

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองพัทยา

นายรัฐไท พร้อมอาสา

เอกสารวิชาการส่วนบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

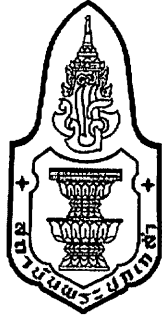
หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง

การบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 7

สถาบันพระปกเกล้า

พ.ศ.2551

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า



แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองพัทยา

นายรัฐไท พร้อมอาสา

หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง
การบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 7
สถาบันพระปกเกล้า
พ.ศ.2551
ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า

สถาบันพระปกเกล้า

เอกสารวิชาการส่วนบุคคล เรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่เมืองพัทยา

โดย นายรัฐไท พร้อมอาษา รหัสประจำตัวนักศึกษา 511-102-088

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
(รองศาสตราจารย์ วุฒิสาร ตันไชย)

อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาประกาศนียบัตรชั้นสูง หลักสูตรการบริหารงานภาครัฐ
และกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 7


.....

(ศาสตราจารย์ ดร.วิษณุ เกรืองาม)

ประธานคณะกรรมการ

หลักสูตรการบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาปัจจัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวและเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัทยา กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว จำนวน 384 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ใช้ค่าไคร์-สแควร์ (Chi-square) ในการทดสอบและค่าการทดสอบ Phi เพื่อหาความเกี่ยวข้อง

ผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับโอกาส มีระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา (2549) ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน และจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมาเกินกว่า 10 ครั้ง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยด้านความเป็นธรรมชาติ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยานักท่องเที่ยวปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยานักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวของเมืองพัทยานักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยานักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทยา อยู่ในระดับเหมาะสมมาก

การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา กลยุทธ์ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดโซน หรือกำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบและสอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา ควรมีการขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร สถานบันเทิงฯลฯ ในการกำหนดราคาค่าให้บริการให้มีความยุติธรรมสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย ชมรม สมาคม กลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ควรมีการร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน

กิตติกรรมประกาศ

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา เป็นเอกสารวิชาการ/ส่วนบุคคล หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง การบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 7 ซึ่งผู้ศึกษาได้ รวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยความบังเอิญ (accidental sampling) จำนวน 384 ตัวอย่าง

ดังนั้น การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จะเป็นประโยชน์ ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยมี วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยว และเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ วุฒิสาร ตันไชย อาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาให้ คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดรายงานฉบับนี้ ซึ่งผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานฉบับนี้จะเป็น ประโยชน์สำหรับผู้สนใจที่จะศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา เพื่อนำไปต่อ ยอดในการศึกษาต่อไป

นายรัฐไท พร้อมอาษา

การบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 7

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค-ง
สารบัญตาราง	จ-ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
สมมติฐานการศึกษา	4
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดด้านประชากรศาสตร์	7
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	12
ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยว	15
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	31
กรอบแนวคิดในการวิจัย	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	33
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	36
ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	38
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	44
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน	45
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	61
สรุปผลการวิจัย	61
อภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะ	67
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	69
บรรณานุกรม	70
ภาคผนวก	73
แบบสอบถาม	78
ประวัติผู้ศึกษา	83

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ปี 2548-2549	3
ตารางที่ 2 ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ตารางที่ 3 ข้อมูลระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
ตารางที่ 4 ข้อมูลภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
ตารางที่ 5 ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
ตารางที่ 6 ข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
ตารางที่ 7 ข้อมูลรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
ตารางที่ 8 วันที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยวพัทยา	36
ตารางที่ 9 ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	37
ตารางที่ 10 จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)	37
ตารางที่ 11 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	38
ตารางที่ 12 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	39
ตารางที่ 13 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	39
ตารางที่ 14 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	40
ตารางที่ 15 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์	41
ตารางที่ 16 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว	41
ตารางที่ 17 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านโครงสร้างพื้นฐานรอง	42
ตารางที่ 18 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 19 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	44
ตารางที่ 20 ความเกี่ยวข้องระหว่างอายุกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	46
ตารางที่ 21 ความเกี่ยวข้องระหว่างอายุกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)	47
ตารางที่ 22 ความเกี่ยวข้องระหว่างอาชีพกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	48
ตารางที่ 23 ความเกี่ยวข้องระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)	49
ตารางที่ 24 ความเกี่ยวข้องระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมือง พัทยาโดยเฉลี่ย	50
ตารางที่ 25 ความเกี่ยวข้องระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งของการเดิน ทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)	51
ตารางที่ 26 ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิฐานะในปัจจุบันกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมือง พัทยาโดยเฉลี่ย	52
ตารางที่ 27 ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิฐานะในปัจจุบันกับจำนวนครั้งของการเดินทาง มาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)	53
ตารางที่ 28 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกทางธรรมชาติกับระยะเวลาที่พักอาศัยใน เมืองพัทยาโดยเฉลี่ย	54
ตารางที่ 29 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกทางธรรมชาติกับจำนวนครั้งของการ เดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)	55
ตารางที่ 30 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นกับระยะเวลาที่พักอาศัย ในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	56
ตารางที่ 31 ความเกี่ยวข้องระหว่างด้านสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นกับจำนวนครั้งของ การเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)	57
ตารางที่ 32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	58

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	8
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	32

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นและนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ก่อให้เกิดการจ้างงานและธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกหลายแขนง โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นทั่วโลกทำให้หลาย ๆ ประเทศมาใช้ในการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการฟื้นตัวและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากต่างมองเห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบและไม่ก่อให้เกิดการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าประเภททุนจากต่างประเทศ ไม่ต้องเผชิญกับปัญหาเกี่ยวกับการกีดกันทางการค้า และสามารถสร้างรายได้ทดแทนการนำเข้า ลดการขาดดุลทางการค้าให้กับประเทศได้

จากนโยบายของรัฐบาลในการเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย จะเห็นได้ว่านอกจากการส่งออกแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นอีกทางหนึ่งที่รัฐบาลฝากความหวังไว้ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่าคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน ประกอบกับทางรัฐบาลก็มีการป้องกันไม่ให้เกิดการขาดดุลการส่งออกของประชาชนชาวไทย ทางรัฐบาลได้ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดทำแผนกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น เที่ยวเมืองไทยไปได้ทุกเดือน การท่องเที่ยวในวันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา ทั้งนี้เพื่อชักชวนชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศไม่ให้นำเงินตราไปใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศนอกจากเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญแล้ว โครงสร้างรายได้ของการท่องเที่ยวไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น รายได้จากการท่องเที่ยวที่เคยกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ขยายออกไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เช่น ภูเก็ต สงขลา เชียงใหม่ ชลบุรี ระยอง พัฒนาด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เป็นต้น ภาครัฐได้ให้ความสนใจและสนับสนุนเป็นอย่างดีประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและน่าสนใจกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งจำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามลักษณะ

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

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

เมืองพัทยาเดิมชาวบ้านเรียกว่า ท้าพระยาและต่อมาเรียกใหม่เป็นพัทยา เนื่องจากเห็นวาทรงที่บริเวณพระยาดาก (พระเจ้าตากสินมหาราช) มาตั้งทัพนั้นทำเลดีมีลมทะเล ชื่อลมพัทธยา คือลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือในต้นฤดูฝน จึงเรียกสถานที่แห่งนี้ว่า หมู่บ้านพัทธยา ต่อมาปัจจุบันได้เขียนใหม่เป็นพัทยา

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

เมืองพัทยา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมาโดยตลอด เมืองพัทยามีเปรียบเสมือนศูนย์กลางการท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น

ศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ ด้านการคมนาคม ด้านการศึกษา ด้านการบริการและการท่องเที่ยวเมือง พัทธานับได้ว่าเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากเมืองอื่น ๆ ในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งถือเสมือนเป็นข้อได้เปรียบของเมืองในอันที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา ท้องถิ่นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการบริหาร ซึ่งจุดเด่นเป็นข้อได้เปรียบของเมืองหรือศักยภาพของเมืองพัทธานี้ดังนี้

1. เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีแนวชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่ตากอากาศยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร
2. เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการ และ พาณิชยกรรมระดับภาค
3. เป็นเมืองศูนย์กลางการบริหารและท่องเที่ยวสำหรับ โครงการพัฒนาพื้นที่ บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก
4. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและ โทรคมนาคมระดับภาค
5. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ
6. เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภคที่สมบูรณ์แบบเอื้อประโยชน์ต่อการผลิต การลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
7. เป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ
8. เป็นเมืองที่มีรูปแบบและระบบการปกครองที่เอื้อต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน
9. เป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางและศูนย์การแข่งขันกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศ และระดับโลก (กองวิชาการและแผนงานเมืองพัททยา, 2546, หน้า 5-6)

ตารางที่ 1 สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัททยา ปี 2548-2549

ข้อมูล	ปี 2549	ปี 2550	%
นักท่องเที่ยว	3,655,380	4,373,762	19.65
ชาวไทย	1,249,552	1,460,989	16.92
ชาวต่างชาติ	2,405,828	2,912,773	19.65

(ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3)

จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเมืองพัทยา จะเห็นได้ว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยว

ประโยชน์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคตของเมืองพัทยา และเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.1 สนิมรดกทางธรรมชาติของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

2.2 สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

ขอบเขตของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย ที่มาเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2. โดยมีข้อมูลในการศึกษาวิจัย ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ภูมิฐานะที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน และปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่น ด้าน สนิมรดกทางธรรมชาติ และด้านสนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองพัทยา

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา เพื่อพักผ่อน เพื่อความบันเทิง

สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว

สถานที่พักแรม หมายถึง สถานที่ให้บริการที่พักแรม ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกรสเฮาส์ บ้านพักของเพื่อน ญาติพี่น้องที่ระหว่างมาท่องเที่ยว เป็นต้น ที่อยู่ในพื้นที่เมืองพัทยา

การจัดจำหน่ายบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การเลือกช่องทางหรือสถานที่ในการนำบริการการท่องเที่ยวออกสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อทำการขยายบริการในรูปแบบของหน่วยงาน ให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อบริการการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

การส่งเสริมการตลาดของรัฐกิจท่องเที่ยว หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตบริการการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้เกิดการซื้อบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีกทั้งสร้างชื่อเสียงและค่านิยมให้กับผู้ผลิตบริการการท่องเที่ยวอีกด้วย

สินมรดกทางธรรมชาติ หมายถึง ลมฟ้า อากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า ภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น

สินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น หมายถึง สิ่งจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารของที่ระลึก

อายุ หมายถึง อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ระหว่างที่ได้ทำการศึกษา

อาชีพ หมายถึง อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

รายได้เฉลี่ย หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน หมายถึง ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และรวบรวมข้อมูลเอกสารจากทางราชการ งานวิจัยเกี่ยวข้องมาทำการศึกษา เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและสำหรับการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

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

1. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

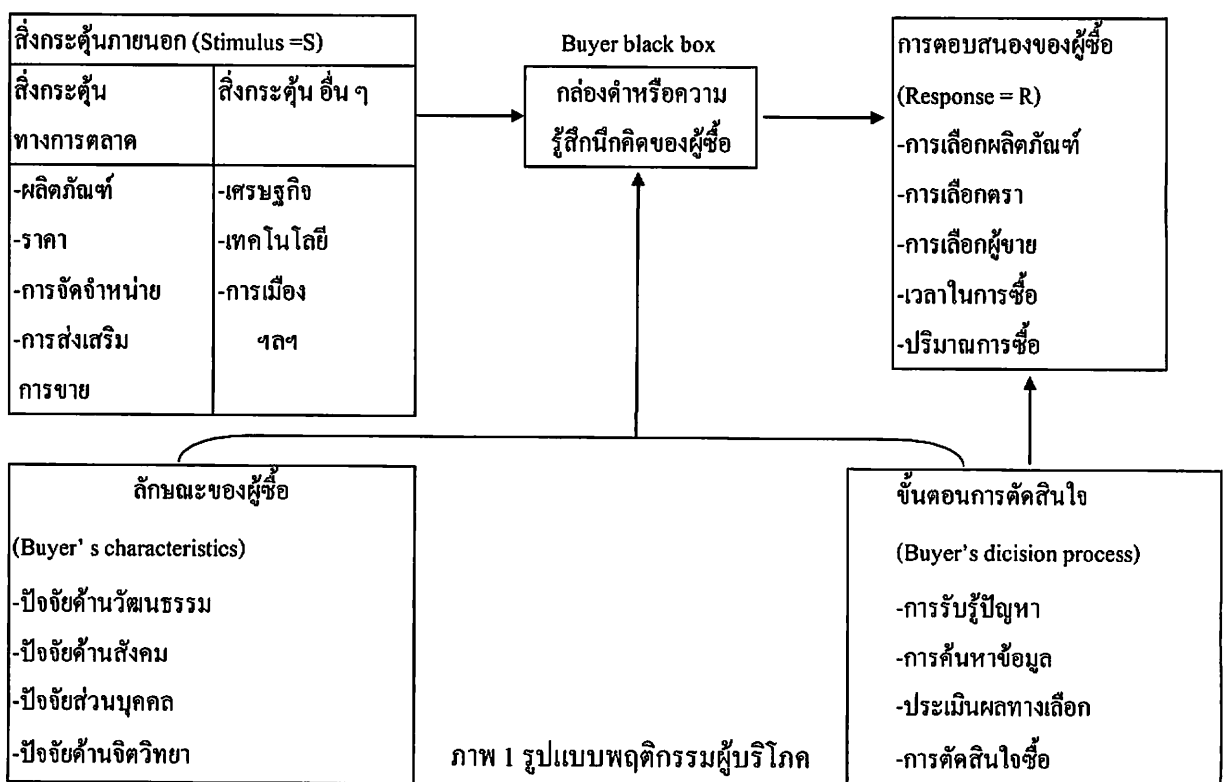
แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ประชากรศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับขนาดองค์ประกอบการกระจายและการเปลี่ยนแปลงของประชากร ประชากรเหล่านี้คือมนุษย์ผู้มีความต้องการอันธรรมชาติอยู่แล้วนั่นเอง ส่วนนักการตลาดเป็นผู้ที่มีหน้าที่ต้องเข้าไปสร้างความอยากได้ในผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้บังเกิดในมนุษย์ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจึงต้องสนใจติดตามตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางด้านลักษณะประชากร โดยอาศัยความรู้ทางด้านประชากรศาสตร์ ในประเด็นต่าง ๆ อยู่เสมอ

ขนาดของประชากร หมายถึง จำนวนมนุษย์ในอาณาเขตใดอาณาเขตหนึ่งซึ่งนับได้ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ยิ่งประชากรมีขนาดใหญ่เท่าใดความต้องการของประชากรก็จะยิ่งมีขนาดใหญ่และเอกภพของบุคคลยังมีจำนวนมากเป็นเงาตามตัว ทำให้ความอยากได้ยิ่งหลากหลายช่องทางในการทำธุรกิจก็ยิ่งมีมากขึ้น แต่ขนาดของตลาดจะสัมพันธ์กับการลงทุนหรือไม่นั้นต้องอาศัยตัวแปรอื่นมาประกอบ เช่น อำนาจซื้อของประชากรเหล่านั้น นักการตลาดจึงต้องสนใจติดตามตรวจสอบแนวโน้มของประชากรตลอดเวลา

มีการแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยมีการใช้เกณฑ์หลายเกณฑ์ ตัวประชากร ศาสตร์ เช่น อายุ ขนาดครอบครัว วงจรชีวิตของครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ เป็นต้น ตัวแปรเหล่านี้นิยมใช้กันมากในการระบุความแตกต่างระหว่างกลุ่มลูกค้าทั้งหลายเหตุผลประการหนึ่งก็คือ ความต้องการหรือความชอบของผู้บริโภครวมทั้งอัตราการใช้ มักเกี่ยวพันเป็นอย่างมากกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Kotler, 1972, pp.264-266)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนองซึ่งสามารถอธิบายเป็นรูปภาพได้ดังนี้ (อคุต จาตุรงค์กุล, 2545, หน้า 21)



ภาพ 1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

1. สิ่งกระตุ้น อาจเกิดขึ้นภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

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

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น สภาพเศรษฐกิจ รายได้ ผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น ๆ

2. กล่องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องคำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การ

รับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรม
ภายหลังการซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละกระบวนการจะกล่าวถึงในหัวข้อกระบวนการตัดสินใจ
ของผู้ซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ

๕๐๐

ทางการซื้อออกไป ทั้งนี้จะเป็นไปในรูปใดนั้นย่อมขึ้นกับอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรมที่ครอบงำเขาอยู่ หรือขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวเขา เช่น อายุ อาชีพ หรือขึ้นกับลักษณะทางจิตวิทยาบางอย่างของเขา เช่น การเรียนรู้ การรับรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ เป็นต้น

บทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ (อตุล จาตุรงค์กุล, 2545, หน้า 22)

1. ผู้เริ่มเป็นผู้เสนอความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพลเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่จะให้คำแนะนำว่า ควรซื้อหรือไม่ควรซื้อสินค้า
3. ผู้ตัดสินใจเป็นผู้ที่จะตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า
4. ผู้ซื้อเป็นผู้ที่ไปซื้อสินค้า
5. ผู้ใช้เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น

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

1. พฤติกรรมการซื้อแบบสลับซับซ้อน เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูงในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าราคาสูงหรือผลิตภัณฑ์ที่ราคาแพงซื้อไม่บ่อยและมีความเสี่ยงสูง โดยทั่วไปผู้บริโภคยังไม่รู้จักเกี่ยวกับประเภทผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างการซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ผู้บริโภคยังไม่รู้ถึงคุณสมบัติคอมพิวเตอร์ ผู้บริโภคต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ โดยพัฒนาความเชื่อถือและทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แล้วพัฒนาทัศนคติซึ่งนำไปสู่การซื้อ นักการตลาดจึงต้องพัฒนากลยุทธ์ซึ่งช่วยผู้ซื้อในการเรียนรู้คุณสมบัติ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ การสร้างความแตกต่างระหว่างลักษณะผลิตภัณฑ์จึงมุ่งใจพนักงานขาย ร้านค้าและผู้ซื้อคอมพิวเตอร์

2. พฤติกรรมการซื้อแบบลดความสลับซับซ้อน เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูง ในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าต่ำเป็นสถานการณ์การซื้อที่มีความสลับซับซ้อนสูงแต่มีความแตกต่างในตราสินค้าน้อย ความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูงจะเกิดในกรณีที่มีการซื้อสินค้านี้บ่อยครั้งและมีความเสี่ยงสูง ตัวอย่างการซื้อเฟอร์นิเจอร์ซึ่งถือว่ามีสลับซับซ้อนสูงแต่ความแตกต่างระหว่าง

ตราสินค้าน้อย การตัดสินใจซื้อ ขึ้นอยู่กับราคาหรือความสะดวกซึ่งนักการตลาดจะต้องสร้างความเชื่อถือและการประเมินทางเลือกเพื่อช่วยผู้บริโภคให้เกิดความรู้สึกที่ดีเกี่ยวกับการเลือกตราสินค้า

3. พฤติกรรมการซื้อแบบประจำ เป็นพฤติกรรมซื้อที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจต่ำในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างต่ำ เป็นสถานการณ์ เมื่อผู้บริโภคเห็นความแตกต่างระหว่างตราสินค้าน้อย และความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อต่ำ เช่น การซื้อสบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก ฯลฯ นักการตลาดต้องพยายามเรียกร้อง ให้เกิดความสนใจในตราสินค้าและพยายามเสนอผลิตภัณฑ์ลักษณะใหม่รวมทั้งการจัดแสดง ณ จุดซื้อ การลดราคา การแจกแถมและการชิงรางวัล ตลอดจนการโฆษณาเพื่อความทรงจำ เป็นต้น

4. พฤติกรรมการซื้อแบบเลือกมาก เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อต่ำ ในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าสูง ตัวอย่างการซื้อขนมเค้ก ผู้บริโภคมีความเชื่อถือในขนมเค้กเอสแอนด์พี (S&P) ในร้านค้าสะดวกซื้อใกล้บ้าน กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้นำ จะต้องพยายามกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อตามชั้นวาง มีสินค้าให้ครบถ้วนในชั้นวาง มีโฆษณาเพื่อเตือนความทรงจำคู่แข่งชั้นต้องกระตุ้นให้หลากหลาย โดยการเสนอราคาต่ำ การแจกคูปอง การขายควบการแจกตัวอย่างสินค้าและโฆษณา ซึ่งแสดงถึงความพยายามในการค้นหาสิ่งใหม่ ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทางหรือการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะนำไป การเดินทางท่องเที่ยวนี้ หมายถึง การเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ (วินิจ วีรยางกูร, 2536, หน้า 1)

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ดังนั้นการเดินทางจึงมิได้จำกัดเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษา

หาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (เสรี วังสไพจิตร, 2530, หน้า 2-3)

ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว นั้น มีเหตุในการจูงใจหรือมุ่งมั่นในการเดินทาง ดังนี้

1. เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การทำงานหนักซ้ำซากจะทำให้เกิดความเบื่อหน่าย ดังนั้นคนเราจึงต้องการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศเพื่อหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน
2. เพื่อการพักผ่อน หลังจากทำงานหนัก คนเราต้องการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ดังนั้น โปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนจึงมักเป็นที่ที่มีอากาศดี ภูมิประเทศสวยงาม สงบ และมีสิ่งเจริญตาเจริญใจหัวข้อสำคัญ
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สถานที่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะ ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุหรือสถานที่ที่มีประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง
4. เพื่อการศึกษา แบ่งออกเป็นเพื่อการชมกีฬาและเล่นกีฬา เช่น การแข่งรถ ปีนเขา เล่นเรือใบ เป็นต้น
5. เพื่อธุรกิจ หมายถึง การที่ไปทำธุรกิจและท่องเที่ยวไปด้วย
6. เพื่อประชุมสัมมนา ปัจจุบันการจัดประชุมสัมมนา มักนิยมจัดตามที่ตั้งต่าง ๆ รวมทั้งต่างประเทศด้วย จึงเป็นเหตุให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีโอกาสท่องเที่ยวในประเทศหรือท้องถิ่นนั้น ๆ
7. เพื่อการศึกษา นิยมกันมากในกลุ่มผู้มีฐานะดี เช่น การจัดกลุ่มไปเรียนภาษาต่างประเทศ ณ ต่างประเทศ
8. เพื่อเพชรส จากประวัติการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่า นับแต่โบราณกาลมาแล้ว การท่องเที่ยวของคนบางกลุ่มเป็นไปเพื่อการนี้โดยเฉพาะ แต่มักไม่กระทำโดยโจ่งแจ้ง มักแอบแฝงและรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้จัดการ

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

1. เวลาว่าง บุคคลที่จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวอย่างน้อยต้องใช้เวลารว่างช่วงหนึ่ง เพื่อจุดมุ่งหมายการเดินทางของตนเอง
2. การเงิน การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ต้องใช้เงินในการจ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งผู้เดินทางจะต้องมีความพร้อมในค่าใช้จ่ายส่วนนี้

3. สุขภาพ บางครั้งการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกลหรือมีภูมิอากาศแตกต่างไปจากที่เคยชิน สิ่งเหล่านี้อาจเป็นอุปสรรคแก่ผู้ที่คิดจะเดินทางได้และผู้ที่สุขภาพไม่ดีมีโรคประจำตัวก็อาจเป็นปัญหาในการเดินทางได้เช่นกัน
4. อาชีพ การกิจการงานสำหรับบางคนอาจเป็นอุปสรรคในการเดินทาง
5. ระยะเวลา การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกล อาจจะไม่เอื้ออำนวยและสอดคล้องเวลาว่าง การเงิน หรือสุขภาพด้วย

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

1. สนิมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลมฟ้า อากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า ภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น
2. สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อชูใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ได้แก่
 - 2.1 สนิมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศาสนา
 - 2.2 โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ เครื่องอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย
 - 2.3 โครงสร้างเหนือฐานรอง ได้แก่ สิ่งที่จะดึงดูดคนนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านขายของที่ระลึก
 - 2.4 วิธีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงท่าที ความรู้สึกของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

จากแนวความคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า สนิมรดกทางธรรมชาติและสนิมรดกที่คนสร้างขึ้น มีความสำคัญในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น ขณะเดียวกันในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ โดยองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (Mill, 1990j, p.22) คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ 2) สิ่งอำนวยความสะดวก 3) การขนส่ง 4) การต้อนรับ

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540, หน้า 45) ได้กล่าวถึง การรับรู้ถึงการจัดกิจกรรมและบริการสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวไว้ 10 ประการ คือ

1. การคมนาคมขนส่ง
2. ที่พักแรม
3. ร้านอาหารและภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
5. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว
6. ร้านขายของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง
9. การจัดบริการอื่น ๆ
10. การเผยแพร่โฆษณา

ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยว

ผลผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการผลิตบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะของการบริการนั้นจะมีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ คือ (นงนุช ศรีธนาอนันต์, 2538, หน้า 47-50)

1. จับต้องไม่ได้ ผลิตภัณท์ในรูปบริการส่วนมากผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เพียงอย่างหนึ่งอย่างเดียว (ได้แก่ เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ชิม รู้สึก) ก่อนการซื้อและการบริโภค ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพหรือทดลองก่อนตัดสินใจซื้อได้ ดังนั้นข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นหรือทัศนคติใด ๆ ที่เกี่ยวกับบริการจึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภค และกลายเป็นสิ่งที่ผู้ซื้อเสาะแสวงหาล่วงหน้าก่อนเสมอ นอกจากนั้นพฤติกรรมกรซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยมากยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ครั้งที่แล้วเป็นสำคัญ ในความเป็นจริง แม้ลูกค้าจะได้รับสิ่งจับต้องได้ เช่น รับประทานอาหารรสดี พักและนอนบนเตียงแสนสบายในห้องที่สะอาดและตกแต่งสวยงาม โดยสารเครื่องบินบนที่นั่งชั้นหนึ่ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเหล่านี้เป็นบริการที่ลูกค้าต้องซื้อ แต่สิ่งตอบแทนที่ลูกค้าคาดหวังและจัดเป็นส่วนสำคัญของบริการคือ สิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น นาย ก จ่ายเงินเข้าพักโรงแรมชั้นหนึ่งย่อมคาดหวังจะได้รับบริการที่ดีคือ นอกจากห้องพักที่สะอาดสวยงาม ได้มาตรฐาน โรงแรมชั้นหนึ่งแล้ว ยังต้องการความดูแลเอาใจใส่ของพนักงานที่พร้อมจะอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดเวลาที่พักอยู่ รวมไปถึงบุคลิกภาพที่ดี

2. แยกออกจากกันไม่ได้ สำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในธุรกิจบริการ จะสังเกตได้ว่า สินค้าในรูปบริการไม่สามารถแยกออกจากผู้ผลิตและผู้ขายได้ กล่าวคือ กิจกรรมการผลิต (เช่น การแสดงวิธีการให้บริการ) การขาย การส่งมอบและการบริโภค มักจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและไม่สามารถแยกขาดจากกันได้อย่างชัดเจน เช่น การให้บริการข้อมูลต่อนักท่องเที่ยว ย่อมต้องเกิดขึ้นในเวลาเดียวกับที่มีนักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลและคำถามเพื่อฟังคำตอบ ถ้าจะเปรียบเทียบการให้บริการซึ่งเปรียบเหมือนขั้นตอนการผลิต จึงไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลที่อาจเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ขาย นั่นหมายถึงการผลิตจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการบริโภคหรือการซื้อบริการ ณ สถานที่ผลิตเท่านั้น

3. มีความหลากหลาย ภาพของบริการอาจมีความคล้ายคลึงกันแต่ไม่สามารถตั้งหรือกำหนดมาตรฐานไว้ให้เหมือนกันทุกครั้ง จึงต่างจากสินค้าที่จับต้องได้ซึ่งผ่านการผลิตโดยอาศัยอุปกรณ์ เครื่องจักร ภายใต้รูปแบบที่สามารถกำหนดและมาตรฐานที่ตั้งไว้ล่วงหน้า การกำหนดมาตรฐานเพื่อใช้เป็นแบบอย่างในการให้บริการ จึงได้เพียงจัดรูปแบบวิธีการทำงาน เช่น มาตรฐานโรงแรมชั้นนำ การจัดให้มีบริการรับจองที่นั่งโดยสารเครื่องบินผ่านเครือข่ายระบบศูนย์รับจองแต่ในทางปฏิบัติและรายละเอียดของการให้บริการนั้น แต่ละแห่งยังแตกต่างกันไปตามวิธีการและความชำนาญของบุคลากร โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมขณะให้บริการ รวมทั้งลักษณะนิสัยและการแสดงออกที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละคนที่เข้ามาติดต่อ ซึ่งสามารถสรุปสาเหตุสำคัญจากความหลากหลาย ซึ่งมาจากความแตกต่างของบุคคลอื่นได้แก่

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

4. หมดอายุง่าย บริการเป็นผลผลิตที่มีอายุการใช้สั้น หรือหมดอายุง่ายมากทำให้ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ตัวอย่างเช่น จำนวนที่นั่งที่ยังว่างบนเครื่องบินโดยสารในแต่ละเที่ยวบิน ห้องพักโรงแรมที่ว่างไม่มีแขกเข้าพักในแต่ละคืน ที่นั่งว่างในห้องอาหารในแต่ละรอบบริการเหล่านี้ แสดงถึงความสูญเสียรายได้ และเสียโอกาสในการผลิตที่สามารถสร้างรายได้ไปอย่างน่าเสียดาย เพราะไม่สามารถเก็บรักษา (โอกาสทำรายได้) ไว้เพื่อมาขายพร้อมกับโอกาสใหม่ในวันรุ่งขึ้น

ได้ นอกจากนั้นบางบริการมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของอุปสงค์อันเป็นลักษณะของธุรกิจ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้คุณลักษณะหมาดอายุ่งมีลักษณะเด่นชัดขึ้นอีก

5. ความเป็นเจ้าของ ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ / ผู้ซื้อจะขาดความเป็นเจ้าของในบริการที่ซื้อโดยสมบูรณ์เพราะหลังจากที่ได้นั่งบนเครื่องบินหรือใช้ห้องพักตามช่วงเวลาที่ได้จ่ายไปแล้ว ที่นั่งและห้องพักนั้นจะถูกนำไปผ่านกระบวนการเพื่อขายต่อไปได้อีก จึงนับเป็นลักษณะที่แตกต่างอันเห็นได้ชัดระหว่างอุตสาหกรรมบริการและอุตสาหกรรมสินค้าทั่วไป ในการผลิตบริการทางการท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการดำเนินงานต่าง ๆ ที่จะทำให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเยือน ขณะเดียวกันก็มีการสร้างบริการในลักษณะต่าง ๆ ที่จะอำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนควบคู่กันไปด้วย ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น มีการพำนักนานวันขึ้น และการใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งผลผลิตของธุรกิจการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องมีการลงทุนทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนควบคู่กันไป โดยภาครัฐบาลเป็นผู้ลงทุนในการสร้างคุณภาพของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่และพยายามแสวงหาและสร้างทรัพยากรทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นพร้อมกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว อีกทั้งรัฐบาลจะต้องลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวด้วย สำหรับภาคเอกชนก็มีการลงทุนในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกและจูงใจนักท่องเที่ยว เช่น การลงทุนในการประกอบธุรกิจขนส่ง ที่พักแรม อาหาร บริการนำเที่ยวและการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

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

หาดพัทยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เด่นสะดุดตาของพัทยา เป็นหาดรูปโค้งครึ่งวงกลม มีถนนเลียบริมชายหาดตลอดสายยาวประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นหาดที่ร่มรื่นไปด้วยพันธุ์ไม้นานาชนิดเหมาะสำหรับการพักผ่อน นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์การกีฬาทางบก-ทางน้ำ หลายประเภท

ชายหาดพัทยานั้น เริ่มตั้งแต่บริเวณพัทยาเหนือ (แยกโรงแรมคูสติร์สอร์ท) เลียบไปตามแนวถนนชายหาดจนถึงพัทยาใต้ (จรดเขาพัทยา) ซึ่งในบริเวณย่านนี้ทั้งหมดเป็นเขตชุมชนหนาแน่นมีโรงแรม ร้านค้าภัตตาคาร ร้านอาหาร และธุรกิจทุกประเภทตั้งอยู่มากมายรวมทั้งบาร์เบียร์ ในดัลลัส หลายแห่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวในยามราตรี

หาดจอมเทียน เป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลของพัทยา ซึ่งมีบรรยากาศ อีกแบบหนึ่งแตกต่างไปจากอ่าวพัทยา มีระยะห่างกันเพียง 6 กิโลเมตร สถานที่แห่งนี้เป็นชายหาดที่ต่อเนื่องจากเขาพัทยานี้อย่างต่อเนื่องชายหาดเป็นระยะทางยาวประมาณ 3 กิโลเมตร หาดจอมเทียนเป็นหาดที่เงียบสงบปัจจุบันชายหาดนี้ได้รับการพัฒนาให้มีการปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นและสวยงาม

หาดจอมเทียน เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมาก ที่ต้องการหาความสงบในการพักผ่อนและมีกีฬาทางน้ำอื่น ๆ เช่น สกีนํ้า เจ็ตสกี วินด์เซิร์ฟ เรือลากกล้วย นอกจากนี้ยังมีบังกะโลหลายแห่งรวมทั้งภัตตาคารและร้านอาหารทะเลไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

หมู่เกาะล้าน ประกอบด้วย เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองพัทยา จากชายหาดเมืองพัทยาจะสามารถมองเห็นเกาะล้าน ได้ชัดเจนเพราะอยู่ห่างจากฝั่งออกไปเพียงประมาณ 7.5 กิโลเมตร การเดินทางโดยเรือเร็วใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 นาที และเรือโดยสารประมาณ 40 นาที หมู่เกาะล้านแต่เดิมเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในนามว่า “หมู่เกาะปะการัง” เพราะอุดมไปด้วยปะการังนานาชนิดเป็นแหล่งปะการังที่สมบูรณ์แห่งหนึ่งของประเทศและใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด โดยมีเกาะครก และเกาะสากเป็นเกาะบริการ

เกาะล้านมีแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวหลายแห่ง ดังนี้

1. หาดตาแหวน อยู่ทางตอนเหนือของเกาะเป็นหาดทรายยาวประมาณ 750 เมตร มีความงามทางธรรมชาติมากเพราะมีหาดทรายที่ขาวสะอาดและน้ำทะเลใสเป็นสีครามปลายหาดทั้งสองด้านยังมีแนวปะการังในระดับน้ำตื้นที่มีสีสันสวยงาม

2. หาดเทียน เป็นหาดที่สวยงามแห่งที่สองมีความยาวของหาดประมาณ 500 เมตร อยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะ หาดทรายแห่งนี้มีความสวยงามไม่แพ้หาดตาแหวน แต่เนื่องจากมีขนาดเล็กกว่าจึงมีผู้นิยมไปท่องเที่ยวพักผ่อนน้อยอย่างไรก็ดีในฤดูที่มีมรสุมรุนแรงเข้าปะทะชายหาดทางด้านภาคเหนือ คือ หาดตาแหวนนักท่องเที่ยวก็ได้หลบไปพักผ่อน ณ หาดเทียนนี้แทนเป็นส่วนมาก

3. หาดแสม อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะล้าน เป็นหาดขนาดเล็กความยาวของหาดประมาณ 300 เมตร มีโขดหินและพื้นที่ป่าด้านขวาของชายหาดสมบูรณ์มีความสวยงามเงียบสงบเหมาะสมสำหรับการพักผ่อน การเล่นน้ำ มีน้ำทะเลและหาดทรายที่สะอาด

4. หาดนวล อยู่ทางตอนใต้ของเกาะล้านเป็นหาดขนาดเล็กยาวประมาณ 250 เมตร เป็นพื้นที่มีกรรมสิทธิ์เป็นของเอกชนสภาพสิ่งแวดล้อมชายหาดและปะการังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เนื่องจากไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวมากนักจึงเป็นหาดที่เงียบสงบเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นส่วนตัว

พื้นที่เกาะล้านยังมีหาดที่มีความสวยงามและมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์อีกหลายแห่ง เช่น หาดตาข่าย หาดแหลมหัวโขด และหาดตาพัน นอกจากหาดทรายชายทะเลแล้ว พื้นที่บนเกาะซึ่งส่วนใหญ่เป็นภูเขาปกคลุมด้วยพืชพันธุ์ไม้ที่เขียวชอุ่มตลอดทั้งปี ซึ่งนับว่ายังคงความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมไว้ได้มาก ดังนั้นเกาะนี้จึงเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญสำหรับการไปพักผ่อน

ตารางเดินเรือโดยสาร อัตราค่าโดยสาร ราคา 20 บาท จากพัทยาไปเกาะล้าน

08.00 น.	จากท่าเรือพัทยาใต้ – หาดตาแหวน (เที่ยวแรก)
08.30 น.	จากท่าเรือพัทยาใต้ – หาดตาแหวน
10.00 น.	จากท่าเรือพัทยาใต้ – ท่าหน้าบ้าน
12.00 น.	จากท่าเรือพัทยาใต้ – ท่าหน้าบ้าน
15.30 น.	จากท่าเรือพัทยาใต้ – ท่าหน้าบ้าน
17.00 น.	จากท่าเรือพัทยาใต้ – ท่าหน้าบ้าน
18.30 น.	จากท่าเรือพัทยาใต้ – ท่าหน้าบ้าน (เที่ยวสุดท้าย)

06.30 น.	จากท่าหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้ (เที่ยวแรก)
07.30 น.	จากท่าหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้
12.00 น.	จากท่าหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้
14.00 น.	จากท่าหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้
17.00 น.	จากท่าหน้าบ้าน – ท่าเรือพัทยาใต้ (เที่ยวสุดท้าย)

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

เขาพัทธา (เขาพระบาท) นอกจากความงามของชายหาดพัทธาถัดขึ้นไปบนเขาด้านฝั่งตะวันตกมีเนินเขาขนาดเล็กเป็นจุดชมวิวยอดนิยม ซึ่งจะมองเห็นทิวทัศน์ของหาดพัทธาทั้งหมด ซึ่งสวยงามมากเป็นอ่าวโค้งรูปครึ่งวงกลมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาพัทธามักจะไม่พลาดชมทัศนียภาพอันสวยงามบนเขาพัทธาแห่งนี้ เพราะนอกจากจะได้ชมทิวทัศน์ด้านหาดนจอมเทียน และในขณะเดียวกันก็ถือโอกาสนมัสการพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์บนเขาและพระพุทธรูปปางต่าง ๆ ประจำวันเกิดที่ประดิษฐานไว้เพื่อความเป็นสิริมงคล นอกจากนี้บริเวณเขาพัทธา ยังเป็นที่ตั้งของสถานีวิทยุทธหารเรือ (สทร.5) พัทธาและพระอนุสาวรีย์พระบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ประดิษฐานอยู่

เมืองจำลอง มีการจำลองสถาปัตยกรรมสำคัญต่าง ๆ ในประเทศและทั่วโลกไว้ เช่น พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งอนันตสมาคม อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ พระปฐมเจดีย์ ประสาทหินพิมาย สะพานข้ามแม่น้ำแคว หอไอเฟลปารีสฝรั่งเศส หอเอนปิซาอิตาลี แกรนแคนยอน และอนุสาวรีย์เทพีเสรีภาพ นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

พิพิธภัณฑ์ริบลีส “เชื่อหรือไม่” ตั้งอยู่ที่ชั้น 3 ศูนย์การค้ารอยัลการ์เด้นท์ พลาซ่า พัทธา เป็นศูนย์รวมความแปลกมหัศจรรย์เหลือเชื่อจากทั่วทุกมุมโลก เช่น ม้า 3 ขา, มนุษย์ 4 ตา, ห้องยานพาหนะแบบเหลือเชื่อ, อุโมงค์พิศวง, ห้องเครื่องมือสมัยโบราณ เป็นต้น

ปราสาทสังขรรม (ปราสาทไม้หรือเมืองโบราณพัทธา) ตั้งอยู่บริเวณแหลมราชเวช (ทางเข้าบริเวณชอชยามาเกลือ 12) มีพื้นที่ติดทะเลขนาด 60 ไร่ เริ่มก่อสร้างเมื่อปี 2524 โดยคุณเล็ก วิริยะพันธ์ เจ้าของเดียวกับเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ ปราสาทสังขรรมสร้างด้วยไม้ทั้งหลังไม่มีโลหะเข้ามาปะปนใช้ระบบเข้าเคียวไม้แบบไทยหรือใส่สลักไม้ ไม้ที่นำมาก่อสร้างจะเป็นไม้เนื้อแข็งและหายาก คือ ไม้สัก ไม้เต็ง จากในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน นับเป็นงานสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมแห่งศตวรรษ ปราสาทไม้สร้างเป็นทรงจตุรมุข ยอดปราสาทสูง 105 เมตร หลังคามุกทั้ง 4 ด้าน เป็นปราสาททรงอ่อนตามแบบอยุธยา ยอดประดับด้วยช่อฟ้า ใบระกาและสลักเทพเจ้าต่าง ๆ ตามตำนานของชาวตะวันออก (อินเดีย จีน เป็นต้น) ซึ่งทั้งหมดนี้มาจากจินตนาการของผู้สร้างโดยนำศิลปกรรมต่าง ๆ ของเอเชียมาปรุงแต่งตามแนวความคิดทางศาสนาปรัชญาผสมผสานกันและ

แนวความเชื่อว่ามนุษย์ได้รับอิทธิพลและความเกื้อกูลจาก ฟ้า ดิน พ่อ แม่ พระอาทิตย์ พระจันทร์ และดวงดาว ซึ่งถือเป็นพันธกิจ 7 ประการ เพื่อก่อเกิดชีวิตและชีวิตที่สมบูรณ์ย่อมประกอบด้วย ภารกิจ 4 ประการ ของมนุษย์ คือ เมตตา คุณธรรม ปรัชญาวิถีชีวิตและสันติภาพ โดยแสดง สัญลักษณ์ของพันธกิจ 7 ประการ ผ่านรูปจำหลักไม้เทพเจ้าไว้ภายในปราสาทและแสดงสัญลักษณ์ของภารกิจ 4 ประการ ผ่านรูปจำหลักไม้ ณ ลีขอดของส่วนปราสาท ยอดสุดของปราสาทจำหลักรูป พระศรีอริยเมตไตรยทรงม้า อันหมายถึง โลกในอุดมคติที่ทุกคนปรารถนาจะไปให้ถึงเหนือห้วงมูขุ ด้านหน้าที่หันสู่ทะเลเป็นยอดจำหลักรูปพรหมสี่หน้าบนหน้าบ้าน ส่วนบนขึ้นไปเป็นกิเลนและ หงส์ทั้งหมดนี้ คือ ความเป็นสิริมงคลแห่งชีวิต ส่วนจำหลักอื่น ๆ แสดงความเป็นสากลของความ หลากหลายชาติพันธุ์มนุษย์ที่อยู่ร่วม โลก รวมทั้งมีภาพจำหลักจากมหากาพย์รามายณะและ มหาภารตยุทธ์ โดยคัดเลือกตอนที่สำคัญเป็นที่รู้จักเพื่อแสดงภาพแห่งความสงบสันติและการ สงคราม

ปราสาทสังขรธรรม หรือเรียกตามโครงสร้างของอาคารสร้างด้วยไม้ ปราสาทไม้ แม้ขณะนี้ ปราสาทสังขรธรรมจะเป็นรูปเป็นร่างที่โดดเด่นตระการตา แต่ส่วนหนึ่งก็ยังคงดำเนินการสร้างและ ปรับเปลี่ยนแก้ไข เพิ่มเติมและส่วนให้สมบูรณ์และวิจิตร การก่อสร้างจึงใช้เวลานานไม่มีกำหนด แล้วเสร็จและไม่อาจวัดมูลค่าได้ นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจสามารถเข้าเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมที่ สวยงามได้

พระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาชีจรรย์ สร้างขึ้นน้อมเกล้าฯ ถวายพระบาทสมเด็จพระ เจ้าอยู่หัวฯ เป็นพุทธรูปแกะสลักหินประจำรัชกาลที่ 9 และเพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสทรง ครองสิริราชสมบัติได้ครบ 50 ปี เริ่มแกะสลักตั้งแต่ปลายเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2523 เป็นพระพุทธรูปยืนปางอุ้มบาตร

เอกซนิควรมหาวิหาร โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงรับไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นวัดในพระองค์ ซึ่งมีการกำหนดพื้นที่ ออกเป็น 4 เขต

1. เขตพุทธวาส เป็นสถานที่ตั้งปูชนียสถานและโบราณวัตถุ
2. เขตสังฆวาส แบ่งเป็น 2 พื้นที่ คือ พื้นที่ส่วนล่างและพื้นที่ส่วนบน ประกอบด้วยพื้นที่เขาชีโอน และเขาชีจรรย์ และทั้งสองพื้นที่ใช้เป็นสถานก่อสร้างเสนาสนะภูมิน้อยใหญ่เป็นที่พักอาศัยของพระภิกษุสามเณร

เป็นต้น

3. เขตราชวาส มีพระตำหนักและสถานที่โครงการพระราชดำริ อ่างเก็บน้ำ เพื่อการเกษตรกรรม โรงพยาบาล ศูนย์ฝึกอบรมพิเศษวรุชยาน บริเวณอนุรักษ์สัตว์และป่าไม้ เป็นต้น

4. เขตอุบาสกอุบาสิกาวาส เป็นสถานที่ตั้งศาลาโรงครัว ที่พักอาศัยของบรรดาพุทธศาสนิกชนผู้มาประพฤติปฏิบัติธรรม ศึกษาศิล ปฏิบัติจิตภาวนา เป็นต้น

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

1. สวนกล้วยไม้نانาพันธุ์ เช่น แคทลียา แวนด้า หวาย รองเท้านารี กล้วยไม้ตระกูลต่าง ๆ กล้วยไม้ป่าจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก และกล้วยไม้ลูกผสม

2. สวนเฟิร์นชนิดต่าง ๆ ทั่วทุกภาคในประเทศและบางส่วนนำมาจากต่างประเทศ และสวนพฤษชาติ

3. น้ำตกจำลองและสวนหิน จำลองแบบมาจากประเทศอังกฤษ

4. สวนแบบยุโรป รวบรวมพันธุ์ไม้นานาพรรณที่นำมาจากประเทศ และสวนปาล์มโลกมีพันธุ์ปาล์มมากกว่า 1,000 ชนิด และพันธุ์ปรง 250 ชนิด ตะบองเพชรกว่า 300 ชนิด

5. สวนฝรั่งเศส จำลองแบบมาจากพระราชวังแวร์ซายน์ ประเทศฝรั่งเศส สวนนงนุชได้ผสมผสานกับศิลปะแบบไทย เช่น รูปปั้นในวรรณคดีไทย และนิทานพื้นบ้าน

6. สนุกสนานกับการแสดงโชว์ศิลปวัฒนธรรมไทย และช้างแสนรู้ซึ่งเปิดการแสดงโชว์วันละ 4 รอบ เริ่มตั้งแต่ 09.45 – 15.45 น. และชมความน่ารักของสัตว์ป่านานาชนิด ตื่นตาไปกับพันธุ์ผีเสื้อมากกว่า 40 สายพันธุ์

ชมสวนรถไฟจำลองที่ขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชีย ซึ่งมีห้วงจักรทั้งหมด 12 ขบวน บังคับการขับเคลื่อนด้วยระบบไฟฟ้า และพิพิธภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเครื่องประดับพระพุทธรูปและเครื่องใช้โบราณ ซึ่งมีอายุกว่า 100 ปี ซึ่งเก็บสะสมรวบรวมไว้อย่างมากมาย

ไร่วนาลินซ์ เดิมเป็นสวนมะม่วง และขนุน เนื้อที่ 100 ไร่ ซึ่งได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว อีกแห่งหนึ่งของพัทยา บรรยากาศร่มรื่น ชมบ้านไทย มีการจัดกิจกรรมตลาดน้ำพัทยา ราวถึงพื้นที่บ้าน การละเล่นพื้นที่ยังอีกมากมาย

อุทยานสามก๊ก ภายในบริเวณประกอบด้วยภาพเขียนจิตรกรรมประวัติศาสตร์สามก๊ก อัน ลือชื่อของโลกซึ่งเขียนลงบนแผ่นกระเบื้องกึ่งสัจากประเทศจีน ภายในโครงการจะเน้นการ ออกแบบสถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตยกรรม โดยจะผสมผสานกับเอกลักษณ์ศิลปะสถาปัตยกรรม ไทย-จีน เชิงประยุกต์และอุทยานสามก๊กยังประกอบด้วยเครื่องกึ่งสัจจีนอีกมากมาย มีองค์พระแม่ กวนอิมจากประเทศจีนให้กราบไหว้สักการบูชาอีกด้วย

กิจกรรมด้านกีฬา กีฬาคำน้ำ กีฬาคกปลา กีฬาเรือใบ กีฬาวินเซิร์ฟ กีฬาบันจี้จัมพ์ เฟ้นท์บอล เลดแลนด์ วอเตอร์เคเบิลสกี กีฬาแบดมินตัน กีฬา โบว์ลิ่ง กีฬาเทนนิส สนามมวย เทพประสิทธิ์พิทยา สนามกอล์ฟ สนามอิงปิ่น สนามแข่งรถเล็ก เป็นต้น

สถานบันเทิงในพื้นที่เมืองพัทยา เมืองพัทยาคือเมืองท่องเที่ยวระดับโลก มีสถานบันเทิง หลายแห่งเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น คาร์บาเรต์ โรงภาพยนตร์ เซค คับ และบาร์เบียร์ ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากนอกจากนั้น ยังมีโรงแรมที่พักและร้านอาหารอีก หลายแห่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งพื้นที่วิจัยประกอบด้วยกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ แพร่ นครสวรรค์ ชลบุรี อ่างทอง ราชบุรี ขอนแก่น บุรีรัมย์ หนองคาย สงขลา ตรัง และสุราษฎร์ธานี พบว่า ยังมีคน ไทยในวัยท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่มีโอกาสได้ไปท่องเที่ยว โดยเฉพาะคนที่อยู่ในชนบท ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรมหรือรับจ้าง มีฐานะทางเศรษฐกิจและการศึกษาไม่สูงนัก คนเหล่านี้ ควรได้รับโอกาสการท่องเที่ยวหรือรับจ้าง มีฐานะทางเศรษฐกิจและการศึกษาไม่สูงนัก คนเหล่านี้ ควรได้รับโอกาสการท่องเที่ยว โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้พัฒนา โลกทัศน์และสร้างความภาคภูมิใจในแผ่นดินเกิดให้กับประชากรของประเทศซึ่งนับเป็นการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์อย่างหนึ่ง ควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดต่าง ๆ ให้เป็นจุดหมายปลายทาง

ทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีเสน่ห์ในการไปเยี่ยมชมเพราะหากแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมไปย่อมกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ภาครัฐมุ่งส่งเสริมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คำนึงเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางเป็นอย่างมาก ททท. ควรประสานและใช้กลไกความร่วมมือเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจในการเดินทางมากขึ้น ททท. สำนักงานสาขาในส่วนภูมิภาค ควรจัดรายการนำเที่ยวให้แน่นชัดและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในความเห็นใจ นักท่องเที่ยวไทยควรได้รับความสะดวกในการรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น และข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรเข้าไปสู่ชุมชนมากขึ้น สื่อสิ่งพิมพ์ควรให้รายละเอียดเนื้อหาด้านแหล่งท่องเที่ยว วิธีการเข้าถึงที่พัก หน่วยงานที่ติดต่อ รวมทั้งอาจจำลองแผนที่เส้นทางให้ด้วยและควรส่งเสริมให้แต่ละจังหวัดจัดทำสารคดีของตนเองขึ้น ส่วนการวิจัยในอนาคตควรเพิ่มข้อมูลด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดและการพัฒนาจากรายงานจังหวัดด้วยเพื่อจะได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวละเอียดยิ่งขึ้น และควรมีการจัดทำฐานข้อมูลอยู่เป็นประจำ เพื่อจะได้ข้อมูลที่ทันสมัย ถูกต้องต่อการจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2539) ศึกษางานวิจัยเรื่องโครงการวิจัยตลาดท่องเที่ยวในประเทศ พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 40 จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคของตน นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปเป็นกลุ่ม โดยเฉพาะการเดินทางไปกับเพื่อนฝูง และครอบครัว จำนวนบุคคลในกลุ่มจะอยู่ประมาณ 2-10 คน การเดินทางแต่ละครั้งนิยมที่จะเดินทางไปหลาย ๆ จังหวัด โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 1-4 วัน ดังนั้นการแวะพักในแต่ละจังหวัดจึงเป็นเพียงระยะสั้น ๆ สำหรับช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นช่วงปิดภาคเรียน วันหยุดสุดสัปดาห์หรือเทศกาล นักช้อดถูก การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง เสียค่าใช้จ่ายเองและไม่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง หรือถ้ามีการวางแผนล่วงหน้าก็เป็นเพียงช่วงระยะสั้น ๆ ในด้านลักษณะการเดินทางนักท่องเที่ยวเกินกว่าร้อยละ 70 นิยมเดินทางด้วยตนเองมากกว่าที่จะใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว แล้วยังมีความรู้สึกว่าการเดินทางด้วยตนเองจะสะดวกกว่าการเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว เพราะสามารถเลือกเวลาเดินทางได้ตามสะดวกรวมทั้งโปรแกรมการเดินทางยังยืดหยุ่นได้ตามความพอใจ ในการเดินทางด้วยตนเองพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ส่วนใหญ่จะเป็นรถโดยสารประจำทาง รองลงมาคือรถยนต์ส่วนบุคคลในอัตราที่ใกล้เคียงกัน การเช่ารถและการใช้บริการรถไฟมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 30 การเดินทางโดยเครื่องบินมีน้อย ในด้านสถานที่พักแรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบประหยัด สถานที่พักจะเป็นบ้านญาติและบ้านเพื่อนในสัดส่วนที่สูง สำหรับการให้บริการโรงแรม

นิยมที่จะพักใน โรงแรมที่มีระดับราคาอยู่ระหว่าง 200-500 บาท รองลงมาเป็นที่พักรวมในสถานที่พักรวมแบบบังกะโล แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวคนไทยในปัจจุบันคือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดทะเลและเกาะแก่งต่าง ๆ รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวแถบภูเขา อุทยานแห่งชาติต่าง ๆ และแหล่งท่องเที่ยวในเมืองสำหรับงานเทศกาลและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก การได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้น ส่วนใหญ่ข่าวสารที่ได้รับจะเป็นการบอกเล่าจากเพื่อนฝูง ญาติมิตร สำหรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อโฆษณาต่าง ๆ ยังไม่มีมากนัก โดยเฉพาะข่าวสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือจากการประชุมสัมพันธของจังหวัดที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่แพร่หลายมากนัก

ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย (2540) ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ อะเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในระยะแรกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ อะเมซิ่งไทยแลนด์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รัฐวุฒิ เจียมศรีพงษ์ (2541) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณหาดบางแสน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมหาดบางแสน ในระดับปานกลาง ที่อยู่ปัจจุบัน ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและกิจกรรมการท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน การให้คุณค่าหาดบางแสน อายุ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณหาดบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นว่า บริเวณหาดบางแสนประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมบางประการ เช่น ปัญหาขยะมูลฝอย น้ำทะเลไม่สะอาด และการเปลี่ยนแปลงคุณภาพน้ำทะเล อันเนื่องมาจากปรากฏการณ์ จี๊ปลาวาฟ และยังได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณหาดบางแสนไว้ดังนี้ คือ การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงใด ๆ บริเวณหาดบางแสนควรรักษาความเป็นธรรมชาติของหาดบางแสนไว้ให้มากที่สุด ตลอดจนควรดูแลรักษาสภาพแวดล้อมหาดบางแสน โดยเฉพาะในด้านการรักษาความสะอาดของชายหาดและน้ำทะเล และควรรักษาภาพพจน์ และความเป็นเอกลักษณ์ของหาดบางแสนให้คงอยู่ต่อ

เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสถานบริการและแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 25-30 ปี มีแหล่งที่มาในทวีปยุโรป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001 – 60,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะสมุยเพียง 1 ครั้งในรอบปี มากับเพื่อนและหรือญาติพี่น้อง ใช้เวลาพักผ่อนเฉลี่ย 1 สัปดาห์ โดยเลือกจะพักที่บังกะโลและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันอยู่ในช่วง 1,001 – 1,500 บาท ในการวิเคราะห์ พบว่าอาชีพ สถานภาพสมรส และสื่อที่ได้รับของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว โดยที่สื่อที่ได้รับของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการ

รองลงมาอายุน้อยกว่า 26 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท รองลงมารายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มาเที่ยวจังหวัดระยอง 4-6 ครั้ง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-5 คน เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเอง ใช้พาหนะเป็นรถยนต์ ส่วนใหญ่พักโรงแรม จำนวนที่พักค้างแรม ร้อยละ 1-2 คืน และ 3-4 คืน แหล่งท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ชายหาด เกาะ โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการมาท่องเที่ยวในจังหวัดระยองคือ เพื่อพักผ่อน ค่าใช้จ่ายโดยรวมของการเดินทางและพักผ่อน ส่วนใหญ่ 3,001 – 6,000 บาทต่อคน และจะกลับมาอีกภายใน 4-6 เดือน

ส่วนปัจจัยด้านสินมรดกธรรมชาติ ด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น ด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐานรอง ด้านวิถีการดำรงชีวิตอยู่ในระดับสูง ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อยู่ในระดับปานกลาง

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้นำมากำหนดเป็นตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุอาชีพรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน
2. ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่
 - 2.1 ด้านสินมรดกทางธรรมชาติ ประกอบด้วย ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
 - 2.2 ด้านสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น ประกอบด้วย สินมรดกทางการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ สภาพการจราจร และที่จอดรถ โครงสร้างพื้นฐานรอง วิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น
3. พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยความบังเอิญ (accidental sampling) เนื่องจากข้อมูลสำนักงานท่องเที่ยวเขต 3 ในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเมืองพัทยานักท่องเที่ยวเกิน 150,000 คนต่อปี ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงใช้จำนวน 384 ตัวอย่าง โดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างเกณฑ์สัดส่วนของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, 608) โดยจัดทำตารางระบุจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่จะสุ่มเมื่อทราบจำนวนประชากร ตั้งแต่ 10 คน ไปจนถึง 1 แสนคน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 384 ตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ

วิทยานิพนธ์ เอกสาร วารสาร บทความจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งเว็บไซต์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

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

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนาในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวพัทยาในวันใด ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้งในรอบปีที่ผ่านมา (2550) ท่านเคยเดินทางมาเที่ยวพัทยา กี่ครั้ง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานรอง (โรงแรม บังกะโล เป็นต้น) วิธีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

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

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) แบบสอบถามที่ปรับปรุงใหม่นี้ จะถูกนำไปใช้จริงในภาคสนาม เพื่อวัดระดับความเชื่อมั่น ซึ่งจากการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นพบว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จำนวน 38 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .9054 ซึ่งยอมรับได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง โดยวิธีวัดครั้งเดียว โดยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบ

สัมประสิทธิ์อัลฟา (alpha-coefficient) หรือที่เรียกว่า แบบครอนบาช (Cronbach) จึงสรุปได้ว่า เครื่องมือแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นสูงพอที่จะยอมรับได้ สามารถนำไปใช้ได้ต่อไป

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

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

N = จำนวนของตัวแปรที่วิเคราะห์
 r = ค่าเฉลี่ยของความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์

$$r_u = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_u^2} \right]$$

r_u = ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
 n = จำนวนข้อถาม
 σ^2 = ค่าแปรปรวนของค่าที่ได้ทั้งหมด
 σ_u^2 = ค่าแปรปรวนของข้อถามที่ 1

การวิเคราะห์ข้อมูล

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

1. การตรวจสอบข้อมูล (editing) เป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
2. การลงรหัส (coding) เป็นการนำแบบสอบถามที่ตรวจความถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้สำหรับคำถามปลายเปิด ส่วนคำถามปลายเปิดผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริการการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

3. การประมวลข้อมูล (processing) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการลงทะเบียนบันทึกใส่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างต้องอาศัยสถิติในการจัดระบบข้อมูล การนำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการแปลความหมายข้อมูล ซึ่งสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ มีดังนี้

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

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

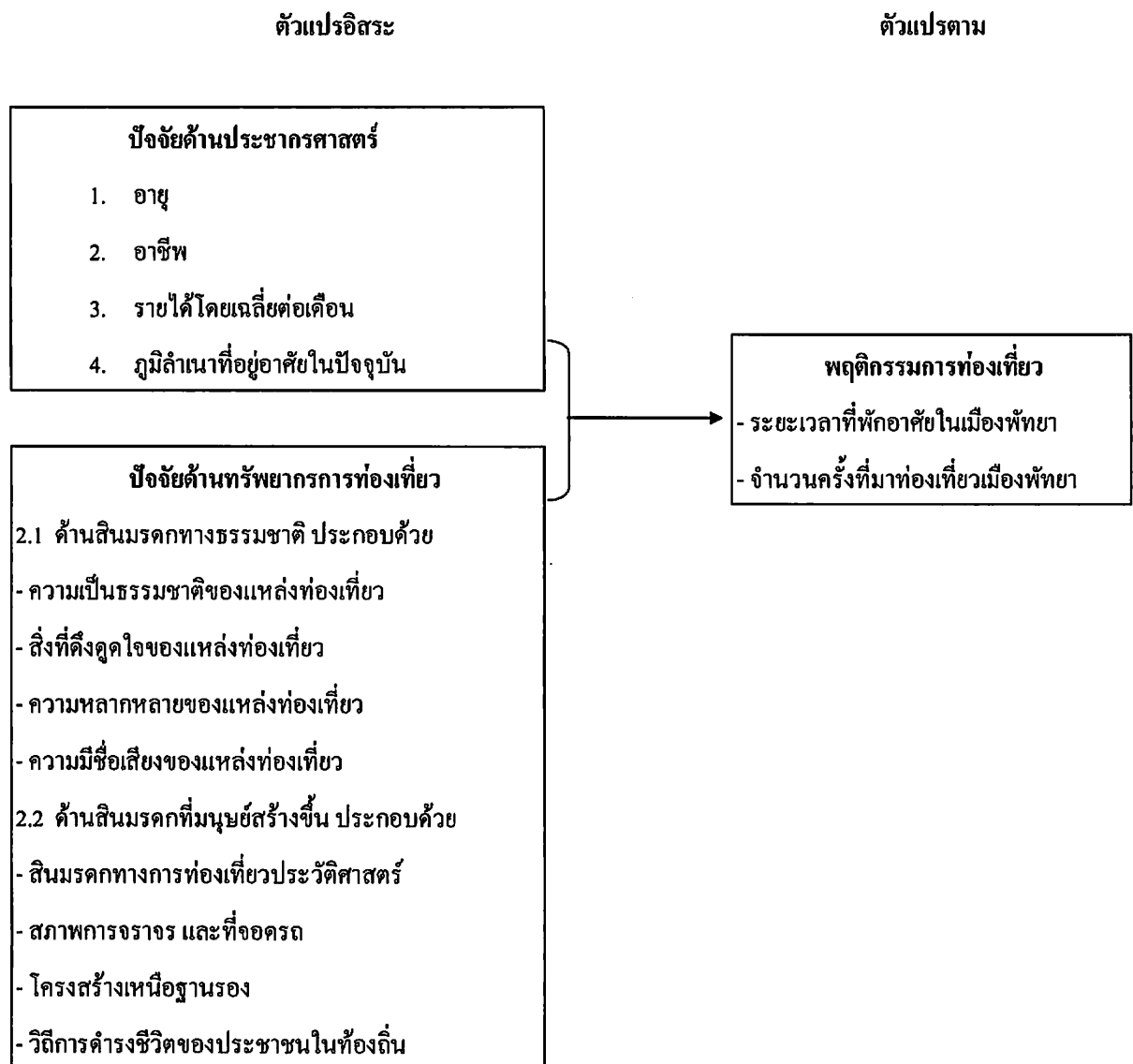
ค่า Phi ที่ได้จากการทดสอบระหว่าง 0.00 – 0.39 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความเกี่ยวข้องกันค่อนข้างน้อย

ค่า Phi ที่ได้จากการทดสอบระหว่าง 0.40 – 0.69 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความเกี่ยวข้องกันปานกลาง

ค่า Phi ที่ได้จากการทดสอบระหว่าง 0.70 – 1.00 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความเกี่ยวข้องกันค่อนข้างมาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นจิตใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมาเป็นตัวแปรในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (accidental sampling) การกำหนดจำนวนตัวอย่างใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างเกณฑ์สัดส่วนของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, p.608) เนื่องจากข้อมูลของสำนักงานท่องเที่ยว เขต 3 ในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเมืองพัทยาเกิน 100,000 คนต่อปี จึงใช้ตัวอย่างจำนวน 384 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 ข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

จากตาราง 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.10 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.90

ตารางที่ 3 ข้อมูลระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

จากตาราง 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.20 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.70 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 4 ข้อมูลภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

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

ตารางที่ 5 ข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.94 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.60 และอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.05 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 6 ข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 24.74 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20.31 เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 16.93 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 7 ข้อมูลรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.15 รองลงมาคือ รายได้ 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.49 และรายได้มากกว่า 45,000 คิดเป็นร้อยละ 9.11 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 8 วันที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยวพัทยา

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

จากตาราง 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวพัทยาโดยไม่มีช่วงวันแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 57.03 รองลงมานิยมมาท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 24.74 และนิยมมาท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 11.46 รายละเอียด ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 9 ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

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

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

ตารางที่ 10 จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

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

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมามากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.55 รองลงมาคือ 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.18 และจำนวน 4-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.53 รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ตารางที่ 11 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	เหมาะสมมาก	เหมาะสมมากที่สุด	รวม
ภูเขา	1 (0.26)	24 (6.25)	241 (62.76)	118 (30.73)	384 (100.00)
ชายหาด	9 (2.34)	43 (11.2)	187 (48.7)	145 (37.76)	384 (100.00)
เกาะ	5 (1.3)	27 (7.03)	228 (59.38)	124 (32.29)	384 (100.00)
รวม	1 (0.26)	24 (6.25)	241 (62.76)	118 (30.73)	384 (100.00)

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

ตารางที่ 12 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่ง ท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม มาก	เหมาะสม มากที่สุด	รวม
ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	7 (1.82)	60 (15.63)	170 (44.27)	147 (38.28)	384 (100.00)
ความสวยงาม	2 (0.52)	47 (12.24)	192 (50)	143 (37.24)	384 (100.00)
ความสะดวก	42 (10.94)	115 (29.95)	143 (37.24)	84 (21.88)	384 (100.00)
รวม	2 (0.52)	30 (7.81)	202 (52.6)	150 (39.06)	384 (100.00)

จากตาราง 12 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสิ่งที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทธยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 52.60) โดยสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวของเมืองพัทธยาในระดับเหมาะสมมาก เป็นลำดับแรก คือ ความสวยงาม (ร้อยละ 50.00) รองลงมาคือ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ร้อยละ 44.27) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 13 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

ความหลากหลายของแหล่ง ท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม มาก	เหมาะสม มากที่สุด	รวม
สวนเกษตร เช่น สวนนงนุช ไร่วนาสินธุ์ สวนผักปลอดสารพิษ วัดญาณสังวราราม เป็นต้น	0 (0.0)	13 (3.39)	214 (55.73)	157 (40.89)	384 (100.00)
กีฬาทางน้ำ เช่น เรือใบ จอมเทียน บึงเจตสิก เป็นต้น	0 (0.0)	21 (5.47)	214 (55.73)	149 (38.8)	384 (100.00)
รวม	0 (0.0)	6 (1.56)	193 (50.26)	185 (48.18)	384 (100.00)

จากตาราง 13 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 50.26) โดยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ในระดับเหมาะสมมาก คือ สวนเกษตร เช่น สวนงาช้าง ไร่วนาสิน สวนผักปลอดสารพิษ วัดญาณสังวราราม เป็นต้น และกีฬาทางน้ำ เช่น เรือใบจอมเทียน บึงเจตสกี เป็นต้น (ร้อยละ 55.73) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 14 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	เหมาะสมมาก	เหมาะสมมากที่สุด	รวม
แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักดี	0 (0.0)	17 (4.43)	167 (43.49)	200 (52.08)	384 (100.00)
แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว	0 (0.0)	19 (4.95)	163 (42.45)	202 (52.6)	384 (100.00)
รวม	0 (0.0)	9 (2.34)	137 (35.68)	238 (61.98)	384 (100.00)

จากตาราง 14 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (ร้อยละ 61.98) โดยความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 52.60) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักดี (ร้อยละ 52.08) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 15 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์

แหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์	ไม่เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	เหมาะสมมาก	เหมาะสมมากที่สุด	รวม
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น เมืองจำลอง ปราสาทสังขรรม เป็นต้น	1 (0.26)	25 (6.51)	195 (50.78)	163 (42.45)	384 (100.00)
แหล่งท่องเที่ยวทาง ศาสนสถาน วัดญาณสังวราราม เขาชิงขรณ์ วิหารเซียน อุทยานสามก๊ก	1 (0.26)	15 (3.91)	176 (45.83)	192 (50.00)	384 (100.00)
รวม	0 (0.0)	11 (2.86)	167 (43.49)	206 (53.65)	384 (100.00)

จากตาราง 15 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (ร้อยละ 53.65) โดยแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยา ในระดับเหมาะสมมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนสถาน วัดญาณสังวราราม เขาชิงขรณ์ วิหารเซียน อุทยานสามก๊ก (ร้อยละ 50) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น เมืองจำลอง ปราสาทสังขรรม เป็นต้น (ร้อยละ 42.45) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 16 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว

โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว	ไม่เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	เหมาะสมมาก	เหมาะสมมากที่สุด	รวม
เดินทางสะดวก	6 (1.56)	24 (6.25)	198 (51.56)	156 (40.63)	384 (100.00)
มีการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยว	14 (3.65)	95 (24.74)	156 (40.63)	119 (30.99)	384 (100.00)
รวม	3 (0.78)	18 (4.69)	213 (55.47)	150 (39.06)	384 (100.00)

จากตาราง 16 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้าน โครงสร้างพื้นฐานการ
ท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 55.47) โดย โครงสร้าง
พื้นฐานการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรกคือ เดินทางสะดวก (ร้อย
ละ 51.56) รองลงมาคือ มีการดูแลความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินแก่ นักท่องเที่ยว (ร้อยละ
40.63) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 17 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน โครงสร้างพื้นฐานรอง

โครงสร้างพื้นฐานรอง	ไม่เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม มาก	เหมาะสม มากที่สุด	รวม
ที่พักสะอาดปลอดภัย	1 (0.26)	29 (7.55)	218 (56.77)	136 (35.42)	384 (100.00)
การเดินทางสะดวก	5 (1.3)	41 (10.68)	214 (55.73)	124 (32.29)	384 (100.00)
มีที่จอดรถเพียงพอ	23 (5.99)	90 (23.44)	165 (42.97)	106 (27.6)	384 (100.00)
รวม	1 (0.26)	26 (6.77)	208 (54.17)	149 (38.8)	384 (100.00)

จากตาราง 17 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้าน โครงสร้างพื้นฐานรอง

ตารางที่ 18 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวิถีการดำรงชีวิตของ
ประชาชนในท้องถิ่น

วิถีการดำรงชีวิตของประชาชน ในท้องถิ่น	ไม่เหมาะสม มาก	ไม่ เหมาะสม	เหมาะสม มาก	เหมาะสม มากที่สุด	รวม
มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส	7 (1.820)	36 (9.38)	181 (47.14)	160 (41.67)	384 (100.00)
ความมีน้ำใจพร้อมช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว	7 (1.82)	73 (19.01)	155 (40.36)	149 (38.8)	384 (100.00)
รวม	5 (1.30)	33 (8.59)	181 (47.14)	165 (42.97)	384 (100.00)

จากตาราง 18 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านวิถีการดำรงชีวิตของ
ประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทธยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 47.14) โดยวิถี
การดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทธยาในระดับเหมาะสม เป็นลำดับแรกคือ มีความ
เป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส (ร้อยละ 47.14) รองลงมาคือ ความมีน้ำใจพร้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
(ร้อยละ 40.36) รายละเอียดดังแสดงในตาราง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตารางที่ 19 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ที่	ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ตอบ	ลำดับ
1	ด้านสภาพการจราจร มีสภาพการจราจรที่ติดขัดทำให้เสียเวลา ในการเดินทางไปกลับควรมีการขยายพื้นที่ผิวการจราจร และ จัดให้มีรถโดยสารสาธารณะที่มีบริการที่ดี	52	1
2	ควรจัดให้มีตำรวจจราจรประจำจุดต่าง ๆ ที่ติดขัด เพื่อคอยอำนวยความสะดวก	34	2
3	สถานที่จอดรถตามแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ของแหล่งท่องเที่ยว	27	3
4	การปรับปรุงและรักษาสภาพภูมิทัศน์ของเมืองพัทยาให้มีสภาพ ที่ดีและนำเส้นทางมาท่องเที่ยว	21	4
5	ควรมีการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของ นักท่องเที่ยว	15	5

จากตาราง 19 ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด จะนำเสนอโดยการจัดลำดับ
ความสำคัญตามความถี่ของข้อมูล

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1.1 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่
พัทยา

1.2 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่
พัทยา

1.3 รายได้เฉลี่ยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

1.4 ภูมิฐานะในปัจจุบันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

2. ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.1 สนิมรดกทางธรรมชาติของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

2.2 สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

ตารางที่ 20 ความเกี่ยวข้องระหว่างอายุกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย
สำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

อายุของนักท่องเที่ยว	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามาเยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
น้อยกว่า 25 ปี	80 (58.00)	20 (14.50)	22 (15.90)	11 (8.00)	5 (3.60)	138 (100.00)
อายุ 26 - 35 ปี	38 (35.80)	33 (31.10)	18 (17.00)	11 (10.40)	6 (5.70)	106 (100.00)
อายุ 36 - 45 ปี	26 (33.80)	15 (19.50)	25 (32.50)	7 (9.10)	4 (5.20)	77 (100.00)
อายุ 46 - 55 ปี	19 (35.20)	9 (16.70)	19 (35.20)	5 (9.30)	2 (3.70)	54 (100.00)
มากกว่า 55 ปี	5 (55.60)	1 (11.10)	1 (11.10)	2 (22.20)	0 (0.0)	9 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

จากตารางทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติค่าไคสแควร์ พบว่าค่า เท่ากับ 34.154 ที่ระดับ df เท่ากับ 16 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่า มีค่าเท่ากับ .0303 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกันกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาในระดับน้อย

ตารางที่ 21 ความเกี่ยวข้องระหว่างอายุกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทธา
ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

อายุของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	ไม่เคย	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง	7-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง	
น้อยกว่า 25 ปี	17 (12.30)	28 (20.30)	18 (13.00)	22 (15.90)	53 (38.40)	138 (100.00)
อายุ 26 - 35 ปี	7 (6.60)	32 (30.20)	21 19.80	19 17.90	27 25.50	106 (100.00)
อายุ 36 - 45 ปี	3 (3.90)	21 (27.30)	18 (23.40)	14 (18.20)	21 (27.30)	77 (100.00)
อายุ 46 - 55 ปี	3 (5.60)	8 (14.80)	16 (29.60)	9 (16.70)	18 (33.30)	54 (100.00)
มากกว่า 55 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (22.20)	1 (11.10)	6 (66.70)	9 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่า ค่า χ^2 เท่ากับ 27.151 ที่ระดับ df เท่ากับ 16 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทธา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่า มีค่าเท่ากับ .266 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทธา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549) ในระดับน้อย

ตารางที่ 22 ความเกี่ยวข้องระหว่างอาชีพกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับ มาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

อาชีพของนักท่องเที่ยว	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามาเยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
ข้าราชการ	12 (30.80)	10 (25.60)	13 (33.30)	4 (10.30)	0 (0.00)	39 (100.00)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6 (25.00)	6 (25.00)	4 (16.70)	5 (20.80)	3 (12.50)	24 (100.00)
เจ้าของกิจการ	14 (21.50)	10 (15.40)	24 (36.90)	14 (21.50)	3 (4.60)	65 (100.00)
พนักงานบริษัทเอกชน	27 (34.60)	26 (33.30)	17 (21.80)	5 (6.40)	3 (3.80)	78 (100.00)
นักเรียน/นักศึกษา	56 (58.90)	14 (14.70)	17 (17.90)	4 (4.20)	4 (4.20)	95 (100.00)
รับจ้าง	33 (60.00)	9 (16.40)	8 (14.50)	2 (3.60)	3 (5.50)	55 (100.00)
อื่น ๆ	20 (71.40)	3 (10.70)	2 (7.10)	2 (7.10)	1 (3.60)	28 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 75.408 ที่ระดับ df เท่ากับ 24 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่า มีค่าเท่ากับ .443 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ตารางที่ 23 ความเกี่ยวข้องระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพืทยา ในรอบปีที่ผ่านม (2549)

อาชีพของนักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวในรอบปีที่ผ่านม (2546)					รวม
	เข้ามาเยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
ข้าราชการ	4 (10.30)	10 (25.60)	12 (30.80)	7 (17.90)	6 (15.40)	39 (100.00)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0 (0.00)	9 (37.50)	5 (20.80)	5 (20.80)	5 (20.80)	24 (100.00)
เจ้าของกิจการ	3 (4.60)	14 (21.50)	17 (26.20)	9 (13.80)	22 (33.80)	65 (100.00)
พนักงานบริษัทเอกชน	9 (11.50)	18 (23.10)	18 (23.10)	18 (23.10)	15 (19.20)	78 (100.00)
นักเรียน/นักศึกษา	11 (11.60)	18 (18.90)	13 (13.70)	16 (16.80)	37 (38.90)	95 (100.00)
รับจ้าง	2 (3.60)	15 (27.30)	6 (10.90)	7 (12.70)	25 (45.50)	55 (100.00)
อื่น ๆ	1 (3.60)	5 (17.90)	4 (14.30)	3 (10.70)	15 (53.60)	28 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 40.633 ที่ระดับ df เท่ากับ 24 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพืทยา ในรอบปีที่ผ่านม (2549)

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .325 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพืทยา ในรอบปีที่ผ่านม (2549) ในระดับน้อย

ตารางที่ 24 ความเกี่ยวข้องระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมือง
พัทยาโดยเฉลี่ย

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

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่า ค่า X^2 เท่ากับ 67.312 ที่ระดับ df เท่ากับ 12 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้ไม่ค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .419 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้งในระดับปานกลาง

ตารางที่ 25 ความเกี่ยวข้องระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยว พักขา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

รายได้โดยเฉลี่ยของ นักท่องเที่ยว	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	เข้ามาเยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
ไม่เกิน 15,000 บาท	27 (10.60)	56 (22.00)	36 (14.20)	38 (15.00)	97 38.20	254 (100.00)
15,001 - 30,000 บาท	1 (1.40)	23 (32.40)	22 (31.00)	12 (16.90)	13 (18.30)	71 (100.00)
30,001 - 45,000 บาท	2 (8.30)	6 (25.00)	7 (29.20)	6 (25.00)	3 (12.50)	24 (100.00)
มากกว่า 45,000 บาท	0 (0.00)	4 (11.40)	10 (28.60)	9 (25.70)	12 (34.30)	35 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 38.022 ที่ระดับ df เท่ากับ 12 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้น คงยอมรับสมมติฐานที่ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพักขาในรอบปีที่ผ่านมา (2549) เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .315 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกัจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพักขา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549) ในระดับน้อย

ตารางที่ 26 ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิลำเนาในปัจจุบันกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมือง
พทยาโดยเฉลี่ย

ภูมิลำเนาในปัจจุบัน	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพทยาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามาเยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
จังหวัดชลบุรี	113 (74.80)	15 (9.90)	13 (8.60)	4 (2.60)	6 (4.00)	151 (100.00)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12 (23.50)	14 (27.50)	12 (23.50)	9 (17.60)	4 (7.80)	51 (100.00)
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	17 (23.00)	26 (35.10)	18 (24.30)	11 (14.90)	2 (2.70)	74 (100.00)
ภาคกลาง	9 (29.00)	8 (25.80)	13 (41.90)	1 (3.20)	0 (0.00)	31 (100.00)
ภาคเหนือ	4 (14.30)	8 (28.60)	11 (39.30)	1 (3.60)	4 (14.30)	28 (100.00)
ภาคใต้	1 (5.00)	0 (0.00)	11 (55.00)	7 (35.00)	1 (5.00)	20 (100.00)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12 (41.40)	7 (24.10)	7 (24.10)	3 (10.30)	0 (0.00)	29 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.10)	384 (100.00)

จากผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 154.493 ที่ระดับ df เท่ากับ 24 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่าภูมิลำเนาในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพทยาโดยเฉลี่ย

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .634 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าภูมิลำเนาของในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพทยาในระดับมาก

ตารางที่ 27 ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิลำเนาในปัจจุบันกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัตยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

ภูมิลำเนาในปัจจุบัน	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	เข้ามาเยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
จังหวัดชลบุรี	7 (4.60)	26 (17.20)	19 (12.60)	18 (11.90)	81 (53.60)	151 (100.00)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6 (11.80)	19 (37.30)	6 (11.80)	11 (21.60)	9 (17.60)	51 (100.00)
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	9 (12.20)	19 (25.70)	16 (21.60)	17 (23.00)	13 (17.60)	74 (100.00)
ภาคกลาง	2 (6.50)	7 (22.60)	9 (29.00)	5 (16.10)	8 (25.80)	31 (100.00)
ภาคเหนือ	4 (14.30)	7 (25.00)	9 (32.10)	3 (10.70)	5 (17.90)	28 (100.00)
ภาคใต้	0 (0.00)	4 (20.00)	10 (5.00)	3 (15.00)	3 (15.00)	20 (100.00)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ยกเว้นจังหวัดชลบุรี)	2 (6.90)	7 (24.10)	6 (20.70)	8 (27.60)	6 (20.70)	29 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 75.439 ที่ระดับ df เท่ากับ 24 ค่าระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานว่าภูมิลำเนาในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัตยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .433 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ามีภูมิลำเนาของในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัตยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549) ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 28 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกทางธรรมชาติดับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา
โดยเฉลี่ย

ความคิดเห็นด้านสิน มรดกทางธรรมชาติ	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามาเยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
ไม่เหมาะสม	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	1 (100.00)
เหมาะสมมาก	47 (39.50)	25 (21.00)	32 (26.90)	8 (6.70)	7 (5.90)	119 (100.00)
เหมาะสมมากที่สุด	121 (45.80)	53 (20.10)	53 (20.10)	27 (10.20)	10 (3.80)	264 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

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

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .192 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า สินมรดกทางธรรมชาติดีมีความเกี่ยวข้องรอบปีที่ผ่านมา (2549) ท่านเคยเดินทางมาเที่ยวพัทยาก็ครั้ง ในระดับน้อย

ตารางที่ 29 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกทางธรรมชาติดับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพญา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

ความคิดเห็นด้านสินมรดกทางธรรมชาติ	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	เข้ามามีกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
ไม่เหมาะสม	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)
เหมาะสมมาก	7 (5.90)	35 (29.40)	32 (26.90)	23 (19.30)	22 (18.50)	119 (100.00)
เหมาะสมมากที่สุด	23 (8.70)	53 (20.10)	43 (16.30)	42 (15.90)	103 (39.00)	264 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 23.155 ที่ระดับ df เท่ากับ 8 ค่านัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่าด้านสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพญา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่า มีค่าเท่ากับ .246 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสินมรดกทางธรรมชาติมีความเกี่ยวข้องับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพญา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549) ในระดับน้อย

ตารางที่ 30 ความเกี่ยวข้องระหว่างสินมรดกที่มनुยส์สร้างขึ้นกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมือง
พททยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพททยาแต่ละครั้ง

ความคิดเห็นด้านสิน มรดกที่มनुยส์สร้างขึ้น	ระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพททยาโดยเฉลี่ย					รวม
	เข้ามาเยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
ไม่เหมาะสม	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
เหมาะสมมาก	65 (42.20)	33 (21.40)	36 (23.40)	11 (7.10)	9 (5.80)	154 (99.90)
เหมาะสมมากที่สุด	101 (44.30)	45 (19.70)	49 (21.50)	25 (11.00)	8 (3.50)	228 (100.00)
รวม	168 (43.80)	78 (20.30)	85 (22.10)	36 (9.40)	17 (4.40)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า χ^2 เท่ากับ 5.158 ที่ระดับ df เท่ากับ 8 ค่านัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .701 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าด้านสินมรดกที่มनुยส์สร้างขึ้นไม่มีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพททยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพททยาแต่ละครั้ง

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .422 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า สินมรดกที่มनुยส์สร้างขึ้นมีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพททยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพททยาแต่ละครั้งในระดับปานกลาง

ตารางที่ 31 ความเกี่ยวข้องระหว่างด้านสินมรดกที่มุษย์สร้างขึ้นกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพหยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

ความคิดเห็นด้านสินมรดกที่มุษย์สร้างขึ้น	จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมา (2546)					รวม
	เข้ามาเยือนกลับ	ค้างคืน 1 คืน	ค้างคืน 2-3 คืน	ค้างคืน 4-7 คืน	ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์	
ไม่เหมาะสม	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	1 (50.00)	2 (100.00)
เหมาะสมมาก	11 (7.10)	40 (26.00)	33 (21.40)	25 (16.20)	45 (29.20)	154 (100.00)
เหมาะสมมากที่สุด	19 (8.30)	49 (21.50)	41 (18.00)	40 (17.50)	79 (34.60)	228 (100.00)
รวม	30 (7.80)	89 (23.20)	75 (19.50)	65 (16.90)	125 (32.60)	384 (100.00)

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่าค่า X^2 เท่ากับ 4.555 ที่ระดับ df เท่ากับ 8 ค่านี้สำคัญที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .804 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้เท่ากับ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสินมรดกที่มุษย์สร้างขึ้น ไม่มีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพหยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

เมื่อพิจารณาค่า Phi พบว่ามีค่าเท่ากับ .2.12 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสินมรดกที่มุษย์สร้างขึ้นมีความเกี่ยวข้องกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพหยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549) ในระดับน้อย

ตารางที่ 32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	อายุกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ยอมรับ
2	อายุกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยาในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
3	อาชีพกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ยอมรับ
4	อาชีพกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยาในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ยอมรับ
6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยาในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
7	ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิลำเนาในปัจจุบันกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ยอมรับ
8	ภูมิลำเนาในปัจจุบันกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา โดยรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
9	สินมรดกทางธรรมชาติกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ปฏิเสธ
10	สินมรดกทางธรรมชาติกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ยอมรับ
11	สินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นกับระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับการมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง	ปฏิเสธ
12	สินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นกับจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยาในรอบปีที่ผ่านมา (2546)	ปฏิเสธ

การกำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

จากผลการศึกษาได้้นำเสนอมาแล้วทั้งหมดข้างต้น สามารถนำมากำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา ได้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี และอายุ 26-35 ปี

กลยุทธ์ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการจัดโซน หรือกำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบและสอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ เพื่อให้การพัฒนาและการสนับสนุนในด้านงบประมาณ การกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยการกำหนดที่แหล่งท่องเที่ยวทางเกษตร พื้นที่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางชายหาด พื้นที่สำหรับกิจกรรมด้านกีฬา พื้นที่จำหน่ายอาหารทะเลและสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา การกำหนดราคาตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองพัทยา ควรมีกลยุทธ์ ดังนี้

1. ทางหน่วยงานราชการ ควรมีการขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร สถานบันเทิง ฯลฯ ในการกำหนดราคาค่าบริการให้มีความยุติธรรมและสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง จัดให้มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนมีการตรวจสอบและควบคุมไม่มีการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างภาพพจน์ในการท่องเที่ยวด้วย

2. หน่วยงานภาคเอกชน ควรมีการประชุมและกำหนดแนวราคาและบริการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริง ควรมีการจัดตั้งกลุ่ม สมาคม ชมรม เพื่อให้มีการกำหนดไปเป็นแนวทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ในการจัดจำหน่ายหรือช่องทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการดำเนินการดังนี้

1. ทางภาครัฐ จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับบริษัทท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยา ขอความร่วมมือกับภาคเอกชน ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. ทางภาคเอกชน ทางกลุ่มหรือชมรมผู้ประกอบการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น มีการส่งเสริมจัดแสดงนิทรรศการการท่องเที่ยวนอกสถานที่ ตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย ทางชมรม สมาคม หรือกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ควรมีการร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น การให้ส่วนลดโดยซื้อบริการครั้งเดียวเที่ยวได้ทุกที่ การส่งเสริมจัดแสดงนิทรรศการการท่องเที่ยวนอกสถานที่ เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยว และเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยกลุ่มตัวอย่าง (sample) กลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (accidental sampling) เนื่องจากข้อมูลของสำนักงานท่องเที่ยวเขต 3 ในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเมืองพัทยาเกิน 150,000 คนต่อปี ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงใช้จำนวน 384 ตัวอย่าง โดยใช้ตารางการกำหนดขนาดตัวอย่างเกณฑ์สัดส่วนของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970, pp.608) โดยจัดทำตารางระบุจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่จะสุ่มเมื่อทราบจำนวนประชากร ตั้งแต่ 10 คน ไปจนถึง 1 แสนคน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 384 ราย เป็นหญิง ร้อยละ 59.10 เป็นเพศชาย ร้อยละ 40.90 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 55.20 รองมาคือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 36.70 ส่วนมากมีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 39.32 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 19.27 มีอายุน้อยกว่า 25 ปี ร้อยละ 35.94 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 26-35 ร้อยละ 27.60 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมาก มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 27.74 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 20.31 และรายได้ต่อเดือนส่วนมาก มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 66.15

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยว พบว่า พฤติกรรมมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับโอกาส ร้อยละ 57.03 มีระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมา

ท่องเที่ยวพญาในรอบปีที่ผ่านมา (2549) ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน ร้อยละ 43.75 และจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพญา ในรอบปีที่ผ่านมามากกว่า 10 ครั้ง ร้อยละ 32.55 รองลงมาคือ 1-3 ครั้ง จำนวน ร้อยละ 23.18

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพญาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 62.76) โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นธรรมชาติในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรก คือ ภูเขา ร้อยละ (62.76) รองลงมาคือ (ร้อยละ 59.38)
2. ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพญาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 52.60) โดยสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวของเมืองพญาในระดับเหมาะสม เป็นลำดับแรกคือ ความสวยงาม (ร้อยละ 50.00) รองลงมาคือ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ร้อยละ 44.27)
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพญาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 50.26) โดยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพญา ในระดับเหมาะสมมาก คือ สวนเกษตร เช่น สวนนงนุช ไร่วนาสิน สวนผักปลอดสารพิษ วัดญาณสังวราราม เป็นต้น และกีฬาทางน้ำ เช่น เรือใบจอมเทียน บึงเจตสกี เป็นต้น (ร้อยละ 55.73)
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพญาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (ร้อยละ 61.98) โดยความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพญา อยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 52.60) รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักดี (ร้อยละ 52.08)
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพญาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด (ร้อยละ 53.65) โดยแหล่งท่องเที่ยวทาง ศาสนสถาน วัดญาณสังวราราม เขาชิงจรรัย วิหารเซียน อุทยานสามก๊ก (ร้อยละ 50)

รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น เมืองจำลอง ปราสาทสังขรรม เป็นต้น (ร้อยละ 42.45)

6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้าน โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 55.47) โดยโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรกคือ เส้นทางสะดวก (ร้อยละ 51.56) รองลงมาคือ มีการดูแลความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินแก่ นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 40.63)

7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้าน โครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยาในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (ร้อยละ 54.17) โดยโครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยาในระดับเหมาะสมมากเป็นลำดับแรก คือ ที่พักสะอาดปลอดภัย (ร้อยละ 56.77) รองลงมาคือ การเดินทางสะดวก (ร้อยละ 55.73) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ร้อยละ 42.97)

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

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามปลายเปิด จะนำเสนอโดยการจัดลำดับความสำคัญตามความถี่ของข้อมูล 3 ลำดับแรก ดังนี้

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

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

1. อายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
 - 1.1 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา
 - 1.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)
2. อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
 - 2.1 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง
 - 2.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้ง ของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)
3. รายได้เฉลี่ยมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
 - 3.1 จากการทดสอบสมมติฐานขอมรับสมมติฐานที่ว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง
 - 3.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)
4. ภูมิฐานะในปัจจุบันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
 - 4.1 จากผลการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่าภูมิฐานะในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย
 - 4.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่าภูมิฐานะในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)
5. สนิมรดกทางธรรมชาติของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา
 - 5.1 จากการทดสอบสมมติฐาน ปฏิเสธ สมมติฐานที่ว่าสนิมรดกทางธรรมชาติไม่มีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยา

5.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ขอมรับสมมติฐานที่ว่าด้านสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นมีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

6. สินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นของเมืองพัทยามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

6.1 จากการทดสอบสมมติฐาน ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าด้านสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นไม่มีผลต่อระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาแต่ละครั้ง

6.2 จากการทดสอบสมมติฐาน ปฏิเสธสมมติฐานที่ว่าสินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้นไม่มีผลต่อจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยา ในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. พฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเมืองพัทยา ขึ้นอยู่กับโอกาสเดินทางมาเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ และส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวมากกว่า 10 ครั้งต่อปี ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากเมืองพัทยา ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ห่างจากกรุงเทพฯ 145 กิโลเมตร การเดินทางสะดวก มีรถโดยสารในการเดินทางมาตลอดวัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ และสามารถที่จะเดินทางมาเที่ยวได้ตลอดเวลา โดยบางครั้งไม่ต้องวางแผนการเดินทางล่วงหน้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมิลล์ (Mill, 1990, p.22) ที่ว่าองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ

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

2. ปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยว พบว่า

2.3 ในด้านสินมรดกทางธรรมชาติในด้านความเป็นธรรมชาติของแหล่ง

ท่องเที่ยว สิ่งที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก ที่เป็นเช่นนี้ เพราะว่าเมืองพัทยา มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ความหลากหลายและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ได้แก่ ชายหาดพัทยานั้น เริ่มตั้งแต่บริเวณพัทยาเหนือเลียบบไปตามแนวถนนชายหาดจนถึงพัทยาใต้ ซึ่งในบริเวณย่านนี้ทั้งหมดเป็นเขตชุมชนหนาแน่นมีโรงแรม ศูนย์การค้า ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหาร และธุรกิจทุกประเภทตั้งอยู่มากมายรวมทั้งหลายแห่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวในยามราตรี หาดนาจอมเทียน เป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลของพัทยา ซึ่งมีบรรยากาศอีกแบบหนึ่งแตกต่าง ไปจากอ่าวพัทยา มีระยะห่างกันเพียง 6 กิโลเมตร สถานที่แห่งนี้เป็นชายหาดที่ต่อเนื่องจากเขาพัทยานีถนนเลียบบชายหาดเป็นระยะทางยาวประมาณ 3 กิโลเมตร หาดจอมเทียนเป็นหาดที่เงียบสงบปัจจุบันชายหาดนี้ได้รับการพัฒนาให้มีการปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นและสวยงาม หมู่เกาะล้านประกอบด้วย เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองพัทยา จากชายหาดเมืองพัทยาจะสามารถมองเห็นเกาะล้านได้ชัดเจนเพราะอยู่ห่างจากฝั่งออกไปเพียงประมาณ 7.5 กิโลเมตร การเดินทางโดยเรือเร็วใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 นาที และเรือโดยสารประมาณ 40 นาที หมู่เกาะล้านแต่เดิมเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติในนามว่า หมู่เกาะปะการัง เพราะอุดมไปด้วยปะการัง นานาชนิด เป็นแหล่งปะการังที่สมบูรณ์แห่งหนึ่งของประเทศและใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด โดยมีเกาะครก และเกาะสากเป็นเกาะบริวาร พื้นที่เกาะล้านยังมีหาดที่มีความสวยงามและมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์อีกหลายแห่ง เช่น หาดตาช่าย หาดแหลมหัวโหนดและหาดตาพัน นอกจากทรายชายทะเลแล้ว พื้นที่บนเกาะซึ่งส่วนใหญ่เป็นภูเขาปกคลุมด้วยพืชพันธุ์ไม้ที่เขียวชอุ่มตลอดทั้งปี ซึ่งนับว่ายังคงความเป็นธรรมชาติดั้งเดิมไว้ได้มาก ดังนั้นเกาะนี้จึงเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญสำหรับการไปพักผ่อนและเขาพัทยา (เขาพระบาท) ซึ่งนอกจากความงามของชายหาดพัทยาถัดขึ้นไปบนเขาด้านฝั่งตะวันตกมีเนินเขาขนาดเล็กเป็นจุดชมวิวบนยอดเขาซึ่งจะมองเห็นทิวทัศน์ของหาดพัทยาทั้งหมด ซึ่งสวยงามมากเป็นอ่าวโค้งรูปครึ่งวงกลม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาพัทยานักจะไม่พลาดชมทัศนียภาพอันสวยงามบนเขาพัทยาแห่งนี้ เพราะนอกจากจะได้ชมทิวทัศน์ด้านหาดนาจอมเทียนและในขณะเดียวกันก็ถือโอกาสนมัสการพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์บนเขาและพระพุทธรูปปางต่าง ๆ ประจำวันเกิดที่ประดิษฐานไว้เพื่อความเป็นสิริมงคล นอกจากนี้บริเวณเขาพัทยายังเป็นที่ตั้งของสถานีวิทย์ สทร.5 พัทยา และพระอนุสาวรีย์ของพระบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ประดิษฐานอยู่ มีการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาดและสวยงาม และเป็นเมืองท่องเที่ยวที่รู้จักกันในระดับโลก จึงทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานัก ซึ่งสอดคล้องกันแนวคิดของ วาฮับ (Wahab) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวหรือเรียกว่า สิมรดก

ทางการท่องเที่ยวว่ามี 2 ประการ คือ 1) สนิมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลมฟ้าอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า ภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น 2) สนิมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ได้แก่ สนิมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศาสนา โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ เครื่องอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐานรอง ได้แก่ สิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร และวิธีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงท่าทีความรู้สึกรักของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ผลจากการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านความเป็นธรรมชาติ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านวิธีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทยา อยู่ในระดับเหมาะสมมาก ประกอบกับปัจจุบันทางรัฐบาล ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถนำเงินตราเข้าประเทศอยู่ในลำดับต้น ๆ นอกเหนือจากการส่งออกแล้ว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เมืองพัทยา การท่องเที่ยวเขต 3 ฯลฯ ควรมีการกำหนดแผนกิจกรรมและนำเสนอแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวให้กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ดังนี้

1. การรักษาสิ่งแวดล้อมของชายหาด น้ำทะเลให้มีสภาพที่ดี มีนโยบายการรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและแน่นอน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งทางด้านทะเลภูเขา การบำบัดน้ำเสีย การรักษาแนวปะการัง เป็นต้น

2. ควรมีนโยบายในด้านการพัฒนา ปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวให้มีความเป็นระเบียบ สะอาด เรียบร้อย ให้สมกับเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ปรับภูมิทัศน์ ตามสถานแหล่งท่องเที่ยวจัดระเบียบร่มเตียงผ้าใบ หาบเร่แผงลอย

3. วางแผนนโยบายเกี่ยวกับการจัดการแข่งขันกีฬาทางน้ำให้เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค
4. ควรมีนโยบายในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
5. วางแผนนโยบายด้านการจราจรให้มีความสอดคล้องกับปริมาณการเพิ่มขึ้นของประชากรนักท่องเที่ยวและความเจริญของท้องถิ่น
6. ควรมีนโยบายด้านมาตรฐานของสถานที่พัก ควรถูกสุขอนามัย ทางหนีไฟ การกำหนดราคาที่พัก เป็นต้น
7. ควรมีนโยบายในเรื่องศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องต่าง ๆ เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การร้องทุกข์ ตลอดจนจัดอบรมเจ้าหน้าที่ให้ความรู้แก่ประชาชนในการที่จะบริการนักท่องเที่ยวด้วยความจริงใจ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ จากผลการวิจัยพบว่า เมืองพัทยาเป็นแหล่งนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวมากและในแต่ละปีมีการเดินทางมาบ่อยมากทั้งมีการเดินทางไปกลับและพักค้างคืน ประกอบกับเมืองพัทยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการต่อไปนี้

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กำหนดกิจกรรมที่จัดในแต่ละช่วงควรมีการนำเสนอทั้งในสื่อระดับโลก ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น ให้สอดคล้องและเหมาะสม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบและมีการประเมินผลเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขต่อไป
2. ควรมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวและประชาชนมีจิตสำนึกในการรักษาสีเขียว รักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว การคัดแยกขยะเพื่อง่ายต่อการทำลาย
3. จัดระเบียบการจราจรเพื่อให้มีความคล่องตัว และแก้ปัญหาจราจรที่จอครด ตลอดจนมาตรการในการปรับ กรณีที่ยังมีการฝ่าฝืนในการทำผิดกฎหมาย
4. จัดให้มีอาสาสมัครแนะนำนักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ท้องถิ่น โดยใช้นักเรียนหรือประชาชนเป็นแนวร่วม ตลอดจนช่วยสอดส่องดูแลความปลอดภัย แจ็งเหตุ
5. ขอความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการร่วมกันจัดเก็บขยะใต้ทะเล การรื้อสายไฟลงใต้ดินตามแหล่งท่องเที่ยว ขึ้นทะเบียนหาบเร่แผงลอย
6. จัดให้มีการแข่งขันกีฬาให้สอดคล้องตามฤดู เช่น ฟุตบอลชายหาดในฤดูร้อน การแข่งขันเจตสกี การแข่งขันเรือใบ เป็นต้น
7. จัดสรรงบประมาณ ในระยะสั้น เช่น การซ่อมแซมถนน เพิ่มผิวจราจร จัดหาที่จอดรถในระยะยาว เช่น การทำอุโมงค์ในทางแยกที่มีปัญหาการจราจร การจัดทำรางเลียบบนชายหาด

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ จากผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษานักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย ผลของการศึกษาก็สามารถนำมาเป็นแนวทางในระดับหนึ่ง แต่เมืองพัทยาดังแต่อดีตถึงปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวมากขึ้นทุกปี ดังนั้นควรมี

1. การศึกษาถึงความคิดเห็นของชาวต่างชาติเพิ่มเติม เนื่องจากชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะมีการมาเที่ยวใช้ระยะเวลาช้านักท่องเที่ยวชาวไทย มีการพักค้างคืน แวะนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้เป็นส่วนใหญ่

2. ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของบริษัทนำเที่ยว เพื่อจะได้แนวทางเป็นข้อเสนอแนะให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปแก้ไขต่อไป

3. ศึกษาถึงความต้องการสาธารณูปโภคของประชาชนในพื้นที่เมืองพัทยา เพื่อจะได้รับทราบแนวทางความต้องการของประชาชน ซึ่งเป็นการพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญแบบยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยาดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษานี้ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย ซึ่งจะทำให้ได้รับทราบความต้องการในระดับหนึ่ง ดังนั้นผู้ที่สนใจที่จะศึกษารุ่นต่อไป ควรศึกษาถึงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งจะทำให้ได้รับทราบพฤติกรรมและปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นกลุ่มหลักที่นำรายได้เข้ามาสู่เมืองพัทยา

2. ควรทำการศึกษาถึง อนาคตของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ซึ่งจะทำให้สามารถนำไปกำหนดเป็นแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต่อไป

3. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยเปรียบเทียบกับชาวต่างประเทศ เพื่อจะได้รับทราบถึงความแตกต่างในปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยว

4. ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาในเฉพาะเขตเมืองพัทยา ดังนั้นผู้ที่สนใจที่จะทำการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ควรทำการศึกษาในเขตท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ พังงา จันทบุรี ตรัง หนองคาย อุตรดิตถ์ เป็นต้น เพื่อจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง

บรรณานุกรม

- กองวิชาการและแผนงาน. (2546). **บรรยายสรุปเมืองพัทยา**. กองวิชาการและแผนงานงานวิจัยและประเมินผล ชลบุรี.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540, กุมภาพันธ์). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ**.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). นโยบายหลัก ททท. อนุสร อ.ส.ท.,42 (7), หน้า 13.
- คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี. (2539). **โครงการวิจัยการตลาดท่องเที่ยวในประเทศไทย**. งานวิจัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2539). **องค์ประกอบเดินทางการท่องเที่ยว**. จุลสารการท่องเที่ยว, 15 (2), หน้า 30.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2539). **ผลกระทบด้านสังคม วัฒนธรรมและการเมืองจากการพัฒนาการท่องเที่ยว**. จุลสารการท่องเที่ยว, 15 (1), หน้า 35-37.
- ชิดจันทร์ ทังสสุต. (2537). **หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เดือนรัตน์ รัตนศิริ. (2533). **ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกตอนล่าง**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2524). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นงนุช ศรีธนาอนันต์. (2538). **การพิจารณาลักษณะเฉพาะของบริการเพื่อประกอบธุรกิจโรงแรม**. จุลสารการท่องเที่ยว, 14 (4), หน้า 47-58.
- นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2540). **ระเบียบวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. งานวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- พิบูล ทีปะปาล. (2535). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- มาโนช รักษาศรี. (2546). **ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดระยอง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา.

ภาษาอังกฤษ

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

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

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

ภาคผนวก

ประวัติเมืองพญา

คำว่า “ พญา ” นั้น มีประวัติเล่ากันมาว่า เมื่อ พ.ศ. 2310 ก่อนที่จะเสียกรุงแก่พม่า 2 เดือน พระยาตาก(สิน)ซึ่งขณะนั้นเป็นพระยากำแพงเพชรเห็นว่าถ้าในกรุงฯต่อสู้กับพม่าอ่อนแออย่างที่เป็นเช่นนี้ก็ต้องเสียกรุงเป็นมั่นจึงคิดหนีไปตั้งตัวใหม่ หาสวรรค์พรรคพวกได้ประมาณ 500 คน ยกออกจากค่ายวัดพิชัย มุ่งไปทาง ตะวันออกเฉียงใต้.และได้รับกับพม่าที่ยกติดตามไปถึง 4 ครั้ง จนกระทั่งได้เดินทัพล่องหน้าไปแขวงเมืองชลบุรี พระยาตากไปพักทัพที่บริเวณหน้าวัดใหญ่อินทราราม(ปัจจุบัน) และจึงเคลื่อนทัพมุ่งไปยังจันทบุรี ระหว่างทางได้พักทัพที่บ้านหนองไผ่ (ซึ่งอยู่ด้านหลังสถานีตำรวจรพพญา ริมถนนสุขุมวิทปัจจุบัน) ตำบลนาเกลือ แขวงเมืองบางละมุงพระราชพงสาวดารฉบับพระราชหัตถเลขา เล่ม2 กล่าวไว้ว่า “ขณะนี้นายกลมเป็นนายขุมขุม ขุมไพร่พลอยู่ที่นั่นคอยสกัดจะต่อรองและพระยากำแพงเพชรขึ้นซึ่งข้างปลายถือปืนนกลักรางแดงพร้อมด้วยพลทหารแห้วแวดล้อมหน้าหลังตรงเข้าไปในระหว่างพวกพลนายกลมซึ่งมาสกัดอยู่นั้นด้วยเดชบารมีบันดาลให้นายกลมเกรงกลัวเดชาานุภาพวางอาวุธเสียสิ้นพวกพลทัพเข้าอ่อนน้อมเป็นข้าแล้วนำทัพไปหยุดประทับ ณ ที่มีหนองน้ำ ครั้นรุ่งขึ้นวันอังคาร แรม 6 ค่ำ เดือนยี่..นายกลมจึงนำไพร่พลหมื่นหนึ่งนำทัพไปถึงตำบลแห่งหนึ่ง หยุดพักแรมเสียคืนหนึ่ง รุ่งขึ้นเดินทัพมาถึงจอมเทียนและทุ่งไก่อ๊ะ สัตหีบ หยุดพักแรมแห่งละคืน

ต่อมาตำบลแห่งนั้นชาวบ้านเรียกว่า “ทัพพระยา” และต่อมาเรียกใหม่เป็น“พญา” มีทั้งตัว ท.ทหารและตัว ธ.ธง เนื่องจากเห็นว่าตรงที่บริเวณพระยาตากมาตั้งทัพนั้นทำเลดี มีลมทะเล ชื่อ ลม พญา คือลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือในต้นฤดูฝนจึงเรียกสถานที่แห่งนี้ว่า “หมู่บ้านพญา” ต่อมาปัจจุบันได้เขียนใหม่เป็น “พญา”เหตุการณ์สำคัญของเมืองพญาได้เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2502 เมื่อมีรถบรรทุกขนาดใหญ่ของทหารอเมริกันประมาณ 4-5 คัน ได้บรรทุกทหารเต็มคันรถ ประมาณ คันละ 100 คน จากนครราชสีมา ซึ่งมีฐานทัพของทหารอเมริกันอยู่ที่นั่นมาที่หาดพญาและเข้าบ้านตากอากาศของพระยาสุนทรพักอยู่เป็นประจำบ้านดังกล่าวอยู่ทางตอนใต้ของหาดพญาโดยผลัดกันพักผ่อนเป็นงวดๆ ละ 1 สัปดาห์ และพักอยู่ที่บ้านพักดังกล่าว ด้วยพฤติการณ์เช่นนี้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการมาท่องเที่ยวพญา และต่อมาพญาได้เปลี่ยนจากหมู่บ้านชายทะเลที่สงบมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศที่ทันสมัยดังที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบัน ก่อนเดือนพฤศจิกายน 2521 พญามีฐานะเป็นสุขาภิบาลนาเกลือ ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2499 มีพื้นที่เฉพาะตำบลนาเกลือ ต่อมาได้ขยายเขตไปถึงพญาได้ เมื่อปี 2507 มีพื้นที่ในการปกครองดูแล ประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร

แต่เนื่องจากพัทยาได้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ หน่วยการปกครองที่เป็นสุขาภิบาลอยู่เดิมไม่อาจจะบริหารงานและให้บริการได้ทันกับความเจริญอย่างรวดเร็วได้ รัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ.2521 ขึ้นด้วยผลแห่งพระราชบัญญัตินี้ จึงได้ยุบสุขาภิบาลนาเกลือ และได้จัดตั้งเมืองพัทยา เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521 เป็นรูปการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ (City Manager) ผู้จัดการเมืองและให้เมืองพัทยานิเทศาภิบาลนคร จวบจนกระทั่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มีผลบังคับใช้ โดยกำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นและสภาท้องถิ่นต้องมาจากการเลือกตั้งจึงยกเลิกพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 และตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2542 บังคับใช้ มีผลตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานเมืองพัทยา

ตั้งอยู่ที่เส้นรุ้งที่ 13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 101 องศาตะวันออก เลขที่ 171 หมู่ 6 ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 150 กิโลเมตร อยู่ในท้องที่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

อาณาเขต

ทิศเหนือ เริ่มจากแนวคลองกระหิงหลาย

ทิศตะวันออก ขนานกับถนนสุขุมวิท (ห่างจากถนนสุขุมวิทไปทางทิศตะวันออก 900

เมตร)

ทิศใต้ จดเขตพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่

ทิศตะวันตก ขนานกับแนวฝั่งทะเล

พื้นที่

พื้นที่ทั้งหมด 208.10 ตารางกิโลเมตร

พื้นดิน 53.44 ตารางกิโลเมตร

พื้นที่น้ำ 154.66 ตารางกิโลเมตร

พื้นที่เกาะล้าน 4.04 ตารางกิโลเมตร

ชายหาดยาวประมาณ 15 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานคร 150 กิโลเมตร

ตารางสรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเมืองพัทยา

ปี 2549

(ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดชลบุรี 17 เม.ย. 2551)

รายการข้อมูล	มกราคม-ธันวาคม		
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมชม	2,026,179	4,088,768	6,114,947
นักท่องเที่ยว	1,704,495	4,000,185	5,704,680
นักท่องเที่ยว	321,684	88,583	410,267
จำนวนผู้เยี่ยมชมจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	2,206,179	4,088,768	6,114,947
เครื่องบิน	-	95,031	95,031
รถไฟ	-	-	-
รถโดยสารประจำทาง	527,694	944,426	1,472,287
รถส่วนตัว	1,498,485	3,031,802	4,530,287
อื่น ๆ	-	17,509	17,509
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	1,704,495	4,000,185	5,704,680
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท	1,357,283	3,968,390	5,325,673
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	338,749	27,974	336,723
ที่พักในอุทยานฯ	-	-	-
บ้านรับรอง	8,463	3,821	12,284
อื่น ๆ	-	-	-
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)	2.16	3.62	3.18
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน	3,625.54	4,304.89	4,125.94
นักท่องเที่ยว	2,418.89	3,027.21	2,903.96
นักท่องเที่ยว	1,206.65	1,277.68	1,221.98
รายได้ (ล้านบาท)	9,289.02	43,955.09	53,244.11
นักท่องเที่ยว	8,900.86	43,841.91	52,742.77
นักท่องเที่ยว	388.16	113.18	501.34

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน จังหวัดชลบุรี
: ศึกษาเฉพาะกรณี พื้นที่ในเมืองพัทยา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย หญิง

2. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

3. อายุ

น้อยกว่า 25 ปี อายุ 26 – 35 ปี
 อายุ 36 – 45 ปี อายุ 46 – 55 ปี
 มากกว่า 5 ปี

4. อาชีพของท่าน

ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัทเอกชน
 นักเรียน/นักศึกษา อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน

ไม่เกิน 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท
 30,001 – 45,000 บาท มากกว่า 45,000 บาท

6. ภูมิลำเนาของท่านในปัจจุบัน

จังหวัดชลบุรี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 กรุงเทพฯและปริมณฑล ภาคกลาง
 ภาคเหนือ ภาคใต้
 ภาคตะวันออก (ยกเว้นจังหวัดชลบุรี)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมगत่องเที่ยว

7. ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวพัทยาในวันใด

- | | |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> วันธรรมดา | <input type="checkbox"/> วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ |
| <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ | <input type="checkbox"/> ขึ้นอยู่กับโอกาส |

8. ระยะเวลาพักอาศัยในเมืองพัทยา โดยเฉลี่ยสำหรับมาท่องเที่ยวยพัทยาแต่ละครั้ง

- | | |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่พักค้างคืน | <input type="checkbox"/> ค้างคืน 1 คืน |
| <input type="checkbox"/> ค้างคืน 2 - 3 คืน | <input type="checkbox"/> ค้างคืน 4 - 7 คืน |
| <input type="checkbox"/> ค้างคืนนานกว่า 1 สัปดาห์ | |

9. จำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวพัทยาในรอบปีที่ผ่านมา (2549)

- | | |
|-------------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่เคย | <input type="checkbox"/> 1 - 3 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 4 - 6 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 7 - 10 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 10 ครั้ง | |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นที่มีปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว			
	เหมาะสม มากที่สุด	เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	ไม่เหมาะสม มากที่สุด
1. ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว				
1.1 ภูเขา เช่นเขาทัพพระยา				
1.2 ชายหาด				
1.3 เกาะ				
2. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว				
2.1 ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ				
2.2 ความสวยงาม				
2.3 ความสะอาด				
3. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว				
3.1 สวนเกษตร เช่น สวนนงนุช ไร่วนาสิน สวนผักปลอดสารพิษ วัดญาณสังวราราม เป็นต้น				
3.2 กีฬาทางน้ำ เช่น เรือใบ เรือ ลากกล้วย เจตสกี วินเซิร์ฟ เป็น ต้น				
4. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว				
4.1 แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่มียี่ชื่อเสียง ระดับโลก				
4.2 แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของ นักท่องเที่ยว				

ปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นที่มีปัจจัยด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว			
	เหมาะสม มากที่สุด	เหมาะสมมาก	ไม่เหมาะสม	ไม่เหมาะสม มากที่สุด
5. แหล่งท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์				
5.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ เช่น เมืองจำลอง ปราสาทสังขรรม เป็นต้น				
5.2 แหล่งท่องเที่ยวทาง ศาสนสถาน วัดญาณสังวราราม เขาชีจรรย์ อุทยานสามก๊ก				
6. โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว				
6.1 เดินทางสะดวก				
6.2 มีการดูแลความปลอดภัยใน ชีวิตและทรัพย์สินแก่นัก ท่องเที่ยว				
7. โครงสร้างพื้นฐานรอง (โรงแรม บังกะโล เกสต์เฮาส์ เป็นต้น)				
7.1 ที่พักสะอาดปลอดภัย				
7.2 การเดินทางสะดวก				
7.3 มีที่จอดรถเพียงพอ				
8. วิธีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น				
8.1 มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม แจ่มใส				
8.2 ความมีน้ำใจพร้อมช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว				

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

.....

.....

.....

.....

.....

****ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม**

ประวัติผู้ศึกษา

นายรัฐไท พร้อมอาษา

เกิด 25 กรกฎาคม พ.ศ.2500 อายุ 51 ปี

ที่อยู่เลขที่ 99 ซอย อากาศิริม (สันนิบาตเทศบาล 1) ถนนรัชดาภิเษก

แขวงลาดยาว เขต จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

โทรศัพท์ 02-9391476 มือถือ 081-8455116

E-mail : rathtai_p@hotmail.com



สถานที่ทำงานปัจจุบัน

บริษัท S.R.T GEMS & JEWELRY จำกัด ROOM 124

อาคาร JTC SILOM 99/1 BANGRAK BANGKOK 10500

โทรศัพท์ 02-6302630

การศึกษา

- ปริญญาตรี รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ปริญญาโท รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ปริญญาเอก รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก (กำลังศึกษา)
- โครงการพัฒนานักบริหารและผู้จัดการศึกษาระดับสูง มหาวิทยาลัยประสานมิตร
- หลักสูตรบริหารโครงการก่อสร้าง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- หลักสูตรการพัฒนาผู้บริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ตำแหน่ง

- ประธานกรรมการ โรงแรมเดอะปรินซ์พัตยา
- ประธานกรรมการบริษัทไทยไทม์เรียลเอสเตท จำกัด
- ประธานกรรมการบริษัทพัตยาทูเคย์กรุ๊ป จำกัด
- ประธานกรรมการ บริษัทมนต์เพลงเอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
- กรรมการบริหารสนามกอล์ฟราชบุรีคันทรีคลับ
- ประธานกรรมการ SRT Gems & Jewellery