

ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา



ธิดารักษ์ นิภาวงษ์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีนาคม 2554

ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ธิดารักษ์ นิภาวงษ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีนาคม 2554

ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ธิดารักษ์ นิภาวงษ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อ.ดร.รสริน โอสมานันต์กุล

รศ.ดร.วินัส ฤชัย

.....กรรมการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

รศ.ดร.วินัส ฤชัย

รศ.วัชรวิ พฤทธิกานนท์

.....กรรมการ

รศ.วัชรวิ พฤทธิกานนท์

.....กรรมการ

รศ.สุวรรรัตน์ ยิบมันตะศิริ

7 มีนาคม 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.วินัส ฤชาชัย ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา คำชี้แนะ และความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน จนกระทั่งการค้นคว้าแบบอิสระนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี ซึ่งผู้เขียนกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.รสริน โอสถำนันต์กุล ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์วัชร พิฤกษ์กานนท์ กรรมการ รวมทั้งรองศาสตราจารย์สุวรรณ์ ยิมมันตะสิริ ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะ พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาด ตลอดจนให้คำแนะนำต่าง ๆ อันส่งผลให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณาจารย์รับเชิญทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ตลอดจนแง่คิดในด้านต่าง ๆ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะเศรษฐศาสตร์ ตลอดจนบรรณารักษ์ห้องสมุด คณะเศรษฐศาสตร์ ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือบริการประสานงานด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณ บุพการีที่คอยเป็นกำลังใจให้ด้วยดีตลอดมา จนทำให้การศึกษาครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ และขอขอบคุณเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ (ภาคพิเศษ) รุ่นที่ 16 ทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลสนับสนุนในการศึกษาครั้งนี้ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดระยะเวลาการศึกษา จนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ หากการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่งานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจข้อมูล ผู้เขียนขอขอบความดีงามให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน และในส่วนของความผิดพลาดหรือความบกพร่องต่าง ๆ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้เพียงผู้เดียว และขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมือง  
พัทยา

ผู้เขียน

นางสาวธิดารักษ์ นิภาวงษ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส

ฤกษ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.วัชร

พฤทธิกานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
ที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ย  
ชาวไทย และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม นักท่องเที่ยว  
ชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 400 ราย ทำการวิเคราะห์  
โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวัดระดับความสำคัญโดยอาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating  
Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 400 ราย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายร้อยละ 4.4 มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 26 – 40 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท และพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล

ผลการศึกษาพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่เกิน 5,000 บาทต่อครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยเดินทางมากับเพื่อน ชื่นชอบกิจกรรม ทะเล ชายหาด และหมู่เกาะ พักค้างคืนที่บังกะโล/รีสอร์ท เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2-3 วัน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยาให้ความสำคัญระดับปานกลางในทุกปัจจัย

ผลศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในอันดับแรกในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ 2) ด้านการเดินทางภายในพัทยา นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 3) ด้านการเดินทางไป-มาเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 4) ด้านอสังหาริมทรัพย์ของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจอสังหาริมทรัพย์ของคนที่ท่องเที่ยว 5) ด้านระดับราคาสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจระดับราคาของสถานที่ท่องเที่ยว 6) ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจความปลอดภัยในที่พัก 7) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และ 8) ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

**Independent Study Title** Factors Affecting Thai Tourists Travelling to Pattaya City

**Author** Miss Thidaruk Nipawong

**Degree** Master of Economics

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc.Prof.Dr. Venus Rauechai Advisor

Assoc.Prof. Watcharee Prugsiganont Co-advisor

**ABSTRACT**

This study aims to examine factors affecting Thai tourists in Pattaya City by focusing on Thai tourists' behaviour and Thai tourists' consumer satisfaction.

First of all, the information was gathered through a survey completed by 400 randomly selected Thai tourists. Finally, the analysis was performed based on the results of descriptive statistics and Likert rating scale.

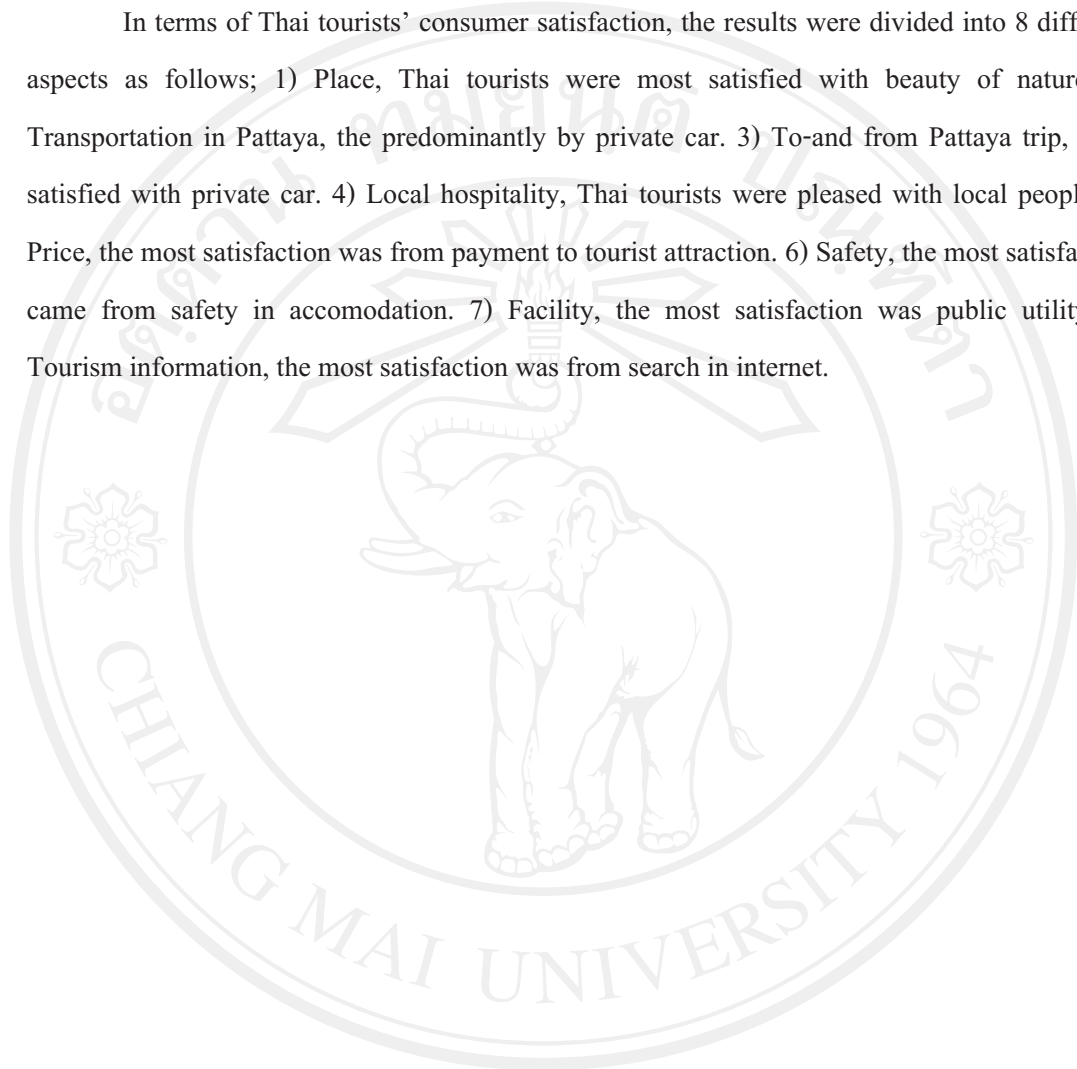
The results on Thai tourists' demographic background indicated that the percentage of female tourists was higher than male tourists by 4.4%. The majority of tourists are single in the age group between 26 and 40 years old. In terms of educational level, it was found that many of the tourists held bachelor degrees and worked in private corporation, with average monthly income of 10,001-25,000 baht. They resided in Bangkok and surrounding areas.

The results of Thai tourists' behaviour showed that in most cases, the tourists travelled by private vehicle, spent about 2-3 days per visit and stayed in bungalow or resort. The average tourism expense was approximately 5,000 baht per trip. The majority of Thai tourists came with



friends not only for the purpose of relaxation, but also to participate in variety of beach activities and boat trips to nearby islands.

In terms of Thai tourists' consumer satisfaction, the results were divided into 8 different aspects as follows; 1) Place, Thai tourists were most satisfied with beauty of nature. 2) Transportation in Pattaya, the predominantly by private car. 3) To-and from Pattaya trip, most satisfied with private car. 4) Local hospitality, Thai tourists were pleased with local people. 5) Price, the most satisfaction was from payment to tourist attraction. 6) Safety, the most satisfaction came from safety in accomodation. 7) Facility, the most satisfaction was public utility. 8) Tourism information, the most satisfaction was from search in internet.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	11
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
1.4 ขอบเขตการศึกษา	11
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	11
<b>บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม</b>	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	13
2.1.1 ฟังก์ชันของอุปสงค์	13
2.1.2 อุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	16
2.1.3 แนวคิดส่วนผสมทางการตลาดบริการ	18
2.1.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	19
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21

<b>บทที่ 3</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
3.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	27
3.2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.3	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการศึกษา</b>	
4.1	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย	32
4.2	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา	35
4.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวชาวไทย	42
4.4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา	54
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ</b>	
5.1	สรุปผลการศึกษา	59
5.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	62
5.3	ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	63
	เอกสารอ้างอิง	64
	ภาคผนวก	66

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 อันดับสถานที่ท่องเที่ยวที่สะอาดและเรียบร้อยที่สุดในประเทศไทย ประจำปี 2552	2
1.2 สถิติการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวพหุวิทยา	10
3.1 ระดับคะแนนของอันดับความพึงพอใจ	31
4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	33
4.2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	35
4.3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	36
4.4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	37
4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	38
4.6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	39
4.7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถานที่พักค้างคืน จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	40
4.8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย พาหนะที่ใช้เดินทาง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	41
4.9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	42
4.10 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพหุวิทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	44

4.11	ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	45
4.12	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว เมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	47
4.13	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว เมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	48
4.14	ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	49
4.15	ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	51
4.16	ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	52
4.17	ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	53
4.18	ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในภาพรวม	54
4.19	อันดับความพึงพอใจด้านสถานที่ของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มตัวอย่าง	55
4.20	อันดับความพึงพอใจวิธีการเดินทางภายในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ย วไทยกลุ่มตัวอย่าง	55
4.21	อันดับความพึงพอใจวิธีการเดินทางไป-มาเมืองพัทยาของนักท่องเที่ย วไทยกลุ่มตัวอย่าง	56
4.22	อันดับความพึงพอใจอัตราค่าของคนที่อื่นของนักท่องเที่ยว ชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	56
4.23	อันดับความพึงพอใจระดับราคาสินค้าและบริการของนักท่องเที่ย วไทยกลุ่มตัวอย่าง	57
4.24	อันดับความพึงพอใจในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	57
4.25	อันดับความพึงพอใจสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง	58

4.26 อันดับความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว  
ชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 แผนที่การพัฒนาการท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง	5
2.1 เส้นอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	17
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	27

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

พัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ สังคม การธนาคาร ธุรกิจบริการและพาณิชยกรรมระดับภาค ทั้งยังเป็นศูนย์กลางทางด้านการศึกษา เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภคที่สมบูรณ์แบบเอื้อประโยชน์ต่อการผลิต การลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น มีชายหาดยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร เหมาะแก่การพักผ่อนและตากอากาศ หาดพัทยาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพัทยา ลักษณะเป็นหาดรูปโค้ง ตั้งแต่บริเวณพัทยาเหนือ (แยกโรงแรมดุสิตรีสอร์ท) เลียบไปตามแนวถนนชายหาด จนถึงพัทยาใต้ (จรดเขาพระตำหนัก) มีถนนเลียบริมชายหาดยาว 3 กิโลเมตร ริมหาดร่มรื่นไปด้วยพันธุ์ไม้นานาชนิด บนหาดมีกิจกรรมหลากหลาย เช่น เรือเร็ว เล่นทราย พักผ่อน บนถนนเลียบริมหาดและถนนคู่ขนาน เป็นที่ตั้งของศูนย์การค้า โรงแรมภัตตาคารหลายร้อยแห่ง รวมทั้งสถานที่บันเทิงนานารูปแบบ เช่น ไนท์คลับ คาบาเร่ต์

พัทยาติดอันดับ 1 ใน 10 สถานที่ท่องเที่ยวที่สะอาดและเรียบร้อยที่สุดในประเทศไทย ประจำปี 2552 (<http://www.tgtravelers.com>) โดยพัทยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สะอาดและเรียบร้อยอันดับ 6 รองจาก หาดป่าตอง อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี เกาะสมุย และเกาะช้าง และถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสะอาดและเรียบร้อย อันดับ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองจาก เกาะช้าง ดังตารางที่ 1.1



ตารางที่ 1.1 อันดับสถานที่ท่องเที่ยวที่สะอาดและเรียบร้อยที่สุดในประเทศไทย ประจำปี 2552

อันดับที่	สถานที่ท่องเที่ยว	จังหวัด
1	หาดป่าตอง	ภูเก็ต
2	อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน	พังงา
3	อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี	กระบี่
4	เกาะสมุย	สุราษฎร์ธานี
5	เกาะช้าง	ตราด
6	พัทยา	ชลบุรี
7	หัวหิน	ประจวบคีรีขันธ์
8	อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์	เชียงใหม่
9	เกาะเต่า	สุราษฎร์ธานี
10	เกาะตะปู	พังงา

ที่มา : <http://www.tgtravelers.com> (26 มกราคม 2554)

พัทยา หรือ เมืองพัทยา เป็นเขตปกครองพิเศษเขตหนึ่งที่ตั้งตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา ฉบับ วันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521 (เทียบเท่าเทศบาลนคร) ในเขตจังหวัดชลบุรี จัดเป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลก โดยเฉพาะหาดทรายที่ทอดยาวไปตามแนวชายฝั่งทะเล จัดได้ว่ามีความสวยงามอีกแห่งของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ไปทางตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 140 กิโลเมตร ตั้งอยู่บนฝั่งทะเลทางทิศตะวันออกเฉียงของอ่าวไทย ซึ่งพัทยาแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน เมืองพัทยา เป็น 1 ใน 3 พื้นที่ที่ถูกประกาศเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. เป็นองค์การมหาชนของไทย สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2546 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 120 ตอนที่ 49ก ลงวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2546 มีหน้าที่

1. ประสานงานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวระหว่างส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือ หน่วยงานอื่นของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่หรือได้รับมอบหมาย ให้บริหารจัดการการท่องเที่ยว ไม่ว่าในระดับชาติ ระดับภูมิภาค หรือระดับท้องถิ่น

2. ประสานงานการใช้อำนาจหน้าที่ของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่น ของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน ผังเมือง สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยว หรือ การรักษาความสงบเรียบร้อย เพื่อบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนา และรักษาสีเขียวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
4. ส่งเสริมการใช้ศักยภาพของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตน
6. ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนท้องถิ่นจัดให้มีการบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น
7. ส่งเสริมการจัดทำข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
8. ส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการจ้างงานและยกระดับคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่แห่งท้องถิ่นให้ดีขึ้น

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานไว้ 6 ประการ ได้แก่

1. การประสานการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. การพัฒนาสินค้า บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว
3. การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษและการท่องเที่ยวชุมชน
4. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษ
5. การสร้างเครือข่ายการพัฒนาทุกภาคส่วน
6. การให้บริการด้านองค์ความรู้เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โดยมีหลักเกณฑ์การประกาศเขตพื้นที่พิเศษ คือ เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นและทรงคุณค่าทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นพื้นที่ที่มีความล้ำค่าทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม และเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่

พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในปัจจุบันประกอบด้วย

1. พื้นที่พิเศษหมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อม โยง ( ประกาศเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2547 )

2. พื้นที่พิเศษเชียงใหม่ในท้าวฟ้าริ ( ประกาศเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2548)

3. พื้นที่พิเศษเมืองพญาและพื้นที่เชื่อมโยง ( ประกาศเมื่อ 24 มีนาคม 2552 )

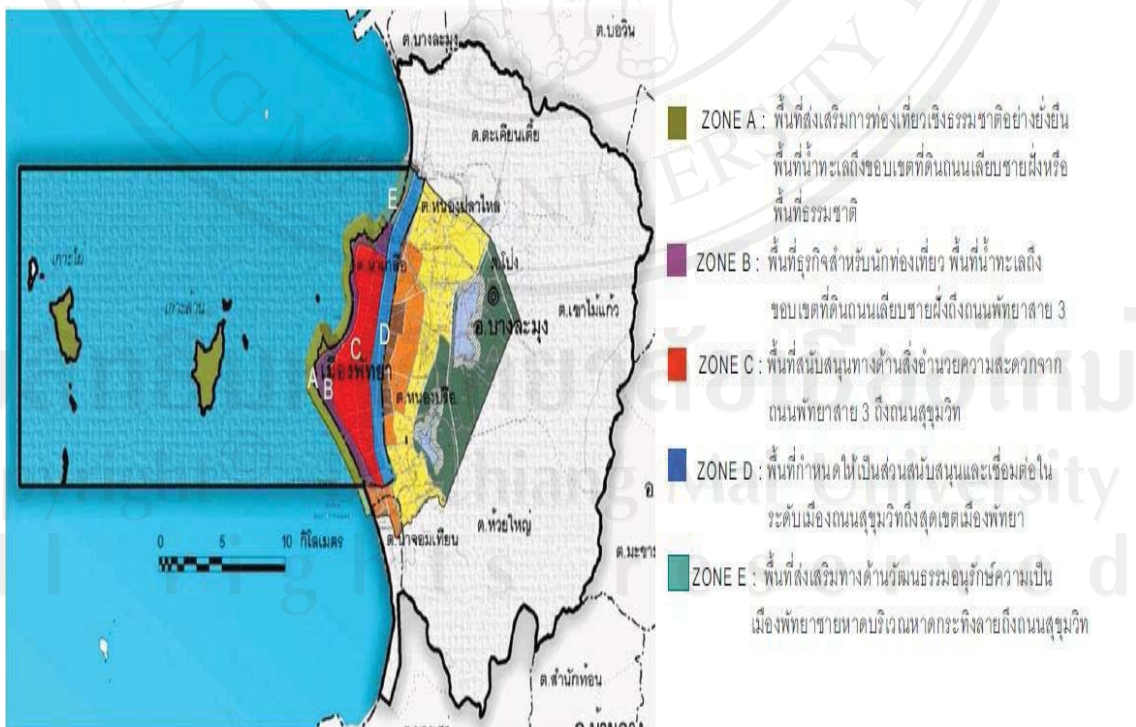
เมืองพญาและพื้นที่เชื่อมโยง จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่และสำคัญที่สุดแห่ง ประเทศไทย มีเนื้อที่รวมทั้งสิ้น 928.47 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่เกี่ยวโยง 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง โดยลุ่มน้ำและทะเล เชื่อมโยงสภาพภูมิประเทศโยทัวไปมีเทือกเขาซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำสำคัญทอดตัวยาวตามแนวเหนือใต้ ทางด้านทิศตะวันตก และค่อยๆลาดเทลงในด้านทิศตะวันออกสู่ที่ราบลุ่มบริเวณโดยรอบ อ่าวหนองคล้อ ชายฝั่งทะเล ประกอบด้วยพื้นน้ำ 5 ส่วน ที่เชื่อมต่อกันตั้งแต่ บางปู บางแสน พญา ลัดทีบ ระยอง ซึ่งเชื่อมต่อเป็นชายหาดของทะเลฝั่งอ่าวไทย ตะวันออกด้วย จึงทำให้ชายหาดมีระบบนิเวศ 3 น้ำผสมผสานกัน ทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม จนมีความเป็นเอกลักษณ์เกี่ยวโยงเฉพาะของชายฝั่งทะเลพญา

จากขนาดพื้นที่และสภาพภูมิประเทศดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทะเลพญา โดยรวมมีองค์ประกอบของธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายทั้งทางบกและทางทะเล รวมทั้งการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มาเป็นเวลายาวนาน จนก่อให้เกิดรูปแบบทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตเป็นของตนเอง ซึ่งทั้งหมดนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สามารถพัฒนาหรือฟื้นฟูให้เอื้อต่อระบบทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในภูมิภาคและของประเทศให้เกิดการกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในรูปแบบที่ยั่งยืนได้

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพญา มีความหลากหลายทางชีวภาพ และมีความสมบูรณ์ของสิ่งมีชีวิตทั้งสัตว์น้ำและพันธุ์พืช จึงมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่ชุมชนและภาคเอกชนเข้าดำเนินการอย่างมากมาที่สุดในประเทศไทย ซึ่งถึงแม้ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นมีศักยภาพแต่อาจมีความพร้อมน้อย จึงส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่พิเศษเมืองพญาและพื้นที่เชื่อมโยง เป็นแนวทางหนึ่งของการส่งเสริมพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลที่มีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว พื้นที่พิเศษเมืองพญาและพื้นที่เชื่อมโยงจึงกำหนดให้มีโครงการพัฒนาการจัดพื้นที่พิเศษเมืองพญาและพื้นที่เชื่อมโยง ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ขึ้น เพื่อใช้เป็นกรอบทิศทางและแนวทางไปสู่การปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์อย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการประกาศเขตพื้นที่พิเศษเมืองพญาและพื้นที่เชื่อมโยง มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 928.47 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยพื้นที่ 3 ส่วน ดังนี้

1. พื้นที่เมืองพัทยาและพื้นที่เกาะล้าน ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2542 มีพื้นที่ 208.10 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยพื้นที่ดิน 53.44 ตารางกิโลเมตร พื้นที่น้ำ 154.66 ตารางกิโลเมตร
2. พื้นที่เกาะไผ่ คูแผลโดยกองทัพเรือ มีพื้นที่ 237.77 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยพื้นที่ดิน 4.10 ตารางกิโลเมตร พื้นที่น้ำ 233.77 ตารางกิโลเมตร
3. พื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรอบนอกเมืองพัทยาด้านตะวันออก 8 แห่งมีพื้นที่รวม 482.60 ตารางกิโลเมตร และมีพื้นที่เชื่อมโยง ประกอบด้วย
  - 1) เทศบาลตำบลโปัง
  - 2) เทศบาลตำบลนาจอมเทียน
  - 3) เทศบาลตำบลบางละมุง
  - 4) เทศบาลตำบลตะเคียนเตี้ย
  - 5) เทศบาลตำบลห้วยใหญ่
  - 6) เทศบาลเมืองหนองปรือ
  - 7) องค์การบริหารส่วนตำบลเขาไม้แก้ว
  - 8) องค์การบริหารส่วนตำบลหนองปลาไหล



รูปที่ 1.1 แผนที่การพัฒนาการท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง

ประโยชน์ที่ชาวพญาและพื้นที่เชื่อมโยงและประเทศไทยจะได้รับ

1. ด้านเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีระยะเวลาพักอาศัยนานขึ้น ซึ่งสามารถสร้างงานให้กับชุมชนและก่อให้เกิดรายได้กว่า 300,000 ล้านบาทต่อปี ภายในปี 2560
2. ด้านสังคม เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชนในพื้นที่กว่า 200,000 คนในพื้นที่เมืองพญาและพื้นที่รอบนอก
3. ด้านสิ่งแวดล้อม คุณภาพสิ่งแวดล้อม ในเรื่อง น้ำเสีย ขยะ และมลภาวะทางอากาศ จะได้รับการดูแลให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล
4. ประชาชนในเมืองพญาและพื้นที่เชื่อมโยงมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
5. เมืองพญาและพื้นที่เชื่อมโยงกลายเป็นเมืองที่เป็นสัญลักษณ์และศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่คนทั่วโลกรู้จัก
6. สามารถพัฒนาฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในภูมิภาคและของประเทศไทย ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นการกระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในรูปแบบที่ยั่งยืน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2552.)

นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่พญาได้หลายวิธี ได้แก่

**โดยรถไฟ** การรถไฟแห่งประเทศไทยมีบริการรถไฟออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไปยังสถานีพญาและสถานีพญาได้ทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมงครึ่ง ถึง 4 ชั่วโมง

**โดยรถยนต์ส่วนตัว** จากกรุงเทพฯ สามารถไปได้ 3 เส้นทาง คือ

1. ใช้ทางหลวงหมายเลข 3 (สุขุมวิท) ผ่านจังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดชลบุรี บางแสน อำเภอสรีราชา จนถึงเมืองพญา
2. ใช้ทางหลวงหมายเลข 34 (บางนา-บางปะกง) และเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 3 (สุขุมวิท) ผ่านจังหวัดชลบุรี บางแสน อำเภอสรีราชา จนถึงเมืองพญา
3. ใช้ทางหลวงพิเศษหมายเลข 7 (กรุงเทพฯ-ชลบุรี หรือมอเตอร์เวย์)

**โดยรถประจำทาง** มีรถโดยสารปรับอากาศของบริษัท ขนส่ง จำกัด และของเอกชน สายกรุงเทพฯ-พญา ออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกหรือเอกมัย ถนนสุขุมวิท และสถานีขนส่งสายเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ หรือหมอชิต 2 ถนนกำแพงเพชร 2 ทุกวัน วันละหลายเที่ยว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง



**รถตู้** มีรถตู้ไปพัทยายอกจากคิวรถอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ทุกวัน และมีรถตู้วิ่งบริการระหว่าง ห้างเซ็นทรัลสาขาต่างๆ ของกรุงเทพฯ ไปยังห้างเซ็นทรัล เฟสติวัล พัทยา บีช ทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง

สำหรับการเดินทางภายในตัวเมืองพัทยามีบริการขนส่งผู้โดยสารชนิดต่างๆ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

**รถสองแถว** มีวิ่งบริการทั่วเมือง สามารถโบกเรียกได้ทุกแห่ง และมีจุดจอดสำคัญ เช่น สถานีขนส่ง หาดพัทยาใต้ หาดจอมเทียน และห้างสรรพสินค้าต่างๆ นักท่องเที่ยวอาจเหมารถสองแถวไปเที่ยวได้ทั้งในเมืองและนอกเมือง คิดราคาขึ้นอยู่กับระยะทาง ระยะเวลา และการต่อรอง

**รถสามล้อเครื่องและมอเตอร์ไซค์รับจ้าง** จอดอยู่ตามจุดต่างๆ ในจังหวัด ค่าบริการมีทั้งแบบตกลงกันตามแต่ระยะทางและแบบเหมาจ่าย

**รถเช่า** มีทั้งรถยนต์ และจักรยานยนต์

เมืองพัทยามีเทศกาลและประเพณีที่สำคัญที่จัดเป็นประจำต่อเนื่องในทุกปี ได้แก่

**เทศกาลดนตรีพัทยา หรือ พัทยา มิวสิก เฟสติวัล (Pattaya Music Festival)** เป็นเทศกาลดนตรีประจำปีที่จัดขึ้นที่พัทยา โดยเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ลักษณะจัดงานจะจัดในช่วงเดือนมีนาคมของทุกปี มีการแสดงของกลุ่มนักร้อง นักดนตรี ทั้งไทยและต่างประเทศ

**งานประเพณีวันไหลพัทยา หรือ วันไหลพัทยา** เป็นเทศกาลที่ได้รับความนิยมของชาวเมืองพัทยา ถือว่าเป็นประเพณีเชื่อมโยงและเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีสงกรานต์ เทศกาลวันไหลพัทยานั้นจะนิยมจัดขึ้นในช่วง วันที่ 19 เมษายน ของทุกปี จะเริ่มเล่นสาดน้ำกันประมาณวันที่ 16 หรือ 17-18-19 เมษายน

**ประเพณีแข่งเรือยาว** มีวัตถุประสงค์เพื่อ เชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ ที่ทรงดำรงไว้ซึ่งโบราณราชประเพณีของไทยให้สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชาวบ้านอันเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติ จะจัดขึ้นในช่วงเดือนพฤศจิกายน

**งานเทศกาลพัทยา** เป็นการจัดการแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวบ้านในอดีต รวมถึงการสาธิตการทำเครื่องมือ เครื่องใช้ในอดีต มีการแข่งขันกีฬาทางน้ำและทางบก การแสดงศิลปวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา และเพื่อฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมของภาคตะวันออกให้เป็นที่ยู้งักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นและประเทศชาติ โดยจะจัดขึ้นในช่วงต้นเดือนเมษายน เป็นเวลา 7 วัน

**งานมหาภูตเจ** เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสืบสอดเทศกาลกินเจ มีการแสดงโชว์ ขบวนแห่ และมีการแจกอาหารเจฟรี

**งานปีใหม่พัทยา** เป็นการเฉลิมฉลองส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ มีการแสดงดนตรี การแสดงศิลปวัฒนธรรม การจำหน่ายอาหารบริเวณท่าเทียบเรือแหลมบาลีฮาย (พัทยาใต้) และยังสามารถมี การแสดงพลุไฟโชว์เหนือเว็ງฟ้าอ่าวพัทยา ในคืนวันที่ 31 ธันวาคม ตั้งแต่เวลา 22.00 – 01.00 น. และในช่วงเช้าของวันที่ 1 มกราคม จะมีพิธีทำบุญตักบาตร ข้าวสารอาหารแห้ง เพื่อเป็นสิริมงคล บริเวณปากทางเข้าโครงการวอล์กกิ้งสตรีท พัทยาใต้

**เทศกาลพัทยาคานิวัล** เป็นการประชาสัมพันธ์และเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับเมือง พัทยา ในงานจะมีอาหารขึ้นชื่อจากทั่วประเทศ และอาหารนานาชาติ เครื่องเล่นทันสมัย และการ ประกวด Miss Pattaya Carnival เพื่อเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์เมืองพัทยา มีการประกวดชุด แฟนซี และยังมี การแสดงจากศิลปินทั้งแนวสตรีทและแนวลูกทุ่ง มีการจัดงานติดต่อกัน 3 วัน 3 คืน

**พัทยามาราธอน** เป็นการแข่งขันกรีฑา โดยจะมีผู้แข่งขันจากต่างประเทศ ในประเทศ รวมถึงเยาวชน นักเรียน และเก้าอี้ล้อเลื่อน (Wheelchair) ทั้งมีอาชีพและมือสมัครเล่น เข้าร่วมการแข่งขัน โดยการจัดงานถือว่าเป็นระดับมาตรฐานสากล มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆสำหรับผู้ แข่งขัน

**เทศกาลสี่ล้อวันออก** เป็นการนำเสนอศักยภาพของสินค้าการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก ทางด้านธุรกิจ บ้านเทิง อัญมณี กีฬา ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานวัดวา อาราม เมืองนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก การผลิตและส่งออกผลไม้ อาหาร ทะเล และอาหารพื้นบ้าน โดยจะจัดขึ้นในช่วงเดือนกรกฎาคม บริเวณชายหาดพัทยา

**งานมหกรรมมายากลนานาชาติ** ภายในงานการแสดงมายากลนานาชาติจากนักมายากลชาวไทยและชาวต่างชาติ การประกวดแข่งขันมายากลนานาชาติ การจำหน่ายสินค้ามายากลจากทั่วโลก โดยจะจัดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคม ณ โรงละครไทยอลังการและศูนย์การค้า เซ็นทรัลเฟสติวัล เซ็นเตอร์พัทยา

**ประเพณีลอยกระทง** เป็นการร่วมสืบสานประเพณีลอยกระทง มีการจำลองประเพณีลอย กระทงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีมหกรรมอาหารนานาชาติ มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมสี่ภาค เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้เรียนรู้ถึงศิลปวัฒนธรรมความเป็นไทย โดยจะจัด ขึ้นในช่วงเดือนพฤศจิกายน ที่ถนนวอล์กกิ้งสตรีท และยังมี การแสดงจากคารานักร้องของไทย บริเวณท่าเทียบเรือแหลมบาลีฮาย (พัทยาใต้)

นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

1. **ทะเล ชายหาด และหมู่เกาะ** ได้แก่ หาดพัทยา หาดจอมเทียน หาดตาแหวน หาดค้ายาย หาดนวล หาดแสม หาดแหลมหัวโหด หาดเทียน หาดทองหลาง เกาะล้าน เกาะครก เกาะสาก และหมู่เกาะไผ่



2. กีฬา ได้แก่ จักรกอล์ฟ บันจี้จัมป์ โจโจ้ฮอร์สคลับ เคอะฮอร์สซูพอร์ท ทายคาร์ท สปีดเวย์ มินิกอล์ฟพัตตา เรือดำน้ำภิรมย์ (วิมานใต้ทะเล) เลกแลนด์ วอเตอร์เคเบิลสกี สนามแข่งรถพีระอินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์กิต และสนามแข่งรถเล็ก เคอาร์โกคาร์ท กรังด์ปรีซ์
3. โรงละครแสดงโชว์ ได้แก่ ทิฟฟานี โชว์ ปราสาทเวทมนตร์ ทักซิโด เปิดหูเปิดตาโชว์ อลังการ และอัลคาซาร์ คาบาเร่ย์
4. สวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน ได้แก่ เขาพระตำหนัก พิพิธภัณฑ์ริบลีสส์ สวนกล้วยไม้ศิริพร สวนนงนุช สวนสนุกพัตตาปาร์ค อุทยานสามก๊ก และอุทยานหินล้านปี และฟาร์มจระเข้พัตตา
5. งานแสดงโชว์สัตว์ และศิลปะ ได้แก่ บ้านสุขาวดี ปราสาทสังกรรม พิพิธภัณฑ์ศิลปะ ในซวดแก้ว เมืองจำลองพัตตา ศูนย์ฝึก-สอนลิงพัตตา หมู่บ้านช้างพัตตา และอินเตอร์วอเตอร์เวิลด์ (พัตตาเว็บบ, 2550.)

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเมืองพัตตา มีทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นในแต่ละปี แต่ในปี 2551 และ 2552 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจำนวนลดลงอย่างเห็นได้ชัด มีสัดส่วนการลดลงมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย เหตุการณ์หลักที่ทำให้พัตตาได้รับผลกระทบต่อการท่องเที่ยว คือ การปิดสนามบินสุวรรณภูมิ (พฤศจิกายน 2551) กลุ่มผู้ชุมนุมเสื้อแดงบุกที่ประชุมอาเซียน ชัมมิต2009 (เมษายน 2552) และการตรวจพบนักท่องเที่ยวได้วันติดใช้หวัดสายพันธุ์ใหม่จากพัตตา (มิถุนายน 2552) จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้รายได้หลักของเมืองพัตตาที่มาจากกรท่องเที่ยวลดลง จาก 62,976.81 ล้านบาท ในปี 2551 เป็น 47,828.23 ล้านบาท ในปี 2552 ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 สถิติการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวพัทยา

ปี	นักท่องเที่ยว (คน)		รายได้ (ล้านบาท)
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	
2549	2,026,179 (n/a)	4,088,768 (n/a)	53,244.11
2550	2,199,028 (0.08)	4,688,799 (0.14)	59,347.61 (0.11)
2551	1,669,776 (-0.24)	3,757,143 (-0.20)	62,976.81 (0.06)
2552	1,545,556 (-0.07)	2,543,933 (-0.32)	47,828.23 (-0.24)
2553	763,330 *	2,073,560 *	(n/a)

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเมืองพัทยา

หมายเหตุ : \* ข้อมูลปรากฏเฉพาะเดือน มกราคม – กันยายน

: (n/a) ข้อมูลไม่ปรากฏ

: ค่าในวงเล็บ คือ อัตราส่วนการเปลี่ยนแปลง

ที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากหลังไหลมาพัทยาไม่ต่ำกว่าปีละ 5 ล้านคน โดยแบ่งเป็นคนไทย 30% และต่างชาติ 70% รวมถึงคนไทยต่างถิ่นที่มีมาทำมาหากินที่นี้ ตัวเลขเมื่อเดือนพฤษภาคม 2552 พัทยามีประชากรในทะเบียนราษฎรราว 106,000 คน แต่ประชากรแฝงที่อยู่อาศัยและทำงานที่นี้ประมาณ 300,000 กว่าคน รวมเป็นเกือบๆ 500,000 คน พัทยาทำรายได้มากกว่า 53,000 ล้านบาทในปีที่ผ่านมา ทำให้พัทยาได้รับงบประมาณรายได้มากกว่าท้องถิ่นอื่น โดยสัดส่วนงบประมาณรายได้ของพัทยามาจาก 3 ทาง คือ โดยการจัดเก็บจากท้องถิ่น ภาษีจากรัฐบาลกลาง และงบอุดหนุนเฉพาะกิจจากรัฐบาล ซึ่งเป็นจำนวน 1% ของงบประมาณที่ให้กับท้องถิ่นทั่วประเทศ ซึ่งงบประมาณทั้งหมดของพัทยาถูกนำมาใช้เกี่ยวกับการจัดการเพื่อการท่องเที่ยว 60% เช่น การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และคอลเซ็นเตอร์ เป็นต้น เพราะรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักกว่า 90% ของรายได้ทั้งหมดของพัทยา

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ และความไม่สงบทางการเมืองของไทย มีผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาลดน้อยลง แต่เมืองพัทยาและ ททท.พัทยา ก็มีแผนที่จะกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้เข้ามาในเมืองพัทยาเพิ่มขึ้นอีกครั้ง เพื่อทดแทนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หายไป ดังนั้นการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตลอดจนปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา น่าจะทำให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการปรับปรุง

พัฒนา นโยบาย และกลยุทธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถปรับตัว รองรับสถานการณ์ รวมถึงการขายกลุ่มลูกค้าชาวไทย เพื่อให้การดำเนินอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดำเนินต่อไปได้

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลของการศึกษานี้จะเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง รวมถึงกำหนดกลยุทธ์ และนโยบายในการดำเนินงาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้จะทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 400 คน โดยจะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผ่านแบบสอบถาม ในช่วงวันที่ 15 - 24 กุมภาพันธ์ 2554

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**นักท่องเที่ยวชาวไทย** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทย ในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง หรืออาจเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทย และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่จังหวัดที่มีถิ่นที่อยู่ หรือพำนักถาวรนั้น

**การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางของคนจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือหาความรู้ ครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจ トラบที่ผู้เดินทาง ไม่ได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทาง การท่องเที่ยวยังเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพซึ่งเกิดจากการเดินทางและการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราว โดยมีได้ประกอบอาชีพ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ เป็นการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษจะมีขึ้นเป็นกรณี ๆ ไป ส่วนใหญ่จะเป็นเขตเมืองใหญ่ เช่น เมืองหลวง หรือ เขตเมืองท่องเที่ยว ซึ่งไม่เหมาะสมที่จะใช้รูปแบบการปกครองท้องถิ่นทั่วไปมาใช้ในการปกครองเมืองประเภทนี้

ในประเทศไทย มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ อยู่ 2 แห่ง เท่านั้น คือ กรุงเทพมหานคร และ เมืองพัทยา เหตุที่ต้องเรียกว่า การปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ เพราะว่ามีเป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นที่ไม่เหมือนกับการปกครองท้องถิ่นรูปแบบทั่วไป เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) และ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ปัจจุบัน การปกครองท้องถิ่นของไทย ไม่ว่าจะ เป็นรูปแบบพิเศษหรือรูปแบบทั่วไป ก็จะใช้วิธีการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นใน รูปแบบการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยตรงทั้งสิ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

#### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 ฟังก์ชันของอุปสงค์

ฟังก์ชันของอุปสงค์เป็นการแสดงความสัมพันธ์ที่มีอยู่ระหว่างปริมาณซื้อของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของสินค้านั้น (วินัส ฤชัย, 2548 อ้างใน วราวรรณ อนันตรัตน์, 2549) เขียนด้วยสัญลักษณ์ทางพีชคณิตดังนี้

$$Q_x = f(\underbrace{P_x, A_x, D_x, O_x}_{\substack{\text{ปัจจัยเชิงกลยุทธ์} \\ \text{(Strategic Variables)}}}, \underbrace{I_c, T_c, E_c}_{\substack{\text{ปัจจัยผู้บริโภค} \\ \text{(Consumer Variables)}}}, \underbrace{P_y, A_y, D_y, O_y}_{\substack{\text{ปัจจัยคู่แข่ง} \\ \text{(Competitor Variables)}}}, \underbrace{G, N, W, \dots}_{\substack{\text{ปัจจัยอื่นๆ} \\ \text{(Other Variables)}}})$$

ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ (Controllable Variables)      ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable Variables)

โดยตัวแปรที่อยู่ทางซ้ายมือเป็นตัวแปรผล (ตัวแปรตาม) ในที่นี้คือ  $Q_x$  ซึ่งเป็นปริมาณสินค้า  $X$  ที่มีผู้เสนอซื้อ ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวแปรทั้งหลายที่อยู่ในวงเล็บทางขวามือ (ตัวแปรอิสระ)

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของสินค้า  $X$  หรือปัจจัยกำหนดอุปสงค์ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

1) ตัวแปรที่ผู้ขายสามารถควบคุมได้ (Controllable variables) คือตัวแปรที่มีผลโดยตรงต่ออุปสงค์ต่อสินค้า  $X$  และผู้ขายสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดได้ ได้แก่ 4  $P_s$

1.1) ราคาของสินค้า  $X$  (Price of Product  $X = P_x$ ) โดยทั่วไปถ้าราคาสินค้าสูงขึ้นผู้ซื้อจะซื้อสินค้า  $X$  ในปริมาณที่ลดลง และในทางตรงกันข้ามถ้าราคาลดลงปริมาณสินค้า  $X$  ที่ผู้ซื้อต้องการเสนอซื้อจะเพิ่มมากขึ้น ยกเว้นสินค้าที่แสดงความเชิดหน้าชูตา เช่น เพชรนิลจินดา ถ้ามีราคาต่ำปริมาณเสนอซื้อจะน้อยลง ดังนั้นผู้ขายสามารถกำหนดราคาได้ว่าควรขายในราคาเท่าไร

1.2) การส่งเสริมการขายสินค้า  $X$  (Promotion strategy =  $A_x$ ) ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่สามารถส่งเสริมการขาย (Advertising and Promotion Efforts)  $Q_x$  ได้มากขึ้น เช่น การโฆษณา การ

ลดแลกแจกแถม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ช่วยกระตุ้นให้ผู้ซื้อซื้อสินค้า X ให้มากขึ้น ดังนั้นผู้ขายสามารถกำหนดได้ว่าควรจะมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเท่าไรหรือ มีการแจกแถมอะไรบ้าง

1.3) ตัวสินค้า X เอง (Product Quality & Design  $X = D_x$ ) ซึ่งได้แก่การออกแบบผลิตภัณฑ์รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ คุณภาพของสินค้า X เอง ผู้ซื้อสินค้าบางคนซื้อสินค้าเพราะชอบรูปลักษณะแปลกๆ ใหม่ๆ ของสินค้า ดังนั้นผู้ขายสามารถเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะของสินค้าที่จะเข้าถึงลูกค้าบางกลุ่มได้

1.4) การวางขายสินค้า X (Place of sale =  $O_x$ ) ได้แก่ที่ตั้ง คลังสินค้าที่จำหน่ายสินค้า X ถ้าหากสินค้า X วางขายอยู่ทั่วไป ลูกค้าสามารถหาซื้อได้ง่าย ดังนั้นผู้ขายสามารถให้บริการต่างๆตามมา เช่น ให้คำแนะนำการใช้ ซ่อม ปรึกษา ซึ่งช่วยเพิ่มยอดขาย เช่นเดียวกับสถานที่ตั้งของร้านขายสินค้า ร้านขายปลีกที่ตั้งอยู่ย่านการค้า อาจมียอดขายเป็นสามเท่าของร้านขายบนถนนที่มีการจราจรน้อย

2) ตัวแปรที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable variables) ตัวแปรที่ผู้ขายไม่สามารถควบคุมได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

2.1) ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค (Consumer variables) ผู้ซื้อสินค้า X ซึ่งประกอบไปด้วย

2.1.1) รายได้ของผู้ซื้อ/ผู้บริโภค (I) ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคและปริมาณซื้อสินค้า X สามารถคาดได้ว่าจะเป็นบวกหรือลบได้ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้า

ก) ถ้าเป็นสินค้าปกติ (Normal or superior goods) เมื่อผู้ซื้อที่มีรายได้เพิ่มขึ้น ปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคร้องการเสนอซื้อจะเพิ่มขึ้นไปด้วยความสัมพันธ์เป็นไปในทางบวก

ข) ถ้าเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior goods) ผู้ซื้อจะต้องการสินค้าในปริมาณที่สูง เมื่อผู้ซื้อรายได้ต่ำมากกว่า เมื่อเขามีรายได้สูงขึ้น ตัวอย่างเช่น เราจะสังเกตเห็นว่าคนจนมีแนวโน้มที่จะบริโภคข้าวมากกว่าคนที่มียาได้สูงเมื่อราคาสินค้าด้อยสูงขึ้น ผู้ซื้อที่มีความรู้สึกว่ารายได้ลดลงเพราะซื้อสินค้าได้ปริมาณน้อยลง จึงจำเป็นต้องงดการซื้อสินค้าบางอย่างที่จำเป็นน้อยกว่าเพื่อนำเงินไปซื้อสินค้าด้อยเพิ่มขึ้น ในทางกลับกันเมื่อราคาสินค้าด้อยลดลง ผู้ซื้อที่มีความรู้สึกว่ารายได้เพิ่มมากขึ้นเพราะสามารถซื้อสินค้าเหล่านี้ได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้น ผู้ซื้อจึงมักซื้อสินค้าอื่นบางอย่างที่มีคุณภาพดีกว่ามาบริโภคแทน ปริมาณสินค้าด้อยที่เคยซื้อประจำจึงลดลงไป

2.1.2) รสนิยมและความชอบของผู้บริโภค (Consumer Tastes and Preference: Tc) การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้ซื้อที่มีผลปริมาณของสินค้าที่ผู้ซื้อต้องการซื้อ มาก ถ้า



ผู้ซื้อหันมานิยมชมชอบสินค้า X ก็ย่อมทำให้ปริมาณสินค้า X ที่จะขายได้ เพิ่มมากขึ้นหรือในทางตรงกันข้าม ถ้าความนิยมชมชอบของสินค้า X ลดลง ก็จะทำให้อุปสงค์ของสินค้า X ลดลงไปด้วย

2.1.3) การคาดคะเนของผู้ซื้อ (Expectations:  $E_c$ ) การคาดคะเนของผู้ซื้อเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นการคาดคะเนเกี่ยวกับราคาสินค้านั้นในอนาคต หรือการคาดคะเนเกี่ยวกับรายได้ของผู้ซื้อในอนาคต เช่น ผู้ซื้อคาดคะเนว่าราคาน้ำมันภายในภาคหน้าจะเพิ่มสูงขึ้น ผู้ซื้อจะพากันซื้อน้ำมันรถยนต์มากักตุนไว้ เพื่อหลีกเลี่ยงการขึ้นราคาน้ำมัน เพราะฉะนั้น การคาดว่าราคาน้ำมันจะสูงขึ้นของผู้ซื้อ จะทำให้ปริมาณน้ำมันที่เสนอซื้อเพิ่มสูงขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้ามีข่าวลือว่าราคาน้ำมันจะลดลง ผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องใช้น้ำมันในขณะนั้น ก็อาจจะรอไปก่อน จะทำให้ปริมาณน้ำมันที่เสนอซื้อลดลง

2.2) ตัวแปรซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ขายรายอื่น (Competitor variable) ซึ่งอาจเป็นคู่แข่งซึ่งขายสินค้า Y ซึ่งสามารถใช้ทดแทนสินค้า X ได้ หรืออาจเป็นผู้ขายซึ่งขายสินค้า Z ซึ่งสามารถใช้ร่วมกับสินค้า X ได้ซึ่งประกอบไปด้วย

2.2.1) ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกันกับสินค้า X (Price of Related Products) ถ้าราคาสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน ( $P_y$ ) เพิ่มขึ้น เราคาดได้ว่าผู้ซื้อจะหันไปซื้อสินค้า X เพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้า  $P_y$  ลดลง ปริมาณซื้อ  $Q_x$  จะลดลงด้วย ในกรณีที่เป็นการขายสินค้าที่ใช้ร่วมกัน ( $P_z$ ) เพิ่มสูงขึ้น เราคาดได้ว่าผู้ซื้อจะลดการซื้อสินค้า X ลง ในทางตรงกันข้ามถ้ามีการลดของ  $P_z$  จะเห็นว่า  $Q_x$  จะเพิ่มสูงขึ้น

2.2.2) การส่งเสริมการขายของสินค้าที่เกี่ยวข้อง ( $A_y$ ) การโฆษณาและการส่งเสริมการขายของผู้ขายสินค้า Y จะมีผลทำให้ปริมาณการซื้อสินค้า X ลดลง ในทางตรงกันข้าม การส่งเสริมการขายของผู้ขายสินค้า Z จะมีผลทำให้ปริมาณซื้อสินค้า X เพิ่มขึ้น

2.3) ตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Other uncontrollable variables) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น

2.3.1) นโยบายของรัฐบาล (G) ซึ่งอาจจะส่งเสริมหรือลดปริมาณซื้อสินค้า X

2.3.2) จำนวนผู้ซื้อหรือขนาดของประชากร (N) ซึ่งจะมีผลในทางบวกกับอุปสงค์ของสินค้า

2.3.3) สภาพดินฟ้าอากาศ (W) อาจจะสนับสนุนและลดการซื้อสินค้า X ได้ เช่น ปริมาณน้ำฝนในพื้นที่อาจส่งผลให้ปริมาณซื้อเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น



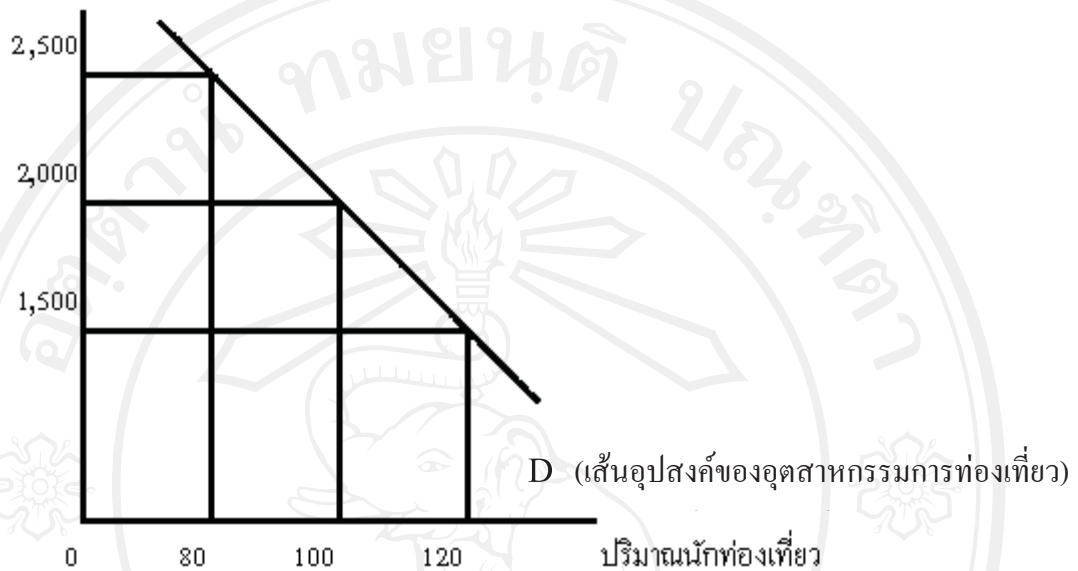
### 2.1.2 อุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Demand for Tourism)

การบริหารอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีอุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถ้าอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นก่อนแล้วจึงสร้างอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามมาเรียกว่าเป็นการกระทำแบบ Passive จะมีความเสี่ยงน้อย แต่ถ้าสร้างอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขึ้นก่อนและชักจูงให้เกิดอุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามมาเรียกว่าเป็นการกระทำแบบ Aggressive จะมีความเสี่ยงมากกว่า

อุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหมายถึง ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการของการท่องเที่ยวและสามารถทำการซื้อได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับอัตราค่าบริการต่างๆกัน ดังนั้นอุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นต้องประกอบด้วย 2 สิ่งคือ ทั้งความต้องการบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีอำนาจซื้อด้วย ซึ่งตามกฎหมายแห่งอุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับอัตราค่าบริการไว้ว่า “ปริมาณนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยอมผันแปรเป็นปฏิภาคส่วนกลับอัตราค่าบริการของมันเสมอ” หมายความว่า ถ้าอัตราค่าบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวลดลง ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าอัตราค่าบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะลดลง (ตามกฎของอุปสงค์) เช่นบริษัทนำเที่ยวแห่งหนึ่งจัดบริการนำเที่ยว เส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ ในอัตราค่าบริการเหมาจ่ายคนละ 2,000 บาทปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวไป กับบริษัทนำเที่ยวนี้ 100 คน ถ้าหากบริษัทนำเที่ยวนี้ลดอัตราค่าบริการเหมาจ่ายลงเหลือคนละ 1,500 บาท ก็จะมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวนี้เพิ่มขึ้นเป็น 120 คน เพราะบางคนเห็นว่าอัตราค่าบริการถูก ควรรีบไปท่องเที่ยว แต่ถ้าหากบริษัทนำเที่ยวเพิ่มอัตราค่าบริการเหมาจ่ายเป็น 2,500 บาท ก็จะมีนักท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวนี้ลดลงเหลือ 80 คน เพราะบางคนเห็นว่าอัตราค่าบริการแพง จึงไม่ยอมไปท่องเที่ยว ฉะนั้นเส้นอุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีลักษณะทอดต่ำลงมาจากซ้ายไปขวาและมีค่าเป็นลบ

ดังรูปที่ 2.1

อัตราค่าบริการ (บาท)



รูปที่ 2.1 เส้นอุปสงค์ของอุตสาหกรรมรถท่องเที่ยว

จากภาพ จะเห็นได้ว่าเมื่ออัตราค่าบริการของอุตสาหกรรมรถท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณนักท่องเที่ยวก็จะเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามเช่นกัน แต่จะเปลี่ยนแปลง มากหรือน้อยกว่าขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of Demand) ถ้าอุปสงค์ของอุตสาหกรรมรถท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นมาก แสดงว่าเมื่ออัตราค่าบริการของอุตสาหกรรมรถท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ ปริมาณนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามมากกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ แต่ถ้าอุปสงค์ของอุตสาหกรรมรถท่องเที่ยว มีความยืดหยุ่นน้อย แสดงว่าอัตราค่าบริการของอุตสาหกรรมรถท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ ปริมาณนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามน้อยกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ จากการทดสอบปรากฏว่า โดยทั่วไปอุปสงค์ของอุตสาหกรรมรถท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่น มากคือค่าประมาณ -1.8 หมายความว่า เมื่ออัตราค่าบริการของอุตสาหกรรมรถท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทางตรงกันข้าม 1.8 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้อยู่ในข้อสมมุติที่ว่าปัจจัยอื่นๆคงที่ ถ้าหากปัจจัยอื่นๆ เปลี่ยนแปลงไป อุปสงค์ของอุตสาหกรรมรถท่องเที่ยวก็ย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย (มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ)

### 2.1.3 แนวคิดส่วนผสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix)

เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ 7 อย่าง (7 P's) ที่ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดบริการจะประกอบไปด้วย (อานูภาพวารินทร์, 2548)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์มีส่วนประกอบหลัก ดังนี้

1.1) ประโยชน์หลัก (Core Benefit) หมายถึง ประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง ใช้ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้

1.2) ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ เป็นส่วนที่เสริมผลิตภัณฑ์ให้น่าใช้ยิ่งขึ้น

1.3) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง กลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงจากการซื้อสินค้า โดยคำนึงถึงความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

1.4) ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติมหรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่กับการซื้อสินค้า ประกอบด้วยบริการก่อนและหลังการขาย

1.5) ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปเงินตรา ราคาจึงเป็นต้นทุนในการใช้บริการของลูกค้า และเมื่อราคาคุณกับปริมาณจะทำให้เกิดรายได้ ลูกค้าจะทำการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ ราคาจึงเป็นตัวสร้างรายได้จากการขาย นำไปสู่การสร้างกำไร

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังตลาดเป้าหมาย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วยเครื่องมือ ดังนี้

4.1) การโฆษณา เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อ และผู้อุปถัมภ์รายการแต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณากิจกรรม

4.2) การขายโดยใช้บุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขาย และลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ

4.3) การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา การขายโดยใช้บุคคล และการให้ข่าว ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือคนกลางในช่องทาง เช่น การลด แลก แจก แถม ส่วนลดปริมาณ และการแข่งขันการขาย

4.4) การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก เป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงของผู้ที่เคยใช้บริการไปยังผู้อื่น ซึ่งอาจกลายเป็นผู้ใช้บริการในอนาคต หรือการได้รับประสบการณ์ที่ไม่ประทับใจจะส่งผลเสียอย่างยิ่งต่อธุรกิจบริการ เพราะผู้ใช้บริการที่ไม่ประทับใจมีแนวโน้มที่จะบอกกล่าวแบบปากต่อปากสู่ผู้อื่นมากกว่าผู้ที่ประทับใจในการบริการ

4.5) การขายตรง เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรง และสร้างให้เกิดการตอบสนองในทันทีทันใดทุกเวลา และสถานที่ที่การสื่อสารสามารถเข้าถึงได้ ประกอบด้วยการขายทางโทรศัพท์ จดหมายโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ที่มุ่งใจให้กับผู้บริโภคตอบกลับเมื่อต้องการซื้อ เพื่อรับของตัวอย่าง

5. บุคลากร (People) หมายถึง พนักงาน หรือบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการทั้งหมด ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพอใจแก่ลูกค้าผู้ใช้บริการเหนือคู่แข่ง บุคลากรต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมที่ดีแก่องค์กร

6. ลักษณะทางกายภาพ หรือสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ (Physical Evidence) หมายถึง การสร้างคุณภาพโดยรวม ประกอบด้วย

6.1) สภาพทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ ทำให้มีส่วนร่วมในการสร้างความรู้สึกต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ลูกค้าได้รับ สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่ง เป็นต้น

6.2) ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจ รวมเรียกว่าภาพแห่งการบริการ ผู้ประกอบการสามารถจัดการหรือปรับปรุงให้มีขึ้นได้ เช่น ความสะอาด ความรวดเร็ว เป็นต้น

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ประทับใจ มีประสิทธิภาพ และง่ายต่อการปฏิบัติ

#### 2.1.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคลหรือลูกค้าหลังการซื้อหรือรับบริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพของสินค้า

หรือบริการกับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและถ้าระดับผลที่ได้รับจากตรงกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งความแตกต่างของความพึงพอใจทั้ง 3 ระดับนี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในครั้งต่อไป ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องทำอย่างอื่นที่จะต้องสร้างหรือเสนอผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า และรักษาหรือเพิ่มระดับคุณภาพของการให้บริการ (กัลยารัตน์ คงพิบูลย์กิจ, 2549)

การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ได้ (รัชยา กุลวานิชไชยนันท์, 2535) คือ

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) ประกอบด้วย

1.1) ความสม่ำเสมอ (consistency)

1.2) ความพึ่งพาได้ (dependability)

2. การตอบสนอง (responsive) ประกอบด้วย

2.1) ความเต็มใจที่จะให้บริการ

2.2) ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา

2.3) มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง

2.4) ปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี

3. ความสามารถ (competence) ประกอบด้วย

3.1) สามารถในการให้บริการ

3.2) สามารถในการสื่อสาร

3.3) สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึงบริการ (access) ประกอบด้วย

4.1) ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายหรือซับซ้อนเกินไป

4.2) ผู้ใช้บริการใช้เวลาารอคอยน้อย

4.3) เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ

4.4) อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อได้สะดวก

5. ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ประกอบด้วย

5.1) การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ

5.2) ให้การต้อนรับที่เหมาะสม



### 5.3) ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

#### 6. การสื่อสาร (communication) ประกอบด้วย

6.1) มีการสื่อสารที่แจ่มชัดและลักษณะงานบริการ

6.2) มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

#### 7. ความซื่อสัตย์ (credibility) คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ

#### 8. ความมั่นคง (security) ประกอบด้วย

8.1) ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

#### 9. ความเข้าใจ (understanding)

9.1) การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ

9.2) การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ

9.3) การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

#### 10. การสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility)

10.1) การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ

10.2) การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

10.3) การจัดสถานที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชินวัฒน์ อรรถเวทิน (2545) ได้ศึกษา การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพได้ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ, ลูกจ้าง พนักงานบริษัท, เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ และอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน เก็บข้อมูลโดยการสุ่มแจกแบบสอบถามจำนวน 340 ชุด โดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวปีละ 2 ครั้งๆ ละประมาณ 3 วัน มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบไปมากที่สุด คือ ทะเล เกาะ การท่องเที่ยวครั้งล่าสุด คือ ภาคเหนือ โดยเป็นการท่องเที่ยวแบบครอบครัว มีค่าใช้จ่ายประมาณคนละ 2,000 – 2,999 บาทต่อวัน เกณฑ์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว คือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยว คือ ความเสื่อมโทรมและสกปรกของแหล่งท่องเที่ยว และสินค้า บริการ ที่พักราคาแพง

**เรวัต ทองประดา (2548)** ได้ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา และการประมาณการแนวโน้มและความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออก จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ

ผลการศึกษา พบว่า การบริการและการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกให้กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ส่วนปัญหาด้านภาษา และการเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกไม่กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา การประมาณการของความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ พบว่า เพศ อาชีพ รายได้ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีส่วนกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวเมืองพัทยาในทิศทางเดียวกัน และแนวโน้มการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวยุโรปตะวันออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

**นัฐพงศ์ กุมา (2549)** ได้ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวอำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 ราย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 300 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกและมากับเพื่อน มีระยะเวลาในการพำนักเฉลี่ยประมาณ 2-3 วัน มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ปัจจัยที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอป่าฝาง คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รองลงมา คือ ความชื่นชอบในธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น

**สรารัตน์ เมฆินทร์พิทักษ์ (2549)** ได้ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยว รวมทั้งประมาณการแนวโน้มและหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว



กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ

ผลการศึกษา พบว่า การบริการและการประชาสัมพันธ์ที่ดีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด ปัญหาด้านภาษาและการหาแหล่งข้อมูลของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทำให้นักท่องเที่ยวเกาหลีไม่กลับมาเที่ยวเมืองพัทยากอีก และการประมาณแนวโน้ม พบว่า การท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวเกาหลีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

**อนุภาพ จิรัฐติกาล (2551)** ได้ศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 410 ชุด โดยสุ่มแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงกลุ่ม การวิเคราะห์เปรียบเทียบและการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย อายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป ภูมิลำเนาในทวีปยุโรป สถานภาพสมรสแล้ว มีรายได้ต่อปี 30,001-40,000 USD ประกอบอาชีพอาชีพอิสระ/ช่างเทคนิค นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเกาะช้าง จังหวัดตราด เพราะชื่อเสียงของเกาะช้าง โดยมีการมาเยือนเกาะช้างเป็นครั้งแรก เลือกที่พักระดับ 3 ดาว เดินทางมาเกาะช้างในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน ระยะเวลาในการมาพัก 6-10 คืน มีการวางแผนเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในเกาะช้างอีก สนใจกิจกรรมวินเซิร์ฟ/เรือคายัค ด้านความสัมพันธ์เชิงกลุ่มของปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจ พบว่า เพศ อายุ ถิ่นพำนักสถานภาพการสมรส รายได้และอาชีพ มีความสัมพันธ์กัน การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด พบว่า เพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจที่เหมือนกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า อายุ ถิ่นพำนักและรายได้ มีความพึงพอใจที่เหมือนกัน ส่วนความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ได้แก่ สถานภาพสมรสและอาชีพ ปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด ได้แก่ การบีบบังคับขายบริการห้องพัก ความไม่สะดวกของแหล่งที่พัก ความไม่เพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก มาตรฐานของอาหารต่ำ ค่าบริการรถรับ-จ้างสูงเกินความจำเป็น ภาษาในการสื่อสารและเรือโดยสารมีเฉพาะกลางวัน

**มาลินี ปิ่นแก้ว (2552)** ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศประเภทต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ เก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม โดยการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 300 ชุด ณ สถานีรถไฟเชียงใหม่ สถานีขนส่ง และท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายที่สอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ รองลงมา คือ ความต้องการหาประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว การได้รับการชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองและเดินทางร่วมกับญาติพี่น้อง โดยรถยนต์ส่วนตัว ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1-2 วัน พักค้างแรมที่โรงแรม จังหวัดที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปมากที่สุด คือ กระบี่ ภูเก็ต และชลบุรี

**หฤษฎ์ชัย อินทโสทธิ (2552)** ได้ศึกษา การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอป่าาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศ และเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอป่าายจังหวัดแม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ เก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม โดยการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 300 ชุด วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ และเทคนิคการเรียงลำดับความสำคัญ

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถเก๋งกับเพื่อน พักที่เกสเฮ้าส์ เคยเดินทางมาเที่ยวอำเภอป่าาย 2-3 ครั้ง ครั้งละ 1-3 วัน นิยมท่องเที่ยวในศูนย์วัฒนธรรมจันทุนาน และสะพานประวัติศาสตร์ท่าปาย มีความสนใจประเพณีและกิจกรรมการท่องเที่ยวการล่องแพแม่น้ำปายและการเดินสำรวจป่าและระบบนิเวศ และเสียค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวจำนวน 1,001-2,000 บาทต่อวัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอป่าาย คือ ปัจจัยด้านสังคม เช่น สถานที่ที่เป็นที่ยอมรับของคนโดยทั่วไป เป็นสถานที่พักผ่อนประจำของคนในครอบครัวหรือคนรู้จัก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยใช้ แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ จำนวนวันพำนักเฉลี่ยของ

นักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว จำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบปีของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวต่อวัน และจำนวนครั้งเคยเดินทางมาอำเภอปาย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันขึ้นอยู่กับ ระยะทางจากแหล่งที่อยู่ของนักท่องเที่ยวจนถึงอำเภอปาย รายได้ของนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งเคยเดินทางมาอำเภอปาย และจำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอำเภอ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ ด้านราคา คือ ความหลากหลายด้านราคาของสินค้าและบริการ ด้านสถานที่ คือ มีระบบสาธารณูปโภคดี ด้านการส่งเสริมการขาย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ ด้านแรงจูงใจและสิ่งกระตุ้น คือ สถานที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวได้รับรางวัลที่เป็นมาตรฐาน ด้านบุคลากร คือ เจ้าหน้าที่/พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และ ด้านสังคม คือ สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่ยอมรับของคนโดยทั่วไป

**ดวงกมล เจริญกุล (2553)** ได้ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยว เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อศึกษาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา การให้น้ำหนักความสำคัญแบบลิเกทสเกลและการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวใช้วิธีการจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis : MCA)

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 38 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวคือเพื่อการพักผ่อน เคยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายมากกว่า 2 ครั้งขึ้นไป จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เดินทางมาเที่ยวกับญาติพี่น้อง แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือตลาดสินค้าชายแดนที่อำเภอแม่สาย พักที่โรงแรม เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ได้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 3 วัน ด้านการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของกลุ่มตัวอย่างโดยการจำแนกพหุ พบว่า ตัวแปรทั้งหมด 7 ตัวคือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาของ

นักท่องเที่ยวมียกทิพผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวเท่ากับ 1,249.53 บาท

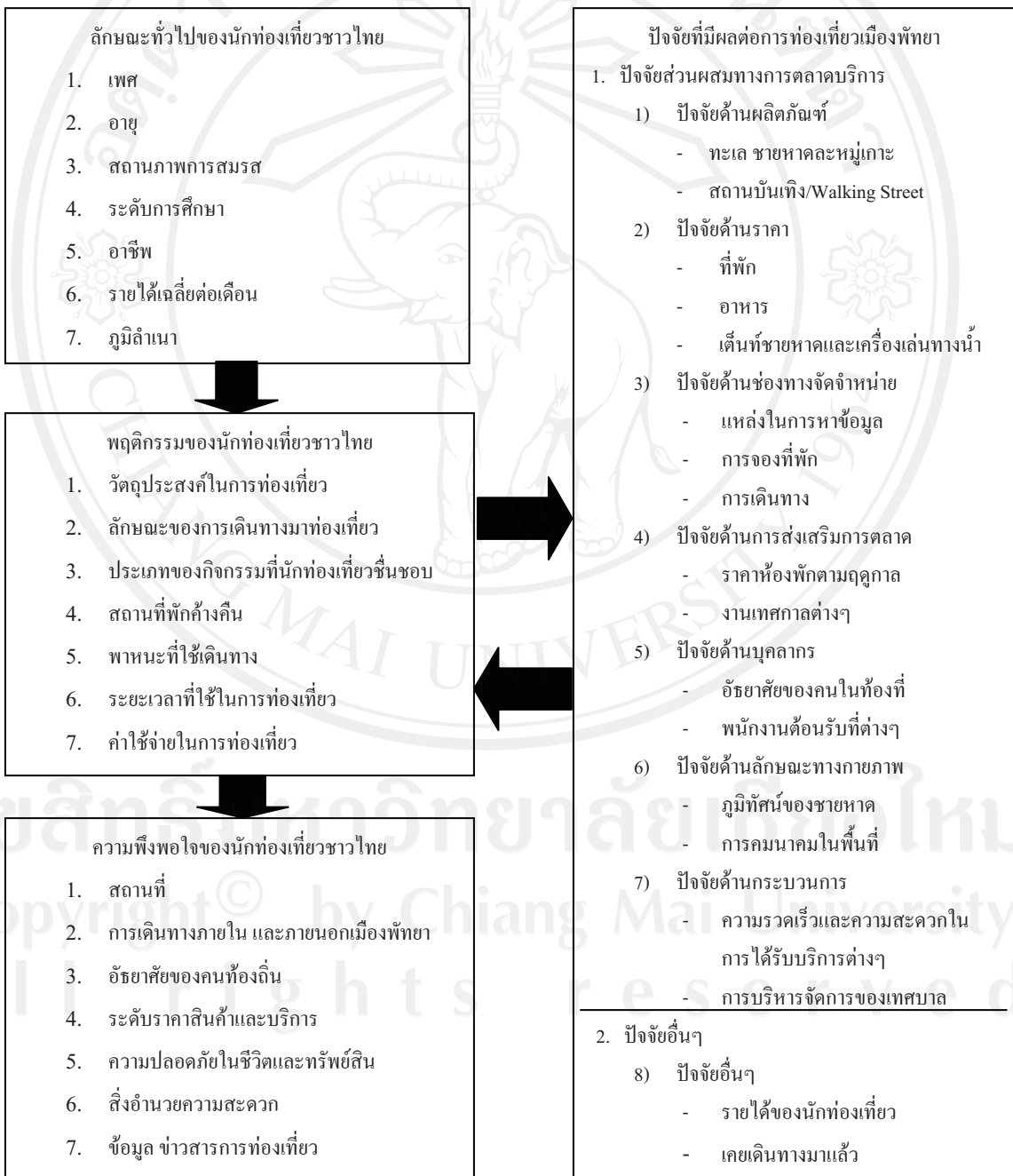


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในปี 2551 จำนวน 1,575,146 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดจำนวนตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ดังนี้

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

โดยที่  $n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยรวมเท่ากับ 1,575,146 คน

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ในที่นี้กำหนดให้เท่ากับ 0.05

สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{1,575,146}{1+1,575,146(0.05)^2}$$

$$n = 399.90$$

จากการคำนวณ พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถามประมาณ 400 ตัวอย่าง โดยจะทำการสุ่มแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บแบบสอบถาม โดยการสุ่มแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 400 ชุด โดยรวบรวมจากนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดพัทยา และชายหาดจอมเทียน ในช่วงวันที่ 15 - 24 กุมภาพันธ์ 2554 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

**ส่วนที่ 2** ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทะเล ชายหาดและหมู่เกาะ สถานบันเทิง/Walking Street กีฬา (เช่น บันจี้จัมปี ซิม่า รถแข่ง ดำน้ำ ฯลฯ) โรงละครแสดงโชว์ (เช่น ทิฟฟานี อลังการ โชว์มายากล ฯลฯ) สวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน (เช่น สวนนงนุช ริบลิย์ ฟาร์มจระเข้ พัทยาปาร์ค ฯลฯ) งานแสดงโชว์สัตว์ โชว์ศิลปะ (เช่น บ้านสุขาวดี เมืองจำลอง อันเดอร์วอเตอร์เวิร์ล ฯลฯ) งานประเพณีต่างๆ (เช่น วันไหล แข่งเรือ ฯลฯ)



- ปัจจัยด้านราคา ราคาเหมาะสม ได้แก่ ที่พัก อาหาร บัตรผ่านเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เติมน้ำมันและเครื่องเล่นทางน้ำ
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสะดวก ได้แก่ แหล่งในการหาข้อมูลเมืองพัทยา(เช่น หนังสือ เว็บไซต์ ฯลฯ) การจองที่พัก การเดินทางโดยรถประจำทาง การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว การจองรถเช่า
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ราคาห้องพักตามฤดูกาล ราคาแพ็คเกจสถานที่ท่องเที่ยว การได้รับคำแนะนำ/คำชักชวนจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก งานเทศกาลต่างๆ (เช่น พัทยานิวสติกเฟสติวัล สีสันตะวันออก ฯลฯ) งานแข่งขันกีฬาต่างๆ (เช่น พัชยมาราธอน ฯลฯ) งานกิจกรรมชายหาดของบริษัทต่างๆ(เช่น งานवासลิน ฯลฯ)
- ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ทัศนคติของคนในท้องถิ่น พนักงานต้อนรับที่ต่างๆ (เช่น ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ) การให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ (เช่น ตำรวจ ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ตำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ)
- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ภูมิทัศน์ของชายหาด สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (เช่น น้ำจืด ไฟฟ้า ฯลฯ) การคมนาคมในพื้นที่ (เช่น รถสองแถว จักรยานยนต์รับจ้าง ฯลฯ) สิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น ทางลาดสำหรับคนพิการ ป้ายบอกทาง ไฟข้ามถนน ฯลฯ) ความสะอาดของชายหาด ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- ปัจจัยด้านกระบวนการ ได้แก่ ความรวดเร็วและความสะดวกในการได้รับบริการต่างๆ (เช่น ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ) การบริหารจัดการของเทศบาล (เช่น การดูแลภูมิทัศน์ ความสะอาด การมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ฯลฯ) การจัดโซนสำหรับพักผ่อนหรือท่องเที่ยว
- ปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ รายได้ของนักท่องเที่ยว เคยเดินทางมาแล้ว

**ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา** ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ สถานที่พักค้างคืน พาหนะที่ใช้เดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

**ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา** ได้แก่ สถานที่ การเดินทางภายในและภายนอกเมืองพัทยา ทัศนคติของคนท้องถิ่น ระดับราคาสินค้าและบริการ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย หน่วยงานต่างๆ และสารสนเทศออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานของเมืองพัทยา

### วิธีการศึกษา แยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลปฐมภูมิในส่วนข้อมูลทั่วไปและข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ อัตราร้อยละ และอธิบายเชิงพรรณนา ใช้ไคสแควร์ (Chi-square) ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับข้อมูลทั่วไป

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลปฐมภูมิในส่วนของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการการวัดระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ตามวิธี Likert scale โดยแบ่งการวัดเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1
ไม่มีความสำคัญ	0

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย (Rating) แล้วแปลความหมายของระดับคะแนน ดังนี้คือ

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
2.26 – 3.00	สำคัญมาก
1.51 – 2.25	สำคัญปานกลาง
0.76 – 1.50	สำคัญน้อย
0.00 – 0.75	ไม่มีสำคัญ



**วัตถุประสงค์ข้อที่ 3** เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลปฐมภูมิที่ในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ตามวิธี Likert scale โดยการให้เรียงลำดับความพึงพอใจ โดยแบ่งการวัดเป็น 3 ระดับ ดังนี้

**ตารางที่ 3.1** ระดับคะแนนของอันดับความพึงพอใจ

อันดับในการเลือก	ระดับความพึงพอใจ	คะแนนที่ให้
1	พึงพอใจมาก	3
2	พึงพอใจปานกลาง	2
3	พึงพอใจน้อย	1
ไม่เลือก	ไม่พึงพอใจ	0

จากนั้นจะเรียงลำดับความพึงพอใจ (Ranking) ที่ได้คะแนนน้อยที่สุดไปหาลำดับความพึงพอใจที่คะแนนมากที่สุด โดยความพึงพอใจที่ได้คะแนนมากที่สุด จะเป็นความพึงพอใจที่มีความสำคัญหรือมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากที่สุด ไม่รวมลำดับความพึงพอใจที่เป็นศูนย์

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยข้อมูลที่ได้อิงวิธีการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 400 คน ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาคที่พักอาศัย ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ด้านเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 4.4

ด้านอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อันดับหนึ่งอยู่ในช่วงอายุ 26 – 40 ปี อันดับสองอยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี และอันดับสามอยู่ในช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป

ด้านสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อันดับหนึ่งมีสถานภาพโสด อันดับสองมีสถานภาพสมรส และอันดับสามมีสถานภาพหย่าร้าง หม้าย

ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อันดับหนึ่งมีระดับการศึกษาปริญญาตรี อันดับสองมีระดับการศึกษาปวส./ปวท./อนุปริญญา อันดับสามมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อันดับสี่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อันดับห้ามีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และอันดับหกมีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

ด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อันดับหนึ่งประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน อันดับสองประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อันดับสามประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อันดับสี่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว อันดับห้าประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และอันดับหกประกอบอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อันดับหนึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท อันดับสองมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท อันดับ

สามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 40,000 บาท และอันดับสี่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป

ด้านภาคที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อันดับหนึ่งพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล อันดับสองพักอาศัยอยู่ในภาคตะวันออก อันดับสามพักอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อันดับสี่พักอาศัยอยู่ในภาคกลาง อันดับห้าพักอาศัยอยู่ในภาคเหนือ และอันดับหกพักอาศัยอยู่ในภาคใต้ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	191	47.80
หญิง	209	52.20
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>		
ไม่เกิน 25 ปี	165	41.25
26 – 40 ปี	209	52.25
41 ปี ขึ้นไป	26	6.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	271	67.80
สมรส	103	25.80
หย่าร้าง	26	6.40
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	6	1.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	15	3.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	98	24.50
ปวส./ปวท./อนุปริญญา	100	25.00
ปริญญาตรี	153	38.20
สูงกว่าปริญญาตรี	28	7.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	70	17.50
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	134	33.50
ธุรกิจส่วนตัว	55	13.70
รับจ้างทั่วไป	46	11.50
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	0.80
นักเรียน/นักศึกษา	92	23.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ไม่เกิน 10,000 บาท	169	42.25
10,001 - 25,000 บาท	176	44.00
25,001 - 40,000 บาท	39	9.75
40,001 บาท ขึ้นไป	16	4.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>ภาคที่พักอาศัย</b>		
กรุงเทพและปริมณฑล	187	46.30
ภาคเหนือ	21	5.30
ภาคกลาง	22	5.50
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	58	14.50
ภาคตะวันออก	111	27.80
ภาคใต้	1	0.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ สถานที่พักค้างคืน พาหนะที่ใช้เดินทาง และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ได้ผลการศึกษา ดังนี้

##### 1) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมีหมวดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อันดับหนึ่งคือ ทะเล ชายหาด และเครื่องเล่นทางน้ำ อันดับสอง คือ ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม อันดับสาม คือ ค่าใช้จ่ายด้านพาหนะ การเดินทาง อันดับสี่ คือ ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อันดับห้า คือ ค่าใช้จ่ายด้านของฝาก/ของที่ระลึก อันดับหก คือ สถานบันเทิง/Walking Street และอันดับเจ็ด คือ ค่าใช้จ่ายด้านกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ

เมื่อจำแนกหมวดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย อันดับหนึ่ง คือ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม อันดับสอง คือ หมวดทะเล ชายหาด และหมู่เกาะ อันดับสาม คือ หมวดค่าพาหนะ การเดินทาง อันดับสี่ คือ หมวดค่าที่พัก อันดับห้า คือ หมวดค่าของฝาก/ของที่ระลึก อันดับหก คือ หมวดสถานบันเทิง/Walking Street และอันดับเจ็ด คือ หมวดกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

หมวดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/ครั้ง (บาท)
ทะเล ชายหาด และหมู่เกาะ	356	89.00	1,605.25
สถานบันเทิง / Walking Street	91	22.80	428.50
กิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ *	83	20.80	237.00
ค่าที่พัก	189	47.30	676.00
ค่าพาหนะ การเดินทาง	254	63.50	1,169.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	347	86.80	2,009.70
ค่าของฝาก / ของที่ระลึก	119	29.80	493.75

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : กิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ ได้แก่ กีฬา, โรงละครแสดงโชว์, สวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน, งานแสดง  
โชว์สัตว์ โชว์ศิลปะ และงานประเพณีต่างๆ  
: เลือกตอบได้หลายข้อ

เมื่อแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกตามค่าใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง อันดับหนึ่ง ไม่เกิน 5,000 บาท อันดับสอง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท และอันดับสามมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	207	51.80
5,001 – 10,000 บาท	117	29.20
10,001 บาท ขึ้นไป	76	19.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : จากการศึกษา

## 2) วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือ พักผ่อน อันดับสอง คือ ศึกษาดูงาน/ทำงาน อันดับสาม คือ ชุมกิจ/ประชุม/สัมมนา และอันดับสี่ คือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน

เมื่อพิจารณาโดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่เกิน 5,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001-10,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว อันดับสอง คือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน ดังตารางที่ 4.4



ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
พักผ่อน	จำนวน	184	104	51	339
	ร้อยละ	88.90	88.90	67.10	84.80
ศึกษาดูงาน/ทำงาน	จำนวน	17	4	13	34
	ร้อยละ	8.20	3.40	17.10	8.40
ธุรกิจ / ประชุม / สัมมนา	จำนวน	5	0	10	15
	ร้อยละ	2.40	0.00	13.20	3.80
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	จำนวน	1	9	2	12
	ร้อยละ	0.50	7.70	2.60	3.00
รวม	จำนวน	207	117	76	400
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

### 3) ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อันดับหนึ่ง คือเดินทางมากับเพื่อน อันดับสอง คือ เดินทางมากับญาติพี่น้อง/ครอบครัว อันดับสาม คือ เดินทางมากับผู้บังคับบัญชา/เพื่อนร่วมงาน และอันดับสี่ คือ เดินทางมาคนเดียว

เมื่อพิจารณาโดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่เกิน 5,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001-10,000 บาท มีสัดส่วนเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว อันดับสอง คือ เดินทางมากับผู้บังคับบัญชา/เพื่อนร่วมงาน อันดับสาม คือ ญาติพี่น้อง/ครอบครัว ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
เดินทางคนเดียว	จำนวน	9	0	6	15
	ร้อยละ	4.30	0.00	7.90	3.80
ญาติพี่น้อง/ครอบครัว	จำนวน	55	24	15	94
	ร้อยละ	26.60	20.50	19.70	23.50
ผู้บังคับบัญชา / เพื่อนร่วมงาน	จำนวน	11	4	19	34
	ร้อยละ	5.30	3.40	25.00	8.50
เพื่อน	จำนวน	132	89	36	257
	ร้อยละ	63.80	76.10	47.40	64.40
รวม	จำนวน	207	117	76	400
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4) ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างชื่นชอบกิจกรรมทะเล ชายหาดและ หมู่เกาะ เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ สถานบันเทิง/Walking Street อันดับสาม คือ สวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน อันดับสี่ คือ งานประเพณีต่างๆ อันดับห้า คือ กีฬาและงานแสดงโชว์สัตว์ โชว์ศิลปะในสัดส่วนเท่ากัน อันดับหก คือ โรงละครแสดงโชว์

เมื่อพิจารณาโดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง พบว่า ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ ทั้ง 3 กลุ่ม อันดับหนึ่ง คือ ชายหาดและหมู่เกาะ อันดับสอง คือ สถานบันเทิง/Walking Street นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่เกิน 5,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001-10,000 บาท ชื่นชอบกิจกรรมสวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน เป็นอันดับสาม ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป ชื่นชอบกิจกรรมงานประเพณีต่างๆ เป็นอันดับสาม ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ประเภทของกิจกรรม ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
ทะเล ชายหาดและหมู่เกาะ	จำนวน	182	106	68	356
	ร้อยละ	87.90	90.60	89.50	89.00
สถานบันเทิง/Walking Street	จำนวน	32	25	34	91
	ร้อยละ	15.50	21.40	44.70	22.80
กีฬา	จำนวน	7	9	1	17
	ร้อยละ	3.40	7.70	1.30	4.30
โรงละครแสดงโชว์	จำนวน	10	1	1	12
	ร้อยละ	4.80	0.90	1.30	3.00
สวนสนุก สวนหย่อม และ อุทยาน	จำนวน	29	23	3	55
	ร้อยละ	14.00	19.70	3.90	13.80
งานแสดงโชว์สัตว์ โชว์ศิลปะ	จำนวน	11	5	1	17
	ร้อยละ	5.30	4.30	1.30	4.30
งานประเพณีต่างๆ	จำนวน	10	4	5	19
	ร้อยละ	4.80	3.40	6.60	4.80

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : สามารถเลือกได้มากกว่า 1 กิจกรรม

#### 5) สถานที่พักค้างคืน

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างพักค้างคืนที่บังกะโล/รีสอร์ท เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ โรงแรม อันดับสาม คือ บ้านญาติ/เพื่อน อันดับสี่ คือ ไม่ค้างคืน และ อันดับห้า คือ บ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน

เมื่อพิจารณาโดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001-10,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป เลือกสถานที่พักค้างคืนอันดับหนึ่งและอันดับสองในสัดส่วนเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001-10,000 บาท เลือกพักค้างคืนที่บ้านญาติ/เพื่อน เป็นอันดับสาม ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป เลือกพักค้างคืน

บ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน เป็นอันดับสาม ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่เกิน 5,000 บาท เลือกพักค้างคืนที่ บ้านญาติ/เพื่อน เป็นอันดับหนึ่ง ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถานที่พักค้างคืน จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

สถานที่พักค้างคืน		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
โรงแรม	จำนวน	49	38	29	116
	ร้อยละ	23.70	32.50	38.20	29.00
บังกะโล / รีสอร์ท	จำนวน	47	50	34	131
	ร้อยละ	22.70	42.70	44.70	32.80
บ้านญาติ / เพื่อน	จำนวน	58	19	1	78
	ร้อยละ	28.00	16.30	1.30	19.50
บ้านพักรับรองของข้าราชการ/ เอกชน	จำนวน	3	2	12	17
	ร้อยละ	1.40	1.70	15.80	4.30
ไม่ค้างคืน	จำนวน	50	8	0	58
	ร้อยละ	24.20	6.80	0.00	14.40
รวม	จำนวน	207	117	76	400
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 6) พาหนะที่ใช้เดินทาง

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ รถโดยสารประจำทาง อันดับสาม คือ รถเช่า อันดับสี่ คือ อื่นๆ

เมื่อพิจารณาโดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง พบว่า พาหนะที่ใช้เดินทางของทั้ง 3 กลุ่ม อันดับหนึ่ง คือ รถยนต์ส่วนตัว ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง เป็นอันดับสอง ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป เดินทางโดยรถเช่า เป็นอันดับสอง ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย พาหนะที่ใช้เดินทาง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

พาหนะที่ใช้เดินทาง		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
รถโดยสารประจำทาง	จำนวน	44	6	8	58
	ร้อยละ	21.30	5.10	10.50	14.50
รถยนต์ส่วนตัว	จำนวน	132	101	50	283
	ร้อยละ	63.80	86.30	65.80	70.80
รถเช่า	จำนวน	21	5	17	43
	ร้อยละ	10.10	4.30	22.40	10.70
อื่นๆ	จำนวน	10	5	1	16
	ร้อยละ	4.80	4.30	1.30	4.00
รวม	จำนวน	207	117	76	400
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ รถไฟ, รถจักรยานยนต์, รถของหน่วยงาน/องค์กร

#### 7) ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง คือ 2-3 วัน อันดับสอง คือ 1 วัน อันดับสาม คือ ใช้เวลา 6 วันขึ้นไป และอันดับสี่ คือ 4-5 วัน

เมื่อพิจารณาโดยจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 4-5 วัน เป็นอันดับสาม ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน เป็นอันดับหนึ่ง ดังตารางที่ 4.9

**ตารางที่ 4.9** จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
1 วัน	จำนวน	116	31	14	161
	ร้อยละ	56.00	26.50	28.40	40.30
2 – 3 วัน	จำนวน	66	70	51	187
	ร้อยละ	31.90	59.80	67.10	46.70
4 – 5 วัน	จำนวน	5	12	5	22
	ร้อยละ	2.40	10.30	6.60	5.50
6 วัน ขึ้นไป	จำนวน	20	4	6	30
	ร้อยละ	9.70	3.40	7.90	7.50
รวม	จำนวน	207	117	76	400
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

เป็นข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านอื่นๆ ได้ผลการศึกษาปัจจัยแต่ละด้านดังนี้

##### 4.3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ทะเล ชายหาด และหมู่เกาะ อันดับสอง คือ สวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน อันดับสาม คือ สถาบันเทิง/Walking Street อันดับสี่ คือ งานประเพณีต่างๆ อันดับห้า คือ งานแสดงโชว์สัตว์ โชว์ศิลปะ อันดับหก คือ กีฬา และอันดับเจ็ด คือ โรงละครแสดงโชว์



ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพญาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ให้ความสำคัญอันดับหนึ่ง คือ ทะเล ชายหาดและหมู่เกาะ ในสัดส่วนเดียวกัน นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญ อันดับสอง คือ สถานบันเทิง/Walking Street ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ อันดับสอง คือ สวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน ในสัดส่วนเดียวกัน ดังตารางที่ 4.10

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a traditional Thai lamp (Lampang) with a flame. The emblem is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้น ไป	
ทะเล ชายหาดและหมู่เกาะ	ค่าเฉลี่ย	2.54	2.27	2.30	2.37 (มาก)
	อันดับ	1	1	1	1
สถานบันเทิง/Walking Street	ค่าเฉลี่ย	2.07	1.74	1.66	1.82 (ปานกลาง)
	อันดับ	2	3	5	3
กีฬา	ค่าเฉลี่ย	1.63	1.38	1.55	1.52 (ปานกลาง)
	อันดับ	6	7	6	6
โรงละครแสดงโชว์	ค่าเฉลี่ย	1.51	1.44	1.49	1.48 (น้อย)
	อันดับ	7	6	7	7
สวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน	ค่าเฉลี่ย	1.92	1.84	1.93	1.90 (ปานกลาง)
	อันดับ	5	2	2	2
งานแสดงโชว์สัตว์ โชว์ศิลปะ	ค่าเฉลี่ย	1.80	1.60	1.88	1.76 (ปานกลาง)
	อันดับ	5	4	3	5
งานประเพณีต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	2.03	1.56	1.80	1.80 (ปานกลาง)
	อันดับ	3	5	4	4
ค่าเฉลี่ยรวม		1.93 (ปานกลาง)	1.69 (ปานกลาง)	1.80 (ปานกลาง)	2.02 (ปานกลาง)

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ คือ การแปลผล

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ราคาของอาหาร

และเครื่องดื่ม อันดับสอง คือ ราคาของที่พัก อันดับสาม คือ ราคาเดินทางและเครื่องเล่นทางน้ำ และอันดับสี่ คือ ราคาบัตรผ่านเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท มีสัดส่วนเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ อันดับสอง คือ ราคาเดินทางและเครื่องเล่นทางน้ำ ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ราคาบัตรผ่านเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ดังตารางที่ 4.11

**ตารางที่ 4.11** ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยด้านราคา		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
ราคาของที่พัก	ค่าเฉลี่ย	2.17	2.21	2.17	2.19 (ปานกลาง)
	อันดับ	3	2	3	2
ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม	ค่าเฉลี่ย	2.19	2.32	2.25	2.25 (ปานกลาง)
	อันดับ	2	1	1	1
ราคาบัตรผ่านเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	2.21	1.92	2.04	2.06 (ปานกลาง)
	อันดับ	1	4	4	4
ราคาเดินทางและเครื่องเล่นทางน้ำ	ค่าเฉลี่ย	2.16	2.03	2.18	2.13 (ปานกลาง)
	อันดับ	4	3	2	3
ค่าเฉลี่ยรวม		2.18 (ปานกลาง)	2.12 (ปานกลาง)	2.16 (ปานกลาง)	2.16 (ปานกลาง)

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ คือ การแปลผล

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ แหล่งในการหาข้อมูลเมืองพัทยา อันดับสอง คือ การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว อันดับสาม คือ การจองที่พัก อันดับสี่ คือ การเดินทางโดยรถประจำทาง อันดับห้า คือ การจองรถเช่า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท มีสัดส่วนเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญ อันดับสอง คือ การจองที่พัก ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
แหล่งในการหาข้อมูลเมืองพัทยา	ค่าเฉลี่ย	2.28	2.41	2.08	2.25 (ปานกลาง)
	อันดับ	1	1	2	1
การจองที่พัก	ค่าเฉลี่ย	2.14	2.11	1.97	2.07 (ปานกลาง)
	อันดับ	2	3	3	3
การเดินทาง – โดยรถประจำทาง	ค่าเฉลี่ย	1.82	1.61	1.66	1.70 (ปานกลาง)
	อันดับ	3	4	4	4
การเดินทาง – โดยรถยนต์ส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	1.77	2.21	2.30	2.09 (ปานกลาง)
	อันดับ	4	2	1	2
การจองรถเช่า	ค่าเฉลี่ย	1.22	1.12	1.13	1.16 (น้อย)
	อันดับ	5	5	5	5
ค่าเฉลี่ยรวม		1.85 (ปานกลาง)	1.89 (ปานกลาง)	1.83 (ปานกลาง)	1.85 (ปานกลาง)

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ คือ การแปลผล

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ราคาห้องพักตามฤดูกาล อันดับสอง คือ ราคาแพ็คเกจสถานที่ท่องเที่ยว และการได้รับคำแนะนำ/คำชักชวนจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ในสัดส่วนเท่ากัน อันดับสี่ คือ งานเทศกาลต่างๆ อันดับห้า คือ งานแข่งขันกีฬาต่างๆ และอันดับหก คือ งานกิจกรรมชายหาดของบริษัทต่างๆ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายใน

การท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ การได้รับคำแนะนำ/คำชักชวนจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ราคาห้องพักตามฤดูกาล ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ราคาแพ็คเกจสถานที่ท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.13

**ตารางที่ 4.13** ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม (ปานกลาง)
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
ราคาห้องพักตามฤดูกาล	ค่าเฉลี่ย	2.22	2.22	2.08	2.17 (ปานกลาง)
	อันดับ	2	1	2	1
ราคาแพ็คเกจสถานที่ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	2.01	2.05	2.12	2.06 (ปานกลาง)
	อันดับ	4	2	1	2
การได้รับคำแนะนำ/คำชักชวน จากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	ค่าเฉลี่ย	2.27	1.89	2.01	2.06 (ปานกลาง)
	อันดับ	1	4	3	2
งานเทศกาลต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	2.16	1.94	1.58	1.89 (ปานกลาง)
	อันดับ	3	3	4	4
งานแข่งขันกีฬาต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	1.75	1.62	1.36	1.58 (ปานกลาง)
	อันดับ	5	5	6	5
งานกิจกรรมชายหาดของบริษัท ต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	1.64	1.56	1.51	1.57 (ปานกลาง)
	อันดับ	6	6	5	6
ค่าเฉลี่ยรวม		2.01 (ปานกลาง)	1.88 (ปานกลาง)	1.78 (ปานกลาง)	1.89 (ปานกลาง)

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ คือ การแปลผล



ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จากการศึกษ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ พนักงานต้อนรับที่ต่างๆ อันดับสอง คือ ทัศนียภาพของสถานที่ และอันดับสาม คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง จากการศึกษ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท มีสัดส่วนเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญ อันดับสอง คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ ดังตารางที่ 4.14

**ตารางที่ 4.14** ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยด้านบุคลากร		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
ทัศนียภาพของสถานที่	ค่าเฉลี่ย	2.17	2.17	1.80	2.05 (ปานกลาง)
	อันดับ	2	2	3	2
พนักงานต้อนรับที่ต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	2.25	2.22	1.86	2.11 (ปานกลาง)
	อันดับ	1	1	1	1
การให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ	ค่าเฉลี่ย	2.10	1.88	1.82	1.93 (ปานกลาง)
	อันดับ	3	3	2	3
ค่าเฉลี่ยรวม		2.17 (ปานกลาง)	2.09 (ปานกลาง)	1.83 (ปานกลาง)	2.03 (ปานกลาง)

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ คือ การแปลผล

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ภูมิทัศน์

ของชายหาด อันดับสอง คือ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน อันดับสาม คือ ความสะอาดของชายหาด อันดับสี่ คือ การคมนาคมในพื้นที่ อันดับห้า คือ ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน และอันดับหก คือ สิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ การคมนาคมในพื้นที่ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ความสะอาดของชายหาด ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ภูมิทัศน์ของชายหาด ดังตารางที่ 4.15

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
ภูมิทัศน์ของชายหาด	ค่าเฉลี่ย	2.17	2.33	2.26	2.26 (ปานกลาง)
	อันดับ	3	2	1	1
สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน	ค่าเฉลี่ย	2.16	2.22	2.25	2.21 (ปานกลาง)
	อันดับ	4	4	2	2
การคมนาคมในพื้นที่	ค่าเฉลี่ย	2.25	2.04	1.89	2.06 (ปานกลาง)
	อันดับ	1	5	5	4
สิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	2.11	1.88	1.89	1.96 (ปานกลาง)
	อันดับ	5	6	5	6
ความสะอาดของชายหาด	ค่าเฉลี่ย	2.20	2.40	1.91	2.17 (ปานกลาง)
	อันดับ	2	1	4	3
ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน	ค่าเฉลี่ย	1.95	2.29	1.92	2.05 (ปานกลาง)
	อันดับ	6	3	3	5
ค่าเฉลี่ยรวม		2.14 (ปานกลาง)	2.19 (ปานกลาง)	2.02 (ปานกลาง)	2.12 (ปานกลาง)

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ คือ การแปลผล

ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ ความรวดเร็วและ

ความสะดวกในการได้รับบริการต่างๆ อันดับสอง คือ การจัดโซนสำหรับพักผ่อนหรือท่องเที่ยว และอันดับสาม คือ การบริหารจัดการของเทศบาล

ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท มีสัดส่วนเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ อันดับสอง คือ การบริหารจัดการของเทศบาล ดังตารางที่ 4.16

**ตารางที่ 4.16** ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยด้านกระบวนการ		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
ความรวดเร็วและความสะดวก ในการได้รับบริการต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	2.22	2.28	2.22	<b>2.24</b> (ปานกลาง)
	อันดับ	1	1	1	<b>1</b>
การบริหารจัดการของเทศบาล	ค่าเฉลี่ย	2.08	2.21	1.96	<b>2.09</b> (ปานกลาง)
	อันดับ	3	3	2	<b>3</b>
การจัดโซนสำหรับพักผ่อนหรือ ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	2.21	2.26	1.91	<b>2.13</b> (ปานกลาง)
	อันดับ	2	2	3	<b>2</b>
ค่าเฉลี่ยรวม		<b>2.17</b> (ปานกลาง)	<b>2.25</b> (ปานกลาง)	<b>2.03</b> (ปานกลาง)	<b>2.15</b> (ปานกลาง)

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ คือ การแปลผล

ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ เคยเดินทางมาแล้ว และอันดับสอง คือ รายได้ของท่านมีผลต่อการมาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท มีสัดส่วนเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ อันดับหนึ่ง คือ รายได้ของท่านมีผลต่อการมาท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ปัจจัยด้านอื่นๆ		ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง			รวม
		ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาท ขึ้นไป	
รายได้ของท่านมีผลต่อการมา ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	2.13	2.18	2.08	2.13 (ปานกลาง)
	อันดับ	2	2	1	2
เคยเดินทางมาแล้ว	ค่าเฉลี่ย	2.21	2.34	1.99	2.18 (ปานกลาง)
	อันดับ	1	1	2	1
ค่าเฉลี่ยรวม		2.17 (ปาน กลาง)	2.26 (มาก)	2.04 (ปานกลาง)	2.16 (ปานกลาง)

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ คือ การแปลผล

#### 4.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย มากที่สุด อันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านอื่นๆ อันดับสาม คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ อันดับสี่ คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อันดับห้า คือ ปัจจัยด้านบุคลากร อันดับหก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับเจ็ด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับแปด คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยทุกปัจจัยมีความสำคัญระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม

1. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	อันดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.02	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านราคา	2.16	ปานกลาง	1
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.85	ปานกลาง	8
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	1.89	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านบุคลากร	2.03	ปานกลาง	5
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	2.12	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านกระบวนการ	2.15	ปานกลาง	3
2. ปัจจัยอื่นๆ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	อันดับ
ปัจจัยด้านอื่นๆ	2.16	ปานกลาง	1

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ประกอบด้วย สถานที่ การเดินทางภายในและภายนอกเมืองพัทยา อธิปไตยของคนท้องถิ่น ระดับราคาสินค้าและบริการ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ได้ผลการศึกษา ดังนี้

##### 1) สถานที่

จากการศึกษา พบว่า ด้านสถานที่ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ อันดับหนึ่ง คือ ความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ อันดับสอง คือ ความสะดวกสบายของที่พักรับรอง อันดับสาม คือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวบนเทิน และอันดับสี่ คือ ความหลากหลายของกิจกรรม ดังตารางที่ 4.19



ตารางที่ 4.19 อันดับความพึงพอใจด้านสถานที่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่	คะแนน	อันดับ
ความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	728	1
ความสะดวกสบายของที่พัก	645	2
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวบนเทิง	487	3
ความหลากหลายของกิจกรรม	336	4

ที่มา : จากการศึกษา

### 2) การเดินทางภายในเมืองพัทยา

จากการศึกษา พบว่า วิธีการเดินทางภายในเมืองพัทยาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ อันดับหนึ่ง คือ รถยนต์ส่วนตัว อันดับสอง คือ รถสองแถว อันดับสาม คือ รถประจำทาง อันดับสี่ คือ มอเตอร์ไซค์รับจ้าง อันดับห้า คือ การเดิน ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 อันดับความพึงพอใจวิธีการเดินทางภายในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

การเดินทางภายในพัทยา	คะแนน	อันดับ
มอเตอร์ไซค์รับจ้าง	275	4
รถสองแถว	506	2
รถประจำทาง	279	3
รถยนต์ส่วนตัว	899	1
เดิน	271	5

ที่มา : จากการศึกษา

### 3) การเดินทางไป-มาเมืองพัทยา

จากการศึกษา พบว่า วิธีการเดินทางไป-มาเมืองพัทยาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ อันดับหนึ่ง คือ รถยนต์ส่วนตัว อันดับสอง คือ รถโดยสารประจำทาง อันดับสาม คือ รถเช่า ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 อันดับความพึงพอใจวิธีการเดินทางไป-มาเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

การเดินทางไป-มาพัทยา	คะแนน	อันดับ
รถโดยสารประจำทาง	595	2
รถยนต์ส่วนตัว	1015	1
รถเช่า	364	3

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4) ทัศนคติของคนท้องถิ่น

จากการศึกษา พบว่า ทัศนคติของคนท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ อันดับหนึ่ง คือ คนในท้องถิ่น อันดับสอง คือ พนักงานบริการต่างๆ อันดับสาม คือ พ่อค้า-แม่ค้า และอันดับสี่ คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 อันดับความพึงพอใจทัศนคติของคนท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ทัศนคติของคนท้องถิ่น	คะแนน	อันดับ
คนในท้องถิ่น	653	1
พนักงานบริการต่างๆ	610	2
เจ้าหน้าที่ของรัฐ	342	4
พ่อค้า – แม่ค้า	569	3

ที่มา : จากการศึกษา

#### 5) ระดับราคาสินค้าและบริการ

จากการศึกษา พบว่า ระดับราคาสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ อันดับหนึ่ง คือ สถานที่ท่องเที่ยว อันดับสอง คือ ที่พัก อันดับสาม คือ อาหารและเครื่องดื่ม และอันดับสี่ คือ ของฝาก/ของที่ระลึก ดังตารางที่ 4.23

**ตารางที่ 4.23** อันดับความพึงพอใจระดับราคาสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ระดับราคาสินค้าและบริการ	คะแนน	อันดับ
ที่พัก	588	2
สถานที่ท่องเที่ยว	685	1
อาหารและเครื่องดื่ม	587	3
ของฝาก / ของที่ระลึก	235	4

ที่มา : จากการศึกษา

6) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

จากการศึกษา พบว่า ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ อันดับหนึ่ง คือ ในที่พัก อันดับสอง คือ บริเวณชายหาด อันดับสาม คือ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และอันดับสี่ คือ สถานบันเทิง/ Walking Street ดังตารางที่ 4.24

**ตารางที่ 4.24** อันดับความพึงพอใจในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	คะแนน	อันดับ
ในที่พัก	780	1
บริเวณชายหาด	637	2
สถานบันเทิง/ Walking Street	263	4
สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	507	3

ที่มา : จากการศึกษา

7) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

จากการศึกษา พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ อันดับหนึ่ง คือ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน อันดับสอง คือ ห้องน้ำ-ห้องอาบน้ำ อันดับสาม คือ สถานที่จอดรถ และอันดับสี่ คือ ระบบขนส่ง ดังตารางที่ 4.25

**ตารางที่ 4.25** อันดับความพึงพอใจสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	คะแนน	อันดับ
สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน	720	1
ระบบขนส่ง	390	4
สถานที่จอดรถ	536	3
ห้องน้ำ – ห้องอาบน้ำ	563	2

ที่มา : จากการศึกษา

8) ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวยุวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ อันดับหนึ่ง คือ อินเทอร์เน็ต อันดับสอง คือ ญาติ/เพื่อน อันดับสาม คือ การประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ อันดับสี่ คือ หนังสือ และอันดับห้า คือ หน่วยงานราชการ ดังตารางที่ 4.26

**ตารางที่ 4.26** อันดับความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	คะแนน	อันดับ
หนังสือ	342	4
อินเทอร์เน็ต	735	1
ญาติ / เพื่อน	566	2
หน่วยงานราชการ	111	5
การประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ	458	3

ที่มา : จากการศึกษา

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ คือ วัตถุประสงค์แรก เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวชาวไทย และวัตถุประสงค์ที่สาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

การศึกษานี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 400 คน โดยนำกลุ่มตัวอย่างมาจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

**ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา**

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายร้อยละ 4.4 มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 26 – 40 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท และพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล

**ผลการศึกษาพฤติกรรมในอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา**

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในหมวด ทะเล ชายหาด และเครื่องเล่นทางน้ำ โดยมีค่าใช้จ่าย ไม่เกิน 5,000 บาท

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ พักผ่อน เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่ม

ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ เดินทางมากับเพื่อน เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่ม

ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ คือ ทะเล ชายหาดและหมู่เกาะ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่ม

สถานที่พักค้างคืน คือ บังกะโล/รีสอร์ท เช่นเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท พักที่บ้านญาติ/เพื่อน

พาหนะที่ใช้เดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่ม

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว คือ 2-3 วัน เช่นเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน

**ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอันดับหนึ่งของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

โดยจำแนกนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป พบว่า

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญด้านทะเล ชายหาด และหมู่เกาะ

**ปัจจัยด้านราคา** กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคาบัตรผ่านเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านราคาของอาหารและเครื่องดื่ม

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญด้านแหล่งในการหาข้อมูลเมืองพัทยา ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว



**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญด้านการได้รับคำแนะนำ/คำชักชวนจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคาห้องพักตามฤดูกาล ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านราคาแพ็คเกจสถานที่ท่องเที่ยว

**ปัจจัยด้านบุคลากร** กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญด้านพนักงานต้อนรับที่ต่างๆ

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญด้านการคมนาคมในพื้นที่ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญด้านความสะอาดของชายหาด ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านภูมิทัศน์ของชายหาด

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญด้านความรวดเร็วและความสะดวกในการได้รับบริการต่างๆ

**ปัจจัยด้านต่างๆ** กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 5,000 บาท และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญด้านเคยเดินทางมาแล้ว ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านรายได้ของท่านมีผลต่อการมาท่องเที่ยว

การจัดลำดับความสำคัญและวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยาให้ความสำคัญระดับปานกลางในทุกปัจจัย

**ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา**  
ความพึงพอใจด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาพึงพอใจความสะดวกสบายของที่พักร

ความพึงพอใจด้านการเดินทางภายในพัทยา นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาพึงพอใจการเดินทางโดยรถสองแถว

ความพึงพอใจด้านการเดินทางไป-มาเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาพึงพอใจการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง

ความพึงพอใจด้านอรรถาศัยของคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจอรรถาศัยของคนในท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาพึงพอใจอรรถาศัยของพนักงานบริการต่างๆ

ความพึงพอใจด้านระดับราคาสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจระดับราคาของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาพึงพอใจระดับราคาของที่พัก

ความพึงพอใจด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจความปลอดภัยในที่พักมากที่สุด รองลงมาพึงพอใจความปลอดภัยบริเวณชายหาด

ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมากที่สุด รองลงมาพึงพอใจห้องน้ำ-ห้องอาบน้ำ

ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาพึงพอใจข้อมูลจากญาติ/เพื่อน

## 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่าสถานที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกพัก คือ บังกะโล/รีสอร์ท ดังนั้น ทางสถานผู้ประกอบการน่าจะทำการส่งเสริมการตลาดในด้านที่พัก เช่น ด้านราคา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พักมากขึ้น และจะได้ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่นานขึ้น

2. ผลการศึกษานโยบายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่าทุกปัจจัยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการรวมถึงภาครัฐ น่าจะส่งเสริมในทุกๆด้านให้อยู่ในระดับความสำคัญมาก

3. ผลการศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า

ด้านสถานที่ เมืองพัทยาน่าจะประชาสัมพันธ์ให้ท่องเที่ยวทราบถึงกิจกรรมที่หลากหลายที่มีในพัทยา เนื่องจากพัทยานีมีกิจกรรมที่หลากหลายอยู่แล้ว แต่อาจไม่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

ด้านการเดินทางภายในเมืองพัทยา เมืองพัทยาน่าจะจัดระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งตารางการเดินรถ ระยะเวลาที่ใช้ในการรอรถโดยสารประจำทาง และเส้นทางที่ครอบคลุมมากขึ้น

ด้านการเดินทางไป-มาเมืองพัทยา เมืองพัทยาหรือรัฐบาลน่าจะส่งเสริมให้มีการเดินทางผ่านรถไฟ เพื่อความสะดวกของผู้ที่พักอาศัยอยู่ในภาคต่างๆ ได้เดินทางสะดวก และประหยัด

ด้านอัยการของคนที่ท้องถิ่น เมืองพัทยาน่าจะผลักดันหน่วยงานของรัฐมีบทบาทในการช่วยเหลือประชาชนในด้านต่างๆ เพิ่มมากขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นในการดูแลจากเทศบาล ทั้งด้านข้อมูล ความปลอดภัย และความช่วยเหลือต่างๆ

ด้านระดับราคาสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม และร้านของฝาก/ของที่ระลึก น่าจะทำการส่งเสริมการตลาด ในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเต็มใจใช้จ่ายด้านทั้งสองมากขึ้น

ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เมืองพัทธาน่าจะสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยว สถานบันเทิง/Walking Street ให้มากขึ้น

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เมืองพัทธาน่าจะปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบขนส่ง ให้มีความสะดวกในการใช้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เมืองพัทธาน่าจะมีนโยบายให้หน่วยงานราชการ ดำเนินงานควบคู่กับการให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการถามระดับความสำคัญของโรงแรม ร้านอาหาร เพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวมากขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานของทางราชการสามารถส่งเสริม/กระตุ้นได้ถูกปัจจัย
2. ในการหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรม อาจใช้รายได้เป็นตัวหาความสัมพันธ์แทน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เพื่อให้ทราบถึงอุปสงค์ของผู้บริโภคอย่างแท้จริง
3. การถามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ควรเป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุคำตอบ เพื่อสามารถนำมาหาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันได้
4. คำชี้แจงสำหรับการตอบแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจ ควรบังคับให้เรียงลำดับทุกข้อ เนื่องจากการแปลผลของงานวิจัยเล่มนี้ มีความคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ในการให้เรียงลำดับแค่ 3 อันดับ จึงทำให้ความพึงพอใจที่ได้คะแนนน้อย แปลผลได้ว่า ไม่พึงพอใจ ซึ่งความเป็นจริงแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้เรียงลำดับ เนื่องจากไม่ได้รับการบริการ หรือไม่ได้สัมผัสกับความพึงพอใจนั้น จึงไม่ได้เรียงลำดับ

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยารัตน์ คงพิบูลย์กิจ. 2549. ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานบริการบ้านพักเยาวชนในประเทศไทย. งานวิจัยสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชินวัฒน์ อรรถเวทิน. 2545. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงกมล เจริญกุลศล. 2553. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นัฐพงศ์ คุมา. 2549. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเที่ยวอำเภอป่าฝ้าง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัทธาเว็บบ. 2550. เทศกาลและงานประเพณี. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.pattayawave.com/?p=pattayatransel>
- พัทธาเว็บบ. 2550. เที่ยวพัทยา. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.pattayawave.com/?p=pattayatransel>
- มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ. อุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: [http://www.phrae.mju.ac.th/faculty/Eco-tourism/guide3/product\\_tour/u1.html](http://www.phrae.mju.ac.th/faculty/Eco-tourism/guide3/product_tour/u1.html)
- มาลินี ปิ่นแก้ว. 2552. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัชชา กุลวานิชไชยนันท์. ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล . รายงานการวิจัย.
- เรวัต ทองประดา. 2548. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา. สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วินัส ฤชัย. 2548. เศรษฐศาสตร์การจัดการ: เอกสารประกอบวิชาการสอน [เอกสาร ไม่ตีพิมพ์] อ้างในวารวรรณ อนันตรัตน์. 2549. พฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สรารัตน์ เมฆินทรพิทักษ์. 2549. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา. สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สถานที่ท่องเที่ยว 10 อันดับในประเทศไทยที่สะอาดเรียบร้อยที่สุด ประจำปี 2552. [ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา:<http://www.tgtravelers.com>

ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเมืองพัทยา. 2551. สถิติการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวพัทยา. [ระบบ

ออนไลน์] แหล่งที่มา:<http://info.pattaya.go.th>

หฤษฎ์ชัย อินทโสทธิ. 2552. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอปาย จังหวัด

แม่ฮ่องสอน. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). 2552.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. [ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา: <http://www.dasta.or.th/th/about/about.php>

อานูภาพ จิรัฐติกาล. 2551. ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้าง จังหวัดตราด. [ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา:[http://www.thonburi-u.ac.th/Web\\_Research/Document/pdf/G201/5Research.pdf](http://www.thonburi-u.ac.th/Web_Research/Document/pdf/G201/5Research.pdf)

pdf

อานูภาพ วารินทร์. 2548. กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคาร

ออมสินสาขาแม่สาย จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



### แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

คำชี้แจง เอกสารชุดนี้เป็นแบบสอบถามประกอบรายงานการค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโท (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กรุณาให้ข้อมูลมา ณ โอกาสนี้

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน (เลือกได้เพียง 1 ข้อ) หรือเติมคำในช่องว่าง

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ ..... ปี

3. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส

หย่าร้าง หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

ปวส./ปวท./อนุปริญญา

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
ธุรกิจส่วนตัว

พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน  
รับจ้างทั่วไป

พ่อบ้าน / แม่บ้าน

นักเรียน / นักศึกษา

อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ..... บาท

7. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ใน (ไม่ใช่ภูมิลำเนา)

กรุงเทพและปริมณฑล

ภาค.....

จังหวัด.....

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน (เลือกได้เพียง 1 ข้อ) หรือเติมคำในช่องว่าง

### 1. วัตถุประสงค์ในการเมืองพัทยาค้างนี้

พักผ่อน	ศึกษาดูงาน/ทำงาน
การกีฬา	ธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

### 2. ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว

เดินทางคนเดียว	ญาติพี่น้อง/ครอบครัว
ผู้บังคับบัญชา / เพื่อนร่วมงาน	เพื่อน
อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	

### 3. ประเภทของกิจกรรมที่ท่านเที่ยวชื่นชอบ (เลือกได้หลายข้อ)

ทะเล ชายหาดและหมู่เกาะ	ค่าใช้จ่าย.....บาท
สถานบันเทิง/Walking Street	ค่าใช้จ่าย.....บาท
กีฬา	ค่าใช้จ่าย.....บาท
โรงละครแสดงโชว์	ค่าใช้จ่าย.....บาท
สวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน	ค่าใช้จ่าย.....บาท
งานแสดงโชว์สัตว์ โชว์ศิลปะ	ค่าใช้จ่าย.....บาท
งานประเพณีต่างๆ	ค่าใช้จ่าย.....บาท

### 4. สถานที่พักค้างคืน

โรงแรม	บังกะโล / รีสอร์ท
วัด / โรงเรียน	บ้านญาติ / เพื่อน
บ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน	อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
ค่าใช้จ่าย.....บาท	

### 5. พาหนะที่ใช้เดินทาง

รถของหน่วยงาน/องค์กร	รถโดยสารประจำทาง
รถยนต์ส่วนตัว	รถเช่า
อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
ค่าใช้จ่าย.....บาท	

## 6. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

1 วัน

2-3 วัน

4-5 วัน

6 วัน ขึ้นไป

## 7. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

อาหารและเครื่องดื่ม

ค่าใช้จ่าย.....บาท

ของฝาก/ของที่ระลึก

ค่าใช้จ่าย.....บาท

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพญา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ตรงกับความรู้สึกของท่าน

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีความสำคัญ
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>				
ทะเล ชายหาดและหมู่เกาะ				
สถานบันเทิง/Walking Street				
กีฬา (เช่น บ้านจิมป์ จีมา รถมอเตอร์ คันน้ำ ฯลฯ)				
โรงละครแสดงโชว์ (เช่น ทิฟฟานี อลังการ โชว์มายากล ฯลฯ)				
สวนสนุก สวนหย่อม และอุทยาน (เช่น สวนนงนุช ริบลีย์ ฟาร์มจระเข้ พญา ปาร์ค ฯลฯ)				
งานแสดงโชว์สัตว์ โชว์ศิลปะ (เช่น บ้าน สุขาวดี เมืองจำลอง อันเดอร์วอเตอร์ เวิร์ด ฯลฯ)				
งานประเพณีต่างๆ (เช่น วันไหล แข่งเรือ ฯลฯ)				
<b>ปัจจัยด้านราคา (ราคามีความเหมาะสม)</b>				
ราคาของที่ฝาก				
ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม				

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีความสำคัญ
ราคาบัตรผ่านเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ				
ราคาตั๋วรถไฟและเครื่องบิน				
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (มีความสะดวก)</b>				
แหล่งในการหาข้อมูลเมืองพัทยา (เช่น หนังสือ เว็บไซต์ ฯลฯ)				
การจองที่พัก				
การเดินทาง - โดยรถประจำทาง				
- โดยรถยนต์ส่วนตัว				
การจองรถเช่า				
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>				
ราคาห้องพักตามฤดูกาล				
ราคาแพ็คเกจสถานที่ท่องเที่ยว				
การได้รับคำแนะนำ/คำชักชวนจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก				
งานเทศกาลต่างๆ (เช่น พัทยานิวสติกเฟส ดิวล์ สีสันตะวันออก ฯลฯ)				
งานแข่งขันกีฬาต่างๆ (เช่น พัชยมาราธอน ฯลฯ)				
งานกิจกรรมชายหาดของบริษัทต่างๆ (เช่น งานวาสนา ฯลฯ)				
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>				
อัยาศัยของคนในท้องถิ่น				
พนักงานต้อนรับที่ต่างๆ (เช่น ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ)				
การให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ (เช่น ตำรวจ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ตำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ)				

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีความสำคัญ
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b>				
ภูมิทัศน์ของชายหาด				
สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (เช่น น้ำจืด ไฟฟ้า ฯลฯ)				
การคมนาคมในพื้นที่ (เช่น รถสองแถว จักรยานยนต์รับจ้าง ฯลฯ)				
สิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น ทางลาด สำหรับคนพิการ ป้ายบอกทาง ไฟข้าม ถนน ฯลฯ)				
ความสะอาดของชายหาด				
ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน				
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการ</b>				
ความรวดเร็วและความสะดวกในการได้รับบริการต่างๆ (เช่น ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ)				
การบริหารจัดการของเทศบาล (เช่น การดูแลภูมิทัศน์ ความสะอาด การมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ฯลฯ)				
การจัดโซนสำหรับพักผ่อนหรือท่องเที่ยว				
<b>ปัจจัยด้านอื่นๆ</b>				
รายได้ของท่านมีผลต่อการมาท่องเที่ยว				
เคยเดินทางมาแล้ว จึงกลับมาอีก				

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้รับในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

คำชี้แจง โปรดเรียงลำดับความพึงพอใจมา 3 อันดับ โดยที่อันดับ 1 พึงพอใจมาก ,อันดับ 2 พึงพอใจปานกลาง และอันดับ 3 พึงพอใจน้อย

##### 1. สถานที่

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| ... ความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ | ... ความสะอาดสบายของที่พักร |
| ... ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวบนเทิง | ... ความหลากหลายของกิจกรรม  |

##### 2. การเดินทางภายในเมืองพัทยา

- |                        |                   |
|------------------------|-------------------|
| ... มอเตอร์ไซค์รับจ้าง | ... รถสองแถว      |
| ... รถประจำทาง         | ... รถยนต์ส่วนตัว |
| ... เดิน               |                   |

##### 3. การเดินทางไป-มาเมืองพัทยา

- |                      |                            |
|----------------------|----------------------------|
| ... รถโดยสารประจำทาง | ... รถยนต์ส่วนตัว          |
| ... รถเช่า           | ... อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

##### 4. อัยาศัยของคนท้องถิ่น

- |                       |                        |
|-----------------------|------------------------|
| ... คนในท้องถิ่น      | ... พนักงานบริการต่างๆ |
| ... เจ้าหน้าที่ของรัฐ | ... พ่อค้า – แม่ค้า    |

##### 5. ระดับราคาสินค้าและบริการ

- |                         |                        |
|-------------------------|------------------------|
| ... ที่พัก              | ... สถานที่ท่องเที่ยว  |
| ... อาหารและเครื่องดื่ม | ... ของฝาก/ของที่ระลึก |

##### 6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

- |                                   |                            |
|-----------------------------------|----------------------------|
| ... ในที่พัก                      | ... บริเวณชายหาด           |
| ... สถานที่บนเทิง/ Walking Street | ... สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ |

##### 7. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

- |                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|
| ... สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน | ... ระบบขนส่ง            |
| ... สถานที่จอดรถ           | ... ห้องน้ำ - ห้องอาบน้ำ |

##### 8. ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

- |                                  |                    |
|----------------------------------|--------------------|
| ... หนังสือ                      | ... อินเทอร์เน็ต   |
| ... ญาติ / เพื่อน                | ... หน่วยงานราชการ |
| ... การประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ |                    |

## ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ##



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวธิดารักษ์ นิภาวงษ์
วัน เดือน ปี เกิด	24 พฤศจิกายน 2526
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเรยีนาเชลีวิทยาลัย ปีการศึกษา 2545 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2549
ประวัติการทำงาน	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า พี แอนด์ อาร์ ทราเวล เซอร์วิส จ.ชลบุรี พ.ศ. 2549 - 2551

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved