ โดยแต่ละโครงการควรจะมีมุ่งเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายของนโยบายดังกล่าว

ขั้นตอนที่สาม กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์และเครื่องชี้วัด (Indicators) ผลสำเร็จของแผนและโครงการ ในขั้นตอนนี้ผู้เสนอแผนและโครงการควรจะได้มีการชี้ให้เห็นถึงตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของโครงการไว้ด้วย เพื่อที่จะได้ใช้เป็นเครื่องมือตรวจสอบความสำเร็จของแผนและโครงการดังกล่าว เกณฑ์ที่ใช้เป็นตัวชี้วัดโครงการอาจได้แก่ การเข้าถึงจำนวนประชาชนที่ได้รับประโยชน์จากนโยบาย จำนวนเงินที่ใช้รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงบริการดังกล่าว เป็นต้น

ขั้นตอนที่สี่ เปรียบเทียบผลดี ผลเสียของแผนและโครงการ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ ต้นทุน ผลประโยชน์ (Cost-benefit Analysis) หรือต้นทุน ประสิทธิภาพ (Cost-effectiveness Analysis) แล้วแต่กรณีซึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของนโยบายแต่ละประเภทด้วย

ขั้นตอนที่ห้า การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเมือง (Political Feasibility) การเงิน (Financial Feasibility) และการบริหาร (Administrative Feasibility) ของแผนและโครงการทั้งหมด เพื่อให้แน่ใจว่าโครงการนั้นสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในสถานการณ์ดังกล่าว

ขั้นตอนที่หก สรุปผลการวิเคราะห์ ทางเลือกที่ดีที่สุด รายละเอียดของการวิเคราะห์ เสนอขอความเป็นชอบจากผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้น เมื่อได้รับอนุมัติแล้วจึงเริ่มดำเนินการปฏิบัติต่อไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การนำนโยบายไปปฏิบัตินั้นถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่ทำให้การแก้ไขปัญหาในสังคมบรรลุผล หรือช่วยให้เป้าหมายของการสร้างสภาพการณ์ที่พึงประสงค์ในสังคมของรัฐบาลบรรลุผลสำเร็จ ดังนั้นขั้นตอนดังกล่าวนี้จึงมีความสำคัญที่สุดขั้นตอนนี้

จากการศึกษาผลงานของนักวิชาการต่าง ๆ ได้แก่ ลิซิด ซีรเวกิน (2535) ดวงดา ยังสามารถ (2537) ศุภชัย ยาวะประภาส (2538) และวเรเดช จันทรศร (2540) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จนั้น จะประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายและผู้ดำเนินนโยบายไปปฏิบัติ ความเข้าใจในเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของนโยบายของหน่วยปฏิบัติ ลักษณะของหน่วยปฏิบัติ ความพอเพียงของทรัพยากรที่ได้รับและการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายและผู้ดำเนินนโยบายไปปฏิบัติ

ในการวัดความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัตินั้น สามารถวัดได้จากระดับความร่วมมือที่ผู้รับนโยบายไปปฏิบัติมีต่อผู้ออกคำสั่งหรือผู้มอบหมายนโยบาย ถ้าระดับความร่วมมือมีสูง โอกาสที่นโยบายจะถูกนำไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จก็มีสูงตามไปด้วย ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากหน่วยปฏิบัติให้ความร่วมมือต่อผู้มอบหมายนโยบายน้อย โอกาสที่นโยบายจะถูกนำไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จก็มีสูง

การที่หน่วยปฏิบัติจะให้ความร่วมมือแก่ผู้มอบหมายนโยบายในการนำนโยบายไปปฏิบัติมากหรือน้อยนั้น หน่วยปฏิบัติมักจะพิจารณาว่า หากนโยบายมีข้อเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติสูง หรือเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีในการทำงานที่เป็นมาตรฐาน (Standard Operation Procedures - SOPs) สูง จะมีโอกาสประสบความสำเร็จน้อยกว่า นโยบายที่มีกรรมวิธีปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานแบบเดิม สำหรับนโยบายที่มีผลกระทบต่ออำนาจ ศักดิ์ศรีและผลประโยชน์ของผู้นำเอานโยบายไปปฏิบัติมาก ผู้ปฏิบัติมักจะพยายามอยู่ตลอดเวลาที่จะหลีกเลี่ยง หรือเดินไม่ปฏิบัติตามนโยบายที่ขัดกับผลประโยชน์ของเขา นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่กำหนดนโยบายและนำนโยบายไปปฏิบัติ ถ้าหน่วยงานทั้งสองมีความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการมาก่อนแล้วนั้น โอกาสที่จะได้รับความร่วมมือในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีสูง

2. ความเข้าใจในเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของนโยบายของหน่วยปฏิบัติ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าปัจจัยข้อนี้เป็นปัจจัยสำคัญ เพราะการนำนโยบายไปปฏิบัติอาจประสบความสำเร็จได้ หากหน่วยปฏิบัติไม่เข้าใจถึงเนื้อหาสาระและวัตถุประสงค์ของนโยบายอย่างถ่องแท้ สำหรับปัจจัยในเรื่องวัตถุประสงค์นี้ ผู้กำหนดนโยบายจำเป็นต้องพิจารณาให้วัตถุประสงค์ของนโยบายทุกข้อสอดคล้องและสนับสนุนซึ่งกันและกันด้วย ในการชี้แจงให้หน่วยปฏิบัติทราบ ควรจะชี้แจงให้กระจ่างชัด โดยอาจจะเรียกประชุมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมารับฟังนโยบาย และเปิดโอกาสให้หน่วยปฏิบัติได้มีโอกาสซักถามก่อนที่จะลงมือปฏิบัติ และใน

กระบวนการของการปฏิบัตินั้น หากหน่วยปฏิบัติมีปัญหาหรือไม่แน่ใจใดๆควรจะสอบถาม
หน่วยงานที่มอบหมายนโยบายทันที

3. ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

ลักษณะของหน่วยงานนั้นก็มีความสำคัญ เพราะการมอบหมายนโยบายสำคัญให้แก่
หน่วยงานที่ดั่งขึ้นมาใหม่ มักจะมีปัญหาในการปฏิบัติงาน นโยบายที่จะประสบความสำเร็จนั้น
มักจะเป็นนโยบายที่มอบหมายให้แก่หน่วยงานที่มีอยู่แล้วและสนับสนุนนโยบายนั้น ๆ รวมทั้งมี
ทรัพยากรพร้อมอยู่แล้ว

นอกจากนี้ลักษณะของหน่วยงานก็เป็นปัจจัยสำคัญ หากเป็นหน่วยงานขนาดเล็กที่มีสาย
การบังคับบัญชาสั้น จำนวนผู้ใต้บังคับบัญชามาก จะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการนำ
นโยบายไปปฏิบัติมากกว่าหน่วยงานขนาดใหญ่ที่มีสายการบังคับบัญชายาวแต่มีผู้ใต้บังคับบัญชา
น้อย นอกจากนี้หากหน่วยงานที่มีหน้าที่นำนโยบายไปปฏิบัติ หัวหน้าหน่วยงานมีภาวะผู้นำที่
เข้มแข็งแล้ว โอกาสที่นำนโยบายไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จจะมีสูง

4. ความพอเพียงของทรัพยากร

ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ สิ่งสำคัญก็คือ ต้องมีการใช้ทรัพยากร ทั้งคน งบประมาณ
วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยีต่าง ๆ รวมทั้งสถานที่

สำหรับเรื่องบุคลากรหรือกำลังคนนั้นมีเงื่อนไขพิจารณา ได้แก่

4.1 เงื่อนไขประการแรก นโยบายที่จะถูกนำไปปฏิบัตินั้นต้องการบุคลากรจำนวน
เท่าใดและมีคุณสมบัติอย่างไร

4.2 เงื่อนไขประการที่สอง บุคลากรที่ต้องการเหล่านั้นมีอยู่ในระบบราชการหรือไม่
หากมีอยู่แล้ว บุคลากรเหล่านั้นมีคุณภาพ ความรู้ ความสามารถที่จะปฏิบัติตามนโยบายนั้นได้
หรือไม่ บุคลากรเหล่านี้มีความยินดีหรือความตั้งใจที่จะมาร่วมเป็นผู้ปฏิบัติในนโยบายนั้นหรือไม่
สำหรับหน่วยราชการที่มีบุคลากรเหล่านี้อยู่ยินดีที่จะให้บุคลากรเหล่านั้นมาเป็นผู้ร่วมปฏิบัติตาม
นโยบายนั้นหรือไม่

4.3 เงื่อนไขประการที่สาม หากไม่มีบุคลากรเหล่านั้นในหน่วยราชการ หน่วยงานฯ
จะไปหาที่ไหน หากภาคเอกชนได้หรือไม่ จะมีวิธีการดึงดูดบุคลากรเหล่านั้นอย่างไร ปัญหาใน
การนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น หากบุคลากรที่เราต้องการนั้นมีอยู่ไม่
เพียงพอในระบบราชการ หรือบุคลากรไม่มีความพร้อมหรือเต็มใจที่จะเข้ามาร่วมปฏิบัติตาม
นโยบายนั้น และหากบุคลากรกระจัดกระจายกันอยู่ตามส่วนราชการต่าง ๆ หลาย ๆ หน่วย ก็อาจจะ
เกิดปัญหาความไม่เต็มใจของหน่วยงานต้นสังกัดที่จะให้ข้าราชการในสังกัดมาร่วมดำเนินการตาม
นโยบายดังกล่าว ในระบบราชการไทยนโยบายที่เกี่ยวกับการพัฒนาชนบทมักประสบปัญหา

เกี่ยวกับบุคลากรมาก เพราะบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมักจะสมัครใจอยู่ปฏิบัติงานในส่วนกลางมากกว่าจะไปปฏิบัติงานตามท้องที่ชนบท ทั้งนี้เพราะมีโอกาสก้าวหน้ามากกว่าถ้าหากปฏิบัติงานอยู่ที่ส่วนกลาง สำหรับเงื่อนไขประการที่สาม หากการปฏิบัติตามนโยบายนั้นจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรจากภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วย ปัญหาคือเราจะได้บุคลากรดังกล่าวมาอย่างมาก และในทางปฏิบัติก็คือหน่วยราชการย่อมมีข้อติดขัดในเรื่องกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ในการจ่ายค่าตอบแทน อันจะเป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการดึงดูดบุคลากรจากภาคเอกชนเข้ามาปฏิบัติงานในนโยบายนั้นได้ตามที่ต้องการและต่อเนื่อง ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ในภาพรวมจะส่งผลต่อสมรรถนะของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติและต่อความสำเร็จของนโยบายโดยรวม

สำหรับปัจจัยทางด้านงบประมาณนั้น หากหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติถูกจำกัดเงื่อนไขของค่าใช้จ่ายประมาณ จะทำให้การปฏิบัติงานเกิดปัญหามากขึ้น เช่น ข้อจำกัดเรื่องเงินของค่าใช้จ่ายหรือมีระเบียบบังคับเกี่ยวกับการใช้เงินมากมายจนขาดความยืดหยุ่น ก็จะเป็นตัวบั่นทอนสมรรถนะของหน่วยปฏิบัติมากขึ้น นอกจากนี้ในกรณีที่การนำนโยบายไปปฏิบัติ จำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุนทางการเงินอย่างมาก แต่รัฐบาลไม่อาจหาเงินมาสนับสนุนได้ หรือทำได้ล่าช้าก็อาจจะทำให้เกิดปัญหาได้

เช่นเดียวกัน ปัญหาเรื่องเครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนปัจจัยทางด้านวิทยาการหรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องในนโยบาย หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ได้รับการสนับสนุนปัจจัยดังกล่าวอย่างเพียงพอหรือทันเวลา ก็อาจจะทำให้การปฏิบัติงานเกิดปัญหา ในบางกรณีการปฏิบัติตามนโยบายนั้นมีลักษณะที่ต้องใช้เทคโนโลยีหรือวิทยาการเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย แต่ผู้ปฏิบัติขาดความรู้หรือความเข้าใจเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในเรื่องนี้เราเห็นว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านบุคลากรดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

5. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน

ในการนำนโยบายไปปฏิบัตินั้น หากมีจำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาก และหน่วยงานเหล่านั้นมีวัฒนธรรมองค์การที่แตกต่างกัน บางครั้งอาจทำให้เกิดปัญหาด้านการประสานงาน จนทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติมีปัญหาได้ นอกจากนี้ในเรื่องของจำนวนมากน้อยของจุดตัดสินใจ (Clearance Points) ถ้าหากจำนวนจุดตัดสินใจมีมาก ความล่าช้าในการปฏิบัติงานก็จะยิ่งมากขึ้นด้วย

สำหรับปัจจัยลักษณะความสัมพันธ์ดั้งเดิมระหว่างหน่วยงานที่ร่วมกันปฏิบัติงานให้ เป็นไปตามนโยบาย จะมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบาย ถ้ามีความร่วมมือกันอย่างดีมาก่อนในอดีต จะส่งผลให้การปฏิบัติตามนโยบายเป็นไปด้วยดี หากในอดีตเคยมีความขัดแย้งมาก่อน ก็จะพาไปสู่ปัญหาในการปฏิบัติได้

เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจองค์ความรู้ทางด้านผลการศึกษาที่ตรงหรือใกล้เคียงกับหัวข้อในการวิจัย พบว่า มีเอกสารงานวิจัย ดังนี้

ศุภวรรณ โปธินาค (2545) วิจัยเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตของชุมชน เกาะล้าน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า การท่องเที่ยวที่เป็นมาในอดีตและในรูปแบบที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของเกาะล้าน ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางด้านบวกและด้านลบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน ด้านบวกคือ การท่องเที่ยวทำให้มีความหลากหลายของทางเลือกในการประกอบอาชีพมากขึ้น และก่อให้เกิดรายได้ต่อครัวเรือน และชุมชนมากขึ้น ซึ่งเป็นทางเลือกนอกเหนือจากการทำประมงรายย่อย ดังนั้น หากชุมชนสามารถรักษาสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งได้แก่ หาดทรายและแนวปะการังได้น้ำให้รอดพ้นจากผลกระทบที่มาจากขยะและน้ำเสียจากชุมชน ยังทำให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้อีก และสามารถรักษาการบริการที่ดีไว้ได้ก็จะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนอยู่ต่อไป ในส่วนด้านลบ คือ จำนวนแรงงานต่างถิ่นที่เข้ามาในชุมชนอาจก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้ง การแก่งแย่ง คือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการสอดส่องดูแลชุมชน ส่วนปัญหาใหญ่อีกปัญหาหนึ่ง คือ เรื่องขยะและน้ำเสียที่มาจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากยังไม่มีการจัดการและวางแผนจากทางภาครัฐ และภาคส่วนประชาชนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ระพีพรรณ ทองห่อ และคณะ (2545) วิจัยเรื่อง การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นผลจากการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาจังหวัดน่าน โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน และเสนอแนวทางในการจัดทำแผนท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน โดยผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังประเด็นต่อไปนี้

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โบราณสถานและศิลปวัฒนธรรม ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในเรื่องความสมบูรณ์ของธรรมชาติจัดว่ายังมีอยู่มณระดับที่สูงมาก จังหวัดน่านได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัด โดยอาศัยศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนา

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน ที่เป็นผลจากการท่องเที่ยว พบว่าผลจากการพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่โดยภาพรวมจัดได้ว่ายังเกิดความเปลี่ยนแปลงน้อยมาก

3. ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน ซึ่งมีผลทั้งต่อกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มประชาชน

ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ (2540) วิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า ในระยะแรก ประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อในโครงการประชาสัมพันธ์ในโครงการอเมซิ่งไทยแลนด์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทักษะและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กฤติยากร นวลศรี (2544) วิจัยเรื่อง ผลจากการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวในทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว กรณีศึกษา: เกาะพีพี อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาถึงผลที่เกิดขึ้นกับประชาชนและชุมชน เนื่องมาจากการส่งเสริมให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว หลังจากการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาอย่างยั่งยืนในการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นได้ทำเช่นนั้น แต่ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในด้านการบริหารจัดการพื้นที่สำหรับทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีต่อผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมองว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับผู้เข้ามามีส่วนร่วม การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านการประกอบอาชีพของประชาชน จากการประกอบอาชีพภาคเกษตรกรรมและการรับจ้างมาสู่การประกอบอาชีพด้านบริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความมั่นคงทางด้านรายได้ และกิจกรรมท่องเที่ยวยังเป็นแรงจูงใจให้ประชาชนในบริเวณต่าง ๆ เดินทางเข้าสู่พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ดารามาส มณฑลวิทย์ (2549) วิจัยเรื่อง การใช้เทศกาลดนตรีพิทยาในฐานะกิจกรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์เมืองพิทยา ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า การสร้างภาพลักษณ์เมืองพิทยาโดยการใช้เทศกาลดนตรีพิทยาเป็นกิจกรรมเชิงกลยุทธ์ แบ่งออกเป็นภาพลักษณ์ด้านต่างๆคือ ภาพลักษณ์เมืองแห่งเสียงเพลงไร้พรมแดน ภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวแบบครอบครัวเหมาะกับคนทุกเพศ ทุกวัยและทุกอาชีพ ภาพลักษณ์เมืองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้าน และภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ในส่วนของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์นั้นพบว่า มีการใช้กลยุทธ์ดังนี้ คือ กลยุทธ์การใช้สื่อแบบผสมผสาน กลยุทธ์การกำหนดสื่อหลักและสื่อรอง กลยุทธ์การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง กลยุทธ์การใช้สื่อสร้างกระแส กลยุทธ์การใช้สื่อของหน่วยงานพันธมิตร กลยุทธ์การนำสื่อทันสมัยเข้ามาใช้

และกลยุทธ์การสร้างการจดจำโครงการเทศกาลดนตรีพัทยา อีกทั้ง ประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการเทศกาลดนตรีพัทยาจากสื่อประชาสัมพันธ์ ในระดับต่ำ โดยมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการฯจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง จากสื่อ บุคคลและสื่อเฉพาะกิจในระดับต่ำ มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการฯในระดับสูง มีทัศนคติต่อ โครงการฯในระดับปานกลางหรือทัศนคติที่เป็นกลาง และภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาในสายตาของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ภาพลักษณ์ในระดับปานกลางหรือภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง

ประยูทธ์ เรือนทองคำ (2548) วิจัยเรื่องทัศนคติของผู้เกี่ยวข้องต่อสภาพปัญหาอาชญากรรม และผลกระทบ ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตที่เกิดจากองค์การอาชญากรรมและ ผู้ มีอิทธิพล โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 69 เป็นเพศชาย ร้อยละ 42.25 อายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 42 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อย ละ 36 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 34.25 ทำงานอยู่ในจังหวัดภูเก็ตเป็น ระยะเวลา 6-10 ปี ให้ความเห็นไปในแนวทางเดียวกัน คือ มีความเห็นว่าอาชญากรรมในจังหวัด ภูเก็ตมักเป็นการกระทำความผิดที่กระทำในลักษณะของกลุ่มแก๊งค์หรือผู้มีอิทธิพลหนุนหลังอยู่ ซึ่ง ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต อัน ได้แก่ อาชญากรรม ประเภทที่เกี่ยวกับทรัพย์สิน อาชญากรรมประเภทที่เกี่ยวกับการฉ้อโกงทางเพศ อาชญากรรมที่ เกี่ยวกับยาเสพติด อาชญากรรมที่กระทำโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ อาชญากรรมที่กระทำโดยผู้มีอิทธิพล คอยให้การสนับสนุน อาชญากรรมที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม และอาชญากรรมที่มุ่งต่อการก่อการ ร้าย ซึ่งผลดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวไม่กล้าลงทุนทางธุรกิจ ทำให้รายได้ โดยรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวลดลง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สิน ทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวลดน้อยลง ไม่กล้าใช้จ่ายใช้สอย ผู้ประกอบการธุรกิจไม่กล้า แข่งขันทางธุรกิจเนื่องจากเกรงผู้มีอิทธิพล ผู้ประกอบการธุรกิจมักใช้วิธีที่ผิดกฎหมายเข้าช่วย เช่น การ คิดสินบนเจ้าหน้าที่ ทำให้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเสียหายและทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศด้านการ ท่องเที่ยวตกต่ำลง

ร้อยตำรวจเอกเด่นทนุ เถาธรรมพิทักษ์ (2547) วิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อบทบาทของตำรวจท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิง ปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อบทบาทของตำรวจ ท่องเที่ยวเมืองพัทยามีดังนี้ ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของตำรวจท่องเที่ยวในฐานะผู้รักษาการตาม กฎหมาย การให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวก รักษาความปลอดภัยตลอดจนคุ้มครอง ผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ มีความเห็นอยู่ใน ระดับปานกลาง สำหรับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในแต่ละด้าน พบว่า

ต้องการให้เพิ่มอัตราค่าจ้างพลของตำรวจท่องเที่ยวเพื่อปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างรวดเร็วทั่วถึง เพิ่มจุดบริการของตำรวจท่องเที่ยวพญาให้กระจายทั่วถึง ให้มีการประชาสัมพันธ์การสืบสวนติดตามผู้กระทำความผิดอาญาอย่างต่อเนื่องจนคดีสิ้นสุด และให้ตำรวจท่องเที่ยวและตำรวจท้องที่ประสานงานเกี่ยวกับคดีต่างๆที่รับแจ้งความ ร้องทุกข์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบปัจจัยภูมิหลัง พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา การมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ตำรวจและการได้รับรู้ข่าวสารอาชญากรรมกรมการท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อบทบาทของตำรวจท่องเที่ยว ส่วนประเภทรธุรกิจ ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นที่มีต่อบทบาทของตำรวจท่องเที่ยว

พัฒน์ จันทร์แก้ว (2549) วิจัยเรื่อง การประเมินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า ความสำเร็จของกลุ่มโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทั้งด้านสภาวะแวดล้อม ปัจจัยนำเข้า กระบวนการและผลผลิตของโครงการ ประชาชน/ผู้ร่วมงานมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการดำเนินงานกลุ่มโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในระดับที่พอใจมากที่สุด เป็นโครงการที่สอดคล้องกับการแก้ปัญหาของจังหวัด เป็นโครงการที่เสริมสร้างจุดแข็งด้านการท่องเที่ยว โดยเพิ่มกิจกรรมท่องเที่ยวนอกฤดูฤดูหนาว เป็นโครงการที่สอดคล้องกับแนวนโยบายของประเทศในด้านการท่องเที่ยว ที่ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว คือเป็นโครงการที่สอดคล้องกับจังหวัดภูเก็ต

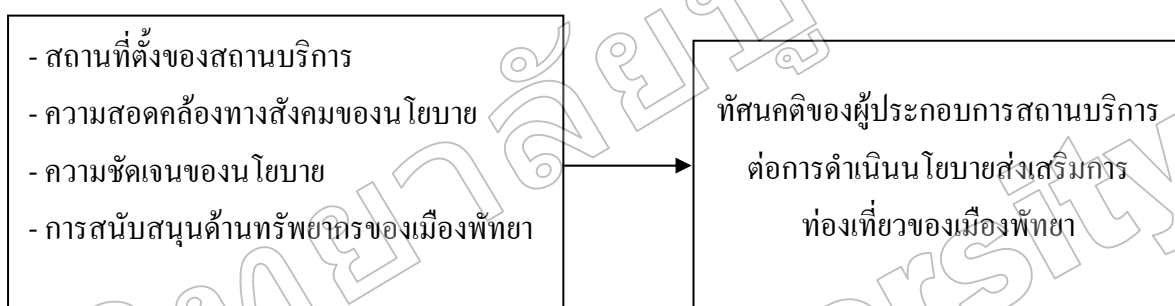
อภิษฐ์ สาหรัยทอง (2547) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล กรณีศึกษาถึงอำเภอเขาชะเมา จังหวัดจันทบุรี โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ผู้บริหารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับงบประมาณมาก เพราะถือเป็นหัวใจหลักในการทำงาน ด้านบุคลากร ความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานและการเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญ ด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ ได้แก่ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงานและวัสดุอุปกรณ์ เครื่องจักร อุปกรณ์ป้องกันสาธารณภัย ระยะเวลาในการปฏิบัติงานต้องไม่ล่าช้าและด้านการวางแผนและการบริหารจัดการ ถ้าการวางแผนปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลสอดคล้องกับงบประมาณ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน จะสามารถทำให้การบริหารงานสำเร็จไปได้ด้วยดี ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ การมีส่วนร่วมของประชาชน, ด้านการเมืองและเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความสำเร็จของการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล มีดังนี้ ปัจจัยด้านกฎระเบียบ, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี, ปัจจัยด้านความซื่อสัตย์, ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัย ทักษะของผู้ประกอบการสถานบริการ ต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้วางกรอบในการศึกษาวิจัยไว้ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

จากตัวแบบการวิเคราะห์ ผู้วิจัยสามารถกำหนดสมมติฐาน ได้ดังต่อไปนี้

1. สถานที่ตั้งของสถานบริการมีความสัมพันธ์ต่อทักษะของผู้ประกอบการ
2. ความสอดคล้องทางสังคมของนโยบายมีความสัมพันธ์ต่อทักษะของผู้ประกอบการ
3. ความชัดเจนของนโยบายมีความสัมพันธ์ต่อทักษะของผู้ประกอบการ
4. การสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยามีความสัมพันธ์ต่อทักษะของ

ผู้ประกอบการ

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

เพื่อเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะกำหนดนิยามศัพท์เบื้องต้นไว้ดังนี้

สถานบริการ หมายถึง สถานที่ที่มีสิ่งบันเทิงไว้เพื่อตอบสนองความสุขของนักท่องเที่ยวในยามราตรี เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน และเป็นสถานที่ที่ไว้พบปะสังสรรค์ ที่ตั้งอยู่ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สถานที่ตั้งสถานบริการ หมายถึง บริเวณที่ตั้งของสถานบันเทิงในเขตพื้นที่เมืองพัทยา ซึ่งประกอบไปด้วย บริเวณนาเกลือ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ นาจอมเทียน เป็นต้น

ความสอดคล้องทางสังคม หมายถึง ความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการในพื้นที่ของนโยบาย

ความชัดเจน หมายถึง ความชัดเจนของนโยบายในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านเป้าหมาย แนวทางการปฏิบัติ ระยะเวลา เป็นต้น

การสนับสนุนด้านทรัพยากร หมายถึง การสนับสนุนทรัพยากรด้านต่าง ๆ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ งบประมาณ บุคลากร และความเอาใจใส่จากผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น

ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความรู้สึกลงและการแสดงออก ที่บุคคลมีความรู้สึกตอบสนองด้านความคิดเห็นต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาที่เป็นไปในทางที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับ โดยแบ่งออกเป็น ทัศนคติในเชิงบวก คือ เห็นด้วย ทัศนคติที่เป็นกลางและทัศนคติในเชิงลบ คือ ไม่เห็นด้วยของผู้ประกอบการสถานบริการ

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลซึ่งประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางด้านสถานบริการในเมืองพัทยา

นโยบาย หมายถึง หลักและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ นโยบายเป็นข้อความหรือความเข้าใจร่วมกันอย่างกว้าง ๆ ที่ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเพื่อการปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ของผู้บริหารและของหน่วยงาน ข้อความที่ใช้เป็นนโยบายมักเป็นคำที่มีความยืดหยุ่นได้

ยุทธศาสตร์ หมายถึง แนวทางในการบรรลุจุดหมายของหน่วยงาน ดังนั้นจุดหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการจัดทำยุทธศาสตร์ โดยผู้จัดทำจำเป็นต้องกำหนด จุดหมายของหน่วยงานให้ชัดเจน เพื่อให้ยุทธศาสตร์ที่ได้ออกมานั้นตรงตามความต้องการและดำเนินไปในทิศทางที่ถูกต้อง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณจะพิจารณาหัวข้อเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. กระบวนการบริหารงานวิจัย
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เป็นเป้าหมายการวิจัย ได้แก่ผู้ประกอบการสถานบริการที่จดทะเบียนในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จำนวน 902 ราย

การกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ได้แก่ การใช้แนวคิดของทาโร ยามานะ (Taro Yamane)

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

n = ขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม กำหนดให้เท่ากับ ± 0.05

ดังนั้น $n = 902$

$$\frac{902}{1 + (902)(0.05)^2}$$

$$= \frac{902}{1 + 2.255}$$

$$= \frac{902}{3.255}$$

$$= 277.1121$$

ขนาดตัวอย่าง = 277 ราย

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการสถานบริการที่จดทะเบียนในเขตพื้นที่เมืองพัทยา
จำนวน 277 ราย

ส่วนเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Technique) ได้แก่ การใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ
ง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มแบบไม่เจาะจงจากผู้ประกอบการสถานบริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม

การสร้างเครื่องมือวิจัย ได้แก่ สร้างจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวคิดของการ
วิจัย โดยใช้รูปแบบคำถามทั้งปลายปิดและปลายเปิดและใช้ภาษาธรรมดา

องค์ประกอบของเครื่องมือวิจัยประกอบด้วยเนื้อหาสรุป ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่ตั้งของสถานบริการ
จำนวนพนักงานและระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจในเมืองพัทยา

ตอนที่ 2 ทศนคติต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ซึ่งแยกเป็นสี่ด้าน
โดยแต่ละด้านจะใช้คำถามปลายปิด ได้แก่

ทัศนคติต่อ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา	20 ข้อ
ความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่	5 ข้อ
ความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	5 ข้อ
การสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา	4 ข้อ

ในการอธิบายระดับของทัศนคติจากแบบสอบถามในตอนี่ 2 ผู้วิจัยได้แบ่งระดับในการ
อธิบายออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	การตีความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	การตีความ	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	การตีความ	ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	การตีความ	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	การตีความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 3 ความจำเป็นเร่งด่วนในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาใน
อนาคต โดยใช้คำถามปลายปิด จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยใช้คำถามปลายเปิด

การทดสอบเครื่องมือ จะใช้การทดสอบความตรง (Validity) คือการนำแบบสอบถามให้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ .ดร.ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์ ในฐานะผู้เชี่ยวชาญงานวิจัยเป็นผู้ตรวจสอบ และ

กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิทดสอบความเป็นกลางและภาษาที่ใช้ ส่วนความเที่ยง (Reliability) คือ การนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง และมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่า α โดยวิธีการของครอนบาค (Cronbach's Alpha) และนำไปเก็บข้อมูล ซึ่งผลการทดสอบได้ดังต่อไปนี้

ผลทดสอบทัศนคติต่อ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา 20 ข้อ

ได้ค่า $\alpha = 0.829$

ผลทดสอบความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ 5 ข้อ

ได้ค่า $\alpha = 0.803$

ผลทดสอบความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 ข้อ

ได้ค่า $\alpha = 0.771$

ผลทดสอบการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา 4 ข้อ

ได้ค่า $\alpha = 0.801$

กระบวนการบริหารงานวิจัย

1. วางแผนการวิจัย โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเบื้องต้นจากงานวิทยานิพนธ์ในเรื่องทัศนคติด้านการท่องเที่ยว และงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการทำวิจัย
2. สร้างแบบสอบถามอย่างมีระบบตามที่ได้ศึกษาค้นคว้าให้ครอบคลุมเนื้อหาที่เป็นองค์ประกอบของหัวข้อทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและให้คำแนะนำแก้ไข ปรับปรุงภาษาเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล หากข้อมูลไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยจะดำเนินการคัดออกและเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจนกระทั่งครบตามจำนวน 277 ชุด
5. นำแบบสอบถามที่ได้มาลงรหัสข้อมูล และนำข้อมูลไปวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจให้คะแนน โดยให้น้ำหนักคะแนนแล้ว จึงนำข้อมูลดังกล่าวมาลงรหัสกำกับแบบสอบถาม บันทึกลงใน โปรแกรมคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรม และนำผลที่ได้จากการประมวลมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้ การวิเคราะห์ประเภทของสถานบริการและบริเวณที่ตั้งของสถานบริการ ใช้ค่า F-test ส่วนการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่, ความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา ใช้ค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

โดยผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่ตั้งของสถานบริการ จำนวนพนักงานและระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจในเมืองพัทยา โดยนำมาจัดเป็นตารางแล้ว นำเสนอข้อมูลเป็นคำร้อยละ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ทัศนคติของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

การวิเคราะห์และแปลผลโดยหาค่าระดับผลกระทบจากเกณฑ์การประเมินหรือพิสัย (Range) ของคะแนน 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 การตีความ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 การตีความ ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 การตีความ ไม่แน่ใจ

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 การตีความ เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 การตีความ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การประเมินหรือพิสัยของคะแนน เป็นเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นเอง (Arbitrary Set) เพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์การให้น้ำหนักคะแนนตามระดับผลที่เกิด ซึ่งมีตั้งแต่ระดับ 1 – ระดับ 5 และนำเสนอข้อมูลเป็นคำเฉลี่ย

ตอนที่ 3 รวบรวมความจำเป็นเร่งด่วนในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

ในอนาคตแล้วนำเสนอเป็นคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 4 รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำเสนอ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษานำเสนอผลงานเรื่อง ทักษะคิดของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ดำเนินการตามลำดับคือ

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความจำเป็นเร่งด่วน ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในอนาคต

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

SD แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว

p แทน ค่าความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อน

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสถานบริการที่จดทะเบียนในเขตพื้นที่เมืองพัทยา

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามเพศ (n=277)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	73	26.4
หญิง	204	73.6
รวม	277	100

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 73.6 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 26.4

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา (n=277)

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้เรียนหนังสือ	5	1.8
ประถมศึกษาภาคบังคับ	39	14.1
มัธยมศึกษาตอนต้น	106	38.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	94	33.9
ระดับปวส. / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	31	11.2
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	2	0.7

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 33.9 การศึกษาระดับประถมศึกษาภาคบังคับ คิดเป็นร้อยละ 14.1 การศึกษาระดับปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 11.2 ไม่ได้เรียนหนังสือ ร้อยละ 1.8 และผู้ประกอบการสถานบริการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าเป็นส่วนน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 0.7

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามอายุ (n=277)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	28	10.1
30 – 39 ปี	127	45.9
40 - 49 ปี	104	37.5
50 ปีขึ้นไป	18	6.5
รวม	277	100

หมายเหตุ: $\bar{X} = 2.40$, $SD = 0.76$

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคืออายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.5 อายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 10.1 ส่วนผู้ประกอบการที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีเพียงร้อยละ 6.5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามบริเวณที่ตั้งของสถานบริการ (n=277)

บริเวณที่ตั้งของสถานบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นาเกลือ	15	5.4
พืทยาเหนือ	39	14.1
พืทยากลาง	70	25.3
พืทยาใต้	105	37.9
นาจอมเทียน	48	17.3
รวม	277	100

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่วนใหญ่จัดตั้งสถานบริการบริเวณพืทยาใต้ คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมาคือ บริเวณพืทยากลาง คิดเป็นร้อยละ 25.3 บริเวณนาจอมเทียน คิดเป็นร้อยละ 17.3 บริเวณพืทยาเหนือร้อยละ 14.1 และบริเวณที่ผู้ประกอบการจัดตั้งสถานบริการน้อยที่สุดคือบริเวณนาเกลือ มีเพียงร้อยละ 5.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ (n=277)

จำนวนพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 คน	18	6.5
20 – 50 คน	154	55.6
51 – 100 คน	73	26.3
101 – 150 คน	21	7.6
151 – 200 คน	8	2.9

ตารางที่ 6 (ต่อ)

จำนวนพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
200 คนขึ้นไป	3	1.1
รวม	277	100

หมายเหตุ: $\bar{X} = 2.48$, $SD = 0.92$

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพนักงานในสถานบริการ 20-50 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ 51-100 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 มีพนักงานจำนวน 101-150 คน ร้อยละ 7.6 มีพนักงานต่ำกว่า 20 คน ร้อยละ 6.5 และพนักงานจำนวน 151-200 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ส่วนสถานบริการที่มีพนักงาน 200 คนขึ้นไปมีเพียงร้อยละ 1.1 ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสถานบริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจในเมืองพัทยา (n=277)

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	166	59.9
5 - 10 ปี	80	28.9
11 - 15 ปี	19	6.9
16 - 20 ปี	12	4.3
รวม	277	100

หมายเหตุ: $\bar{X} = 1.56$, $SD = 0.80$

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในเมืองพัทยาดำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.9 รองลงมาคือ 5- 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.9 ระยะเวลา 11-15 ปี ร้อยละ 6.9 และผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 16-20 ปี มีเพียงร้อยละ 4.3

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยว ของเมืองพัทยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบาย
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ประกอบด้วย ทัศนคติต่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ
เมืองพัทยา ความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ ความชัดเจนของนโยบายส่งเสริม
การท่องเที่ยว และการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อโครงการต่าง ๆ
(n=277)

ทัศนคติ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	0	0
ไม่เห็นด้วย	0	0
ไม่แน่ใจ	6	30
เห็นด้วย	14	70
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	0	0
รวม	20	100

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่า ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อโครงการส่งเสริม
การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ส่วนใหญ่มีทัศนคติในระดับบวกต่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว
จำนวน 14 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 70 และมีทัศนคติในระดับปานกลางต่อโครงการส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวเพียง 6 โครงการเท่านั้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของระดับทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในโครงการต่าง ๆ (n=277)

ทัศนคติ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1.00-1.49)	0	0
ไม่เห็นด้วย (1.50-2.49)	0	0
ไม่แน่ใจ (2.50-3.49)	92	33.2
เห็นด้วย (3.50-4.49)	174	62.8
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (4.50-5.00)	11	4.0
รวม	277	100

หมายเหตุ: $\bar{X} = 3.70$, $SD = 0.54$

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ประกอบการซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาจำนวน 174 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.8 และไม่แน่ใจกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาจำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.2 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยอย่างยิ่งนั้นมีเพียง 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในโครงการต่าง ๆ (n=277)

โครงการ	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับที่
1. ประชาสัมพันธ์เมืองพัทยาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเมืองพัทยาภายในประเทศ	3.88	0.74	เห็นด้วย	6
2. ประชาสัมพันธ์เมืองพัทยาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเมืองพัทยาต่อต่างประเทศ	3.93	0.71	เห็นด้วย	4
3. การอบรมและประกวดผู้นำเยาวชน ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	3.20	0.78	ไม่แน่ใจ	18
4. ปรับสภาพแวดล้อม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและการท่องเที่ยว	3.44	0.79	ไม่แน่ใจ	15

ตารางที่ 10 (ต่อ)

โครงการ	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับที่
5. ติดตั้งเครื่องออกกำลังกายบริเวณสวนสาธารณะ เขตสทร.5	3.51	0.75	เห็นด้วย	13
6. กำหนดนโยบายให้คนพิการเป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้ท่องเที่ยว	3.45	0.86	ไม่แน่ใจ	14
7. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวทางด้านประปา	3.57	0.77	เห็นด้วย	12
8. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวทางด้านไฟฟ้า	3.89	0.74	เห็นด้วย	5
9. อบรมภาษาต่างประเทศแก่ผู้ประกอบการและบริษัทนำเที่ยว	3.76	0.97	เห็นด้วย	7
10. การก่อสร้างซ่อมแซมจุดขึ้นลงเรือและลานจอดรถ	3.35	0.89	ไม่แน่ใจ	16
11. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและโฮมสเตย์	3.25	1.02	ไม่แน่ใจ	17
12. การจัดงานวันไหลพัทยา	4.22	0.73	เห็นด้วย	2
13. การจัดพัทยานาราชนอน	3.71	0.83	เห็นด้วย	9
14. การจัดงานพัทยาฮาโลวีน	3.73	0.80	เห็นด้วย	8
15. การจัดงานพัทยาเกาท์ดาวน์	4.34	0.79	เห็นด้วย	1
16. การจัดงานถนนคนเดิน นาเกลือ	3.63	0.99	เห็นด้วย	10
17. การจัดงานเทศกาลตรุษจีนเมืองพัทยา	3.62	0.94	เห็นด้วย	11
18. การจัดงานเทศกาลพัทยา (พัทยาเฟสดีวัล)	4.06	0.78	เห็นด้วย	3
19. โครงการประกวดภาพถ่ายเพื่อการท่องเที่ยว	3.44	0.94	ไม่แน่ใจ	15
20. โครงการพัทยาแกรนเซลล์ เที่ยวทั้งวันลดทั้งเมือง	3.62	0.91	เห็นด้วย	11

จากตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่า ทักษะคิของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ในภาพรวมนั้นเห็นด้วยกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเห็นด้วย 14 ข้อ โดยโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยสามอันดับแรกคือ การจัดงานพัทยาเคาท์ดาวน์ มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือการจัดงานวันไหลพัทยา 4.22 และการจัดงานเทศกาลพัทยา (พัทยาเฟสติวัล) 4.06 และไม่แน่ใจ 6 ข้อ โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การอบรมและประกวดผู้นำเยาวชนอาสาสมัครการท่องเที่ยว

จากทักษะคิแต่ละด้าน มีข้อน่าสังเกตเพิ่มเติม ดังนี้ การจัดงานพัทยาเคาท์ดาวน์ที่พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดสืบเนื่องจาก การจัดงานเคาท์ดาวน์เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเมืองพัทยาและต่อประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นการสร้างประวัติศาสตร์อันน่าจดจำให้กับประเทศไทยในการบรรจุงานนี้อยู่ในปฏิทินการท่องเที่ยวโลกและได้รับการรายงานจากสื่อต่างชาติไปสู่สายตาผู้คนจากทั่วทุกมุมโลก โดยงานเฉลิมฉลองส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ จัดอยู่ภายใต้แคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand Amazing Value) ส่วนกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เมืองพัทยามีการจัดกิจกรรมอย่างหลากหลาย อาทิเช่นการจัดแสดงพลุ การแสดงคอนเสิร์ตจากศิลปินชั้นนำ การแสดงวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติ รวมถึงการทำประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้เป็นที่เห็นการเฉลิมฉลองส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่อย่างยิ่งใหญ่อีกด้วย

ส่วนการจัดงานวันไหลพัทยานั้น ที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาอันดับสอง เป็นผลมาจากช่วงเทศกาลสงกรานต์จะมีนักท่องเที่ยวและประชาชนจากทุกพื้นที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานับเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงวันไหล โดยเมืองพัทยาได้มีการปิดถนนในวันที่ 19 เมษายน เวลา 8.00-20.00 เริ่มตั้งแต่บริเวณโค้งโรงแรมดุสิตธานีถึงถนนวอร์คกิ้งสตรีท เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสุขกับการเล่นสาดน้ำ อีกทั้งยังมีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ขบวนแห่พระพุทธรูปเพื่อให้ประชาชนได้สรงน้ำพระ และกิจกรรมการละเล่นพื้นบ้าน การแสดงศิลปวัฒนธรรม ประเพณีกองข้าวนาเกลือ รดน้ำดำหัวผู้สูงอายุและการประกวดนางสงกรานต์ ทั้งนี้วันไหลพัทยาก็ถือว่าเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก เพราะถนนเกือบทุกสายในเมืองพัทยานั้นมีนักท่องเที่ยวออกมาเล่นสาดน้ำสงกรานต์กันอย่างเนืองแน่น

สำหรับการจัดงานเทศกาลพัทยา (พัทยาเฟสติวัล) ได้รับความร่วมมือจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดงานพัทยา อินเทอร์เน็ตชั่นแนล มิวสิค เฟสติวัล เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และต่อยอดชื่อเสียงแห่งเทศกาลดนตรีนานาชาติริมชายหาดที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชียที่ระดมศิลปินที่มีชื่อเสียงในระดับภูมิภาคเอเชียเข้าร่วมแสดง พร้อมศิลปินชื่อดังจากทั่วฟ้าเมืองไทย และยังเป็นส่งเสริมภาพลักษณ์ให้เมือง

พืทยังคงเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลสำหรับครอบครัวและเมืองแห่งเสียงดนตรีในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ ยังเป็นการบูรณาการความร่วมมือในการจัดงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

การอบรมและประกวดผู้นำขุมทูตประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (แต่หากพิจารณาจากตารางค่าเฉลี่ยจะไม่ทิ้งช่วง แตกต่างกันมาก) เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการที่เน้นให้ความสำคัญกับเยาวชน จึงทำให้ประชาชนโดยทั่วไปรวมทั้งผู้ประกอบการซึ่งอยู่ในวัยทำงาน ไม่ได้รับรู้ข่าวสารในโครงการนี้มากนัก หรืออาจจะละเลยไม่ได้ให้ความสนใจ และคิดว่าไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง ทั้งนี้โครงการการอบรมและประกวดผู้นำขุมทูตประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นับว่าเป็นโครงการที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เยาวชนมีพื้นที่ในการแสดงออก และทำหน้าที่สืบทอดความเป็นมาของเมืองพืทยา ทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมรวมถึงเรื่องราวของเมืองพืทยา ซึ่งขุมทูตประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองพืทยาจะได้รับโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ นับว่าเป็นโอกาสที่เมืองพืทยาสร้างสรรค้ขึ้นมาเพื่อเยาวชนโดยเฉพาะ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของระดับความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (n=277)

ความสอดคล้อง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1.00-1.49)	6	2.2
ไม่เห็นด้วย (1.50-2.49)	24	8.6
ไม่แน่ใจ (2.50-3.49)	124	44.8
เห็นด้วย (3.50-4.49)	117	42.2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (4.50-5.00)	6	2.2
รวม	277	100

หมายเหตุ: $\bar{X} = 3.33$, $SD = 0.75$

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ประกอบการซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แน่ใจกับการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.8 และเห็นด้วยกับการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.2 ผู้ประกอบการที่ไม่เห็นด้วยนั้นมีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.6 ส่วนผู้ประกอบการที่เห็นด้วยอย่างยิ่งและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีจำนวนเท่ากันคือ ด้านละ 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.2

ทั้งนี้ ในด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ ต้องมีความสอดคล้องมากขึ้น โดยก่อนการกำหนดนโยบายควรศึกษาถึงปัญหาของพื้นที่อย่างจริงจัง เพื่อให้สนองตอบด้านปัญหาอย่างแท้จริง อีกทั้ง ยังควรศึกษาด้านความต้องการของพื้นที่ควบคู่ไปด้วย ซึ่งด้านความต้องการของพื้นที่อาจทำได้โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ และนำมาประมวลผล เพื่อให้ทราบความต้องการ หากมีการดำเนินการทั้งสองด้านควบคู่กัน ไปนั้น ก็จะทำให้ได้กรอบการวางแผนนโยบายที่มีความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่มากขึ้น ในการกำหนดนโยบายควรคำนึงถึงเรื่องต่าง ๆ คือควรสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม (Relevant to Social Value) ควรมีความสมเหตุสมผล (Rationale) และควรมีความสอดคล้องทางการเมือง (Relevant to Political Pattern)

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ (n=277)

โครงการ	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับที่
1. นโยบายมีความสอดคล้องกับปัญหาภายในพื้นที่	3.29	0.73	ไม่แน่ใจ	2
2. นโยบายตรงกับความต้องการของพื้นที่	3.36	0.87	ไม่แน่ใจ	1
3. ประชาชนได้รับประโยชน์จากนโยบาย	3.25	0.94	ไม่แน่ใจ	3
4. มีความสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม	3.24	0.87	ไม่แน่ใจ	4
5. นโยบายมีความสมเหตุสมผล	3.29	0.94	ไม่แน่ใจ	2
รวม	3.29	2.87	ไม่แน่ใจ	

จากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการไม่แน่ใจกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ประกอบการไม่แน่ใจทั้ง 5 ข้อ โดยความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่สามอันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ นโยบายตรงกับความต้องการของพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมาคือ นโยบายมีความสอดคล้องกับปัญหาภายในพื้นที่และนโยบายมีความสมเหตุสมผล ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.29 เท่ากัน และประชาชนได้รับประโยชน์จากนโยบาย มีค่าเฉลี่ย 3.25

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของระดับความชัดเจน ของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (n=277)

ความชัดเจน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1.00-1.49)	2	0.7
ไม่เห็นด้วย (1.50-2.49)	27	9.8
ไม่แน่ใจ (2.50-3.49)	155	56.0
เห็นด้วย (3.50-4.49)	89	32.1
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (4.50-5.00)	4	1.4
รวม	277	100

หมายเหตุ: $\bar{X} = 3.23$, $SD = 0.67$

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ประกอบการซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แน่ใจกับการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านความชัดเจน จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 56 และเห็นด้วยกับการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านความชัดเจน จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.1 ผู้ประกอบการที่ไม่เห็นด้วยนั้นมีจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.8 ผู้ประกอบการที่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีจำนวน 4 ราย ร้อยละ 1.4 ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีจำนวน 2 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.7

ความชัดเจนของนโยบาย (Clarity of Policy) ถือเป็นรากฐานสำคัญสำหรับความมุ่งหมายของนโยบายทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ อีกทั้งนโยบายที่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน จะส่งเสริมให้การนำนโยบายไปปฏิบัติมีความสอดคล้องประสานกัน และบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนความชัดเจนของวัตถุประสงค์นั้นขึ้นอยู่กับการระบุสภาพปัญหาของนโยบาย

อย่างครบถ้วน การกำหนดผู้ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาอย่างชัดเจน การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับผลกระทบจากการแก้ปัญหา การประเมินทรัพยากรที่ต้องใช้ในการแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาด้านความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (n=277)

เรื่อง	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับที่
มีเป้าหมายที่ชัดเจน	3.64	0.70	เห็นด้วย	1
มีการระบุแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน	3.35	0.79	ไม่แน่ใจ	2
มีการระบุระยะเวลาการดำเนินการที่ชัดเจน	3.03	0.86	ไม่แน่ใจ	4
ในภาพรวมนโยบายมีความเป็นไปได้	3.26	0.90	ไม่แน่ใจ	3
มีการถ่ายทอดไปยังผู้ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน	3.02	0.83	ไม่แน่ใจ	5
รวม	3.26	0.81	ไม่แน่ใจ	

จากตารางที่ 14 จะเห็นได้ว่า โดยรวมผู้ประกอบการนั้น ไม่แน่ใจกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ประกอบการเห็นด้วยเพียงหนึ่งข้อคือ นโยบายมีเป้าหมายที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.64 และไม่แน่ใจ 4 ข้อ คือ มีการระบุแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.35 ในภาพรวมนโยบายมีความเป็นไปได้ มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีการระบุระยะเวลาการดำเนินการที่ชัดเจน 3.03 และนโยบายมีการถ่ายทอดไปยังผู้ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ชัดเจน 3.02

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของระดับการสนับสนุนด้านทรัพยากร ของผู้ประกอบการ
สถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว (n=277)

การสนับสนุนด้านทรัพยากร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1.00-1.49)	0	0
ไม่เห็นด้วย (1.50-2.49)	23	8.3
ไม่แน่ใจ (2.50-3.49)	139	50.2
เห็นด้วย (3.50-4.49)	103	37.2
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (4.50-5.00)	12	4.3
รวม	277	100

หมายเหตุ: $\bar{X} = 3.37$, $SD = 0.69$

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ประกอบการซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แน่ใจกับการ
ดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการสนับสนุนทรัพยากรของเมืองพัทยา จำนวน 139 ราย
คิดเป็นร้อยละ 50.2 และเห็นด้วยกับการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการสนับสนุน
ทรัพยากรของเมืองพัทยา จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.2 ผู้ประกอบการที่ไม่เห็นด้วยนั้นมี
จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ส่วนผู้ประกอบการที่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีเพียง 12 ราย ร้อยละ 4.3
ทั้งนี้เมืองพัทยากรมีการสนับสนุนด้านทรัพยากรอย่างเต็มที่มากยิ่งขึ้น ทั้งวัสดุ อุปกรณ์
งบประมาณ ความคล่องตัวในการเบิกจ่ายงบประมาณ รวมถึงการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง
ด้วย ในการจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation) นั้น ควรพิจารณาการใช้ทรัพยากรให้ถูกต้อง
ต้องคำนึงถึงการจัดลำดับความสำคัญของแผนงานและโครงการ รวมถึงกลยุทธ์ในการใช้ทรัพยากร
ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาด้านการสนับสนุนทรัพยากรด้านของเมืองพัทยา (n=277)

โครงการ	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับที่
1. วัสดุ อุปกรณ์	3.27	0.84	ไม่แน่ใจ	2
2. งบประมาณ	3.33	0.82	ไม่แน่ใจ	1
3. ความคล่องตัวในการเบิกจ่ายงบประมาณ	3.08	0.91	ไม่แน่ใจ	4
4. การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง	3.18	0.89	ไม่แน่ใจ	3
รวม	3.21	0.86	ไม่แน่ใจ	

จากตารางที่ 16 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการไม่แน่ใจกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยาทั้ง 4 ข้อ มีค่าเฉลี่ย 3.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดจากมากไปน้อยคือ ด้านงบประมาณ 3.33 ด้านวัสดุ อุปกรณ์ 3.27 การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง 3.18 และด้านความคล่องตัวในการเบิกจ่ายงบประมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.08

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความจำเป็นเร่งด่วน ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในอนาคต

ตารางที่ 17 ร้อยละและลำดับที่ของความจำเป็นเร่งด่วน ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในอนาคต (n=277)

เรื่อง	ความถี่	ร้อยละ	ลำดับที่
1. การก่อสร้างห้องน้ำและห้องอาบน้ำชายหาด	137	49.46	2
2. การจัดตกแต่งและปลูกต้นไม้บริเวณเกาะกลางและไหล่ทางถนน สุขุมวิท	9	3.25	11
3. การก่อสร้างปรับปรุงเส้นทางสู่ท่าเทียบเรือท่องเที่ยว พัทยาใต้	24	8.66	8
4. การติดตั้งโคมไฟถนนชนิดเสาเหล็กบริเวณสวนเฉลิมพระเกียรติ	3	1.08	13

ตารางที่ 17 (ต่อ)

เรื่อง	ความถี่	ร้อยละ	ลำดับที่
5. การติดตั้งระบบไฟฟ้าเสริมภูมิทัศน์บริเวณชายหาดและพื้นที่ใกล้เคียง	68	24.55	6
6. การประดับไฟตกแต่งเมืองพัทยา	23	8.30	9
7. การก่อสร้างอุโมงค์เก็บระบบไฟฟ้า ประปาและระบบโทรคมนาคม	16	5.78	10
8. การสร้างรอรางไฟฟ้า	33	11.91	7
9. การอบรมภาษาอังกฤษแก่ผู้ประกอบการและตัวแทนบริษัทนำเที่ยว	111	40.07	3
10. การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	68	24.55	6
11. การปรับปรุงภูมิทัศน์ชายหาดพัทยา	85	30.69	5
12. การปรับปรุงประสิทธิภาพไฟฟ้าประดับป้าย PATTAYA CITY จุดชมวิวิวเขา สทร.5	5	1.81	12
13. การปรับปรุง แก้ไข ระบบการจราจร	153	55.23	1
14. การป้องกันและแก้ไขปัญหาทั่วรวม	96	34.66	4
15. อื่น ๆ	0	0	14
รวม	277		

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะถึงความจำเป็นเร่งด่วน ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในอนาคตในสามลำดับแรก คือ การปรับปรุง แก้ไข ระบบการจราจร คิดเป็นร้อยละ 55.23 รองลงมาคือการก่อสร้างห้องน้ำและห้องอาบน้ำชายหาด คิดเป็นร้อยละ 49.46 และการอบรมภาษาอังกฤษแก่ผู้ประกอบการและตัวแทนบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 40.07

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 สถานที่ตั้งของสถานบริการมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ตั้งของสถานบริการกับทัศนคติที่มีต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

สถานที่ตั้งสถานบริการ	จำนวนตัวอย่าง	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
นาเกลือ-พญาเหนือ	54	3.6130	.44986	2.75	4.45
พญากลาง	70	3.7136	.38962	3.05	4.50
พญาใต้	105	3.6619	.46614	2.70	4.80
จอมเทียน	48	3.7781	.43010	2.70	4.80
รวม	277	3.6856	.43946	2.70	4.80

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	.810	3	1.57	0.19
ภายในกลุ่ม	52.493	273		
รวม	53.302	276		

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 พบว่า ค่า $F=1.403$, $Sig.=0.242$ (>0.05) ซึ่งแสดงว่า บริเวณที่ตั้งของสถานบริการที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพญาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานข้อที่ 2 ความสอดคล้องทางสังคมของนโยบายมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องทางสังคมของนโยบายกับทัศนคติที่มีต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

		ทัศนคติ	ความสอดคล้องของนโยบาย
ทัศนคติ	Pearson Correlation	1	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000
	n	277	277

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

พิจารณาค่า r เมื่อ r มีค่าสูงกว่า 0.90 (เข้าใกล้ 1) นั่นคือ มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก
 เมื่อ r มีค่าระหว่าง 0.70 - 0.90 นั่นคือ มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
 เมื่อ r มีค่าระหว่าง 0.30 - 0.70 นั่นคือ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
 เมื่อ r มีค่าต่ำกว่า 0.30 นั่นคือ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

จากตารางที่ 19 พบว่า ค่า Pearson Correlation (r) = 0.655, Sig. = 0.000 แสดงว่าความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.655 หรือโดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางที่ $r = 0.655$

พิจารณาความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็น + แสดงว่า ความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา หมายความว่า เมื่อนโยบายมีความสอดคล้องทางสังคมที่สูงขึ้น ระดับทัศนคติต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ความชัดเจนของนโยบายมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างความชัดเจนของนโยบายกับทัศนคติที่มีต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

		ทัศนคติ	ความชัดเจนของนโยบาย
ทัศนคติ	Pearson Correlation	1	.564**
	Sig. (2-tailed)		.000
	n	277	277

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 20 พบว่า ค่า Pearson Correlation (r) = 0.564, Sig. = 0.000 แสดงว่าความชัดเจนของนโยบายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.564 หรือโดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางที่ $r = 0.564$

พิจารณาความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็น + แสดงว่า ความชัดเจนของนโยบายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา หมายความว่า เมื่อความชัดเจนของนโยบายเพิ่มขึ้น ทัศนคติต่อนโยบายเพิ่มขึ้นด้วย

สมมติฐานข้อที่ 4 การสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยามีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนด้านทรัพยากรกับทัศนคติที่มีต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

		ทัศนคติ	การสนับสนุนด้านทรัพยากร
ทัศนคติ	Pearson Correlation	1	.447**
	Sig. (2-tailed)		.000
	n	277	277

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 21 พบว่า ค่า Pearson Correlation (r) = 0.447, Sig. = 0.000 แสดงว่าการสนับสนุนด้านทรัพยากรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.447 หรือโดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางที่ $r = 0.447$

พิจารณาความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็น + แสดงว่า การสนับสนุนด้านทรัพยากรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา หมายความว่า เมื่อมีการสนับสนุนด้านทรัพยากรเพิ่มขึ้นทัศนคติต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยสรุปพบว่า ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยานั้น ไม่แตกต่างกันตามบริเวณที่ตั้งของสถานบริการ ความสอดคล้องทางกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในทิศทางเดียวกัน ความชัดเจนของนโยบายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในทิศทางเดียวกัน และการสนับสนุนด้านทรัพยากรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในทิศทางเดียวกันด้วย คือเมื่อนโยบายมีความสอดคล้องกับสังคม มีความชัดเจนและมีการสนับสนุนทรัพยากรสูงขึ้น ก็จะส่งผลต่อระดับทัศนคติสูงขึ้นเช่นกัน ในทางกลับกันหากลดระดับความสอดคล้องทางสังคม ความชัดเจนและลดการสนับสนุนทรัพยากรลง ก็จะส่งผลต่อระดับทัศนคติในทิศทางที่ลดลงด้วย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การนำเสนอผลการวิจัยในบทที่ 5 นี้ จะแบ่งหัวข้อการเสนอออกเป็น 4 หัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผลการศึกษา
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการ ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการ ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

ผลการศึกษาโดยผู้วิจัยนำเสนอตามมีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการสถานบริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 73.6) มีอายุระหว่าง 30-39 ปี (ร้อยละ 45.9) จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 38.3) และมีสถานบริการตั้งอยู่บริเวณพัทยาใต้ (ร้อยละ 37.9) ซึ่งมีพนักงานอยู่ในสถานบริการ 20-50 คน (ร้อยละ 55.6) ทั้งนี้ผู้ประกอบการได้ประกอบธุรกิจในเมืองพัทยาดำกว่า 5 ปี (ร้อยละ 59.9)

ข้อค้นพบที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับการดำเนินนโยบายในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว และไม่แน่ใจกับด้านความสอดคล้องทางสังคม, ความชัดเจนของนโยบายและด้านการสนับสนุนทรัพยากรของเมืองพัทยา ทั้งนี้ โครงการของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.68 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่มีค่าเฉลี่ย 3.29 ด้านความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.26 และด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.21 เมื่อพิจารณารายละเอียดของนโยบายในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวไปข้างต้น พบว่า

1. ด้านทัศนคติต่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ในภาพรวม ผู้ประกอบการเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ 5 อันดับแรก พบว่า การจัดงานพัทยาเคาท์ดาวน์เป็น

โครงการที่มีระดับทัศนคติสูงสุด ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ การจัดงานวันไหลพัทยา ($\bar{X} = 4.22$) การจัดงานเทศกาลพัทยา (พัทยาเฟสติวัล) ($\bar{X} = 4.06$) การประชาสัมพันธ์เมืองพัทยาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเมืองพัทยาต่อต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.93$) และการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวทางด้านไฟฟ้า ($\bar{X} = 3.89$) ตามลำดับ

2. ด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ ผู้ประกอบการนั้นไม่แน่ใจกับความสอดคล้องทางสังคมของนโยบาย เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่าความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่สูงสุด 3 อันดับแรกคือ นโยบายตรงกับความต้องการของพื้นที่ ($\bar{X} = 3.36$) นโยบายมีความสอดคล้องกับปัญหาภายในพื้นที่ ($\bar{X} = 3.29$) และประชาชนได้รับประโยชน์จากนโยบาย ($\bar{X} = 3.25$)

3. ด้านความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ในภาพรวมผู้ประกอบการนั้นไม่แน่ใจกับความชัดเจน เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ มีเป้าหมายที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.64$) มีการระบุแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.35$) และในภาพรวมนโยบายมีความเป็นไปได้ ($\bar{X} = 3.26$)

4. ด้านการสนับสนุนทรัพยากรของเมืองพัทยา ผู้ประกอบการนั้นไม่แน่ใจกับด้านนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ด้านงบประมาณเป็นด้านที่สูงสุด ($\bar{X} = 3.33$) รองลงมาคือ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ($\bar{X} = 3.27$) ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ($\bar{X} = 3.18$) และ ด้านความคล่องตัวในการเบิกจ่ายงบประมาณ ($\bar{X} = 3.08$)

ข้อค้นพบที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ การศึกษาเปรียบเทียบระดับทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา โดยใช้ตัวแปร สถานที่ตั้งของสถานบริการ ความสอดคล้องทางสังคมของนโยบาย ความชัดเจนของนโยบาย และการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา สามารถสรุปได้จากการทดสอบสมมติฐานดังตาราง

ตารางที่ 23 สรุปสมมติฐานการศึกษา

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. สถานที่ตั้งของสถานบริการมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของผู้ประกอบการ	ไม่ยอมรับ
2. ความสอดคล้องทางสังคมของนโยบายมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของผู้ประกอบการ	ยอมรับ
3. ความชัดเจนของนโยบายมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของผู้ประกอบการ	ยอมรับ
4. การสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยามีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติของผู้ประกอบการ	ยอมรับ

จากผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกันตามสถานที่ตั้งของสถานบริการ
2. ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยามีความสัมพันธ์กับความสอดคล้องทางสังคมของนโยบายในระดับปานกลาง
3. ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยามีความสัมพันธ์กับความชัดเจนของนโยบายในระดับปานกลาง
4. ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยามีความสัมพันธ์กับการสนับสนุนด้านทรัพยากรในระดับปานกลาง

อภิปรายผลการศึกษา

ในการวิเคราะห์ถึงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย ผู้วิจัยจะอภิปรายเปรียบเทียบระหว่างข้อค้นที่ได้จากการศึกษาและองค์ความรู้เดิมจากเนื้อหาบทที่ 2 ดังนี้

จากการศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา พบว่า ด้านโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา โดยรวมผู้ประกอบการนั้นเห็นด้วย และผู้ประกอบการไม่แน่ใจต่อด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่, ความชัดเจนของนโยบายและการสนับสนุนด้านทรัพยากร

1. ด้านสถานที่ตั้งของสถานบริการที่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการนั้น เนื่องจากสถานที่ตั้งที่ได้แบ่งเขตไว้ทั้ง 5 บริเวณอยู่ใกล้กัน ประกอบกับพื้นที่เมืองพัทยาคือเมืองที่

เล็ก เมื่อมีการดำเนินนโยบายใดนโยบายหนึ่ง ก็จะทำให้การดำเนินนโยบายนั้นครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่อย่างทั่วถึง อีกทั้ง ก่อนการดำเนินนโยบายเมืองพัทยาจะมีการประชาสัมพันธ์อย่าง และกลุ่มของผู้ประกอบการนั้นได้มีการกระจายข่าวกันเองในกลุ่ม ทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการจึงรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ โดยตลอด จึงทำให้ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาไม่แตกต่างกันตามสถานที่ตั้งของสถานบริการ

2. ด้านความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นโยบายต้องตรงกับความต้องการของพื้นที่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้สอดคล้องกับองค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ นั่นคือ ในกิจกรรมที่เลือกกระทำต้องมีผลลัพธ์ในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของสังคม อีกทั้งยังต้องมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนและค่านิยมของสังคมด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒน์ จันทร์แก้ว (2549) ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของกลุ่มโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ประชาชนมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการดำเนินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเป็นโครงการที่มีความสอดคล้องกับการแก้ปัญหาของจังหวัดภูเก็ต

เห็นได้ว่านโยบายหรือโครงการใดๆย่อมต้องมีความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่อยู่เป็นรากฐาน เมื่อนโยบายมีความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ ก็ย่อมจะทำให้การดำเนินนโยบายเกิดประสิทธิผลตามมา เนื่องจากเมื่อมีนโยบายที่ตรงกับความต้องการของชุมชนก็จะทำให้ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มผู้ประกอบการและประชาชนเป็นอย่างดี

3. ด้านความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการมีเป้าหมายที่ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานของนักวิชาการต่าง ๆ ได้แก่ ลิขิตธีรเวคิน (2535) ดวงดาว ยังสามารถ (2537) สุภชัย ยาวะประภาส (2538) และวรเดช จันทรศร (2540) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ จะประกอบไปด้วยปัจจัยหลายด้าน โดยหนึ่งในปัจจัยเหล่านั้นคือ ความเข้าใจในเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของนโยบาย ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะการนำนโยบายไปปฏิบัติอาจประสบความสำเร็จหรือไม่ได้ หากหน่วยปฏิบัติไม่เข้าใจถึงเนื้อหาสาระและวัตถุประสงค์ตัวนโยบายอย่างถ่องแท้ ดังนั้น ผู้กำหนดนโยบายจำเป็นต้องพิจารณาวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของนโยบายให้มีความชัดเจนมากที่สุด และหากนโยบายที่กำหนดขึ้นมา มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนมากเท่าใด โอกาสที่นโยบายนั้นจะประสบความสำเร็จก็มีมากขึ้นเท่านั้น

4. ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านงบประมาณเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานของนักวิชาการต่าง ๆ ได้แก่ ลิขิต ธีรเวคิน (2535) ดวงดาว ยังสามารถ (2537) สุภชัย ยาวะประภาส (2538) และวรเดช จันทรศร (2540) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ จะประกอบไปด้วยปัจจัยหลายด้าน โดยหนึ่งในปัจจัยเหล่านั้น คือ ด้านความพร้อมของทรัพยากร ทั้งคน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยีต่าง ๆ รวมถึงสถานที่

สำหรับปัจจัยด้านงบประมาณนั้น หากหน่วยงานที่รับผิดชอบถูกจำกัดเงื่อนไขของงบประมาณ จะทำให้การปฏิบัติงานเกิดปัญหามากขึ้น เช่น ข้อจำกัดเรื่องเงื่อนไขของการใช้เงิน หรือมีระเบียบบังคับเกี่ยวกับการใช้เงินมากมายจนขาดความยืดหยุ่น ก็จะเป็นตัวบั่นทอนสมรรถนะของหน่วยปฏิบัติมากขึ้น นอกจากนี้ในกรณีที่ จำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุนทางการเงินอย่างมาก แต่ไม่อาจหาเงินมาสนับสนุนได้ หรือทำได้ล่าช้าก็อาจทำให้เกิดปัญหาได้เช่นกัน

เช่นเดียวกันกับปัญหาเรื่องวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนปัจจัยทางด้านวิทยากรหรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องในนโยบาย หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ได้รับการสนับสนุนปัจจัยดังกล่าวอย่างเพียงพอหรือทันเวลา ก็อาจทำให้การปฏิบัติงานเกิดปัญหา ในบางกรณีการปฏิบัติตามนโยบายนั้นมีลักษณะที่ต้องใช้เทคโนโลยีหรือวิทยากรเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย แต่ผู้ปฏิบัติขาดความรู้หรือความเข้าใจในเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในเรื่องนี้เราเห็นว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านบุคลากรอีกด้วย ซึ่งบุคลากรเหล่านี้จะต้องมีคุณภาพ ความรู้ความสามารถที่จะปฏิบัติตามนโยบาย ตลอดจนความยินดี ตั้งใจที่จะมาร่วมเป็นผู้ปฏิบัติในนโยบายอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะที่เป็นนัยยะในเชิงนโยบายที่สำคัญ ดังนี้

1. ก่อนการกำหนดนโยบายควรลงไปเก็บข้อมูล รวบรวมความต้องการด้านต่างๆรวมถึงสภาพปัญหาจากผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่ามีส่วนร่วมกับนโยบาย และเพื่อให้ได้นโยบายที่สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการอย่างแท้จริง

2. ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรกำหนดแผนปฏิบัติในเรื่องของความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่, ความชัดเจนของนโยบายและการสนับสนุนด้านทรัพยากรในระดับที่มากขึ้น เนื่องจากการศึกษาพบว่า ทั้ง 3 ด้านนั้นผู้ประกอบการยังมีความไม่แน่ใจ ซึ่งควรคำนึงถึงความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ให้มากขึ้น การกำหนด

วัตถุประสงค์ เป้าหมายควรมีความชัดเจนเพิ่มขึ้น อีกทั้งควรเพิ่มระดับการสนับสนุนด้านทรัพยากร ให้มีมากขึ้นด้วย

3. ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรเพิ่มเติมรายละเอียดให้มากขึ้น เนื่องจากจะทำให้กลุ่มผู้ประกอบการสามารถรับทราบถึงรายละเอียดของแผนและโครงการต่าง ๆ อีกทั้งยังรับทราบเป้าหมายที่ชัดเจนของการนำแผนไปปฏิบัติ

4. ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการได้รับทราบนโยบายอย่างทั่วถึงกัน

5. หลังจากนำแผนไปปฏิบัติ ควรมีการกำหนดการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละโครงการ และตั้งเกณฑ์การวัดความสำเร็จจากการนำแผนไปปฏิบัติ เพื่อทราบถึงความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ทั้งนี้สามารถนำผลจากการประเมินไปประชุม เพื่อรับทราบปัญหา แนวทางแก้ไขและเพื่อเพิ่มความรอบคอบในการกำหนดแผนนโยบาย ในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

หลังจากที่ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง ทักษะคิดของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการดำเนินวิจัยหลังจากนี้ คือ

1. ควรมีการศึกษาทักษะคิดของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ธุรกิจด้านโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง ธุรกิจนันทนาการ ไกด์ เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงทักษะคิดของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. เพื่อให้การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้ประกอบการสถานบริการต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยากว้างขวางยิ่งขึ้น ควรมีการศึกษาถึงทักษะคิดหรือเจตคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งจะช่วยให้ได้ภาพรวมของการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นหลังการดำเนินนโยบายด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาหาทางป้องกันและแก้ปัญหาต่อไป

4. ควรมีการศึกษาในประเด็นเพิ่มเติม นอกเหนือจากด้านโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ความสอดคล้อง ความชัดเจนและด้านทรัพยากร อาทิเช่น ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ควรมีการศึกษาถึงผลจากการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ว่ามีผลในการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ให้ดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บรรณานุกรม

- กฤติยากร นวลศรี. (2544). ผลจากการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวในทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว กรณีศึกษา: เกาะพีพี อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต, สาขาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- กองวิชาการและแผนงานเมืองพัทยา. (2553). *บรรยายสรุปเมืองพัทยา 52*. ชลบุรี: เมืองพัทยา.
- การท่องเที่ยว. (2552). วันที่ค้นข้อมูล 18 พฤศจิกายน 2552, เข้าถึงได้จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/การท่องเที่ยว>.
- เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2539). องค์ประกอบการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว. *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*, 15(2),30.
- ดวงดาว ยังสามารถ. (2537). กรณีศึกษานโยบายสาธารณะ บทสะท้อนปัญหา นโยบายสาธารณะในสังคมไทย. *รัฐศาสตร์สาร*, 19(12),2.
- คารามาส มณฑลวิทย์. (2549). *การใช้เทศกาลดนตรีพิทยาในฐานะกิจกรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์เมืองพิทยา ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการประชาสัมพันธ์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เด่นทนต์ เถาธรรมพิทักษ์, ร้อยตำรวจเอก. (2547). *ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อบทบาทของตำรวจท่องเที่ยวเมืองพิทยา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ตุลาพร อ่อนจันทร์. (2543). *ผลกระทบจากนโยบายผ่อนผันการใช้แรงงานต่างด้าวสัญชาติพม่าต่อชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภูมิภาคศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิคม จารุมณี. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประยูรชรี เรือนทองคำ. (2548). *ทัศนะของผู้เกี่ยวข้องต่อสภาพปัญหาอาชญากรรมและผลกระทบ ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตที่เกิดจากองค์กรอาชญากรรมและผู้มีอิทธิพล*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารงานยุติธรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2539). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

- ปิยนุช จิตตั้งวัฒนา. (2540). ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้ที่ดินและสภาพแวดล้อมของ
เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต, สาขา
การวางแผนภาค, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัฒน์ จันทร์แก้ว. (2549). การประเมินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
ภูเก็ต.
- พิมลพรรณ ลาภงยศ. (2541). การกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น : กรณีศึกษาเกาะช้าง
กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ระพีพรรณ ทองหล่อ, รติกา อังกูร, ปาลีรัตน์ การดี, อินทิรา นาคินทร์, ภัทรฤดี ครองชนม์, อรุณลักษณ์
สีมาพันธุ์ และลลิตา พูลเจริญ. (2545). การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่
เป็นผลจากการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาจังหวัดน่าน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ลิขิต ชีรเวคิน. (2535). กระทรวงศึกษาธิการ ปัญหาและการปฏิรูป. รายงานผลการวิจัยในโครงการ
บริหารเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (ระยะที่ 2 ปีที่ 1 เอกสารหมายเลข 11). กรุงเทพฯ:
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วเรช จันทร์สร. (2540). การนำนโยบายไปปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: กราฟฟิคฟอร์แมท.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). เจตคติ. กรุงเทพฯ: รุ่งวัฒนา.
- ศุภชัย ยาวะประภาส. (2535). การแปลงนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติ เอกสารการสอนชุดวิชาการวาง
นโยบาย โครงการและการบริหาร โครงการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
(2538). นโยบายสาธารณะ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภวรรณ โพธิ์นาค. (2545). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตของชุมชนเกาะล้าน เมืองพัทยา
จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตรเทคโนโลยี
การวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชนบท, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย. (2540). ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอเมซิง
ไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,
สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสกสรรค์ ขวณิชย์. (2536). เอกสารประกอบการสอนวิชา ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. ขอนแก่น: ภาควิชา
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สมคิด เลิศไพฑูรย์. (2552). *การปกครองส่วนท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วังสีไพจิตร. (2534). *จุดหักเหของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวชนวนให้เกิดขบวนการนิเวศวิทยาทางการเมือง*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- โสภา ชูพิกุลชัย และอรทัย ชื่นมณุษย์. (2523). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อภิชัย สาหรัยทอง. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลกรณีศึกษากิ่งอำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Thurstone, L. L. (1974). *The Measurement of Values*. Chicago: The University of Chicago Press.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการ ต่อการดำเนินนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการสถานบริการ ต่อการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและเพิ่มเติมการบริหารงานของเมืองพัทยา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความเป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุ ปีเต็ม

3. ระดับการศึกษา

- ไม่ได้เรียนหนังสือ
- ประถมศึกษาภาคบังคับ
- มัธยมศึกษาตอนต้น
- มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
- ระดับปวส. / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
- ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

4. บริเวณที่ตั้งของสถานบริการ

- นาเกลือ
- พัทยาเหนือ
- พัทยากลาง
- พัทยาใต้
- นางจอมเทียน
- อื่นๆ (ระบุ)

5. จำนวนพนักงาน คน

6. ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจในเมืองพัทยา ปี

ตอนที่ 2 ทักษะคิดค้นนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

ท่านรู้สึกว่าการดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา เกิดผลมากน้อยเพียงใด

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

โครงการ	ระดับทัศนคติต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. การประชาสัมพันธ์เมืองพัทยาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเมืองพัทยากายในประเทศ					
2. การประชาสัมพันธ์เมืองพัทยาและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเมืองพัทยาคู่ต่างประเทศ					
3. การอบรมและประกวดผู้นำชุมชนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองพัทยา					
4. การจัดการปรับสภาพแวดล้อม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา					
5. การติดตั้งเครื่องออกกำลังกายกลางแจ้งบริเวณสวนสาธารณะ เขาสท.5					
6. การกำหนดนโยบายให้คนพิการเป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งของผู้ท่องเที่ยว					
7. การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวทางด้านประปา					
8. การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวทางด้านไฟฟ้า					
9. การอบรมภาษาต่างประเทศแก่ผู้ประกอบการและตัวแทนบริษัทนำเที่ยว					
10. การก่อสร้าง ซ่อมแซมจุดขึ้น-ลงเรือ และลานจอดรถ					
11. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและโฮมสเตย์					
12. การจัดงานวันไหลพัทยา					
13. การจัดพัทยามาราธอน					

โครงการ	ระดับทัศนคติ				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
14. การจัดงานพืชมหาโลวิน					
15. การจัดงานพืชมหาเกาต์ควาน์					
16. การจัดงานถนนคนเดิน นาเกลือ					
17. การจัดงานเทศกาลตรุษจีนเมืองพืชมหา					
18. การจัดงานเทศกาลพืชมหา (พืชมหาเฟสติวล)					
19. โครงการประกวดภาพถ่ายเพื่อการท่องเที่ยว					
20. โครงการพืชมหาแกรนเซลล์ เกี่ยวพันังวันลคทังเมือง					

เรื่อง	ระดับความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. นโยบายมีความสอดคล้องกับปัญหาภายในพื้นที่					
2. นโยบายตรงกับความต้องการของพื้นที่					
3. ประชาชนได้รับประโยชน์จากนโยบาย					
4. มีความสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม					
5. นโยบายมีความสมเหตุสมผล					

เรื่อง	ระดับความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. มีเป้าหมายที่ชัดเจน					
2. มีการระบุแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน					
3. มีการระบุระยะเวลาการดำเนินการที่ชัดเจน					

4. ในภาพรวมนโยบายมีความเป็นไปได้					
5. มีการถ่ายทอดไปยังผู้ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน					

เรื่อง	ระดับการสนับสนุน / ความเพียงพอด้านทรัพยากรของเมืองพัทยา				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. วัสดุ อุปกรณ์					
2. งบประมาณ					
1. ความคล่องตัวในการเบิกจ่ายงบประมาณ					
2. การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง					

ตอนที่ 3 ความจำเป็นเร่งด่วนในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในอนาคต

ท่านเห็นว่าเมืองพัทยาคควรเร่งดำเนินการในด้านใด 3 ประการแรก

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความต้องการ

- 1. การก่อสร้างห้องน้ำและห้องอาบน้ำชายหาด
- 2. การจัดตกแต่งและปลูกต้นไม้บริเวณเกาะกลางและไหล่ทางถนนสุขุมวิท
- 3. การก่อสร้างปรับปรุงเส้นทางสู่ท่าเทียบเรือท่องเที่ยว พัทยาใต้
- 4. การติดตั้งโคมไฟถนนชนิดเสาเหล็กบริเวณสวนเฉลิมพระเกียรติ
- 5. การติดตั้งระบบไฟฟ้าเสริมภูมิทัศน์บริเวณชายหาดเมืองพัทยาและพื้นที่ใกล้เคียง
- 6. การประดับไฟตกแต่งเมืองพัทยา
- 7. การก่อสร้างอุโมงค์เก็บระบบไฟฟ้า ประปาและระบบโทรคมนาคม
- 8. การสร้างรถรางไฟฟ้า
- 9. การอบรมภาษาอังกฤษแก่ผู้ประกอบการและตัวแทนบริษัทนำเที่ยว
- 10. การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
- 11. การปรับภูมิทัศน์ชายหาดพัทยา
- 12. การปรับปรุงประสิทธิภาพไฟฟ้าระดับป้าย PATTAYA CITY จุดชมวิวยุทธ.5
- 13. การปรับปรุง แก้ไข ระบบการจราจร
- 14. การป้องกันและแก้ไขปัญหาหน้าท่วม

15. อื่นๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ท่านมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอย่างไร

คำชี้แจง : โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง

4.1 ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

4.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความร่วมมือ

ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตารางที่ 24 ค่าความเชื่อมั่นของทัศนคติต่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ของ
กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ($\alpha=0.829$)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	20

เมื่อพิจารณาค่า α เป็นรายข้อ

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ข้อที่ 1	71.8333	62.626	.219	.829
ข้อที่ 2	71.7000	65.390	.026	.840
ข้อที่ 3	72.6000	61.834	.280	.827
ข้อที่ 4	72.3000	60.562	.306	.827
ข้อที่ 5	72.3000	61.114	.383	.823
ข้อที่ 6	72.3000	62.838	.130	.836
ข้อที่ 7	72.2000	60.234	.410	.821
ข้อที่ 8	71.9667	63.413	.136	.833
ข้อที่ 9	72.0000	58.138	.515	.816
ข้อที่ 10	72.3667	62.102	.192	.833
ข้อที่ 11	72.4000	60.041	.388	.822
ข้อที่ 12	71.5000	60.879	.378	.823
ข้อที่ 13	72.1333	58.051	.583	.813
ข้อที่ 14	71.9333	57.030	.674	.809
ข้อที่ 15	71.4667	55.982	.662	.808
ข้อที่ 16	72.0667	58.064	.502	.817
ข้อที่ 17	72.0667	55.375	.653	.808
ข้อที่ 18	71.5333	58.326	.582	.814
ข้อที่ 19	72.4000	57.766	.429	.821
ข้อที่ 20	72.4000	55.628	.653	.808

ตารางที่ 25 ค่าความเชื่อมั่นของความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของพื้นที่ของ
กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ($\alpha=0.803$)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	5

เมื่อพิจารณาค่า α เป็นรายชื่อ

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ข้อที่ 21	13.4333	8.185	.316	.834
ข้อที่ 22	13.3667	6.585	.654	.744
ข้อที่ 23	13.4000	5.766	.752	.707
ข้อที่ 24	13.5333	7.085	.557	.774
ข้อที่ 25	13.3333	5.885	.668	.738

ตารางที่ 26 ค่าความเชื่อมั่นของความชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 30 ชุด ($\alpha=0.771$)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	4

เมื่อพิจารณาค่า α เป็นรายข้อ

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ข้อที่ 26	12.9667	6.585	.530	.736
ข้อที่ 27	13.3000	6.148	.545	.729
ข้อที่ 28	13.6000	5.421	.608	.706
ข้อที่ 29	13.2667	6.064	.564	.722
ข้อที่ 30	13.5333	6.189	.481	.751

ตารางที่ 27 ค่าความเชื่อมั่นของการสนับสนุนด้านทรัพยากรของเมืองพัทยาของกลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 30 ชุด ($\alpha=0.801$)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	4

เมื่อพิจารณาค่า α เป็นรายข้อ

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ข้อที่ 31	9.7333	4.133	.665	.725
ข้อที่ 32	9.8333	4.902	.459	.820
ข้อที่ 33	10.2000	4.166	.692	.713
ข้อที่ 34	9.8333	4.075	.649	.733

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวมุกชิตา อิทธีวรกุล
วัน เดือน ปี เกิด	24 กุมภาพันธ์ 2530
สถานที่เกิด	จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	138/22 หมู่ 12 หมู่บ้านวิวพอยท์ วิลเลจ ซอยชัยพฤกษ์ ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2549 - 2551	ศิลปศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2552 - 2554	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ) มหาวิทยาลัยบูรพา