



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ธนชัย พลอยสุภผล

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา 2547

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ISBN 974-09-1646-5

FACTORS AFFECTING THE DECISION OF FOREIGN TOURISTS TO
REVISIT PATTAYA

THANACHAI PLOYSUPHAPHOL

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHANG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS

2004

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ISBN 974-09-1646-5

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ชื่อผู้เขียน นายธนชัย พลอยสุภผล

คณะ คณะเศรษฐศาสตร์

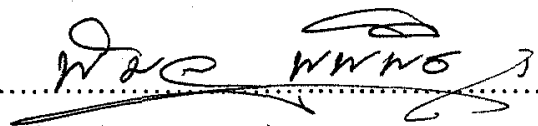
คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์อดิ ไทยานันท์ ประธานกรรมการ


รองศาสตราจารย์อัมภินพวงศ์ ฉัตราคม

รองศาสตราจารย์สุกัญญา ตันธนวัฒน์

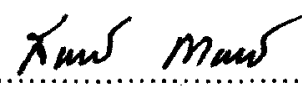
มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุทธิพิธ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์อดิ ไทยานันท์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อัมภินพวงศ์ ฉัตราคม)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุกัญญา ตันธนวัฒน์)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ชื่อผู้เขียน นายธนชัย พลอยสุกผล

ชื่อปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา 2547

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์อดิ ไทยานันท์ ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์อัมรินทร์พงษ์ นัตราคม
3. รองศาสตราจารย์สุกัญญา ตันธนวัฒน์

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” เป็นการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ และประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 350 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) และสร้างสมการ Logit Model ด้วยวิธีการ Binary Logit โดยการวิเคราะห์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Eviews ช่วยในการประมวลผลข้อมูล เพื่อทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจและปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด ส่วนปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวกับการข่มขืนกระทำชำเราเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไม่กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด

tourists while the dependent variable was whether the tourist will decide to revisit or not.

It was found that the satisfaction of goods and services was the most important factor determining the decision to revisit Pattaya among the foreign tourists. On the other hand, the most important factor affecting their decision not to revisit was the problem of rape and sexual harassment.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รศ. อติ ไทยานันท์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ รวมทั้งคอยตรวจแก้ไขในขณะที่ทำการศึกษาค้นคว้าตลอด รศ. อัมภินพพงศ์ ฉัตราคม และ รศ. สุภัทญา ตันธนวัฒน์ กรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้โอกาสในการศึกษา และให้คำปรึกษาที่ดีตลอดมา ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้ง 3 ท่านไว้ ณ โอกาสนี้ ตลอดจน พ่อ และ แม่ ที่เห็นความสำคัญของการศึกษาและให้การสนับสนุนทางการศึกษาไม่เคยขาด จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงในวันนี้

ขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ทุกท่าน ที่ผู้ศึกษาไม่ได้กล่าวถึง และสุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถานศึกษาที่ให้โอกาสทางความรู้และโอกาสต่าง ๆ ในอนาคตของผู้ศึกษา ตลอดจนคณาจารย์ที่เคยประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้ศิษย์ ซึ่งผู้ศึกษาจะระลึกไว้เสมอ มิมีลืมห

ธนชัย พลอยสุภผล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(6)
กิตติกรรมประกาศ.....	(8)
สารบัญตาราง	(13)
สารบัญภาพประกอบ.....	(14)
บทที่	
1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	6
ขอบเขตของการศึกษา.....	6
วิธีการศึกษา.....	6
การวิเคราะห์ข้อมูล	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
นิยามศัพท์	9
2 แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดทางทฤษฎี.....	10
กฎแห่งอุปสงค์.....	10
ตัวกำหนดอุปสงค์ (demand determinants).....	11
ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior theory)	12
งบประมาณ (budget constraints).....	17
การตัดสินใจของผู้บริโภค (consumer choice).....	21
ผลการทดแทนและผลของรายได้จากการ เปลี่ยนแปลงในราคาสินค้า.....	22

บทที่	หน้า
โลจิท โมเดล (logit model).....	24
การตรวจสอบความแม่นยำของแบบจำลอง.....	28
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	29
3 การท่องเที่ยวเมืองพัทยา	41
ศักยภาพของเมืองพัทยา	42
การท่องเที่ยว.....	43
หาดพัทยา.....	43
เกาะล้าน	43
เกาะครก	44
เกาะสาก	44
อ่าวกระทิงลาย.....	45
หมู่เกาะไผ่.....	45
กีฬาดำน้ำ.....	45
กีฬابันจี้ จัมพ์	46
เขาพัทยา (เขาพระบาท).....	46
หาดนาจอมเทียน	46
หาดวงพระจันทร์.....	46
สวนเฉลิมพระเกียรติ	46
วัดสว่างฟ้าพุทธาราม	47
ปราสาทสังฆกรรม.....	47
เมืองจำลอง.....	47
สนามรถแข่งเล็ก (โกคาร์ท).....	48
สวนป่าพนารักษ์.....	48
หมู่บ้านช้างพัทยา	48
อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พัทยา.....	48

บทที่	หน้า
พิพิธภัณฑ์ชาวด	49
สวนน้ำพทยาปาร์ค.....	49
สวนกล้วยไม้ศิริพร.....	50
สนามแข่งรถพีระอินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์กิต	50
พทยาการ์ท สปีดเวย์.....	50
เลคแลนด์ วอเตอร์เคเบิล สกี.....	50
อ่างเก็บน้ำห้วยซากนอก	51
พิพิธภัณฑ์ริบลีย์ (เชื่อหรือไม่).....	51
การแสดงโชว์ คาบาเร่ต์	51
ศูนย์ฝึกสอนลิง-พทยา.....	51
ศูนย์ฝึกจิ้งมีพทยา	52
สถิติการท่องเที่ยวพทยา.....	52
ปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองพทยา.....	56
ปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเมืองพทยา	57
4 ผลการศึกษา	59
ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว.....	59
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยว	60
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ	
ท่องเที่ยวเมืองพทยา.....	64
ส่วนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยว	66
ส่วนที่ 5 ผลการคำนวณ โดยวิธี Binary Logit	68
5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	73
สรุปผลการศึกษา	73
ข้อมูลทั่วไป	74
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	74

บทที่	หน้า
ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยว.....	74
ปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยว.....	75
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยว	
เมืองพัทยาของชาวต่างชาติ.....	75
ข้อเสนอแนะ.....	77
ภาคผนวก	
ก แบบสอบถาม.....	80
ข ผลการวิเคราะห์ SPSS.....	85
ค ผลการวิเคราะห์ Eviews.....	92
บรรณานุกรม.....	100
ประวัติผู้เขียน.....	103

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ในช่วงปี 2531-2545.....	2
2	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในหมวดที่สำคัญ ในช่วงปี 2539-2545 ค่าใช้จ่าย (บาท/คน/วัน)	4
3	มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาคงที่ปี 2531 ในช่วงปี 2539-2545	5
4	ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสถานพักผ่อน ในช่วงปี 2542-2547.....	52
5	ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ในช่วงปี 2542-2547	53
6	จำนวนผู้เข้าพักแรมในเมืองพัทยาแยกตามสัญชาติ ในช่วงปี 2542-2547.....	54
7	ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในการเข้าพักแรมจำแนกตามกลุ่ม ช่วงปี 2542-2547	55
8	ข้อมูลเบื้องต้นของสถานพักผ่อนเมืองพัทยา จำแนกตามกลุ่ม ช่วงปี 2542-2547	56
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะทั่วไป	62
10	พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	63
11	ความสำคัญของปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	65
12	ปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยว.....	67
13	แบบจำลองสมการ โดยใช้วิธี Binary Logit.....	69

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
1 รายได้จากนักท่องเที่ยงและอัตราการเจริญเติบโตของ รายได้จากนักท่องเที่ยงในช่วงปี 2531-2545	3
2 เส้นความพอใจเท่ากันของผู้บริโภคจากการ บริโภคสินค้า X และ Y ร่วมกัน.....	14
3 แผนความพอใจเท่ากัน	15
4 เส้นความพอใจเท่ากันที่ขัดแย้งกับข้อสมมติ ความสอดคล้องในการตัดสินใจ	16
5 อำนาจซื้อของผู้บริโภค.....	18
6 การเปลี่ยนแปลงในเส้นงบประมาณเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลง.....	20
7 การเปลี่ยนแปลงในเส้นงบประมาณเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลง.....	20
8 คุณภาพของผู้บริโภค.....	21
9 ผลของการทดแทนและผลของรายได้	23

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด กล่าวคือ ในปี 2534 ทำรายได้จำนวน 100,004 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 164,000 และ 323,484 ล้านบาทในปี 2538 และ 2545 ตามลำดับ (ดู ตาราง 1 และภาพ 1) เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ ซึ่งเป็นรายได้ที่สำคัญของประเทศ ช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ประชาชาติและรายได้ของประเทศ มีผลโดยตรงต่อผลิตภัณฑ์ประชาชาติ (Gross National Product: GNP) และดุลการชำระเงินของประเทศ

นอกเหนือจากนั้นการท่องเที่ยวยังเป็นการสร้างความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ การเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง จะส่งผลต่อการลงทุนในด้านต่าง ๆ เช่น โรงแรมที่พักและร้านอาหาร เป็นต้น รวมทั้งมีการลงทุนในโครงสร้างขั้นพื้นฐานของรัฐบาลไม่ว่าจะเป็น ถนน สนามบินหรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ (ฉัตรชัย ปานเฟื่อง, 2543, หน้า 3) และยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกหลายสาขา (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2547) เพราะการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีส่วนประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน (สถาบันคีนันแห่งเอเซีย, 2546, หน้า 1) สามารถจำแนกออกเป็นธุรกิจต่าง ๆ มากมาย เช่น ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ธุรกิจการค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจบริการท่องเที่ยว และธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

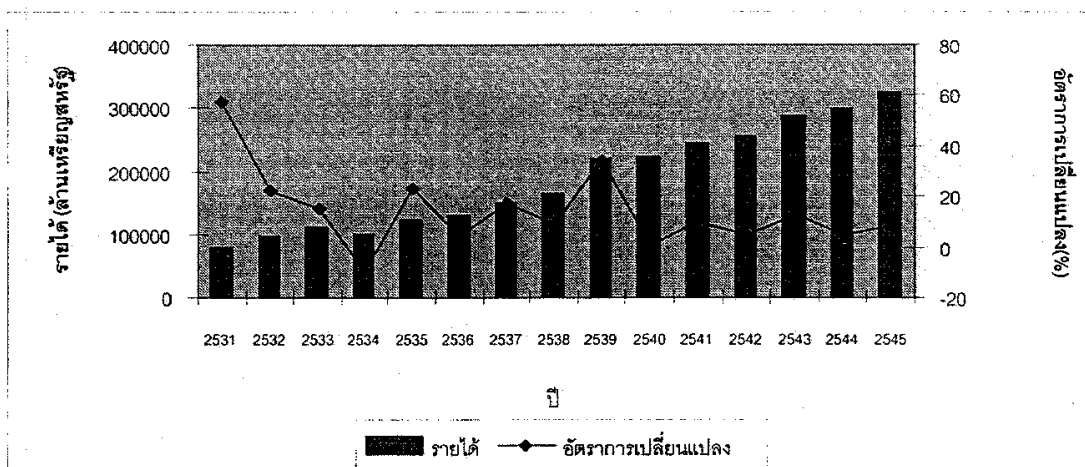
ตาราง 1

จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงปี 2531-2545

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	รายได้จากการ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2531	4,230,737	21.47	78,859	57.64
2532	4,809,508	13.68	96,386	22.22
2533	5,298,860	10.17	110,572	14.72
2534	5,086,899	-4.0	100,004	-9.56
2535	5,136,443	0.97	123,135	23.13
2536	5,760,533	12.15	127,802	3.79
2537	6,166,496	7.08	150,000	17.37
2538	6,800,000	10.27	164,000	9.30
2539	7,192,143	5.77	219,364	33.75
2540	7,221,345	0.41	220,754	0.63
2541	7,764,930	7.53	242,177	9.70
2542	8,580,332	10.50	253,018	4.48
2543	9,508,623	10.82	285,272	12.75
2544	10,061,950	5.82	299,147	4.83
2545	10,799,067	7.33	323,484	8.17

ที่มา: จาก “สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2544 ภาคตะวันออก,” (หน้า 10),

โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.



ภาพ 1 รายได้จากนักท่องเที่ยวและอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากนักท่องเที่ยว ในช่วงปี 2531-2545

ที่มา: จาก “สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2545 ภาคตะวันออก,” (หน้า 12), โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ตารางที่ 2) กับอัตราส่วนต่อ GDP (ตาราง 3) พบว่า มีอัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นในช่วงปี พ.ศ.2540-2541 ซึ่งหมายถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมากขึ้น GDP ของประเทศไทยก็จะเพิ่มตามด้วย

ในช่วงต้นปี 2546 สถานการณ์การท่องเที่ยวของทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างหนักจากภาวะวิกฤตการณ์ทั้งสงคราม การก่อการร้าย และโรคระบาดที่เกิดขึ้นได้สร้างกระแสความสับสนต่อตลาดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ตลาดนักท่องเที่ยวสตรีซึ่งมีความอ่อนไหวต่อความปลอดภัยในการเดินทางชะลอการเดินทางลงอย่างมาก รวมทั้งการเจาะตลาดกลุ่มใหม่ ๆ (First visit) ก็ทำได้ยากขึ้นเช่นกัน การลดลงของกลุ่มตลาดใหม่ส่วนหนึ่งได้ส่งผลให้มีการเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวน้อยลงด้วย ในขณะที่ตลาดเก่า (Revisit) ซึ่งเคยเดินทางมาประเทศไทยแล้วจะเข้าใจความแตกต่างระหว่างประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคได้ดี จึงยังคงมีการเดินทางเข้ามาในไทยในอัตราเพิ่มขึ้น

ตาราง 2

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในหมวดที่สำคัญในช่วงปี 2539-2545 ค่าใช้จ่าย(บาท/คน/วัน)

รายการปี	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545
ค่าที่พัก	745.06 (20.10)	913.16 (24.87)	1,013.08 (27.29)	907.41 (24.49)	932.92 (24.16)	975.80 (26.04)	1,006.89 (26.87)
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	553.70 (14.94)	555.08 (15.12)	594.87 (16.02)	572.94 (15.47)	587.38 (15.21)	587.25 (15.67)	633.03 (16.90)
ค่าเที่ยวชมเมือง	216.16 (5.83)	214.53 (5.84)	155.40 (4.19)	156.85 (4.23)	176.16 (4.56)	169.96 (4.53)	164.56 (4.40)
ค่าพาหนะในการเดินทาง	221.06 (5.96)	257.26 (7.01)	274.89 (7.40)	241.49 (6.52)	284.64 (7.37)	283.26 (7.56)	315.81 (8.43)
ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง	354.43 (9.56)	363.89 (9.91)	411.81 (11.09)	394.25 (10.64)	403.92 (10.46)	443.31 (11.83)	458.28 (12.23)
ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก	1,413.48 (38.14)	1,261.36 (34.35)	1,077.51 (29.02)	1,286.40 (34.72)	1,338.74 (34.67)	1,160.86 (30.97)	1,067.38 (28.50)
เบ็ดเตล็ด	202.13 (5.45)	106.59 (2.90)	185.37 (4.99)	145.20 (3.92)	137.43 (3.56)	127.43 (3.40)	107.79 (2.88)
รวม	3,706.02 (100.00)	3,671.87 (100.00)	3,712.93 (100.00)	3,704.54 (100.00)	3,861.19 (100.00)	3,747.87 (100.00)	3,747.87 (100.00)

ตาราง 3

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาคงที่ปี 2531 ในช่วงปี 2539-2545

ปี	ผลิตภัณฑ์มวลรวม (ล้านบาท)	ธุรกิจโรงแรมและ ภัตตาคาร	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%)	สัดส่วนต่อผลิต ภัณฑ์มวลรวม
2539	4,611,041	248,960	-	5.40
2540	4,732,610	245,872	-1.24	5.20
2541	4,626,447	230,921	-6.01	4.99
2542	4,637,079	255,738	10.75	5.52
2543	4,923,263	275,211	7.61	5.60
2544	5,133,836	289,171	5.02	5.63
2545	5,451,854	309,837	7.15	5.68

สำหรับประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมและบริการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลายาวนานและมีรายได้จากท่องเที่ยวปีละ 3 แสนล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศและมีแหล่งท่องเที่ยวที่ติดอันดับของโลกหลายแห่ง (สถาบันคีนันแห่งเอเชีย, 2546, หน้า 1) อีกทั้งยังมีศักยภาพในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน แม้ว่าสภาพความสมบูรณ์ทางธรรมชาติจะเสื่อมโทรมไปบ้างก็ตามที่ แต่ก็ยังคงมีจุดเด่นด้านวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติ เช่น รอยยิ้มและอัธยาศัยไมตรีของประชาชน เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยน่าจะถึงเวลาที่จะต้องทบทวนกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการเปลี่ยนจุดค้อยต่าง ๆ ให้เป็นจุดแข็ง รู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการวางตำแหน่งการแข่งขันของประเทศอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดโลกเพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศที่แข็งแกร่งและพร้อมสำหรับการต่อสู้ทางการตลาดกับประเทศอื่น ๆ

สำหรับประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับจุดแข็งที่สามารถเป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกันได้นั้น ได้แก่ ความสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งยังมี

ความหลากหลายในบริการท่องเที่ยวที่สามารถสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองพัทยา ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและสวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำมากมาย นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เดินทางมาพักผ่อนเป็นจำนวนมาก มีชื่อเสียงไปทั่วโลก

จึงนับได้ว่าเมืองพัทยานั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากเป็นลำดับต้น ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีรูปแบบการบริหารส่วนท้องถิ่นในลักษณะพิเศษกว่าเมืองอื่น ๆ จึงมีความน่าสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองพัทยา ในช่วงระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ.2547 จำนวน 350 คน

วิธีการศึกษา

แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (*primary data*) ทำการเก็บข้อมูลโดยวิธีสำรวจ (survey) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งจะสุ่มตัวอย่างโดยวิธีแบบบังเอิญ (*accidental*) จำนวน 350 ตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary source) จะทำการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่ได้มีการศึกษา ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย และสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นอกจากนี้ยังจะรวบรวมข้อมูลจากสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น วารสาร และหนังสือพิมพ์ และข้อมูลจาก web site ต่าง ๆ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติในครั้งนี้นำแบ่งเป็น 2 วิธีคือ

1. การศึกษาเชิงพรรณนา (descriptive analysis) ศึกษาลักษณะทั่วไปของประชากร พฤติกรรมในการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยาและปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยว โดยหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยและร้อยละ แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายเชิงเหตุผล

2. การศึกษาเชิงปริมาณ (quantitative analysis) โดยตั้งข้อสมมติว่า ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการ 2 ทางคือ ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาและตัดสินใจไม่กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาเท่านั้น (Y_i)

ซึ่งจะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้แบบจำลองแบบโลจิท (logit model) ในการศึกษา เนื่องจากวิธีนี้สามารถหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (independent variable) กับตัวแปรตาม (dependent variable) โดยที่ตัวแปรตามเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะไม่ต่อเนื่อง และใช้การกระจายสะสมแบบโลจิสติก (logistic cumulative distribution) สามารถเขียนรูปแบบสมการแสดงความสัมพันธ์และตัวแปรได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจในการรับบริการ และปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ

ตัวแปรตาม หมายถึง การกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

ซึ่งแบบจำลองที่ใช้ คือ

การกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา (Y_i) = f (เพศ, อาชีพ, รายได้, งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจในการรับบริการ และปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ)

โดย Y_i = ตัวแปรตาม หมายถึง การกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

เมื่อ $i = 1$ หมายถึง ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

$i = 0$ หมายถึง ตัดสินใจไม่กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะแสดงในรูปของ โลจิท โมเดล (logit model) ซึ่งเป็นการประมาณค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น โดยตรง กล่าวคือ เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในแต่ละตัวอย่าง ซึ่งจะมีคำตอบเพียง 2 แบบ คือ เหตุการณ์นั้นจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้น จะกำหนดให้มีค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 หรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นค่าความน่าจะเป็น (probability) โดยสามารถเขียนแบบจำลอง โลจิท (logit model) เป็นสมการทั่วไป ดังนี้

$$Y_i = \alpha_i + \sum \beta_j Z_{ij} + U_i \quad \dots\dots 1$$

โดยที่ Y_i คือ ตัวแปรตามที่แสดงพฤติกรรมตอบรับ (Response Variable)

Z_{ij} คือ เมตริกของตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่แสดงลักษณะของผู้บริโภคที่จะอธิบาย Y_i^*

β_j คือ เวกเตอร์ค่าพารามิเตอร์

U_i คือ ค่าความผิดพลาด (Disturbance Term)

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ Y_i^* คือ โอกาสในการกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แต่ในทางปฏิบัติเราจะพบว่า Y_i^* เป็นตัวแปรที่แสดงถึงโอกาสซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ยังไม่เกิดขึ้นจึงไม่อาจเก็บข้อมูลได้ ดังนั้น เราจึงต้องมีตัวแปรบางตัวที่สามารถวัดได้และบ่งบอกถึง Y_i^* ได้ ตัวแปรนั้นคือ Y_i ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้มาจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม

ซึ่งการศึกษาโดยใช้แบบจำลองโลจิท จะมีขั้นตอนในการศึกษา ดังนี้

ขั้นที่ 1 ประเมินค่าพารามิเตอร์ และทดสอบสมมติฐาน ด้วยแบบจำลองโลจิต โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป EViews ในการประมวลผลตัวแปรอิสระในแบบจำลองโลจิต เพื่อหาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความน่าจะเป็น ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญ

ขั้นที่ 2 ตรวจสอบความแม่นยำของแบบจำลองโลจิต

ขั้นที่ 3 คำนวณค่าความน่าจะเป็น ซึ่งช่วยให้ทราบถึงโอกาสที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเป็นเท่าใด และเมื่อตัวแปรอิสระมีการเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจไม่เลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เปลี่ยนแปลงไปเท่าใด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหา อุปสรรคในการให้บริการ พร้อมทั้งนำไปวางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเมืองพัทยาต่อไป

นิยามศัพท์

สถานพักแรมกลุ่มต่าง ๆ คือ การแบ่งกลุ่มของสถานพักแรม เป็นการจัดกลุ่มเพื่อใช้ประโยชน์ทางการสถิติเท่านั้น ไม่ได้ถือตามมาตรฐานสากล และมีได้เป็นการจัดระดับของสถานพักแรมเหล่านั้น

กลุ่ม 1 หมายถึง ราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป

กลุ่ม 2 หมายถึง ราคาตั้งแต่ 1,500-2,499 บาท

กลุ่ม 3 หมายถึง ราคาตั้งแต่ 1,000-1,499 บาท

กลุ่ม 4 หมายถึง ราคาตั้งแต่ 500-1,499 บาท

กลุ่ม 5 หมายถึง ราคาต่ำกว่า 500 บาท

หมายเหตุ: ใช้ราคาต่ำสุดของราคาประกาศขาย (rack rate) เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่ม

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎี

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. กฎแห่งอุปสงค์ (law of demand)
2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior theory)

กฎแห่งอุปสงค์

กฎแห่งอุปสงค์ ระบุว่า ปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภค ต้องการซื้อย่อมแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิด นั้นเสมอ

จากกฎอุปสงค์ดังกล่าวหมายความว่า เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้า ในปริมาณน้อยลงและเมื่อราคาลดลงผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น เราอาจ เขียนเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

$$Q_x = f(P_x)$$

การที่ปริมาณซื้อแปรผกผันกับราคาสินค้านั้นเกิดจากสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. ผลทางรายได้ (income effect) เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น แต่รายได้ตัวเงิน (money income) ของผู้บริโภคคงที่ ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ปริมาณน้อยลง นั่นคือ อำนาจซื้อหรือรายได้แท้จริงของผู้บริโภคลดลง ในทางตรงข้าม เมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ปริมาณมากขึ้น นั่นคือ รายได้แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

2. ผลทางการทดแทน (substitution effect) เมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่สินค้าชนิดอื่นซึ่งทดแทนสินค้านี้ได้มีราคาอยู่ที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกที่สินค้านี้แพงขึ้น จึงซื้อสินค้านี้น้อยลงและหันไปซื้อสินค้าอื่นเพื่อใช้แทนสินค้านั้น ในทางตรงข้าม เมื่อราคาของสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอื่นน้อยลงและหันมาซื้อสินค้านี้มากขึ้น

ตัวกำหนดอุปสงค์ (demand determinants) ตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปร (variables) หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาที่จะซื้อ (quantity demanded) ปัจจัยเหล่านี้มีหลายอย่าง ดังนี้

1. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มขึ้นสูง ปริมาณซื้อจะมีน้อยแต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณซื้อจะมีมาก
2. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม รสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่งซึ่งเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เช่น แบบเสื้อสตรี ภาพยนตร์และเทปเพลง เป็นต้น แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็คงอยู่นาน เช่น รูปแบบของสิ่งก่อสร้าง รถยนต์ และน้ำอัดลม เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา รสนิยมเป็นสิ่งที่มียผลต่อธุรกิจการค้า ดังนั้น หน่วยธุรกิจจึงยอมทุ่มเงินจำนวนมากในการโฆษณา เพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยม หรือมิฉะนั้นก็เพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิมนั่นเอง
3. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับจำนวนประชากร ตามปกติเมื่อประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มตาม แต่การเพิ่มจำนวนประชากรยังไม่เป็นการเพียงพอ ประชากรเหล่านี้ จะต้องมีอำนาจซื้อด้วยจึงจะสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น
4. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้เฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือ มักจะลดการบริโภคสินค้านี้ราคาถูกและขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้านี้ราคาแพง
5. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับสภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ ลองพิจารณาถึงสังคมบางแห่ง เช่น ประเทศที่มีบ่อน้ำมัน ปรากฏว่ารายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย ส่วนคนกลุ่มใหญ่จะมีรายได้ต่ำมากสังคมแบบนี้การบริโภคจะแตกต่างจาก

สังคมที่มีการกระจายรายได้ค่อนข้างทัดเทียมกัน ถึงแม้รายได้เฉลี่ยของทั้งสองประเทศ จะอยู่ในระดับใกล้เคียงกันก็ตาม

6. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลงและหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้ สำหรับในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน เช่น น้ำตาลกับกาแฟ เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคกาแฟมากขึ้น ก็จะต้องบริโภคน้ำตาลมากขึ้นด้วย

7. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล ยกตัวอย่าง ในประเทศที่อยู่ในเขตนานา เมื่ออย่างเข้าฤดูหนาวประชาชนจำเป็นต้องจัดหาเครื่องนุ่งห่มกันหนาว ทำให้ความต้องการสินค้าเครื่องกันหนาวต่าง ๆ ในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้นเศรษฐกิจ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2541)

ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior theory)

ความพอใจของผู้บริโภค (consumer preference)

ในการอธิบายถึงพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น เราจะต้องเข้าใจถึงรสนิยมของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนอาจมีรสนิยม หรือความชอบต่างกัน บางคนชอบใช้เวลาพักผ่อนอยู่บ้าน บางคนชอบเล่นกีฬา แต่บางคนชอบดูหนัง บางคนชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน และอื่น ๆ ดังนั้น แม้ว่าคนหลายคนจะมีรายได้ระดับเดียวกัน แต่มีลักษณะการบริโภคต่างกัน และการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการขึ้นอยู่กับความชอบ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงไม่จำเป็นต้องเลือกบริโภคสินค้าและบริการเหมือนกัน นักเศรษฐศาสตร์สามารถคาดว่าผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมอย่างไร โดยวิเคราะห์จากความพอใจของผู้บริโภค (consumer preference) ซึ่งมีข้อสมมติเกี่ยวกับความพอใจ ดังนี้คือ

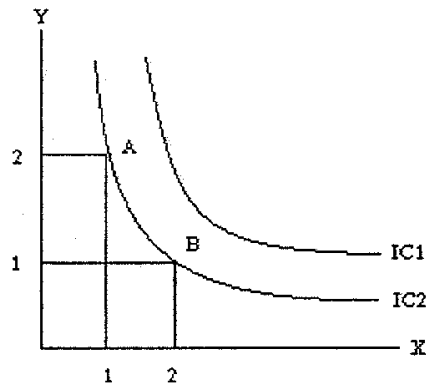
ความพอใจเพิ่มขึ้นตามปริมาณสินค้า ในการบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น ถ้าสินค้าเป็นสิ่งที่ดี (goods) เช่น ความสะอาดและความปลอดภัย เป็นต้น การได้บริโภคมากกว่าจะให้ความพอใจสูงกว่า (more is preferred to less) ในทางตรงกันข้ามถ้าสินค้า

เป็นสิ่งไม่ดี (bads) เช่น ขยะและควันดำ เป็นต้น แม้จะได้บริโภคมากขึ้น แต่จะทำให้ความพอใจน้อยลง (less is preferred to more)

สามารถจัดลำดับความพอใจระหว่างกลุ่มสินค้าที่บริโภคได้ ถ้าผู้บริโภคชอบกลุ่มสินค้า A มากกว่ากลุ่มสินค้า B และชอบกลุ่มสินค้า B มากกว่ากลุ่มสินค้า C ผู้บริโภคจะต้องชอบกลุ่มสินค้า A มากกว่ากลุ่มสินค้า C ด้วย แต่ถ้าผู้บริโภคชอบกลุ่มสินค้า A เท่ากับกลุ่มสินค้า B และชอบกลุ่มสินค้า B เท่ากับกลุ่มสินค้า C ผู้บริโภคจะต้องชอบกลุ่มสินค้า A เท่ากับกลุ่มสินค้า C ด้วย

มีความสอดคล้องในการตัดสินใจ เมื่อผู้บริโภคบริโภคกลุ่มสินค้า A และกลุ่มสินค้า B จะสามารถบอกได้ว่ากลุ่มสินค้า A ให้ความพอใจมากกว่ากลุ่มสินค้า B หรือกลุ่มสินค้า B ให้ความพอใจมากกว่ากลุ่มสินค้า A หรือให้ความพอใจเท่ากัน (indifference)

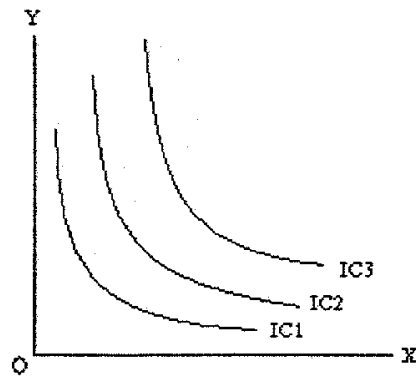
ภายใต้ข้อสมมติดังกล่าว สามารถวิเคราะห์ลักษณะของความพอใจของผู้บริโภค โดยอาศัยเส้นความพอใจเท่ากัน (indifference curve) โดยในที่นี้จะสมมติว่าผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคสินค้าเพียง 2 ชนิดเท่านั้น คือ X และ Y ดังนั้น เส้นความพอใจเท่ากัน คือ เส้นที่แสดงถึงส่วนประกอบของสินค้า 2 ชนิดที่ให้ความพอใจในระดับเดียวกันแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจะไม่มีความรู้สึกแตกต่างกันในการที่จะเลือกบริโภคสินค้าทั้งสองชนิดในส่วนประกอบใดก็ได้บนเส้นความพอใจเท่ากันเส้นหนึ่ง ๆ เพราะแต่ละส่วนประกอบบนเส้นความพอใจเท่ากันต่างให้ความพอใจเท่ากันแก่ผู้บริโภค ภาพ 2 ได้แสดงเส้นความพอใจเท่ากันของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้า 2 ชนิด คือ สินค้า X และสินค้า Y



ภาพ 2 เส้นความพอใจเท่ากันของผู้บริโภคจากการบริโภคสินค้า X และ Y ร่วมกัน

ที่มา: จาก “หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค,” (หน้า 17), โดย วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, 2533, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

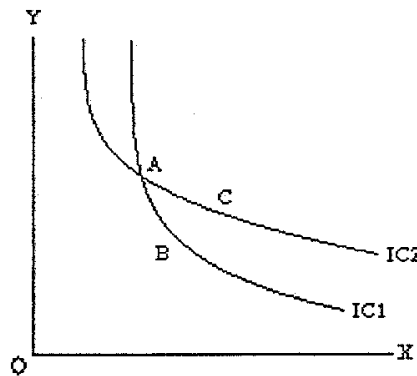
จุด A แสดงกลุ่มสินค้าที่ประกอบไปด้วยสินค้า X จำนวน 1 หน่วย และสินค้า Y จำนวน 2 หน่วย จะให้ความพอใจเท่ากับจุด B ซึ่งแสดงกลุ่มสินค้าที่ประกอบไปด้วยสินค้า X จำนวน 2 หน่วย และสินค้า Y จำนวน 1 หน่วย ปริมาณการบริโภคสินค้า X ที่จุด A ต่ำกว่าที่จุด B แต่ปริมาณการบริโภคสินค้า Y ที่จุด A สูงกว่าที่จุด B จากกลุ่มสินค้า A และ B เราสามารถแสดงเส้นความพอใจเท่ากันซึ่งลากผ่านกลุ่มสินค้า A และกลุ่มสินค้า B ได้ด้วยเส้น IC_1 ซึ่งมีลักษณะลาดลงจากซ้ายไปขวา อย่างไรก็ตาม ส่วนประกอบของ สินค้า X และสินค้า Y ที่อยู่บนเส้นความพอใจเท่ากันที่สูงกว่า (IC_2) จะให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคสูงกว่าส่วนประกอบของสินค้า X และ Y ที่อยู่บนเส้นความพอใจเท่ากัน ที่ต่ำกว่า (IC_1) เพราะส่วนประกอบของสินค้า X และสินค้า Y ที่อยู่บนเส้นความพอใจเท่ากัน IC_2 จะมีสินค้า X หรือสินค้า Y หรือทั้งสองอย่างมากกว่าส่วนประกอบของสินค้า X และ Y ที่อยู่บนเส้นความพอใจเท่ากัน IC_1 เสมอ และเราสามารถลากเส้นความพอใจเท่ากันจากการบริโภคสินค้าทั้งสองชนิดที่มีระดับต่าง ๆ กัน ได้เป็นจำนวนมาก เส้นความพอใจเท่ากันหลายเส้นเรียกว่า แผนความพอใจเท่ากัน (indifference map) ดังภาพ 3



ภาพ 3 แผนความพอใจเท่ากัน

ที่มา: จาก “หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค,” (หน้า 18), โดย วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, 2533, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

จากภาพ 3 จะเห็นว่า เส้นความพอใจเท่ากัน IC_3 แสดงระดับความพอใจสูงกว่าเส้นความพอใจเท่ากัน IC_2 และเส้นความพอใจเท่ากัน IC_2 จะแสดงระดับความพอใจสูงกว่าเส้นความพอใจเท่ากัน IC_1 โดยลักษณะสำคัญของเส้นความพอใจเท่ากันอีกประการหนึ่งคือ ไม่สามารถตัดกัน ได้ เช่นใน ภาพ 4 แสดงถึงเส้นความพอใจเท่ากันที่ตัดกัน พิจารณากลุ่มสินค้า C บนเส้น IC_2 ที่ให้ความพอใจสูงกว่ากลุ่มสินค้า B บนเส้น IC_1 เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้า C เป็นกลุ่มสินค้าที่ใหญ่กว่า แต่กลุ่มสินค้า A ซึ่งอยู่ทั้งบนเส้นความพอใจเท่ากัน IC_1 และเส้นความพอใจเท่ากัน IC_2 ต้องให้ความพอใจเท่ากับกลุ่มสินค้า B และกลุ่มสินค้า C ถ้ากำหนดให้ผู้บริโภคมีความสอดคล้องในการตัดสินใจ เราจะไม่สามารถสรุปได้ว่าการบริโภคกลุ่มสินค้า B ให้ความพอใจเท่ากับกลุ่มสินค้า C เนื่องจากกลุ่มสินค้าทั้งสองนี้อยู่บนเส้นความพอใจเท่ากันคนละเส้นกัน จากหลักที่ว่า ความพอใจเพิ่มขึ้นตามปริมาณสินค้าที่เพิ่มขึ้น จะทำให้สรุปได้ว่ากลุ่มสินค้า B จะให้ความพอใจมากกว่ากลุ่มสินค้า C



ภาพ 4 เส้นความพอใจเท่ากันที่ขัดแย้งกับข้อสมมติความสอดคล้องในการตัดสินใจ

ที่มา: จาก “หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค,” (หน้า 19), โดย วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, 2533, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

การวิเคราะห์โดยอาศัยเส้นความพอใจเท่ากันนั้น ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นดังนี้คือ

$$U = U(X, Y)$$

เราสามารถหาความชัน โดยใช้ total differentiation จะได้ว่า

$$dU = MU_X dX + MU_Y dY$$

เมื่อกำหนดให้ระดับอรรถประโยชน์ไม่เปลี่ยนแปลง ($dU = 0$) คือ เมื่อผู้บริโภคบริโภคสินค้า X และสินค้า Y เปลี่ยนแปลงไปตามส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้อรรถประโยชน์อยู่ในระดับเดิม เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคสินค้า Y มากขึ้น ผู้บริโภคจะต้องบริโภคสินค้า X น้อยลง หรือถ้าผู้บริโภคบริโภคสินค้า X น้อยลง ผู้บริโภคจะต้องได้บริโภคสินค้า Y มากขึ้นจึงจะทำให้ความพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับเดิม การบริโภคสินค้า X น้อยลงจะทำให้ผู้บริโภคเสียอรรถประโยชน์ไปเท่ากับ $MU_X dX$ แต่การบริโภคสินค้า Y เพิ่มขึ้นจะทำให้ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้นเท่ากับ $MU_Y dY$ อรรถประโยชน์รวมจะไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อ $MU_X dX = MU_Y dY$ เนื่องจาก $dU = 0$

$$\text{ดังนั้น} \quad \frac{-dY}{dX} = \frac{MU_X}{MU_Y}$$

ค่า $\frac{-dY}{dX}$ คือ ความชันของเส้นความพอใจเท่ากันเป็นการแสดงอัตราการเพิ่มของการทดแทนในการบริโภคหรือ MRSC (Marginal Rate of Substitution in Consumption) ซึ่งอัตราการเพิ่มของการทดแทนกันจะเป็นอัตราที่ลดลง (Diminishing Marginal Rate of Substitution in Consumption) แสดงว่าเมื่อผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นทีละหน่วย ผู้บริโภค จะเต็มใจสละการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งในอัตราที่ลดลง จึงจะได้รับความพอใจเท่าเดิม

$$\text{พิจารณาค่าความชันของเส้นความพอใจเท่ากัน (MRSC} = -\frac{MU_X}{MU_Y}\text{)}$$

เมื่อผู้บริโภคบริโภคสินค้า Y มากขึ้น โดยบริโภคสินค้า X น้อยลง จะทำให้ $MU_Y < MU_X$ เนื่องจากสินค้า X เป็นสินค้าที่หายากหรือขาดแคลน (scarcity) และสินค้า Y เป็นสินค้าที่มีมาก (abundant) ดังนั้นจะเห็นว่าความขาดแคลนของสินค้าจะมีผลต่อ MU หรือความพึงพอใจ โดยสินค้าที่ขาดแคลนจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากกว่าสินค้าที่ไม่ขาดแคลน

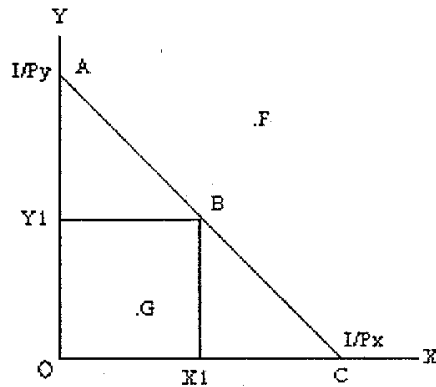
งบประมาณ (budget constraints)

จากการศึกษาเรื่องรสนิยมของผู้บริโภค ซึ่งใช้เส้นความพอใจเท่ากันในการอธิบายว่าผู้บริโภคพอใจกลุ่มสินค้าต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด นอกจากรสนิยมของผู้บริโภคแล้ว การบริโภคสินค้ายังขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภคและราคาของสินค้า ซึ่งเป็นตัววัดอำนาจซื้อของผู้บริโภคด้วย

สมมติว่า ผู้บริโภคมีรายได้เท่ากับ I บาท และใช้รายได้ทั้งหมดไปในการบริโภคสินค้า X และสินค้า Y ซึ่งมีราคาเท่ากับ P_X และ P_Y ตามลำดับ ภาพ 5 แสดงทางเลือกทั้งหมดของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้า X และสินค้า Y ถ้าผู้บริโภคใช้รายได้ทั้งหมดซื้อสินค้า X ก็จะสามารถซื้อได้ $\frac{I}{P_X}$ หน่วย หรือที่จุด C บนแกนนอน ในทางตรงกันข้าม

ถ้าผู้บริโภคใช้รายได้ทั้งหมดซื้อสินค้า Y ก็จะสามารถซื้อได้ $\frac{I}{P_Y}$ หน่วยหรือที่จุด A บนแกนตั้ง

ในกรณีที่ผู้บริโภคผู้บริโภครทั้งสินค้า X และสินค้า Y ก็จะซื้อได้ในส่วนประกอบระหว่างจุด A และจุด C บนเส้น AC ซึ่งจะเรียกว่าเส้นงบประมาณของผู้บริโภค



ภาพ 5 อำนาจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา: จาก “หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค,” (หน้า 20), โดย วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2533, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

เราสามารถเขียนเส้นงบประมาณในรูปสมการได้ดังนี้

$$I = P_x X + P_y Y \quad (1)$$

เมื่อ I คือ รายได้ของผู้บริโภค

P_x คือ ราคาสินค้า X

P_y คือ ราคาสินค้า Y

X คือ ปริมาณสินค้า X

Y คือ ปริมาณสินค้า Y

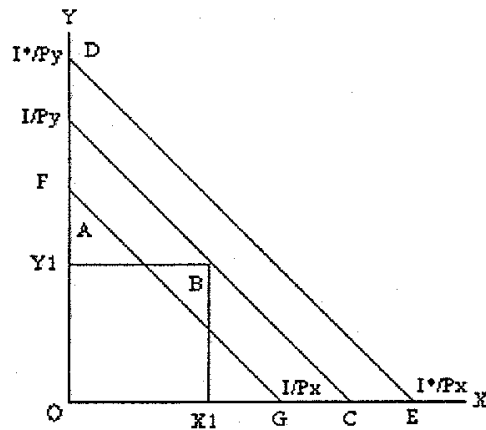
ซึ่งเป็นการกำหนดให้ผู้บริโภคใช้รายได้ทั้งหมดในการบริโภคสินค้า เราสามารถเขียนส่วนประกอบของสินค้า X และสินค้า Y ที่ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้จากสมการ (1) ในรูปแบบดังนี้

$$Y = \frac{I}{P_Y} - \frac{P_X}{P_Y} \cdot X \quad (2)$$

สมมติว่า สินค้า X มีราคาหน่วยละ 1 บาท และสินค้า Y มีราคาหน่วยละ 2 บาท ถ้าผู้บริโภคต้องการบริโภคสินค้า X เพิ่มขึ้นอีก 1 หน่วย ก็จะต้องลดการบริโภคสินค้า Y ลง 0.5 หน่วย อัตราการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้า X และสินค้า Y ที่ถูกกำหนดจากราคาสินค้าทั้งสองก็คือสัดส่วนของราคาสินค้า X ต่อราคาสินค้า Y ซึ่งเท่ากับความสัมพันธ์ของสินค้า Y กับสินค้า X ซึ่งก็คือ $\frac{P_X}{P_Y}$

ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้า X และสินค้า Y ในปริมาณใดก็ได้ หากส่วนประกอบของสินค้า X และสินค้า Y อยู่ภายใต้พื้นที่ OAC แต่จะไม่สามารถบริโภคสินค้า X และสินค้า Y ในส่วนประกอบที่อยู่นอกพื้นที่ดังกล่าว

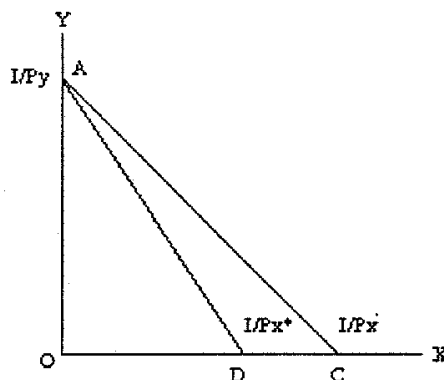
เส้นงบประมาณขึ้นอยู่กับรายได้และราคาสินค้า เมื่อรายได้และราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงจะมีผลต่องบประมาณ ดังนี้ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงรายได้ (income change) เส้นงบประมาณจะขยับออกไปในลักษณะที่ขนานกับเส้นเดิม แต่ความสัมพันธ์ของเส้นงบประมาณจะไม่เปลี่ยนแปลง เพราะราคาของสินค้าทั้งสองชนิด จะไม่เปลี่ยนแปลง ภาพ 6 แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น เส้นงบประมาณจะขยับสูงขึ้นจากเส้นงบประมาณ AC เป็นเส้นงบประมาณ DE ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้า X และสินค้า Y ในปริมาณที่เพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง เส้นงบประมาณจะขยับต่ำลงจากเส้นงบประมาณ AC เป็นเส้นงบประมาณ FG ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้า X และสินค้า Y ในปริมาณที่ลดลง



ภาพ 6 การเปลี่ยนแปลงในเส้นงบประมาณเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลง

ที่มา: จาก “หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค,” (หน้า 21), โดย วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, 2533, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงราคา (Price Change) ในสินค้า X หรือสินค้า Y ชนิดใดชนิดหนึ่ง อัตราการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้า X และสินค้า Y ก็จะเปลี่ยนไปตามราคาเปรียบเทียบ สมมติว่า ราคาสินค้า X เพิ่มขึ้นจาก P_x เป็น P_x^* ในรูป 2.6 เส้นงบประมาณ AC จะเคลื่อนไปเป็นเส้นงบประมาณ AD ซึ่งมีความชันสูงกว่า AC

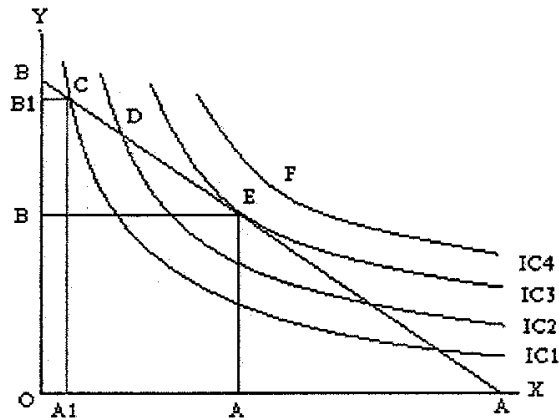


ภาพ 7 การเปลี่ยนแปลงในเส้นงบประมาณเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลง

ที่มา: จาก “หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค,” (หน้า 22), โดย วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, 2533, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

การตัดสินใจของผู้บริโภค (consumer choice)

การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นเพื่อให้ได้ความพอใจสูงสุดนั้น จะต้องคำนึงถึงงบประมาณของคนที่มืออยู่ด้วย เมื่อความสามารถในการบริโภคสินค้าและบริการในส่วนประกอบต่าง ๆ กันด้วยงบประมาณที่มีอยู่แสดงได้ด้วยเส้นงบประมาณ และระดับความพอใจที่ได้รับของผู้บริโภคแสดงได้ด้วยเส้นความพอใจเท่ากัน การพิจารณาหากกลุ่มสินค้าที่ให้ความพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภคด้วยเงินงบประมาณที่มีอยู่จึงทำได้โดยการนำเส้นงบประมาณ และเส้นความพอใจเท่ากันมาพิจารณาร่วมกัน



ภาพ 8 คุณลักษณะของผู้บริโภค

ที่มา: จาก “หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค,” (หน้า 23), โดย วันรักษ์ มิ่งมณีนาทิน, 2533, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

จากรูปเส้น AB แสดงเส้นงบประมาณ ซึ่งจะบอกให้เราทราบว่าจากจำนวนงบประมาณที่ผู้บริโภคมีอยู่ เมื่อกลุ่มสินค้าบนเส้นงบประมาณ AB (กลุ่มสินค้า C, D และ E) ต่างก็ใช้งบประมาณจำนวนเดียวกัน การที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกกลุ่มสินค้าใดหมายความว่ากลุ่มสินค้านั้นจะต้องให้ความพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค ซึ่งจากรูปกลุ่มสินค้าดังกล่าวคือ กลุ่มสินค้า E เพราะว่ากลุ่มสินค้า E อยู่บนเส้นความพอใจเท่ากัน

เส้นที่สูงที่สุดภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดของผู้บริโภค ซึ่งที่จริงผู้บริโภคย่อมอยากที่จะเลือกกลุ่มสินค้า F บนเส้น IC_4 เพราะมีระดับความพอใจที่สูงกว่า แต่กลุ่มสินค้า F นี้อยู่เหนือเส้นงบประมาณ AB ซึ่งแสดงถึงการใช้จ่ายเงินจำนวนที่เกินกว่างบประมาณที่ผู้บริโภคมีอยู่ ทำให้ผู้บริโภคจะไม่สามารถเลือกกลุ่มสินค้า F ได้ ดังนั้น ส่วนประกอบของสินค้า Y จำนวน B หน่วยและสินค้า X จำนวน A หน่วย จึงเป็นส่วนประกอบที่ทำให้ความพอใจสูงสุดเท่าที่จะเลือกได้ของผู้บริโภคภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด ผู้บริโภคก็จะจัดสรรเงินงบประมาณบริโภคสินค้า X และสินค้า Y ในจำนวนดังกล่าว และเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจเลือกกลุ่มสินค้า E เราจะสรุปได้ว่า ขณะนี้ผู้บริโภคอยู่ในดุลยภาพ ซึ่งกลุ่มสินค้า E นี้ เส้นความพอใจเท่ากันจะสัมผัสกับเส้นงบประมาณ ความชันของเส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณจึงมีค่าเท่ากัน และเมื่อความชันของเส้นความพอใจเท่ากันคือ อัตราการเพิ่มของการทดแทนในการบริโภค ($MRSC = \frac{MU_x}{MU_y}$) และค่าความชันของเส้นงบประมาณคือ อัตราส่วนของราคาสินค้า X ต่อราคาสินค้า Y ($\frac{P_x}{P_y}$) ณ จุดดุลยภาพดังกล่าว อัตราเพิ่มของการทดแทนกันในการบริโภค จึงเท่ากับอัตราส่วนของราคาสินค้า X ต่อราคาสินค้า Y ซึ่งแสดงได้ดังนี้ คือ

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

หรือ

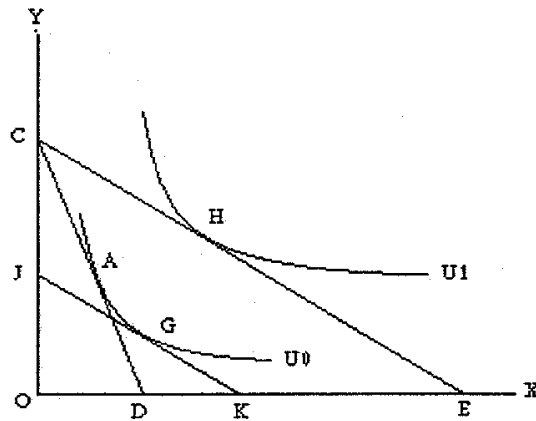
$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$$

ซึ่งแสดงว่า ผู้บริโภคจะบริโภคสินค้าทั้งสองชนิดจนกระทั่งอัตราส่วนระหว่างอรรถประโยชน์เพิ่มต่อราคาของสินค้าแต่ละชนิดเท่ากัน

ผลการทดแทนและผลของรายได้จากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้า

สมมติว่า ผู้บริโภคมีรายได้เท่ากับ I บาท และบริโภคเฉพาะสินค้า X และสินค้า Y ซึ่งมีราคา P_x บาท และ P_y บาท ตามลำดับ ให้ปริมาณการบริโภคสินค้า X และสินค้า Y ของผู้บริโภคคือกลุ่มสินค้า A บนเส้นงบประมาณ CD และบนเส้นความพอใจเท่ากัน

U_0 ในภาพ 9 ถ้าสินค้า X มีราคาตกลงจาก P_x บาทเป็น P_{x^*} บาท เส้นงบประมาณประมาณ CD จะเคลื่อนที่มาเป็นเส้น CE ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนการบริโภคมาเป็นกลุ่มสินค้า H และความพอใจสูงขึ้นบนเส้นความพอใจเท่ากัน U_1



ภาพ 9 ผลของการทดแทนและผลของรายได้

ที่มา: จาก “หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค,” (หน้า 24), โดย วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, 2533, กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ผู้บริโภคจะมีอำนาจซื้อเท่าเดิมถ้าเราลดรายได้จนผู้บริโภคมีความพอใจเท่าเดิมที่ระดับ U_0 การลดรายได้จะทำให้เส้นงบประมาณเคลื่อนจาก CE เป็นเส้นงบประมาณ JK ซึ่งทำให้ผู้บริโภคปรับส่วนประกอบของการบริโภคสินค้า X และสินค้า Y มาที่กลุ่มสินค้า G บนเส้น JK และมีความพอใจที่ระดับ U_0

เนื่องจากการเปลี่ยนกลุ่มสินค้าจาก A เป็น G อยู่บนเส้นความพอใจเท่ากัน U_0 ผู้บริโภคจะมีอำนาจการซื้อเท่าเดิม การเปลี่ยนแปลงการบริโภคในลักษณะดังกล่าวจึงเกิดจากราคาของสินค้า X ที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของสินค้า Y ซึ่งก็คือผลของการทดแทน (substitution effect) เมื่อสินค้า X มีราคาตกลง ผู้บริโภคจะบริโภคสินค้า X มากขึ้นและสินค้า Y ลดลงจากผลของการทดแทน ถ้าคืนรายได้ให้กับผู้บริโภค จะเห็นว่าอำนาจซื้อจะเพิ่มขึ้น เส้นงบประมาณจะเปลี่ยนจาก JK เป็น CE ทำให้ผู้บริโภคบริโภคที่

กลุ่มสินค้า H และมีความพอใจสูงสุดที่ระดับ U_i การเปลี่ยนแปลงการบริโภคจากกลุ่มสินค้า G เป็นกลุ่มสินค้า H เกิดจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งก็คือผลของรายได้ (income effect)

จึงสรุปได้ว่า เมื่อราคาสินค้า X ลดลงปริมาณสินค้า X จะเพิ่มขึ้นจากผลการทดแทนและผลของรายได้ และเนื่องจากผลการทดแทนบวกกับผลของรายได้ คือการเปลี่ยนแปลงในปริมาณสินค้า X ปริมาณสินค้า X จะเพิ่มขึ้นเมื่อสินค้า X มีราคาลดลง เส้นอุปสงค์ต่อสินค้า X จึงเป็นเส้นที่ลาดลงจากซ้ายไปขวา

โลจิส โมเดล (logit model)

เป็นการประมาณค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น โดยตรง กล่าวคือ เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในแต่ละตัวอย่างจะมีคำตอบเพียง 2 แบบ คือ เหตุการณ์นั้นจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้น จะกำหนดให้มีค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 หรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นค่าความน่าจะเป็น (probability) โดยสามารถเขียนแบบจำลองโลจิส (logit model) เป็นสมการทั่วไป ดังนี้

$$Y_i = \alpha_i + \sum \beta_j Z_j + U_i \quad \dots\dots 1$$

โดยที่ Y_i คือ ตัวแปรตามที่แสดงพฤติกรรมตอบรับ (Response Variable)

Z_j คือ เมตริกของตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่แสดงลักษณะของผู้บริโภคที่จะอธิบาย Y_i^*

β_j คือ เวกเตอร์ค่าพารามิเตอร์

U_i คือ ค่าความผิดพลาด (Disturbance Term)

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ Y_i^* คือ โอกาสในการใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แต่ในทางปฏิบัติเราจะพบว่า Y_i^* เป็นตัวแปรที่แสดงถึงโอกาสซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ยังไม่เกิดขึ้นจึงไม่อาจเก็บข้อมูลได้ ดังนั้น เราจึงต้องมีตัวแปรบางตัวที่สามารถวัดได้และบ่งบอกถึง Y_i^* ได้ ตัวแปรนั้นคือ Y_i ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้มาจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม โดยที่ $Y_i = 1$ เมื่อผู้บริโภคใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และ $Y_i = 0$ เมื่อผู้บริโภคไม่เลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ดังนั้น

$$\text{Prob}(Y_i = 1 \mid Z_i) = \text{Prob}(Y_i^* > 0) \quad \dots\dots 2$$

และ $\text{Prob}(Y_i = 0 \mid Z_i) = \text{Prob}(Y_i^* < 0) \quad \dots\dots 3$

นั่นหมายความว่า ผู้บริโภคใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ($Y_i = 1$) ก็ต่อเมื่อ $Y_i^* > 0$ และในทางกลับกัน ถ้า $Y_i^* < 0$ แล้ว ผู้บริโภคไม่เลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ($Y_i = 0$) ทั้งนี้ความสัมพันธ์ของ Y_i^* ที่อธิบายโอกาสที่ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยานั้น สามารถแสดงด้วย Y_i ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Prob}(Y_i = 1 \mid Z_i) &= \text{Prob}(Y_i^* > 0) \\ &= \text{Prob}\{F(Z_i, \beta_i) > 0\} \\ &= \text{Prob}\{-F(Z_i, \beta_i)\} \quad \dots\dots 4 \end{aligned}$$

ถ้ากำหนดให้การแจกแจงความถี่สะสมของ $F(Z_i, \beta_i)$ มีลักษณะแบบ Logistic แล้วแบบจำลองนี้ จะมีลักษณะเป็นแบบจำลองโลจิต (Logit Model) ดังนั้น เราสามารถเขียนสมการ 4 ได้ใหม่ ซึ่งสามารถกำหนดความน่าจะเป็นได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Prob}(Y_i = 1 \mid Z_i) &= 1 - \{-F(Z_i, \beta_i)\} \\ \text{นั่นคือ } \text{Prob}(Y_i = 1 \mid Z_i) &= \frac{e^{z_i \beta_i}}{1 + e^{z_i \beta_i}} \quad \dots\dots 5 \end{aligned}$$

และความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคเลือกไม่ใช้บริการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ($Y_i = 0$) สามารถหาได้โดยอาศัยคุณสมบัติของความน่าจะเป็นที่ว่า $\sum P_i = 1$ โดยที่ P_i คือ โอกาสของการที่ทางเลือก i จะเกิดขึ้น และ i คือทางเลือกต่าง ๆ ที่เป็นไปได้ทั้งหมด และเนื่องจากทางเลือกในที่นี้มีเพียง 2 ทางเลือกเท่านั้น ดังนั้น จึงสามารถหา $\text{Prob}(Y_i = 0)$ ได้จาก

$$\begin{aligned} \text{Prob}(Y_i = 0 \mid Z_i) &= 1 - \text{Prob}(Y_i = 1) \\ &= -F(Z_i, \beta_i) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{e^{z_i \beta_i}}{1 + e^{z_i \beta_i}} \\
 &= \frac{1}{1 + e^{-z_i \beta_i}} \dots\dots 6
 \end{aligned}$$

โดยที่ $F()$ คือ Probability Cumulative Distribution Function

Z_i คือ ลักษณะของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรอิสระต่าง ๆ
ที่แสดงลักษณะผู้บริโภค

β_i คือ ค่าพารามิเตอร์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว (Z_i)

สมการที่ (1.5) และ (1.6) แสดงให้เห็นว่า เมื่อลักษณะของผู้บริโภค (Z_i) มีค่าเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้ $\text{Prob}(Y_i = 1)$ และ $\text{Prob}(Y_i = 0)$ มีค่าเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยที่ การเปลี่ยนแปลงของค่าความน่าจะเป็นที่เกิดขึ้นนั้น ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นสัดส่วนเท่าใด ดังนั้น จึงนำค่า $\text{Prob}(Y_i = 1)$ และ $\text{Prob}(Y_i = 0)$ มาเขียนให้อยู่ในรูปที่สามารถหาค่าสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงเมื่อปัจจัยต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงให้อยู่ในรูปของ odds ratio ได้ดังนี้

$$\text{Odds ratio} = \frac{\text{Prob}(Y_i = 1)}{1 - \text{Prob}(Y_i = 1)} = e^{z_i \beta_i} \dots\dots 7$$

ซึ่งจะช่วยให้เราสามารถตีความได้ว่า เมื่อลักษณะของผู้บริโภค (Z_i) เปลี่ยนไป 1 หน่วยแล้ว ความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จะมีค่าเป็น Odds ratio เท่าของความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคไม่เลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แต่เนื่องจากค่า odd ratio ที่ได้จากสมการ (...7) ติดค่า exponential ซึ่งอาจมีความยุ่งยากในการคำนวณและการตีความหมายได้ ดังนั้น เราจึง take logarithms ทำให้ได้ค่า log odds ratio ดังนี้

$$\text{Log odds ratio} = \text{Log} \frac{\text{Prob}(Y_i = 1)}{1 - \text{Prob}(Y_i = 1)} = z_i \beta_i \dots\dots 8$$

ค่า log odds ratio แสดงให้เห็นว่า เมื่อลักษณะของผู้บริโภค (Z_i) เปลี่ยนไป 1 หน่วยแล้ว ความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จะเพิ่มขึ้น เป็น log odds ratio % ของความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคไม่เลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา อย่างไรก็ตาม ลักษณะการตีความด้วย odds ratio และ log odds ratio ก่อนข้างจะมีความสลับซับซ้อน เนื่องจาก ค่า β_i บอกเพียงจำนวนเท่า หรือเปอร์เซ็นต์ของความน่าจะเป็นที่จะเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาต่อความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคไม่เลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ทำให้โดยทั่วไปมักจะใช้ Marginal Effect มาอธิบายแทน โดยหาได้จาก

$$\text{Marginal Effect} = \text{Log} \frac{d \text{Prob}(Y_i = 1)Z_i}{dZ_i} \quad \dots\dots 9$$

โดยถ้าสังเกตสมการ Prob แล้วจะพบว่า เมื่อลักษณะผู้บริโภค (Z_i) เปลี่ยนไปแล้ว Prob ($Y_i = 1$) และ Prob ($Y_i = 0$) ล้วนเปลี่ยนไปด้วย ทำให้โดยทั่วไปจึงวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงจากค่ากลาง หรือค่าเฉลี่ย เรียกว่า Marginal Effect at Mean แต่ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรอิสระบางตัวมีลักษณะเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ดังนั้น จึงไม่สามารถหาค่าเฉลี่ยของตัวแปรได้ ทำให้เราต้องนำผลลัพธ์ที่ได้จากสมการ 8 ไปคำนวณด้วยความน่าจะเป็นด้วยสมการ 5 ต่อไป

ซึ่งการศึกษาโดยใช้แบบจำลอง โลจิท จะมีขั้นตอนไปการศึกษา ดังนี้

ขั้นที่ 1 ประมาณค่าพารามิเตอร์ และทดสอบสมมติฐาน ด้วยแบบจำลอง โลจิท โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Eviews ในการประมวลผลตัวแปรอิสระในแบบจำลอง โลจิท เพื่อหาตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความน่าจะเป็น ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญ

ขั้นที่ 2 ตรวจสอบความแม่นยำของแบบจำลอง โลจิท

ขั้นที่ 3 คำนวณค่าความน่าจะเป็น ซึ่งช่วยให้ทราบถึง โอกาสที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเป็นเท่าใด และเมื่อตัวแปรอิสระมีการเปลี่ยนแปลงไปจะ

ทำให้โอกาสในการตัดสินใจไม่เลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เปลี่ยนแปลงไปเท่าใด

การตรวจสอบความแม่นยำของแบบจำลอง

การศึกษารั้งนี้ใช้ค่า Count R² ในการตรวจสอบความแม่นยำของแบบจำลอง ซึ่งแบบจำลองที่ดี ควรจะมีค่า Count R² อยู่ในระดับสูง โดยการคำนวณมาตรวัดดังกล่าวทำได้ดังนี้

ค่า Count R² ซึ่งจะทำให้ทราบว่าแบบจำลองนั้นจะมีความแม่นยำในการคาดการณ์ได้ตรงกับความเป็นจริง มากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากสัดส่วนของจำนวนข้อมูลที่ประมาณค่าได้ถูกต้องเทียบกับจำนวนข้อมูลที่นำมาศึกษาทั้งหมด ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{Count R}^2 = \frac{\text{จำนวนข้อมูลที่ประมาณค่าได้ถูกต้อง}}{\text{จำนวนข้อมูลที่นำมาศึกษาทั้งหมด}} \quad \dots\dots 10$$

โดยที่ $\text{Prob}(y=1) > 0.5$ จะได้ค่าคาดการณ์ (Predicted) = 1

$\text{Prob}(y=1) < 0.5$ จะได้ค่าคาดการณ์ (Predicted) = 0

วิธีการนี้จะเป็นการคำนวณจากผลการประมาณค่าที่ได้ โดยจะแปลงผลการประมาณค่าซึ่งเป็นค่าของความน่าจะเป็น (probabilistic prediction) ให้เป็นผลการประมาณค่าที่มีลักษณะไม่ต่อเนื่อง (discrete prediction) ซึ่งมีข้อควรระวัง คือ Count R² จะไม่สามารถอธิบายได้ดีในทางปฏิบัติ เมื่อข้อมูลมีจำนวนน้อย

ทั้งนี้ การที่กำหนดให้ค่า 0.5 เป็นเกณฑ์ในการจัดสรรข้อมูล เพื่อให้ Type 1 Error และ Type 2 Error สมดุลกัน แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาและผู้ไม่ใช้บริการท่องเที่ยวไม่เท่ากัน

เมื่อทราบว่า ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว จะทำการศึกษาต่อว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวจะมีผลทำให้ความน่าจะเป็นในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวเมืองพัทยาและ

ไม่เลือกท่องเที่ยวเป็นเท่าใด และนอกจากนี้ ถ้าให้ตัวแปรอิสระตัวใดตัวหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่แล้ว จะมีผลทำให้ความน่าจะเป็นในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เปลี่ยนแปลงไปเท่าใด (หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การหา marginal effect นั้นเอง) ซึ่งการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของความน่าจะเป็นโดยทั่วไปแล้ว มักทำการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงจากค่ากลาง หรือ ค่าเฉลี่ย (marginal effect at mean) แต่ในการศึกษาครั้งนี้ มีตัวแปรอิสระบางตัวมีลักษณะเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ โดยมีค่าของตัวแปรเป็น 1 กับ 0 ทำให้ไม่สามารถหาค่าเฉลี่ยของตัวแปรดังกล่าวได้ และการหา Marginal Effect at Mean ก็จะทำให้การตีความคลาดเคลื่อนได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงจะกำหนดลักษณะของผู้บริโภคมาลักษณะแบบหนึ่ง เพื่อคำนวณหาโอกาสในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ว่าเป็นเท่าใด โดยอาศัยสมการ 5 และคำนวณการเปลี่ยนแปลงความน่าจะเป็นในการตัดสินใจใช้บริการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เมื่อลักษณะของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปวิท วิชชุดา (2539) ศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้มีบทบาทอย่างมาก ต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมาก ซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นำเงินตราเข้าประเทศ การกระจายรายได้ และรวมไปถึง การลดภาระการขาดดุลชำระเงินของประเทศได้ในระดับหนึ่ง ดังนั้น การศึกษาทางด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อจะได้แข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ จะเป็นการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อรายได้ จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศต่าง ๆ โดยได้กำหนดขอบเขต ประเทศที่ ทำการศึกษา โดยจะคัดเลือกตัวแทนประเทศแรกและประเทศที่สองของแต่ละภูมิภาคซึ่งประกอบด้วย ภูมิภาคเอเชียตะวันออก ภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคอเมริกา ภูมิภาคเอเชียใต้ภูมิภาคโอเชียเนีย

ภูมิภาคตะวันออกกลาง และภูมิภาคแอฟริกาที่ทำรายได้ จากการท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้งนี้ ประเทศดังกล่าวต้องทำรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 3 ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยว จากการพิจารณาได้คัดเลือกตัวแทนประเทศศึกษา 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศ สหรัฐอเมริกา และประเทศออสเตรเลีย นอกจากนี้การศึกษายังรวมไปถึงการศึกษาตลาดการ ท่องเที่ยว ระหว่างประเทศทั้ง 6 ประเทศอีกด้วย การศึกษานี้ได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาในช่วงปี 2522-2537 รวมทั้งสิ้น 16 ปี ซึ่งนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้แบบจำลองของสมการถดถอยเชิงซ้อนเพื่อนำมาวัด ขนาดผลกระทบจากตัวแปรที่กำหนดไว้ตาม ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ โดยกำหนดตัวแปรตามคือ รายได้ จากนักท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศ (Yit) ที่ทำการศึกษาทั้ง 6 ประเทศ และตัวแปรอิสระได้แก่ รายได้ ประชาชาติ ของประเทศนักท่องเที่ยว (Iit) ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย (Pti) กับ ประเทศที่ทำการศึกษา (Fit) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Eit) อัตรา ค่าโดยสารเครื่องบิน ระหว่างประเทศที่ทำการศึกษากับประเทศไทย งบประมาณ ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ให้แต่ละประเทศที่ทำการศึกษา (Bit) โดยสรุปเป็นสมการต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

$$\ln Y_1 = 5.29384 + 0.549961 Iit + 0.505710 Bit$$

(2.05082)*** (4.65887)***

$$R^2 = 0.9589; F\text{-statistic} = 151.833; D.W. = 2.07$$

2. นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

$$\ln Y_2 = 13046.7 + 42.0721 Iit + 68.1596 Bit - 152.485 Fit$$

(7.05419)*** (3.07085)*** (-3.54474)***

$$R^2 = 0.9464; F\text{-statistic} = 64.73; D.W. = 1.98$$

3. นักท่องเที่ยวประเทศเยอรมนี

$$\ln Y_3 = -5.02299 + 1.08411 Iit + 1.70229 Eit - 0.305376 Bit$$

(2.02592)* (5.80030)*** (2.48467)**

$$R^2 = 0.9813; F\text{-statistic} = 192.479; D.W. = 2.06$$

4. นักท่องเที่ยวประเทศอังกฤษ

$$\ln Y_4 = -0.7787 + 3.8343 \text{ Iit} - 2.1647 \text{ Fit}$$

$$(7.19778)^{***} \quad (-2.880)^{***}$$

$$R^2 = 0.967; \text{ F-statistic} = 174.81; \text{ D.W.} = 2.02$$

5. นักท่องเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา

$$\ln Y_5 = -15.4609 + 2.05762 \text{ Iit} + 1.97873 \text{ Eit}$$

$$(9.04574)^{***} \quad (2.43074)^{**}$$

$$R^2 = 0.964; \text{ F-statistic} = 174.377; \text{ D.W.} = 2.04$$

6. นักท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลีย

$$\ln Y_6 = -1894.05 + 13.6874 \text{ Iit} + 4107.29 (\text{PT}_6 / \text{PF}_6) + 275.274 \text{ Eit}$$

$$(7.16277)^{***} \quad (-2.95450)^{***} \quad (4.05854)^{**}$$

$$R^2 = 0.9587; \text{ F-statistic} = 92.8719; \text{ D.W.} = 2.06$$

โดยที่ * แสดงนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** แสดงนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

*** แสดงนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยทางด้านรายได้มีนัยสำคัญทางสถิติกับทุกประเทศที่ทำการศึกษา และเมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นพบว่า ค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อปัจจัย รายได้ของประเทศอังกฤษ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย และ ประเทศเยอรมนี มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 3.83 2.16 2.06 1.48 และ 1.08 ตามลำดับ ซึ่ง ได้ค่าความยืดหยุ่นมาก อันแสดงให้เห็นว่า ประเทศดังกล่าวพิจารณาว่าการท่องเที่ยวเป็น สินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งจะมีระดับที่แตกต่างกันไป สำหรับในกรณีของประเทศมาเลเซียพบว่า ได้ค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวเท่ากับ 0.55 ซึ่งถือว่า มีค่าความยืดหยุ่นน้อยอันแสดงให้ เห็นว่า นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียพิจารณาว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นสินค้าปกติ ปัจจัยผันแปรทางด้านดัชนีราคาผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบ พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ กับประเทศออสเตรเลียเพียงประเทศเดียว

โดยมีค่ายืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อปัจจัย ดังกล่าวเท่ากับ -1.90 ปัจจัยผันแปรทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราพบว่าปัจจัยดังกล่าว มีนัยสำคัญทางสถิติกับประเทศออสเตรเลียประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศเยอรมนี โดยมีค่า ความยืดหยุ่นเท่ากับ 2.16 1.98 และ 1.70 ตามลำดับ ปัจจัยทางด้านอัตราค่าโดยสารเครื่องบินพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติกับ นักท่องเที่ยว ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอังกฤษ โดยค่าความยืดหยุ่นของปัจจัยนี้เท่ากับ -3.29 และ -2.16 สำหรับปัจจัยทางด้านงบประมาณการท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยนี้มีนัยสำคัญทางสถิติและ อธิบายได้ดีที่สุดในกรณีของนักท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย ประเทศเยอรมนี และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งประเทศทั้ง 3 มีค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อปัจจัยนี้เท่ากับ 0.51 0.31 และ 0.21 เป็นค่าความยืดหยุ่นต่ำ ซึ่งอธิบายได้ว่าปัจจัยนี้ มีผลกระทบต่อรายได้จากการ ท่องเที่ยวไม่มากนัก

มาลิรัตน์ สุขศรี (2540) การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ พ.ศ. 2523-2537 ก็เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศใน ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเข้ามายังประเทศไทยโดยทางอากาศ ตลอดจน สามารถพยากรณ์ได้ถึงปริมาณนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทาง เข้ามายังประเทศไทยในอนาคต โดยการสร้างสมการถดถอยพหุคูณเชิงซ้อน (multiple linear regression) วิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) ในรูปแบบลอการิทึม และ พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวโดยวิธีการพยากรณ์จากแนวโน้มทั้งนี้ได้เลือกประเทศที่ใช้เป็นตัวแทนจำนวน 8 ประเทศ ประกอบด้วย ญี่ปุ่น จีน ฮองกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย โดยจำแนกตามสัญชาติ (nationality) โดยให้จำนวนนักท่องเที่ยว (P) เป็นตัวแปรตาม จำนวนประชากร (POP) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคล (GNP per capita) และอัตราค่าโดยสาร (FAR) โดยคิดจากอัตราค่าโดยสารสายการบินที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในประเทศนั้น ๆ จากการวิเคราะห์จะ ได้ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ในแต่ละประเทศดังต่อไปนี้

1. ประเทศมาเลเซีย

$$\ln PMA = 6.1012137 + 0.5227 \ln POP + 1.4282 \ln GNP - 1.3487 \ln FAR$$

(0.6334) (3.3497)*** (1.8952)***

$$R^2 = 0.92, F = 43.4878, D.W. = 2.08$$

2. ประเทศสิงคโปร์

$$\ln PSI = -14.218354 + 1.3080 \ln POP + 0.6368 \ln GNP + 3.1606 \ln FAR$$

$$(0.4348) \quad (0.9893) \quad (2.4057)^{***}$$

$$R^2 = 0.94, F = 62.9863, D.W. = 1.60$$

3. ประเทศฟิลิปปินส์

$$\ln PPH = 9.8848228 + 0.0125 \ln POP + 1.478 \ln GNP - 1.5234 \ln FAR$$

$$(0.1320) \quad (5.6427)^{***} \quad (5.2578)^{***}$$

$$R^2 = 0.75, F = 11.1611, D.W. = 1.87$$

4. ประเทศจีน

$$\ln PCH = 0.7122195 + 1.0949 \ln POP + 1.7045 \ln GNP - 1.2096 \ln FAR$$

$$(0.4918) \quad (4.7154)^{***} \quad (3.9776)^{***}$$

$$R^2 = 0.98, F = 165.1783, D.W. = 1.63$$

5. ประเทศฮ่องกง

$$\ln PHK = 7.2491240 + 37.9372 \ln POP + 0.9405 \ln GNP - 7.6430 \ln FAR$$

$$(3.8768)^{***} \quad (1.2405)^{***} \quad (4.8580)^{***}$$

$$R^2 = 0.98, F = 171.9998, D.W. = 1.72$$

6. ประเทศญี่ปุ่น

$$\ln PJA = 64.747870 - 18.9423 \ln POP + 3.7680 \ln GNP + 0.8080 \ln FAR$$

$$(1.4085) \quad (2.5908)^{***} \quad (0.4548)^{***}$$

$$R^2 = 0.90, F = 31.42504, D.W. = 0.88$$

7. ประเทศเกาหลีใต้

$$\ln PKO = 143.04290 - 43.6723 \ln POP + 5.0302 \ln GNP - 1.0716 \ln FAR$$

$$(4.9160)^{***} \quad (7.3191)^{***} \quad (2.0167)^{***}$$

$$R^2 = 0.98, F = 181.1682, D.W. = 1.32$$

8. ประเทศออสเตรเลีย

$$\ln\text{PAU} = 23.9145 + 0.8141\ln\text{POP} + 2.1715\ln\text{GNP} - 4.4314\ln\text{FAR}$$

(0.2307) (2.8250)*** (2.3804)***

$$R^2 = 0.75, F = 67.7550, D.W. = 1.22$$

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยโดยทางอากาศ พบว่าจำนวนประชากรของแต่ละประเทศส่วนมากจะมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในทิศทางเดียวกันยกเว้นนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลียที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม อย่างไรก็ตามจำนวนประชากรจะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพียง 2 ประเทศเท่านั้น คือ ญี่ปุ่น และฮ่องกง สำหรับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคลของทุกประเทศ จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยโดยทางอากาศ และส่วนใหญ่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งสิ้น ยกเว้น สิงคโปร์ และฮ่องกง เท่านั้น ส่วนอัตราค่าโดยสารส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในทิศทางตรงกันข้ามยกเว้น สิงคโปร์ และญี่ปุ่น ส่วนใหญ่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยกเว้นเพียงประเทศเดียวคือ ญี่ปุ่น ส่วนผลของการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในอัตราที่ ลดลง กลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับสูง ได้แก่ ประเทศ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ กลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ได้แก่ ประเทศจีน มาเลเซีย และออสเตรเลีย กลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับต่ำ ได้แก่ ประเทศฮ่องกง และฟิลิปปินส์

ธงชัย ฐิติวิริยะ (2541) ศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2530-2540 ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายใน ประเทศ โดยแบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนแรก จะเป็นการวิเคราะห์ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 26-45 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ อยู่ในช่วง 5,000-9,999 บาท และ 15,000-19,999 บาท เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจาก ภาคกลางและกรุงเทพฯ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 1,000-9,990 บาท นิยมพัก ตาม โรงแรม และบ้านญาติ หรือบ้านเพื่อน วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวก็ถือเป็นการเยี่ยม ญาติหรือเพื่อน และเพื่อการพักผ่อน ใช้ระยะเวลาในการเที่ยวประมาณ 1-4 วัน ในการ เที่ยวมีทั้งแบบมาเที่ยวคนเดียว เกี่ยวกับเพื่อน และเกี่ยวกับครอบครัว สาเหตุที่มาเที่ยว เพราะว่ามีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม และต้องการให้มีการพัฒนาและปรับปรุงในด้านแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ความปลอดภัย ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว และที่พัก เพื่อดึงดูดให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศกันมากขึ้น

ส่วนที่สอง เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญ 12 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ ชลบุรี เชียงใหม่ เชียงราย พิชญ โลก นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และภูเก็ต

ผลการศึกษาพบว่า รายได้ที่แท้จริงเฉลี่ยต่อหัว มีนัยสำคัญในการ กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พิชญ โลก นครราชสีมา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดกรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา สงขลา ส่วนดัชนีราคาผู้บริโภค มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ พิชญ โลก นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปีที่ผ่านมา มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี

เชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ สำหรับจำนวนห้องพัก มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัด กรุงเทพฯ พิษณุโลก กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา นอกจากนี้ งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีนัยสำคัญต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัด กรุงเทพฯ ชลบุรี อุบลราชธานี เพชรบุรี สงขลา และตัวแปรหุ่นที่แสดงถึงปีที่มีการ รณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวมีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงราย และประจวบคีรีขันธ์

เมธา ชำนิ (2544) ศึกษาเรื่อง แบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยว: ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะวิเคราะห์ถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย รวมทั้งวิเคราะห์ ถึงสถานการณ์และข้อมูลทางสถิติของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้จะทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่านั้น ไม่รวมถึงนักท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปีแบบทศนิยมจากปี 2521 ถึงปี 2542 แบบจำลอง ทางเศรษฐมิติได้ถูกนำมาใช้กับห้าประเทศต้นทางของนักท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์ ถึงปัจจัยสำคัญดังกล่าว

ผลของการศึกษาชี้ให้เห็นว่าตัวแปรรายได้มีนัยสำคัญทางสถิติและมีความยืดหยุ่น ต่ออุปสงค์สูงถึง 1.57 และ 1.94 ในสองประเทศ ตัวแปรทางด้านราคามีนัยสำคัญในสอง ประเทศและมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.81 และ -1.02 ในขณะที่ตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยน มีนัยสำคัญเพียงแก่ประเทศเดียวและมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.79 ตัวแปรรายได้ ในปีที่ผ่านมา มีนัยสำคัญในสามประเทศและมีค่าความยืดหยุ่นระหว่าง -1.21 ถึง 2.89 ส่วนตัวแปรทางด้านค่าใช้จ่ายของสำนักงานการท่องเที่ยวมีนัยสำคัญถึงสี่ในห้าประเทศ โดยมีค่าความยืดหยุ่นระหว่าง 0.27 ถึง 0.46 ส่วนตัวแปรหุ่นของการตลาดแบบพิเศษ นั้น ไม่พบว่ามีนัยสำคัญเลย ในขณะที่ตัวแปรหุ่นของวิกฤตการณ์ ทางการเมืองของโลก (สงครามอ่าวเปอร์เซีย) นั้นพบว่ามีนัยสำคัญเพียงประเทศเดียว โดยมีค่าบวกของความยืดหยุ่นต่างจากที่คาดการณ์ไว้

นิภาภัทร จันทรวงศ์ (2545) ศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิ หลังทางเศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยว ภายในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในลักษณะต่าง ๆ ประกอบด้วย (1) เดินทางท่องเที่ยว เฉพาะประเทศไทย (2) เดินทางท่องเที่ยวทั้งไทย และเพื่อนบ้าน (3) เดินทางท่องเที่ยว แต่ประเทศเพื่อนบ้าน และทำการศึกษาปัจจัย ที่กำหนดอุปสงค์การเดินทางในแต่ละ ลักษณะเพื่อนำมาวิเคราะห์ผลทางด้านอุปสงค์ต่อการ ท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค โดยในการ ศึกษาจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจตัวอย่าง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จำนวน 386 ตัวอย่าง ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบ โคลตัว และวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง มัลติโนเมียล โลจิท ประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วย วิธีภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation: MLE) โดยแบบจำลองมัลติโนเมียล โลจิท ที่นำมา วิเคราะห์ มีรูปแบบการดังนี้

$$D_{ij} = 3.51 + 1.362 Y0_{1j} + 1.261 Y1_{2j} + 0.9440 Y2_{3j} - 0.923 Y3_{4j} + 1.805 SEX_{5j} - 0.656 AGE0_{6j} - 0.605 AgjE1_{7j} + 1.427 NA0_{8j} + 1.17 NA1_{9j} + 1.334 NA2_{10j} + 1.073 NA3_{11j} - 1.551 OC0_{12j} - 2.3690 OC1_{13j} - 0.488 OC2_{14j} - 4.945 PT_{15j} - 2.066 GP0_{16j} - 1.349 GP1_{17j} + 0.434 GP2_{18j} - 0.983 GP3_{19j} + 3.341 ET_{20j} - 0.509 PRO_{21j} + \mathcal{E}$$

โดย $j = 1$ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศไทย

$j = 2$ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งไทยและเพื่อนบ้าน

$j = 3$ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน

D_{ij} คือ ฟังก์ชันของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ต่อการเลือกเดินทางในลักษณะ j

Y_{ij} คือ รายได้ของนักท่องเที่ยว มีหน่วยเป็น US \$ ต่อเดือน

$Y0_{1j} = 1$ ถ้าตัวอย่างมีรายได้อยู่ในช่วง US\$ 1,000-3,999 ต่อเดือน

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$Y1_{1j} = 1$ ถ้าตัวอย่างมีรายได้อยู่ในช่วง US\$ 4,000-6,999 ต่อเดือน

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$Y2_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างมีรายได้อยู่ในช่วง US\$ 7,000-9,999 ต่อเดือน
= 0 ถ้าไม่ใช่

$Y3_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างมีรายได้อีกมากกว่า US\$ 10,000-6,999 ต่อเดือน
= 0 ถ้าไม่ใช่

SEX_{ij} คือ เพศของนักท่องเที่ยว
= 1 ถ้าเป็นตัวอย่างเพศชาย
= 2 ถ้าเป็นตัวอย่างเพศหญิง

AGE_{ij} คือ อายุของนักท่องเที่ยวมีหน่วยเป็นปี

$AGE0_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างมีอายุในช่วง 25-54 ปี
= 0 ถ้าไม่ใช่

$AGE1_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างมีอายุมากกว่า 55 ปี
= 0 ถ้าไม่ใช่

NA_{ij} คือ สัญชาติของนักท่องเที่ยว

$NA0_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติญี่ปุ่น
= 0 ถ้าไม่ใช่

$NA1_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน
= 0 ถ้าไม่ใช่

$NA2_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติอังกฤษ
= 0 ถ้าไม่ใช่

$NA3_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติเยอรมัน
= 0 ถ้าไม่ใช่

OC_{ij} คือ อาชีพของนักท่องเที่ยว

$OC0_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างประกอบอาชีพนักวิชาชีพ/ข้าราชการ นักธุรกิจ
= 0 ถ้าไม่ใช่

$OC1_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงาน-ลูกจ้าง/เกษตรกร
= 0 ถ้าไม่ใช่

$OC2_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างประกอบอาชีพนักเรียน นักศึกษา
= 0 ถ้าไม่ใช่

PT_{ij} คือ รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว
= 1 ถ้าตัวอย่างเดินทางด้วยตนเอง
= 0 ถ้าตัวอย่างเดินทางกับบริษัททัวร์

GP_{ij} คือ ลักษณะกลุ่มร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยว

$GP0_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว
= 0 ถ้าไม่ใช่

$GP1_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มสามี ภรรยา
= 0 ถ้าไม่ใช่

$GP2_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มครอบครัวและญาติ
= 0 ถ้าไม่ใช่

$GP3_{ij}$ = 1 ถ้าตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อน
= 0 ถ้าไม่ใช่

ET_{ij} คือ ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยว
= 1 ถ้าตัวอย่างเคยเดินทางมาประเทศไทย
= 0 ถ้าตัวอย่างไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

PRO_{ij} คือ การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของกลุ่มอนุภูมิภาค
= 1 ถ้าตัวอย่างรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยว
= 0 ถ้าตัวอย่างไม่รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีต่อการท่องเที่ยว แต่ละลักษณะจะมีตัวแปรที่มีผลต่อความน่าจะเป็นตามลักษณะพฤติกรรมทางเลือก โดย สามารถเรียงตามลำดับความสำคัญของตัวแปร ได้ดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศไทย ตัวแปรประสบการณ์ในการท่องเที่ยวประเทศไทย เพศ รายได้ สัญชาติ อาชีพ และระดับราคาโรงแรม โดยเปรียบเทียบเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญ ส่วนกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน นั้น ตัวแปรลักษณะกลุ่มผู้ร่วมเดินทาง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

ประเทศไทย การรับรู้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาค รายได้ เพศ และอาชีพ เป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญ สำหรับผลการวิเคราะห์ทางด้านอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวที่ประเทศไทย และกลุ่ม อนุภูมิภาคจะได้รับนั้น พบว่า โอกาสในการที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน อนุภูมิภาคจะตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป โดย เลือกประเทศไทยเข้าร่วมในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยมีมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะส่งผลใน ทางบวกต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว ยังสร้างผลของการกระจายใน ทางส่งเสริมกันแก่ประเทศสมาชิกในกลุ่มอีกด้วย

บทที่ 3

การท่องเที่ยวเมืองพัทยา

จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของการเดินทางท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวจากในและต่างประเทศ ส่งผลให้ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวทั้งในด้านการผลิตและการส่งออก ดังนั้นรัฐบาลจึงได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมหลัก เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย โดยหวังให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของประเทศ และกระตุ้นให้มีการกระจายรายได้ตลอดจนการจ้างงานไปสู่ระดับท้องถิ่น รวมทั้งเป็นการกระตุ้นให้เกิดเงินไหลเวียนในระบบเศรษฐกิจทั้งในท้องถิ่น และขยายตัวออกไปในระดับประเทศ อันส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป พร้อมทั้งให้อุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้โดยเร็ว โดยช่วยให้มีการหมุนเวียนเงินตราภายในท้องถิ่น และลดการไหลของเงินตราออกนอกประเทศ ซึ่งภาครัฐได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าว และมีการสนับสนุน รมรงค์ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น และพัทยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศในลำดับต้น ๆ เนื่องจากเป็นสถานที่ตากอากาศที่มีชื่อเสียงและสวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ และมีความหลากหลายในสถานที่ท่องเที่ยวตลอดจนศักยภาพอื่น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับให้พัทยายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ

เมืองพัทยา ตั้งอยู่ทางด้านตะวันออกของอ่าวไทย ไปตามทางหลวงสายสุขุมวิท เป็นเมืองท่องเที่ยวซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำมากมาย นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศเดินทางมาพักผ่อนเป็นจำนวนมากมีชื่อเสียงไปทั่วโลก พัทยา เป็นสถานที่ตากอากาศนานาชาติที่มีชื่อเสียงอย่างรวดเร็ว แต่เดิมเป็นเพียง หมู่บ้านชาวประมงในตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง ห่างจากตัวเมืองชลบุรีประมาณ 50 กิโลเมตร มีทางแยกสู่หาดพัทยาดังกล่าวหลักกิโลเมตรที่ 147 เดิมเรียกสงบมีเพียงหมู่บ้าน

ชาวประมงเล็ก ๆ การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เกิดขึ้นเมื่อ วันที่ 29 เมษายน 2504 มีรถนำทหารอเมริกันที่สู้รบในสงครามเวียดนามมาพักผ่อนที่พัทยา หลังจากนั้นมีการสหรัฐอเมริกาผลิตเปลี่ยนกันมาพักผ่อนที่หาดพัทยาเป็นประจำ นี่คือนจุดเริ่มต้นแห่งการเป็นสถานที่ตากอากาศนานาชาติของพัทยา หลังจากนั้นก็มีภัตตาคาร ร้านอาหาร โรงแรม กีฬาทางน้ำ เกิดขึ้นที่พัทยาอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งพัทยาซึ่งเป็นเพียงหมู่บ้านหนึ่งของตำบลนาเกลือเจริญเติบโตจนกลายเป็นเมืองใหญ่เมืองหนึ่ง ที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก รัฐบาลจึงได้เปลี่ยนแปลงฐานะของพัทยามาเป็นรูปการบริหารพิเศษ เรียกว่า เมืองพัทยา ตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2520

ศักยภาพของเมืองพัทยา

เมืองพทยานับได้ว่าเป็นเมืองที่มีความแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ ซึ่งอาจถือเป็นข้อได้เปรียบในส่วนของการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งทางเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งจุดเด่นหรือข้อได้เปรียบของเมืองพัทยา อาจสรุปได้ดังนี้

1. เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่ตากอากาศยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร
2. เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการ และพาณิชยกรรมระดับภาค
3. เป็นเมืองศูนย์กลางการบริการและท่องเที่ยวสำหรับ โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก (อีสเทิร์นซีบอร์ด)
4. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค
5. เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ
6. เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภค ที่สมบูรณ์แบบเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
7. เป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ
8. เป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางและศูนย์การแข่งขันกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

การท่องเที่ยว

เมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่มีชื่อเสียงทางทะเลแห่งหนึ่งของประเทศซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ได้แก่ ชายหาดที่เป็นหาดทรายเป็นแนวยาวต่อเนื่องกันถึง 15 กม. รวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น น้ำทะเลใส เกาะ ภูเขา ลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม การคมนาคมสะดวก มีสถานบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ จึงนับได้ว่าเมืองพัทยามีความเหมาะสมต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญในเมืองพัทยา สรุปได้ดังนี้

หาดพัทยา

หาดพัทยาเป็นหาดรูปโค้งครึ่งวงกลม มีถนนเลียบริมชายหาดตลอดสายยาวประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นหาดที่ร่มรื่นไปด้วยพันธุ์ไม้นานาชนิด เหมาะสำหรับการพักผ่อน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

ชายหาดพัทยาเริ่มตั้งแต่บริเวณพัทยาเหนือ (แยกโรงแรมดุสิตรีสอร์ต) เลียบบไปตามแนวถนนชายหาด จนถึงพัทยาใต้ (จรดเขาพัทยา) ซึ่งในบริเวณนี้เป็นเขตชุมชนหนาแน่น มีโรงแรม ร้านค้า ภัตตาคาร ร้านอาหาร และธุรกิจทุกประเภทตั้งอยู่มากมาย รวมทั้งบาร์เบียร์ ในดัลลัส คาบาเร่ต์ หลายแห่งไว้บริการนักท่องเที่ยวในยามราตรี

เกาะล้าน

ตั้งอยู่ในแนวขนานกับหาดพัทยา อยู่ห่างจากอ่าวระยองทาง 7.5 กิโลเมตร ตัวเกาะกว้าง 2 กิโลเมตร ยาว 5 กิโลเมตร เกาะล้านมีหาดทรายขาวนวลเม็ดทรายละเอียด มีแนวปะการังมากมาย นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือหางยาวท่องเที่ยวหรือดำน้ำดูปะการังได้ ซึ่งมีหาดทรายที่เลื่องชื่อ ได้แก่ หาดตาแหวน อยู่ทางเหนือของเกาะ มีหาดทรายยาวประมาณ 750 เมตร เป็นหาดที่มีร้านค้าต่างๆ มากมาย เรือท่องเที่ยวมักมาจอดบริเวณนี้

เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากมีหาดทรายขาวและสวยงาม หาดแหลมเทียน และหาดเสม อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะล้าน หาดทรายยาวประมาณ 700 เมตร และ 100 เมตร ตามลำดับจัดเป็นหาดที่สวยงามและน่าประทับใจอีกแห่งหนึ่งของเกาะ โดยเฉพาะบริเวณแหลมเทียน มีความเงียบสงบและสะอาด ปัจจุบันมีร้านค้าไว้บริการนักท่องเที่ยว อยู่บ้าง หาดตาพัน อยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะ หาดยาวประมาณ 500 เมตร บนหาดมี เฝิงพักชั่วคราว สำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์ หรือวันหยุด เรือท่องเที่ยว มัก มาจอดบริเวณหน้าหาดตลอดไปจนถึงแหลมเทียน ซึ่งจะมีปะการังอยู่โดยตลอด หาดนวล อยู่ทางทิศใต้ของเกาะ ชายหาดยาวประมาณ 450 เมตร เป็นหาดที่มีโรงแรม ตั้งอยู่ มีนักท่องเที่ยวมาพักมากพอสมควรบริเวณนี้เป็นแหล่งดูปะการังอีกแห่งหนึ่ง นักท่องเที่ยวนิยมดูปะการัง จัดเป็นหาดที่น่าสนใจอีกหาดหนึ่ง นอกจากนี้แล้วยังมี หาดแหลมห้วยโขนด้านหน้า-หลัง แหลมทองกลาง แหลมถ้ำแร่ ฯลฯ ที่เป็นจุดท่องเที่ยว ที่น่าสนใจ สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยม ไปเล่นกันที่เกาะล้าน ได้แก่ เล่นน้ำ ดูปะการัง เล่นเรือลากร่มชูชีพ เรือสกี เรือสกีวอเตอร์ เป็นต้น

เกาะครก

เป็นเกาะขนาดเล็กอยู่ในอ่าวพัทยา ห่างจากฝั่งประมาณ 8 กม. เกาะโดยรอบเป็น โขดหินมีหาดทรายอยู่เพียงหาดเดียวซึ่งอยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะ คือ หาดเกาะครก ซึ่งมีความยาวเพียง 100 เมตรเศษ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถดำน้ำดูปะการังได้

เกาะสาก

อยู่ห่างจากเกาะล้านประมาณ 600 เมตร หรืออยู่ทางทิศตะวันตกของแหลมพัทยา ห่างออกไปประมาณ 10 กิโลเมตร เป็นเกาะขนาดเล็กโค้ง เป็นรูปเกือบม้าหงาย มีหาด ทรายอยู่ 2 หาด คือ หาดทรายบริเวณอ่าวด้านเหนือ ซึ่งมีความยาวประมาณ 250 เมตร เรือนำเที่ยวมักจะจอดให้นักท่องเที่ยวลงเล่นน้ำบริเวณนี้ อีกหาดหนึ่งคือ หาดทางตอนใต้ ของเกาะซึ่งอยู่ตรงกันข้ามกับหาดแรก และมีทางเดินติดต่อกันได้ หาดนี้เป็นหาดเล็ก ๆ ยาวประมาณ 80 เมตร มีแนวปะการังอยู่บริเวณด้านหน้าหาด นักท่องเที่ยวสามารถดำน้ำ ดูปะการังในบริเวณนี้ได้

อ่าวกระทิงลาย

อ่าวกระทิงลาย เป็นชายหาดที่เมืองพัทยามีโครงการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ทางธรรมชาติโดยประกาศให้เป็นเขตปลอดสิ่งรบกวนนักท่องเที่ยว ทำให้บริเวณชายหาดมีความสงบเหมาะสำหรับการพักผ่อน บริเวณชายหาดมีต้นไม้และหาดทรายที่สวยงาม มีความยาวประมาณ 900 เมตร กว้าง 30 เมตร

หมู่เกาะไผ่

ประกอบด้วย เกาะไผ่ เกาะมารวิชัย เกาะเหลื่อม เกาะกลิ้งบาดาล ฯลฯ โดยมีเกาะไผ่เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุด ปัจจุบันอยู่ในความดูแลของกองทัพเรือ กลุ่มเกาะไผ่อยู่ห่างจากฝั่งพัทยาประมาณ 23 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง บนยอดเขาของเกาะไผ่มีกระโจมไฟตั้งอยู่ นักท่องเที่ยวนิยมไปพักผ่อน เล่นน้ำทะเล ดำน้ำ ชมปะการังและตกปลากันมาก

กีฬาดำน้ำ

สถานที่จำหน่ายและให้เช่าอุปกรณ์การดำน้ำ การฝึกสอน รวมทั้งอำนวยความสะดวกในการดำน้ำ

1. อควานาท์ โทรศัพท์ 0-3842-9117
2. อควารีเล็ก ไดวิงค์ เซ็นเตอร์ โทรศัพท์ 0-3871-0900, 0-3863-5095
3. เมอร์เมทส์ ไคร์เซ็นเตอร์ โทรศัพท์ 0-3823-2219-20
4. พาราไดซ์ สตูบา ไคร์เวอร์ โทรศัพท์ 0-3871-0567
5. ซาฟารี สपोर्ट เซ็นเตอร์ โทรศัพท์ 0-3842-9253
6. เดฟ ไคร์เวอร์ เดนท์ โทรศัพท์ 0-3842-0411
7. สตูบามูส ไคร์ เซ็นเตอร์ โทรศัพท์ 0-3842-4205

กีฬาบันจี จัมพ์

ตั้งอยู่เลขที่ 248/10 ถ. เทพประสิทธิ์ ต. หนองปรือ เป็นกีฬาที่มีความตื่นเต้นมากที่สุดในการกีฬา เป็นบันจี จัมพ์ ที่สูงที่สุดในประเทศไทย มีกิจกรรมให้เลือก 2 วิธี คือ กระโดดจากความสูง 56 เมตร จากยอดเขตรน หรือจะดีดจากพื้นดินขึ้นไปในอากาศ

เขาพญา (เขาพระบาท)

เป็นภูเขาเตี้ยๆ ที่มีทางลาดยางขึ้นไปจนถึงยอดเขาได้ เมื่อขึ้นไปจนถึงยอดเขาจะแลเห็นทัศนียภาพของบริเวณเมืองพญาและอ่าวพญาได้โดยรอบซึ่งสวยงามมาก เป็นอ่าวครึ่งวงกลม ปัจจุบันเขาพญาได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานที่ตั้งของสถานีวิจัย ส.ทร. 5 ของทหารเรือ บนยอดเขามีพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ประดิษฐานอยู่

หาดนาจอมเทียน

เป็นหาดที่อยู่ทางทิศใต้ อยู่ห่างจากตัวเมืองพญาประมาณ 4 กิโลเมตร ชายหาดมีความยาว 6 กิโลเมตร มีถนนที่ร่มรื่นเลียบชายหาดโดยตลอด หาดนาจอมเทียนเป็นหาดที่เงียบสงบ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเดินทางไปพักผ่อน เล่นน้ำ เล่นกระดานโต้คลื่น ขับเรือสกีวอเตอร์และเล่นกิจกรรมทางน้ำอื่น ๆ บริเวณชายหาดมีร้านอาหารร้านค้า ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว

หาดวงพระจันทร์

อยู่ทางด้านทิศเหนือของอ่าวพญา ทางเข้าทางเดียวกับโรงแรมเซ็นทรัล วงศ์มาตย์ ชายหาดมีความยาวประมาณ 1 กิโลเมตรเศษเป็นหาดที่เงียบสงบ เหมาะที่จะเล่นน้ำและพักผ่อน

สวนเฉลิมพระเกียรติ

ตั้งอยู่ ณ บริเวณเชิงเขาพญา ถนนพระตำหนัก เป็นสวนสาธารณะขนาดเล็ก ที่จัดสร้างขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในมหามงคล

สมัยเจริญพระชนมพรรษา 5 รอบ เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2531 มีเนื้อที่ประมาณ 15 ไร่ บริเวณสวนประดับไปด้วยไม้ดอกนานาพันธุ์ มีลานอเนกประสงค์ และเส้นทางลัดเลาะตามไหล่เขาสำหรับเดินหรือวิ่ง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกในการออกกำลังกายที่ได้มาตรฐาน ทุก ๆ วันมีผู้คนไปพักผ่อน ตลอดจนวิ่งออกกำลังกายและชมวิิวทิวทัศน์ของเมืองพัทยา ณ บริเวณนี้กันเป็นจำนวนมาก

วัดสว่างฟ้าพัฒนาราม

ตั้งอยู่ที่ถนนสว่างฟ้า ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง เป็นวัดที่เก่าแก่ คาดว่าสร้างมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา สันนิษฐานว่าเป็นจุดที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงหยุดทัพสมัยตีฝ่าวงล้อมพม่า เมื่อตอนที่กรุงศรีอยุธยาจะเสียกรุงครั้งที่ 2 ภายในวัดมีอาคารสร้างด้วยไม้คู่เก่าแก่มาก

ปราสาทจักรพรรดิ

ตั้งอยู่บริเวณแหลมราชเวช ต. นาเกลือ อ. บางละมุง (ทางเข้าบริเวณซอยนาเกลือ 12) มีพื้นที่คิดทะเลขนาด 60 ไร่ เริ่มสร้างเมื่อ ปี 2524 สร้างด้วยไม้ทั้งหลังไม่มีโลหะเข้ามาปะปน ไม้ที่นำมาก่อสร้างจะเป็นไม้เนื้อแข็งและหายาก คือ ไม้สัก ไม้เต็ง นับเป็นงานสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมแห่งศตวรรษ โดยสร้างเป็นทรงจตุรมุข ยอดปราสาท สูง 105 เมตร หลังคามุข ทั้ง 4 ด้าน เป็นปราสาททรงอ่อนตามแบบอยุธยา ยอดประดับด้วยช่อฟ้า ใบระกา และสลักเทพเจ้าต่าง ๆ ตามตำนานของชาวตะวันออก (อินเดีย จีน เป็นต้น) เปิดให้ชมทุกวัน 8.00 น.-17.00 น. โทร. 0-3822-5407

เมืองจำลอง

แยกซ้ายบนถนนสุขุมวิท หลักกิโลเมตรที่ 143 เป็นสถานที่รวบรวมสิ่งจำลองของปูชนียสถาน โบราณสถานที่สำคัญทั้งในประเทศ (มโนสยาม) เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย สะพานข้ามแม่น้ำแคว สะพานพระราม 9 ปราสาทหินพิมาย ฯลฯ และทวีปยุโรป (มินิยุโรป) เช่น สะพานทาวเวอร์บริดจ์ หอไอเฟล หอเอนปิซา แกรนด์แคนยอน อนุสาวรีย์เทพีเสรีภาพ ฯลฯ ในอัตราส่วน 1 ต่อ 25 เปิดให้ชมทุก

วันตั้งแต่เวลา 07.00-22.00 น. ค่าเข้าชมคนไทย 80 บาท ชาวต่างประเทศ 200 บาท
โทร. 0-3842-1628, 0-3872-7333

สนามรถแข่งเล็ก (โกคาร์ท)

ตั้งอยู่ ม. 6 ถ. สุขุมวิท (ติดกับเมืองจำลอง) ต. นาเกลือ อ. บางละมุง สำหรับ
นักท่องเที่ยงที่สนใจจะประลองความเร็วให้เช้าขับจี โดยคิดค่าบริการ 10 นาที 300 บาท
โทร. 0-3872-7410

สวนป่าพนารักษ์

ตั้งอยู่บนถนนพรประภาณิมิตร โดยแยกซ้ายจากถนนสุขุมวิท ตรงหลักกิโลเมตร
ที่ 145 เข้าไปประมาณ 5 กิโลเมตร เป็นสถานที่พักผ่อนที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ
เหมาะสำหรับผู้รักความสงบ ภายในสวนมีสระว่ายน้ำ บ่อตกปลาพร้อมอุปกรณ์ตกปลา
ให้เช่า และสนามกอล์ฟเล็ก นอกจากนี้ ยังมีที่พักทั้งประเภทเรือนพักและเตนท์ไว้บริการ
นักท่องเที่ยง โทร. 0-3842-9013

หมู่บ้านช้างพัทยา

ตั้งอยู่บนถนนพรประภาณิมิตร เส้นทางเดียวกับสวนป่าพนารักษ์และสนาม
กอล์ฟสยามคันทรี่คลับ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่นิยมของนักท่องเที่ยงทั้งชาว
ไทยและชาวต่างประเทศ ทุกวันจะมีการแสดงของช้างและการแสดงการจับช้างป่าใน
เวลา 14.30 น. วันละ 1 รอบ ใช้เวลาแสดงประมาณ 1 ชั่วโมง ค่าเข้าชมท่านละ 250 บาท
นอกจากนี้ ยังมีบริการขี่ช้างชมป่าวันละ 4 รอบ คือ เวลา 08.30, 10.00, 12.00, และ
16.00 น. คิดราคาท่านละ 600 บาท

อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พัทยา

ตั้งอยู่เลขที่ 22/1 หมู่ 1 ตำบลหนองปลาไหล จากถนนสุขุมวิทเลี้ยวซ้ายตรงหลัก
กิโลเมตรที่ 140 ใกล้สะพานลอยหน้าวัดสว่างฟ้า เข้าไปตามถนนชัยพรวิถิ (ทางหลวง
หมายเลข 3024) เส้นทางเดียวกับอ่างเก็บน้ำมาบประชัน เข้าไปประมาณ 5 กิโลเมตร

นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอีกแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ในเนื้อที่เกือบ 100 ไร่ ภายในบริเวณประกอบด้วยสวนหินและสวนไม้หายาก จัดแต่งบริเวณอย่างสวยงามร่มรื่นที่น่าสันทัด คือ ต้นไม้ที่กลายเป็นหินมีอายุนับล้านปี และไม้คัดไทยที่มีอายุ 200 ปี นอกจากนี้ ยังมีบ่อเลี้ยงจระเข้ และสัตว์หายาก เช่น หมีเผือก และม้าเผือก เป็นต้น มีการแสดงจับจระเข้ การแสดงมายากล และสัตว์แสนรู้ เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่เวลา 09.00-18.00 น. อัตราค่าเข้าชม คนไทย 60 บาท ชาวต่างประเทศ 250 บาท โทร. 0-3824-9347-9

พิพิธภัณฑ์ขวด

79/15 หมู่ 10 ถนนสุขุมวิท ซอยเสรี เมืองพัทยา เป็นสถานที่แห่งแรกในประเทศไทย ซึ่งแสดงให้เห็นคุณค่าทางจิตใจ ความรู้สึก และทัศนคติของชาวต่างประเทศที่ชื่อ มิสเตอร์ปีเตอร์ เบย์เคอเลย์ ชาวออสเตรเลีย ซึ่งมีต่อวัฒนธรรมของประเทศไทยอย่างละเอียดอ่อนและลึกซึ้ง โดยเขาได้แสดงความสวยงามอันเยี่ยมยอดด้วยสิ่งประดิษฐ์ในขวดแก้ว ที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเก่าแก่และความเรียบง่ายของวัฒนธรรมบางประเทศ อีกทั้งได้รวบรวมยานพาหนะทางน้ำคือ “เรือ” ที่มีมากมายหลายรูปแบบ ทั้งที่เรียบง่ายและวิจิตรบรรจง ซึ่งสุภาพบุรุษผู้นี้ได้พากเพียรพยายามใช้เวลาวันละ 14 ชั่วโมง อย่างต่อเนื่องกันจนถึง 5 ปี จนกระทั่งประสบผลสำเร็จ ซึ่งเปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00-20.00 น. อัตราค่าเข้าชม ชาวไทย ผู้ใหญ่ 50 บาท เด็ก 25 บาท ชาวต่างประเทศ ผู้ใหญ่ 100 บาท เด็ก 50 บาท โทร. 0-3842-2957

สวนน้ำพัทยาปาร์ค

ตั้งอยู่ที่ถนนจอมเทียน มีเนื้อที่ประมาณ 80 ไร่ ภายในมีสระน้ำวนและบันไดลื่นขนาดใหญ่ เหมาะสำหรับการพาครอบครัวมาพักผ่อนและเล่นน้ำ อัตราค่าบริการ ผู้ใหญ่ 100 บาท เด็ก 50-100 บาท นอกจากนี้ ยังมีโรงแรมและบ้านพักไว้บริการนักท่องเที่ยว

สวนกล้วยไม้ศิริพร

ตั้งอยู่เลขที่ 235/14 หมู่ 5 ถนนเนินพลับหวาน ตำบลหนองปรือ จากถนนสุขุมวิท เลี้ยวซ้ายเชื่อมกับทางแยกไฟแดงพิทยากลาง เข้าไปประมาณ 800 เมตร ด้านขวามือ ภายในสวนมีกล้วยไม้นานาชาติให้ชมและเลือกซื้อทั้งดอกและพันธุ์ไม้ เช่น พันธุ์แคทลียา แวนด้า เดโคเรียม เอสโคแซนด้า และบอมปาดัว เป็นต้น โทร. 0-3842-9013

สนามแข่งรถพีระอินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์กิต

เป็นสนามแข่งรถจักรยานยนต์ระดับนานาชาติ มีเนื้อที่ประมาณ 326 ไร่ ตั้งอยู่ บนทางหลวงหมายเลข 36 (พิทยา-ระยอง) ห่างจากตัวเมืองพิทยาประมาณ 15 กิโลเมตร มีการแข่งขันเป็นประจำในวันเสาร์และอาทิตย์

พิทยาคารท์ สปีดเวย์

เป็นสนามแข่งรถเล็ก ตั้งอยู่ที่ 248/2 หมู่ที่ 2 บนถนนเทพประสิทธิ์ ซึ่งเป็นถนน เชื่อม ระหว่างถนนสุขุมวิทกับถนนพิทยาคณาจอมเทียน ห่างจากตัวเมืองพิทยาไปทาง ตอนใต้ประมาณ 5 กิโลเมตร ภายในสนามมีทางวิ่งสำหรับนักขับมืออาชีพและมือสมัคร เล่นแยกจากกัน เปิดทุกวัน วันจันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 10.00-19.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 9.30-19.00 น. โทร. 0-3842-2044

เลคแลนด์ วอเตอร์เคเบิล สกี

ตั้งอยู่ริมถนนสุขุมวิท ตรงหลักกิโลเมตรที่ 150.5 อยู่ห่างจากตัวเมือง พักพิทยา ประมาณ 5 กิโลเมตร เป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและที่เล่นสกีแห่งหนึ่งของ เมืองพิทยา ประกอบด้วยบึงน้ำจืดขนาดใหญ่ในเนื้อที่กว่า 27 ไร่ มีชุดสกีสำหรับใช้ส่าย เคเบิลลาก นับเป็นกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เปิดทุกวันตั้งแต่เวลา 10.00-21.00 น. โทร.0-3823-2690

อ่างเก็บน้ำห้วยซากนอก

เป็นอ่างเก็บน้ำที่มีขนาดเนื้อที่ประมาณ 1,400 ไร่ บรรยากาศโดยรอบเย็นสบาย เหมาะที่จะนั่งพักผ่อน ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปีจะมีนกเป็ดน้ำ นกนางแอ่น และนกกระยาง จำนวนนับหมื่นตัวบินมาอาศัยอยู่ในบริเวณนี้ การเดินทางจากถนนสุขุมวิท ประมาณกิโลเมตร ที่ 150 เลี้ยวซ้ายเข้าซอยข้างสนามกอล์ฟกรีนเวย์ไปประมาณ 4 กิโลเมตร

พิพิธภัณฑ์ริบลีส (เชื้อหรือไม่)

เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมนำเรื่องราวที่แปลกประหลาดและมหัศจรรย์จากทั่วโลก มาจัดแสดงไว้ ตั้งอยู่ที่ชั้น 3 ห้างสรรพสินค้ารอยัลการ์เด้น พลาซ่า ถนนเลียบชายหาด พัทยาใต้ เปิดให้เข้าชมตั้งแต่เวลา 10.00-23.00 น. อัตราค่าเข้าชม พิพิธภัณฑ์ริบลีส ผู้ใหญ่ 200 บาท เด็ก 100 บาท โทร. 0-3871-0294-8

การแสดงโชว์ คาบaret

ในเขตเมืองพัทยา มีสถานที่ที่เปิดแสดงอยู่ 2 แห่ง คือ

1. อัลคาซาร์ ตั้งอยู่ที่ 78/14 ถนนพัทยา 2 เปิดให้เข้าชมทุกวัน ๆ ละ 3 รอบ คือ เวลา 18.00, 20.00, 21.30 น. และวันเสาร์เพิ่มรอบ 23.00 น. อัตราค่าเข้าชม ชาวไทย 200, 250 บาท ชาวต่างประเทศ 400, 500 บาท

2. ทิฟฟานี โชว์ ตั้งอยู่ที่ 464 หมู่ 9 ถนนพัทยา 2 เปิดให้เข้าชมการแสดงทุกวัน ๆ ละ 3 รอบ เวลา 19.00, 20.30, 22.00 น. อัตราค่าเข้าชม ชาวไทย 200, 250 บาท ชาวต่างประเทศ 400, 500 บาท

ศูนย์ฝึกสอนลิง-พัทยา

ตั้งอยู่บริเวณกิโลเมตรที่ 151 ซอยชัยพฤกษ์ ถนนสุขุมวิท พัทยา มีวันละ 5 รอบ คือ รอบเช้า เวลา 09.00, 11.00 น. รอบบ่าย 13.00, 14.00 น. และ รอบเย็น 17.00 น.

ซึ่งจะมีการโชว์ 5 รายการ คือ การตีไก่ การโชว์ลิง และการโชว์งูเห่า งูหลาม

อัตราค่าเข้าชม ชาวไทย 60 บาท ชาวต่างประเทศ 250 บาท

ศูนย์ฝึกขี่ม้าพัทยา

ตั้งอยู่ที่ถนนทางหลวง 36 กิโลเมตรที่ 11 ก่อนถึงสนามแข่งรถพีระเซอร์กิต
อัตราค่าเช่าขี่ม้า 1 ชั่วโมง 700 บาท โทร. 0-3822-5865-6

สถิติการท่องเที่ยวพัทยา

ตาราง 4

ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวเมืองพัทยาด้านสถานพักผ่อน ในช่วงปี 2542-2547

ข้อมูล	ม.ค. - ธ.ค.					ม.ค. - ก.ย.
	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ข้อมูลสถานพักผ่อน						
จำนวนสถานพักผ่อน	231	231	236	242	250	261
จำนวนห้องพัก	23,608	23,608	23,960	24,648	25,349	26,503
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	58.37	60.21	59.44	61.08	58.09	57.32
ระยะเวลาการเข้าพักเฉลี่ย (วัน)	3.33	3.32	3.14	3	2.91	2.71
จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักผ่อน	2,986,438	3,151,601	3,331,771	3,604,542	3,610,812	2,987,178
ไทย	637,917	683,630	720,364	799,862	896,524	740,578
ต่างประเทศ	2,348,521	2,467,971	2,611,407	2,804,680	2,714,288	2,246,600

ตาราง 5

ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ในช่วงปี 2542-2547

ข้อมูล	ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา					
	ม.ค. - ธ.ค.			ม.ค. - ก.ย.		
	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ผู้เยี่ยมชมเยือน	3,454,592	3,652,465	3,857,650	4,184,423	4,253,474	3,503,947
ไทย	1,046,553	1,120,761	1,177,762	1,305,598	1,463,304	1,199,971
ต่างประเทศ	2,408,039	2,531,704	2,679,888	2,878,825	2,790,170	2,303,976
นักท่องเที่ยว	3,225,371	3,404,537	3,595,764	3,890,509	3,936,618	3,281,521
ไทย	868,915	928,172	976,526	1,075,964	1,212,048	1,022,996
ต่างประเทศ	2,356,456	2,476,365	2,619,238	2,814,545	2,724,570	2,258,525
นักท่องเที่ยว	229,221	247,928	261,886	293,914	316,856	222,428
ไทย	177,638	192,589	201,236	229,634	251,256	176,975
ต่างประเทศ	51,583	55,339	60,650	64,280	65,600	45,451
เวลาทำนักรเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)	3.73	3.73	3.69	3.64	3.45	3.14
ไทย	2.11	2.12	2.15	2.15	2.36	2.27
ต่างประเทศ	4.33	4.33	4.27	4.21	3.93	3.54
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว/คน/วัน						
ผู้เยี่ยมชมเยือน	2,723.20	2,802.70	2,824.61	2,813.03	2,893.62	2,830.45
ไทย	2,241.03	2,319.94	2,342.35	2,357.55	2,484.24	2,421.69
ต่างประเทศ	2,932.76	3,016.42	3,036.56	3,019.59	3,012.06	2,957.58
นักท่องเที่ยว	2,806.64	2,887.28	2,914.69	2,906.45	2,929.49	2,862.23
ไทย	2,396.84	2,475.03	2,518.53	2,543.95	2,584.36	2,503.13
ต่างประเทศ	2,957.75	3,041.79	3,062.40	3,045.02	3,021.86	2,966.58
นักท่องเที่ยว	1,549.06	1,641.52	1,587.74	1,576.34	1,356.86	1,358.16
ไทย	1,478.88	1,572.49	1,487.45	1,484.11	1,342.18	1,353.41
ต่างประเทศ	1,790.79	1,881.72	1,920.53	1,905.87	1,413.12	1,376.64
รายได้ (ล้านบาท)						
ผู้เยี่ยมชมเยือน	34,928.74	37,893.23	39,953.76	42,392.44	40,194.25	29,806.75
ไทย	4,657.10	5,173.02	5,587.03	6,218.78	7,743.61	6,049.69
ต่างประเทศ	30,271.64	32,720.21	34,366.73	36,173.66	32,450.64	23,757.06

ตาราง 6

จำนวนผู้เข้าพักแรมในเมืองพัทยาแยกตามสัญชาติ ในช่วงปี 2542-2547

สัญชาติ	ม.ค. - ธ.ค.			ม.ค. - พ.ย.		
	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ไทย	637,919	683,630	720,364	799,862	896,524	1,016,986
มาเลเซีย	44,782	41,085	47,035	48,799	39,963	56,505
สิงคโปร์	62,974	66,031	69,878	70,897	59,399	61,007
จีน	583,484	555,513	516,850	532,032	428,597	340,524
ฮ่องกง	155,008	179,686	181,731	213,062	196,308	266,356
ญี่ปุ่น	90,361	93,800	109,967	111,196	100,535	84,365
เกาหลี	73,725	93,691	133,152	160,756	155,551	245,963
ไต้หวัน	165,478	189,056	200,886	198,980	172,178	210,030
ออสเตรเลีย	18,345	18,912	20,721	20,750	20,712	19,127
เบลเยียม	26,095	24,623	29,286	31,857	32,881	32,597
แคนาดา	34,034	27,211	39,769	40,605	41,730	28,430
ฝรั่งเศส	51,483	56,468	50,510	53,372	56,656	49,631
เยอรมัน	237,608	245,958	241,282	228,014	216,056	165,071
อิตาลี	34,852	34,597	38,697	42,073	41,967	29,883
เนเธอร์แลนด์	53,031	53,557	62,047	65,338	72,064	42,277
สวีเดน	25,910	29,994	35,567	35,939	35,567	30,366
สวิตเซอร์แลนด์	36,633	36,167	37,147	39,312	43,306	31,228
อังกฤษ	179,492	186,264	200,832	208,647	207,393	226,280
สหรัฐอเมริกา	74,414	83,241	87,177	93,188	96,522	90,368
แคนาดา	15,566	17,627	21,697	25,503	25,081	15,482
ตะวันออกกลาง	46,923	66,169	72,749	72,957	67,612	118,011
ออสเตรเลีย	38,314	44,217	51,009	57,750	56,757	60,944
นิวซีแลนด์	7,587	7,718	10,029	11,350	10,331	8,976
อินเดีย	31,165	50,108	52,648	63,680	59,343	132,930
รัสเซีย	80,729	88,892	103,626	136,896	152,450	213,180
ยุโรปตะวันออก	-	-	-	-	52,695	37,131
อื่น ๆ	180,528	177,385	197,020	241,729	272,634	340,581
รวม	2,986,438	3,151,600	3,331,771	3,604,542	3,610,812	3,954,229

ตาราง 7

ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในการเข้าพักแรมจำแนกตามกลุ่ม ช่วงปี 2542-2547

	ม.ค. - ธ.ค.					ม.ค. - พ.ย.
	2542	2543	2544	2545	2546	2547
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	56.14	60.2	59.44	61.08	58.09	56.74
กลุ่ม 1	52.45	56.76	58.56	60.96	59.9	61.39
กลุ่ม 2	64.22	64.68	66.27	68.44	63.97	67.84
กลุ่ม 3	62.48	66.44	67.82	68.89	65.22	58.84
กลุ่ม 4	54.49	58.52	56.71	57.62	53.02	52.67
กลุ่ม 5	48.74	53.75	51.63	53.56	51.81	46.75
จำนวนนักท่องเที่ยวพักโรงแรม (คน)	2,749,138	3,151,600	3,331,771	3,604,542	3,610,812	3,954,229
กลุ่ม 1	343,356	341,218	746,572	809,197	828,959	841,018
กลุ่ม 2	631,563	848,234	473,734	509,639	528,571	676,713
กลุ่ม 3	775,704	782,769	900,689	988,530	980,896	906,452
กลุ่ม 4	469,219	576,672	709,466	767,138	740,810	914,010
กลุ่ม 5	529,296	602,707	501,310	530,038	531,576	616,026
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (วัน)	3.2	3.31	3.14	3	2.91	2.34
กลุ่ม 1	2.55	2.41	2.63	2.65	2.57	2.46
กลุ่ม 2	2.86	3.24	30.3	2.86	2.8	2.45
กลุ่ม 3	3.09	2.96	2.81	2.71	2.7	2.28
กลุ่ม 4	3.42	3.74	3.84	3.62	3.43	2.25
กลุ่ม 5	3.98	3.94	3.63	3.31	3.2	2.27
จำนวนคนพักต่อห้อง	1.88	2.04	1.98	2	1.97	2.67
กลุ่ม 1	1.81	2.25	2.01	1.98	2	2.17
กลุ่ม 2	1.98	1.96	1.99	2.02	1.98	2.11
กลุ่ม 3	1.91	2.22	2.11	2.13	2.08	2.02
กลุ่ม 4	1.82	1.88	1.83	1.87	1.84	1.75
กลุ่ม 5	1.83	2.02	1.97	2.01	1.93	2.02

ตาราง 8

ข้อมูลเบื้องต้นของสถานพักแรมเมืองพัทยาจำแนกตามกลุ่ม ช่วงปี 2542-2547

	ม.ก. - ธ.ค.					ม.ก. - พ.ย.
	2542	2543	2544	2545	2546	2547
จำนวนสถานพักแรม (แห่ง)	230	231	236	242	250	303
กลุ่ม 1	7	5	11	12	12	22
กลุ่ม 2	16	22	13	14	17	24
กลุ่ม 3	30	24	22	25	29	39
กลุ่ม 4	46	59	77	78	79	98
กลุ่ม 5	131	121	113	113	113	120
จำนวนห้องพัก (ห้อง)	23,427	23,608	23,960	24,648	25,349	28,496
กลุ่ม 1	2,637	1,803	4,544	4,904	4,904	5,799
กลุ่ม 2	3,682	5,969	2,854	2,894	3,215	4,111
กลุ่ม 3	5,697	4,403	4,841	5,029	5,350	5,576
กลุ่ม 4	4,931	5,409	6,983	7,133	7,192	7,711
กลุ่ม 5	6,480	6,024	4,738	4,688	4,688	5,299

ปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

เมืองพัทยามีปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอยู่หลายประการเป็นต้นว่า

1. มีความสะดวกในการเดินทาง ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 150 กิโลเมตร มีรถประจำทางบริการอย่างสม่ำเสมอ
2. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ที่ดึงดูดใจมากมายทั้งหาดทรายชายทะเลที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งเป็นสถานตากอากาศที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเมือง แหล่งบันเทิงยามราตรี นอกจากนี้ในบริเวณใกล้เคียงยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกมากมาย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามต้องการ
3. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในการท่องเที่ยวมีเพียงพอ ครบครัน ในปัจจุบันมีจำนวนสถานที่พักแรมทั้งโรงแรม และบังกะโล รวมกว่า 300 แห่ง และจำนวนห้องพักอีกประมาณ 30,000 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

4. ด้านความเจริญทางเศรษฐกิจและการพัฒนาโครงสร้างการบริการพื้นฐานขนาดใหญ่ในบริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ซึ่งขณะนี้รัฐบาลกำลังอยู่ในระหว่างเตรียมการพัฒนาระบบโครงสร้างบริการพื้นฐานที่ทันสมัย ขนาดใหญ่ในบริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกเพื่อเชื่อมโยงกับโครงสร้างบริการพื้นฐานในระบบเศรษฐกิจโลกในศตวรรษที่ 21 อันได้แก่ การพัฒนาท่าอากาศยานสากลกรุงเทพ แห่งที่ 2 (หนองงูเห่า) การพัฒนาระบบรถไฟความเร็วสูง การพัฒนาศูนย์กลางการผลิตและขนส่งทางอากาศ ซึ่งจะทำให้บริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกมีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากขึ้น เมืองพัทยาจะยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น อีกทั้งเป็นที่พักผ่อนอีกด้วย เป็นต้น

ปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

แม้พัทยามีชื่อเสียงในด้านการเป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเล แต่ก็ยังคงมี ปัญหาที่สำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา เช่นต่อไปนี้

1. ด้านการวางแผนในด้านการปรับปรุงรักษาสภาพแวดล้อมของชายหาด การจัดระเบียบสถานที่พักผ่อนริมทะเล ผังขาดมาตรการที่เหมาะสม ทำให้เกิดปัญหา ความเสื่อมโทรม และขาดความเป็นระเบียบ
2. ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัญหาด้านสาธารณสุข โภค สาธารณูปการที่เอื้อ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อเชิญชวน และการให้บริการที่เกี่ยวข้องยังขาดประสิทธิภาพ เป็นต้น จึงทำให้ การพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยายังไม่สามารถทำได้ อย่างเต็มรูปแบบ
3. ปัญหาด้านความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาล้วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยว ต้องประสบ คือ การก่ออาชญากรรมประเภทต่าง ๆ เช่น การฉกชิง ชิงราว การจี้ปล้น การประทุษร้ายต่อร่างกายและทรัพย์สิน เป็นต้น ก่อให้เกิดภาพเชิงลบและเป็นผลเสียต่อ การท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวยังไม่ได้รับความสะดวก และความปลอดภัยในการขึ้นลงเรือ เนื่องจากปัจจุบันเมืองพัทยายังไม่มีท่าเทียบเรือที่เป็นมาตรฐาน มีเพียงท่าเทียบเรือชั่วคราวที่อยู่บริเวณพัทยาใต้ อีกทั้งทำให้เสียโอกาสที่จะได้นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยทางเรือจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น

5. ปัญหาด้านความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง เนื่องจากความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ทำให้เกิดธุรกิจการค้า การลงทุนและบริการต่าง ๆ มากมาย รวมทั้งการค้าปลีกย่อย เช่น หาบเร่ แผงลอย รถเข็น ที่จำหน่ายบนทางเท้า เป็นต้น ก่อให้เกิดความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนมีการเอารัคเอาเปรียบของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะผู้รับบริการชาวต่างประเทศ ซึ่งมักจะได้รับการในราคาหรืออัตราที่สูงกว่าชาวไทย เช่น รถสองแถวรับจ้าง มอเตอร์ไซค์รับจ้าง เรือรับจ้าง ร้านอาหาร และสถานเริงรมย์ต่าง ๆ

6. การจัดระเบียบในน่านน้ำ สำหรับกิจกรรมทางน้ำประเภทต่าง ๆ ยังขาดการดำเนินการที่ชัดเจน ควรกำหนดบริเวณพื้นที่ทะเลสำหรับว่ายน้ำที่ห้ามเรือทุกชนิดแล่นผ่านบริเวณที่จอดเรือ หรือเขตเล่นกีฬาทางน้ำ เนื่องจากสร้างความไม่ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

7. ด้านการกำหนดเขตพื้นที่ และจำกัดประเภท รวมทั้งการควบคุมจำนวนสถานประกอบการประเภทบาร์เบียร์ อโกโก้ และสวนอาหาร เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของเมืองพัทยาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่แท้จริง

8. ด้านมลภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น ปัญหาการเก็บและกำจัดขยะมูลฝอย ปัญหาการขาดระบบบำบัดน้ำเสีย ปัญหาการขาดระเบียบด้านการจราจร ปัญหาการก่อสร้างรुकล้าที่สาธารณะตลอดจนการควบคุมคุณภาพอากาศและเสียง ปัญหาดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่เสียหายต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติของเมืองพัทยา เป็นต้น

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 350 คน สามารถ นำเสนอข้อมูล โดยแบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ส่วนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 5 ผลการคำนวณ โดยวิธี Binary Logit

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากแบบสอบถามทั้งหมด 350 ชุด ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ (ดูตาราง 9) สามารถนำเสนอผลการศึกษาได้ ต่อไปนี้

1.1 เพศ

พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 350 คน แบ่งออกเป็นเพศชาย 125 คน และเพศหญิง 225 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 และ 64.3 ตามลำดับ

1.2 อายุ

ช่วงอายุ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี และ ต่ำกว่า 20 ปี โดยมีจำนวน 172, 82 และ 47 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1, 23.4 และ 13.4 ตามลำดับ ช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ สูงกว่า 50 ปี โดยมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

1.3 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่จบปริญญาตรี โดยมีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 68.6 รองลงมามีวุฒิกการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 22.6

1.4 อาชีพ

อาชีพ พบว่าส่วนใหญ่เป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาก็คือนักศึกษาจำนวน 95 คนคิดเป็นร้อยละ 27.1 ซึ่งจำนวนใกล้เคียงกับพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งมีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4

1.5 รายได้

รายได้เฉลี่ยต่อปี พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 169 คนคิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมามีรายได้ในช่วง 30,001-60,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยมีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยว

จากแบบสอบถามทั้งหมด 350 ชุด เมื่อนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลและแจกแจงความถี่ พร้อมทั้งหาค่าร้อยละในแต่ละข้อ สามารถนำเสนอผลการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านสถานที่ในประเทศที่ต้องการไปเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ ความถี่ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในประเทศไทย การตัดสินใจมาเที่ยวในครั้งต่อไป และงบประมาณในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ดูตาราง 10) ได้ผลดังต่อไปนี้

2.1 สถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการไปมากที่สุดในประเทศ

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการไปเที่ยวมากที่สุดในประเทศไทย คือ จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 174 คนคิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาก็คือ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 101 คนคิดเป็นร้อยละ 28.9

2.2 ความถี่ในการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ความถี่ในการท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความถี่ในการท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปีมากที่สุดคือ 1-5 ครั้ง/ปี จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 94.9 รองลงมาคือ 6-10 ครั้ง/ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6

2.3 ความถี่ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ความถี่ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อปี พบว่า นักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 นักท่องเที่ยวส่วนที่เหลือมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 1-5 ครั้ง/ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

2.4 จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองมาคือนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

2.5 การตัดสินใจมาเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งต่อไป พบว่า นักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งต่อไปมีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 นักท่องเที่ยวที่เหลือ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 ตัดสินใจไม่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยากันในครั้งต่อไป

2.6 งบประมาณที่มาเที่ยว

งบประมาณที่มาเที่ยวในเมืองพัทยาในครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่มีงบประมาณที่มาเที่ยวต่ำกว่า 800 ดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา มีงบประมาณที่มาเที่ยวอยู่ในช่วง 901-1,000 ดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4

ตาราง 9

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะทั่วไป

ลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	125	35.7
หญิง	225	64.3
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	47	13.4
21-30 ปี	172	49.1
31-40 ปี	82	23.4
40-50 ปี	40	11.4
สูงกว่า 50 ปี	9	2.6
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	22	6.3
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	9	2.6
ปริญญาตรี	240	68.6
สูงกว่าปริญญาตรี	79	22.6
อาชีพ		
นักศึกษา	95	27.1
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	100	28.6
พนักงานบริษัทเอกชน	89	25.4
ธุรกิจส่วนตัว	53	15.1
อื่น ๆ	13	3.7
รายได้		
ต่ำกว่า 30,000 ดอลลาร์สหรัฐ	169	48.3
30,000-60,000 ดอลลาร์สหรัฐ	114	32.6
มากกว่า 60,000 ดอลลาร์สหรัฐ	67	19.1
จำนวนตัวอย่าง	350	100.0

ตาราง 10

พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

พฤติกรรมในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานที่ท่องเที่ยว		
เชียงใหม่	174	49.7
เชียงราย	21	6.0
กระบี่	31	8.9
ภูเก็ต	101	28.9
ตรัง	4	1.1
อยุธยา	3	0.9
อื่นๆ	16	4.6
ความถี่ในการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ/ปี		
ไม่เคย	0	0.0
1-5 ครั้ง/ปี	332	94.9
6-10 ครั้ง/ปี	16	4.6
11-15 ครั้ง/ปี	1	0.3
มากกว่า 15 ครั้ง/ปี	1	0.3
ความถี่ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ/ปี		
ไม่เคย	205	58.6
1-5 ครั้ง/ปี	145	41.4
6-10 ครั้ง/ปี	0	0.0
11-15 ครั้ง/ปี	0	0.0
มากกว่า 15 ครั้ง/ปี	0	0.0
จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวประเทศไทย		
ครั้งที่ 1	205	58.6
ครั้งที่ 2	134	38.3
ครั้งที่ 3	5	1.4
ครั้งที่ 4	4	1.1
ครั้งที่ 5	2	0.6
รวม	350	100.0

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การตัดสินใจมาเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งต่อไป		
ไม่มา	169	48.3
มา	181	51.7
งบประมาณที่ใช้ในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา		
ต่ำกว่า 800 ดอลลาร์สหรัฐ	189	54.0
801 - 900 ดอลลาร์สหรัฐ	1	0.3
901 - 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ	89	25.4
มากกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ	71	20.3
รวม	350	100.0

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา 3 อันดับแรกที่มีคะแนนสูงสุดคือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองมาคือ เป็นเมืองที่มีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.93 และคุณภาพของสินค้าและบริการดี มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งจัดอยู่ในปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับสูง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า สิ่งที่ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาคือ การท่องเที่ยวที่เมืองพัทยามีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ดีและมีสินค้าและบริการดีมีคุณภาพอีกด้วย (ดูตาราง 11)

ตาราง 11

ความสำคัญของปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา (n = 350)

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวเมืองพัทยา	มีความ สำคัญ อย่างยิ่ง	มีความ สำคัญ มาก	สำคัญ ปาน กลาง	มีความ สำคัญ น้อย	ไม่มี ความ สำคัญ	ค่าเฉลี่ย
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เมืองพัทยา โดยผ่านทางสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ เป็นต้น	17 (4.9)	82 (23.4)	151 (43.1)	60 (17.1)	40 (11.4)	2.93
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เมืองพัทยา ผ่านทางสถานทูตของท่าน โดยการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	60 (17.1)	133 (38.0)	112 (32.0)	23 (6.6)	22 (6.3)	3.53
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เมืองพัทยา โดยผ่านทางผู้ประกอบการหรือ Agency ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	36 (10.3)	111 (31.7)	137 (39.1)	40 (11.4)	26 (7.4)	3.26
มีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	27 (7.7)	123 (35.1)	148 (42.6)	32 (9.1)	19 (5.4)	3.31
คุณภาพของสินค้าและบริการดี	90 (25.7)	138 (39.4)	90 (25.7)	25 (7.1)	7 (2.0)	3.80
เที่ยวในเมืองพัทธาราคาถูกกว่าท่องเที่ยว ในสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่น ๆ	34 (9.7)	87 (24.9)	116 (33.1)	80 (22.9)	33 (9.4)	3.03
มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	155 (44.3)	120 (34.3)	59 (16.9)	11 (3.1)	5 (1.4)	4.17
มีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกครบครัน	28 (8.0)	67 (19.1)	157 (44.9)	68 (19.4)	36 (8.6)	2.99
เป็นเมืองที่มีความสะอาดและมี บรรยากาศที่ดี	97 (27.7)	166 (47.4)	61 (17.4)	18 (5.1)	8 (2.3)	3.93

ส่วนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยว

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาพบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ไม่มีการจัดเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ย 2.13 รองมาคือ เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีปณิธานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 1.81 และ การลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์ มีค่าเฉลี่ย 1.56 ซึ่งทั้ง 3 ปัญหาก็ยังอยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาพบปัญหาไม่มีการจัดเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยที่เจ้าหน้าที่ของรัฐ ไม่มีปณิธานในการให้บริการและพบกับปัญหาการลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์บ้าง ในบางครั้ง

ส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบน้อยที่สุด คือ คนท้องถิ่นไม่เป็นมิตรกับชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ย 1.03 รองมาคือ การข่มขืนกระทำชำเรา มีค่าเฉลี่ย 1.04 และ การทำร้ายร่างกาย มีค่าเฉลี่ย 1.23 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาแทบจะไม่พบกับปัญหาคนท้องถิ่นไม่เป็นมิตรและปัญหาการถูกข่มขืนกระทำชำเราและการทำร้ายร่างกาย (ดูตาราง 12)

ตาราง 12

ปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยว

(n = 350)

ปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยว	พบปัญหา นี้มากที่สุด	พบ ปัญหานี้ มาก	พบ ปัญหา ปาน กลาง	พบ ปัญหานี้ น้อย	ไม่พบ ปัญหานี้	ค่าเฉลี่ย
เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีปณิธานในการให้บริการ	8 (2.3)	3 (9.0)	16 (4.6)	209 (59.7)	114 (32.6)	1.81
ไม่มีการจัดเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	7 (2.0)	18 (5.1)	38 (10.9)	239 (68.3)	48 (13.7)	2.13
คนท้องถิ่นไม่เป็นมิตรกับชาวต่างชาติ	- (0.0)	- (0.0)	- (0.0)	3 (0.9)	347 (99.1)	1.03
มีการคิดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย	4 (1.1)	- (0.0)	24 (6.9)	120 (34.3)	202 (57.7)	1.53
การลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์	4 (1.1)	3 (0.9)	19 (5.4)	134 (38.3)	190 (54.3)	1.56
การทำร้ายร่างกาย	- (0.0)	- (0.0)	9 (2.6)	62 (17.7)	279 (79.7)	1.23
การฉวนลามทางเพศ	- (0.0)	3 (0.9)	25 (7.1)	105 (30.0)	217 (62.0)	1.47
การข่มขืนกระทำชำเรา	- (0.0)	- (0.0)	3 (0.9)	3 (0.9)	344 (98.3)	1.04

ในส่วนของคำถามปลายเปิด ที่ถามถึงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการท่องเที่ยวมากนัก เพราะพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่คนท้องถิ่นมีความรู้และความเข้าใจในบริการ อีกทั้งการมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นการท่องเที่ยวกับกลุ่มทัวร์ (group tour)

หรือผู้นำทัวร์ (tour leader) ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในการจัดท่องเที่ยวเมืองพัทยา ดังนั้นปัญหาอุปสรรคหรือการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานั้นจึงอยู่ที่ทัวร์นั้น ๆ มากกว่า เช่น ความล่าช้าในการติดต่อรับบริการที่เกิดจากการประสานงานผิดพลาดของตัวแทนทัวร์เอง เป็นต้น

ส่วนที่ 5 ผลการคำนวณโดยวิธี Binary Logit

เนื่องจากตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ เพศ อาชีพ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจและปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ เป็นตัวแปรนามบัญญัติ ซึ่งทดสอบโดยการจัดทำเป็นตัวแปรหุ่น โดยมีค่าเท่ากับ 0 และ 1 เพื่อให้สามารถสร้างสมการเพื่อทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจและปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เพื่อประมาณค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์พร้อมกับสร้างสมการทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกด้วยวิธี Binary Logit ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยานี้ สามารถอธิบายความแม่นยำของแบบจำลองโลจิสติก $\text{Count } R^2$ เท่ากับ 0.571428 ผลตามตาราง 13 (ดูภาคผนวก ก) ปรากฏผลของปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตาราง 13

แบบจำลองสมการ โดยใช้วิธี *Binary Logit*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Constant	-2.537682	1.666468	-1.522791	0.1278
เพศ	0.872190	0.253949	3.434516	0.0006
อาชีพ				
- นักศึกษา	-0.234845	0.283495	-0.828391	0.4074
- รัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-0.655853	0.492773	-1.330943	0.1832
- พนักงานบริษัทเอกชน	-0.868064	0.404493	-2.146055	0.0319
- ธุรกิจส่วนตัว	-0.270977	0.422562	-0.641270	0.5213
- อาชีพอื่น ๆ	-1.072703	0.764287	-1.403534	0.1605
รายได้ของนักท่องเที่ยว	2.05E-06	2.21E-06	0.925009	0.3550
งบประมาณที่ใช้ในการท่องเที่ยว	0.001952	0.001296	1.506638	0.1319
การโฆษณาประชาสัมพันธ์				
- ผ่านสื่อมวลชน	0.855885	0.544847	1.570872	0.1162
- ผ่านสถานทูต	0.162482	0.260737	0.623165	0.5332
- ผ่าน Agency	0.289807	0.695987	0.416398	0.6771
ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ				
- ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	0.123443	0.576121	0.214266	0.8303
- คุณภาพของสินค้าและบริการดี	0.929972	1.101036	0.844634	0.3983
- ราคาถูกกว่าท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่น ๆ	0.429941	0.493923	0.870462	0.3840
- ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	0.298933	1.329322	0.224876	0.8221
- สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.218134	0.168667	1.293282	0.1959
- ความสะอาดและบรรยากาศที่ดี	0.031926	0.891899	0.035796	0.9714
ปัญหาอุปสรรคที่พบ				
ปัญหาเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีปณิธานในการให้บริการ	-0.443540	0.506377	-0.875909	0.3811

ตาราง 13 (ต่อ)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ปัญหาการจัดเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยว				
ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	-0.270125	0.359327	-0.751751	0.4522
ปัญหาคนท้องถิ่นไม่เป็นมิตร	-0.248011	0.176564	-1.404648	0.1601
ปัญหาการคิดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของ ชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย	-0.201562	0.251284	-0.802128	0.4225
ปัญหาหลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์	-0.906700	0.618887	-1.465049	0.1429
ปัญหาทำร้ายร่างกาย	-0.049660	0.300496	-0.165259	0.8687
ปัญหาการฉ้อโกงทางเพศ	-0.503323	0.262991	-1.913839	0.0556
ปัญหาการข่มขืนกระทำชำเรา	-32.17456	4992068.	-6.45E-06	1.0000
Mean dependent var	0.482857	S.D. dependent var	0.500421	
S.E. of regression	0.482559	Akaike info criterion	1.382927	
Sum squared resid	75.44768	Schwarz criterion	1.669517	
Log likelihood	-216.0123	Hannan-Quinn criter.	1.497000	
Restr. Log likelihood	-242.3958	Avg. log likelihood	-0.617178	
LR statistic (6 df)	52.76697	McFadden R-squared	0.108845	
Probability (LR stat)	0.000958	Count R ²	0.571428	

เมื่อนำผลการทดสอบมาสร้างสมการการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาสามารถนำมาสร้างสมการทั่วไป

$$Y_i = \alpha_i + \sum \beta_i Z_i + U_i$$

โดยที่ Y_i คือ ตัวแปรตามที่แสดงพฤติกรรมตอบรับ (Response Variable)

Z_i คือ เมตริกของตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่แสดงลักษณะของผู้บริโภค

ที่จะอธิบาย Y_i^*

β_i คือ เวกเตอร์ค่าพารามิเตอร์

U_i คือ ค่าความผิดพลาด (disturbance term)

ได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

1. เพศ

เพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยที่ชาวต่างชาติเพศชายจะมีโอกาสตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าเพศหญิง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.872190

2. อาชีพ

อาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยที่ชาวต่างชาติที่เป็นนักศึกษาจะมีโอกาสตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าชาวต่างชาติที่ประกอบอาชีพกลุ่มอื่น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.234845

3. รายได้

รายได้อิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยที่ชาวต่างชาติที่มีรายได้สูงจะมีโอกาสตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าชาวต่างชาติที่มีรายได้น้อย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.00000205

4. งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยที่ชาวต่างชาติที่มีงบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูงจะมีโอกาสตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าชาวต่างชาติที่มีงบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.001952

5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์

การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยที่ชาวต่างชาติที่ได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสารมวลชนสูงจะมีโอกาสตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าชาวต่างชาติที่ได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากสื่ออื่น ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.855885

6. ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาโดยชาวต่างชาติที่ได้รับความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ดีจะมีโอกาสตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าชาวต่างชาติที่ได้รับความพึงพอใจด้านอื่น ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.929972

7. ปัญหาอุปสรรค

ปัญหาอุปสรรคมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยที่ชาวต่างชาติที่พบปัญหาด้านการถูกข่มขืน กระทำชำเราเป็นปัญหาที่มีอิทธิพลทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีโอกาสดังกล่าวไม่กลับมาเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าปัญหากลุ่มอื่น ๆ โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -32.1754

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ” เป็นการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ และประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติกับการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ

ในการศึกษานี้ได้ทำการการศึกษาในครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองพัทยา ในช่วงระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2547 จำนวน 350 คน ด้วยวิธีการสำรวจ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) โดยการนำข้อมูลที่รวบรวมมาเพื่ออธิบายลักษณะการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา และปัญหาอุปสรรคที่พบในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยอธิบายในรูปของตารางประกอบค่าสถิติอย่างง่าย และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) อาศัยวิธีการทางสถิติและคณิตศาสตร์ วิเคราะห์สมการถดถอย เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยากับตัวแปรอิสระ โดยการหาสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจ และปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ การกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เพื่อประมาณค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์พร้อมกับสร้างสมการ Logit Model เพื่อทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Eviews ช่วยในการประมวลผลข้อมูล ด้วยวิธีการ Binary Logit โดยผลการศึกษาที่ได้มีดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 350 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเพศหญิง 225 คน เพศชาย 125 คน มีช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี ช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ สูงกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมามีวุฒิมัธยมศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี และพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ รองลงมาคือ กลุ่มที่เป็นนักศึกษาซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับผู้ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 30,000 ดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้อยู่ในช่วง 30,001-60,000 ดอลลาร์สหรัฐ

พฤติกรรมในการท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการไปเที่ยวมากที่สุดในประเทศไทย คือจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ จังหวัดภูเก็ต และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความถี่ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ 1-5 ครั้ง ต่อปี และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก ส่วนการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ในครั้งต่อไป พบว่า นักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยายีกในครั้งต่อไป

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นเมืองที่มีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ดีและคุณภาพของสินค้าและบริการดี ซึ่งจัดอยู่ในปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับสูง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวที่เมืองพัทยามีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ดีและมีสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพอีกด้วย

ปัญหาอุปสรรคในการท่องเที่ยว

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาพบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ไม่มีการจัดเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รองมาคือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ไม่มีปณิธานในการให้บริการและการลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์ ซึ่งทั้ง 3 ปัญหาก็ยังอยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาพบปัญหาไม่มีการจัดเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยที่เจ้าหน้าที่ของรัฐ ไม่มีปณิธานในการให้บริการและพบกับปัญหาการลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์บ้างในบางครั้ง

ส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบน้อยที่สุด คือ คนท้องถิ่นไม่เป็นมิตรกับชาวต่างชาติ รองมาคือ การข่มขืนกระทำชำเราและการทำร้ายร่างกาย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาแทบจะไม่พบกับปัญหาคนท้องถิ่นไม่เป็นมิตรและปัญหาการถูกข่มขืนกระทำชำเราและการทำร้ายร่างกาย

ในส่วนของคำถามปลายเปิด ที่ถามถึงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการท่องเที่ยวมากนัก เพราะพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่คนท้องถิ่นมีความรู้และความเข้าใจในบริการ อีกทั้งการมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มทัวร์ (group tour) หรือผู้นำทัวร์ (tour leader) ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในการจัดท่องเที่ยวเมืองพัทยา ดังนั้นปัญหาอุปสรรคหรือการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานั้นจึงอยู่ที่ทัวร์นั้น ๆ มากกว่า

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยว

เมืองพัทยาของชาวต่างชาติ

ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกด้วยวิธี Binary Logit ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เพื่อประมาณค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์โดยสร้างสมการทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้ผลดังนี้

1. เพศ

เพศเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยาในทิศทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.872190 สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชายมีโอกาสที่จะตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยามากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง

2. อาชีพ

อาชีพเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยาในทิศทางลบ โดยค่าสัมประสิทธิ์ของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษาเท่ากับ -0.234845 ซึ่งมีทิศทางลบ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์มีค่าลบน้อยกว่ากลุ่มอาชีพอื่น สรุปว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษามีโอกาสที่จะตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยามากกว่านักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพกลุ่มอื่น

3. รายได้

รายได้เป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยาในทิศทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.00000205 สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง จะมีโอกาสตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าชาวต่างชาติที่มีรายได้น้อย

4. งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

งบประมาณเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยาในทิศทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.001952 สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูง จะมีโอกาสตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าชาวต่างชาติที่มีงบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่ำ

5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์

การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยาในทิศทางบวก โดยการโฆษณาผ่านทางสื่อสารมวลชนมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.855885 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่ออื่น ๆ สรุปได้ว่า หากมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวใหม่

ๆ ผ่านทางสื่อสารมวลชนให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสกลับมาเที่ยวมากกว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่ออื่น ๆ

6. ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยาในทิศทางบวก โดยค่าสัมประสิทธิ์ของความพึงพอใจด้านการได้รับสินค้าและบริการที่ดี มีค่าเท่ากับ 0.929972 ซึ่งมีค่ามากกว่าสัมประสิทธิ์ของความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ สรุปได้ว่า หากนักท่องเที่ยวได้รับสินค้าหรือการบริการที่ดีในการท่องเที่ยวจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา มากกว่าการได้รับความพึงพอใจจากด้านอื่น ๆ

7. ปัญหาอุปสรรค

ปัญหาอุปสรรคเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยาในทิศทางลบ โดยค่าสัมประสิทธิ์ของปัญหาด้านการถูกข่มขืนกระทำชำเรา มีค่าเท่ากับ -32.1754 ซึ่งมีค่าลบมากกว่า สัมประสิทธิ์ของปัญหากลุ่มอื่น ๆ สรุปว่า หากนักท่องเที่ยวที่ได้รับปัญหาด้านการถูกข่มขืนกระทำชำเราจะมีโอกาสทำให้ไม่กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าการได้รับปัญหาด้านอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็นซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและแนวทางในการวางแผนให้สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติในอนาคต ดังนี้

1. จากผลการสำรวจ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการไปเที่ยวมากที่สุดในประเทศไทย คือจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ จังหวัดภูเก็ต ดังนั้นในการสนับสนุนหรือส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของรัฐ จึงควรจัดให้มีสิทธิพิเศษแก่นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ตและพัทยายเป็นพิเศษ เช่น การทำเขตปลอดภาษีหรือ Duty Free เป็นต้น ส่วนผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ควรจัด

หารายการท่องเที่ยวที่จูงใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยการจัดแพ็คเกจทัวร์ให้มีรายการท่องเที่ยวเมืองพัทยาควบคู่กับเชียงใหม่และภูเก็ต เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2. จากผลสำรวจ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความถี่ในการท่องเที่ยวต่างประเทศ 1-5 ครั้ง ต่อปี และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก และยังพบว่า นักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาอีกครั้งต่อไป แสดงให้เห็นถึงนโยบายในการบริหารเมืองพัทยาที่ดำเนินการมาในทิศทางที่ถูกต้องแล้ว ดังนั้นจึงต้องมีการส่งเสริมหรือสนับสนุนให้ดีขึ้นต่อไป

3. จากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาคือ เป็นเมืองที่สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รวมถึงราคาถูกกว่าท่องเที่ยวในสถานที่อื่น ตลอดจนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้น ในการจัดทำแผนการท่องเที่ยวให้กับสถานที่ท่องเที่ยว ภาครัฐควรปรับปรุงและส่งเสริมในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนการให้ความสำคัญในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกด้วย

4. จากผลการศึกษาที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้ความสำคัญกับปัญหาการถูกข่มขืนกระทำชำเราและพบกับปัญหาการลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์บ้างในบางครั้ง ซึ่งจากผลการศึกษาดังกล่าว ถึงแม้ว่าจะเป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวไม่ได้พบมากนัก แต่รัฐควรหามาตรการป้องกัน อีกทั้งปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีประสิทธิภาพในการให้บริการ ซึ่งเป็นหน้าที่โดยตรงที่รัฐมีส่วนร่วม ดังนั้นการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ของรัฐให้มีหัวใจของการให้บริการ จึงควรจัดทำเป็นลำดับแรก ส่วนปัญหาไม่มีการจัดเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นั้น อาจสืบเนื่องมาจากความล่าช้าและนำสารสนเทศมาใช้โดยไม่เกิดประสิทธิผล ดังนั้น การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงเป็นแนวทางในการแก้ไขที่ดีที่สุดเช่นกัน ในส่วนปัญหาการลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์ ไม่เพียงแต่เจ้าหน้าที่บ้านเมืองเท่านั้น ประชาชนซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นก็สามารถช่วยกันสอดส่องดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของชาวต่างชาติได้ด้วยเช่นกัน

5. จากผลการศึกษาที่พบว่า ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการท่องเที่ยวมากนัก เพราะพัทลุงเป็นเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความรู้และความเข้าใจในบริการ อีกทั้งการมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทลุงของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มทัวร์ (group tour) หรือผู้นำทัวร์ (tour leader) ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในการจัดท่องเที่ยวเมืองพัทลุง ดังนั้นปัญหาอุปสรรคหรือการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทลุงนั้นจึงอยู่ที่ทัวร์นั้น ๆ มากกว่า ดังนั้นรัฐจึงควรมีระเบียบข้อบังคับให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดทำแผนการในการให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยมาตรฐานที่ดี

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

FACTORS RELATED TO TRAVEL IN PATTAYA BY FOREIGN TOURISTS

QUESTIONNAIRE

We are conducting a quality assessment study about tourist services in Pattaya. We would simply like to ask for your opinions. The survey will take approximately 10 minutes of your time. Please rest assured that your responses will be kept completely confidential.

Part I Demographics:

1. Gender

- Male Female

2. Age

- Below 20 21-30
 31-40 41-50
 over 50

3. Education

- Lower than University or College University Degree
 University or College Graduate Degree or Higher
 Graduate School or Higher

4. Occupation

- Have an occupation (Please select your occupation)
 Private Sector Employee Government Official
 State Enterprise Official Business Owner Other.....
 Don't have
 Student Unemployed

5. Income..... US. Dollars/year

Part II Consumer Behavior

This part is concerned about behavior in travelling in Thailand and Pattaya.

1. Where are the places which you would like to travel in Thailand? (Rang in order of preference 1 to 3)

1.1

1.2

1.3

2. How often do you travel aboard?

never

1-5 times/year

5-10 times/year

10-15 times/year

Over 15 times/year

3. How often do you travel in Thailand?

never

1-5 times/year

5-10 times/year

10-15 times/year

Over 15 times/year

4. Is this your first time in Pattaya?

Yes

No.....(specify)

5. If you have the opportunity to revisit Thailand, will you come back to Pattaya?

Yes

No

6. How much did you spend altogether in travelling to and staying in Pattaya?

.....US. Dollars

Part III Factors Related to Travelling in Pattaya

1. What factors made you decide to travel to Pattaya ?

(Using a five-point scale where 5 that means extremely important and 1 means not at all important)

		Extremely important				Not at all important
1	Promotion and advertising by mass communications media such as TV, newspapers and web-sites	5	4	3	2	1
2	Promotion and advertising by the Tourism Authority of Thailand	5	4	3	2	1
3	Promotion and advertising by a travel agency	5	4	3	2	1
4	Variety of tour services	5	4	3	2	1
5	Quality of services and products	5	4	3	2	1
6	Cheaper than other places	5	4	3	2	1
7	Security with regard to life and property	5	4	3	2	1
8	Convenience and comfort of the infrastructure	5	4	3	2	1
9	A clean and pleasant atmosphere	5	4	3	2	1

Part IV Problems to Travelling in Pattaya

1. What problem did you experience in Pattaya?

(Using a five-point scale where 5 means extremely and 1 means not at all)

		Extremely				Not at all
1	Government officials are not service-minded	5	4	3	2	1
2	There is insufficient information about travel services in Pattaya for tourists	5	4	3	2	1
3	The locals are not friendly to tourists	5	4	3	2	1
4	The price of service is higher than that for Thais	5	4	3	2	1
5	Experienced theft and robbery	5	4	3	2	1
6	Assault	5	4	3	2	1
7	Sexual harassment	5	4	3	2	1
8	Rape	5	4	3	2	1

2. Do you have any suggestions or opinions about problems regarding travelling to and staying in Pattaya?

Yes.....

.....

No

END OF INTERVIEW-THANK RESPONDENT

ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์ SPSS

GENDER gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 male	125	35.7	35.7	35.7
	2 female	225	64.3	64.3	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

NEWAGE newage

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 lower 20 years	47	13.4	13.4	13.4
	2 21-30	172	49.1	49.1	62.6
	3 31-40	82	23.4	23.4	86.0
	4 41-50	40	11.4	11.4	97.4
	5 more than 50	9	2.6	2.6	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

EDUCATIO education

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 High School	22	6.3	6.3	6.3
	3 Certificate/Vocational	9	2.6	2.6	8.9
	4 University Degree	240	68.6	68.6	77.4
	5 Graduate Degree or higher	79	22.6	22.6	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

JOB occupation

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 student	95	27.1	27.1	27.1
	2 Government officer/State enterprise	100	28.6	28.6	55.7
	3 Employee (Private sector)	89	25.4	25.4	81.1
	4 Business owner/Partnership	53	15.1	15.1	96.3
	6	13	3.7	3.7	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

INCOMEG

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	less than 30,000	169	48.3	48.3	48.3
	30,000-60,000	114	32.6	32.6	80.9
	more than 60,000	67	19.1	19.1	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

PLACE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 เชียงใหม่	174	49.7	49.7	49.7
	2 เชียงราย	23	6.6	6.6	56.3
	3 กระบี่	31	8.9	8.9	65.1
	4 ภูเก็ต	101	28.9	28.9	94.0
	5 ตรัง	4	1.1	1.1	95.1
	6 อุดรธานี	1	.3	.3	95.4
	7 อื่น ๆ	16	4.6	4.6	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

FREQUENC frequency

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	140	40.0	40.0	40.0
	2	97	27.7	27.7	67.7
	3	54	15.4	15.4	83.1
	4	21	6.0	6.0	89.1
	5	20	5.7	5.7	94.9
	6	2	.6	.6	95.4
	7	13	3.7	3.7	99.1
	10	1	.3	.3	99.4
	14	1	.3	.3	99.7
	20	1	.3	.3	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

THAIFQC

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	205	58.6	58.6	58.6
	1	145	41.4	41.4	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

THAITIME

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	205	58.6	58.6	58.6
	2	134	38.3	38.3	96.9
	3	5	1.4	1.4	98.3
	4	4	1.1	1.1	99.4
	5	2	.6	.6	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

DECISION making decision

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	181	51.7	51.7	51.7
	1 yes	169	48.3	48.3	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

NEWPRICE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 ต่ำกว่า 800 เหรียญ	189	54.0	54.0	54.0
	2 801-900 เหรียญ	1	.3	.3	54.3
	3 901-1000 เหรียญ	89	25.4	25.4	79.7
	4 มากกว่า 1000 เหรียญ	71	20.3	20.3	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

PR1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all important	40	11.4	11.4	11.4
	2	60	17.1	17.1	28.6
	3	151	43.1	43.1	71.7
	4	82	23.4	23.4	95.1
	5 extremely important	17	4.9	4.9	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

PR2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all important	22	6.3	6.3	6.3
	2	23	6.6	6.6	12.9
	3	112	32.0	32.0	44.9
	4	133	38.0	38.0	82.9
	5 extremely important	60	17.1	17.1	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

PR3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all important	26	7.4	7.4	7.4
	2	40	11.4	11.4	18.9
	3	137	39.1	39.1	58.0
	4	111	31.7	31.7	89.7
	5 extremely important	36	10.3	10.3	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

SATIS4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all important	19	5.4	5.4	5.4
	2	32	9.1	9.1	14.6
	3	149	42.6	42.6	57.1
	4	123	35.1	35.1	92.3
	5 extremely important	27	7.7	7.7	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

SATIS5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all important	7	2.0	2.0	2.0
	2	25	7.1	7.1	9.1
	3	90	25.7	25.7	34.9
	4	138	39.4	39.4	74.3
	5 extremely important	90	25.7	25.7	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

SATIS6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all important	33	9.4	9.4	9.4
	2	80	22.9	22.9	32.3
	3	116	33.1	33.1	65.4
	4	87	24.9	24.9	90.3
	5 extremely important	34	9.7	9.7	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

SATIS7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all important	5	1.4	1.4	1.4
	2	11	3.1	3.1	4.6
	3	59	16.9	16.9	21.4
	4	120	34.3	34.3	55.7
	5 extremely important	155	44.3	44.3	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

SATIS8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 not at all important	30	8.6	8.6	8.6
2	68	19.4	19.4	28.0
3	157	44.9	44.9	72.9
4	67	19.1	19.1	92.0
5 extremely important	28	8.0	8.0	100.0
Total	350	100.0	100.0	

SATIS9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 not at all important	8	2.3	2.3	2.3
2	18	5.1	5.1	7.4
3	61	17.4	17.4	24.9
4	166	47.4	47.4	72.3
5 extremely important	97	27.7	27.7	100.0
Total	350	100.0	100.0	

PROB1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 not at all	114	32.6	32.6	32.6
2	209	59.7	59.7	92.3
3	16	4.6	4.6	96.9
4	3	.9	.9	97.7
5 extreamly	8	2.3	2.3	100.0
Total	350	100.0	100.0	

PROB2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 not at all	48	13.7	13.7	13.7
2	239	68.3	68.3	82.0
3	38	10.9	10.9	92.9
4	18	5.1	5.1	98.0
5 extreamly	7	2.0	2.0	100.0
Total	350	100.0	100.0	

PROB3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 not at all	347	99.1	99.1	99.1
2	3	.9	.9	100.0
Total	350	100.0	100.0	

PROB4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all	202	57.7	57.7	57.7
	2	120	34.3	34.3	92.0
	3	24	6.9	6.9	98.9
	5 extremely	4	1.1	1.1	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

PROB5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all	190	54.3	54.3	54.3
	2	134	38.3	38.3	92.6
	3	19	5.4	5.4	98.0
	4	3	.9	.9	98.9
	5 extremely	4	1.1	1.1	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

PROB6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all	279	79.7	79.7	79.7
	2	62	17.7	17.7	97.4
	3	9	2.6	2.6	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

PROB7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all	217	62.0	62.0	62.0
	2	105	30.0	30.0	92.0
	3	25	7.1	7.1	99.1
	4	3	.9	.9	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

PROB8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 not at all	344	98.3	98.3	98.3
	2	3	.9	.9	99.1
	3	3	.9	.9	100.0
	Total	350	100.0	100.0	

ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์ Eviews

เพื่อประมาณค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์พร้อมกับสร้างสมการทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ เพศ อาชีพ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจและปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ เป็นตัวแปรนามบัญญัติ ซึ่งในการทดสอบในสมการถดถอยโลจิสติก ผู้ศึกษาต้องจัดทำเป็นตัวแปรอิสระดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นเป็นตัวแปรหุ่นที่มีค่าเท่ากับ 0 และ 1 เพื่อให้สามารถสร้างสมการเพื่อทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ตามสมการทั่วไป

$$Y_i = \alpha_i + \sum \beta_j Z_j + U_i$$

- โดยที่ Y_i คือ ตัวแปรตามที่แสดงพฤติกรรมตอบรับ (response variable)
 Z_j คือ เมตริกของตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่แสดงลักษณะของผู้บริโภคที่จะอธิบาย Y_i^*
 β_j คือ เวกเตอร์ค่าพารามิเตอร์
 U_i คือ ค่าความผิดพลาด (disturbance term)

ซึ่งในการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกด้วยวิธี Binary Logit ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และเพื่อให้สามารถสร้างสมการ โดยใช้โปรแกรม eview วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 และ 4 ได้นั้น จึงแปลงค่าระดับคะแนนในแบบสอบถามส่วนที่ 3 และ 4 ดังนี้

ในแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 กำหนดให้ค่าระดับคะแนนที่ระดับ ไม่มีความสำคัญ
 เลข มีค่า = 0 และให้ระดับคะแนนอื่น ๆ = 1

และในแบบสอบถาม ส่วนที่ 4 กำหนดให้ค่าระดับคะแนนที่ระดับ ไม่พบปัญหา
 เลข มีค่า = 0 และให้ระดับคะแนนอื่น ๆ = 1

ได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

แบบจำลองสมการโดยใช้วิธี Binary Logit

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Constant	-2.537682	1.666468	-1.522791	0.1278
เพศ	0.872190	0.253949	3.434516	0.0006
อาชีพ				
- นักศึกษา	-0.234845	0.283495	-0.828391	0.4074
- รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-0.655853	0.492773	-1.330943	0.1832
- พนักงานบริษัทเอกชน	-0.868064	0.404493	-2.146055	0.0319
- ธุรกิจส่วนตัว	-0.270977	0.422562	-0.641270	0.5213
- อาชีพอื่น ๆ	-1.072703	0.764287	-1.403534	0.1605
รายได้ของนักท่องเที่ยว	2.05E-06	2.21E-06	0.925009	0.3550
งบประมาณที่ใช้ในการท่องเที่ยว	0.001952	0.001296	1.506638	0.1319
การโฆษณาประชาสัมพันธ์				
- ผ่านสื่อมวลชน	0.855885	0.544847	1.570872	0.1162
- ผ่านสถานทูต	0.162482	0.260737	0.623165	0.5332
- ผ่าน Agency	0.289807	0.695987	0.416398	0.6771
ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ				
- ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	0.123443	0.576121	0.214266	0.8303
- คุณภาพของสินค้าและบริการดี	0.929972	1.101036	0.844634	0.3983
- ราคาถูกกว่าท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่อื่น ๆ	0.429941	0.493923	0.870462	0.3840
- ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	0.298933	1.329322	0.224876	0.8221
- สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.218134	0.168667	1.293282	0.1959
- ความสะอาดและบรรยากาศที่ดี	0.031926	0.891899	0.035796	0.9714
ปัญหาอุปสรรคที่พบ				
ปัญหาเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีประสิทธิภาพให้บริการ	-0.443540	0.506377	-0.875909	0.3811
ปัญหาการจัดเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	-0.270125	0.359327	-0.751751	0.4522

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ปัญหาคนท้องถิ่นไม่เป็นมิตร	-0.248011	0.176564	-1.404648	0.1601
ปัญหาการคิดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของ ชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย	-0.201562	0.251284	-0.802128	0.4225
ปัญหาหลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์	-0.906700	0.618887	-1.465049	0.1429
ปัญหาทำร้ายร่างกาย	-0.049660	0.300496	-0.165259	0.8687
ปัญหาการลวนลามทางเพศ	-0.503323	0.262991	-1.913839	0.0556
ปัญหาการข่มขืนกระทำชำเรา	-32.17456	4992068.	-6.45E-06	1.0000

Mean dependent var	0.482857	S.D. dependent var	0.500421
S.E. of regression	0.482559	Akaike info criterion	1.382927
Sum squared resid	75.44768	Schwarz criterion	1.669517
Log likelihood	-216.0123	Hannan-Quinn criter.	1.497000
Restr. Log likelihood	-242.3958	Avg. log likelihood	-0.617178
LR statistic (6 df)	52.76697	McFadden R-squared	0.108845
Probability (LR stat)	0.000958	Count R ²	0.571428

โดยแสดงได้ตามสมการ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 Y_i = & -2.537682 + 0.872190 Z_1 - 0.234845 Z_{21} - 0.655853 Z_{22} - 0.868064 Z_{23} - \\
 & 0.270977 Z_{24} - 1.072703 Z_{25} + 0.00000205 Z_3 + 0.001952 Z_4 + 0.855885 Z_{51} + \\
 & 0.162482 Z_{52} + 0.289807 Z_{53} + 0.123443 Z_{61} + 0.929972 Z_{62} + 0.429941 Z_{63} + 0.298933 \\
 & Z_{64} + 0.218134 Z_{65} + 0.031926 Z_{66} - 0.443540 Z_{71} - 0.270125 Z_{72} - 0.248011 Z_{73} - \\
 & 0.201562 Z_{74} - 0.906700 Z_{75} - 0.049660 Z_{76} - 0.503323 Z_{77} - 32.17456 Z_{78}
 \end{aligned}$$

โดยที่

Y_i คือ การตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

= 1 คือ การกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

= 0 คือ การไม่กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

Z_1 คือ เพศ

= 1 ถ้าตัวอย่างเป็นเพศชาย

= 0 ถ้าตัวอย่างเป็นเพศหญิง

Z_2 คือ อาชีพ

Z_{21} = 1 ถ้าตัวอย่างเป็นนักศึกษา

= 0 ถ้าไม่ใช่

Z_{22} = 1 ถ้าตัวอย่างรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

= 0 ถ้าไม่ใช่

Z_{23} = 1 ถ้าตัวอย่างเป็นพนักงานเอกชน

= 0 ถ้าไม่ใช่

Z_{24} = 1 ถ้าตัวอย่างประกอบธุรกิจส่วนตัว

= 0 ถ้าไม่ใช่

Z_{25} = 1 ถ้าตัวอย่างประกอบอาชีพอื่น ๆ

= 0 ถ้าไม่ใช่

Z_3 คือ รายได้ของนักท่องเที่ยว

Z_4 คือ งบประมาณที่ใช้ในการท่องเที่ยว

Z_5 คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

Z_{51} = 1 ถ้าตัวอย่างได้รับการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน

= 0 ถ้าไม่ใช่

Z_{51} = 1 ถ้าตัวอย่างได้รับการโฆษณาผ่านสถานทูต

= 0 ถ้าไม่ใช่

Z_{52} = 1 ถ้าตัวอย่างได้รับการโฆษณาผ่าน Agency

= 0 ถ้าไม่ใช่

Z_6 คือ ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ

$$\begin{aligned} Z_{61} &= 1 \text{ ถ้ามีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_{62} &= 1 \text{ ถ้ามีคุณภาพของสินค้าและบริการดี} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_{63} &= 1 \text{ ถ้าราคาถูกกว่าท่องเที่ยวในสถานที่อื่น ๆ} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_{64} &= 1 \text{ ถ้ามีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_{65} &= 1 \text{ ถ้ามีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_{66} &= 1 \text{ ถ้ามีความสะอาดและบรรยากาศที่ดี} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

Z_7 คือ ปัญหาอุปสรรค

$$\begin{aligned} Z_{71} &= 1 \text{ ถ้ามีปัญหาเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่มีปณิธานในการให้บริการ} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_{72} &= 1 \text{ ถ้ามีปัญหาการจัดเตรียมข้อมูลในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว} \\ &\text{ชาวต่างชาติ} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_{73} &= 1 \text{ ถ้ามีปัญหาคอนท้องถิ่นไม่เป็นมิตร} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_{74} &= 1 \text{ ถ้ามีปัญหาคิดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ} \\ &\text{มากกว่าคนไทย} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z_{75} &= 1 \text{ ถ้ามีปัญหาลักขโมยหรือปล้นชิงทรัพย์} \\ &= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่} \end{aligned}$$

$$Z_{76} = 1 \text{ ถ้ามีปัญหาทำร้ายร่างกาย}$$

$$= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่}$$

$$Z_{77} = 1 \text{ ถ้ามีปัญหาการลวนลามทางเพศ}$$

$$= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่}$$

$$Z_{78} = 1 \text{ ถ้ามีปัญหาการข่มขืนกระทำชำเรา}$$

$$= 0 \text{ ถ้าไม่ใช่}$$

และผลการวิเคราะห์ถดถอยด้วยวิธี Binary Logit ของการตัดสินใจเลือกใช้
บริการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา สามารถอธิบายความแม่นยำของแบบจำลองโลจิส
Count R² เท่ากับ 0.571428
(จากตาราง 13 ในการวิเคราะห์โดยใช้ โปรแกรม Eviews)

$$\text{ซึ่ง} \quad \text{Count R}^2 = \frac{\text{จำนวนข้อมูลที่ประมาณค่าได้ถูกต้อง}}{\text{จำนวนข้อมูลที่นำมาศึกษาทั้งหมด}}$$

โดยที่ Prob (y=1) > 0.5 จะได้ค่าคาดการณ์ (Predicted) = 1

Prob (y=1) < 0.5 จะได้ค่าคาดการณ์ (Predicted) = 0

โดยเป็นการคำนวณจากผลการประมาณค่าที่ได้ โดยจะแปลงผลการประมาณค่า
ซึ่งเป็นค่าของความน่าจะเป็น (probabilistic prediction) ให้เป็นผลการประมาณค่าที่มี
ลักษณะไม่ต่อเนื่อง ทั้งนี้ การที่กำหนดให้ค่า 0.5 เป็นเกณฑ์ในการจัดสรรข้อมูล เพื่อให้
Type 1 Error และ Type 2 Error สมดุลกัน

EViews - [Equation: FINAL Workfile: CONING]				
File Edit Objects View Proc Quick Options Window Help				
View Proc Objects Print Name Freeze Estimate Forecast Stats Resids				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-2.537682	1.666468	-1.522791	0.1278
Z11	0.872190	0.253949	3.434516	0.0006
Z31	-0.234845	0.283495	-0.828391	0.4074
Z32	-0.655853	0.492773	-1.330943	0.1832
Z33	-0.868064	0.404493	-2.146055	0.0319
Z34	-0.270977	0.422562	-0.641270	0.5213
Z36	-1.072703	0.764287	-1.403534	0.1605
Z5	2.05E-06	2.21E-06	0.925009	0.3650
Z6	0.001952	0.001296	1.506638	0.1319
PR1	0.855885	0.544847	1.570872	0.1162
PR2	0.162482	0.260737	0.623165	0.5332
PR3	0.289607	0.695987	0.416398	0.6771
SAT4	0.123443	0.576121	0.214266	0.8303
SAT5	0.929972	1.101036	0.844634	0.3963
SAT6	0.429941	0.493923	0.870462	0.3840
SAT7	0.298933	1.329322	0.224876	0.8221
SAT8	0.218134	0.168667	1.293282	0.1959
SAT9	0.031926	0.891899	0.035796	0.9714
PB1	-0.443540	0.506377	-0.875909	0.3811
PB2	-0.270125	0.359327	-0.751751	0.4522
PB3	-0.248011	0.176564	-1.404648	0.1601
PB4	-0.201562	0.251284	-0.802128	0.4225
PB5	-0.906700	0.618887	-1.465049	0.1429
PB6	-0.049660	0.300496	-0.165259	0.8687
PB7	-0.503323	0.262991	-1.913839	0.0556
PB8	-32.17456	4992068.	-6.45E-06	1.0000
Mean dependent var	0.482857	S.D. dependent var	0.500421	
Path = c:\windows DB = none WF = coning				
Mean dependent var	0.482857	S.D. dependent var	0.500421	
S.E. of regression	0.482559	Akaike info criterion	1.382927	
Sum squared resid	75.44768	Schwarz criterion	1.669517	
Log likelihood	-216.0123	Hannan-Quinn criter.	1.497000	
Restr. log likelihood	-242.3958	Avg. log likelihood	-0.617178	
LR statistic (25 df)	52.76697	McFadden R-squared	0.108845	
Probability(LR stat)	0.000958			
Obs with Dep=0	181	Total obs	350	
Obs with Dep=1	169			
Path = c:\windows DB = none WF = coning				

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองสถิติและวิจัย. (2544). สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2544 ภาคตะวันออก. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองสถิติและวิจัย. (2545 ก). บรรยายสรุปเมืองพัทยา กองวิชาการและแผนงาน งานวิจัยและประเมินผล ส.ค. 2545. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองสถิติและวิจัย. (2545 ข). สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2545 ภาคตะวันออก. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองสถิติและวิจัย. (2546). สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2546 ภาคตะวันออก. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ฉัตรชัย ปานเฟื่อง. (2543). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธงชัย ฐิบัติวิริยะ. (2541). อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี พ.ศ.2530-2540. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- นิภาภัทร จันทรวงศ์. (2545). การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปวีท วิชชุลดา. (2539). ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- มาลีรัตน์ สุขศรี. (2540). การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
ที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย โดยทางอากาศ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมธา ชำนิ. (2544). แบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยว: ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้จาก
นักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2533). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช.
- วุฒิเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล. (2528). รายงานการวิจัยเรื่องผลทางด้านเศรษฐกิจ
ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการวิชาการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สถาบันการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวนานาชาติ (I-tim). (ม.ป.ป.). การศึกษาจัดทำ
แผนการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล นายธนชัย พลอยสุภผล
วัน เดือน ปี เกิด 17 เมษายน 2524
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุข
มหาเมฆ ปีการศึกษา 2541
สำเร็จปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิต
จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2544
ตำแหน่งหน้าที่
การทำงานปัจจุบัน บริษัท คีโนะคุนิยะ บুকสโตร์ (ประเทศไทย) จำกัด

