

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

เอกวิทย์ เกษจันทร์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กรกฎาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ เอกวิทย์ เกษจันทร์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

.....
(ดร. สกฤติ อีสริยานนท์) อาจารย์ที่ปรึกษา

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

.....
(ดร. สกฤติ อีสริยานนท์) ประธาน

.....
(ดร. โอฟาร ถิ่นบางเตียว) กรรมการ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ สามัคคีธรรม) กรรมการ

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ บศสมศักดิ์) คณบดีคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมือง
พัทยา สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ความกรุณาจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลืออย่างยิ่ง
โดยเฉพาะ ดร. สกฤติ อิศรียานนท์ ดร. โอพาร ถิ่นบางเตียว รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์
สามัคคีธรรม ที่ให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาและตรวจแก้ไข เป็นอย่างดีจึงงานนิพนธ์ฉบับนี้
เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในเมืองพัทยาทุกท่าน ที่กรุณา
ให้ข้อมูล แนวทางในการประสานงานเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และที่สำคัญขอขอบนักท่องเที่ยวชาว
ไทยทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำให้การทำงานนิพนธ์ฉบับนี้
สำเร็จได้ด้วยดี

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณบิดามารดาที่ให้การสนับสนุนในการศึกษาระดับปริญญาโทครั้งนี้
รวมทั้งเพื่อน ๆ ในชั้นเรียนที่ให้อกำลังใจที่ดีมาโดยตลอด ซึ่งมีส่วนอย่างมากกับความสำเร็จครั้งนี้

เอกวิทย์ เกษจันทร์

53920303: สาขาวิชา :เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ; ร.ม. (สาขาเศรษฐศาสตร์
การเมืองและการบริหารจัดการ)

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ/นักท่องเที่ยว/ เมืองพัทยา

เอกวิทย์ เกษจันทร์: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมือง
พัทยา (SATISFACTION OF THAI VISITORS IN THE CITY OF PATTAYA)อาจารย์ผู้ควบคุม
งานนิพนธ์ สกฤติ อีสริยานนท์, รป.ค., โอฟาร ถิ่นบางเตียว, ปร.ค., สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, Ph.D.,
96 หน้า. ปี พ.ศ. 2555

งานนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว
ไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาและเพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาซึ่งระดับความพึงพอใจนั้นแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้าน
สภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ และด้านความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่า
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการมาอยู่ที่ 1-3 ครั้ง การ
เดินทางกับครอบครัว (ลูก สามี หรือภรรยา) มากที่สุด มีค่าใช้จ่าย (เฉพาะของตนเอง) 1,001 –
3,000 มากที่สุด มีจุดประสงค์หลักส่วนใหญ่ มาจากความบันเทิง/พักผ่อน มีการใช้ยานพาหนะ
ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่พักบ้านญาติ/ บ้านเพื่อน มากที่สุด มีการเดินทางมาท่องเที่ยว
ขึ้นอยู่กับโอกาส มากที่สุด ส่วนใหญ่มีจะค้างคืน แหล่งข้อมูลที่ทำให้เดินทางมาส่วนใหญ่มาจาก
เพื่อน และส่วนใหญ่เดินทางเอง มากที่สุด และผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า โดยภาพรวมมีความพึงพอใจ อยู่ใน
ระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย มากที่สุด
รองลงมา คือด้านราคา ด้านสภาพแวดล้อม และด้านสินค้าและบริการ ตามลำดับ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ง
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	4
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
กรอบแนวคิดการวิจัย	23
สมมติฐานการวิจัย.....	23
นิยามศัพท์เฉพาะ	24
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	25
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
กระบวนการบริหารงานวิจัย.....	27
การวิเคราะห์ข้อมูล	27
4 ผลการศึกษา	29
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเมืองพัทยา	33
ตอนที่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา.....	37

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมุติฐาน	43
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	78
สรุปผลการศึกษา.....	78
อภิปรายผลการศึกษา.....	80
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	82
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	83
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก	88
ประวัติย่อของผู้วิจัย	96

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	29
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	30
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ.....	30
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	31
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	31
6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	32
7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิลำเนา.....	32
8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางมาห้องเที่ยวพัทธารวมการมาครั้งนี้เป็นจำนวนกี่ครั้ง ในรอบ 1 ปี.....	33
9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามท่านเดินทางมาจากใคร.....	33
10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดการมาห้องเที่ยว.....	34
11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพาหนะหลักที่ใช้ในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา.....	34
12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่พักแรมที่ท่านใช้บริการเป็นลักษณะอย่างไร.....	35
13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวพัทยาในวันใด.....	35
14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาพักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาห้องเที่ยวแต่ละครั้ง.....	36
15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลจากแหล่งใดที่ทำให้ท่านเดินทางมาห้องเที่ยวในครั้งนี้.....	36
16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเดินทางโดยวิธีใด.....	37
17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน.....	37
18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ด้านสภาพแวดล้อม.....	38

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ด้านราคา	39
20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของกลุ่ม ตัวอย่าง ด้านสินค้าและบริการ	40
21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของกลุ่ม ตัวอย่าง ด้านความปลอดภัย	42
22 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมือง พัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตาม เพศ.....	43
23 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามอายุ	43
24 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุ.....	44
25 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามช่วงอายุ.....	45
26 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านราคา จำแนกตามช่วงอายุ.....	46
27 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามช่วงอายุ	47
28 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามช่วงอายุ	48
29 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามสถานภาพ	49
30 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพ	50
31 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามสถานภาพ	50

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
45 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	65
46 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามรายได้	66
47 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามรายได้	67
48 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านราคา จำแนกตามรายได้	68
49 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามรายได้.....	69
50 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้.....	70
51 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามภูมิลำเนา.....	71
52 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามภูมิลำเนา.....	72
53 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามภูมิลำเนา.....	73
54 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านราคา จำแนกตามภูมิลำเนา.....	74
55 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามภูมิลำเนา	75
56 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามภูมิลำเนา.....	76
57 สรุปสมมุติฐานในการศึกษา	80

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1	กรอบแนวคิดการวิจัย	23
---	--------------------------	----

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทย และก่อให้เกิดธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหลายประเภท เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม ซึ่งทำให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจ การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประชากร และสิ่งแวดล้อมของประเทศนอกจากนี้ จำนวนผู้เยี่ยมชม ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดอัตราความเจริญรุ่งเรืองของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ เนื่องจากสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และลดอัตราการนำเงินตราออกต่างประเทศ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย, 2552)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้น ตลาดนักท่องเที่ยวถือเป็นตลาดที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ในปัจจุบันนี้เกิดการแข่งขันที่สูงมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หากแต่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่ได้เปรียบกว่าประเทศอื่น ๆ แต่ละจังหวัดจะมีเอกลักษณ์ของตนเองทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นซึ่งเป็นรายได้ที่สำคัญของจังหวัดนั้น ๆ การที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศและแข่งขันกับนานาประเทศได้ ทำให้เกิดการตอบสนองของภาครัฐ และภาคธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งภายใน และภายนอกประเทศ ซึ่งเกิดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวของทุกจังหวัดขึ้น การเข้าใจนักท่องเที่ยวหรือภาพลักษณ์ของสถานที่ต่างๆ ในสายตานักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ควรศึกษาให้เข้าใจชัดเจน เพื่อเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะของแต่ละพื้นที่ (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย, 2552)

การส่งเสริมให้คนไทยหันมานิยมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (Domestic Tourism) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอีกอย่างหนึ่งทางด้านเศรษฐกิจของประเทศในภาวะการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราภายในประเทศแล้ว ยังช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าระหว่างประเทศ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนของภาครัฐ และเอกชน เกิดการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ การท่องเที่ยวยังส่งผลดีทางด้านสังคม และวัฒนธรรม เช่น การให้สวัสดิการทางสังคม

จากภาครัฐสู่ประชาชน มาตรการการรักษาความปลอดภัย ตลอดจนสาธารณูปโภคต่าง ๆ ก่อให้เกิดจิตสำนึกที่ดีต่อท้องถิ่น และต่อประเทศชาติ เกิดความภาคภูมิใจ ความรักและความห่วงใยในทรัพยากรของท้องถิ่นของชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

ภาคตะวันออก เป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมในการเดินทางมาพักผ่อนของคนไทย เนื่องจากการคมนาคมมีความสะดวกสบาย ทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นอย่างดี เช่น แหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา บางแสน ระยอง และตราด (เกาะช้าง) ซึ่งจากการส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีรายได้หมุนเวียนจำนวนมากมาย

เมืองพัทยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในภาคตะวันออก และยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การเทศกาลดนตรีเมืองพัทยา (Pattaya Music Festival) ส่งผลให้มีจำนวนผู้เยี่ยมชมมากมาย และมีอัตราการเดินทางเข้ามาเที่ยวในเมืองพัทยาสูงขึ้น และสร้างรายได้ให้กับเมืองพัทยาเป็นจำนวนมาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

พัทยามีชายหาดที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย และเป็นเมืองที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของภาคตะวันออก กิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่จึงเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พัทยามีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบก และทางน้ำ อยู่ทิศตะวันออกของอ่าวไทย ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายจึงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ และสร้างรายได้ให้แก่เมืองพัทยา จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีเพิ่มมากขึ้น แต่เม็ดเงินที่เป็นรายได้ต่อคนกลับลดลง (ศาลาว่าการเมืองพัทยา, 2553)

จากที่ผ่านมา พบว่าปัจจัยในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และนักทัศนาจรทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติมาเที่ยวเมืองพัทยา มีหลายปัจจัย เช่น ภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา ความปลอดภัย ระยะเวลา ค่าครองชีพ และปัจจัยที่มีความสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง คือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และนักทัศนาจร ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทของผู้เยี่ยมชม กล่าวคือผู้เยี่ยมชมชาวไทยนิยมมาท่องเที่ยวหาดพัทยา เพราะระยะทางไม่ไกลมากนัก หาดพัทยาสะอาดกว่าหาดบางแสน เป็นต้น สำหรับผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาตินิยมมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา เพราะภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา สถานบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น

จากเอกสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษา เรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา” เนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นว่าเมืองพัทยามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศเดินทางมาเยือนเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มว่าจะมีเพิ่มมากขึ้น และผลของการศึกษาค้นคว้าจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน

ภาครัฐและเอกชน และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาเยือน ก่อให้เกิดรายได้ การจ้างงาน การเดินทาง มาเยือนซ้ำ และเพื่อประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจของเมืองพัทยาและประเทศชาติต่อไป แต่เนื่องจาก ข้อจำกัดของเวลาและงบประมาณ ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาเฉพาะผู้ที่มาเยี่ยมเยือนที่เป็นคนไทยที่ท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาเท่านั้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตในด้านช่วงเวลาของการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยตั้งแต่ เดือน มีนาคม – เมษายน 2555
2. ขอบเขตในด้านพื้นที่ของการศึกษา ได้แก่ พื้นที่ในเขตเมืองพัทยา ซึ่งประกอบด้วย ชุมชน 35 ชุมชน
3. ขอบเขตในด้านเนื้อหาของการศึกษา ได้แก่ การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย และศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา และด้านความปลอดภัย
4. ขอบเขตในด้านประชากรของการศึกษา กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เฉลี่ยรายเดือนได้จำนวน 153,152 คน (ศาลาว่าการเมืองพัทยา, 2553)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. พนักงานและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จะได้ทราบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา
2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจะได้นำผลการวิจัยไปดำเนินการวางแผน กำหนดนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ตลอดจนวางแผนการลงทุนทางธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา
3. ข้อมูลที่ได้จากงานวิจัย จะเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงกับงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. กรอบแนวคิดการวิจัย
5. สมมุติฐานการวิจัย
6. นิยามศัพท์เฉพาะ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปก็คือการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์แบบวิทยาศาสตร์ (The Scientific Study of Human Behavior) ดังนั้น ในการศึกษาทางการบริหาร พฤติกรรมศาสตร์จึงได้รับการนิยามว่าเป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ในองค์กรที่สังเกตและบ่งชี้ได้โดยการใช้ระเบียบวิธีการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นอุปนัย (Inductive) หรือการศึกษาสรุปจากข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ผู้เขียนและมีจุดเน้นที่ตัวปัญหา โดยมีจุดสนใจอยู่ที่ประเด็นพฤติกรรมมนุษย์ และต้องใช้ความรู้จากตำราต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะทางจิตวิทยาสังคมวิทยา และมานุษยวิทยา แต่สำหรับนักพฤติกรรมศาสตร์ต้องทดสอบทฤษฎีกับสภาพความเป็นจริงด้วยวิธีการนี้ แนวศึกษาแบบวิทยาศาสตร์จึงช่วยทำให้องค์ความรู้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะแนวการศึกษาแบบวิทยาศาสตร์มีวิธีการที่จะทดสอบทฤษฎีต่าง ๆ ได้ โดยการใช้แนวศึกษาแบบวิทยาศาสตร์

พฤติกรรมศาสตร์นั้น จะทำให้องค์ความรู้เพิ่มขึ้น โดยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาทางวิทยาศาสตร์อย่างจริงจัง เข้มงวดในการศึกษาเชิงประจักษ์ซึ่งเป็นแนวทางทำให้การพัฒนาทฤษฎีที่ดีเกิดขึ้นได้และมีความแกร่งยังผลทำให้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมศาสตร์เพิ่มพูนขึ้น และมีผลในการช่วยนักบริหารได้โดยตรง ทำให้เกิดความเข้าใจและสามารถทำนายตลอดจนควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ตามที่ประสงค์ได้ วิธีการของพฤติกรรมศาสตร์นี้ต่างกับบางสาขาวิชาที่มักจะใช้วิธีการรวบรวมอ้างอิงผลการศึกษาค้นคว้าจากตำรา และข้อเขียนต่าง ๆ ในทางอ้อมเพื่อการเพิ่มพูนองค์ความรู้สัมพันธ์ภาพระหว่างพฤติกรรมศาสตร์กับสาขาวิชาอื่น (สร้อยตระกูล (ดิยานนท์)

อรรถมานะ, 2545) ในบรรดาวิชาความรู้ อาจจำแนกความรู้ได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ศิลปะ (Art) และ วิทยาศาสตร์ (Sciences) และในกลุ่มศิลปะและวิทยาศาสตร์แยกออกเป็นสาขาวิชาใหญ่ 4 สาขา คือ มนุษยศาสตร์ (Humanities) วิทยาศาสตร์กายภาพ (Physical Sciences) วิทยาศาสตร์ชีวภาพ (Biological Sciences) และสังคมศาสตร์ (Social Sciences) สำหรับสาขาวิชาสังคมศาสตร์นั้นแยก ออกเป็น 1 สาขาวิชาเช่นกัน คือ เศรษฐศาสตร์ (Economics) ประวัติศาสตร์ (History) รัฐศาสตร์ (Political Sciences) และพฤติกรรมศาสตร์ (Behavior Sciences) สำหรับพฤติกรรมศาสตร์นั้นจะรวม 3 สาขาที่สำคัญไว้ด้วยกันคือ มนุษยวิทยา (Anthropology) สังคมวิทยา (Sociology) จิตวิทยา (Psychology) ดังนั้นพฤติกรรมจึงนับเป็นสหวิทยาการ (Inter Disciplinary Field) หรือเป็นสาขาวิชา ที่รวมความรู้จากสาขาวิชาการทั้งหลาย

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

ความหมายของพฤติกรรม (Behavior)

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของบุคคลไม่เฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอก เท่านั้น แต่รวมถึงสิ่งที่อยู่ในจิตใจของบุคคลไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น คุณค่า เจตคติ ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม เป็นต้น (ชูดา จิตติพิทักษ์, 2525, หน้า 6)

พฤติกรรม หมายถึง ปฏิกริยาทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกมาภายนอก พฤติกรรมภายใน อาจมีสิ่งที่เป็นรูปธรรม นามธรรม เช่น ปฏิกริยาของอวัยวะภายในร่างกาย ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ มักจะเป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ชัด ส่วนพฤติกรรมภายนอกเป็นปฏิกริยาที่คนเรา แสดงออกตลอดเวลาของการดำรงชีวิต เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้ผู้อื่นมองเห็นทั้งวาจาและ การกระทำ (สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2529, หน้า 9)

จากความหมายข้างต้นอาจสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออก ใดๆ ก็ตามของบุคคล ทั้งที่สามารถสังเกตเห็นได้และไม่สามารถสังเกตเห็นได้ ทั้งที่รู้สึกตัวและไม่ รู้สึกตัว โดยเป็นการกระทำเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้นทั้งจากภายนอกและจากภายในหรือ เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล

ความหมายของผู้บริโภค (Consumer)

สชิฟแมน และกานุก (Schiffman & Kanuk, 1987, p. 704) ได้ให้ความหมายว่า ผู้บริโภคมี 2 ลักษณะคือ 1. ผู้บริโภคส่วนบุคคล หมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการเพื่อใช้เองหรือ สำหรับครัวเรือนของตน และ 2. ผู้บริโภคแบบองค์กร หมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้า อุปกรณ์และบริการ เพื่อการดำเนินกิจการขององค์กร

ผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) หมายถึง ผู้ใช้

ผลิตภัณฑ์หรือบริการขั้นสุดท้ายหรืออาจหมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าไปเพื่อใช้ส่วนตัวและครอบครัว หรือการใช้ขั้นสุดท้ายสำหรับตลาดสินค้าบริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539, หน้า 4)
 ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้เกิด พฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 30)

วิลเลียม และเดวิด (William & David, 1996, p. 5 อ้างถึงใน อคูลย์ จาตุรงกกุล, 2543, หน้า 7) กล่าวว่า ผู้บริโภค คือ บุคคลแต่ละคนที่มีความต้องการเฉพาะตัว มีการซื้อและบริโภคสินค้า หรือบริการและได้ใช้จ่ายสินค้าหรือบริการนั้นผู้บริโภค คือ บุคคลต่าง ๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ (Ability to Buy) หรือทุกคนที่มีเงินนอกจากนั้นในทัศนะของนักการตลาดผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจในการซื้อ (Willingness to Buy) สินค้าหรือบริการด้วย

ผู้ซื้อ (Buyer) หมายถึง บุคคลที่ซื้อสินค้าจริง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539, หน้า 4)

ผู้ซื้อ หมายถึง ผู้ที่ทำการซื้อสินค้า ผู้ซื้อจะเลือกผู้ขาย จักรยะเวลาการซื้อ กำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และเงื่อนไขการซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 158)

ผู้ซื้อ หมายถึง บุคคลที่ไปทำการซื้อจริงในกระบวนการซื้อ หรือบุคคลที่คัดเลือกผู้ขาย โดยกำหนดเงื่อนไขการซื้อและการใช้สินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 73)

ความหมายของพฤติกรรมผู้ซื้อ (Buyer Behavior) พฤติกรรมการซื้อ (Buying Behavior)

พฤติกรรมผู้ซื้อ (Buyer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน ซื้อสินค้าและบริการด้วยเงิน และรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีการกระทำนี้ พฤติกรรมของผู้ซื้อนั้น เราหมายรวมถึงผู้ซื้อที่เป็นอุตสาหกรรม (Industrial Buyer) หรือที่เป็นการซื้อของบริษัทในอุตสาหกรรม หรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ (ธงชัย สันติวงษ์, 2527 หน้า 30)

พฤติกรรมการซื้อ (Buyer Behavior) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและการแสดงออกของบุคคลรวมถึงการซื้อและการใช้สินค้านั้น (Pride & Ferrel, 1987, p. 719)

พฤติกรรมผู้ซื้อ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 73)

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ (ธงชัย สันติวงษ์, 2537, หน้า 29)

สซิฟแมน และกานุก (Schiffman & Kanuk, 1987, p. 703) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคแสดงออกถึงการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลและการใช้

จ่ายซึ่งสินค้า บริการ และความคิดพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ หรืออาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Blackwell & Miniard, 1993, p. 5 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539, หน้า 3)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคค้นหา การซื้อ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman & Kanuk, 1987, p. 6 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, หน้า 31) หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ในลักษณะบทบาทของผู้บริโภคอาจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า (Belch & Belch, 1990, p. 92 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, หน้า 31)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman & Kanuk, 1994, p. 5 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542, หน้า 124)

วิลเลียม วิลส์และพรีนสกี (Wells & Prinski, 1996, p. 5 อ้างถึงใน อุดลย์ จาตุรงค์กุล, 2543, หน้า 15) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือการแลกเปลี่ยนมูลค่าของสิ่งของกับสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั้นๆ พฤติกรรมผู้บริโภค อาจให้คำจำกัดความได้ว่าเป็น ปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านั้น

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำที่แสดงออกถึงความต้องการ การค้นหาการประเมิน การซื้อหรือการแลกเปลี่ยนและการใช้สินค้าหรือบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของตน

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ หรือใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและเป็นการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจดังกล่าวเพื่อให้ทราบถึงความจำเป็น ความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคคำถามที่ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดนิยมใช้ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ 6 W และ 1 H ซึ่งประกอบด้วย Who (ผู้บริโภค), What, Why, Who (ผู้มีส่วนร่วม), When, Where, และ How เพื่อใช้ในการค้นหา

คำตอบ 7 ประการ (7 O's) คือ Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations

การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและวัตถุประสงค์ที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). หน้า 3)

นิชา ชัชกุล (2542, หน้า 1) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักผ่อน และการกินอาหารนอกร้าน

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542, หน้า 10) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการคือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
 2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
 3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้
- สุดาพร ชูดิทรานนท์ (2542, หน้า 39) ความหมายของการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้เป็นสากล จะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไข 3 ประการคือ

1. เป็นการเดินทางไปชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบการหรือหารายได้

การเดินทางมาท่องเที่ยวมีหลายประการได้แก่ มาเพื่อพักผ่อนหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ เพื่อมาร่วมการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการติดต่อธุรกิจ เพื่อการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อการประกอบศาสนกิจ เพื่อนักศึกษา เพื่อสุขภาพหรือพักผ่อน

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบ่งได้ดังนี้

1. ความสำคัญต่อบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสุพาดา สิริกุดตา, 2541, หน้า 7) การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำราญใจ ช่วยให้มนุษย์ได้รับการพักผ่อนอันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษยชาติ ตามมติเอกฉันท์ของสหประชาชาติในการประชุมครั้งที่ 21 พุทธศักราช 2510 อันเป็นปีท่องเที่ยวสากลว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมพื้นฐานที่มนุษยชาติต้องการมากที่สุดควรที่รัฐบาลของประเทศและมนุษย์ทุกคนจะให้การส่งเสริมสนับสนุน เป็นการเปิดโลกทัศน์ ช่วยให้มนุษย์มีทัศนคติที่กว้างไกล สามารถรับรู้ และเข้าใจสภาพการณ์ที่เป็นจริง จัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่คนทุก

ระดับสามารถมีประสบการณ์ร่วมกันได้ นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นการสร้างความเข้าใจของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทั้งระหว่างชนในชาติและนานาชาติ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ดังคำขวัญของปีการท่องเที่ยวสากลว่า การท่องเที่ยวเป็นสื่อไปสู่สันติภาพ

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป., หน้า 3-4)

1. ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก
2. ช่วยแก้ปัญหาค่าขาดดุลการค้า และการชำระหนี้ของประเทศ
3. รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีกว่า 2 เท่าตัวทางเศรษฐกิจ
4. ส่งผลให้รัฐบาลมีรายได้ในรูปแบบภาษีอากรเพิ่มขึ้น
5. ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค
6. ก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ
7. กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการลงทุน
8. เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ทุกเวลา

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรม

1. ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติ
2. ช่วยพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมแก่ท้องถิ่น
3. ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
4. ช่วยลดช่องว่างทางสังคมและเสริมมาตรฐานสวัสดิการทางสังคม
5. ช่วยเสริมสร้างสุขภาพจิตใจและร่างกาย
6. ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม
7. ก่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยในสังคม
8. ช่วยให้ประชาชนใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
9. ช่วยขจัดความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

1. ช่วยสร้างภาพพจน์ความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ
2. เป็นกรณีศึกษาสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product)

มีนักคิด นักเขียน นักวิชาการ ได้กล่าวถึงธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไว้ มากมายแต่ที่ชัดเจนและสร้างความแตกต่างจากสินค้า/ บริการในอุตสาหกรรมอื่น คือ ธรรมชาติ 5 ข้อ ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติกับธรรมชาติธรรมชาตินั้นดังต่อไปนี้

2. ปัจจัยด้านราคา (Price)

จากรายงานการวิจัยในแคนาดา (Stevens, 1994 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสุพาดา สิริกุดตา, 2541, หน้า 7) นำเสนอเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของราคา คุณภาพ และการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ได้สรุปไว้ว่าองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพลักษณ์ ความสะดวกในการเดินทาง สำคัญกว่าราคา เมื่อนักท่องเที่ยวพิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยว แต่เมื่ออยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ราคาจะมีบทบาท สำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ข้อสรุปอื่น ๆ ที่น่าสนใจจากการวิจัยมีดังต่อไปนี้

การรับรู้เกี่ยวกับราคาและคุณภาพ มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด

คุณค่ามีความสำคัญกว่าราคา

ปัจจัยอื่นสำคัญกว่าราคาในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวในประเทศสวีเดราห้วิจารณ์ผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวในประเทศตนเองมากกว่า

การรับรู้เกี่ยวกับราคาขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวแต่ละคน

นักท่องเที่ยวเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อแหล่งท่องเที่ยว และเปรียบเทียบค่าใช้จ่าย

สำหรับองค์ประกอบย่อยในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดใน

การท่องเที่ยว

ราคามีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นต่อกิจกรรมในการท่องเที่ยว

ประสบการณ์มีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านราคาและคุณภาพ

นักท่องเที่ยวสูงอายุและกลุ่มที่มีฐานะดีให้ความสนใจคุณภาพมากกว่าราคา

ก่อนเดินทางนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับราคา แต่แท้จริงแล้วนักท่องเที่ยวให้

ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพมากกว่า

สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ คือ คุณภาพการบริการ

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีช่องทางการจัดจำหน่ายคล้ายกับสินค้าทั่วไป แต่หน้าที่ของ ช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยวมิได้เป็นช่องทางการขาย กระจายสินค้าหรือทำให้ลูกค้า ได้รับสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้ทำหน้าที่เหมือนเป็นประตูที่จะเปิดไปยังแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นตัวเชื้อเชิญให้ไปใช้บริการเนื่องจากบริการนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าอยู่ ณ แหล่งผลิตบริการนั้น

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับช่องทางการจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจตัวกลาง (Intermediaries) กล่าวคือ ธุรกิจจัดนำท่องเที่ยว (Tour Operators) และตัวแทนจำหน่าย (Travel Agents) ธุรกิจจัดนำเที่ยวนอกจากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแล้วยังทำหน้าที่เป็นตัวกลาง อีกทั้งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ บริการจัดนำเที่ยวเป็นที่เฟื่องฟูมาตั้งแต่ยุค 1960s ถึง 1980s ทำให้ธุรกิจจัดนำเที่ยวเป็นตัวกลางและช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญและยังคงมีบทบาทในยุคนี้แม้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวกำลังจะเปลี่ยนไปจากการใช้บริการจัดนำเที่ยวก็ตาม นอกจากนี้ธุรกิจจัดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปยังมีธุรกิจจัดนำเที่ยวที่สนใจเฉพาะลูกค้าที่เป็นองค์กร หรือที่เรียกว่า Business Travel Houses เนื่องจากธรรมชาติของการซื้อผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ กว้างขวางต่าง ๆ แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ดังนั้นธุรกิจจำเป็นที่จะต้องเข้าใจธรรมชาติพฤติกรรมผู้บริโภคเหล่านี้

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการขายเป็นการสื่อสารกับลูกค้าถึงสิ่งที่สินค้า บริการ มีให้ โดยการสื่อสารมักมีวัตถุประสงค์ คือ การให้ข้อมูล ชักชวนและทำให้เกิดการตอบสนองจากลูกค้า ซึ่งใช้วิธีในการสื่อสารที่หลากหลาย

โฆษณา

จัดกิจกรรมประกอบการขาย

ใช้พนักงานขาย

จัดแสดง ณ จุดขาย

ส่งไปรษณีย์ถึงลูกค้า

ออกแบบหีบห่อ

ให้การสนับสนุน

ประชาสัมพันธ์

วิธีการสื่อสารเหล่านี้ถูกใช้แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าและบริการ

จุดประสงค์ในการสื่อสาร และลักษณะของกลุ่มลูกค้า

5. ปัจจัยทางการเมือง

การเมืองเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเดินทางไม่ว่าจะเป็นระหว่างประเทศหรือในประเทศเอง แต่ในประเทศที่อยู่ในการพัฒนาระยะที่ 4 ประชาชนมีอิสระในการเดินทางมาก เว้นแต่บางพื้นที่ที่มีการควบคุมทางทหารหรือมีข้อตกลงระหว่างประเทศ เช่น การคว่ำบาตรทางการเมือง

การเดินทางระหว่างประเทศในปัจจุบันมีการควบคุมจากรัฐบาล รวมถึงการปกป้องประชาชนของตนจากอันตรายต่าง ๆ เช่น ความรุนแรงจากความขัดแย้ง ภัยธรรมชาติ หรือโรคติดต่อร้ายแรง แต่แนวโน้มในการเดินทางระหว่างประเทศทำได้สะดวกขึ้นจากการลดกฎเกณฑ์หรือเกิดจากการรวมกันของประเทศหรือเขตปกครองตนเองเป็นจุดหมายเดียวกัน โดยการเข้าไปในทวีปยุโรปรวมกันเป็นพื้นที่เดียวกัน การขออนุญาตเข้าประเทศเหล่านั้น ทำเพียงขอ Schengen Visa เข้าจากประเทศในกลุ่ม และสามารถเดินทางระหว่างประเทศในกลุ่มได้โดยมิต้องขอวีซ่า ในการเข้าประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอีก ในแถบเอเชียความพยายามของกลุ่มประเทศอาเซียน ที่จะรวมตัวเป็นพื้นที่เดียวในการควบคุมการเข้าออกของคน และส่งเสริมการท่องเที่ยว

Inayatullah (1995 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสุพาดา สิริกุดตา, 2541, หน้า 7)

กล่าวว่าการแบ่งแยกประเทศหรือเขตปกครองทางภูมิศาสตร์กำลังลดลงเรื่อย ๆ และในอนาคตอาจไม่เหลือดินแดนที่เป็นของประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่มีการปกครองเพียงหนึ่งเดียว คือการปกครองโลกและการเดินทางไม่จำกัดอยู่บน โลกเท่านั้น แต่เป็นการเดินทางไปในจักรวาลระหว่างโลกและดาวดวงอื่น ๆ

6. ปัจจัยเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจจัดว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความต้องการทางการท่องเที่ยวโดยตรง (Discretionary Income) ในประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี รายได้เหลือจ่ายต่อครัวเรือนสูง จะมีความสามารถในการจ่ายเพื่อการท่องเที่ยว การศึกษาของเบอร์ตัน (Burton, 1995, อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสุพาดา สิริกุดตา, 2541, หน้า 8) ได้แบ่งฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศในโลกออกเป็น 4 กลุ่ม โดยแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

7. ปัจจัยทางสังคม

สังคมเกษตรกรรมไม่มีเวลาที่แน่นอนในการทำงานนัก แต่ฤดูกาลและสภาพอากาศเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อการทำงานเป็นหลัก สังคมอุตสาหกรรม การทำงานเริ่มมีเวลาที่แน่นอน นาฬิกาเป็นเครื่องกำหนดการเข้างาน และการเลิกงานที่ชัดเจน วงจรชีวิตคล้ายกันเป็นรูปแบบเดียวกัน คือ การจบการศึกษา หางานทำ เกษียณอายุ การท่องเที่ยว และการพักผ่อน ดังนั้นการพักผ่อนหย่อนใจในยุคอุตสาหกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการทำงาน แนวคิด “Play in Order to Work” เป็นปรัชญาการใช้ชีวิตของคนในยุคอุตสาหกรรม

- Flexi time

สังคมของประเทศที่อยู่ในยุคหลังอุตสาหกรรมได้เปลี่ยนแปลงเวลาทำงานซึ่งปกติ คือ 9.00 นาฬิกา ถึง 17.00 นาฬิกา เป็นเวลาที่เหมาะสมกับแต่ละคนและลักษณะงาน (Flexitime) ซึ่งอาจเป็นการทำงานวันละ 12 ชั่วโมง แต่มีวันหยุด 4 วันต่ออาทิตย์ หรือทำงาน 40 ชั่วโมงต่ออาทิตย์

ติดต่อกัน และหยุดพักก่อน 2 เดือน ก็เป็นไปได้

- Earned time

ลักษณะการทำงาน การมุ่งผลงานเป็นหลัก ภายในวันที่กำหนดหากคนงานสามารถทำงานให้เสร็จก่อนกำหนด เวลาที่เหลือจะเป็นวันหยุดพักผ่อน หรือคนงานอาจเลือกทำงานเพื่อได้เงินในช่วงเวลาดังกล่าว จะเห็นว่าเวลาที่เหลือเป็นวันหยุดเพิ่มจากวันหยุดธรรมดาที่มีนั้น แม้ว่าการปรับเวลาการทำงานจะมีให้เห็นชัดเจน ในประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่แนวโน้มเวลาการทำงานย่อมจะเปลี่ยนไปจากชั่วโมงการทำงานในยุคอุตสาหกรรมเป็นแบบยืดหยุ่น และเหมาะสมกับงานมากกว่า

8. ปัจจัยทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิต การทำงาน ตลอดจนการท่องเที่ยวทางเทคโนโลยีการขนส่งทางบก ทางอากาศ ทางน้ำ ความสำเร็จด้านการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นรถยนต์หรือเครื่องบิน นำความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่มาสู่การท่องเที่ยว การเดินทางระหว่างประเทศ โดยคนจำนวนมากเกิดขึ้น ภายหลังเครื่องบินขนาดใหญ่ถูกพัฒนาขึ้นมาและใช้ในการบินพาณิชย์ สงครามเป็นเสมือนตัวเร่งให้เกิดการสร้างถนนทางหลวง และเป็นผลพลอยได้ของการท่องเที่ยวในเวลาต่อมา การเดินทางท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงจากการใช้รถไฟมาเป็นรถยนต์ และเครื่องบิน ในคริสต์วรรษที่ 20 ไม่เพียงแต่เทคโนโลยีทางการขนส่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว แต่เทคโนโลยีการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับช่องทางการจัดจำหน่าย CRSs (Computer Reservation System) เป็นสื่อกลางที่สำคัญระหว่างเจ้าของบริการ ตัวแทนจำหน่าย และธุรกิจท่องเที่ยว

อินนายาตุลา (Inayatullah, 1995 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสุพาดา สิริภูตดา, 2541, หน้า 8) เขียนถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีที่ฟังดูเหมือนจะหลุดโลกในวันนี้ แต่วันหน้าไม่มีใครทราบได้แน่นอนตอนนี้ว่าจะไม่เกิดขึ้นจริง การตัดแปลงพันธุกรรมก็เพื่อให้นักวิทยาศาสตร์มีแบบแผนมากที่สุด การตัดข้อด้อยทั้งหลายที่มนุษย์ปกคิมิ และในที่สุดมนุษย์ส่วนมากจะเป็นมนุษย์ที่ได้ผ่านการตัดต่อพันธุกรรมแล้ว การเป็นมนุษย์ธรรมชาติอาจเป็นสิ่งที่แปลกประหลาด ถึงเวลานั้นโลกของการท่องเที่ยวจะเป็นอย่างไร ยังจะเหลือวัฒนธรรมที่แตกต่างอยู่หรือไม่ หรือทุกอย่างจะเป็นแบบแผนเดียวกันหมด อาจเกิดพิพิภคณ์ที่มนุษย์ให้มนุษย์สมบูรณ์แบบในโลกอนาคตเข้ามาดู คล้ายกับการมาตุกระเหรี่ยงคอยาวในแม่ฮ่องสอนหรือไม่

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้าง

สลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 กล่าวไว้ว่า พึง เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า ควร เช่น พึงใจ หมายความว่า พอใจ ชอบใจ และคำว่า พอ หมายความว่า เท่าที่ต้องการ เต็มความต้องการ ถูกชอบ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน "พึงพอใจ" จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ Wolman (1973 อ้างถึงใน กนิดา ชัยปัญญา, 2541) กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกที่ได้รับความสำเร็จตามมุ่งหวัง และความต้องการ

ความหมายของความพึงพอใจ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจต่างๆ พอสรุปได้ดังนี้

ทวีพงษ์ หินคำ (2541, หน้า 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถลดความตึงเครียด และตอบสนองตามความต้องการของบุคคลได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น

ธนิยาปัญญาแก้ว (2541, หน้า 12) ได้ให้ความหมายว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจจะเกี่ยวข้องกับลักษณะของงาน ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่ความพอใจในงานที่ทำ ได้แก่ ความสำเร็จ การยกย่อง ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า เมื่อปัจจัยเหล่านี้อยู่ต่ำกว่า จะทำให้เกิดความไม่พอใจงานที่ทำ ถ้าหากว่างานให้ความก้าวหน้า ความท้าทาย ความรับผิดชอบ ความสำเร็จ และการยกย่องแก่ผู้ปฏิบัติงานแล้ว พวกเขาจะพอใจและมีแรงจูงใจในการทำงานเป็นอย่างมาก

วิทย์ เทียงบูรณธรรม (2541, หน้า 754) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความพอใจ การทำให้พอใจ ความสาแก่ใจ ความหน้าใจ ความจูงใจ ความแน่ใจ การชดเชย การไถ่บาปการแก้แค้น สิ่งที่ชดเชย

วิรุฬ พรรณเทวี (2542, หน้า 11) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่ง สิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมาก และได้รับการตอบสนองด้วยดี จะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

กาญจนา อรุณสุขรุจี (2546, หน้า 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

บุญเรื่อง ขจรศิลป์ (2529) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า ทักษณคติหรือเจตคติเป็นนามธรรมเป็นการแสดงออกก่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถที่จะวัดทัศนคติได้โดยอ้อม โดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทนฉะนั้น การวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนขึ้นถ้าบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่ว ๆ ไป

ภณิกา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ
2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง
3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

ความพึงพอใจในบริการ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกของผู้ใช้ที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้เกิดจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง (สมิต สัจฉกร, 2542, หน้า 18) ซึ่งหากพิจารณาถึงความพึงพอใจของการบริการว่าจะเกิดความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด ถ้าได้รับการบริการต่ำกว่าความคาดหวังทำให้เกิดความไม่พอใจ แต่ถ้าระดับผลของการบริการสูงกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลที่ได้รับจากบริการสูงกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้ก็จะเกิดความประทับใจ ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้กลับไปใช้บริการซ้ำอีก จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในบริการ หมายถึง ภาวะการณั้แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบ การรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ผู้ใช้ของหนังสือชื่อ สู้แล้วรวย ก็ได้รับหนังสือชื่อดังกล่าวตามเวลาที่กำหนด พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ก็ให้บริการได้รวดเร็ว

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่

แนวทางการสร้างความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ ต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจในการบริการ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ดังนี้

1. การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารการบริการจะต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ ที่มีในการสำรวจความต้องการ ค่านิยมและความคาดหวังของผู้ใช้ที่มีต่อการบริการขององค์กรซึ่งสามารถกระทำได้โดยการใช้บัตรแสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานในองค์กรบริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งจากภายนอก และภายในองค์กร ในการสะท้อนภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำเนินงานบริการ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์กร เพื่อการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อการบริการ

2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน ผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องนำข้อมูลที่ระบุถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ ข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์กร ต้นทุนของการดำเนินการ แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์มาประกอบการกำหนดนโยบาย เป้าหมายและทิศทางขององค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อลักษณะของการให้บริการและคุณภาพของการบริการต่อผู้รับบริการ

3. การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารการบริการต้องปรับเปลี่ยนการบริการที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย ทิศทางขององค์กร โดยใช้กลยุทธ์สมัยใหม่ทั้งในด้านการบริหารการตลาด และการควบคุมคุณภาพการบริการ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่าง ๆ เช่น การจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ด้วยระบบฐานข้อมูล โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการต่อสายเชื่อมโยงการติดต่อกับหน่วยงานภายในองค์กรบริการ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของความพึงพอใจที่ได้รับจากการให้บริการ

แกนแดลลัค และเนลสัน (Gandlach & Nelson, 1985 อ้างถึงใน ทิวา ประสุวรรณ, 2547, หน้า 9) มีความเห็นว่าความพึงพอใจของประชาชนหลังการให้บริการ เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่าการสนองความต้องการ การแก้ไขปัญหาการรวมตัวการลดปัญหาของเจ้าหน้าที่ ทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจมากขึ้นเพียงใด

กุลธนะ ชนาพงศธร (2528, หน้า 303-304) ให้ความเห็นเกี่ยวกับหลักการให้บริการดังต่อไปนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ ต้องสนองตอบความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้ว นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย
2. หลักความสม่ำเสมอกล่าวคือการให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของบริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน
3. หลักความเสมอภาค บริการที่จะได้นั้น จะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด
4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ
5. หลักความสะดวกบริการที่จัดให้แก่ผู้บริการ จะต้องเป็นไปในลักษณะได้ง่าย สะดวกสบาย สั้นเปลื้องทรัพย์สินน้อยทั้งยังไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ให้บริการมากจนเกินไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

น้ำฝน บุญชะวัฒน์ (2540) ได้ศึกษาเรื่องการฟื้นฟูและพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาในปี 2538 พื้นที่เมืองพัทยา จะมีสัดส่วนของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยสูงกว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นตลาดต้นทางที่สำคัญ รองลงมาเป็นผู้เยี่ยมเยือนที่มาจากจังหวัดภายในภาคตะวันออกด้วยกัน ทั้งนี้เมืองพัทยาคือพื้นที่ซึ่งมีการกระจายผู้เยี่ยมเยือนในกลุ่มรายได้ต่าง ๆ มากกว่าพื้นที่อื่น เนื่องจากเป็นพื้นที่ซึ่งผู้เยี่ยมเยือนกลุ่มต่าง ๆ สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวกในรูปแบบต่าง ๆ โดยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของพื้นที่แถบนี้เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด

โสภภาพร สุทธิศักดิ์ (2540) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมารับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี

ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งปัจจัยในด้านประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับและฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

กุลวรา สุวรรณพิมล (2541) ศึกษาเรื่อง ความต้องการ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและบริเวณใกล้เคียง พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อบริการของบริษัทนำเที่ยวจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเพศอายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ นักท่องเที่ยวต้องการกรบริการด้านการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับข้อเสนอแนะคือ ควรอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ราคาไม่ควรแพงเกินไป การรักษาความสะอาดของยานพาหนะและการจับจี้ให้เป็นระเบียบ

ประกาศิต สุวรรณชฎ (2541) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออก โครงการ Amazing Thailand 1998-1999 พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะทั้ง 8 ด้าน คือ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม สาธารณูปโภค สินค้าและบริการ สถานที่พัก ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ลักษณะของประชากรในท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก สูงกว่าค่าเฉลี่ย โดยนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินต่ำที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อลักษณะของประชากรในท้องถิ่นต่ำที่สุด

ปวีณา โทนแก้ว (2542) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศคือ เพศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย อายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุมากขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าระดับการศึกษาระดับอื่น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว แม่บ้านและทำงานในครอบครัวจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เพิ่มขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

วิภา วัฒนพงษ์ชาติ (2542) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อม บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัด

เพชรบุรี เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผน การจัดการธุรกิจ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวใน จังหวัด สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้น พบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้และภูมิถิ่นกำเนิดมีความสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

สมภพ ติรัตนประคม (2542) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์กับการเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ สิ่งพิมพ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาว่าสื่อสิ่งพิมพ์ใดบ้างที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวใน จังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ สิ่งพิมพ์กับการเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543, หน้า 50-51) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาคตะวันออก พบว่า มีผู้มาเยี่ยมชมชาวไทยเพศ หญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นร้อยละ 55.74 จำแนกตามช่วงอายุ พบว่าผู้เยี่ยมชมที่มีช่วงอายุ 15-24 ปี เป็นกลุ่มที่มาเยือนมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 36.96 ซึ่งใกล้เคียงกันมากกับช่วงอายุ 25-34 ปี ที่มี ร้อยละ 36.13 โดยผู้เยี่ยมชมที่มีอาชีพเป็นพนักงาน/ ลูกจ้างสูงสุด รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีทัศนคติจำนวนสูงสุดร้อยละ 28.53 ที่มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษาแต่นักท่องเที่ยวจำนวน สูงสุดมีอาชีพเป็นพนักงาน/ ลูกจ้างร้อยละ 29.03 ผู้เยี่ยมชมมีระดับรายได้ 10,000 - 17,499 ต่อ เดือนร้อยละ 32.73 และเมื่อพิจารณา วัตถุประสงค์หลักของผู้เยี่ยมชมร้อยละ 75.51 มีวัตถุประสงค์ หลักมาเพื่อท่องเที่ยว/ พักผ่อน ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงที่สุด รองลงมาคือ เพื่อทางธุรกิจร้อยละ 8.62

นันทัช วรรัตนอม (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้ นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่อยู่ในระดับมาก คืองบประมาณค่าครองชีพ ระยะเวลาการเตรียมความพร้อม ระยะทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับ ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ภายในประเทศ

บรรจบพร สุมนรัตนกุล.(2544) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิด การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงาน/ลูกจ้าง มีรายได้

น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว และปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวคือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง แหล่งข้อมูลของจังหวัด ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ชื่อเสียงและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

นภา จันทร์ตรี (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 22-30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 6,001-12,000 บาท ระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้างด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่พักผ่อน และระดับทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับ ไม่น่าใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว เรื่องการศึกษาค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ความประทับใจที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 11,801-17,100 บาท และส่วนมากเป็นพนักงานบริษัท มีสถานภาพโสด มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อนมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับสูงและนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกี่ยวกับการเก็บขยะก่อนที่จะเดินทางกลับ และการซื้อของที่ระลึกแตกต่างกัน มีการปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้างอย่างเคร่งครัดแตกต่างกัน และมีพฤติกรรมในการดำนํ้าชมปะการัง การเทียวนํ้าตก และการซื้อของที่ระลึกแตกต่างกัน วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยว การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการให้คุณค่าสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

พิมพ์พันธ์ บุญเรือง (2546) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในเขตเมืองพัทยา วิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในเขตเมืองพัทยาพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาเมืองพัทยาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพโสด นับถือศาสนาพุทธ มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและประกอบอาชีพลูกจ้าง โดยมีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 1,000บาทต่อเดือนสำหรับการเดินทางมาเมืองพัทยาจะพบว่าเดินทางมาเอง โดยรถยนต์ส่วนตัวและเดินทางกับเพื่อน/ญาติเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉลี่ยมีความถี่ 1 ครั้งต่อปี วัตถุประสงค์หลักเพื่อความบันเทิงและการพักผ่อน

พิสมัย จัตุรัตน์ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 31 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง และมีรายได้ต่อเดือน 15,000-19,000 บาท และยังพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักธุรกิจนำเที่ยวจากนิตยสาร จำนวนที่ใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่ 2 ครั้ง/ปี

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ซึ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15-24 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ รับจ้าง มีรายได้ 24,000-37,999 บาทต่อเดือน และมีสถานภาพโสด ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ยกเว้นเพศที่ต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ทัศนคติด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ส่วนทัศนคติด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และด้านส่งเสริมการขายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด

สิทธิชัย นวลเศรษฐ (2546) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว กับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวชายทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเฉพาะที่เกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการท่องเที่ยว

อารีย์ วรเวชชนกุล (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นหญิง มีอายุ 25-34 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท และพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านแหล่งกรท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการสนับสนุน และปัจจัยด้านการสนับสนุน และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวด้าน

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปีแตกต่างกัน แต่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี นักวิจัยทั้งหมดศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีองค์ประกอบของปัจจัยพื้นฐาน เช่น แรงจูงใจ ทักษะคิด การรับรู้ข่าวสาร เป็นต้น และปัจจัยสิ่งแวดล้อม

รุจยา คำพรรณ (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษา เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ได้ทำการวิจัย พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มุลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

ณฤทัย กุลททา (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1. ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว 2. ด้านกระบวนการให้บริการ 3. ด้านพนักงานให้บริการ 4. ด้านช่องทางจัดจำหน่ายการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 5. ด้านผลิตภัณฑ์ 6. ด้านราคา 7. ด้านส่งเสริมการตลาด

สายฝน ถึงหมื่นไวย (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้าน โดยเปรียบเทียบจากเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีสถานภาพโสดด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยว 1-2 ครั้ง/ปี ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวแต่ละครั้งเฉลี่ย 1-3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง เพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ใช้บริการที่พักแรมที่รีสอร์ท

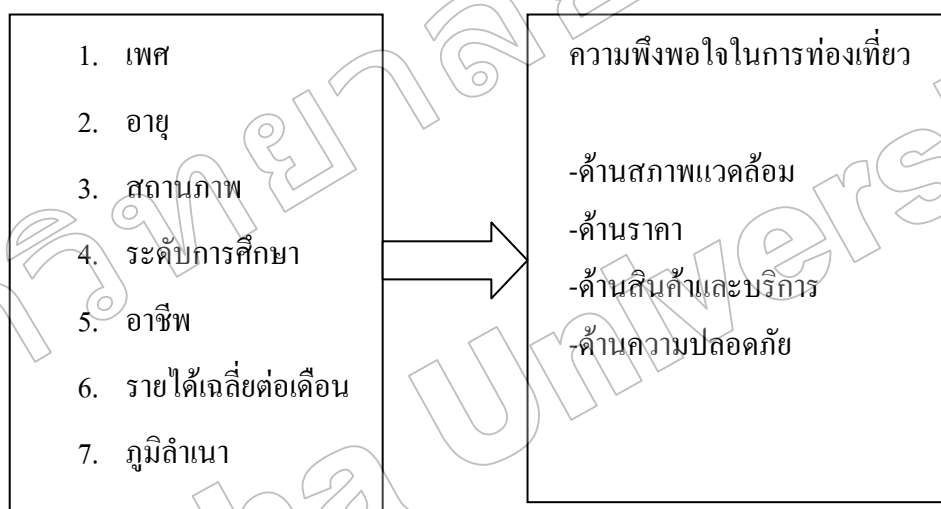
จิรวดี ปวีธัญญา (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดีและไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

6. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

7. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพศ หมายถึง เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง ที่แสดงอยู่ในบัตรประจำตัวประชาชน

อายุ หมายถึง อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนับอายุเต็มปฏิทินจนถึงปีที่ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ หมายถึง สถานะ การครองคู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา หมายถึง การศึกษาขั้นสูงสุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับ

อาชีพ หมายถึง ประเภท หรือ ชนิดของงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้กระทำ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ได้รับในแต่ละเดือน

ภูมิลำเนา หมายถึง พื้นที่อาศัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้อาศัยอยู่

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นกับตัวนักท่องเที่ยวที่ได้ท่องเที่ยว และเกิดความรู้สึก ทศนคติ ทั้งด้านบวก และลบ กับสถานที่นั้น ๆ ที่ได้ไปท่องเที่ยว หรือเยี่ยมชม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยศึกษา เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยจะพิจารณาหัวข้อเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เป็นเป้าหมายการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้ทั้งหมด ดังนี้

1. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามานะจากนักท่องเที่ยว 153,152 คน (สถิติการท่องเที่ยวพัทยาปี, 2555) เมื่อคำนวณแล้วได้ขนาดกลุ่มสำหรับการศึกษาเป็นจำนวน 399 คน ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$[1 + Ne^2]$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด ขนาดของประชากรซึ่งเท่ากับ 153,152 คน

E คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Error) ในที่นี้จะกำหนดเท่ากับ ± 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95 %

$$\text{แทนค่าสูตร } n = \frac{153,152}{1 + 153,152(0.05)^2}$$

$$= 398.96$$

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 คน เพื่อป้องกันแบบสอบถามเสีย ผลจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม พบว่า แบบสอบถามทั้ง 399 ฉบับเป็นแบบสอบถามที่ใช้ได้ทั้งหมด ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงนำข้อมูลจากแบบสอบถาม 399 ฉบับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจาก การศึกษาแนวคิดจากทฤษฎี เอกสารต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอนคือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิฐานะ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเมืองพัทยา ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย จำนวน 25 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

วิธีการสร้างเครื่องมือ ได้แก่

1. ศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามขึ้นตามกรอบข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยใช้คำจำกัดความหรือนิยามปฏิบัติการตามตัวแปรที่กำหนดไว้เป็นหลักในการสร้างคำถามต่างๆ ให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด เพื่อให้แบบสอบถามสามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการจะวัด (Validity)
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นพร้อมทั้งคำจำกัดความหรือนิยามปฏิบัติการของตัวแปรเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ดร.สฤติ อิศรียานนท์ ดร.โอฬาร ถิ่นบางเตียว และรศ.ดร.สมศักดิ์ สามีคศิริธรรม อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อพิจารณาตรวจสอบว่านิยามและแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้มีความชัดเจนถูกต้องหรือไม่รวมทั้งการพิจารณาสำนวนภาษาที่ใช้ในข้อความว่าสอดคล้องกับลักษณะที่ต้องการจะวัดหรือไม่เพื่อให้เครื่องมือมีความตรงในเนื้อหา (Content Validity)
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นก่อนจะนำไปทดลองใช้ (Try-out)
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองความเที่ยง (Reliability) ในภาคสนามกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรของการศึกษาที่มี ใช้กลุ่มตัวอย่างจริงของการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน แล้วนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก ได้ค่า = 0.943
6. แก้ไขแบบสอบถามโดยการปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ อีกครั้ง จากนั้นจึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

กระบวนการบริหารงานวิจัย

1. ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเมืองพัทยา
2. ตรวจสอบความครบถ้วน และความถูกต้องของข้อมูลในแบบสอบถาม กรณีถ้ามีการกรอกแบบสอบถามไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจะดำเนินการให้นักท่องเที่ยวกรอกแบบสอบถามให้ครบถ้วนทันที
3. นำแบบสอบถามมาแปรข้อมูลที่ได้เป็นรหัสพร้อมบันทึกข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ การเก็บแบบสอบถามของผู้วิจัย ผู้วิจัยเริ่มเก็บแบบสอบถาม 100 ชุด ในวันที่ 10 เมษายน 2555 โดยมีผู้ช่วยวิจัยช่วยเก็บข้อมูล 2 คน (ณ หาดพัทยา) และ ผู้วิจัยก็เก็บแบบสอบถามเพิ่มอีก 100 ชุด ในวันที่ 11 เมษายน 2555 โดยมีผู้ช่วยวิจัย 2 คน (ณ หาดจอมเทียน) และ ผู้วิจัยก็เก็บแบบสอบถามเพิ่มอีก 150 ชุด ในวันที่ 12 เมษายน 2555 โดยมีผู้ช่วยวิจัย 3 คน (ณ ตลาดน้ำ 4 ภาค เมืองพัทยา) และผู้วิจัยก็เก็บแบบสอบถามที่เหลืออีก 49 ชุด ในวันที่ 13 เมษายน 2555 โดยมีผู้ช่วยวิจัย 2 คน (ณ วอล์กกิ้ง สตรีท)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การประมวลข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้
 - 1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของแบบสอบถามหลังจากดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ได้รับคำตอบที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่ระบุไว้
 - 1.2 บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์
 - 1.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
 - 1.4 ประมวลผลข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัย
2. การวิเคราะห์ข้อมูลทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้
 - 2.1 วิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามข้อมูลทั่วไป ด้วยสถิติความถี่และค่าร้อยละ
 2. การวิเคราะห์ข้อมูลทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้
 - 2.1 วิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามข้อมูลทั่วไป ด้วยสถิติความถี่และค่าร้อยละ
 - 2.2 วิเคราะห์ ระดับปัจจัยการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จากแบบสอบถาม โดยใช้หลักการกระจายแบบปกติ (Normal Distribution) ที่มีลักษณะระฆังคว่ำซึ่งทำให้แต่ละช่วงห่างไม่เท่ากันคือ ถ้าใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation= SD) จะพบว่า ในแต่ละช่วงทั้ง

5 ช่วงจะมีการกระจายค่า SD เป็น 1 SD, 2 SD, 2 SD, 2 SD, 1 SD ดังนั้น เราจึงสามารถสร้างเกณฑ์จากการสุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายความว่า	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายความว่า	น้อย
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายความว่า	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายความว่า	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายความว่า	มากที่สุด

2.3 ใช้สถิติเชิงอนุมาน ในการวิเคราะห์เพื่ออ้างอิงผลการทดสอบจากกลุ่มตัวอย่างไปยังกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ดังนี้

ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการท่องเที่ยวเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว ทัศนศึกษา เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ t – Test สำหรับคุณลักษณะของประชากรที่แบ่งได้ 2 กลุ่ม สถิติ F- test สำหรับคุณลักษณะของประชากรที่แบ่งได้ 3 กลุ่ม ขึ้นไปที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 หรือความเชื่อมั่น 95 %

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา เป็นผลจากการวิเคราะห์จากแบบสอบถามจำนวน 399 รายผลการวิจัยสามารถนำเสนอออกเป็น ส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

SD แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

t แทน ค่าสถิติในการแจกแจงแบบที

F แทน ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว

p แทน ค่าความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อน

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยในการท่องเที่ยว

ในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ (n = 399)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	197	49.5
หญิง	202	50.5
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 50.5 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 49.5

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ (n = 399)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 – 24 ปี	91	22.8
25 – 34 ปี	138	34.8
45 – 54 ปี	72	18.0
55 – 60 ปี	65	16.3
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	33	8.3
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.8 อายุระหว่าง 45 - 54 ปีคิดเป็นร้อยละ 18.0 อายุระหว่าง 55 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.3 และมากกว่า 60 ปีขึ้นไป คิดเป็น ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ (n = 399)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	173	43.3
สมรส	176	44.3
หม้าย/หย่าร้าง	38	9.5
แยกกันอยู่	12	3.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสถานภาพ สมรส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 43.3 มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 9.5 และมีสถานภาพแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 399)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	19	4.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	63	15.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	92	23.0
อนุปริญญา / ปวส.	54	13.5
ปริญญาตรี	92	23.0
สูงกว่าปริญญาตรี	79	20.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และ ปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 15.8 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 13.5 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ (n = 399)

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต-นักศึกษา	129	32.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	90	22.5
รับจ้าง	108	27.0
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	72	18.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต-นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีอาชีพค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 18.0

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ (n = 399)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	92	23.0
10,000 – 15,000 บาท	163	40.8
15,001 – 20,000 บาท	71	17.8
20,001 – 25,000 บาท	28	7.3
25,001 – 30,000 บาท	7	1.8
มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป	38	9.5
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.0 มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.8 มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.5 มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิลำเนา (n = 399)

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	88	22.3
ภาคใต้	49	12.3
ภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพฯ)	63	15.8
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	107	26.8
ภาคเหนือ	28	7.0
ภาคตะวันออก	64	16.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนา คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.0 มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท

คิดเป็นร้อยละ 17.8 มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.5 มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางมาท่องเที่ยวพัทยารวมการมาครั้งนี้เป็นจำนวนกี่ครั้ง ในรอบ 1 ปี (n = 399)

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง	223	56.0
4-6 ครั้ง	71	17.8
7-10 ครั้ง	24	6.0
มากกว่า 10 ครั้ง	81	20.3
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาพัทยา 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ มาพัทยามากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.3 มาพัทยา 4-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.8 มาพัทยา 7-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามท่านเดินทางมาจากใคร (n = 399)

การเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	52	13.0
ครอบครัว (ลูก สามี หรือภรรยา)	113	28.5
กลุ่มทัวร์/คณะเดินทาง/คณะทำงาน	93	23.3
คู่รัก/แฟน	74	18.5
เพื่อน/ญาติ	67	16.8
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือ เดินทางมากับกลุ่มทัวร์/ คณะเดินทาง/ คณะทำงาน คิดเป็นร้อยละ 23.3 เดินทางมากับคู่รัก/ แฟน คิดเป็นร้อยละ 18.5 เดินทางมากับเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 16.8 เดินทางมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดการมาท่องเที่ยว
(n = 399)

ค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	42	10.5
1,001 – 3,000 บาท	132	33.3
3,001 – 5,000 บาท	90	22.5
5,001 – 8,000 บาท	93	23.3
มากกว่า 8,000 บาท ขึ้นไป	42	10.5
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่าย 1,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ มีค่าใช้จ่าย 5,001-8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.3 มีค่าใช้จ่าย 3,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 1,000 บาท และ มากกว่า 8,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.5

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพาหนะหลักที่ใช้ในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา (n = 399)

พาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	256	64.3
รถเช่า (รถยนต์, รถตู้, รถจักรยานยนต์)	60	15.0
รถนำเที่ยว / รถบริษัททัวร์	43	10.8
รถจักรยานยนต์ส่วนตัว	12	3.0
รถโดยสารประจำทาง	28	7.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ ใช้พาหนะรถเช่า (รถยนต์, รถตู้, รถจักรยานยนต์) คิดเป็นร้อยละ 15.0 ใช้พาหนะรถนำเที่ยว/ รถบริษัททัวร์คิดเป็นร้อยละ 10.8 ใช้พาหนะรถโดยสารประจำทาง ใช้พาหนะรถจักรยานยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่พักแรมที่ท่านใช้บริการเป็นลักษณะอย่างไร (n = 399)

สถานที่พักแรม	จำนวน	ร้อยละ
บ้านญาติ / บ้านเพื่อน	190	47.8
บังกะโล	11	2.8
บ้านพักรับรอง	53	13.3
โรงแรม/ รีสอร์ท	133	33.3
คอนโดมิเนียม	12	3.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาพักแรมที่บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ มาพัก โรงแรม/ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 33.3 มาพักบ้านพักรับรอง คิดเป็นร้อยละ 13.3 มาพักคอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 3.0 มาพักบ้านพักรับรอง คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวพัทยานวันใด (n = 399)

วัน	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	59	14.8
วันหยุดเสาร์ – อาทิตย์	72	18.3
วันหยุดนักขัตฤกษ์	67	16.8
ขึ้นอยู่กับโอกาส	201	50.3
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับโอกาส คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ มาท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 18.3 มาท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 16.8 มาท่องเที่ยวในวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 14.8

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาพักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง (n = 399)

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พักค้างคืน	48	12.0
ค้างคืน 1 คืน	169	42.5
ค้างคืน 2-3 คืน	160	40.0
ค้างคืน 4-7 คืน	10	2.5
ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	12	3.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาพักเป็นระยะเวลาค้างคืน 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ มาพักเป็นระยะเวลาค้างคืน 2-3 คืน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ไม่พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 12.0 มาพักเป็นระยะเวลาค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 3.0 มาพักเป็นระยะเวลาค้างคืน 4-7 คืน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลจากแหล่งใดที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ (n = 399)

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	212	53.3
ญาติพี่น้อง	138	34.5
อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์	7	1.8
ตัวแทนการท่องเที่ยว	23	5.8
โบว์ชัวร์	7	1.8
หนังสือ	12	3.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีกลุ่มเพื่อนที่ทำให้มาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ มิญาติพี่น้องที่ทำให้มาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 34.5 มีตัวแทนการท่องเที่ยวที่ทำให้มาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 5.8 มีหนังสือที่ทำให้มาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 3.0 และมีโบว์ชัวร์/ อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์ที่ทำให้มาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเดินทาง โดยวิธีใด (n = 399)

วิธีการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางเอง	353	88.5
ซื้อทัวร์มา	46	11.5
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมาคือ ซื้อทัวร์มา คิดเป็นร้อยละ 11.5

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน

ประเด็น	\bar{X}	SD	แปลความหมายระดับทัศนคติ
ด้านสภาพแวดล้อม	3.92	0.86	มาก
ด้านราคา	3.93	0.84	มาก
ด้านสินค้าและบริการ	3.92	0.88	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.98	0.88	มาก
รวม	3.93	3.46	มาก

จากตารางที่ 17 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า โดยภาพรวม ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.98$) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.93$) ด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{X} = 3.92$) และด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.92$)

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ด้านสภาพแวดล้อม (n = 399)

ด้านสภาพแวดล้อม	ระดับทัศนคติ					\bar{X}	SD	แปลความหมายระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ความมีระเบียบของถนนที่ใช้	180/	151/	68/	0/	0/	4.28	0.74	มาก
เดินทางในเมืองพัทยา	45.3	37.8	17.0	0.00	0.00			
การเดินทางสะดวกคือได้มีการขยาย	131/	177/	91/	0/	0/	4.10	0.74	มาก
เส้นทางคมนาคม เช่น ถนนสาย	33.0	44.3	22.8	0.00	0.00			
มอเตอร์เวย์สายบางนา – ตราด								
สายบูรพาวิถี								
มีป้ายบอกเส้นทางไปสถานที่ต่าง ๆ	126/	136/	137/	0/	0/	3.98	0.81	มาก
ในเมืองพัทยา	31.8	34.0	34.3	0.00	0.00			
ธนาคาร / ร้านรับแลกเงินตรา	108/	166/	100/	25/	0/	3.89	0.87	มาก
ต่างประเทศ / ตู้เอทีเอ็ม	27.3	41.5	25.0	6.3	0.0			
มีที่จอดรถเพียงพอ	117/	135/	128/	19/	0/	3.88	0.89	มาก
	29.5	33.8	32.0	4.8	0.00			
ความสะอาดของน้ำทะเล	139/	126/	76/	58/	0/	3.87	1.05	มาก
	27.3	31.5	19.0	14.5	0.0			
ความสะอาดภายในเมืองพัทยา	107/	104/	154/	34/	0/	3.71	0.95	มาก
	27.0	26.0	38.5	8.5	0.0			
สถานอำนวยความสะดวก เช่น	78/	144/	152/	25/	0/	3.69	0.85	มาก
ห้างสรรพสินค้า, สถานที่ออกกำลังกาย, โรงภาพยนตร์	19.8	33.6	38.0	6.3	0.0			
รวม	-	-	-	-	-	3.92	0.86	มาก

จากตารางที่ 18 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า โดยภาพรวม ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าความมีระเบียบของถนนที่ใช้เดินทางในเมืองพัทยา ($\bar{X} = 4.82$) มากที่สุด รองลงมาคือ การเดินทางสะดวกคือได้มีการขยายเส้นทางคมนาคม เช่น ถนนสายมอเตอร์เวย์สายบางนา – ตราด สายบูรพาวิถี ($\bar{X} = 4.10$) มีป้ายบอกเส้นทางไปสถานที่ต่างๆในเมืองพัทยา ($\bar{X} = 3.98$) ธนาคาร/ร้านรับแลกเงินตราต่างประเทศ/ตู้เอทีเอ็ม ($\bar{X} = 3.89$) มีที่จอดรถเพียงพอ ($\bar{X} = 3.88$) ความสะอาดของน้ำทะเล ($\bar{X} = 3.87$) ความสะอาดภายในเมืองพัทยา ($\bar{X} = 3.71$) และสถานอำนวยความสะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้า, สถานที่ออกกำลังกาย, โรงภาพยนตร์ ($\bar{X} = 3.69$)

ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง
ด้านราคา (n = 399)

ด้านราคา	ระดับทัศนคติ					\bar{X}	SD	แปล ความหมาย ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
อัตราค่าอาหาร และเครื่องดื่มมี ราคาที่เหมาะสม	147/ 37.0	195/ 48.8	46/ 11.5	11/ 2.8	0/ 0.00	4.20	0.74	มาก
อัตราค่าเรือโดยสารไปเกาะ ลันมีราคาที่เหมาะสม	144/ 36.3	140/ 35.0	103/ 25.8	12/ 3.0	0/ 0.00	4.04	0.86	มาก
อัตราค่าบริการต่างๆ เช่น บัตร เข้าชมการแสดงมีราคาที่ เหมาะสม	89/2 2.5	202/ 50.5	98/ 24.5	10/ 2.5	0/ 0.00	3.93	0.75	มาก
อัตราค่าบริการที่พักแรมมีราคา ที่เหมาะสม	120/ 30.3	113/ 28.3	154/ 38.5	12/ 3.0	0/ 0.00	3.85	0.88	มาก
สินค้าที่ระลึก และของฝากมี ราคาที่เหมาะสม	107/ 27.0	140/ 35.0	118/ 29.5	34/ 8.5	0/ 0.00	3.80	0.93	มาก
อัตราค่ารถโดยสารประจำทาง มีราคาที่เหมาะสม	99/ 25.0	161/ 40.3	98/ 24.5	41/ 10.3	0/ 0.00	3.80	0.93	มาก
รวม	-	-	-	-	-	3.93	0.84	มาก

จากตารางที่ 19 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวม ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าอัตราค่าอาหาร และเครื่องดื่มมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.20$) มากที่สุด รองลงมาคือ อัตราค่าเรือโดยสารไป เกาะล้านมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.04$) อัตราค่าบริการต่างๆ เช่น บัตรเข้าชมการแสดงมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.93$) อัตราค่าบริการที่พักแรมมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.85$) สินค้าที่ระลึกและของฝากมีราคาที่เหมาะสม และสินค้าที่ระลึกและของฝากมีราคาที่เหมาะสม และอัตราค่ารถโดยสารประจำทางมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.80$)

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ด้านสินค้าและบริการ (n = 399)

ด้านสินค้าและบริการ	ระดับทัศนคติ					\bar{X}	SD	แปล ความหมาย ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
เวลาการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว และสถานบันเทิงต่าง ๆ มีการเปิด-ปิด ตามเวลาที่กฎหมายกำหนด	201/50.5	116/29.0	82/20.5	0/0.00	0/0.00	4.30	0.78	มาก
มีศูนย์บริการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาที่ครอบคลุม	103/26.0	240/60.0	38/9.5	18/4.5	0/0.00	4.07	0.72	มาก
การจัดจำหน่ายตั๋วเดินทาง เช่น รถโดยสารปรับอากาศ, รถไฟ, รถสองแถว และ เรือ	151/38.0	122/30.5	107/26.8	19/4.8	0/0.00	4.01	0.91	มาก
ได้รับการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ผ่านสิ่งพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ต	143/36.0	128/32.0	104/26.0	24/6.0	0/0.00	3.98	0.92	มาก
สถานบันเทิง เช่น คาราโอเกะ, ผับ ดิสโก้เทค, ร้านอาหารบาร์เบียร์	106/26.8	189/47.3	76/19.0	28/7.0	0/0.00	3.93	0.85	มาก

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ด้านสินค้าและบริการ	ระดับทัศนคติ					\bar{X}	SD	แปล ความหมาย ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สถานที่ตากอากาศ และ บรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ และสวยงาม เช่น เกาะล้าน	130/ 32.8	120/ 30.0	117/ 29.3	32/ 8.0	0/ 0.00	3.87	0.96	มาก
สถานที่พักผ่อนสะอาด/ ปริมาณห้องพักเพียงพอ	65/ 16.5	214/ 53.5	102/ 25.5	18/ 4.5	0/ 0.00	3.82	0.75	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น คุปอง ส่วนลด	95/ 24.0	157/ 39.3	116/ 29.0	31/ 7.8	0/ 0.00	3.79	0.89	มาก
สถานที่เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค เป็นต้น	67/ 17.0	134/ 33.5	129/ 32.3	69/ 17.3	0/ 0.00	3.50	0.96	มาก
รวม	-	-	-	-	-	3.92	0.86	มาก

จากตารางที่ 20 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านสินค้าและบริการ พบว่า โดยภาพรวมประชาชนมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเวลาการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว และสถานบันเทิงต่าง ๆ มีการเปิด-ปิด ตามเวลาที่กฎหมายกำหนด ($\bar{X} = 4.30$) มากที่สุด รองลงมาคือ มีศูนย์บริการประชาสัมพันธ์ในข้อมูลในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาที่ครอบคลุม ($\bar{X} = 4.07$) การจัดจำหน่ายตั๋วเดินทาง เช่น รถโดยสารปรับอากาศ, รถไฟ, รถสองแถว และ เรือ ($\bar{X} = 4.01$) ได้รับการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาผ่านสิ่งพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.98$) สถานบันเทิง เช่น คาราโอเกะ, ผับ, ดิสโก้เทค, ร้านอาหารเบียร์ ($\bar{X} = 3.93$) สถานที่ตากอากาศ และบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติและสวยงาม เช่น เกาะล้าน ($\bar{X} = 3.87$) สถานที่พักผ่อนสะอาด/ ปริมาณห้องพักเพียงพอ ($\bar{X} = 3.82$) การส่งเสริมการขาย เช่น คุปองส่วนลด ($\bar{X} = 3.79$) และ สถานที่เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค เป็นต้น ($\bar{X} = 3.50$)

ตารางที่ 21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความปลอดภัย (n = 399)

ด้านความปลอดภัย	ระดับทัศนคติ					\bar{X}	SD	แปลความหมายระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
มีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยบริการตามจุดต่าง ๆ บริเวณที่เป็นจุดเสี่ยงที่เพียงพอ	145/36.5	184/46.0	70/17.5	0/0.00	0/0.00	4.19	0.71	มาก
สภาพพื้นผิวถนนมีความปลอดภัยและเป็นระเบียบ เรียบร้อย	160/40.3	153/38.3	65/16.3	21/5.3	0/0.00	4.13	0.87	มาก
มีจุดร้องเรียนความเดือดร้อนที่เพียงพอ	126/31.8	138/34.5	135/33.8	0/0.00	0/0.00	3.98	0.81	มาก
นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ที่ให้ความสำคัญแก่นักท่องเที่ยว	111/28.0	144/36.0	114/28.5	30/7.5	0/0.00	3.84	0.91	มาก
มีการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว	132/33.3	120/30.0	68/17.0	79/19.8	0/0.00	3.76	1.11	มาก
รวม						3.98	0.88	มาก

จากตารางที่ 21 ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย พบว่า โดยภาพรวมประชาชนมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า มีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยบริการตามจุดต่างๆบริเวณที่เป็นจุดเสี่ยงที่เพียงพอ ($\bar{X} = 4.19$) มากที่สุด รองลงมาคือ สภาพพื้นผิวถนนมีความปลอดภัย และเป็นระเบียบ เรียบร้อย ($\bar{X} = 4.13$) มีจุดร้องเรียนความเดือดร้อนที่เพียงพอ ($\bar{X} = 3.98$) นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ที่ให้ความสำคัญแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.84$) และมีการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.76$)

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมือง
พัทธา จังหวัดชลบุรีจำแนกตาม เพศ

ความพึงพอใจ	ชาย (n=198)		หญิง (n=202)		t	sig.
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านสภาพแวดล้อม	3.91	0.34	3.94	0.37	-0.998	.854
ด้านราคา	4.01	0.39	3.87	0.39	4.018	.688
ด้านสินค้าและบริการ	3.95	0.34	3.89	0.28	1.707	.000*
ด้านความปลอดภัย	4.01	0.39	3.96	0.39	1.189	.098
ภาพรวม	3.96	0.28	3.91	0.27	1.76	.583

จากตารางที่ 22 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว จำแนกตาม เพศ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจ ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่ปรากฏ

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทธา จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	sig.
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	5.648	3	1.412	12.632	.000*
	ภายในกลุ่ม	44.151	395	.112		
	รวม	49.799	398			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.531	3	.883	5.896	.000*
	ภายในกลุ่ม	29.147	395	.150		
	รวม	62.679	398			

ตารางที่ 23 (ต่อ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig.	
ด้านสินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.140	3	.535	5.707	.000*
	ภายในกลุ่ม	37.026	395	.094		
	รวม	39.165	398			
ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	7.111	3	1.778	12.903	.000*
	ภายในกลุ่ม	54.420	395	.138		
	รวม	61.531	398			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.487	3	.622	8.644	.000*
	ภายในกลุ่ม	28.417	395	.072		
	รวม	30.905	398			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อกระทองเที่ยวพญาแตกต่างกัน ตามระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัย

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ และด้านความปลอดภัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 24 – 29

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกระทองเที่ยวในเขตเมืองพญา ด้านภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	\bar{X}	15 – 24 ปี	25 – 34 ปี	45 – 54 ปี	55 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป
		3.88	3.89	3.95	4.11	3.91
15 – 24 ปี	3.88	-	-.01	-.07	-.23*	-.03
25 – 34 ปี	3.89		-	-.06	-.22*	-.02
45 – 54 ปี	3.95			-	-.16*	-.04
55 – 60 ปี	4.11				-	-.20*
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	3.91					-

จากตารางที่ 24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 15 ปี - 24 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 55 – 60 ปี แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 ปี - 34 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 55 – 60 ปี แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 45 ปี - 54 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 55 – 60 ปี แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 55 ปี - 60 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง มากกว่า 60 ปีขึ้นไป
แตกต่ากัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	15 – 24 ปี	25 – 34 ปี	45 – 54 ปี	55 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป
\bar{x}	3.87	3.82	4.00	4.15	3.94
15 – 24 ปี	3.87	-	-0.05	-0.13*	-0.28*
25 – 34 ปี	3.82	-	-0.18*	-0.33*	-0.12
45 – 54 ปี	4.00	-	-	-0.15*	-0.07
55 – 60 ปี	4.15	-	-	-	-0.22*
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	3.94	-	-	-	-

จากตารางที่ 25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 15 ปี - 24 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 45 – 54 ปี และอายุระหว่าง 55 – 60 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 ปี - 34 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 45 – 54 ปี และอายุระหว่าง 55 – 60 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 45 ปี - 54 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 55 – 60 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 55 ปี - 60 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง มากกว่า 60 ปีขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพหุ ด้านราคา จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ		15 – 24 ปี	25 – 34 ปี	45 – 54 ปี	55 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป
	\bar{X}	3.81	3.92	4.03	4.08	3.93
15 – 24 ปี	3.81	-	-.12*	-.22*	-.28*	-.13
25 – 34 ปี	3.92		-	-.11	-.16*	-.01
45 – 54 ปี	4.03			-	-.05	-.09
55 – 60 ปี	4.08				-	-.15
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	3.93					-

จากตารางที่ 26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านราคา จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 15 ปี - 24 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปี อายุระหว่าง 45 – 54 ปี และอายุระหว่าง 55- 60 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 ปี - 34 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 55 – 60 ปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพหุ ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	15 – 24 ปี	25 – 34 ปี	45 – 54 ปี	55 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป
\bar{X}	3.84	3.94	3.93	4.04	3.79
15 – 24 ปี	3.84	-	-.10*	-.20*	-.04
25 – 34 ปี	3.94	-	.00	-.09	-.15*
45 – 54 ปี	3.93	-	-	-.10	-.14*
55 – 60 ปี	4.04	-	-	-	-.24*
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	3.79	-	-	-	-

จากตารางที่ 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 15 ปี - 24 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปี อายุระหว่าง 45 – 54 ปี และอายุระหว่าง 55 – 60 ปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 ปี - 34 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 45 ปี - 54 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 55 ปี - 60 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ		15 – 24 ปี	25 – 34 ปี	45 – 54 ปี	55 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป
	\bar{X}	4.07	3.89	3.81	4.19	4.06
15 – 24 ปี	4.07	-	-.18*	-.26*	-.12*	-.01
25 – 34 ปี	3.89		-	-.08	-.30*	-.17*
45 – 54 ปี	3.81			-	-.38*	-.25*
55 – 60 ปี	4.19				-	-.14
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	4.06					-

จากตารางที่ 28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 15 ปี - 24 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปี อายุ
ระหว่าง 45 – 54 ปี และอายุระหว่าง 55 – 60 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 ปี - 34 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 55 – 60 ปี และ
อายุระหว่าง มากกว่า 60 ปีขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 45 ปี - 54 ปี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุระหว่าง 55 – 60 ปี และ
อายุระหว่าง มากกว่า 60 ปีขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 29 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามสถานภาพ

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	sig.
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	.195	2	.065	.519	.670
	ภายในกลุ่ม	49.604	396	.125		
	รวม	49.799	398			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.144	2	1.048	6.971	.000*
	ภายในกลุ่ม	59.535	396	.150		
	รวม	52.679	398			
ด้านสินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.814	2	.271	2.801	.040*
	ภายในกลุ่ม	38.351	396	.097		
	รวม	39.165	398			
ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2.939	2	.980	6.621	.000*
	ภายในกลุ่ม	68.592	396	.148		
	รวม	61.531	398			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.555	2	.185	2.413	.066
	ภายในกลุ่ม	30.350	396	.077		
	รวม	30.905	398			

จากตารางที่ 29 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ ต่างกันมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อ
การท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับความพึง
พอใจ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ และ ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างจึงนำมา
เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4-30 – 4-33

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง	แยกกันอยู่
	\bar{X}	4.00	3.91	3.93	3.50
โสด	4.00	-	-.09*	-.07	-.50*
สมรส	3.91		-	-.02	-.41*
หม้าย/ หย่าร้าง	3.93			-	-.43*
แยกกันอยู่	3.50				-

จากตารางที่ 30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อ
การท่องเที่ยวพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05
2. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05

ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง	แยกกันอยู่
	\bar{X}	3.97	3.88	3.86	4.00
โสด	3.97	-	-.08*	-.10	-.03
สมรส	3.88		-	-.02	-.12
หม้าย/ หย่าร้าง	3.86			-	-.13
แยกกันอยู่	4.00				-

จากตารางที่ 31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 32 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		โสด	สมรส	หม้าย/ หย่าร้าง	แยกกันอยู่
	\bar{X}	4.04	3.94	4.04	3.60
โสด	4.04	-	-.11*	-.00	-.45*
สมรส	3.94		-	-.11	-.34*
หม้าย/ หย่าร้าง	4.04			-	-.44*
แยกกันอยู่	3.60				-

จากตารางที่ 32 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส และแยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหม้าย/ หย่าร้าง มีระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

ตารางที่ 33 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	sig.
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	3.746	4	.749	6.410	.000*
	ภายในกลุ่ม	46.053	394	.117		
	รวม	49.799	398			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.855	4	1.171	8.120	.000*
	ภายในกลุ่ม	56.824	394	.144		
	รวม	62.679	398			
ด้านสินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.831	4	.766	8.544	.000*
	ภายในกลุ่ม	35.334	394	.090		
	รวม	39.165	398			
ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	7.344	4	1.469	10.679	.000*
	ภายในกลุ่ม	54.187	394	.138		
	รวม	61.531	398			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.669	4	.734	10.615	.000*
	ภายในกลุ่ม	27.236	394	.069		
	รวม	30.905	398			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 33 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกัน ตามระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษา แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 34 – 39

ตารางที่ 34 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
\bar{X}	3.79	4.04	4.04	3.87	3.96	3.80
ประถมศึกษา	3.79	-	-.25*	-.08	-.18*	-.02
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.04	-	-.00	-.17*	-.08	-.23*
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4.04	-	-	-.16*	-.07	-.23*
อนุปริญญา/ปวส.	3.87	-	-	-	-.09*	-.07
ปริญญาตรี	3.96	-	-	-	-	-.16*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.80	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส และระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อ

การท่องเที่ยวพหุวิทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุวิทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 35 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพหุวิทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
\bar{X}	3.83	3.94	4.09	3.81	3.91	3.85
ประถมศึกษา	3.83	-	-.11	-.26*	-.02	-.08
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.94	-	-	-.13*	-.03	-.08
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4.09	-	-	-	-.18*	-.23*
อนุปริญญา/ปวส.	3.81	-	-	-	-.09	-.04
ปริญญาตรี	3.91	-	-	-	-	-.05
สูงกว่าปริญญาตรี	3.85	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุวิทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุวิทยา ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และระดับ อนุปริญญา/ ปวส. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส. และระดับ ปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 36 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
\bar{X}	3.77	4.13	4.00	3.79	3.98	3.80
ประถมศึกษา	3.77	-	-.36*	-.23*	-.02	-.21*
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.13	-	-.13*	-.33*	-.15*	-.32*
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4.00		-	-.20*	-.02	-.19*
อนุปริญญา/ปวส.	3.79			-	-.19*	-.01
ปริญญาตรี	3.98				-	-.18*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.80					-

จากตารางที่ 36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ระดับอนุปริญญา/ ปวส. และระดับ ปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวส. และระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวส. และระดับสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพหุฯ ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{X}					
	3.82	4.06	3.95	3.88	3.98	3.77
ประถมศึกษา	3.82	-	-.24*	-.14	-.06	-.16*
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.06	-	-.10*	-.18*	-.08	-.29*
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.95	-	-	-.07	-.02	-.19*
อนุปริญญา/ปวส.	3.88	-	-	-	-.09	-.12*
ปริญญาตรี	3.98	-	-	-	-	-.21*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.77	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และระดับปริญญาตรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ระดับอนุปริญญา/ ปวส. และระดับสูงกว่าปริญญาตรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
\bar{X}	3.67	4.04	4.13	4.03	3.99	3.79
ประถมศึกษา	3.67	-	-.37*	-.36*	-.32*	-.12
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.04	-	-.09	-.01	-.05	-.25*
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4.13	-	-	-.11	-.14*	-.35*
อนุปริญญา/ปวส.	4.03	-	-	-	-.04	-.24*

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
\bar{X}	3.67	4.04	4.13	4.03	3.99	3.79
ปริญญาตรี	3.99				-	-.20*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.79					-

จากตารางที่ 38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชม ด้านความปลอดภัย จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชม ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช และระดับอนุปริญญา/ ปวส และระดับปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชม ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีการสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชม ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชม ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชม ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 39 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	sig.
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	5.486	2	1.829	16.343	.000*
	ภายในกลุ่ม	44.312	396	.112		
	รวม	49.799	398			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.590	2	.863	5.690	.001*
	ภายในกลุ่ม	60.089	396	.152		
	รวม	62.679	398			
ด้านสินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.030	2	.343	3.565	.014*
	ภายในกลุ่ม	38.135	396	.096		
	รวม	39.165	398			
ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	7.385	2	2.462	18.005	.000*
	ภายในกลุ่ม	54.145	396	.137		
	รวม	61.531	398			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.352	2	.784	10.871	.000*
	ภายในกลุ่ม	28.553	396	.072		
	รวม	30.905	398			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 39 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยาด้านภาพรวม แตกต่างกัน ตามระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 40 – 45

ตารางที่ 40 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว
	\bar{X}	3.88	3.95	4.05	3.86
นักเรียน/นักศึกษา	3.88	-	-.07	-.18*	-.01
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.95		-	-.11*	-.08
รับจ้าง	4.05			-	-.19*
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	3.86				-

จากตารางที่ 40 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว
พัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05
2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/ วิสาหกิจ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อ
การท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้าน
ภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 41 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว	
	\bar{X}	3.79	4.00	4.07	3.85
นักเรียน/นักศึกษา	3.79	-	-.21*	-.27*	-.05
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.00	-	-.06	.16*	
รับจ้าง	4.07		-	.22*	
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.85			-	

จากตารางที่ 41 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามอาชีพ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว
พัทยา ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/ วิสาหกิจ และอาชีพรับจ้าง
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/ วิสาหกิจ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้าน
สภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 42 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองพัทยา ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	
	\bar{X}	3.85	3.92	4.05	3.96
นักเรียน/นักศึกษา	3.85	-	-.08	-.21*	-.11
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.92	-	-	.13*	.03
รับจ้าง	4.05		-		.09
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.96				-

จากตารางที่ 42 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว
พัทยา ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/ วิสาหกิจ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 43 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	
	\bar{X}	3.89	3.96	3.98	3.84
นักเรียน/ นักศึกษา	3.89	-0.06	-0.08*	.05	
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.96	-	-0.02	.12*	
รับจ้าง	3.98		-	-0.14*	
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	3.84			-	

จากตารางที่ 43 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว
พัทยา ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/ วิสาหกิจ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อ
การท่องเที่ยวพัทยา ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา
ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 44 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวชาวไทยในการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว
	\bar{X}	4.01	3.85	4.17	3.82
นักเรียน/ นักศึกษา	4.01	-	.16*	-.15*	.19*
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.85		-	-.32*	.03
รับจ้าง	4.17			-	.35*
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	3.82				-

จากตารางที่ 44 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว
พัทยา ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/ วิสาหกิจ และอาชีพรับจ้าง
และอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/ วิสาหกิจ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับจ้าง มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้าน
ความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 45 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	sig.
ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	12.358	4	2.472	26.008	.000*
	ภายในกลุ่ม	37.441	394	.095		
	รวม	49.799	398			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	15.371	4	3.074	25.604	.000*
	ภายในกลุ่ม	47.307	394	.120		
	รวม	62.679	398			
ด้านสินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.546	4	.909	10.349	.000*
	ภายในกลุ่ม	34.619	394	.088		
	รวม	39.165	398			
ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2.163	4	.433	2.871	.015*
	ภายในกลุ่ม	59.368	394	.151		
	รวม	61.531	398			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.728	4	1.146	17.928	.000*
	ภายในกลุ่ม	25.177	394	.064		
	รวม	30.905	398			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 45 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยาด้านภาพรวม แตกต่างกัน ตามระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 46 – 51

ตารางที่ 46 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามรายได้

รายได้		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	\bar{X}						
		3.92	3.83	4.12	4.02	3.71	4.08
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.92	-	.09*	-.19*	-.09	.21*	-.16*
10,000–15,000 บาท	3.83		-	-.29*	-.19*	.11	-.26*
15,001–20,000 บาท	4.12			-	.09	.41*	.04
20,001–25,000 บาท	4.02				-	.31*	-.06
25,001–30,000 บาท	3.71					-	-.37*
30,001 บาทขึ้นไป	4.08						-

จากตารางที่ 46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม จำแนกตามรายได้ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว
พัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท และรายได้
ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001
ขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาทมีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการ
ท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001- 20,000 บาท และ
รายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001- 20,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อ
การท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,001 -25,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อ
การท่องเที่ยวพัทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 25,001-30,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุวิทยา ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 ขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 47 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพหุวิทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 –	15,001 –	20,001 –	25,001 –	30,001
		10,000	15,000	20,000	25,000	30,000	บาทขึ้นไป
		3.83	3.81	4.21	3.81	3.75	4.22
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.83	-	.02	-.37*	.02	.09	-.38*
10,000–15,000 บาท	3.81		-	-.39*	.00	.06	-.41*
15,001–20,000 บาท	4.21			-	.39*	.46*	-.01
20,001–25,000 บาท	3.81				-	.06	-.41*
25,001–30,000 บาท	3.75					-	-.47*
30,001 บาทขึ้นไป	4.22						-

จากตารางที่ 47 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุวิทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามรายได้ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุวิทยา ด้านสภาพแวดล้อมแตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001 ขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาทมีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุวิทยา ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001- 20,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001- 20,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุวิทยา ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-2500 บาท และรายได้ 25,001 – 30,000 บาท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,001 -25,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 25,001-30,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 48 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านราคา จำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	
\bar{X}	3.83	3.79	4.21	4.13	3.50	4.23	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.83	-	.03	-.38*	-.30*	.33*	-.40*
10,000-15,000 บาท	3.79	-	-.41*	-.33*	.30*	-.43	
15,001-20,000 บาท	4.21			.08	.71*	-.02	
20,001-25,000 บาท	4.13			-	.63*	-.10	
25,001-30,000 บาท	3.50				-	-.73*	
30,001 บาทขึ้นไป	4.23					-	

จากตารางที่ 48 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคา จำแนกตามรายได้ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท และรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาทมีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001- 20,000 บาท และ

รายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท และรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,001 -25,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 25,001-30,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 ขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 49 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพหุฯ ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามรายได้

รายได้		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
	\bar{X}	3.99	3.82	4.03	4.13	3.78	3.88
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.99	-	-.18*	-.03	-.13*	-.22	-.12*
10,000-15,000 บาท	3.82		-	-.21*	-.31*	-.04	-.06
15,001-20,000 บาท	4.03			-	-.10	-.25*	-.15*
20,001-25,000 บาท	4.13				-	-.35*	-.25*
25,001-30,000 บาท	3.78					-	-.10
30,001 บาทขึ้นไป	3.88						-

จากตารางที่ 49 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามรายได้ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท และ

รายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001 ขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาทมีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001- 20,000 บาท และรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001- 20,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไปแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,001 -25,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพหุฯ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
\bar{X}	4.05	3.90	4.04	4.03	3.80	4.06
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.05	-	-.15*	-.01	-.02	-.25
10,000–15,000 บาท	3.90	-	-.13*	-.12	-.10	-.16*
15,001–20,000 บาท	4.04		-	-.01	-.14	-.03
20,001–25,000 บาท	4.03			-	-.23	-.04
25,001–30,000 บาท	3.80				-	-.26
30,001 บาทขึ้นไป	4.06					-

จากตารางที่ 50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุฯ ด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว พักอาศัย ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาทมีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการ ท่องเที่ยวพักอาศัย ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001- 20,000 บาท และรายได้ระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 51 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว ไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามภูมิลำเนา

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	sig.
ด้านสภาพร่างกาย	ระหว่างกลุ่ม	9.633	4	1.927	18.900	.000*
	ภายในกลุ่ม	40.165	394	.102		
	รวม	49.799	398			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	14.494	4	2.899	23.703	.000*
	ภายในกลุ่ม	48.185	394	.122		
	รวม	62.679	398			
ด้านสินค้าและบริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.284	4	1.857	24.484	.000*
	ภายในกลุ่ม	29.881	394	.076		
	รวม	39.165	398			
ด้านความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	15.235	4	3.047	25.932	.771
	ภายในกลุ่ม	46.296	394	.118		
	รวม	61.531	398			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	10.317	4	2.063	39.489	.746
	ภายในกลุ่ม	20.588	394	.052		
	รวม	30.905	398			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 51 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพักอาศัย ด้านภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่างจึงนำมาเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 52 – 57

ตารางที่ 52 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพหุ ด้านภาพรวม จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	กรุงเทพมหานคร	ภาคใต้	ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก
\bar{X}	3.79	3.80	3.75	4.08	4.06	4.14
กรุงเทพมหานคร	3.79	-	-.01	.05	-.29*	-.34*
ภาคใต้	3.80	-	.05	-.28*	-.26*	-.34*
ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ)	3.75	-	-	-.34*	-.32*	-.39*
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.08	-	-	-	.02	-.06
ภาคเหนือ	4.06	-	-	-	-	-.07
ภาคตะวันออก	4.14	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 52 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านภาพรวม จำแนกตามรายได้ พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพมหานคร มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพหุ ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพ) มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านภาพรวม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 53 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	กรุงเทพ มหานคร	ภาคใต้	ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ)	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก	
	\bar{X}	3.76	3.89	3.73	4.05	4.08	4.12
กรุงเทพมหานคร	3.76	-	-.14*	.03	-.29*	-.32*	-.36*
ภาคใต้	3.89	-	-	.17*	-.15*	-.18*	-.22*
ภาคกลาง(ไม่รวม กรุงเทพฯ)	3.73	-	-	-	-.32*	-.35*	-.39*
ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	4.05	-	-	-	-	-.03	-.07
ภาคเหนือ	4.08	-	-	-	-	-	-.04
ภาคตะวันออก	4.12	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 53 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพมหานคร มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ และมาจากตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพ) และมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพ) มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 54 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา ด้านราคา จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	กรุงเทพ มหานคร	ภาคใต้	ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ)	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก	
	\bar{X}	3.81	3.75	3.69	4.08	4.14	4.20
กรุงเทพมหานคร	3.81	-	-0.06	-0.12*	-0.26*	-0.32*	-0.38*
ภาคใต้	3.75	-	-	-0.06	-0.33*	-0.39*	-0.45*
ภาคกลาง(ไม่รวม กรุงเทพฯ)	3.69	-	-	-	-0.39*	-0.45*	-0.51*
ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	4.08	-	-	-	-	-0.06	-0.19*
ภาคเหนือ	4.14	-	-	-	-	-	-0.06
ภาคตะวันออก	4.20	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 54 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านราคา จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพมหานคร มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพ) และมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพ) มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านราคา แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 55 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	กรุงเทพ มหานคร	ภาคใต้	ภาคกลาง(ไม่รวม กรุงเทพฯ)	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ
\bar{X}	3.75	3.74	3.85	4.07	3.91	4.13
กรุงเทพมหานคร	3.75	-	-.09*	-.31*	-.16*	-.37*
ภาคใต้	3.74	-	-.09	-.32*	-.16*	-.38*
ภาคกลาง(ไม่รวม กรุงเทพฯ)	3.85	-	-	-.22*	-.07	-.28*
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	4.07	-	-	-	.16*	-.06
ภาคเหนือ	3.91	-	-	-	-	-.21*
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.13	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 55 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัยในครอบครัว พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพมหานคร มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพ) และมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพญา ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพ) มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพญา ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพญา ด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคเหนือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 56 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพญา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	กรุงเทพ มหานคร	ภาคใต้	ภาคกลาง (ไม่รวม กรุงเทพฯ)	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก
\bar{X}	3.90	3.80	3.67	4.17	4.23	4.12
กรุงเทพมหานคร	3.90	-.10	.23*	-.27*	-.33*	-.22*
ภาคใต้	3.80	-	.13*	-.37*	-.43*	-.32*
ภาคกลาง(ไม่รวม กรุงเทพฯ)	3.67		-	-.50*	-.56*	-.45*
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	4.17			-	-.05	.05
ภาคเหนือ	4.23				-	.11
ภาคตะวันออก	4.12					-

จากตารางที่ 56 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพญา ด้านความปลอดภัย จำแนกตามลักษณะการอยู่อาศัยในครอบครัว พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มาจากกรุงเทพมหานคร มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพญา ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพ) และมาจาก

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชม ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพ) และมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพ) มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวพืชม ด้านความปลอดภัย แตกต่างกับ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมาจากภาคเหนือ และมาจากภาคตะวันออก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา และเพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งคำถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในเขตเมืองพัทยา ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาและส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติ t-Test ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม กับตัวแปรตาม และใช้ค่าสถิติ F-test หรือ One way Analysis of Variance (ANOVA) หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม กับตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการศึกษา

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.5 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 25 - 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.8 มีสถานภาพ สมรส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.3 มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.และปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.0 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นิสิต-นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 32.5 ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.8 และมีภูมิลำเนาตะวันออกเฉียงเหนือ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.8

ในการตอบคำถามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการมาอยู่ที่ 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.00 การเดินทางกับครอบครัว (ลูก สามี หรือภรรยา) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 มีค่าใช้จ่าย (เฉพาะของตนเอง) 1,001 – 3,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีจุดประสงค์หลักส่วนใหญ่ มาจากความบันเทิง/พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 50.8 มีการใช้ยานพาหนะส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 64.3 ส่วนใหญ่พักบ้านญาติ/บ้าน

เพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 มีการเดินทางมาท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับโอกาส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3 ส่วนใหญ่มีจะค้างคืน 1คืน คิดเป็นร้อยละ 42.5 แหล่งข้อมูลที่ทำให้เดินทางมาส่วนใหญ่มาจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และส่วนใหญ่เดินทางเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.5

ในการตอบคำถามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการสำรวจ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า โดยภาพรวมมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X}=3.98$) มากที่สุด รองลงมา คือด้านราคา ($\bar{X}=3.93$) ด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{X}=3.92$) และ ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X}=3.92$) ตามลำดับ

ด้านสภาพแวดล้อม สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ความมีระเบียบของถนนที่ใช้เดินทางในเมืองพัทยา และ ประเด็นที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ สถานอำนวยความสะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้า, สถานที่ออกกำลังกาย, โรงภาพยนตร์

ด้านราคา สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ อัตราค่าอาหาร และเครื่องดื่มมีราคาที่เหมาะสม และประเด็นที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ อัตราค่ารถโดยสารประจำทางมีราคาที่เหมาะสม

ด้านสินค้าและบริการ สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ เวลาการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว และสถานบันเทิงต่าง ๆ มีการเปิด-ปิด ตามเวลาที่กฎหมายกำหนด และประเด็นที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ สถานที่เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค เป็นต้น

ด้านความปลอดภัย สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ มีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยบริการตามจุดต่าง ๆ บริเวณที่เป็นจุดเสี่ยงที่เพียงพอ และประเด็นที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ มีการดูแลความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 57 สรุปสมมติฐานในการศึกษา

สมมติฐานการวิจัย	ข้อค้นพบ
1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐาน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐาน
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐาน
6. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐาน
7. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน

อภิปรายผลการศึกษา

ในการวิเคราะห์ถึงองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ผู้วิจัยจะอภิปรายเปรียบเทียบระหว่างข้อค้นที่ได้จากการศึกษา และองค์ความรู้เดิมจากเนื้อหาบทที่ 2 ดังนี้

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาในได้ศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า พฤติกรรมกรท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการมาอยู่ที่ 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.00 การเดินทางกับครอบครัว (ลูก สามี หรือภรรยา) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 มีค่าใช้จ่าย (เฉพาะของตนเอง) 1,001 – 3,000 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีจุดประสงค์หลักส่วนใหญ่ มาจากความบันเทิง/พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 50.8 มีการใช้ยานพาหนะส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 64.3 ส่วนใหญ่พักบ้านญาติ/ บ้านเพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 มีการเดินทางมาท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับโอกาส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3 ส่วนใหญ่มีจะค้างคืน 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 42.5 แหล่งข้อมูลที่ทำให้เดินทางมาส่วนใหญ่มาจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 53.3

และส่วนใหญ่เดินทางเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.5 ซึ่งสอดคล้องกับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543, หน้า 50-51) จากการรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2542 พบว่าจำแนกตามเพศ มีผู้มาเยี่ยมเยือนชาวไทย เดินทางมากกว่า 5 คน และผู้ที่เดินทางมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 26.86 ผู้เยี่ยมเยือนส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมากับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 42.70 และรองลงมาเดินทางมากับสามี/ ภรรยา ร้อยละ 17.90 วัตถุประสงค์หลักของผู้เยี่ยมเยือนร้อยละ 75.51 มีวัตถุประสงค์หลักมาเพื่อท่องเที่ยว/ พักผ่อน ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงสุด รองลงมาคือ เพื่อทางธุรกิจร้อยละ 8.62 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์พันธ์ บุญเรือง (2546) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในเขตเมืองพัทยา. วิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในเขตเมืองพัทยาพบว่า สำหรับการเดินทางมาเมืองพัทยาคือเดินทางมาเอง โดยรถยนต์ส่วนตัว และเดินทางกับเพื่อน/ญาติเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉลี่ยมีความถี่มี 1 ครั้งต่อปี วัตถุประสงค์หลักเพื่อความบันเทิงและการพักผ่อน ผู้มาเยี่ยมเยือนส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนก่อนการเดินทางและจะพักค้างแรมที่โรงแรมหรือรีสอร์ท โดยค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายจะน้อยกว่า 1,000บาท/ต่อคน

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาใน ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่าโดยภาพรวมมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย รองลงมา คือ ด้านราคา, ด้านสภาพแวดล้อม, ด้านสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิชา วรรณถนอม (2544) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่อยู่ในระดับมาก คืองบประมาณค่าครองชีพ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความพร้อมในการรองรับ ด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา สอดคล้องกับการงานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย พบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพันท์ตรี (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิงและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของบรรจบพร สุมนรัตนกุล (2544) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บรรจบพร สุมณรัตน์กุล (2544) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จำนวน 410 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพิสมัย จตุรัตน์ (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 10 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ซึ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยงที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความเห็นต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550, หน้า 50-51) จากการรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2542 พบว่าผู้เยี่ยมชมมีระดับรายได้ 10,000 - 17,499 บาท และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของบรรจบพร สุมณรัตน์กุล (2544) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรีพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทร์ตรี (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 6,001-12,000 บาท

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นเพื่อให้การศึกษาความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้ผลดีมากที่สุด ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในบางประเด็นที่ควรส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนา ดังนี้

1. ควรปรับปรุงในเรื่องสถานอำนวยความสะดวก และมีการรักษาความสะอาดของน้ำทะเลให้มากขึ้นและควรปรับปรุงแก้ไขความสะอาดภายในเมืองพัทยาให้ดียิ่งขึ้น
2. อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเขตเมืองพัทยาแก้ไขปัญหาอัตราค่าโดยสารที่ไม่มี ความเหมาะสม และเข้าไปแก้ปัญหาราคาสินค้าที่ระลึก และของฝากที่มีราคาไม่เหมาะสม
3. ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีที่เป็นสถานที่เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้เพิ่มมากขึ้น และควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น การให้คูปองส่วนลดในการท่องเที่ยวภายในเมืองพัทยา
4. ควรเพิ่มมาตรการในการดูแลความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว อย่างเข้มงวดและทั่วถึง และให้เพิ่มนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญแก่นักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในเมืองพัทยาเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

หลังจากที่ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่า

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่อื่น ๆ
2. ควรศึกษาถึงสภาพและปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา

บรรณานุกรม

- กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์
การเกษตร ไซยปรการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต, สาขาส่งเสริมการเกษตร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศประจำปี 2550. กรุงเทพฯ:
กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2543). สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2543. กรุงเทพฯ: กองสถิติและวิจัย การ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (ม.ป.ป.). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์. กรุงเทพฯ: กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย.
- กุลชน ธนาพงศธร. (2528). การบริหารงานบุคคล. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กุลวรา สุวรรณพิมล (2541). การศึกษาความต้องการ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและบริเวณใกล้เคียง.
ภูเก็ต: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏภูเก็ต.
- จิรวดี ปิวัญญา. (2549). ทักษะและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศ. ปรัญญาณิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทัช วรรณถนอม. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทาง
ท่องเที่ยวภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ
อุตสาหกรรมกรท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูดา จิตติพิทักษ์. (2525). พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สารมวลชน.
- ณฤทัย กุลธา. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรม
กรท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทวีพงษ์ หินคำ. (2541). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานสุขาภิบาลริมใต้ จังหวัด
เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการเมืองและการปกครอง,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทิวา ประสุวรรณ. (2547). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของพนักงานส่วนตำบล
ศึกษาเฉพาะกรณีที่ทำกรองค์กรบริหารส่วนตำบลบ้านแลง. วิทยานิพนธ์
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธงชัย สันติวงษ์. (2537). องค์กรและการจัดการ: ทันสมัยยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ:
ไทยวัฒนาพานิช.

_____. (2527). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ:
ไทยวัฒนาพานิช.

ธनिया ปัญญาแก้ว. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการครูในจังหวัด
เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการเมืองและการปกครอง,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นภา จันทร์ตรี. (2545). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
การท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
สาขาพัฒนาสังคม, บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

น้ำฝน บุญยะวัฒน์. (2540). สรุปสถานการณ์และวิเคราะห์โอกาสทางการท่องเที่ยวของไทย.
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, 19(3), 13-21.

นิชา ชัชกุล. (2542). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรจบพร สุนทรรัตนกุล. (2544). ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต,
สาขาธุรกิจศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บุญเรือง ขจรศิลป์. (2529). สถิติวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พิสิกส์เซ็นเตอร์การพิมพ์.

ประกาศิต สุวรรณชฎ. (2541). รายงานการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์
และการบริการของแหล่งท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออก โครงการ *Amazing Thailand*
1998-1999. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปวีณา โทณแก้ว. (2542). ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ของคนไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิมพ์พันธ์ บุญเรือง. (2546). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในเขตเมืองพัทยา.
ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.

- พิสมัย จตุรัตน์. (2546). ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546). ทักษะคิดและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภณิดา ชัยปัญญา. (2541). ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้โครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรของจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาส่งเสริมการเกษตร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- รุชยา คำพรรณ. (2546). พฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิทย์ เทียงบุญธรรม. (2541). พจนานุกรมแพทยศาสตร์. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.
- วิภา วัฒนพงษ์ชาติ. (2542). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการเมืองและการปกครอง, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริประภา ชัยวรวัฒน์. (2545). ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศาลาว่าการเมืองพัทยา. (2553). เกี่ยวกับพัทยา. วันที่ค้นข้อมูล 19 ตุลาคม 2554, เข้าถึงได้จาก http://www.pattaya.go.th/?page_id=35
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). องค์การและการจัดการ (ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสุพาดา สิริกุดตา. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: เอเอ็นการพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย. (2552). *การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปี พ.ศ. 2552*.

กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.

สมภพ ดิรัตน์ประคม. (2542). *พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์กับการเลือกท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ การตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สมิต สัมภูกร. (2542). *การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ. (2545). *พฤติกรรมองค์การ: ทฤษฎีและการประยุกต์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สายฝน ถึงหมื่นไฉ. (2547). *ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สิทธิชัย นवलเศรษฐ. (2546). *ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และพฤติกรรมท่องเที่ยวชายทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2529). *จิตวิทยาการจัดการพฤติกรรมมนุษย์*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุดาพร ชูตินทรานนท์. (2542). *นวัตกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวกรุงรัตน โกสินทร์: ศึกษากรณีชุมชนมิตตคาม*. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เสรี วมณธา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเทกซ์.

โสภภาพ สุทธิศักดิ์. (2540). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อารีย์ วรเวชชนกุล. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (1987). *Marketing Concepts and Strategies*. Boston: Houghton
Mifflin.

Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (1987). *Consumer Behavior* (3th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนรู้ และการศึกษาต่อการทำวิจัย ซึ่งแบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษางานวิจัยสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ ภาควิชารัฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

แบบสอบถามนี้ ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีจำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของชาวไทยในเมืองพัทยา ได้แก่ สภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() 15-24 ปี

() 25-34 ปี

() 35-44 ปี

() 45-54 ปี

() 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

() โสด

() สมรส

() หม้าย/หย่าร้าง

() แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา

() มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช. () อนุปริญญาตรี/ปวส.

() ปริญญาตรีขึ้นไป

5. อาชีพ

- () นักเรียน/นักศึกษา () แม่บ้านหรือพ่อบ้าน
 () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () รับจ้าง
 () ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว () อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,000 - 15,000 บาท
 () 15,001 - 20,000 บาท () 20,001 - 25,000 บาท
 () 25,001 - 30,000 บาท () 30,001 บาทขึ้นไป

7. ภูมิลำเนา

- () กรุงเทพมหานคร () ภาคใต้
 () ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ) () ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 () ภาคเหนือ () ภาคตะวันออก

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน () ตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. การเดินทางมาท่องเที่ยวพัทยารวมการมาครั้งนี้เป็นจำนวนกี่ครั้ง ในรอบ 1 ปี

- () ไม่เคย () 1-3 ครั้ง () 4-6 ครั้ง
 () 7-10 ครั้ง () มากกว่า 10 ครั้ง

2. ท่านเดินทางมากับใคร

- () มาคนเดียว () ครอบครัว (ลูก สามี หรือภรรยา)
 () กลุ่มทัวร์/คณะเดินทาง/คณะทำงาน () คู่รัก/แฟน
 () เพื่อน/ญาติ () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดการมาท่องเที่ยว (เฉพาะของท่าน)

- () ต่ำกว่า 1,000 บาท () 1,001 - 3,000 บาท () 3,001 - 5,000 บาท
 () 5,001 - 8,000 บาท () มากกว่า 8,000 บาท ขึ้นไป

4. วัตถุประสงค์หลักในการมาเมืองพัทยา

- () ความบันเทิง / พักผ่อน () เยี่ยมญาติ () ประชุม / สัมมนา / ราชการ
 () ได้รับรางวัล () เล่นการพนัน () การกีฬา
 () เพศรส (sex) () ธุรกิจ () การศึกษา
 () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. พาหนะหลักที่ใช้ในการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

- () รถยนต์ส่วนตัว () รถเช่า (รถยนต์, รถตู้, รถจักรยานยนต์)
 () รถนำเที่ยว / รถบริษัททัวร์ () รถจักรยานยนต์ส่วนตัว
 () รถโดยสารประจำทาง () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. สถานที่พักแรมที่ท่านใช้บริการเป็นลักษณะอย่างไร

- () บ้านญาติ / บ้านเพื่อน () บังกะโล () โมเต็ล
 () บ้านพักรับรอง () โรงแรม / รีสอร์ท () เกสเฮาส์
 () คอนโดมิเนียม () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวพัทยาในวันใด

- () วันธรรมดา () วันหยุดเสาร์ – อาทิตย์
 () วันหยุดนักขัตฤกษ์ () ขึ้นอยู่กับโอกาส

8. ระยะเวลาพักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

- () ไม่พักค้างคืน () ค้างคืน 1 คืน () ค้างคืน 2-3 คืน
 () ค้างคืน 4-7 คืน () ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์

9. ข้อมูลจากแหล่งใดที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้

- () เพื่อน () ญาติพี่น้อง () Internet / เว็บไซต์
 () ตัวแทนการท่องเที่ยว () โบวัวร์ () หนังสือ
 () ภาพยนตร์ () อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. การเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเดินทางโดยวิธีใด

- () เดินทางเอง () ชื้อทัวร์มา () อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ตามความเป็นจริง โดยพิจารณาเลือกเพียงคำตอบเดียว

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านสภาพแวดล้อม</u>					
1. ความมีระเบียบของถนนที่ใช้เดินทางในเมืองพัทยา					
2. มีป้ายบอกเส้นทางไปสถานที่ต่างๆ ในเมืองพัทยา					
3. การเดินทางสะดวกคือได้มีการขยายเส้นทางคมนาคม เช่น ถนนสายมอเตอร์เวย์สายบางนา-ตราด สายบูรพาวิถี					
4. มีที่จอดรถเพียงพอ					
5. สถานอำนวยความสะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้า, สถานที่ออกกำลังกาย, โรงภาพยนตร์					
6. ความสะอาดภายในเมืองพัทยา					
7. ธนาคาร / ร้านรับแลกเงินตราต่างประเทศ/ ตู้เอทีเอ็ม					
8. ความสะอาดของน้ำทะเล					
<u>ด้านราคา</u>					
9. สินค้าที่ระลึกและของฝากมีราคาที่เหมาะสม					
10. อัตราค่าบริการที่พักแรมมีราคาที่เหมาะสม					
11. อัตราค่าอาหาร และเครื่องดื่มมีราคาที่เหมาะสม					

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. อัตราค่ารถโดยสารประจำทางมีราคาที่เหมาะสม					
13. อัตราค่าบริการต่างๆ เช่น บัตรเข้าชมการแสดงมีราคาที่เหมาะสม					
14. อัตราค่าเรือโดยสารไป เกาะล้านมีราคาที่เหมาะสม					
<u>ด้านสินค้าและบริการ</u>					
15. เวลาการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวและสถานบันเทิงต่าง ๆ มีการเปิด-ปิด ตามเวลาที่กฎหมายกำหนด					
16. สถานที่พักผ่อนสะอาด/ ปริมาณห้องพักเพียงพอ					
17. สถานบันเทิง เช่น คาราโอเกะ, ผับ(PUB) ดิสโก้เทค, ร้านอาหารเบียร์					
18. สถานที่เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค เป็นต้น					
19. การส่งเสริมการขาย เช่น คุปองส่วนลด					
20. สถานที่ตากอากาศและบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติและสวยงาม เช่น เกาะล้าน					
21. มีศูนย์บริการประชาสัมพันธ์ในข้อมูลการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาที่ครอบคลุม					
22. ได้รับการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ผ่านสิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต					

ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
23. การจัดจำหน่ายตั๋วเดินทาง เช่น รถโดยสาร ปรับอากาศ,รถไฟ ,รถสองแถว และ เรือ					
ด้านความปลอดภัย					
24. มีการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว					
25. โยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ที่ให้ความสำคัญแก่นักท่องเที่ยว					
26. มีเจ้าหน้าที่สำรวจคอยบริการตามจุดต่าง ๆ บริเวณที่เป็นจุดเสี่ยงที่เพียงพอ					
27. สภาพพื้นผิวถนนมีความปลอดภัย และเป็น ระเบียบเรียบร้อย					
28. มีจุดร้องเรียนความเดือดร้อนที่เพียงพอ					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ด้านสภาพแวดล้อม

.....

.....

.....

2. ด้านราคา

.....

.....

.....

3. ด้านสินค้าและบริการ

.....

.....

.....

4. ด้านความปลอดภัย

.....

.....

.....

ขอขอบคุณครับที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายเอกวิทย์ เกษจันทร์
วัน เดือน ปี เกิด	4 พฤศจิกายน 2529
สถานที่เกิด	จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	380/40 หมู่ที่ 10 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547 – 2550	ศิลปศาสตรบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2553 - 2555	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ) มหาวิทยาลัยบูรพา