

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทาง
ท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

รัชฎา โภธิสุนทร
สุรพล ปุ่มสีดา

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว เมืองพัทยา จ.ชลบุรี
ผู้ศึกษาค้นคว้า	รัชฎา โพธิ์สุนทร, สุรพล ปุ่มสีดา
ที่ปรึกษา	ดร. สุรพิชัย พรหมสิทธิ์
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม และการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2552
คำสำคัญ	นักท่องเที่ยว พึงพอใจ เมืองพัทยาจ.ชลบุรี

บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและ ความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี โดยศึกษาจาก
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ. ชลบุรี

วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมา
ท่องเที่ยวเมืองพัทยา ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม 400 ชุด โดยใช้การเก็บข้อมูล
แบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และใช้วิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง
(Purposive Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย(Mean)
ร้อยละ(Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการบรรยาย
ข้อมูล สถิติเชิงอนุมาน การทดสอบสถิติ (T-Test) การวิเคราะห์ทางแปรปรวนทางเดียว (One-Way
Anova) จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ด้วยวิธีการ
วิเคราะห์ทดสอบค่าโดยใช้ (T-test) และความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA; F-test) ซึ่ง
เมื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาเที่ยวพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวมี
ความพึงพอใจด้านสถานที่ในภาพรวมในระดับมาก มีความพึงพอใจในด้านราคาในระดับปานกลาง
พึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมระดับ มาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ การ
สำรองห้องพักมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ตัวแทนจำหน่าย การให้บริการ
รถโดยสารมีตารางเวลาที่แน่นอน และสถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดระเบียบในการเข้าชมที่เป็นระบบ
และพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่แตกต่างกัน อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมี
ความพึงพอใจที่แตกต่างกันในทุกด้าน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
สมมุติฐานของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
ความหมายและแนวคิดการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	7
ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและทฤษฎีความพึงพอใจ.....	15
แนวคิดและปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	17
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว.....	18
แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว....	22
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	38
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล.....	39
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย.....	40
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จ.ชลบุรี.....	43
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ การเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ.....	49
5 บทสรุป.....	59
สรุปผลการวิจัย.....	59
อภิปรายผลการวิจัย.....	63
ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	66
ภาคผนวก.....	69
ประวัติผู้ค้นคว้า.....	82

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
2	แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3	แสดงตารางจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บแบบสอบถาม.....	35
4	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	42
5	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนครั้งของการเดินทาง.....	40
6	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง.....	41
7	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามค่าใช้จ่าย.....	41
8	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว.....	42
9	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง.....	42
10	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมา เที่ยวเมืองพัทยาในภาพรวมและรายด้าน.....	43
11	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมา เที่ยวเมืองพัทยาด้านสถานที่.....	44
12	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมา เที่ยวเมืองพัทยาด้านราคา.....	45
13	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมา เที่ยวเมืองพัทยาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมา เที่ยวเมืองพัทยาด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย.....	46
15	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมา เที่ยวเมืองพัทยาด้านผู้ให้บริการ.....	47
16	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมา เที่ยวเมืองพัทยาด้านหลักฐานทางกายภาพ.....	47
17	แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองพัทยา ด้านกระบวนการให้บริการ.....	48
18	แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมา ท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีเพศแตกต่างกัน.....	49
19	แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีอายุแตกต่าง กัน.....	50
20	แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีระดับ การศึกษาแตกต่างกัน.....	52
21	แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมือง พัทยามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน.....	54
22	แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามีอาชีพแตกต่าง กัน.....	56

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กรอบแนวคิด.....	4
2	ตราประจำเมืองพัทยา จ.ชลบุรี.....	75
3	แผนที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี.....	76
4	ปราสาทไม้สี่ธรรม พัทยาเหนือ.....	78
5	การแสดงโชว์คาบาเร่ต์ พัทยาเหนือ.....	78
6	ห้างสรรพสินค้า พัทยากลาง.....	79
7	เมืองจำลอง.....	79
8	Walking Street.....	80
9	บรรยากาศ Walking Street.....	80
10	ชายหาดจอมเทียน.....	81
11	กิจกรรมริมชายหาดจอมเทียน.....	81

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีบทบาทเพิ่มมากขึ้น และทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ก่อให้เกิดการจ้างงานและธุรกิจบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องอีกหลายแขนงโดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นทั่วโลก ทำให้หลายประเทศต้องการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการฟื้นตัวและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้นเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ และไม่ก่อให้เกิดการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าประเภททุนจากต่างประเทศ ไม่ต้องเผชิญปัญหาเกี่ยวกับการกีดกันทางการค้าและสามารถสร้างรายได้ทดแทนการนำเข้า ลดการขาดดุลทางการค้าให้กับประเทศได้

จากนโยบายของรัฐบาลในการเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ จะเห็นได้ว่านอกจากการส่งออกแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นอีกทางหนึ่งที่รัฐบาลฝากความหวังไว้ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่สูงกว่าคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกันในหลายๆ ประเทศ และจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญแล้ว โครงสร้างรายได้ของการท่องเที่ยวไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น รายได้จากการท่องเที่ยวที่เคยกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือเมืองใหญ่ได้ขยายออกไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรี ระยอง ซึ่งสร้างความเจริญและความสะดวกสบายให้แก่ท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว โดยการลงทุนและพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิเช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เส้นทางคมนาคม พาหนะในการเดินทาง เป็นต้น

การที่ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและน่าสนใจกระจายอยู่ทั่วประเทศซึ่งจำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นประเภทต่างๆตามลักษณะเด่นของบริเวณพื้นที่ และทรัพยากรท่องเที่ยวบริเวณนั้นๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (ภูเขา น้ำตก ทะเล) แหล่งท่องเที่ยวตามประวัติศาสตร์ (โบราณสถาน) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนเกษตร ปศุสัตว์ ประมง) ซึ่งหากจะกล่าวตามความน่าสนใจของพื้นที่ และความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ สถานที่ซึ่งได้รับความนิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และเป็นแหล่งรวมความหลากหลายที่พร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวแห่งหนึ่ง ระยะเวลาการเดินทางไม่ไกลจากกรุงเทพและได้รับการเยี่ยมชมจากอย่างไม่ขาดสาย นั่นก็คือ เมืองพัทยา จ.ชลบุรี

เมืองพัทธยานั้น เดิมชาวบ้านเรียกว่า ทัพพะระยา และต่อมาเรียกใหม่เป็นพัทธยา เนื่องจากเห็นว่าตรงที่บริเวณพระยาตาก (พระเจ้าตากสินมหาราช) มาตั้งทัพนั้นทำเลดี มีลมทะเล ชื่อลมพัทธยา คือ ลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือในต้นฤดูฝน จึงเรียกสถานที่แห่งนี้ว่าหมู่บ้านพัทธยา ต่อมาได้เขียนใหม่เป็นพัทธยา

เมืองพัทธยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาโดยตลอด มีการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น เป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ ด้านคมนาคม ด้านการบริการและการท่องเที่ยว เมืองพัทธยานับได้ว่าเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากเมืองอื่นๆ ในหลายๆด้าน ซึ่งถือเสมือนเป็นข้อได้เปรียบของเมืองในอันที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการบริหาร ซึ่งจุดเด่นซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของเมืองหรือศักยภาพของเมืองพัทธยา มีหลายประการ เช่น เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาช้านาน โดยมีแนวชายหาดยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร เหมาะอย่างยิ่งในการพักผ่อน หรือตากอากาศ และยังถือเป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการ พาณิชยกรรม เป็นเมืองศูนย์กลางการบริหารและท่องเที่ยวสำหรับโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก รวมถึงมีสาธารณูปโภคที่สมบูรณ์แบบและเอื้อต่อการผลิต การลงทุน และการท่องเที่ยวของท้องถิ่น นอกจากนี้แล้วพัทธยา ยังเป็นเมืองที่มีศูนย์การแข่งขันทennisกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศและระดับโลก (กองวิชาการและแผนงานเมืองพัทธยา, 2546, หน้า 5-6)

มุมมองของนักท่องเที่ยวนั้น พัทธยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจหลายด้านด้วยกัน หากแต่ยังมีปัญหาบางประการที่ถือเป็นสิ่งที่ควรได้รับการแก้ไข พัฒนา และปรับปรุง

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทธยา จ.ชลบุรี ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังเขตพื้นที่เมืองพัทธยา จ.ชลบุรี และปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อีกทั้งปัจจัยใดที่ควรปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพความเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวอย่างสูงสุด และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป
2. เป็นข้อมูลเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเมืองพัทยา

ขอบเขตของการวิจัย

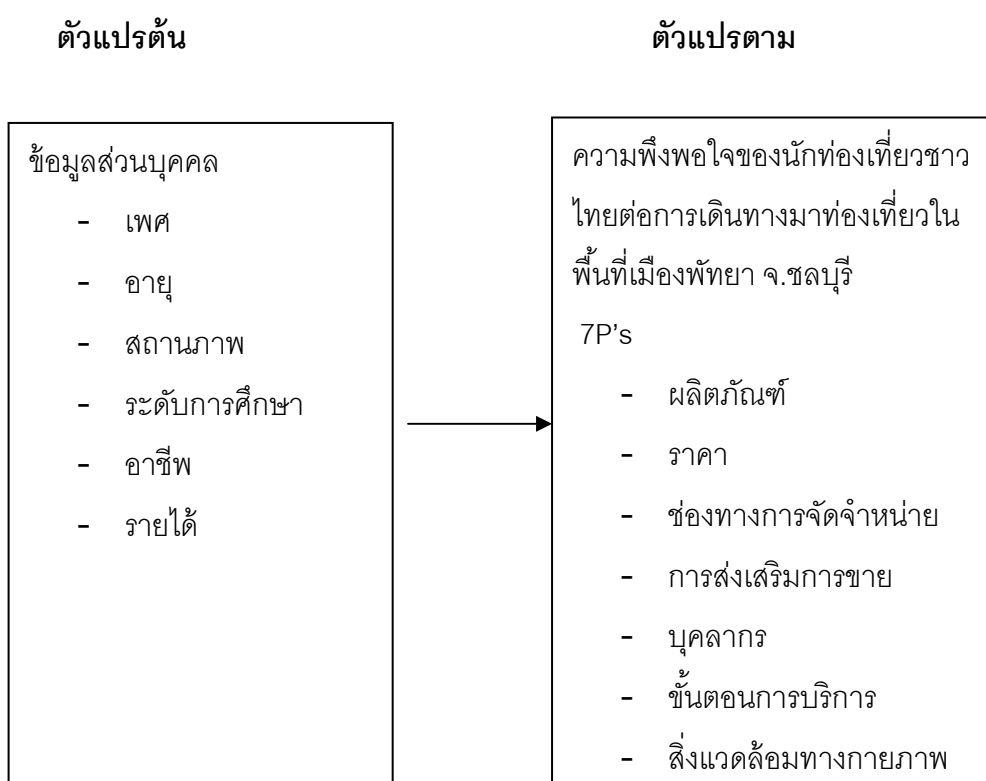
1. ขอบเขตทางด้านพื้นที่ศึกษา
 - 1.1 ศึกษาจากจำนวนของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้น
 - 2.1 ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายนอกพื้นที่ เมืองพัทยา จ.ชลบุรี
 - 2.2 ศึกษาความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี
3. ขอบเขตทางด้านประชากร ในการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มประชากร คือ
 - 3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี
 - ตัวแปรต้น**
 - ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้
 - ตัวแปรตาม**
 - ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี

สมมุติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี

กรอบแนวคิด

ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ เมืองพัทยา จ.ชลบุรี



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิด

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อทัศนศึกษา เพื่อพักผ่อน หรือเพื่อความบันเทิง ซึ่งในการวิจัยนี้ หมายถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ซึ่งเป็นที่พักผ่อน ทัศนศึกษา หรือให้ความบันเทิง ซึ่งในการวิจัยนี้ หมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี

สถานที่พักผ่อน หมายถึง สถานที่ให้บริการที่พักอาศัย ได้แก่โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสเฮาส์ อาคาร หอสมุด ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง สถานที่ให้บริการที่พักอาศัยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ. ชลบุรี

การจัดจำหน่ายบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การเลือกช่องทางหรือสถานที่ในการนำบริการการท่องเที่ยวออกสู่กลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อทำการขยายบริการในรูปของหน่วยงานให้แก่ นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อบริการการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง การให้บริการในรูปแบบต่างๆภายใน เมืองพัทยา จ.ชลบุรี

การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตบริการการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้เกิดการซื้อบริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอื่น ทั้งสร้างชื่อเสียงและค่านิยมให้กับผู้ผลิตบริการการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งในการวิจัยนี้หมายถึง การชักจูงให้เกิดการซื้อบริการทางการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

สินมรดกทางธรรมชาติ หมายถึง ลักษณะภูมิประเทศ ภูเขา ทะเล ป่าไม้ น้ำตก เป็นต้น ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ในเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

สินมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น หมายถึง สิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว และเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง สิ่งก่อสร้างเพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวภายในเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในเชิงบวก หรือเชิงลบ หรือระดับกลางที่ไม่เป็นบวกหรือลบ อันเกิดจากกระบวนการประเมินประสบการณ์การท่องเที่ยวหาบ้านกรุดของนักท่องเที่ยว โดยใช้ความคาดหวังเป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบกับประสบการณ์จริงที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดต่างๆซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะใช้เป็นฐานอ้างอิงในการศึกษาและกล่าวถึงงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายและแนวคิดการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและทฤษฎีความพึงพอใจ
6. แนวคิดและปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
7. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
8. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว
9. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

ความหมายและแนวคิดการท่องเที่ยว

ปัจจุบันมีนักวิชาการหลายท่านเสนอแนวความคิดที่หลากหลาย และได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาว่างและมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องและมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เพื่อการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยจะมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณเข้ามาร่วมด้วย (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544, หน้า 84-85)

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อหาความสนุก และนอกจากนี้ยังเป็นการเดินทางเพื่อการทำธุรกิจ การประชุม สัมมนา หาความรู้ การศึกษา และเพื่อการกีฬา ตลอดจนเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องด้วย (ประภัสสร ศรีภักดี, 2548, หน้า 13-14)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่ไม่ใช่เป็นการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ การไปทำงานประจำ รวมทั้งไม่ใช่เพื่อหารายได้ เรียนหนังสือ และไปอาศัยอยู่เป็นการถาวร (พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2547, หน้า 3)

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ซึ่งมีเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

1. การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ หรือธุรกิจใดๆในประเทศในประเทศหนึ่งๆที่เดินทางไป
2. การเดินทางเพื่อจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. การเดินทางไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานทางการทูต หรือองค์การระหว่างประเทศ หรือองค์การเอกชนโดยได้ค่าจ้างตอบแทน
4. การเดินทางข้ามพรมแดน เพื่อไปทำงานเป็นประจำทุกวัน
5. การเดินทางผ่านประเทศใดประเทศหนึ่งโดยไม่แวะลง ซึ่งเป็นเวลานานกว่า 24 ชั่วโมง
6. การเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่นการเคลื่อนย้ายกำลังพลทหาร หรือการเคลื่อนย้ายนักโทษจากที่คุมขังหนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 6)

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อหาความสนุก และนอกจากนี้ยังเป็นการเดินทางเพื่อการทำธุรกิจ การประชุม สัมมนา หาความรู้ การศึกษา และเพื่อกีฬา ตลอดจนเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องด้วย (ประภัสสร ศรีภักดี, 2548, หน้า 13-14)

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางจากที่หนึ่ง ไปสู่อีกที่หนึ่ง อาจจะเพื่อพักผ่อน เปลี่ยนบรรยากาศ และ สิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน หรือท้องถิ่นนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

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

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางด้วยความสมัครใจ

3. การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ดังนั้น การเดินทางจึงมิได้จำกัดเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (เสรี วงศ์ไพจิตร, 2530, หน้า 2-3)

ในการเดินทางเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว นั้น มีเหตุในการจูงใจหรือมุ่งมั่นในการเดินทาง ดังนี้

1. เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การทำงานหนักซ้ำซากจะทำให้เกิดความเบื่อหน่าย ดังนั้นคนเราจึงต้องการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศเพื่อหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน
2. เพื่อการพักผ่อนหลังจากทำงานหนัก คนเราต้องการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ดังนั้นโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนจึงมักเป็นที่ที่มีอากาศดี ภูมิประเทศสวยงามสงบ และมีสิ่งเจริญตาเจริญใจเป็นสำคัญ
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะได้แก่ โบราณสถาน เยี่ยมชมโบราณวัตถุ หรือสถานที่ที่มีประเพณี และวัฒนธรรมเป็นของตนเอง
4. เพื่อการกีฬา แบ่งออกเป็นเพื่อการชมกีฬา และเล่นกีฬา เช่นการแข่งขันรถ ปีนเขา เล่นเรือใบ เป็นต้น
5. เพื่อธุรกิจ หมายถึง การที่ไปทำธุรกิจและท่องเที่ยวไปด้วย
6. เพื่อประชุมสัมมนา ปัจจุบันการจัดประชุมสัมมนา มักนิยมจัดตามที่ต่างๆ รวมทั้งต่างประเทศด้วย จึงเป็นเหตุให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีโอกาสท่องเที่ยวในประเทศหรือท้องถิ่นนั้นๆ
7. เพื่อการศึกษา นิยมกันมากในกลุ่มผู้มีฐานะดี เช่น การจัดกลุ่มไปเรียนภาษาต่างประเทศ
8. เพื่อเพศรส จากประวัติการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่านับแต่โบราณกาลมาแล้ว การท่องเที่ยวของคนบางกลุ่มเป็นไปเพื่อการนี้โดยเฉพาะ แต่มักไม่กระทำโดยโจ่งแจ้ง มักแอบแฝงและรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้จัดการ

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

1. เวลาว่าง บุคคลที่จัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวอย่างน้อยต้องใช้เวลาว่างช่วงหนึ่ง เพื่อจุดมุ่งหมายการเดินทางของตนเอง

2. การเงิน การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องใช้จ่ายเงินในการจ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งผู้เดินทางจะต้องมีความพร้อมในค่าใช้จ่ายส่วนนี้

3. สุขภาพ บางครั้งการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกลหรือมีภูมิอากาศแตกต่างไปจากที่เคยชิน สิ่งเหล่านี้อาจเป็นอุปสรรคแก่ผู้ที่จะเดินทางไป และผู้ที่มีสุขภาพไม่ดีมีโรคประจำตัว ก็อาจเป็นปัญหาในการเดินทางได้เช่นกัน

4. อาชีพ ภารกิจหน้าที่การงาน สำหรับในบางคนนั้นอาจเป็นอุปสรรคในการเดินทางได้

5. ระยะทาง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ห่างไกล อาจจะไม่เอื้ออำนวย และสมดุลงกับเวลาว่าง การเงิน หรือสุขภาพด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวหรือเรียกว่า สันมรดกทางการท่องเที่ยวมี 2 ประการ คือ (เดือนรัตน์ รัตนศิริ, 2533, หน้า 13-14)

1. สันมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ ลมฟ้าอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่า ภูเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น

2. สันมรดกที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ได้แก่

2.1 สันมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและศาสนา

2.2 โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เครื่องอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย

2.3 โครงสร้างเหนือฐานรอง ได้แก่ สิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารของที่ระลึก

2.4 วิธีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงท่าที ความรู้สึกของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า สันมรดกทางธรรมชาติและสันมรดกที่คนสร้างขึ้น มีความสำคัญในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มากขึ้น ขณะเดียวกันในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบโดยองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ (Mill, 1990, p. 22)

1. สิ่งดึงดูดใจ

2. สิ่งอำนวยความสะดวก

3. การขนส่ง

4. การต้อนรับ

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

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

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวจึงหมายรวมไปถึงสิ่งที่พึงทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและความพึงพอใจตลอดช่วงระยะเวลาที่ใช้ไปกับการเดินทางท่องเที่ยว

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

เดิมนั้นการท่องเที่ยวจะเป็นไปตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีโดยธรรมชาติ ต่อมามีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ จนถึงขั้นที่มนุษย์จัดสร้างแหล่งท่องเที่ยว หรือดัดแปลงให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ ขึ้นมาเอง เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท คือ (อุษณีย์ ศรีภูมิ, 2544, หน้า 15)

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระราชวัง สิ่งก่อสร้างและอาคารที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ รวมทั้งอนุสาวรีย์ต่างๆ ด้วย
2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน ได้แก่ วัด โบสถ์ เจดีย์ ศูนย์กิจกรรมทางศาสนา
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก
4. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม และการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีประจำท้องถิ่น
5. แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานเริงรมย์ ได้แก่ โรงภาพยนตร์ โรงละคร
6. แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุตสาหกรรม และหัตถกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรสาน การทอผ้า ทำร่ม เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ได้แก่ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนสนุก สวนกีฬา หรือย่านท่องเที่ยวอันเกิดจากกิจกรรมของประชาชนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดนี้ อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวถาวร หรือมีกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดทั้งปีอย่างสม่ำเสมอ และแหล่งท่องเที่ยวชั่วคราว ที่มีขึ้นตามช่วงเวลาที่มีเทศกาลเท่านั้น

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันได้มีการพัฒนาให้เป็นที่ไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน ศาสนสถาน ศิลปวัฒนธรรม การศึกษา สถานเริงรมย์ อุตสาหกรรม หัตถกรรม สวนสัตว์ สวนสนุก สวนกีฬา ฯลฯ ฉะนั้นประเภทของแหล่งท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลในโลกยุคใหม่

สรุปได้ว่า ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวก็เป็นตัวจำแนกความสนใจในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวของประชากรแต่ละกลุ่ม ตามแต่ความสนใจในสิ่งที่ตนและหมู่คณะ มีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาวิจัยในพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี นั้นพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานเริงรมย์ และฯลฯ ซึ่งในจุดนี้เองที่ทำให้ เมืองพัทยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจด้วยความหลากหลายของกิจกรรมที่เตรียมไว้เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแง่มุมต่างๆ

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาด

การจัดการทางการตลาดจำเป็นต้องกำหนดงบประมาณในการตลาดเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดอัตราส่วนของงบประมาณการตลาดต่อยอดขาย และจะต้องแบ่งงบประมาณการตลาดที่ใช้ในด้านต่างๆ ซึ่งเรียกกันว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมที่สำคัญที่สุดของการตลาด ก็คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) ซึ่งจะต้องมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และราคา (Price) เป็นเครื่องมือของส่วนผสมทางการตลาดที่จะกำหนดการขายทั้งผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) และราคา (Price) จะถูกเสนอผ่านช่องทางจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไปยังลูกค้า

1. **ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service)** คำว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการในความหมายของการท่องเที่ยวขึ้นสำหรับธุรกิจการขนส่งโดยสารซึ่งหมายถึงเส้นการเดินทางและหมายกำหนดการเดินทาง สำหรับในแง่ธุรกิจโรงแรม จะหมายถึง ตัวอาคาร สำหรับบริษัทท่องเที่ยว

นั้น หมายถึง ขอบเขตของผลิตภัณฑ์และบริการ อันได้แก่ การจัดทำเช็คเดินทาง ระบบคอมพิวเตอร์ในการจองสายการบินโปรแกรมเดินทาง

2. **ราคา (Price)** สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวนั้น กลยุทธ์ด้านราคา เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ดังนั้นการตั้งราคาเพื่อที่จะให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าจึงเป็นการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดทางการตลาด การตั้งราคาขายส่ง (Wholesale Price) ราคาขายปลีก (Retail Price) ราคาตามฤดูกาล (Seasonal Price) จึงมีความสำคัญมาก

3. **ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง ระบบการจำหน่าย สำนักงานตัวแทนที่สามารถจองห้อง หรือขายตั๋วเครื่องบิน เป็นช่องทางจำหน่ายที่สำคัญ เนื่องจากนักเดินทางมักจะมาติดต่อที่เคาน์เตอร์บริษัทการท่องเที่ยวเพื่อจองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรม จองโปรแกรมการท่องเที่ยว การจองรถเช่า

4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** การส่งเสริมการตลาดนั้น ในตลาดท่องเที่ยว มักจะทำโดยการให้พนักงานขายติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นพนักงานขายโรงแรม ติดต่อขายห้องโดยตรงกับบริษัทนำเที่ยวและบริษัทท่องเที่ยวในตลาดต่างประเทศไว้แล้ว นอกจากนี้ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายก็มีส่วนในการดึงดูดลูกค้าเข้ามาในวงจรการขาย

5. **ผู้ให้บริการ (People)** บุคลากรทั้งหมดภายในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

5.1 เจ้าของและบริการ

เจ้าของและผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกระดับ กระบวนการในการให้บริการรวมถึงการปรับปรุงการให้บริการ

5.2 พนักงานผู้ให้บริการและพนักงานในส่วนสนับสนุน

พนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่พบปะกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนงานด้านต่างๆ ที่จะทำให้การบริการนั้นมีประสิทธิภาพสมบูรณ์

6. **กระบวนการให้บริการ (Process)** กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่มีความทันสมัย ในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการบริการประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงินเป็นต้น ซึ่งการให้บริการแต่ละขั้นตอนจะต้องมีการเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี

หากมีขั้นตอนใดผิดพลาดหรือขาดความสมบูรณ์ ย่อมส่งผลทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น ชายหาด ห้องน้ำ ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหรา สะอาด สวยงาม มีความน่าเชื่อถือ ย่อมทำให้ลูกค้าคาดหวังว่าการบริการน่าจะดีด้วย

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพในแต่ละธุรกิจไม่เหมือนกัน สิ่งที่ผู้บริหารจะต้องทำคือการศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า ว่าลูกค้าคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในด้านใด เนื่องจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นสิ่งประทับใจเป็นสิ่งแรก สำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นครั้งแรก (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546, หน้า 74-80)

กลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการผลิตบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งการบริการ จะมียุทธศาสตร์เฉพาะ มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ คือ

1. **ความไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้** ผลลัพธ์ที่ในรูปแบบการบริการส่วนมากผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสด้วยประสาททั้ง 5 ไม่ว่าจะเป็น ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง ก่อนการซื้อและการบริโภค ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถตรวจสอบหรือทดลองก่อนการตัดสินใจซื้อได้ ดังนั้นข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นหรือทัศนคติใดๆ ที่เกี่ยวกับการบริการจึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภค และกลายเป็นสิ่งที่ผู้ซื้อเสาะแสวงหาล่วงหน้าก่อนเสมอ นอกจากนั้นพฤติกรรมการซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยมากยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ครั้งที่ผ่านมาเป็นสำคัญ แม้ว่าในความเป็นจริงแล้ว ลูกค้าจะได้รับสิ่งที่จับต้องได้ เช่น การรับประทานอาหารดี การพักผ่อนบนเตียงนอนที่แสนสบายในห้องที่สะอาดและตกแต่งอย่างสวยงาม โดยสารเครื่องบินที่นั่งชั้นหนึ่ง ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าเหล่านี้เป็นการบริการที่ลูกค้าต้องซื้อ แต่สิ่งที่ตอบแทนที่ลูกค้าคาดหวังและจัดเป็นส่วนสำคัญของบริการ คือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ลูกค้าจ่ายเงินเข้าพักโรงแรมระดับห้าดาว ย่อมคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่ดี คือ นอกจากห้องพักที่สะอาด สวยงาม ตามมาตรฐานโรงแรมระดับห้าดาว แล้ว ลูกค้ายังต้องการความดูแลเอาใจใส่ของพนักงานที่พร้อมจะอำนวยความสะดวกต่างๆ ตลอดเวลาที่พักอยู่รวมถึง บุคลิกภาพที่ดี กิริยาท่าทีสุภาพเรียบร้อย และเป็นมิตร ทั้งสองส่วนจึงประกอบกันเป็นบริการที่ผู้ซื้อคาดหวัง

2. **แยกจากกันไม่ได้** สำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในธุรกิจบริการ จะสังเกตได้ว่าสินค้าในรูปบริการไม่สามารถแยกจากกันได้ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ กล่าวคือ กิจกรรมการผลิต กล่าวคือ กิจกรรมการผลิต (การแสดงวิธีการให้บริการ) การขาย การส่งมอบ และการบริโภค มักจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและไม่สามารถแยกขาดจากกันได้อย่างชัดเจน เช่น การให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ย่อมเกิดขึ้นในเวลาเดียวกับที่พนักงานท่องเที่ยวต้องการข้อมูลและกำลังถามเพื่อฟังคำตอบ ถ้าจะเปรียบเทียบ การให้บริการ ซึ่งเปรียบเหมือนขั้นตอน การผลิต จึงไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลที่อาจเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ขาย นั้นหมายถึง การผลิตจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการบริโภคหรือการซื้อบริการ ณ สถานที่ผลิตเท่านั้น

3. **มีความหลากหลาย** ภาพของการบริการมีความคล้ายคลึงกันแต่ไม่สามารถตั้งหรือกำหนดมาตรฐานไว้ให้เหมือนทุกครั้ง จึงต่างจากสินค้าที่จับต้องได้ ซึ่งผ่านการผลิตโดยอาศัยเครื่องจักร อุปกรณ์ ภายใต้รูปแบบที่สามารถกำหนดและมาตรฐานที่ตั้งไว้ล่วงหน้า การกำหนดมาตรฐานเพื่อใช้เป็นแบบอย่างในการให้บริการ จึงได้เพียงจัดรูปแบบวิธีการทำงาน เช่น มาตรฐานโรงแรมระดับห้าดาว การจัดให้มีบริการรับจองที่นั่งโดยสารเครื่องบินผ่านเครือข่ายระบบศูนย์รับจอง แต่ในทางปฏิบัติและรายละเอียดการให้บริการนั้น แต่ละแห่งยังแตกต่างกันไปตามวิธีการ และความชำนาญของบุคลากร โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมขณะให้บริการ รวมทั้งลักษณะนิสัยและการแสดงออกที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละคนที่เข้ามาติดต่อ ซึ่งสามารถสรุปสาเหตุสำคัญจากความหลากหลาย ซึ่งมาจากความแตกต่างของบุคคลอื่นได้แก่

- 3.1 กลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทมีความต้องการที่ต่างกัน เช่น กลุ่มประชุม
- 3.2 นักท่องเที่ยวกลุ่มพักผ่อน กลุ่มนักธุรกิจผู้เดินทางมาติดต่อเจรจาทางธุรกิจ
- 3.3 กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีทัศนคติ ประสบการณ์ในอดีตและความสามารถในการรับรู้ที่ต่างกัน
- 3.4 กลุ่มพนักงานที่ให้บริการมีทัศนคติ ความชอบ การรับรู้ และความสามารถในการแสดงออกที่ต่างกัน

4. **การเก็บรักษาไม่ได้** หמדอายุง่าย การบริการเป็นผลผลิตที่มีอายุการใช้สั้นหรือหמדอายุง่ายทำให้ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ตัวอย่างเช่น จำนวนที่นั่งว่างบนเครื่องบินโดยสารในแต่ละเที่ยวบิน ห้องพักรวมที่ว่าง ไม่มีแขกเข้าพักในแต่ละวัน เหล่านี้ล้วนแสดงถึงความสูญเสียรายได้ และเสียโอกาสในการผลิตที่สามารถสร้างรายได้ไปอย่างน่าเสียดายเพราะไม่สามารถเก็บรักษา (โอกาสในการสร้างรายได้) ไว้เพื่อขายรวมกับโอกาสใหม่ในวันรุ่งขึ้นได้ นอกจากนี้การบริการมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของอุปสงค์อันเป็นลักษณะของธุรกิจ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจ

โรงแรม ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้คุณลักษณะหมวดอายุ ง่ายมีลักษณะเด่นชัดขึ้นอีก

สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในการที่จะผลิตการบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว จะต้องดำเนินการต่างๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศมีศักยภาพ ในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความต้องการเดินทางเข้ามาเยือน ไม่ว่าจะเป็น ในเรื่องของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเมื่อได้เข้ามาเยือน ขณะเดียวกันการร่วมมือกันระหว่าง ภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและทฤษฎีความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด” ซึ่งมีนักวิชาการและนักจิตวิทยาได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

สุพล นุรักษ์ (2540, หน้า 27) ได้กล่าวว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก ความคิดเห็น ในลักษณะเชิงบวกของบุคคลที่จะเกิดความพึงพอใจ เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการ หรือได้รับสิ่งตอบแทนที่คาดหวังไว้”

กนกพร รัตนสุธีระกุล (2541, หน้า 23) ได้กล่าวว่า “ความพึงพอใจของบุคคลที่เกิดขึ้นนั้น มักจะเป็นความรู้สึกเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อความต้องการได้รับการจัดสรรให้ถูกต้องตามความเหมาะสม และไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้วย ตัวอย่างของสาเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่มนุษย์ได้แก่ สิ่งเร้าที่มากกระตุ้น เป็นต้น”

กาญจนา ศุภรพันธ์ (2543, หน้า 34) กล่าวว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองจากความคาดหวังที่ตั้งไว้ หรือมากกว่าของกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งนั่นเอง”

คณิงรัตน์ คำมณี (2546, หน้า 9) กล่าวว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก ความคิดเห็น ของบุคคลในเชิงบวก ซึ่งจะเกิดความพึงพอใจก็ต่อเมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนอง หรือเป็นตามที่คาดหวังไว้”

วัฒนา เพ็ชรวงศ์ (2542, หน้า 18) ได้สรุปว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติ ทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ”

สุรสิทธิ์ เวชสิทธิ์ (2544, หน้า 10) กล่าวว่า “ความพึงพอใจเป็นความคาดหวังที่บุคคลต้องการที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางบวกมากกว่าทางลบ หากความคาดหวังนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการ และทำให้เกิดความรู้สึกในเชิงบวกแล้วก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้น”

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของผู้มารับการบริการต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้จากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ ทางด้านจิตวิทยากล่าวถึง ความพึงพอใจ ว่าเป็นสภาพของอารมณ์ในทางบวก หรือทางลบความรุนแรงของอารมณ์ไม่ว่าจะเป็นทางบวก หรือทางลบมักจะขึ้นกับสิ่งต่อไปนี้ (อภิชาติ ไซติปัญญา, 2550, หน้า 12)

1. สถานการณ์ที่เราอารมณ์ ถ้าสถานการณ์นั้นให้ผลดีกับบุคคลย่อมทำให้บุคคลนั้นเกิดอารมณ์ในทางที่ดี
2. สภาพของบุคคล ถ้าบุคคลอยู่ในสภาวะสมดุลมีความพร้อมทางด้านร่างกาย และจิตใจย่อมเกิดอารมณ์ในทางที่ดี
3. ทศนคติ ถ้าบุคคลมีแนวโน้มไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่ก่อนแล้ว ย่อมเกิดอารมณ์ในทางที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นได้ แต่ในทางกลับกัน ถ้าบุคคลนั้นมีอารมณ์ในทางบวก เช่น พอใจหรือชอบสิ่งใดจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นเช่นกันจากที่ได้กล่าวมาข้างต้น แม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ต่างๆ กันไปแต่พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการประมาณค่าซึ่งจะเห็นได้ว่า แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้เกี่ยวข้องกับสัมพันธกับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของความพึงพอใจ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักการให้บริการดังต่อไปนี้ (กุลธน ธนาพงศธร, 2528, หน้า 303-304)

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้ ต้องสนองตอบความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่ หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้ว นอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้วยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย
2. หลักความสม่ำเสมอกล่าวคือการให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน
3. หลักความเสมอภาค บริการที่จะได้นั้น จะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวกบริการที่จัดให้แก่ผู้บริการ จะต้องเป็นไปในลักษณะได้ง่าย สะดวกสบายสิ้นเปลือง ทรัพยากรน้อยทั้งยังไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ให้บริการมากจนเกินไป

หลักการสำคัญของการบริการลูกค้าที่ควรปฏิบัติทั้งในองค์การของรัฐและเอกชนควรมีคตินหลักปฏิบัติ ดังนี้ (Katz&Robert, 1978, p. 112)

1. การติดต่อเฉพาะงาน (specificity) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับพนักงานจะจำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น พนักงานไม่ควรนำเรื่องส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง

2. การปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมกัน (universality) หมายความว่า พนักงานจะต้องปฏิบัติต่อลูกค้าโดยความเป็นธรรม ไม่ถือเขาถือเรา เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ใครมาก่อนก็ได้รับบริการก่อนเป็นต้น

3. การวางตนเป็นกลาง (attractive neutrality) หมายถึง พนักงานจะต้องให้บริการแก่ลูกค้าไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้องปฏิบัติงานด้วยเหตุผลและใช้หลักการความถูกต้องไม่ขู่ ตะคอกหรือหาเหตุชวนวิวาทกับลูกค้า

แนวคิดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึก ดังกล่าว จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้น ไม่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกด้านลบ ความรู้สึกด้านบวกและความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า “ระบบความพึงพอใจ” โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกด้านบวกมากกว่าด้านลบ (ศศิธร พูลสุข, 2538, หน้า 24)

แนวคิดและปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวนั้น จะสามารถนำมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน เพื่อที่จะทำให้ผู้บริการสามารถทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าว่ามีความชอบแบบใดในการที่จะเข้ามาใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้บรรลุตามเป้าหมาย และสามารถสร้างความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าได้อย่างดีที่สุด

ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันได้มีนักวิชาการได้นำเสนอความหมายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ณัฐชา สุวิทย์พันธ์ (2545, หน้า 71) กล่าวว่า “พฤติกรรมเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้กระทำขึ้นทุกๆประเภท ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็น หรือมองไม่เห็นก็ตาม เช่นการทำงานของอวัยวะภายในร่างกาย การเดิน การพูด ความคิด ความรู้สึก ความชอบ เป็นต้น”

วาสนา อ่องเอี้ยว (2546, หน้า 43) กล่าวว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจ และเลือกรูปแบบที่จะเดินทางท่องเที่ยวซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวจะมีอยู่หลายลักษณะที่แตกต่างกันไป และนักท่องเที่ยวจะทำการพิจารณาเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของตนเอง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว”

สุกัญญา เจริญศรี (2549, หน้า 33) กล่าวว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ ความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น”

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

กระบวนการในการพิจารณา และตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวหรือไม่นั้น มีปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีนักวิชาการได้กล่าว และเสนอแนวคิดต่างๆไว้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ (จิราพร กองทอง, 2540, หน้า 10 อ้างอิงใน Robinson, 1976, pp. 29-44)

1. ลักษณะภูมิประเทศ ทัศนียภาพ ทรัพยากรธรรมชาติ ที่เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว
2. ลักษณะภูมิอากาศ สภาพภูมิอากาศที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว ก็จะเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะไปท่องเที่ยว
3. ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม โดยแหล่งวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงก็จะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้
4. ความสะดวกทางคมนาคม และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย

5. การจัดบริการ ความสะดวกของที่พัก และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 44-45) ได้สรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ออกเป็น 9 ขั้นตอน ดังนี้

5.1 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยผ่านสื่อต่างๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5.2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละคนหลังจากที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

5.3 สิ่งจูงใจในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ปัจจัยดังนี้

5.3.1 Push Factor เป็นปัจจัยในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว

5.3.2 Pull Factor เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปชมยังแหล่งท่องเที่ยว และเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ

5.4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

5.5 การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

5.6 การวางแผนเตรียมการท่องเที่ยว

5.7 การเดินทางท่องเที่ยว และการประเมินผลในระหว่างการท่องเที่ยว

5.8 ประสบการณ์หลังการท่องเที่ยว และการประเมินผลด้านความพึงพอใจ

5.9 ทศนคติหลังจากได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวอื่นๆ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมีสาเหตุดังต่อไปนี้ (สุกัญญา เจริญศรี, 2549, หน้า 34-36)

1. ความเครียดจากการทำงาน นักท่องเที่ยวจึงเกิดความต้องการพักผ่อนเพื่อให้สามารถกลับมาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในอนาคต

2. รายได้ของประชากรที่ขึ้น จึงทำให้ประชากรมีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการพักผ่อน และแสวงหาความรู้เพิ่มเติมให้กับตนเอง

3. ความสะดวกสบายทางด้านคมนาคม ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางเข้าไปใช้บริการ

4. การมีเวลาว่าง จึงทำให้ประชาชนมีเวลาว่างที่จะสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆได้มากขึ้น

5. จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้สภาพแวดล้อมเกิดความแออัด ดังนั้นจึงส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อน ในสถานที่ต่างๆไม่ว่าจะเป็นจากเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางชนบท หรือจากต่างจังหวัดเข้ามาท่องเที่ยวในเมือง เป็นต้น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นส่วนที่แสดงถึงลักษณะต่างๆ ของนักท่องเที่ยวทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ รายได้ เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งคุณลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ก็จะส่งผลให้พฤติกรรมท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปด้วย ในปัจจุบันมีนักวิชาการที่ให้แนวคิดไว้ต่างๆ ดังนี้

องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (เต็มศักดิ์ สุวรรณประกาศ, 2541, หน้า 135-141)

1. องค์ประกอบด้านอายุ เป็นองค์ประกอบด้านพื้นฐานของนักท่องเที่ยว และมีส่วนสำคัญที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมตัดสินใจในเรื่องต่างๆ

2. องค์ประกอบด้านเพศ เป็นคุณลักษณะขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด มีความสำคัญที่มีผลกระทบต่อบทบาท และพฤติกรรมท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละสังคมแต่ละเพศก็必将มีความแตกต่างกันออกไป

3. องค์ประกอบด้านอาชีพ เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำ เพื่อประกอบเลี้ยงชีพของตนและครอบครัว ซึ่งอาชีพจะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการว่างงาน ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล

4. องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ สามารถใช้เป็นตัวชี้วัด และเปรียบเทียบสถานะ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน

5. องค์ประกอบด้านเขตที่อยู่อาศัย นักท่องเที่ยวที่อยู่อาศัยในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสังคม จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพ พฤติกรรม ทศนคติ ความชื่นชอบในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

องค์ประกอบของลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ (ณัฐชา สุวิทย์พันธ์, 2546, หน้า 74-75)

1. องค์ประกอบด้านอายุ เป็นปัจจัยที่มีผลในการใช้วีเคราะห์ ซึ่งอายุที่มีความแตกต่างกันนั้น ก็จะส่งผลให้การตัดสินใจต่างกันด้วย

2. องค์ประกอบด้านเพศ คือความแตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ก็จะมีบทบาทต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นก็ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรม และสังคมของแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนดบทบาทด้วย

3. องค์ประกอบด้านอาชีพ เป็นตัวชี้วัดความแตกต่างด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยง ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยงที่มีอาชีพต่างกันนั้นย่อมมีพฤติกรรม ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

4. องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของนักท่องเที่ยง และเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความแตกต่างที่เกี่ยวกับ แนวคิด พฤติกรรม รูปแบบ ความชื่นชอบในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลด้วย

องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยงมีลักษณะดังนี้ (วาสนา อ่องเอี่ยม, 2546, หน้า 65-66) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับ

1. องค์ประกอบด้านอายุ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณ และลักษณะของความต้องการในการท่องเที่ยว เช่น ผู้ที่มีอายุเกิน 55 ปี ซึ่งอยู่ในวัยที่เกษียณนั้น จะมีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากกว่าผู้มีอายุน้อย เนื่องจากไม่มีพันธะต้องเลี้ยงดูบุตร มีเงินเบี้ยบำนาญ บำนาญ มีเวลาว่างที่แน่นอน และมีความต้องการพักผ่อนในบั้นปลายชีวิต

2. องค์ประกอบด้านเพศ เป็นปัจจัยที่กำหนดรสนิยม และพฤติกรรม ในการเลือกซื้อ การท่องเที่ยว ซึ่งจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของแต่ละลักษณะทางสังคม และวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ เช่น นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีพฤติกรรมที่ชอบการท่องเที่ยวแบบปลอดภัยมากกว่า นักท่องเที่ยวเพศชาย ที่มีการชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

สรุปได้ว่า องค์ประกอบด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ รายได้ เขตที่อยู่อาศัย รวมถึงสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ ภูมิอากาศที่มีความแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่นนั้น ล้วนแต่เป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อทัศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคลด้วย

ปัจจัยที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค

พฤติกรรมการบริโภคหรือซื้อของผู้บริโภคนั้นได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ดังต่อไปนี้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2539, หน้า 4)

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นบรรทัดฐาน ความเชื่อประเพณี ค่านิยม ความสนใจ ชีวิตความเป็นอยู่และรวมถึงชั้นทางสังคมแต่ละกลุ่มทั้งกลุ่มใหญ่กลุ่มย่อย ต่างมีส่วนในการหล่อหลอมความคิด ลักษณะความเชื่อของคนในสังคม ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของคนนั้นๆ

2. ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และบทบาทสถานภาพต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่แวดล้อมบุคคล ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่เป็นสมาชิกอยู่ กลุ่มที่ใฝ่ฝันอยากจะเป็น กลุ่มที่ไม่ต้องการเกี่ยวข้อง และกลุ่มปฐมภูมิ เช่น คนในครอบครัว ญาติ เพื่อน ซึ่งมีความใกล้ชิดกัน ล้วน

ส่งผลต่อการกระทำของบุคคลในด้านต่าง ๆ ด้วย ดังที่ G.H. Mead นักจิตวิทยาสังคมกล่าวไว้ว่า “ทุกคนจะกระทำตนในลักษณะที่เหมือนกับสมาชิกคนอื่น ๆ ภายในกลุ่มสังคมเดียวกัน หรือเหมือนกับสิ่งที่ถือได้ว่าเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปของกลุ่มสังคมที่เขาอาศัยอยู่ และการรับอิทธิพลดังกล่าวเป็นไปโดยทางอ้อมเท่านั้น”

3. ปัจจัยด้านบุคคล บุคคลย่อมมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ การศึกษา ซึ่งส่งผลต่อความคิดเห็นและความนิยมชมชอบที่แตกต่างกัน นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ล้วนส่งผลต่อความแตกต่างในการบริโภคของบุคคลด้วยเช่นกัน

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคติ ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคของบุคคล คนเราเมื่อได้รับแรงจูงใจและแรงกระตุ้นจากทั้งภายในและภายนอกจะทำให้เกิดการรับรู้และการเรียนรู้สิ่งนั้นๆ โดยการรับรู้จะเป็นตัวกลางในการกลั่นกรองสิ่งกระตุ้นที่ได้รับ ส่วนการเรียนรู้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการที่ได้สะสมความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ที่ได้รับทำให้บุคคลนั้นเกิดความชอบ ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นขึ้นมาและกระบวนการทั้งหมดก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมต่อไป

แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนมากที่สุด (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์, 2528, หน้า 141) อย่างไรก็ตาม ยังมีการเดินทางโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเยี่ยมญาติ เพื่อน รวมทั้งการไปราชการหรือการติดต่อทางธุรกิจต่างๆ อยู่ในสัดส่วนที่สูงพอสมควรทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทางเลือกพื้นที่ในการศึกษาด้วย

สำหรับการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนนั้น ยิ่งแบ่งออกได้หลายรูปแบบทั้งในลักษณะที่เป็นกิจกรรมระดับกระแฉ่ง เช่น การแข่งขันกีฬา และที่เป็นกิจกรรมแบบผ่อนคลาย เช่น การพักผ่อนร่างกาย การพักผ่อนตากอากาศ การตกปลา การเที่ยวชมความสวยงามของธรรมชาติ เป็นต้น ในช่วงหลังๆ มานี้ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของคนไทยมีความหลากหลายมากขึ้นและแบ่งกลุ่ม (Segment) พิเศษได้มากขึ้น เช่นท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพื่อการกีฬา ชมสวนสนุก การท่องเที่ยวชมธรรมชาติ ท่องเที่ยวทางเรือเดินสมุทร ชมเมือง การประชุมสัมมนา ท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการ ชื่อของ กิจกรรมทางศาสนา การไปนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่นับถือหรือเกจิอาจารย์ เป็นต้น

ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว

ทฤษฎีแรงจูงใจ (วินิจ วีรยางกูร, 2532, หน้า 34-36)

บุคคลแรกที่ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับแรงจูงใจและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายจนถึงทุกวันนี้ คือ ศาสตราจารย์ อับราฮัม เอช มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) ทฤษฎีดังกล่าวมีสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ

1. มนุษย์มีความต้องการ และความต้องการมีอยู่เสมอไม่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มีมนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่า เขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดมีการตอบสนองและความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้ไม่มีสิ้นสุด และจะเริ่มต้นตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับความสำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่อไปได้มีการตอบสนองความต้องการระดับสูงก็จะมี การเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

มาสโลว์ ได้อธิบายถึงความต้องการพื้นฐานไว้ว่า ความต้องการที่เป็นพื้นฐานให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ นั้นมี 5 ประการ เรียกว่า “Fundamental needs” ได้แก่

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological need) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิต ร่างกายจะต้องได้รับการตอบสนองภายในวงจรระยะสั้นและสม่ำเสมอ ถ้าร่างกายไม่ได้รับการสนองแล้ว ชีวิตก็ดำรงอยู่ไม่ได้ ความต้องการเหล่านี้ ได้แก่ อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เหล่านี้ เป็นต้น
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety need) เมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว การต้องการความปลอดภัย ก็จะเข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมของมนุษย์ มีความปรารถนาที่จะได้รับการคุ้มครองจากภัยอันตรายต่างๆ ที่จะมีต่อร่างกาย เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม ฯลฯ มนุษย์ปรารถนาที่จะอยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบ และสามารถคาดหมายได้ ความต้องการความปลอดภัยหมายรวมถึง ความรู้ของแต่ละบุคคลถึงข้อจำกัดหรือขอบเขตของพฤติกรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับกันในสังคม
3. ความต้องการทางสังคม (Social need) เมื่อความต้องการสองประการแรกได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการที่อยู่ในระดับสูงกว่า จะเข้าครอบงำพฤติกรรมของบุคคลนั้น ความต้องการทางสังคมหมายถึง ความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับ ความเป็นมิตร และความรักจากเพื่อนร่วมงาน ความต้องการขั้นนี้เป็นความต้องการที่จะให้บุคคลหรือเพื่อนร่วมงานยอมรับในความสำเร็จของตน

4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem need) ความต้องการอยากเด่นในสังคม รวมถึงความเชื่อมั่นในตนเอง ความสำเร็จ ความรู้ ความสามารถ การนับถือตนเอง ความเป็นอิสระและเสรีภาพ รวมถึงความต้องการที่จะมีฐานะเด่น เป็นที่ยอมรับของคนทั้งหลาย

5. ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization need) ตามความคิดนึก ความต้องการพิเศษซึ่งคนธรรมดาส่วนมาก นี้ก็อยากจะเป็น อยากจะได้ แต่ไม่สามารถหาได้ การที่บุคคลได้บรรลุถึงความต้องการในขั้นนี้ ก็ได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษไป เช่น ความคิดที่อยากเป็นนายกรัฐมนตรี หรือเป็นนักกีฬาที่มีความสามารถ รับการยกย่องจากบุคคลทั่วไป แต่ละคนย่อมมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันไป (สมพงษ์ เกษมสิน, 2517, หน้า 109)

ในสมัยโบราณนั้น มนุษย์จะเดินทางเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เช่น เดินทางเพื่อเผยแพร่ศาสนา ทำสงคราม ย้ายถิ่นฐาน เป็นต้น ต่อมาสภาพเศรษฐกิจและสังคมได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งประชาชนส่วนใหญ่มีสภาพความเป็นอยู่ดีกว่าแต่ก่อนมาก กิจกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่เป็นต่อการดำรงชีวิตของสังคมมนุษย์ และความต้องการท่องเที่ยวที่เคยจำกัดอยู่เฉพาะชนชั้นมั่งคั่งได้แพร่กระจายไปสู่ทุกชนชั้นจนทำให้กิจการท่องเที่ยวกลายเป็นกิจการขนาดใหญ่

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงมีผู้ศึกษาเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยว และพบว่า แรงจูงใจขั้นพื้นฐาน เป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆ (นฤมล สมิตินันท์ และคณะ, 2526, หน้า 38) ดังนั้นการศึกษาในเรื่องของแรงจูงใจจะช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น มีนักจิตวิทยาหลายท่านศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจูงใจไว้มากมาย แต่อับราฮัม เอช มาสโลว์ เป็นบุคคลแรกที่ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจ และเป็นที่ยอมรับแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวมีสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้

ตามทฤษฎีการจูงใจของ มาสโลว์ ดังกล่าวสรุปได้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวมีพื้นฐานจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งอาจมีหลายประการเพราะปกติของการประกอบกิจการใดๆนั้น ย่อมจะต้องประกอบด้วยปัจจัยร่วมกันหลายสิ่ง การท่องเที่ยวก็เช่นกันดังบทความในวารสาร ASTA Travel News ซึ่งเขียนโดย จอห์น เอ โทมัส ที่อธิบายไว้มูลเหตุจูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการคือ

1. เพื่อการศึกษาและวัฒนธรรม
 - 1.1 เพื่อที่จะศึกษาว่าดำรงชีวิตอยู่ของนานาประเทศ และทำงานกันอย่างไร
 - 1.2 เพื่อไปดูสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สนใจ
 - 1.3 เพื่อไปดูให้เห็นจริงและเข้าใจต่อเหตุการณ์ต่างๆที่ตกเป็นข่าวอยู่ในปัจจุบัน

2. เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
 - 2.1 เพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจ
 - 2.2 เพื่อไปหาम्मสงบ
 - 2.3 เพื่อแสวงหาความสุขทางเพศที่แปลกใหม่
3. เพื่อการเยี่ยมเยือน
 - 3.1 เพื่อไปเยี่ยมถิ่นกำเนิด สถาบันที่ไปเรียนหรือศึกษาอยู่
 - 3.2 เพื่อไปเที่ยวในสถานที่ที่ครอบครัวหรือเพื่อนเคยไปและสมาชิกชอบ หรือมาแนะนำให้ไปเที่ยว
4. อื่นๆ
 - 4.1 เพื่อหนีอากาศหนาว
 - 4.2 เพื่อสุขภาพ (อาบแดด รักษาโรค ฯลฯ)
 - 4.3 เพื่อการกีฬา (ว่ายน้ำ เล่นสกี ตกปลา เล่นเรือใบ ฯลฯ)
 - 4.4 เพื่อเหตุผลทางเศรษฐกิจ (ค่าครองชีพไม่สูง)
 - 4.5 เพื่อการผจญภัย (แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ คนใหม่ๆ และประสบการณ์ใหม่ๆ)
 - 4.6 เพื่อการฝึกงาน
 - 4.7 เพื่อทำตามคนอื่นๆ
 - 4.8 เพื่อไปร่วมกิจกรรมทางประวัติศาสตร์ (ชมโบราณสถาน ชมการแสดงแสง สี เสียง ชุมชนโบราณ อนุสรณ์สถาน)
 - 4.9 เพื่อสังคม (อยากรู้จักโลกให้กว้างขวาง)

การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมักจะมีแรงผลักดันอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่ง อาร์.ดับบลิว.แมคอินทอช (R.W.Mcintosh 1972, p. 52) ได้แบ่งแรงผลักดันดังกล่าวไว้ 4 ประการ ดังนี้ คือ

1. แรงผลักดันทางกายภาพ (Physical Motivators) เป็นแรงผลักดันเพื่อต้องการความผ่อนคลายทางกายภาพหรือเพื่อร่างกาย เป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง เช่น การไปพักผ่อนร่างกาย การทำกิจกรรมทางกีฬา การไปตากอากาศชายทะเล เป็นต้น เพื่อให้พ้นจากภาวะการณ์ดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียดและฉุกฉลิว
2. แรงผลักดันทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivators) เป็นแรงผลักดันซึ่งก่อให้เกิดความปรารถนาในการเดินทางเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศอื่นๆ และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศนี้ เป็นความอยากรู้อยากเห็น ตลอดจนจนมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งแสดงออกในรูปของศิลปะ

ดนตรี วรรณกรรม และนิทานพื้นบ้าน เป็นต้น จึงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งสำคัญของประเทศอื่นๆ เช่น โบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณี และการละเล่นต่างๆ เป็นต้น

3. แรงผลักดันระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นแรงผลักดันในลักษณะของความต้องการที่จะไปเยี่ยมเยียนญาติ เพื่อนฝูง หรือเพื่อพบปะกับผู้คนที่มีความคิดใหม่ๆ หรือแสวงหาเพื่อน ต้องการพักจากงานที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ เพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

4. แรงผลักดันทางเกียรติยศและสถานภาพ (Status and Prestige Motivators) เป็นแรงผลักดันในลักษณะที่แสดงถึงสถานภาพและเกียรติยศของบุคคล ซึ่งอยู่ในลักษณะของการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจในที่แห่งหน้าที่การงานของตน หรือเพื่อการศึกษาดูงานตลอดจนเพื่อความสำเร็จขั้นสูงในอาชีพของตนอีกด้วย

จากแรงผลักดันในการเดินทางทั้ง 4 ประเภทนี้ เอช.โรบินสัน (H.Robinson, 1976, p.130) ได้นำมาเป็นพื้นฐานในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลทั่วไปแบ่งได้เป็น 8 ประการคือ

1. เพื่อการพักผ่อนให้เกิดความสดชื่นทั้งร่างกายและจิตใจ (For relaxation and refreshment of body and mind) สำหรับชีวิตสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยความรีบเร่งเคร่งเครียดและความเหน็ดเหนื่อย

2. เพื่อการรักษาสุขภาพ (For health purposes) เช่นการพักผ่อนต่างๆ การบำบัดด้วยวิทยาศาสตร์ทางการแพทย์ การอาบน้ำแร่ การอาบแดดเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

3. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา (For active participation in a wide variety of Sport) เช่น การเดินแข่งขัน การปีนเขา เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา ล่าสัตว์ เป็นต้น

4. เพื่อความพอใจและความสนุกสนานตื่นเต้นส่วนตัวเป็นครั้งคราว (Foreseer, pleasure, fun and excitement) ในลักษณะที่เป็นช่วงวันหยุดพักผ่อน

5. เพื่อความสนใจในสิ่งสำคัญของประเทศอื่น (For interest in foreign parts, especially in places) โดยเฉพาะสถานที่ที่มีโบราณสถาน วัฒนธรรมที่เก่าแก่ หรือสถานที่ที่มีการเฉลิมฉลองในด้านศิลปะ การดนตรี การละคร เป็นต้น

6. เพื่อเหตุผลระหว่างตัวบุคคล (For interpersonal reasons) เช่นการไปเยี่ยมญาติ การแสวงหาเพื่อนใหม่ การหลบหนีจากความซ้ำซาก จำเจ

7. เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ (For Spiritual purposes) เช่น การประกอบพิธีทางศาสนาในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์

8. เพื่อเหตุผลทางธุรกิจและอาชีพ (For Professional or business reasons) เช่น การเข้าร่วมประชุมในสาขาอาชีพเดียวกัน การสัมมนาของสมาชิกที่สังกัดในองค์กรเดียวกัน เป็นต้น

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

แหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา มีดังต่อไปนี้ (กองวิชาการและแผนงานเมืองพัทยา, 2546, หน้า 10-12)

หาดพัทยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเด่นสะดุดตาของพัทยา มีลักษณะเป็นหาดรูปครึ่งวงกลม มีถนนเลียบชายหาดตลอดสายยาวประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นหาดที่ร่มรื่นไปด้วยพันธุ์ไม้นานาชนิด เหมาะสำหรับการพักผ่อน นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น อุปกรณ์การกีฬา ทางบก-ทางน้ำ หลายประเภท

ชายหาดพัทยานั้นเริ่มตั้งแต่บริเวณพัทยาเหนือ (แยกโรงแรมดุสิตรีสอร์ท) เลียบไปตามแนวถนนชายหาดจนถึงพัทยาใต้ (จรดเขาพัทยา) ซึ่งในบริเวณย่านนี้ทั้งหมดเป็นเขตชุมชนหนาแน่น มีโรงแรม ร้านค้า ภัตตาคาร ร้านอาหาร และธุรกิจทุกประเภทตั้งอยู่มากมาย รวมทั้งบาร์เบียร์ไนต์คลับหลายแห่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวในยามราตรี

หาดนาจอมเทียน เป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลของพัทยาซึ่งมีบรรยากาศอีกแบบหนึ่งแตกต่างไปจากอ่าวพัทยา มีระยะห่างกันเพียง 6 กิโลเมตรสถานที่แห่งนี้เป็นชายหาดที่ต่อเนื่องจากเขาพัทยานี้อันมีถนนเลียบชายหาดเป็นระยะทางยาวประมาณ 3 กิโลเมตร หาดจอมเทียนเป็นหาดที่เงียบสงบ ปัจจุบันชายหาดนี้ได้รับการพัฒนาให้มีการปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นและสวยงาม

หาดจอมเทียน เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากที่ต้องการหาความสงบในการพักผ่อนและมีกีฬาทางน้ำอื่นๆ เช่น สกีนํ้า เจ็ทสกี วินด์เซิร์ฟ เรือกล้วย นอกจากนี้ยังมีบังกะโลหลายแห่ง รวมทั้งภัตตาคาร และร้านอาหารทะเลไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

เขาพัทยา (เขาพระบาท) นอกจากความงามของชายหาดพัทยาดัดขึ้นไปบนเขาด้านฝั่งตะวันตกมีเนินเขาขนาดเล็กเป็นจุดชมวิวบนยอดเขา ซึ่งจะมองเห็นทิวทัศน์ของชายหาดพัทยาทั้งหมดซึ่งมีความสวยงามมาก เป็นอ่าวโค้งรูปครึ่งวงกลม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาพัชยามักจะไม่พลาดชมทัศนียภาพอันสวยงามบนเขาพัชยานี้ เพราะนอกจากจะได้ชมทิวทัศน์ด้านหาดนาจอมเทียน และในขณะเดียวกันก็ถือโอกาสนมัสการพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์บนเขา และพระพุทธรูปปางต่างๆ ที่ประดิษฐานไว้เพื่อความป็นสิริมงคล นอกจากนี้บริเวณเขาพัชยา ยังเป็นที่ตั้งของสถานีวิจัยทหารเรือพัทยา (สทร.5) และอนุสาวรีย์พระบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ประดิษฐานอยู่

เมืองจำลอง มีการจำลองสถาปัตยกรรมสำคัญต่างๆ ในประเทศและทั่วโลกไว้ เช่น พระบรมมหาราชวัง พระที่นั่งอนันตสมาคม อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ พระปฐมเจดีย์ ปราสาทหินพิมาย สะพานข้ามแม่น้ำแคว หอไอเฟล ฝรั่งเศส หอเอนปิซา อิตาลี แกรนด์แคนยอน และอนุสาวรีย์เทพีเสรีภาพ สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

พิพิธภัณฑ์ศิลปะ “เชื่อหรือไม่” ตั้งอยู่ที่ชั้น 3 ศูนย์การค้ารอยัลการ์เด้นท์ พลาซ่า พัทยา เป็นศูนย์รวมความแปลกมหัศจรรย์เหลือเชื่อจากทั่วทุกมุมโลก เช่น ม้าสามขา มนุษย์ 4 ตายานพาหนะแบบเหลือเชื่อ อุโมงค์พิศวง ห้องเครื่องมือสมัยโบราณ เป็นต้น

ปราสาทสังขธรรม (ปราสาทไม้ หรือเมืองโบราณพัทยา) ตั้งอยู่บริเวณแหลมราชเวช (ทางเข้าบริเวณชอเยนาเกลือ 12) มีพื้นที่ติดทะเลขนาด 60 ไร่ เริ่มก่อสร้างเมื่อปี 2524 โดยคุณ เด็ก วิริยะพันธ์ เจ้าของเดียวกับเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ ปราสาทสังขธรรมสร้างด้วยไม้ทั้งหลัง ไม่มีโลหะเข้ามาปะปนใช้ระบบเข้าเคียวไม้แบบไทย หรือใส่สลักไม้ ไม้ที่นำมาก่อสร้างจะเป็นไม้เนื้อแข็งและหายาก คือไม้สัก ไม้เต็ง จากในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน นับเป็นงานสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมแห่งศตวรรษ ปราสาทไม้สร้างเป็นทรงจัตุรมุข ยอดปราสาทสูง 105 เมตร หลังคามุขทั้ง 4 ด้าน เป็นปราสาททรงอ่อนตามแบบอยุธยา ยอดประดับด้วยช่อฟ้า ใบระกา และสลักเทพเจ้าต่างๆ ตามตำนานของชาวตะวันออก (อินเดีย จีน เป็นต้น) ซึ่งทั้งหมดนี้มาจากจินตนาการของผู้สร้าง โดยนำศิลปกรรมต่างๆ ของเอเชียมาปรุงแต่งตามแนวความคิดทางศาสนาปรัชญาผสมผสานกัน และแนวความเชื่อที่มนุษย์ได้รับอิทธิพลและความเชื่อจากฟ้า ดิน พ่อแม่ พระอาทิตย์ พระจันทร์ และดวงดาว ซึ่งถือเป็นพันธกิจ 7 ประการเพื่อก่อเกิดชีวิต และ ชีวิตที่สมบูรณ์ย่อมประกอบด้วยภารกิจ 4 ประการ ของมนุษย์ คือ เมตตา คุณธรรม ปรัชญาวิถีชีวิต และสันติภาพ โดยแสดงสัญลักษณ์ของพันธกิจ 7 ประการผ่านรูปจำหลักไม้เทพเจ้าไว้ในปราสาท และแสดงสัญลักษณ์ของภารกิจ 4 ประการผ่านรูปจำหลักไม้ ณ สี่ยอดของส่วนปราสาท ยอดสุดของปราสาท จำหลักรูปพระศรีอริยเมตไตรทรงม้า อันหมายถึงโลกในอุดมคติ ที่ทุกคนปรารถนาจะไปให้ถึง เหนือขุ้มมุขด้านหน้า ที่หันสู่ทะเล เป็นรูปจำหลักรูปพรหมสี่หน้าบนหน้าบัน ส่วนบนขึ้นไปเป็นกิเลน และหงส์ ทั้งหมดนี้คือความเป็นสิริมงคลแห่งชีวิต ส่วนจำหลักอื่นๆ แสดงความเป็นสากลของความหลากหลายชาติพันธุ์มนุษย์ที่อยู่รวมโลก รวมทั้งมีภาพจำหลักจากมหากาพย์รามายณะและมหาภารตยุทธ์ โดยคัดเลือกตอนที่สำคัญเป็นที่รู้จักเพื่อแสดงภาพแห่งความสงบสันติและการสงคราม

ปราสาทสังขธรรม หรือเรียกตามโครงสร้างของอาคาร สร้างด้วยไม้ ปราสาทไม้ แม้ขณะนี้ปราสาทสังขธรรมจะเป็นรูปเป็นร่างที่โดดเด่นตระการตา แต่ส่วนหนึ่งก็ยังคงดำเนินการสร้างและ

ปรับเปลี่ยนแก้ไข เพิ่มเติมแต่ละส่วนให้สมบูรณ์และวิจิตร การก่อสร้างจึงใช้เวลานานไม่มีกำหนดแล้วเสร็จ และไม่อาจวัดมูลค่าได้ นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจสามารถเข้าเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมที่สวยงามได้

พระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาชีจรรย์ สร้างขึ้นน้อมเกล้าฯถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เป็นพระพุทธรูปแกะสลักหินประจำรัชกาลที่ 9 และเพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี เป็นพระพุทธรูปประทับนั่งปางมารวิชัย เลียนแบบพระพุทธรูปบพิตร ศิลปะสุโขทัยผสมล้านนา ขนาดความสูง 109 เมตร หน้าตักกว้าง 70 เมตร มีฐานบัวหรือบัวบัลลังก์ทั้งสิ้น 130 เมตร มีพระนามว่า “พระพุทธรูปมหาวชิระอภิมหาศาสดา” มีความหมายว่า พระพุทธเจ้าทรงเป็นศาสดาที่รุ่งเรืองสว่างประเสริฐ ดั่งมหาวชิระ บริเวณโดยรอบจะเป็นสวนไม้ นานาพันธุ์ และศาลาพักผ่อนสำหรับผู้เดินทางไปที่ท่องเที่ยว

วัดญาณสังวราราม เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่มีความร่มรื่น สวยงาม สถาปัตยกรรมที่สำคัญทางพระพุทธศาสนาเป็นที่ประดิษฐานรอบพระพุทธรูป ๓ มณฑลยอดเขา ศาลามังกรเล่นน้ำ ศาลาจำลองประเทศต่างๆ วิหารเซียน และพระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาชีจรรย์ เป็นวัดพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดวรมหาวิหาร โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงรับไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์เป็นวัดในพระองค์ ซึ่งมีการกำหนดพื้นที่ ออกเป็น 4 เขต

1. เขตพุทธาวาส เป็นสถานที่ตั้งปูชนียสถาน และโบราณวัตถุ
2. เขตสังฆาวาส แบ่งเป็น 2 พื้นที่ คือพื้นที่ส่วนล่างและพื้นที่ส่วนบน ประกอบด้วยพื้นที่เขาชีโอน และเขาชีจรรย์ และทั้งสองพื้นที่ใช้เป็นสถานก่อสร้างเสนาสนะกุฏิใหญ่ เป็นที่พักอาศัยของพระภิกษุสามเณร เป็นต้น
3. เขตราชาวาส มีพระตำหนักและสถานที่โครงการพระราชดำริ อ่างเก็บน้ำเพื่อการเกษตรกรรม โรงพยาบาล ศูนย์ฝึกอบรมพิเศษวราวุฒยาน บริเวณอนุรักษสัตว์และป่าไม้ เป็นต้น
4. เขตอุปาสกอุปาสิกาวาส เป็นสถานที่ตั้งศาลาโรงครัว ที่พักอาศัยของบรรดาพุทธศาสนิกชนผู้มาประพฤติปฏิบัติ รักษาศีล ปฏิบัติจิตภาวนา เป็นต้น

สวนนงนุช มีพื้นที่ 1300 ไร่ แบ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และรีสอร์ท 450 ไร่ เรือนเพาะชำ 400 ไร่ พื้นที่ที่เหลือเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปาล์ม พันธุ์ปรง ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก ภายในสวนประกอบด้วย

1. สวนกล้วยไม้นานาชาติ เช่น แคทลียา แวนด้า หวาย รองเท้านารี กล้วยไม้ตระกูลช้างต่างๆ กล้วยไม้ป่าจากแหล่งต่างๆทั่วโลก และกล้วยไม้ลูกผสม

2. สวนเฟิร์นชนิดต่างๆทั่วทุกภาคในประเทศ และบางส่วนนำมาจากต่างประเทศ และสวนพฤกษชาติ
3. น้ำตกจำลองและสวนหิน จำลองแบบมาจากประเทศอังกฤษ
4. สวนแบบยุโรป รวบรวมพันธุ์ไม้นานาพรรณที่นำมาจากต่างประเทศ และสวนปาล์ม โลกมีพันธุ์ปาล์มมากกว่า 1000 ชนิด และพันธุ์ปรง 250 ชนิด ตะบองเพชรกว่า 300 ชนิด
5. สวนฝรั่งเศส จำลองแบบมาจากพระราชวังแวร์ซายน์ ประเทศฝรั่งเศส สวนนงนุชได้ผสมผสานกับศิลปะแบบไทย เช่นรูปปั้นในวรรณคดีไทย และนิทานพื้นบ้าน
6. สนุกสนานกับการแสดงโชว์ศิลปวัฒนธรรมไทย และช่างแสนรู้ซึ่งเปิดการแสดงโชว์วันละ 4 รอบ และชมความน่ารักของสัตว์ป่านานาชนิด อีกทั้งตื่นตาไปกับพันธุ์ผีเสื้อมากกว่า 40 สายพันธุ์

ชมสวนรถไฟจำลองที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ซึ่งมีห้วงจักรทั้งหมด 12 ขบวน บังคับการขับเคลื่อนด้วยระบบไฟฟ้า และพิพิธภัณฑสถานสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเครื่องประดับพระพุทธรูป และเครื่องใช้โบราณซึ่งมีอายุกว่า 100 ปี ซึ่งเก็บสะสมรวบรวมไว้อย่างมากมาย

ไร่นาสินธุ์ เดิมเป็นสวนมะม่วง และขนุนเนื้อที่ 100 ไร่ ซึ่งได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของพัทยา บรรยายภาศรมรินทร์ ชมบ้านไทย มีการจัดกิจกรรมตลาดน้ำพัทยา ไร่สวนบ้าน การละเล่นพื้นที่ยี่อีกมากมาย

อุทยานสามก๊ก ภายในบริเวณประกอบด้วยภาพเขียนจิตรกรรมประวัติศาสตร์สามก๊กอันลือชื่อของโลก ซึ่งเขียนลงบนแผ่นกระเบื้องกั๊งส์จากประเทศจีน ภายในโครงการจะเน้นการออกแบบสถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตยกรรม โดยจะผสมผสานกับเอกลักษณ์ศิลปะสถาปัตยกรรมไทย-จีน เชิงประยุกต์ และอุทยานสามก๊ก ยังประกอบด้วยเครื่องกั๊งส์เงินอีกมากมาย มีองค์พระแม่กวนอิมจากประเทศจีนให้กราบไหว้สักการะบูชาอีกด้วย

กิจกรรมด้านกีฬา กีฬาดำน้ำ กีฬาตกปลา กีฬาเรือใบ กีฬาวินด์เซิร์ฟ บันจี้จัมพ์ แฟนท์บอล เคเบิลสกี สนามมวยเทพประสิทธิ์พิทยา สนามกอล์ฟ สนามยิงปืน และสนามแข่งรถ เป็นต้น

สถานบันเทิงในพื้นที่เมืองพัทยา เมืองพัทยายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีสถานบันเทิงหลายแห่งเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก เช่น คาร์บาเรต บาร์ คลับ โรงภาพยนตร์ เคน ฝับ ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้น ยังมีโรงแรมที่พัก และร้านอาหารอีกหลายแห่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

เราจะเห็นได้ว่า เมืองพัทยามีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งในด้านธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา หรือในแง่การกีฬา ซึ่งในจุดนี้เอง ทำให้เมืองพัทยากลายเป็นสถานที่ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีความสนใจแตกต่างกันได้อย่างลงตัว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 1 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ปี พ.ศ.	ผู้วิจัย	หัวข้อวิจัย
1	2548	กันยรัชน์ ศรีจันทร์	ศึกษาสถานภาพของแหล่งท่องเที่ยว และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของหมู่เกาะช้างตามการรับรู้และความรู้สึกของผู้มาเยือน
2	2547	สนใจ รัชตวัฒนกุล	ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา
3	2541	รัฐภูมิ เจียมศรีพงษ์	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดบางแสน

(สนใจ รัชตวัฒนกุล, 2547) ได้ศึกษา แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับโอกาส มีระยะเวลาที่พักอาศัยในเมืองพัทยาโดยเฉลี่ย สำหรับมาท่องเที่ยวพัทยาในรอบปี 2546 ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน และจำนวนครั้งของการเดินทางมาเที่ยวมากกว่า 10 ครั้ง ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านความเป็นธรรมชาติ ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานรองของเมืองพัทยา ปัจจัยด้านวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นของเมืองพัทยา อยู่ในระดับเหมาะสมมาก

(รัฐภูมิ เจียมศรีพงษ์, 2541) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณชายหาดบางแสน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัด

สภาพแวดล้อมหาดบางแสนในระดับปานกลาง อายุมีผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณหาดบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นว่าบริเวณหาดบางแสนประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมบางประการ เช่น ปัญหาขยะมูลฝอย น้ำทะเลไม่สะอาด และการเปลี่ยนแปลงคุณภาพน้ำทะเล อันเนื่องมาจากปรากฏการณ์ซีปาลาวาฟ และยังได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดสภาพแวดล้อมบริเวณหาดบางแสนไว้ดังนี้ คือ การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงใดๆบริเวณหาดบางแสนควรรักษาความเป็นธรรมชาติของหาดไว้ให้มากที่สุด ตลอดจนควรดูแลรักษาสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะในด้านการรักษาความสะอาดของชายหาด และน้ำทะเล และควรรักษาภาพพจน์และความเป็นเอกลักษณ์ของหาดบางแสนให้คงอยู่ต่อไป

(กันยรรชนี ศรีจันทร์, 2548) ได้ศึกษา สถานภาพของแหล่งท่องเที่ยว และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของหมู่เกาะช้างตามการรับรู้และความรู้สึกของผู้มาเยือน พบว่าผู้มาเยือนส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อเกาะช้างในเชิงบวกโดยมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด และมีความรู้สึกต่อการท่องเที่ยวในหมู่เกาะช้างโดยรวมด้านความผ่อนคลายมากที่สุด และจากสถิติพบว่า มีตัวแปรอิสระถึง 16 ตัวแปรสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าตัวแปรอิสระด้านความรู้สึกในความหลากหลายมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามทุกตัว ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุด ดังนั้นความพยายามในการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของหมู่เกาะช้างในอนาคตจึงควรมุ่งเน้นการนำเสนอความโดดเด่นเชิงความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว อันได้แก่ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น เป็นประเด็นพิจารณา

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยเลือกปัจจัยและตัวแปรต่างๆมาทำการศึกษาดังนั้นการศึกษานี้จึงวิจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี จะเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยว และเพื่อกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี โดยกำหนดแนวทางและขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีวิจัย ตามหัวข้อต่างๆดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในเมืองพัทยา จ.ชลบุรี ซึ่งจากการสำรวจจนักท่องเที่ยวยชาวไทยในปี 2550 เป็นจำนวนดังต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, เมืองพัทยา, 2550)

ตาราง 2 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	นักท่องเที่ยว					
	ไทย	ร้อยละ	ต่างประเทศ	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
ชาย	955,352	51.98	2,415,555	55.06	3,370,907	54.15
หญิง	882,471	48.02	1,971,445	44.94	2,853,916	45.85
รวม	1,837,823	100.00	4,387,000	100.00	6,224,823	100.00

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีในการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และใช้วิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากค่าดังกล่าว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี เมื่อปี 2550 มีทั้งสิ้น 1,837,823 คน คำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยแทนค่าในสูตรของ Taro Yamane

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

เมื่อ

n	=	จำนวนประชากรตัวอย่าง
N	=	จำนวนประชากรทั้งหมด
e	=	ความคลาดเคลื่อนที่กำหนดว่าจะให้มีระดับ

นัยสำคัญเป็น 0.05

ดังนั้นเมื่อแทนค่าด้วยจำนวนจริงของนักท่องเที่ยว ตามสูตรของ Taro Yamane จึงได้ผลการคำนวณค่าดังนี้

$$n = \frac{1,837,823}{1 + (1,837,823)(0.05)^2}$$

$$= 399.91$$

จากการเทียบตารางตามสูตร Taro Yamane ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปเที่ยวยังเมืองพัทยา จ.ชลบุรี อย่างน้อย 400คน ขึ้นไป

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา ซึ่งใช้เวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 14 วัน โดยเลือกเก็บข้อมูลในวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ เนื่องจากเป็นวันสุดสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยว

ตารางจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บแบบสอบถาม

ตาราง 3 แสดงตารางจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บแบบสอบถาม

วันที่	รอบที่ 1 13.00น.-14.00น.	รอบที่ 2 18.00น.	รวมจำนวน
วันศุกร์ที่ 24 ต.ค. 51	20	15	35
วันเสาร์ที่ 25 ต.ค. 51	20	15	35
วันอาทิตย์ที่ 26 ต.ค.51	20	15	35
วันศุกร์ที่ 31 ต.ค. 51	20	15	35
วันเสาร์ที่ 1 พ.ย.51	20	15	35
วันอาทิตย์ที่ 2 พ.ย.51	20	15	35
วันศุกร์ที่ 7 พ.ย.51	20	15	35
วันเสาร์ที่ 8 พ.ย.51	20	15	35
วันอาทิตย์ที่ 9 พ.ย.51	20	15	35
วันศุกร์ที่ 14 พ.ย.51	20	15	35
วันเสาร์ที่ 15 พ.ย.51	20	15	35
วันอาทิตย์ที่ 16 พ.ย.51	10	5	15
รวมทั้งสิ้น			400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์ โดยมีการตรวจสอบความถูกต้องและการให้คำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี เป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ

ระดับที่ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง มาก

ระดับที่ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง น้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นการแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามออกไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จ.ชลบุรี ช่วงชายหาดพัทยากลางทั้งหมด โดยผู้ศึกษาวิจัยรอรับแบบสอบถามกลับคืนทันที ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยหรือไม่เข้าใจในคำถาม ผู้วิจัยจะให้คำชี้แจงแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม
3. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้ จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบข้อมูลลงรหัสและประมวลผล โดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปการบรรยาย และตารางความสัมพันธ์ต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานการวิจัย และใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและปัจจัยการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์โดยหา ค่าร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean)
2. วิเคราะห์ปัจจัยการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เพื่อเป็นแนวทางการสร้างภาพลักษณ์เมืองพัทยา จ.ชลบุรี โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วงได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงชั้นคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับการวัด}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วงดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ น้อยมาก

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยการเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ ด้วยการทดสอบค่าโดยใช้ (T-test) กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. เปรียบเทียบปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ในภาพรวม รายด้านและรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทดสอบค่าโดยใช่ (T-test) และความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA; F-test)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
T	แทน	ค่าการแจกแจงการจากทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มตัวอย่าง
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution
*	แทน	ค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	196	49.0
ชาย	204	51.0
อายุ		
อายุต่ำกว่า 20 ปี	140	35.0
อายุ 20-30 ปี	160	40.0
อายุ 31-40 ปี	60	15.0
อายุ 41-50 ปี	40	10.0
ระดับการศึกษา		
มัธยม/ปวช.	40	10.0
อนุปริญญา/ปวส.	40	10.0
ปริญญาตรี	260	65.0
ปริญญาโทขึ้นไป	60	15.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	180	45.0
10,000-25,000 บาท	20	5.0
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	180	45.0
ธุรกิจส่วนตัว	40	10.0
พนักงานบริษัทเอกชน	40	10.0
พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ	140	35.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 จำนวนและค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตาม ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.0 เพศชาย ร้อยละ 49.0

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีจำนวนมากที่สุดมีอายุ 20-30 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 60 คิดเป็นร้อยละ 15.0 และจำนวนที่น้อยที่สุด อายุ 41-50 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาจำนวนมากที่สุดมีการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 260 คิดเป็น ร้อยละ 65.0 ปริญญาโทขึ้นไป มีจำนวน 60 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.0 และจำนวนน้อยที่สุดมีการศึกษาระดับมัธยม/ปวช. และอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-25,000 บาท มากที่สุดมี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และมีรายได้ 25,001-40,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดมี 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด มีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนอย่างละ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนครั้งของการเดินทาง

จำนวนครั้งของการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	120	30.00
2 ครั้ง	140	35.00
3 ครั้ง	78	19.50
4 ครั้ง	62	15.50
5 ครั้งขึ้นไป	-	
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่านักท่องเที่ยวมีจำนวนครั้งของการเดินทางมากที่สุด 2 ครั้ง มีจำนวน 140 คิดเป็นร้อยละ 35.00 เดินทาง 1 ครั้ง มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 เดินทาง 3 ครั้ง มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และน้อยที่สุด เดินทาง 4 ครั้ง มีจำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 15.50

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถโดยสารประจำทาง	80	20.00
รถยนต์ส่วนตัว	260	65.00
รถตู้	38	9.50
รถเช่า	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่านักท่องเที่ยวใช้ยานพาหนะในการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 260 คิดเป็นร้อยละ 65.00 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รถตู้ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และใช้รถเช่า น้อยที่สุด จำนวน 22 คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	40	10.00
1,001 - 5,000 บาท	240	60.00
5,001 – 10,000 บาท	80	20.00
10,001 – 15,000 บาท	30	7.50
มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 พบว่านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายมากที่สุด 1,001-5,000 จำนวน 240 คิดเป็นร้อยละ 60.00 ค่าใช้จ่าย 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 20.0 ค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 1,000 บาทมีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ค่าใช้จ่าย 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50และค่าใช้จ่ายมากกว่า 15,001 บาทขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 วัน	100	25.00
2 วัน	220	55.00
3 วัน	60	15.00
4 วัน	12	3.00
5 วัน ขึ้นไป	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวน 2 วันมากที่สุด มีจำนวน 220 คิดเป็นร้อยละ 55.50 เที่ยว 1 วัน มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 เที่ยว 3 วัน มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เที่ยว 4 วัน มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00และระยะเวลา 5 วันขึ้นไปน้อยที่สุด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1-2 คน	180	45.00
3-4 คน	120	30.00
5-6 คน	66	16.50
7-8 คน	20	5.00

ตาราง 9 (ต่อ)

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 8 คน	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 1-2 คนมากที่สุด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ผู้ร่วมเดินทาง 3-4 คน มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีผู้ร่วมเดินทาง 5-6 คน มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 มีผู้ร่วมเดินทาง 7-8 คน มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน มากกว่า 8 คนน้อยที่สุด มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาเที่ยวพัททยา

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาเที่ยวเมืองพัททยาในภาพรวมและรายด้าน

ภาพรวม	\bar{X}	SD.	ระดับ
1. ด้านสถานที่	3.43	0.85	มาก
2. ด้านราคา	3.23	0.74	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.46	0.93	มาก
4. ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย	3.61	1.01	มาก
5. ด้านผู้ให้บริการ	3.68	0.72	มาก
6. ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.60	0.87	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.45	0.97	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.49	0.87	มาก

จากตาราง 10 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองพัททยา มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.49

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านผู้ให้บริการ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.68 3.61 3.60 3.46 3.45 3.43 3.23 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยาด้านสถานที่

สถานที่	\bar{X}	SD.	ระดับ
ความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	3.20	0.87	ปานกลาง
ความสะอาดสบายของที่พักรที่ให้บริการ	3.85	0.79	มาก
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.15	0.72	ปานกลาง
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวบันเทิง	3.55	1.02	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.43	0.85	มาก

จากตาราง 11 พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่ในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.43

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะอาดสบายของที่พักรที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.55 ความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.20 และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 3.15

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยาด้านราคา

ราคา	\bar{X}	SD.	ระดับ
ความเหมาะสมของราคาที่พัก	3.55	0.59	มาก
ความเหมาะสมของราคาอาหาร	3.20	0.67	ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าโดยสารในการเดินทาง	3.35	0.85	ปานกลาง
ความเหมาะสมของราคาค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	2.85	0.85	น้อย
ความพึงพอใจโดยรวม	3.23	0.74	ปานกลาง

จากตาราง 12 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านราคาในภาพรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ความเหมาะสมของค่าโดยสารในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 ความเหมาะสมของราคาอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.20 และความเหมาะสมของราคาค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.85

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	SD.	ระดับ
ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	3.55	0.97	มาก
ความสะดวกในการซื้อ/จองตั๋ว รถโดยสาร	3.40	0.91	ปานกลาง
ความสะดวกในการซื้อ/จองตั๋วเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	3.45	0.92	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.46	0.93	มาก

จากตาราง 13 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.46

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.55 ความสะดวกในการซื้อ/จองตั๋วเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.45 และความสะดวกในการซื้อ/จองตั๋ว รถโดยสาร มีค่าเฉลี่ย 3.40

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยาด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย

กิจกรรมส่งเสริมการขาย	\bar{X}	SD.	ระดับ
เมืองพัทยานีมีการจัดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอโดยผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ	3.70	1.10	มาก
ที่พักในเมืองพัทยานีมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ	3.60	1.02	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยานีมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ	3.55	0.92	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.61	1.01	มาก

จากตาราง 14 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายในภาพรวมระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.61

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เมืองพัทยานีมีการจัดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอโดยผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ที่พักในเมืองพัทยานีมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยานีมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.55

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยาด้านผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ	\bar{X}	SD.	ระดับ
บุคลากรมีความพร้อมในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.65	0.65	มาก
บุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสามารถ ในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารเป็นอย่างดี	3.85	0.79	มาก
บุคลากรมีความรู้ ความสามารถในขอบเขต งานของตนอย่างดี	3.55	0.74	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.68	0.72	มาก

จากตาราง 15 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการในภาพรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ บุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.85 บุคลากรมีความพร้อมในการให้บริการเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.65 และบุคลากรมีความรู้ ความสามารถในขอบเขตงานของตนอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.55

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยาด้านหลักฐานทางกายภาพ

หลักฐานทางกายภาพ	\bar{X}	SD.	ระดับ
พัทยานีมีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จัก กันระดับโลก	4.40	0.66	มากที่สุด
ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความ สะอาดในเมืองพัทยา	2.80	1.16	ปานกลาง
ความพร้อมของสาธารณูปโภคต่างๆภายใน เมืองพัทยา	3.60	0.80	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.60	0.87	มาก

จากตาราง 16 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านหลักฐานทางกายภาพในภาพรวมระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.60

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้พัทยามีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักกันระดับโลก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ความพร้อมของสาธารณูปโภคต่างๆภายในเมืองพัทยามีค่าเฉลี่ย 3.60 และความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสะอาดในเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 2.80

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองพัทยาด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ	\bar{X}	SD.	ระดับ
การสำรองห้องพักมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ เช่น อินเทอร์เน็ต ตัวแทนจำหน่าย	3.70	0.71	มาก
การให้บริการรถโดยสารมีตารางเวลาที่แน่นอน	3.35	1.06	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดระเบียบในการเข้าชมที่เป็นระบบ	3.30	1.14	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวม	3.45	0.97	มาก

จากตาราง 17 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.45

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสำรองห้องพักมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ เช่น อินเทอร์เน็ต ตัวแทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.70 การให้บริการรถโดยสารมีตารางเวลาที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 3.35 และสถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดระเบียบในการเข้าชมที่เป็นระบบ มีค่าเฉลี่ย 3.30

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนและอาชีพ

ตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีเพศแตกต่างกัน

ความพึงพอใจ	เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	หญิง	204	3.62	0.79	-6.183	.000*
	ชาย	196	3.23	0.42		
2. ด้านราคา	หญิง	204	3.28	0.37	-2.623	.009*
	ชาย	196	3.18	0.35		
3. ด้านสถานที่ตั้งและช่องทางจำหน่าย	หญิง	204	3.79	0.78	8.412	.000*
	ชาย	196	3.12	0.82		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	หญิง	204	3.99	0.78	-9.972	.000*
	ชาย	196	3.21	0.77		
5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	หญิง	204	3.76	0.52	-2.728	.007*
	ชาย	196	3.59	0.74		
6. ด้านบุคลากร	หญิง	204	3.80	0.87	-5.639	.000*
	ชาย	196	3.38	0.56		
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	หญิง	204	3.73	0.74	-7.216	.000*
	ชาย	196	3.15	0.87		
ในภาพรวม	หญิง	204	3.71	0.60	-8.028	.000*
	ชาย	196	3.27	0.49		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยผลการทดสอบความแตกต่างของค่าความแปรปรวนของเพศ ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันในทุกด้าน

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีอายุแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	อายุต่ำกว่า 20 ปี	180	3.61	0.70	16.471	.000*
	อายุ 20-30 ปี	160	3.37	0.66		
	อายุ 31-40 ปี	60	3.08	0.31		
	รวม	400	3.43	0.66		
2. ด้านราคา	อายุต่ำกว่า 20 ปี	180	3.33	0.03	13.755	.000*
	อายุ 20-30 ปี	160	3.18	0.01		
	อายุ 31-40 ปี	60	3.08	0.01		
	รวม	400	3.23	0.36		
3. ด้านสถานที่ตั้งและช่องทางจำหน่าย	อายุต่ำกว่า 20 ปี	180	3.62	0.55	8.701	.000*
	อายุ 20-30 ปี	160	3.41	1.19		
	อายุ 31-40 ปี	60	3.11	0.41		
	รวม	400	3.46	0.87		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุต่ำกว่า 20 ปี	180	3.74	0.91	12.892	.000*
	อายุ 20-30 ปี	160	3.66	0.91		
	อายุ 31-40 ปี	60	3.11	0.15		
	รวม	400	3.61	0.64		

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	อายุต่ำกว่า 20 ปี	180	3.85	0.78	34.823	.000*
	อายุ 20-30 ปี	160	3.70	0.42		
	อายุ 31-40 ปี	60	3.11	0.15		
	รวม	400	3.68	0.64		
6. ด้านบุคลากร	อายุต่ำกว่า 20 ปี	180	3.74	0.73	24.706	.000*
	อายุ 20-30 ปี	160	3.66	0.70		
	อายุ 31-40 ปี	60	3.00	0.72		
	รวม	400	3.60	0.76		
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	อายุต่ำกว่า 20 ปี	180	3.62	0.89	7.772	.000*
	อายุ 20-30 ปี	160	3.33	0.91		
	อายุ 31-40 ปี	60	3.22	0.31		
	รวม	400	3.45	0.85		
ในภาพรวม	อายุต่ำกว่า 20 ปี	180	3.64	0.60	20.597	.000*
	อายุ 20-30 ปี	160	3.47	0.61		
	อายุ 31-40 ปี	60	3.10	0.22		
	รวม	400	3.49	0.59		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 การทดสอบสมมุติฐานที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่แตกต่างกัน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) โดยใช้สถิติ F – test พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีระดับ
การศึกษาแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	มัธยม/ปวช.	40	4.62	0.37	123.731	.000*
	อนุปริญญา/ปวส.	40	4.00	0.50		
	ปริญญาตรี	260	3.25	0.48		
	ปริญญาโทขึ้นไป	60	3.08	0.51		
	รวม	400	3.43	0.66		
2. ด้านราคา	มัธยม/ปวช.	40	3.75	0.50	8.661	.000*
	อนุปริญญา/ปวส.	40	3.62	0.37		
	ปริญญาตรี	260	3.09	0.23		
	ปริญญาโทขึ้นไป	60	3.25	0.20		
	รวม	400	3.23	0.66		
3. ด้านสถานที่ตั้งและ ช่องทางจำหน่าย	มัธยม/ปวช.	40	4.33	0.33	45.481	.000*
	อนุปริญญา/ปวส.	40	4.33	0.33		
	ปริญญาตรี	260	3.20	0.86		
	ปริญญาโทขึ้นไป	60	3.44	0.63		
	รวม	400	3.46	0.87		
4. ด้านการส่งเสริมการ ตลาด	มัธยม/ปวช.	40	4.83	0.16	58.246	.000*
	อนุปริญญา/ปวส.	40	4.16	0.16		
	ปริญญาตรี	260	3.46	0.84		
	ปริญญาโทขึ้นไป	60	3.11	0.63		
	รวม	400	3.61	0.87		

ตาราง 20 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5. ด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ	มัธยม/ปวช.	40	4.33	0.33	23.991	.000*
	อนุปริญญา/ปวส.	40	3.83	0.16		
	ปริญญาตรี	260	3.64	0.71		
	ปริญญาโทขึ้นไป	60	3.33	0.27		
	รวม	400	3.68	0.64		
6. ด้านบุคลากร	มัธยม/ปวช.	40	4.66	0.33	48.403	.000*
	อนุปริญญา/ปวส.	40	4.00	0.33		
	ปริญญาตรี	260	3.41	0.71		
	ปริญญาโทขึ้นไป	60	3.44	0.69		
	รวม	400	3.60	0.76		
7. ด้านกระบวนการให้ บริการ	มัธยม/ปวช.	40	4.50	0.50	65.017	.000*
	อนุปริญญา/ปวส.	40	4.33	0.33		
	ปริญญาตรี	260	3.25	0.83		
	ปริญญาโทขึ้นไป	60	3.00	0.27		
	รวม	400	3.45	0.85		
ในภาพรวม	มัธยม/ปวช.	40	4.43	0.31	90.231	.000*
	อนุปริญญา/ปวส.	40	4.04	0.16		
	ปริญญาตรี	260	3.33	0.51		
	ปริญญาโทขึ้นไป	60	3.23	0.44		
	รวม	400	3.49	0.59		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 การทดสอบสมมติฐานที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในภาพรวมที่แตกต่างกัน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) โดยใช้สถิติ F – test พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวม

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	รายได้ต่อเดือน	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	180	3.63	0.72	20.942	.000*
	10,001-25,000 บาท	180	3.33	0.60		
	25,001-40,000 บาท	40	3.00	0.00		
	รวม	400	3.43	0.66		
2. ด้านราคา	ต่ำกว่า 10,000 บาท	180	3.33	0.50	13.462	.000*
	10,001-25,000 บาท	180	3.13	0.17		
	25,001-40,000 บาท	40	3.25	0.00		
	รวม	400	3.23	0.36		
3. ด้านสถานที่ตั้งและช่องทางจำหน่าย	ต่ำกว่า 10,000 บาท	180	3.70	0.63	15.505	.000*
	10,001-25,000 บาท	180	3.33	1.08		
	25,001-40,000 บาท	40	3.00	0.00		
	รวม	400	3.46	0.87		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 10,000 บาท	180	3.66	0.83	2.444	.000*
	10,001-25,000 บาท	180	3.62	0.93		
	25,001-40,000 บาท	40	3.33	0.67		
	รวม	400	3.61	0.87		

ตาราง 21 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	รายได้ต่อเดือน	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	180	3.81	0.78	10.176	.000*
	10,001-25,000 บาท	180	3.62	0.48		
	25,001-40,000 บาท	40	3.33	0.33		
	รวม	400	3.68	0.64		
6. ด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 10,000 บาท	180	3.74	0.73	10.026	.000*
	10,001-25,000 บาท	180	3.55	0.83		
	25,001-40,000 บาท	40	3.16	0.16		
	รวม	400	3.60	0.76		
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	180	3.70	0.95	17.559	.000*
	10,001-25,000 บาท	180	3.29	0.77		
	25,001-40,000 บาท	40	3.00	0.00		
	รวม	400	3.45	0.85		
ในภาพรวม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	180	3.65	0.61	15.662	.000*
	10,001-25,000 บาท	180	3.41	0.59		
	25,001-40,000 บาท	40	3.15	0.12		
	รวม	400	3.49	0.59		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 การทดสอบสมมุติฐานที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในภาพรวมที่แตกต่างกัน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) โดยใช้สถิติ F – test พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีอาชีพแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	อาชีพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	นักเรียน/นักศึกษา	180	3.61	0.70	5.083*	.000*
	ธุรกิจส่วนตัว	40	3.75	0.75		
	พนักงานบริษัทเอกชน	40	3.63	0.63		
	พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	140	3.39	0.39		
	รวม	400	3.43	0.66		
2. ด้านราคา	นักเรียน/นักศึกษา	180	3.33	0.50	3.980	.000*
	ธุรกิจส่วนตัว	40	3.12	0.12		
	พนักงานบริษัทเอกชน	40	3.25	0.00		
	พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	140	3.14	0.18		
	รวม	400	3.23	0.36		
3. ด้านสถานที่ตั้งและ ช่องทางจำหน่าย	นักเรียน/นักศึกษา	180	3.62	0.55	18.172	.000*
	ธุรกิจส่วนตัว	40	2.83	1.85		
	พนักงานบริษัทเอกชน	40	4.00	1.01		
	พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	140	3.28	0.51		
	รวม	400	3.46	0.87		
4. ด้านการส่งเสริมการ ตลาด	นักเรียน/นักศึกษา	180	3.74	0.91	12.298	.000*
	ธุรกิจส่วนตัว	40	3.33	1.01		
	พนักงานบริษัทเอกชน	40	4.16	0.16		
	พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	140	3.38	0.78		
	รวม	400	3.61	0.87		

ตาราง 22 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	อาชีพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5. ด้านสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ	นักเรียน/นักศึกษา	180	3.85	0.78	20.021	.000*
	ธุรกิจส่วนตัว	40	3.66	0.00		
	พนักงานบริษัทเอกชน	40	4.00	0.33		
	พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	140	3.38	0.45		
	รวม	400	3.68	0.64		
6. ด้านบุคลากร	นักเรียน/นักศึกษา	180	3.74	0.73	9.618	.000*
	ธุรกิจส่วนตัว	40	3.66	0.67		
	พนักงานบริษัทเอกชน	40	3.83	0.84		
	พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	140	3.33	0.73		
	รวม	400	3.60	0.76		
7. ด้านกระบวนการให้ บริการ	นักเรียน/นักศึกษา	180	3.62	0.89	8.178	.000*
	ธุรกิจส่วนตัว	40	3.16	1.51		
	พนักงานบริษัทเอกชน	40	3.66	0.67		
	พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	140	3.23	0.42		
	รวม	400	3.45	0.85		
ในภาพรวม	นักเรียน/นักศึกษา	180	3.64	0.60	16.642	.000*
	ธุรกิจส่วนตัว	40	3.36	0.84		
	พนักงานบริษัทเอกชน	40	3.79	0.52		
	พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	140	3.26	0.39		
	รวม	400	3.49	0.58		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 การทดสอบสมมุติฐานที่ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในภาพรวมที่แตกต่างกัน ด้วยการใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) โดยใช้สถิติ F – test พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมที่แตกต่าง

กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทที่ 5

บทสรุป

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จ.ชลบุรี โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในเมืองพัทยา จ.ชลบุรี ซึ่งจากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2550 เป็นจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ในภาพรวม รายด้านและรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทดสอบค่าโดยใช้ (T-test) และความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA; F-test)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.0 เพศชาย ร้อยละ 49.0

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีจำนวนมากที่สุดมีอายุ 20-30 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 60 คิดเป็นร้อยละ 15.0 และจำนวนที่น้อยที่สุด อายุ 41-50 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาจำนวนมากที่สุดมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 260 คิดเป็นร้อยละ 65.0 ปริญญาโทขึ้นไป มีจำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 15.0 และจำนวนน้อยที่สุดมีการศึกษาระดับมัธยม/ปวช. และอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-25,000 บาท มากที่สุดมีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และมีรายได้ 25,001-40,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดมี 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด มีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนอย่างละ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีจำนวนครั้งของการเดินทางมากที่สุด 2 ครั้ง มีจำนวน 140 คิดเป็นร้อยละ 35.00 เดินทาง 1 ครั้ง มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 เดินทาง 3 ครั้ง มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และน้อยที่สุด เดินทาง 4 ครั้ง มีจำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 15.50

นักท่องเที่ยวใช้ยานพาหนะในการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 260 คิดเป็นร้อยละ 65.00 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รถตู้ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และใช้รถเช่าที่น้อยที่สุด จำนวน 22 คิดเป็นร้อยละ 5.50

นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายมากที่สุด 1,001-5,000 จำนวน 240 คิดเป็นร้อยละ 60.00 ค่าใช้จ่าย 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 20.0 ค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 1,000 บาทมีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ค่าใช้จ่าย 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50และค่าใช้จ่ายมากกว่า 15,001 บาทขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว จำนวน 2 วันมากที่สุด มีจำนวน 220 คิดเป็นร้อยละ 55.50 เที่ยว 1 วันมีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 เที่ยว 3 วัน มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 เที่ยว 4 วัน มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และระยะเวลา 5 วันขึ้นไปน้อยที่สุด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

นักท่องเที่ยวมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 1-2 คนมากที่สุด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ผู้ร่วมเดินทาง 3-4 คน มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีผู้ร่วมเดินทาง 5-6 คน มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 มีผู้ร่วมเดินทาง 7-8 คน มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน มากกว่า 8 คนน้อยที่สุด มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ในภาพรวม รายด้านและรายข้อ ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยามีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านผู้ให้บริการ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.68 3.61 3.60 3.46 3.45 3.43 3.23 ตามลำดับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาเที่ยวพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่ในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.43 หากพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะอาดสบายของที่พักรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.55 ความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.20 และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 3.15

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านราคาในภาพรวมระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 หากพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเหมาะสมของราคาที่พักรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.55 ความเหมาะสมของค่าโดยสารในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 ความเหมาะสมของราคาอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.20 และความเหมาะสมของราคาค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.85

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.46 หากพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.55 ความสะดวกในการซื้อ/จองตั๋วเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 3.45 และความสะดวกในการซื้อ/จองตั๋ว รถโดยสาร มีค่าเฉลี่ย 3.40

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายในภาพรวมระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 หากพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เมืองพัทยามีการจัดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอโดยผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ที่พักในเมืองพัทยามีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.55

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการในภาพรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 หากพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ บุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.85 บุคลากรมีความพร้อมในการให้บริการเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.65 และบุคลากรมีความรู้ ความสามารถในขอบเขตงานของตนอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.55

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านหลักฐานทางกายภาพในภาพรวมระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 หากพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พัทยาที่มีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักกันระดับโลก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ความพร้อมของสาธารณูปโภคต่างๆภายในเมืองพัทยามีค่าเฉลี่ย 3.60 และความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสะอาดในเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 2.80

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 หากพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสำรองห้องพักมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ เช่น อินเทอร์เน็ต ตัวแทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.70 การให้บริการรถโดยสารมีตารางเวลาที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 3.35 และสถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดระเบียบในการเข้าชมที่เป็นระบบ มีค่าเฉลี่ย 3.30

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทดสอบค่าโดยใช้ (T-test) และความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA; F-test)

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยผลการทดสอบความแตกต่างของค่าความแปรปรวนของเพศ ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันในทุกด้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่แตกต่างกัน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) โดยใช้สถิติ F – test พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในภาพรวมที่แตกต่างกัน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) โดยใช้สถิติ F – test พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในภาพรวมที่แตกต่างกัน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) โดยใช้สถิติ F – test พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในภาพรวมที่แตกต่างกัน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) โดยใช้สถิติ F – test พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำมาอภิปรายผลเพื่อวางแผนการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวในตลาดชาวไทยได้ ดังนี้ เมื่อพิจารณาอาชีพและอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และพนักงานบริษัท รวมทั้งมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับปริญญาตรีผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวควรพิจารณากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ให้สอดคล้องกับแผนงานการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เช่น นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน มักนิยมเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนที่ทันสมัย อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ จึงควรมุ่งเน้นไปในทิศทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงและรวดเร็วที่สุด การลงทุนทางด้านอินเทอร์เน็ต มีค่าใช้จ่ายที่ไม่ค่อยสูงมากนัก หากผู้ประกอบการสนใจจะเปิดเว็บไซต์ของตัวเองสามารถทำได้โดยง่าย การลงทุนดังกล่าวยังช่วยเพิ่มช่องทาง เพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจด้านอื่นๆ ได้อีกมากมาย เช่น มีการเปิดรับการจองบริการทางอินเทอร์เน็ต โดยผ่าน

การชำระเงินล่วงหน้า เป็นการประกันความเสี่ยงในการทำธุรกิจได้เป็นอย่างดี และเป็นการสำรวจกลุ่มเป้าหมายว่ามีความสนใจในธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีการโฆษณาเผยแพร่ได้ โดยสามารถสำรวจจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้ จึงเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่มีความคุ้มค่าต่อการลงทุนเป็นอย่างมาก และเป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

จากข้อมูลที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาเที่ยวที่พัทยา โดยใช้ระยะเวลาเพียงไม่กี่วัน ก็เป็นข้อมูลในการส่งเสริมหากิจกรรมต่าง ๆ มาดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวผ่านระยะเวลาอันจำกัด ว่าควรจะมีกิจกรรมใด ๆ สนับสนุน การขายการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวที่พัทยา เช่น กิจกรรมการชมการแสดงต่าง ๆ กิจกรรมการขับรถแข่งโกคาร์ท เป็นต้น

นักท่องเที่ยวที่มาที่พัทยาสวนมากจะนิยมนำยานพาหนะส่วนมาซึ่งมีความสะดวกในการเดินทางไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างคล่องตัว ผู้ประกอบการก็ควรที่จะมีสถานที่รองรับที่จอดรถอย่างเพียงพอต่อการสร้างแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวก็ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของยานพาหนะที่ตนเองนำมาด้วย จะเป็นการส่งเสริมความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวที่พัทยาจะมีงบประมาณไม่มากนักในการใช้จ่ายใช้สอย มีค่าใช้จ่ายมากที่สุด 1,001-5,000 ฉะนั้น ผู้ประกอบการก็ควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมที่เหมาะสมกับราคาเพื่อประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกใช้บริการต่าง ๆ ได้อย่างพอใจ

จากข้อมูลการศึกษาและการอภิปรายผลสอดคล้องกับแนวทางการศึกษาของสนใจ (รชต วัฒนกุล, 2547) ที่ว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับโอกาส มีระยะเวลาที่พักรักษาใน เมืองพัทยาโดยเฉลี่ย สำหรับมาท่องเที่ยวที่พัทยาในรอบปี 2546 ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลการศึกษาและการอภิปรายผล สามารถเสนอแนะได้ ดังนี้

1. เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัยเรียน และวัยทำงาน ควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับอายุ รายได้ และระยะเวลาของการท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมนำยานพาหนะส่วนตัวมาเพื่อความสะดวกในการเดินทาง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงควรรองรับที่จอดรถอย่างเพียงพอและดูแลความปลอดภัยได้อย่างทั่วถึง
3. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ไม่มากนักผู้ประกอบการจึงควรกำหนดราคากิจกรรมต่างๆ ราคาอาหาร ราคาค่าโดยสารและราคาค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาพักในระยะเวลาที่ไม่นาน ผู้ประกอบการจึงควรจัดที่พักที่เหมาะสมกับการพักผ่อนเพียงระยะเวลา และกำหนดราคาที่พักให้เหมาะสมกับรูปแบบการพักและความต้องการของนักท่องเที่ยว
5. เมืองพัทยาคควรจัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ และดูแลความสงบเรียบร้อย ดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง
6. ผู้ประกอบการควรส่งเสริมคุณภาพของบุคลากรให้มีความพร้อมในการให้บริการ นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
7. เมืองพัทยาคควรดูแลการจราจรให้มีความเป็นระเบียบ มีความปลอดภัยในการใช้เส้นทางในการเดินทาง เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมนำยานพาหนะส่วนตัวมา จึงทำให้เมืองพัทยามีปริมาณยานพาหนะอย่างมาก

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายครบทุกรูปแบบของนักท่องเที่ยว ในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น
2. ควรขยายการศึกษาให้ครอบคลุมผู้ที่เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงาน NGO หรือภาคประชาชนในพื้นที่ ว่ามีความต้องการการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง ทั้งเพิ่มวิธีการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กันไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กองวิชาการและแผนงาน. (2546). **บรรยายสรุปเมืองพัทยา**. ชลบุรี: กองวิชาการและแผนงาน
งานวิจัยและประเมินผล.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. ชลบุรี: การท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย.
- จิราพร กองทอง. (2540). **ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด้าน
ช่องจอมอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม, มหาสารคาม.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2539). **โครงการวิจัยตลาดท่องเที่ยวในประเทศ**. กรุงเทพฯ: คณะ
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว. (2539). องค์ประกอบการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว. **จุลสารการ
ท่องเที่ยว**, 15(2), หน้า 30.
- เดือนรัตน์ รัตนศิริ. (2533). **ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก
ตอนล่าง**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2524). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด** (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนา
พานิช.
- นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2540). **ระเบียบวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมกรท่องเที่ยวภายในประเทศของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย.
- เบญจพร ทองไชย. (2548). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
กรุงเทพฯ.
- ประภัสสร ศรีภักดี. (2548). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและกิจกรรม
นันทนาการของค่ายนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี**. วิทยา
นิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

มานิช รักษาศรี. (2546). **ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัด
ระยอง**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี.

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

สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วังไพจิตร. (2545). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีท่องเที่ยวของไทย 2530. จุล
สารการท่องเที่ยว**, 6(1), หน้า 2-3.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

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

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

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดที่ _____



มหาวิทยาลัยนเรศวร

ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

รายวิชา 803598 การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง

แบบสอบถาม

เรื่อง: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ต่อการเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทธา จ.ชลบุรี

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทธา จ.ชลบุรี

ดังนั้น จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดพิจารณาและตอบคำถามจากแบบสอบถามนี้ให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยคำตอบของท่านจะถูกรวบรวมและนำไปแปรผล เพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ทั้งนี้ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นให้ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 20 - 30 ปี 3) 31 - 40 ปี 4) 41 - 50 ปี 5) 51 - 60 ปี 6) สูงกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

 1) ต่ำกว่ามัธยม 2) มัธยม / ปวช. 3) อนุปริญญา / ปวส. 4) ปริญญาตรี 5) ปริญญาโท ขึ้นไป

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท 2) 10,000 – 25,000 บาท 3) 25,001 – 40,000 บาท 4) 40,001 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ

 1) นักเรียน / นักศึกษา 2) ข้าราชการ 3) แม่บ้าน 4) ธุรกิจส่วนตัว 5) พนักงานบริษัทเอกชน 6) พนักงานรัฐบาล / รัฐวิสาหกิจ

ตอนที่ 2 ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

1. จำนวนครั้งของการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี
 - 1) 1 ครั้ง
 - 2) 2 ครั้ง
 - 3) 3 ครั้ง
 - 4) 4 ครั้ง
 - 5) 5 ครั้ง ขึ้นไป

2. ยานพาหนะของท่านในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี
 - 1) รถโดยสารประจำทาง
 - 2) รถยนต์ส่วนตัว
 - 3) รถตู้
 - 4) รถเช่า

3. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณของท่านในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี แต่ละครั้ง
 - 1) ต่ำกว่า 1,000 บาท
 - 2) 1,001 - 5,000 บาท
 - 3) 5,001 – 10,000 บาท
 - 4) 10,001 – 15,000 บาท
 - 5) มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป

4. ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี นานเท่าใด
 - 1) 1 วัน
 - 2) 2 วัน
 - 3) 3 วัน
 - 4) 4 วัน
 - 5) 5 วัน ขึ้นไป

5. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวไปกับท่านโดยประมาณ (รวมตัวท่านด้วย)
 - 1) 1-2 คน
 - 2) 3-4 คน
 - 3) 5-6 คน
 - 4) 7-8 คน
 - 5) มากกว่า 8 คน

ตอนที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1.สถานที่ (Product)					
1.1 ความสวยงามของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ					
1.2 ความสะอาดสบายของที่พักที่ให้บริการ					
1.3 ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1.4 ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวบันเทิง					
2.ราคา(Price)					
2.1 ความเหมาะสมของราคาที่พัก					
2.2 ความเหมาะสมของราคาอาหาร					
2.3 ความเหมาะสมของค่าโดยสารในการเดินทาง					
2.4 ความเหมาะสมของราคาค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว					
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)					
3.1 ความสะดวกในการจองห้องพักผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต					
3.2 ความสะดวกในการซื้อ/จองตั๋ว รถโดยสาร					
3.3 ความสะดวกในการซื้อ/จองตั๋วเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว					
4.กิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion)					
4.1 เมืองพัทยามีการจัดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอโดยผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ					
4.2 ที่พักในเมืองพัทยามีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ					
4.3 สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ					
5. ผู้ให้บริการ (People)					
5.1 บุคลากรมีความพร้อมในการให้บริการเป็นอย่างดี					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
5.2 บุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารเป็นอย่างดี					
5.3 บุคลากรมีความรู้ ความสามารถในขอบเขตงานของตนเองเป็นอย่างดี					
6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)					
6.1 พัทยานี้อาศัยอยู่ในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักกันระดับโลก					
6.2 ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสะอาดในเมืองพัทยา					
6.3 ความพร้อมของสาธารณูปโภคต่างๆภายในเมืองพัทยา					
7. กระบวนการให้บริการ(Process)					
7.1 การสำรองห้องพักมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ เช่น อินเทอร์เน็ต ตัวแทนจำหน่าย					
7.2 การให้บริการรถโดยสารมีตารางเวลาที่แน่นอน					
7.3 สถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดระเบียบในการเข้าชมที่เป็นระบบ					

ตอนที่4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ควรปรับปรุงแก้ไข เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จ.ชลบุรี ให้เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตามความคิดเห็นของท่าน

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข ข้อมูลเกี่ยวกับเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

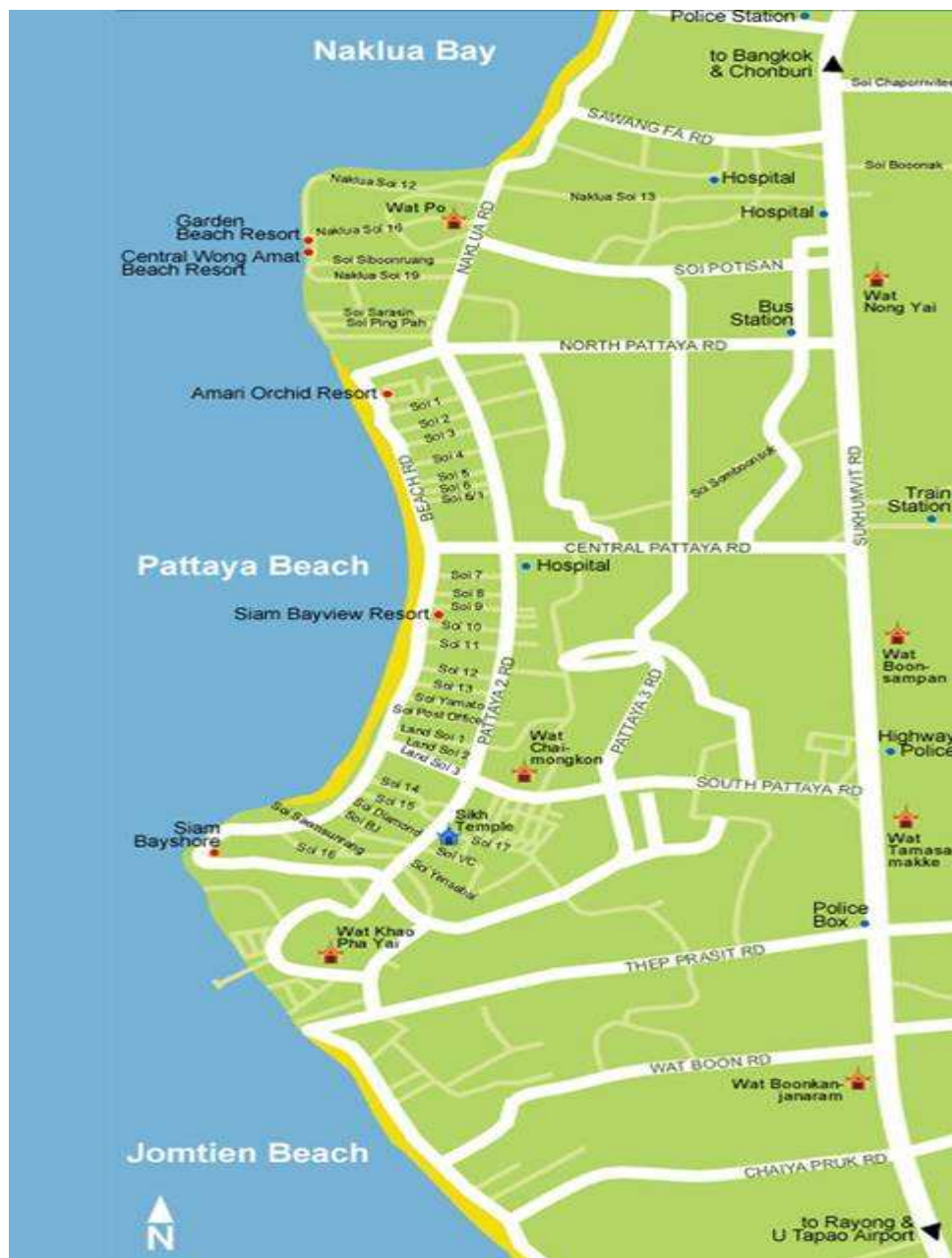


ภาพ 2 แสดงตราประจำเมืองพัทยา จ.ชลบุรี

พัทยา หรือ **เมืองพัทยา** เป็นเขตปกครองพิเศษเขตหนึ่งที่ตั้งตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา ฉบับ วันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521 (เทียบเท่าเทศบาลนคร) ในเขตจังหวัดชลบุรี จัดเป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลกโดยเฉพาะหาดทรายที่ทอดยาวไปตามแนวชายฝั่งทะเล จัดได้ว่ามีความสวยงามอีกแห่งของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ไปทางตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 140 กิโลเมตร ตั้งอยู่บนฝั่งทะเลทางทิศตะวันออกเฉียงของอ่าวไทย ซึ่งพัทยาแบ่งเป็น 4 ส่วนได้แก่ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อภาษาไทย	เมืองพัทยา
ชื่อภาษาอังกฤษ	Pattaya City
ประชากร	106,654 คน
ขนาดพื้นที่	22.2ตร.กม.
ความหนาแน่น	4353.78 คน/ตร.กม.



ภาพ 3 แสดงแผนที่เมืองพัทยา

การเดินทาง

โดยรถยนต์

จาก อ.เมืองชลบุรี ตรงมาตาม ถ.สุขุมวิท ผ่าน อ.ศรีราชาและ อ.บางละมุง หรือใช้เส้นทางมอเตอร์เวย์ (เก็บค่าผ่านทาง)

ถนนพัทยามีสามเส้นหลักๆ คือ ถ.พญาเหนือ อยู่ตรงหลัก กม.144 ถ.พญากลาง อยู่ประมาณหลัก กม.145-146 และ ถ.พญาใต้ หลัก กม.147 ทั้งสามเส้นจะไปพบกับถนนเลียบชายหาดพัทยา (ริมหาดเป็นทางวันเวย์ลงมาจากพญาเหนือ ช่วงค่ำจะปิดถนนช่วงพญาใต้ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยามราตรี เป็นถนนคนเดิน (walking street)

โดยรถประจำทาง

มีรถโดยสารประจำทางออกจากสถานีขนส่งเอกมัยและและหมอชิตไปพัทยา

โดยรถไฟ

จากกรุงเทพฯ มีบริการเพียงวันละหนึ่งเที่ยว ออกจากสถานีกรุงเทพฯ เวลา 06.55 น. ถึงสถานีพัทยาเวลา 10.45 น. เวลาเดินทาง 3 ชม. 40 นาที สถานีรถไฟพัทยาอยู่นอกเมืองพัทยาเยื้องกับทางเข้า ถ.พทยานอก

โดยเครื่องบิน

มีสนามบินอยู่ตะเภาที่สัตหีบ และเที่ยวบินที่มีปัจจุบันเปิดบริการโดย สายการบิน Bangkok Airways

สถานที่ท่องเที่ยว

พญาเหนือ

บริเวณพญาเหนือนั้นในอดีตเคยเป็นแหล่งชุมชนและอุตสาหกรรมมาก่อน อาชีพหลักของผู้คนแถบนี้คือ การทำนาเกลือและการประมง จึงทำให้มีบรรยากาศของความเก่าแก่หลงเหลืออยู่ บ้านเรือนโบราณ ถนนสายแคบๆ การเป็นอยู่แบบเรียบง่ายตลอดเส้นทางสายนาเกลือ-พัทยา จนถึงบริเวณวงเวียนปลาโลมาซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของถนนเลียบชายหาดซึ่งยาวไปจนถึงพัทยาได้ ในส่วนของพญาเหนือนี้แตกต่างจากบริเวณนาเกลือโดยสิ้นเชิง โรงแรมบ้านพักสถานบันเทิงร้านอาหาร ถูกสร้างขึ้นมากมายริมถนนเลียบชายหาดสายนี้ อีกทั้งสามารถเดินเล่นไปตามทางทำริมถนนเลียบชายหาดได้อีกด้วย ถนนพัทยาสายสองในส่วนของพญาเหนือนั้นมีสถานที่น่าสนใจมากมาย เช่น ทิฟฟานีโชว์ อัลคาร์ซ่าคาบาเร่ต์ และ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้ออาหารทะเลสดๆและแปลกๆสามารถมาหาซื้อได้ที่ตลาดนาเกลือ



ภาพ 4 แสดงปราสาทไม้สักธรรม ตั้งอยู่บริเวณ พัทยาเหนือ



ภาพ 5 แสดงการแสดงคาร์บาเร่ต์ อัลคาซาร์ พัทยาเหนือ

พัทยากลาง

พัทยากลางนั้นโรงแรมส่วนมากจะมีขนาดไม่ใหญ่มากแต่จะได้พบกับบาร์เบียร์ ร้านขายเสื้อผ้า และบาร์อะโกโก้มากมาย บริเวณถนนเรียบชายหาดมีสำนักงานตำรวจพัทยาและสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง รอยัลการ์เด้น พลาซ่า ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าหลักก็ตั้งอยู่พัทยากลางนี้เช่นกัน



ภาพ 6 แสดงห้างสรรพสินค้ารอยัลการ์เด้นพลาซ่า บริเวณพญากลาง



ภาพ 7 แสดงเมืองจำลอง หรือ Mini Siam

พญาใต้

พญาใต้โด่งมากจากถนนเลียบชายหาด แถบนี้ถูกเรียกว่า วอล์คกิ้ง สตรีท เขตเดินเท้า บริเวณนี้มีร้านค้าเล็กๆ มากมาย ซึ่งบริการ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายเครื่องกีฬา ร้านขายเครื่องประดับ และร้านขายของที่ระลึก ที่นี่ยังมีบาร์มากมาย และยังมีร้านอาหารทะเล ซึ่งส่วนใหญ่จะสร้างยื่นลงไปในทะเลเพื่อเพิ่มบรรยากาศในการรับประทานอาหาร พญาใต้นั้นดูน่าวกกว่าส่วนอื่นๆ ของเมืองพญา ถนนอัฐจินดา สัญลักษณ์ของเขตแดนเมืองพญาใต้ เมื่อเดินไปตาม

ซอยเล็ก ๆ ซึ่งจะนำทางสู่ถนนพระตำหนักซึ่งเป็นด้านหลังของพัทยาและนำไปสู่ ถนนพัทยาสาย
สอง



ภาพ 8 แสดง Walking Street



ภาพ 9 แสดงบรรยากาศ Walking Street

หาดจอมเทียน

ความยาว 6 กิโลเมตรของหาดจอมเทียนถูกแบ่ง จากส่วนอื่นๆในเมืองพัทยาด้วยเนินเขา
ด้านหลังของพัทยาได้ เมื่อขับรถผ่านเนินเขา และผ่านพระพุทธรูปใหญ่ก็จะลงมาสู่หาดที่ค่อนข้าง
เงียบ ชายหาดนี้เป็นสถานที่ที่เป็นที่นิยมของกีฬาทางน้ำ เนื่องจากพื้นที่แถวนี้มีอากาศที่บริสุทธิ์ ซึ่ง
ถูกพัฒมาจากอ่าวไทย และทะเลที่หาดนี้ยังมีความ คับคั่งของเรื่อน้อยกว่าที่อ่าวพัทยานอกจากนี้
หาดจอมเทียนยังเป็นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจโดยการอาบแดด นอกจากนี้หาดจอมเทียนยังมีทาง

เล็กๆ ซึ่งมีแหล่ง ช้อปปิ้ง บาร์เปียร์ และยังมีโรงแรมที่มีหาดส่วนตัว บังกะโล คอมเพด็กซ์ คอนโดมิเนียม และร้านอาหาร



ภาพ 10 แสดงชายหาดจอมเทียน



ภาพ 11 แสดงกิจกรรมริมชายหาดจอมเทียน

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล	รัชฎา โพธิสุนทร
วัน เดือน ปี เกิด	18 มีนาคม 2522
ที่อยู่ปัจจุบัน	555 หมู่ 2 ซอยแปริ่ง ถนนสุขุมวิท ตำบลสำโรงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
ที่ทำงานปัจจุบัน	สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายฝึกอบรม
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2551	บริษัท เพนดูลัม จำกัด
พ.ศ. 2547	บริษัท โกลโบฟูดส์ จำกัด
พ.ศ. 2544	อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2544	ศศ.บ. (ประวัติศาสตร์) มหาวิทยาลัยบูรพา

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล	สุรพล นุ่มสีดา
วัน เดือน ปี เกิด	24 กันยายน 2522
ที่อยู่ปัจจุบัน	18/601 พระราม 4 ซิตีอีร์ท ถนนพระราม 4 แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
ที่ทำงานปัจจุบัน	King Power International Co.,Ltd 8 King Power Complex ถนนรางน้ำ แขวงพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ขยายฐานสมาชิก
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2552	King Power International Co.,Ltd 8 King Power Complex ถนนรางน้ำ แขวงพญาไท เขตราชเทวี กทม.10400
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547	บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น