



พุดติกรรมการท่องเทียวเมืองพัททยาของนักท่องเทียวชาวไทย

จิรายุ อัครวิบูลย์กิจ

สารนิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2551
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

BEHAVIORS OF THAI TOURISTS IN PATTAYA CITY

JIRAYU AKKARAWIBOONKIJ

A THEMATIC PAPER PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS


2008


COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์ พหุติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ชื่อผู้เขียน นายจิรายุ อัครวิบูลย์กิจ
คณะ เศรษฐศาสตร์

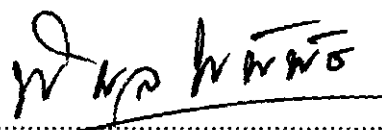
คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้ เห็นควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์บุญกิจ ว่องไวกิจไพศาล)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วลัยลดา วิวัฒน์พนชาติ)

อนุมัติให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรามคำแหง


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุพิพิธ)

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์บุญกิจ ว่องไวกิจไพศาล ประธานที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร. วัลย์สดา วิวัฒน์พนชาติ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่กรุณา เสียสละเวลา ในการให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้ ทำให้ สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ เจ้าหน้าโครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อข้อมูลสำหรับการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ขอขอบคุณ คุณนุสรา สิ้นสุข ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการ เรียบเรียง จัดพิมพ์ และตรวจทาน ตลอดจนคุณนภาพร โพธิ์ฉิม ที่ให้ความช่วยเหลือ ในการวิเคราะห์ข้อมูล และเป็นธุระในด้านอื่น ๆ ที่ผู้เขียนขาดความชำนาญ

ทั้งนี้หากสารนิพนธ์ฉบับนี้มีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียน ขออ้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

จิรายุ อัครวิบูลย์กิจ

ABSTRACT

Thematic Paper's Title Behaviors of Thai Tourists in Pattaya City

Student's Name Mr. Jirayu Akkarawiboonkij

Degree Sought Master of Economics

Academic Year 2008

Advisory Committee

1. Assoc. Prof. Boonkij Wongwaikijphaisal Chairperson
2. Assoc. Prof. Wallada Wiwatpanashart

This thematic paper investigates and compares the behaviors of Thai tourists in Pattaya City using gender and other demographical characteristics as putative determinants of behaviors.

By means of the accidental sampling method, 310 Thai tourists visiting Pattaya City were selected as members of the sample population. The instrument of research was a self-administered questionnaire.

The descriptive statistics technique of percentage was utilized in the analysis of the data obtained. Additionally, the odds ratio technique was also employed in computing ratios for purposes of comparison.

Findings are as follows:

The majority of the Thai tourists visiting Pattaya City were females with an average age lower than twenty-five and who were unmarried and

holders of a bachelor's degree. The majority were students with a monthly income between 5,000 and 10,000 baht.

The test of the hypothesis postulated for this thematic paper shows that Thai tourists visiting Pattaya City who differed in gender concomitantly exhibited differences in tourism behaviors.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(5)
กิตติกรรมประกาศ.....	(7)
สารบัญตาราง.....	(10)
สารบัญภาพประกอบ.....	(11)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	6
ขอบเขตของการศึกษา.....	6
สมมติฐานของการศึกษา.....	6
วิธีการศึกษา.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
ทฤษฎีและแนวคิด.....	11
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	28
3 การท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	33
สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ.....	33
สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	45
สถิติการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	53
ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยอุปสรรคการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	58

	หน้า
4 ผลการศึกษา.....	60
ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวใน เขตเมืองพัทยา.....	61
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มา เที่ยวในเขตเมืองพัทยา.....	63
ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวเมืองพัทยาโดยเปรียบเทียบของหญิงต่อชาย.....	69
5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	96
สรุปผลการศึกษา.....	96
ข้อเสนอแนะ.....	101
ภาคผนวก	
ก ค่าทางสถิติที่ได้จากการประมวลผล.....	102
ข แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา.....	109
บรรณานุกรม.....	114
ประวัติผู้เขียน.....	116

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาระหว่างปี พ.ศ. 2538-2549.....	3
2	ปริมาณการใช้น้ำประปาปี พ.ศ. 2548.....	40
3	สถิติผู้ใช้ไฟฟ้า พ.ศ. 2548.....	41
4	สถิติประชากรในเขตเมืองพัทยา ปี พ.ศ. 2546-2548.....	42
5	สถิติผู้มาเยี่ยมเยือนเมืองพัทยาปี พ.ศ. 2548.....	54
6	สถิติรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเมืองพัทยาปี พ.ศ. 2548.....	54
7	สถิติผู้มาเยือนและรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเมืองพัทยาปี พ.ศ. 2547-2548.....	55
8	เปรียบเทียบการท่องเที่ยวเมืองพัทยาปี พ.ศ. 2547-2548.....	56
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำแนกตามเพศและข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา.....	61
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำแนกตามเพศและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	64
11	ค่า Odds ratio ระหว่างเพศหญิงกับเพศชายที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	70
12	การทดสอบ Odds ratio ระหว่างเพศหญิงกับเพศชายที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	74

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ		หน้า
1	อรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์เพิ่ม.....	19
2	เส้นความพอใจเท่ากัน.....	25
3	เส้นงบประมาณ.....	27

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ และสังคม การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งนำมาสู่การจ้างงาน และการสร้างอาชีพทั้งในภาคการท่องเที่ยวโดยตรงและการจ้างงานในภาคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งในภาพรวมจะนำไปสู่การสร้างความสำเร็จเติบโตทางเศรษฐกิจ และความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะทำให้เกิดการพัฒนาสาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม ความสะดวกต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ยกกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ให้ดีขึ้น อีกทั้งยังช่วยเพิ่มจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน นำมาซึ่งการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีจิตสำนึก การเดินทางท่องเที่ยวยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้แก่ นักท่องเที่ยว ได้นำความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการเดินทางมาปรับใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมให้ดีขึ้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติให้เกิดสันติภาพและความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ด้วยเหตุนี้ ประเทศต่าง ๆ จึงพยายามที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในประเทศของตนเองให้มากที่สุด โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงาม และมีคุณค่าทั้งทางด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทยล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวต้องเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเยือนประเทศไทยอย่างมหาศาล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549ข, หน้า 20)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตคนเราก่อนข้างมาก เนื่องจากความเครียดและความวุ่นวายในการทำงาน ความแออัด และสภาพแวดล้อมของสังคมเมือง ทำให้ผู้คนต้องอาศัยการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดและเสริมสร้างความสุขทางจิตใจ รัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้รณรงค์ส่งเสริมให้คนไทยเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น แทนที่จะไปท่องเที่ยวในต่างประเทศซึ่งทำให้สูญเสียเงินตราต่างประเทศ โดยเริ่มตั้งแต่ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) เรื่อยมาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเปิดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2546 สามารถส่งเสริมการตลาดระยะใกล้ภายในภูมิภาคได้มากขึ้น และจากสถานการณ์ในปัจจุบันที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นทั่วโลก สามารถใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการฟื้นตัวและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ จะเห็นว่าประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสามารถเพิ่มการจ้างงานและเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูง และก่อให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549, หน้า 25-26)

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาค สำหรับเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีนั้น เป็นเมืองหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 150 กิโลเมตร มีชายหาดยาวถึง 15 กิโลเมตร ทั้งนี้ พัทยาเป็นชายหาดที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำซึ่งอยู่ทางด้านตะวันออกของอ่าวไทย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเข้ามาท่องเที่ยวที่พัทยาเป็นจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนเป็นจำนวนมาก

ตาราง 1

จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาระหว่างปี พ.ศ. 2538-2549

ปี (พ.ศ.)	จำนวน นักท่องเที่ยว รวม (คน)	รายได้ จากการ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	จำนวน นักท่องเที่ยว ชาวไทย (คน)	รายได้ จากการ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)
2538	2,585,632	23,595.58	604,975	3,360.36
2539	2,668,728	35,310.95	631,826	4,480.46
2540	2,520,006	28,005.46	700,657	4,406.96
2541	2,749,138	32,743.88	613,159	4,352.67
2542	2,986,438	34,928.88	637,917	4,657.10
2543	3,151,601	37,893.23	683,630	5,173.02
2544	3,331,771	39,953.76	720,364	5,587.03
2545	3,604,542	42,392.44	799,862	6,218.78
2546	3,610,812	40,194.25	896,524	7,743.61
2547	4,308,901	48,671.72	1,062,932	9,753.49
2548	4,571,670	48,522.13	1,155,319	8,441.67
2549	5,325,673	53,244.11	1,357,283	9,289.02

ที่มา. จาก โครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ปี 2549 (หน้า 36), โดย
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549ก, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

หากพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในช่วงที่ผ่านมา นั้น โดยรวมแล้วมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 จนมาถึงปี พ.ศ. 2549 ดังปรากฏในตาราง 1

ในปี พ.ศ. 2550 เมืองพัทยาได้ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3 ดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองพัทยายปี พ.ศ. 2550 ซึ่งเมืองพัทยา

เมืองแห่งการท่องเที่ยวที่ล้ำสมัย และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ติดอันดับต้น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเยือนเมืองพัทยาเป็นจำนวนมาก ซึ่งรวมไปถึงสถานประกอบการ โรงแรม ร้านอาหาร ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว จึงได้มีนโยบายดำเนินโครงการนี้ขึ้น โดยตั้งงบประมาณอุดหนุนประจำปี พ.ศ. 2550 เป็นงบประมาณจำนวน 2.5 ล้านบาท รวมกับงบประมาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3 อีกจำนวน 1.4 ล้านบาท รวมเป็นเงินงบประมาณทั้งสิ้น 3.9 ล้านบาท และมีการคาดการณ์ว่าจ้างบริษัทเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ให้เข้ามารับเหมาดำเนินการให้กับเมืองพัทยา ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองพัทยา เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก และยังเป็นการประชาสัมพันธ์เมืองพัทยาทั้งในและต่างประเทศอีกด้วย

เพื่อเป็นการรองรับการเพิ่มขึ้น ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ยังคงเพิ่มอย่างต่อเนื่อง เมืองพัทยาจึงกำหนดแผนรองรับการเติบโตโดยมุ่งเน้นการรักษาความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รวมถึงการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมแล้วให้ดีขึ้น และเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ถือได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของเมืองพัทยาเป็นอย่างมาก การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะช่วยเพิ่มการจ้างงานเพิ่มรายได้ของประเทศ ลดการขาดดุลการชำระเงิน และการกระจายรายได้ ซึ่งเมืองพัทยาเป็นเมืองที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและความหลากหลายทางแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามายังเมืองพัทยามีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเมืองพัทยาจึงมีการกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 7) ดังนี้

1. ส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เดินทางมาสู่เมืองพัทยา เพื่อได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาเพิ่มพูนเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยรับค่าวน
2. ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี)

3. อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์เมืองพัทยาให้ดีที่สุด
4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้ได้มาตรฐานที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน
5. เพิ่มความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ให้สามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของตนเองและหมูกณะ
6. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวให้แก่คนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น
7. สร้างกำลังคนที่เป็นคนไทย เข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด
8. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
9. สนับสนุนและให้ความร่วมมือกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล
10. ประชาสัมพันธ์จัดงานท่องเที่ยวเมืองพัทยาในทุก ๆ ปี (pattaya music festival) ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากขึ้นประกอบกับเพื่อบรรลุตามนโยบายส่งเสริมให้คนไทยเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ จึงควรมีการส่งเสริมการวิจัย ตลอดจนการประเมินผล รวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติต่าง ๆ อันเป็นตัวชี้วัดให้ทราบถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นระยะ ๆ โดยต่อเนื่อง ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนนโยบาย มาตรการ และแผนปฏิบัติด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้เกิดประโยชน์สูงสุด เชื่อถือได้ และตรงกับสภาพการณ์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเปรียบเทียบของหญิงต่อชาย

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษานี้จะศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีเท่านั้น และข้อมูลที่ใช้ศึกษาจะเป็นข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2550 ถึง ปี พ.ศ. 2551

สมมติฐานของการศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาที่มีเพศที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาแตกต่างกัน

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จะได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถาม จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 310 ตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ระยะเวลาเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2551

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ ข้อมูลสถิติและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ งานวิจัย เอกสาร และสิ่งพิมพ์ของหน่วยงานต่าง ๆ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้ใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร จากสูตร ดังนี้ (Lyman อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549, หน้า 48)

$$N = \frac{P(1 - P)(Z)^2}{e^2}$$

โดย

N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
P	แทน	ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด
e	แทน	ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง
Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

ซึ่งที่นิยมใช้กันมี 2 ระดับ ได้แก่

ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่า Z จากตารางมีค่าเท่ากับ 1.96

ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% ค่า Z จากตารางมีค่าเท่ากับ 2.58

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็น 60% หรือ 0.60 จากประชากรทั้งหมด กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} N &= \frac{(0.5)(1 - 0.6)(1.96)^2}{0.05^2} \\ &= \frac{(0.5)(0.4)(3.8416)}{0.0025} \\ &= \frac{0.76832}{0.0025} \end{aligned}$$

= 307.328 หรือ 310 ตัวอย่าง

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ตอบแบบสอบถามจำนวน 310 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) เป็นการเลือกหน่วยตัวอย่างให้ครบ 310 ตัวอย่าง โดยไม่มีกฎเกณฑ์ใด ๆ เพียงแต่หน่วยตัวอย่างนั้น เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวเมืองพัทยา

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา โดยการศึกษาข้อมูลครั้งนี้ ใช้โปรแกรม SPSS Version 13.0 ในการคำนวณ

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว (tourism) หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นที่เป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้หรือทำงานประจำ

อุปสงค์การท่องเที่ยว (tourism demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของ

นักท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีความสามารถและเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดได้ในระยะเวลานั้น ๆ

นักท่องเที่ยว (tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อาทิ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อธุรกิจ เพื่อสุขภาพ เพื่อการประชุมหรือสัมมนา เพื่อทัศนศึกษา เพื่อเยี่ยมญาติ/มิตร เพื่อกิจกรรมทางศาสนา เพื่อการศึกษา ฯลฯ แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ณ สถานที่นั้นและจะต้องใช้เวลาในสถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมงและ/หรือมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน

เมืองพัทยา หมายถึง องค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ (city manager) ซึ่งมีรูปแบบการปกครองเป็นพิเศษเหมือนกับกรุงเทพมหานคร คือ มีการเลือกตั้ง มีการปกครองตนเอง

คนท้องถิ่น หมายถึง ผู้ที่อาศัยและประกอบอาชีพในเมืองพัทยาซึ่งมีถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดชลบุรี

คนต่างถิ่น หมายถึง คนที่อาศัยและประกอบอาชีพในเมืองพัทยา ซึ่งมีชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ได้มีถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดชลบุรี แต่ได้อพยพมาตั้งถิ่นฐานหรือทำมาหากินในภายหลัง

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (tourism industry) หมายถึง อุตสาหกรรมใด ๆ ที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรไทย โดยมีค่าตอบแทน และหมายถึง

1. ธุรกิจประเภทที่พัก เช่น ธุรกิจโรงแรม เกสต์เฮาส์ สถานที่ตากอากาศ
2. ธุรกิจประเภทคมนาคมขนส่ง เช่น ธุรกิจการบิน รถไฟ รถทัวร์
3. ธุรกิจประเภทบริการ เช่น ธุรกิจจัดนำเที่ยว
4. ธุรกิจประเภทเครื่องค้ำ เช่น ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร
5. ธุรกิจประเภทการค้า เช่น ร้านค้าอัญมณี ของที่ระลึก

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand) คืออัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่ผู้ซื้อต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง เพื่อตอบสนองต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอื่น ๆ ที่เป็นตัวกำหนดปริมาณซื้อ

อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (actual demand) หมายถึงจำนวนประชากรหรือผู้คนที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวได้จริง เป็นอุปสงค์ที่มีความครบถ้วนตามความหมายของอุปสงค์ คือมีความต้องการ มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (potential demand) ได้แก่ จำนวนประชากรหรือนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางโดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ด้านความต้องการแล้วแต่ยังขาดองค์ประกอบด้านการเงิน เวลา และหรือการจัดการเพื่อการเดินทางอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ศักยภาพอาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากกระบวนการตลาดให้ความสำคัญและเข้ามาแก้ปัญหาเรื่องของการให้เครดิตการจัดการอำนวยความสะดวกเรื่องการเดินทาง

อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจจะกล้อยตามได้ (deferred demand) เป็นอุปสงค์ที่อาจจะกลายเป็นอุปสงค์ชนิดที่ 1 และชนิดที่ 2 ได้ ภายใต้สมมติฐานว่ามนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวอยู่ อุปสงค์ประเภทที่ 3 นี้จะเป็นอุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้และความต้องการ การที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ใดที่หนึ่ง เนื่องจากไม่มีข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวนี้รวมทั้งบางครั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้วย (เงิน เวลา การจัดการ) อุปสงค์ชนิดนี้อาจใช้ระบบช่องทางการขายอย่างโฆษณาให้ถูกต้องแล้วกระตุ้นให้กลายเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวไม่ยาก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำมาเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจลงทุน หรือดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของเมืองพัทยา และกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และวางแผนพัฒนาเพื่อจัดสินค้าและบริการมาตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมตลอดจนนำไปใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เรียงตามลำดับ ดังนี้

1. ทฤษฎีอุปสงค์
2. ทฤษฎีอรรถประโยชน์
3. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ทฤษฎีและแนวคิด

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ (demand) ในความหมายทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ความต้องการสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (มีความสามารถที่จะซื้อได้) ภายในระยะเวลาที่กำหนด ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าและบริการชนิดนั้น หรือ ณ ระดับรายได้ต่าง ๆ กันของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จากความหมายของอุปสงค์ข้างต้น สามารถแบ่งอุปสงค์ออกได้เป็น 3 ชนิด (Nicholson อ้างถึงใน นราทิพย์ ชูติวงศ์, 2544, หน้า 25-28)

1. อุปสงค์ต่อราคา (price demand)
2. อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand)
3. อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น หรืออุปสงค์ไขว้ (cross demand)

ส่วนใหญ่ นักเศรษฐศาสตร์จะอ้างถึง หรือกล่าวถึงอุปสงค์ต่อราคาเป็นหลัก ดังนั้น เมื่อมีการกล่าวถึงอุปสงค์ ก็มักจะเข้าใจได้ว่ากำลังพิจารณาอุปสงค์ต่อราคานั้นเอง กฎของอุปสงค์ จากการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อ กับราคาของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นจริงกับสินค้าทุกชนิด

จึงได้กำหนดออกมาเป็นกฎอุปสงค์ไว้ว่า “ปริมาณของสินค้าและบริการชนิดหนึ่งชนิดใดที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ย่อมแปรผันเป็นปฏิภาคส่วนกลับกับระดับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ” กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าลดลง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นจะสูงขึ้น แต่เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นจะลดลง (Nicholson อ้างถึงใน นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2544, หน้า 25-28)

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ จากพื้นฐานทฤษฎีอุปสงค์ จะเห็นว่าอุปสงค์ของสินค้าและบริการจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ ซึ่งมีอยู่หลายปัจจัย กล่าวคือ

1. ราคาของสินค้าและบริการ
2. รายได้
3. รสนิยม
4. ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง

ทำให้มีการศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์ของผู้บริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง เพื่อดูว่าปัจจัยใดบ้างที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์

เราสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อ กับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ได้ ด้วยสมการทางคณิตศาสตร์ ดังนี้

$$Q = f(P, I, T, P_y, \text{etc.})$$

$$Q = \text{ปริมาณความต้องการสินค้า}$$

$$P = \text{ราคาของสินค้าและบริการ}$$

$$I = \text{ระดับรายได้}$$

$$T = \text{รสนิยมของผู้บริโภค}$$

$$P_y = \text{ราคาของสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง}$$

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand) เป็นการวัดการไหวตัวของ ปริมาณความต้องการสินค้า ต่อ การเปลี่ยนแปลงของตัวกำหนดอุปสงค์ ดังนั้นความ ยืดหยุ่นของอุปสงค์ ก็คือ เปอร์เซนต์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่เป็นปัจจัยกำหนด อุปสงค์ ที่ทำให้มีเปอร์เซนต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณความต้องการสินค้า ค่าความ ยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่คำนวณได้ แบ่งออกได้เป็น 5 ชนิด ดังนี้ (Nicholson อ้างถึงใน นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2544, หน้า 25-28)

1. อุปสงค์ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelastic demand) กรณีนี้ ปริมาณ ความต้องการสินค้าจะไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไป
2. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (relatively inelastic demand) คือ อัตราการ เปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการสินค้า จะน้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของตัว แปรที่กำหนดอุปสงค์
3. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elastic demand) คือ อัตราการ เปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการสินค้า จะเท่ากับอัตราการเปลี่ยนแปลงของตัว แปรที่กำหนดอุปสงค์
4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (relatively elastic demand) คือ อัตราการ เปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการสินค้า จะมากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของตัว แปรที่กำหนด
5. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด (perfectly elastic demand) กรณีนี้ปริมาณ ความต้องการสินค้าจะเพิ่มขึ้น โดยไม่จำกัด แม้ตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์จะไม่มีการ เปลี่ยนแปลง

อุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปใช้ บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดย นักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการความสามารถและเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่

กำหนดได้ในเวลานั้นๆ ด้วย โดยอุปสงค์ของคาร์ท่องเที่ยวจะประกอบไปด้วย
(Mathieson & Wall, 1982, pp. 127-129)

1. ฤดูกาลท่องเที่ยวได้แก่ ลักษณะของภูมิอากาศ ภูมิประเทศ หรือประเพณีต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทางกายภาพ ที่มีความเอื้อหรืออุปสรรคต่อการเดินทาง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผลต่อการออกเดินทางของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะสวยงามและน่าสนใจในเฉพาะบางฤดูเท่านั้น นอกจากนี้ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรมก็จำเป็นต้องผนวกกับความพร้อมของผู้เดินทาง คือมีวันหยุดประจำปี หรือวันหยุดภาคเรียน ดังนั้นรัฐบาลจึงได้กำหนดให้มีวันหยุดอันยาวนานในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น อุปสงค์ในการออกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนี้ก็จะเพิ่มมากกว่าฤดูกาลในช่วงดังกล่าวได้

2. ระยะเวลาพัก ความต้องการที่พักเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของอุปสงค์การท่องเที่ยวและเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่จะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์อื่น ๆ ตามมา เช่น การซื้ออาหาร การใช้บริการอื่น ๆ เป็นต้น

3. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เนื่องจากความต้องการเดินทางอาจจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในแง่ลด เมื่อมีปัจจัยบางประการมากระทบ เช่น สถานการณ์เศรษฐกิจผันผวนเกิดภาวะการว่างงาน ภาวะวิกฤติการณ์น้ำมันขึ้นราคาสถานการณ์ความไม่มั่นคงทางการเมืองและความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากนี้ความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงยังอาจเกิดจากปัจจัยใจภายในตัวของนักท่องเที่ยวเอง เช่น มีความจำเป็นต้องใช้เงินที่เก็บไว้เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวไปใช้จ่ายอย่างอื่นที่จำเป็นกว่าหรือมีธุรกิจหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบกะทันหันหรือแม้แต่รายรับรายจ่ายของครอบครัวเปลี่ยนแปลงไปจะมีส่วนทำให้ความต้องการซื้อเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยเฉพาะเมื่อราคาสินค้าสูงขึ้นทำให้อำนาจในการซื้อลดลง ดังนั้นการใช้จ่ายสิ่งแรกที่จะถูกตัดทอนไปคือการท่องเที่ยวในทางตรงกันข้ามเมื่อคนมีรายได้สูงขึ้นจะไปกระตุ้นให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

4. ความรู้สึกพึงพอใจ เนื่องจากสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการที่ไร้รูปแบบ (Intangible goods) ตัวสินค้าจะปรากฏในรูปแบบของความรู้สึกพึงพอใจ ความสนุกสนานตื่นเต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถหาได้จากสินค้าชนิดอื่นหรือ

แม้แต่การเปลี่ยนจุดหมายปลายทางไปเที่ยวที่อื่นแทน ก็ล้วนมีส่วนทำให้เกิดอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น

5. สมัยนิยมจำนวนผู้เดินทางไปแต่ละจุดหมาย แต่ละสถานที่ อาจเพิ่มหรือลดลงอย่างมากทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่นั้น ๆ อยู่ในสมัยนิยมของผู้คนในยุคนี้มากน้อยเพียงใด ซึ่งความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะต้องการไปที่ใดก็ตามมีส่วนเกิดจากทัศนคติและค่านิยมต่อสถานที่นั้น ๆ โดยจะเห็นได้ว่าแต่ละยุคแต่ละสมัยมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจะแตกต่างกันไป ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะมีมารุ่งเรืองในอดีตแต่ปัจจุบันจะซบเซาลงไป ในขณะที่เดียวกันก็จะมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เป็นต้น

6. รูปแบบของพาหนะเดินทางได้แก่ ชนิดและประเภทของยานพาหนะ โดยจะนำนักท่องเที่ยวจากจุดเริ่มต้นมายังจุดหมายปลายทางซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งของอุปสงค์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทาง

7. นอกจากปัจจัยต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการทำให้ผู้บริโภคนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ใดที่หนึ่งดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น ก็อาจจะมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว

ลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 ประการ ดังนี้ (Mathieson & Wall, 1982, pp. 127-129)

1. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (actual demand) หมายถึงจำนวนประชากรหรือผู้คนที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวได้จริง เป็นอุปสงค์ที่มีความครบถ้วนตามความหมายของอุปสงค์ คือมีความต้องการ มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

2. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (potential demand) ได้แก่จำนวนประชากรหรือนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางโดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ด้านความต้องการแล้วแต่ยังขาดองค์ประกอบด้านการเงิน เวลา และหรือการจัดการเพื่อการเดินทางอุปสงค์ การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากระบบ

การตลาดให้ความสำคัญและเข้ามาแก้ปัญหาเรื่องของการให้เครดิตการจัดการอำนวยความสะดวกเรื่องการเดินทาง

3. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจจะคล้อยตามได้ (deferred demand) เป็นอุปสงค์ที่อาจจะกลายเป็นอุปสงค์ชนิดที่ 1 และชนิดที่ 2 ได้ ภายใต้สมมติฐานว่ามนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวอยู่ อุปสงค์ประเภทที่ 3 นี้จะเป็นอุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้และความต้องการ การที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ใดที่หนึ่ง เนื่องจากไม่มีข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวที่รวมทั้งบางครั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้วย (เงิน เวลา การจัดการ) อุปสงค์ชนิดนี้อาจใช้ระบบช่องทางการขายอย่างโฆษณาให้ถูกต้องแล้วกระตุ้นให้กลายเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวไม่ยาก

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว (elasticity of tourism demand) หมายถึงลักษณะความยืดหยุ่นของปริมาณความต้องการที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและมีขนาดกว้าง โดยลักษณะนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างระดับราคาหรือภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจของตลาดทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งโดยทั่วไปอุปสงค์การท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นสูง (high elasticity) ดังนี้ (Mathieson & Wall, 1982, pp. 129-130)

1. ความสามารถทดแทนได้ของสินค้าอื่นหรือแม้แต่สินค้าการท่องเที่ยวชนิดเดียวกันต่อตัวสินค้าการท่องเที่ยว (the possibility to be substituted) อาจสินค้าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ไม่สามารถหาสินค้าอื่นทดแทนได้แล้วผู้บริโภคก็จะบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวโดยไม่มีสิทธิเสียงแต่ในข้อเท็จจริงแล้วสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการไร้รูป (intangible good) ตัวสินค้าจะอยู่ในรูปความรู้สึก ความพึงพอใจ ความสนุกสนานตื่นเต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถหาได้จากสินค้าชนิดอื่น

2. ขนาดของความจำเป็นที่จะแข่งขันกับสินค้าตัวอื่น ถึงแม้ว่าความต้องการที่จะอุปโภค บริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จะมีแนวโน้มที่จะเป็นที่ต้องการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสภาพสิ่งแวดล้อมบีบบังคับแต่สินค้าและบริการนี้ยังไม่อาจจัดเป็นสินค้าและบริการที่จำเป็น เช่น สินค้าอุปโภคและบริโภคอื่น ๆ ดังนั้นสินค้าและ

บริการการท่องเที่ยวจึงอยู่ภาวะที่สามารถแข่งขันกับสินค้าตัวอื่นได้ นักท่องเที่ยวที่จะใช้เงินเพื่อการท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนใจไม่เดินทางอาจมีความจำเป็นที่ต้องใช้เงินด้านอื่น

3. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจซึ่งเกิดจากการผันผวนทำให้รายรับรายจ่ายเปลี่ยนไปส่งผลกระทบต่อการขายหรือหดตัวของอุปสงค์หรือส่งผลให้ความต้องการซื้อเปลี่ยนไปด้วยโดยเฉพาะในภาวะที่ราคาสินค้าเพิ่มขึ้นเป็นผลทำให้ค่าของเงินลดลงรายการค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นรายการแรกที่ถูกตัดลดหรือในทางตรงกันข้ามเมื่อคนมีรายได้มากยิ่งขึ้นอุปสงค์การท่องเที่ยวก็อาจขยายได้มากเช่นกัน

4. ความต้องการเดินทางขึ้นอยู่กับสมันิยม จำนวนผู้เดินทางไปยังแต่ละจุดหมายแต่ละสถานที่อาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างมากทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่นั้นอยู่ในสมันิยมของผู้คนในยุคนั้นมากน้อยเพียงใด

อย่างไรก็ตามสาเหตุของความยืดหยุ่นทั้ง 4 ประการ อาจก่อให้เกิดความยืดหยุ่นเป็น 2 ลักษณะด้วยกัน คือ การลดลงของอุปสงค์เชิงคุณภาพแต่อุปสรรคเชิงปริมาณเท่าเดิมหรือมากขึ้น เช่น เปลี่ยนจากไปเที่ยวต่างประเทศปีละครั้ง เป็นไปเที่ยวในประเทศปีละหลายครั้งหรือเปลี่ยนจากการเดินทางโดยสารเครื่องบินเป็นการเดินทางโดยรถไฟ ส่วนอีกลักษณะนั้นคือการลดอุปสงค์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งทั้งสองลักษณะจะส่งผลกระทบต่อความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่างกันไป

กฎแห่งอุปสงค์ ระบุว่า ปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ

จากกฎอุปสงค์ดังกล่าว หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลงและเมื่อราคาลดลงผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น เราอาจเขียนเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

$$Q_x = F(P_x)$$

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 ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าคุณค่าสินค้านี้แพงขึ้น จึงซื้อสินค้านี้น้อยลงและหันไปซื้อสินค้าอื่นเพื่อใช้แทนสินค้านั้น ในทางตรงข้าม เมื่อราคาของสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอื่นน้อยลงและหันมาซื้อสินค้านี้มากขึ้น

ทฤษฎีอรรถประโยชน์

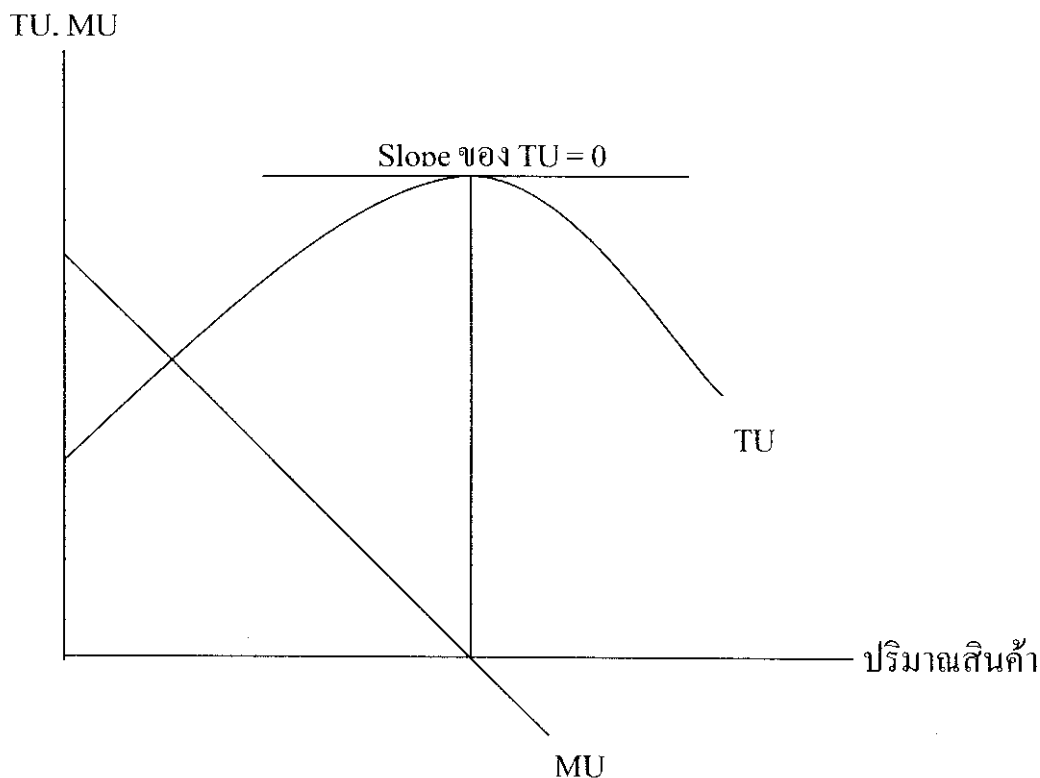
อรรถประโยชน์ (utility) คือ ความพอใจที่บุคคลได้รับจากการอุปโภค หรือ บริโภคสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง อรรถประโยชน์มาก หรือน้อยแค่ไหน ขึ้นอยู่กับปริมาณหรือความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมักจะแตกต่างกันไปตาม เวลา สถานที่ และความจำเป็น ด้วยเหตุผลดังกล่าว สินค้าชนิดเดียว ปริมาณเท่ากัน จึงมีอรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภคแต่ละคนไม่เท่ากัน ถ้าสินค้าหนึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคคนหนึ่งมากเท่าใด สินค้านั้นจะมีอรรถประโยชน์สำหรับผู้บริโภคคนนั้นมากเท่านั้น

ความพอใจหรืออรรถประโยชน์ ที่บุคคลได้รับจากการอุปโภคบริโภคสินค้าหรือ บริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประโยชน์ที่แท้จริงของสินค้า หรือ บริการนั้น โดยตรงเสมอไป กล่าวคือ ถ้าพิจารณาจากคุณสมบัติของสินค้าชนิดหนึ่งแล้ว จะมีประโยชน์ตามความหมายที่คนทั่วไปเข้าใจกัน หรือไม่ก็ตาม แต่สินค้าชนิดนั้นอาจมี อรรถประโยชน์ได้ถ้าผู้บริโภคกำลังต้องการ แสดงว่าสามารถให้ความพอใจแก่ผู้บริโภค ได้ เช่น น้ำเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก ถ้าที่ใดมีน้ำอุดมสมบูรณ์จนบุคคลทั่วไปสามารถที่จะใช้อุปโภคบริโภคได้โดยไม่ต้องเสียเงินซื้อ มา อรรถประโยชน์ของน้ำในกรณีนี้จะน้อย เพราะน้ำมีปริมาณมากและหาได้โดยง่าย กรณีน้ำเป็นทรัพย์สินเสรี (free goods) แต่ใน ท้องถิ่นทุรกันดาร เช่น ในทะเลทราย น้ำกลายเป็นสิ่งที่มีอรรถประโยชน์มาก เพราะขาดแคลน หาได้ยาก และต้องแลกเปลี่ยนกันด้วยเงิน หรือสิ่งของอย่างอื่น การที่จะพิจารณา ว่าสินค้าใดมีอรรถประโยชน์หรือไม่ หรือมีอรรถประโยชน์แค่ไหน จะต้องพิจารณา

ปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ประกอบด้วยเสมอ คือ เวลา สถานที่ ความต้องการ และปริมาณของเศรษฐกิจ (Bilas อ้างถึงใน วรณี จิเจริญ, 2543, หน้า 6)

อรรถประโยชน์เพิ่ม และอรรถประโยชน์รวม

อรรถประโยชน์เพิ่ม (Marginal Utility--MU) หมายถึง อรรถประโยชน์หรือความพอใจที่บุคคลได้รับเพิ่มขึ้น เมื่อได้รับสินค้าหรือบริการมาบำบัดความต้องการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ถ้านำอรรถประโยชน์เพิ่มของสินค้าหรือบริการทุก ๆ หน่วย ที่บุคคลได้รับตั้งแต่ หน่วยแรกจน ถึงหน่วยสุดท้ายที่กำลังพิจารณาอยู่มารวมกัน ผลรวมที่ได้เรียกว่า อรรถประโยชน์รวม (Total Utility--TU) ซึ่งก็คือ ผลรวมของอรรถประโยชน์เพิ่มที่บุคคลได้รับจากการบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง (Bilas อ้างถึงใน วรณี จิเจริญ, 2543, หน้า 7)



ภาพ 1 อรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์เพิ่ม

ที่มา. จาก เศรษฐศาสตร์จุลภาค 2 (หน้า 8), โดย Bilas อ้างถึงใน วรณี จิเจริญ, 2543, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ในระยะแรก ผู้บริโภคบริโภคสินค้าและบริการ ธรรมดาประโยชน์รวม และ ธรรมดาประโยชน์เพิ่ม จะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้าม คือ ในขณะที่ธรรมดาประโยชน์เพิ่มของสิ่งที่ได้รับเพิ่มขึ้นทีละหน่วยกำลังลดน้อยถอยลงตามลำดับนั้น ธรรมดาประโยชน์รวมกลับเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามจำนวนหน่วยของสิ่งที่ได้รับเพิ่มขึ้น เมื่อได้รับสิ่งของเพิ่มขึ้นถึงจำนวนหนึ่งธรรมดาประโยชน์จะค่อย ๆ ลดลงเท่ากับศูนย์ ธรรมดาประโยชน์รวมจะมีค่ามากที่สุด และถ้าผู้บริโภคยังคงบริโภคหรือซื้อสินค้าและบริการหน่วยต่อไปอีก ธรรมดาประโยชน์รวมและธรรมดาประโยชน์เพิ่มจะมีค่าติดลบ สามารถแสดงได้ในภาพ 1

$$MU_n = TU_n - TU_{n-1}$$

$$TU_n = U_1 + U_2 + \dots + U_n$$

หรือ $TU_n = MU_1 + MU_2 + \dots + MU_n$

โดยที่

$$MU_n = \text{ธรรมดาประโยชน์เพิ่มจากการบริโภคสินค้าหน่วยที่ } n$$

$$U_n = \text{ธรรมดาประโยชน์จากการบริโภคสินค้าหน่วยที่ } n$$

$$TU_n = \text{ธรรมดาประโยชน์รวมจากการบริโภคสินค้าหน่วยที่ } n$$

ความพอใจที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าในแต่ละหน่วย เรียกว่า “Utile” ความสัมพันธ์ของธรรมดาประโยชน์รวม (TU) และธรรมดาประโยชน์เพิ่ม (MU) หรือเรียกอีกชื่อ ว่าธรรมดาประโยชน์หน่วยสุดท้ายนั้น สรุปได้ดังนี้ “ในช่วงที่ค่า MU เป็นบวก ค่า TU จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ณ จุดที่ค่า MU เท่ากับศูนย์ ค่า TU จะมากที่สุด และในช่วงที่ค่า MU เป็นลบ ค่า TU จะลดลงเรื่อย ๆ”

การลดลงของธรรมดาประโยชน์เพิ่ม

ทฤษฎีนี้อธิบายว่า ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ถ้าสนิยมในการบริโภคสินค้า หรือ บริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อบุคคลได้รับสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งมาบำบัดความต้องการเพิ่มขึ้นทีละหน่วย ๆ ธรรมดาประโยชน์เพิ่มของสินค้าหรือ บริการที่ได้รับเพิ่มขึ้นจะลดน้อยถอยลงตามลำดับ อาจกล่าวในทางกลับกันได้ว่า ถ้าบุคคลต้องสละสิ่ง ของชนิดใดไปที่ละหน่วย ธรรมดาประโยชน์เพิ่มของสินค้าหน่วยที่จะ

ต้องการสละเพิ่มขึ้นจากหน่วยที่เหลืออยู่จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (McEachern, 1988, pp. 126-127)

การบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในตอนแรก อรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์เพิ่มจะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้าม คือ ถ้าอรรถประโยชน์รวมเพิ่มขึ้นตลอดเวลา อรรถประโยชน์เพิ่มจะลดน้อยลงตามลำดับ และเมื่อผู้บริโภคบริโภคสินค้าไปถึงจำนวนหนึ่งที่อรรถประโยชน์รวมมีค่าสูงสุด และอรรถประโยชน์เพิ่มลดลงจนมีค่าเป็นศูนย์ หากผู้บริโภคยังคงบริโภคสินค้าต่อไปเรื่อย ๆ อรรถประโยชน์รวมจะลดลง และอรรถประโยชน์เพิ่มจะมีค่าติดลบ

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

Nicholson (2004, pp. 61-62) ได้กล่าวถึงทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การบริโภคเป็นกิจกรรมสุดท้ายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตอบสนองหรือบำบัดความต้องการให้กับหน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ ของระบบเศรษฐกิจ ทั้งครัวเรือน ธุรกิจ และรัฐบาล เนื่องจากทุก ๆ หน่วยจำเป็นต้องได้รับสินค้าและบริการมาอุปโภคบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการด้วยกันทั้งสิ้น

การบริโภคในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึงการใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ รวมถึงการนำสินค้าและบริการมาใช้ประโยชน์เพื่อการผลิตเป็นสินค้าและบริการอื่น ๆ การบริโภคไม่ได้หมายความถึงการรับประทาน อาหารอย่างที่คนทั่วไปเข้าใจแต่เพียงอย่างเดียว การใช้สินค้าอื่น ๆ และการใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งก็คือการบริโภคด้วยเช่นกัน เช่น การไปพบแพทย์เมื่อยามเจ็บป่วย การพักโรงแรม การท่องเที่ยว การขนส่ง การประกันภัย ฯลฯ จึงสรุปได้ว่าการกระทำทั้งหลายอันทำให้สินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งสิ้นเปลืองไปเพื่อเป็นประโยชน์แก่มนุษย์ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ถือเป็นบริโภคทั้งสิ้น

การแบ่งประเภทของการบริโภคตามลักษณะของสินค้าสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. การบริโภคสินค้าไม่คงทน (nondurable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดใดชนิดหนึ่งแล้วสิ่งของชนิดนั้นจะสิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า destruction เช่น การบริโภคน้ำ อาหาร ยารักษาโรค น้ำมันเชื้อเพลิง ฯลฯ

2. การบริโภคสินค้าคงทน (durable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของอย่างใด อย่างหนึ่งโดยสิ่งของนั้นยังคงใช้ได้อีก การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า diminution เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ พัดลม โทรทัศน์ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสินค้าคงทนเหล่านี้จะใช้แล้วไม่หมดไปในทีเดียว แต่ก็ค่อย ๆ สึกหรือไป จนในที่สุดจะไม่สามารถนำมาใช้ได้อีก

ปัจจัยที่ใช้กำหนดการบริโภค

ถึงแม้ว่าความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคแต่ละรายจะมีความแตกต่างกัน แต่ก็พอจะสรุปได้ว่าตัวกำหนดการบริโภคหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมมีดังนี้ (Nicholson, 2004, pp. 61-62)

1. รายได้ของผู้บริโภค ระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้มากจะบริโภคมาก ถ้ามีรายได้น้อยก็จะบริโภคน้อย เช่น สมมติว่าเดิมนายขจรมีรายได้เดือนละ 5,000 บาท และนายขจรจะใช้รายได้ไปในการบริโภคร้อยละ 70 เก็บออมร้อยละ 30 เพราะฉะนั้นนายขจรจะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเป็นเงินเท่ากับ 3,500 บาท ต่อมาถ้านายขจรมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นเดือนละ 8,000 บาท และนายขจรยังคงรักษาระดับการบริโภคในอัตราเดิม คือบริโภคในอัตราร้อยละ 70 ของรายได้ที่ได้รับ นายขจรจะใช้จ่ายในการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น 5,600 บาท ในทางกลับกัน ถ้านายขจรมีรายได้ลดลงเหลือเพียงเดือนละ 3,000 บาท นายขจรจะใช้จ่ายในการบริโภคเป็นเงิน 2,100 บาท (ร้อยละ 70 ของรายได้) จะเห็นได้ว่าระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อระดับของการบริโภค

2. ราคาของสินค้าและบริการ เนื่องจากระดับราคาของสินค้าและบริการเป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของเงินที่มีอยู่ในมือของผู้บริโภค นั่นคือ ถ้าราคาของสินค้าหรือ

บริการสูงขึ้นจะทำให้อำนาจซื้อของเงินลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคบริโภคสินค้าหรือบริการได้น้อยลง เนื่องจากเงินจำนวนเท่าเดิมซื้อหาสินค้าหรือบริการได้น้อยลง ในทางกลับกัน ถ้าราคาของสินค้าหรือบริการลดลงอำนาจซื้อของเงินจะเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการได้มากขึ้นด้วยเหตุผลทำนองเดียวกันกับข้างต้น

3. ปริมาณเงินหมุนเวียนที่อยู่ในมือ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือมากจะสนใจให้ผู้บริโภคบริโภคมากขึ้น และถ้ามีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือน้อยก็จะบริโภคได้น้อยลง

4. ปริมาณของสินค้าในตลาด ถ้าสินค้าหรือบริการในท้องตลาดมีปริมาณมาก ผู้บริโภคจะมีโอกาสในการจับจ่ายใช้สอยหรือบริโภคได้มาก ในทางกลับกัน ถ้ามีน้อยก็จะบริโภคได้น้อยตาม

5. การคาดคะเนราคาของสินค้าหรือบริการในอนาคต จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคราคาในอนาคตราคาของสินค้าหรือบริการจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคในปัจจุบัน (ลดการบริโภคในอนาคต) ตรงกันข้าม ถ้าคาดว่าราคาของสินค้าหรือบริการจะลดลง ผู้บริโภคจะลดการบริโภคในปัจจุบันลง (เพิ่มการบริโภคในอนาคต) จะเห็นได้ว่าการคาดคะเนราคาของสินค้าหรือบริการในอนาคต จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในปัจจุบัน และจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในอนาคต

6. ระบบการค้าและการชำระเงิน เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการตัดสินใจในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าเป็นระบบการซื้อขายด้วยเงินผ่อน ค่างวดต่ำ ผ่อนระยะยาว จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการบริโภคให้กับผู้บริโภคมากขึ้น นั่นคือ ผู้บริโภคสามารถบริโภคโดยไม่ต้องชำระเงินในงวดเดียว มีเงินเพียงส่วนหนึ่งในการค่างวดก็สามารถซื้อหาสินค้าและบริการมาบริโภคได้ โดยเฉพาะสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูง เช่น บ้าน รถยนต์ ฯลฯ ตรงกันข้าม ถ้าไม่มีระบบการซื้อขายแบบเงินผ่อน คือ ผู้บริโภคจะต้องชำระเงินค่าสินค้าตามราคาในงวดเดียว ผู้บริโภคอาจไม่สามารถซื้อหาหรือบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้

นอกจากที่กล่าวข้างต้น ยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกมากที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคของ ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา ฤดูกาล เทศกาล รสนิยมหรือความชอบส่วนตัวของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น ในเทศกาลกินเจถ้าผู้บริโภครับประทานอาหารเจ ผู้บริโภคจะไม่บริโภคเนื้อสัตว์ โดยจะหันมาบริโภคพืชผักผลไม้แทน หรือในวัยเด็ก ส่วนใหญ่เด็ก ๆ มักจะชอบบริโภคลูกอม ลูกกวาด ขนม มากกว่าเมื่อโตเป็นผู้ใหญ่ (อายุ) เป็นต้น

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

ดุลยภาพผู้บริโภค

ดุลยภาพผู้บริโภค (consumers' equilibrium) หมายถึง สภาวะการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้าหรือบริการจำนวนหนึ่งภายใต้งบประมาณที่มีอยู่จำกัด ดุลยภาพผู้บริโภคจะไม่เปลี่ยนแปลงถ้าปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่เปลี่ยนแปลง

ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคจะมีการเปรียบเทียบอรรถประโยชน์เพิ่มที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าแต่ละชนิด ในกรณีที่ราคาสินค้าไม่เท่ากันจะปรับค่า โดยการหารค่าอรรถประโยชน์เพิ่มของสินค้านั้นด้วยราคาของตัวเอง และจัดลำดับสินค้าที่ให้อรรถประโยชน์เพิ่มที่ปรับค่าแล้วจากมากไปหาน้อย ผู้บริโภคจะเลือกบริโภคสินค้าที่ให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มมากที่สุดก่อนจนกระทั่งถึงหน่วยที่ให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มที่ปรับค่าแล้วของสินค้าทุกชนิดเท่ากัน ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดหรือเกิดดุลยภาพผู้บริโภค ดังนั้น เงื่อนไขดุลยภาพผู้บริโภคคือ (Nicholson, 2004, p. 63)

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \frac{MU_C}{P_C} = \dots = \frac{MU_N}{P_N}$$

ในเมื่อ

MU_A คือ อรรถประโยชน์เพิ่มของสินค้า A

P_A คือ ราคาสินค้า A

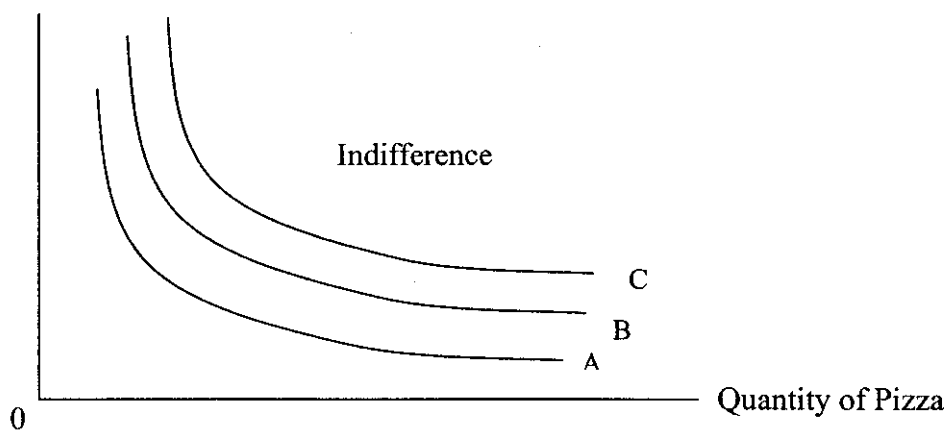
MU_B คือ อรรถประโยชน์เพิ่มของสินค้า B

P_B คือ ราคาสินค้า B ฯลฯ

เส้นความพอใจเท่ากัน

เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve--IC) หมายถึง เส้นที่แสดงการบริโภคสินค้า 2 ชนิดในสัดส่วนที่แตกต่างกันแต่ได้รับความพอใจที่เท่ากันตลอดทั้งเส้น ไม่ว่าจะเลือกบริโภคที่จุดใดของเส้น มีแผนการบริโภคสินค้าอย่างไร ผู้บริโภคก็จะได้รับความพอใจที่เท่ากันทั้งเส้น

Quantity of Pepsi



ภาพ 2 เส้นความพอใจเท่ากัน

ที่มา. จาก ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค (หน้า 126), โดย Hicks อ้างถึงใน นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2544, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เส้น IC ของผู้บริโภคคนหนึ่ง ๆ มีได้หลายเส้นเนื่องจากความพอใจของผู้บริโภค มีได้หลายระดับ แต่ละเส้นแทนความพอใจหนึ่งระดับ เส้น IC ที่แสดงความพอใจในระดับที่สูงกว่าจะอยู่ด้านขวามือของเส้นที่แสดงความพอใจในระดับที่ต่ำกว่า

คุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน

คุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน มีดังนี้ (Hicks อ้างถึงใน นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2544, หน้า 126)

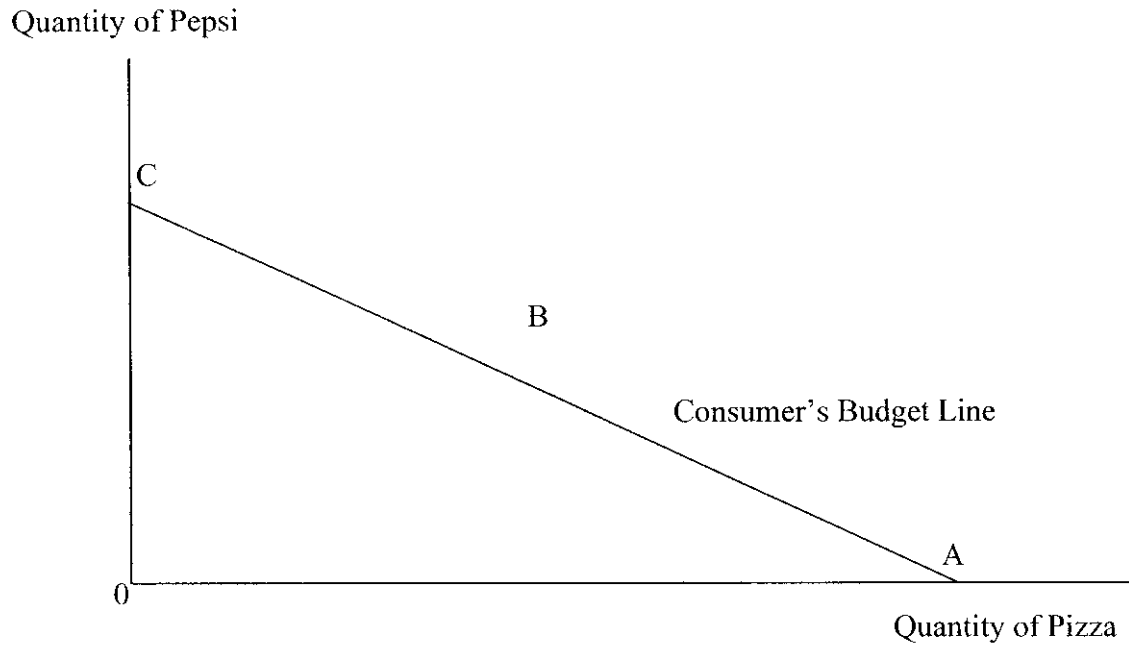
1. เป็นเส้นโค้งหรือเส้นตรงที่ทอดลงจากซ้ายมาขวา ค่าความชันเป็นลบซึ่งแสดงถึง เมื่อผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าอย่างหนึ่งเพิ่มขึ้นจะต้องลดการบริโภคสินค้าอีกอย่างหนึ่งชดเชย เพื่อให้ได้รับความพอใจในระดับเท่าเดิม
2. เส้นความพอใจเท่ากันส่วนใหญ่จะเว้าเข้าหาจุดกำเนิด แสดงถึงอัตราการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด ที่ใช้ทดแทนกันได้แต่ไม่สมบูรณ์
3. เส้นความพอใจเท่ากันแต่ละเส้นจะไม่ตัดกัน
4. เส้นความพอใจเท่ากันมีลักษณะเป็นเส้นติดต่อกันโดยไม่ขาดช่วง

อัตราส่วนเพิ่มของการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด (*Marginal Rate of Substitution--MRS*)

อัตราส่วนเพิ่มของการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด (*Marginal Rate of Substitution--MRS*) หมายถึง การบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งลดลงเมื่อบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย เพื่อรักษาระดับความพอใจของผู้บริโภคให้คงเดิม หรือ ดังนั้น MRS_{YX} คือ slope ของเส้น IC นั้นเอง (Hicks อ้างถึงใน นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2544, หน้า 126)

เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา (*budget line or price line*)

เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา (*budget line or price line*) หมายถึง เส้นที่แสดงถึงจำนวนต่าง ๆ ของสินค้า 2 ชนิด ที่สามารถซื้อได้ด้วยเงินจำนวนหนึ่งที่เท่ากันตลอดทั้งเส้น พิจารณา ณ ราคาตลาดในขณะนั้น เส้นงบประมาณจะมีลักษณะเป็นเส้นตรง ความชันเป็นลบเสมอ (Hicks อ้างถึงใน นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2544, หน้า 134)



ภาพ 3 เส้นงบประมาณ

ที่มา. จาก ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค (หน้า 134), Hicks อ้างถึงใน นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2544, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดุลยภาพของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น ณ จุดที่เส้นความพอใจเท่ากันสัมผัสกับเส้นงบประมาณ ซึ่งจะแสดงถึง จุดที่ผู้บริโภคทำการบริโภคสินค้า 2 ชนิด และได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่จำกัด

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จุฑาพร สุระเชษฐคมสัน (2532) ได้ศึกษา การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวใน จังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงโครงสร้างของอุปสงค์และสภาพการท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต และศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ หรือ จำนวนนักท่องเที่ยว รวมทั้งการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว หรืออุปสงค์ของการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตในอนาคต โดยปัจจัยที่ใช้เป็นตัวกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย มูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อหัวที่แท้จริงของประเทศต้นกำเนิด ของนักท่องเที่ยว มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศต้นกำเนิด มูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นของประเทศต้นกำเนิด อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปรียบเทียบ จำนวนเที่ยวบริการของรถโดยสาร จำนวนเที่ยวบินทั้งหมด จำนวนประชากรของประเทศไทย คำนวณราคาผู้บริโภคของจังหวัดภูเก็ต จำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต จำนวนห้องพักของโรงแรมในตัวเมืองจังหวัดภูเก็ต จำนวนห้องพักของโรงแรมและ บังกะโลบริเวณชายหาดจังหวัดภูเก็ต และเหตุการณ์พิเศษในปีที่รัฐบาลมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิระหว่างปี พ.ศ. 2520-2530 และใช้การวิเคราะห์สมการ ถดถอยเชิงเส้นเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับอุปสงค์หรือจำนวน นักท่องเที่ยวทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ 10 สัญชาติ ได้แก่ ฮอลแลนด์ เยอรมัน ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ อิตาลี ออสเตรเลีย อเมริกา มาเลเซีย และญี่ปุ่น รวมทั้งการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว ทั้งหมดระหว่างปี พ.ศ. 2531-2534

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี จะเห็นว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อหัวที่แท้จริงของประเทศต้นกำเนิดของ นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรในทิศทาง เดียวกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์และออสเตรเลียมีความสัมพันธ์ใน ทิศทางตรงกันข้าม มูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นของประเทศต้นกำเนิดมี ความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศอิตาลีในทิศทางเดียวกัน ส่วนมูลค่า

ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศต้นกำเนิดมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ
ฮ่องกง และฝรั่งเศสในทิศทางเดียวกัน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปรียบเทียบ
มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศฝรั่งเศส ญี่ปุ่น สิงคโปร์ อิตาลี ในทิศทาง
เดียวกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย และอเมริกามีความสัมพันธ์กับ
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปรียบเทียบในทิศทางตรงกันข้าม และในส่วนของ
จำนวนเที่ยวบริการของรถโดยสารมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มา
ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในทิศทางตรงกันข้าม และจำนวนเที่ยวบินทั้งหมดมีความสัมพันธ์
กับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในทิศทางเดียวกัน ยกเว้น
นักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรมีความสัมพันธ์กับจำนวนเที่ยวบินทั้งหมดใน
ทิศทางตรงกันข้าม จำนวนประชากรมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย
และเยอรมันในทิศทางเดียวกัน ดัชนีผู้บริโภคของจังหวัดภูเก็ตมีความสัมพันธ์กับจำนวน
นักท่องเที่ยวชาวไทย และเยอรมันในทิศทางตรงข้าม จำนวนห้องพักของ โรงแรม
ทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ตมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาท่องเที่ยว
จังหวัดภูเก็ตในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากฮ่องกง ที่มีความสัมพันธ์ใน
ทิศทางตรงกันข้าม จำนวนห้องพักของ โรงแรมในตัวเมืองจังหวัดภูเก็ตมีความสัมพันธ์
กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ ออสเตรเลีย อเมริกา และ
มาเลเซีย ในทิศทางเดียวกัน จำนวนห้องพักของ โรงแรมและบังกะโลบริเวณชายหาด
จังหวัดภูเก็ตมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศเยอรมัน สิงคโปร์
ออสเตรเลีย และมาเลเซียในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากประเทศอิตาลี มี
ความสัมพันธ์กับจำนวนห้องพักของ โรงแรมและบังกะโลบริเวณชายหาดจังหวัดภูเก็ต
ในทิศทางตรงข้าม

รุ่งทิพย์ จินดาผล (2538) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ
ระหว่างปี พ.ศ. 2529-2537 และทำการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ โดยแบ่งศึกษา
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญ 5 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ชลบุรี (พัทยา)
ภูเก็ต สงขลา (หาดใหญ่) และกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยที่กำหนดจำนวนของนักท่องเที่ยว

ชาวไทย ได้แก่ ราคาในการท่องเที่ยวในประเทศไทย รายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยว การจัดสรรงบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปีที่ผ่านมา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย พบว่า รายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา (หาดใหญ่) และเชียงใหม่ ในทิศทางตรงกันข้าม และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปีที่ผ่านมามีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และสงขลา (หาดใหญ่) ในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนราคาในการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในทิศทางตรงกันข้าม และการจัดสรรงบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต สงขลา (หาดใหญ่) และเชียงใหม่ ในทิศทางเดียวกัน

ธนชัย พลอยสุกผล (2547) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ และประมาณค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 350 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและสร้างสมการ Logit Model ด้วยวิธีการ Binary Logit โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Eviews ในการประมวลผลข้อมูล เพื่อทำนายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ งบประมาณในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจและปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด ส่วนปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการถูก

ข้ามจีนกระทำซ้ำเรา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไม่กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา มากที่สุด

เรวัต ทองประดา (2548) ได้ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ตะวันออกที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกที่มาท่องเที่ยว และประมาณการแนวโน้ม และ ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกจำนวน 400 คน โดยทำการสำรวจจาก แบบสอบถาม แล้วทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ช่วยในการ ประมวลผลข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์ต่าง ๆ

ผลการศึกษาพบว่า การบริการและการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะมีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออก กลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด ส่วนปัญหาภาษา และการจัดเตรียมข้อมูลการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติจะ มีผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกไม่กลับมาเที่ยวที่เมืองพัทยามากที่สุด ผลการ วิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยวิธี Chi-square โดยมีนัยสำคัญ 95% ของการตัดสินใจ เลือกใช้บริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เพื่อประมาณค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ ได้ผลดังนี้ เพศ อาชีพ รายได้ และการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีส่วนในการ กำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวในเมืองพัทยาในทิศทางเดียวกัน และจากการประมาณการแนวโน้มพบว่า การท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวยุโรป ตะวันออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

สรารัตน์ เมฆินทร์พิทักษ์ (2549) ได้ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี ที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยว และประมาณการแนวโน้ม และความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่มี อิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ และวิเคราะห์โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการศึกษาพบว่า การบริการและการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะมีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด ส่วนปัญหา

ภาษา และการหาแหล่งข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีไม่
กลับมาเที่ยวที่เมืองพัทยาอีก และจากการประมาณการแนวโน้มพบว่า การท่องเที่ยวเมือง
พัทยาสองชาวยุโรปตะวันออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

บทที่ 3
การท่องเที่ยวเมืองพัทยา

สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

ที่ตั้ง

เมืองพัทยาดังอยู่ทางภาคตะวันออก ประมาณละติจูดที่ 13 องศาเหนือ และ
ลองจิจูดที่ 101 องศาตะวันออก อยู่ในท้องที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจาก
กรุงเทพมหานคร ประมาณ 150 กิโลเมตร (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 9)

อาณาเขต

ทิศเหนือ เริ่มจากแนวคลองกระทิงลาย
ทิศตะวันออก ขนานไปกับถนนสุขุมวิท
ทิศตะวันตก ขนานกับแนวชายฝั่งทะเล
ทิศใต้ จรดพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่ (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 9)

พื้นที่

เมืองพัทยามีพื้นที่ดังนี้ (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 9)

พื้นที่ทั้งหมด	208.10	ตร.กม.
- พื้นดิน (รวมเกาะล้าน)	53.44	ตร.กม.
- พื้นน้ำ	154.66	ตร.กม.
- เกาะล้าน	4.07	ตร.กม.

ชายหาดยาวประมาณ 15 กม. แยกเป็นพื้นที่ 4 ตำบล คือ

1. ตำบลนาเกลือ หมู่ 1, 2, 3, 4, 5, 6 และ 7 (เกาะล้าน)
2. ตำบลหนองปรือ หมู่ 5, 6, 9, 10, 11, 12 และ 13

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 3. ตำบลห้วยใหญ่ | หมู่ 4 |
| 4. ตำบลหนองปลาไหล | หมู่ 6, 7 และ 8 |

สภาพภูมิประเทศ

เมืองพัทลุงตั้งอยู่ในเขตอำเภอบางละมุง มีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขตตำบลหนองปรือและพื้นที่บางส่วน อยู่ในเขตตำบลนาเกลือ ตำบลห้วยใหญ่และตำบลหนองปลาไหล

ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่เนิน มีที่ราบน้อยที่ราบสำคัญจะเป็นที่ตั้งของย่านพาณิชย์กรรมหรือแหล่งการค้า และบริเวณย่านที่พักอาศัยจะอยู่ถัดจากหาดพัทลุงขึ้นไปทางตอนบน โดยที่ราบจะถูกล้อมรอบเนินเขาเตี้ย ๆ สูงไม่เกิน 100 ม. นับตั้งแต่ทิศเหนือลงมาเป็นที่เนินเขาเตี้ย ความสูงประมาณ 35 ม. บริเวณถัดลงมาเป็นที่ราบน้อย เขาตาโลและเขาเสาธง สูงประมาณ 65 ม. แนวเขานี้แตกตัวออกไปต่อเนื่องกับเขาพัทลุงทางด้านทิศตะวันตก ซึ่งติดกับชายฝั่งทะเล สูงประมาณ 98 ม. ซึ่งทำให้เกิดที่ราบระหว่างเชิงเขากับชายฝั่งทะเลอีก 2 แห่ง อยู่ทางตอนบนและตอนล่าง โดยที่ราบตอนบนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่บริเวณนาเกลือ ซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางของชุมชนแถบนี้ ส่วนที่ราบตอนล่างมีลักษณะเป็นแถบยาวขนานไปกับชายฝั่งทะเล ซึ่งห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 1 กิโลเมตร และจากลักษณะของเนินเขาและที่ราบดังกล่าวทำให้เกิดทางน้ำตามธรรมชาติลักษณะลำน้ำโดยทั่วไปมีขนาดเล็กและตื้นเขินในช่วงฤดูแล้ง เช่น คลองนาเกลือ คลองเสือเผ้ว คลองพัทลุง เป็นต้น รวมทั้งในเขตการปกครองของเมืองพัทลุงบางส่วนยังมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะอยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 8 กิโลเมตร เช่น เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 10)

สภาพธรณีวิทยา

สภาพธรณีวิทยาของพื้นที่บริเวณเมืองพัทลุงประกอบด้วยหินประเภทต่าง ๆ อธิบายได้ ดังนี้ (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 10)

1. ตะกอนลำน้ำและหินกรวด (Alluvium, Eluvium, Valleyfill and River Gravel) เป็นบริเวณที่ตะกอนดินและหินกรวดถูกพัดพามาทับถม โดยน้ำซึ่งเกิดในยุค ควอเทอร์นารี ถึงปัจจุบันลักษณะดังกล่าวส่วนใหญ่พบทางตอนบนของพื้นที่เมืองพัทลุง

2. หินแกรนิตและแกรโนไดโอไรท์ (Granite and Granodiorite) เป็นหินอัคนีซึ่งเกิดในยุคไทรแอสสิก พบเห็นได้ทั่วไปโดยเฉพาะริมชายฝั่งทะเล

3. หินแกรนิต (Granite) เป็นหินอัคนีซึ่งเกิดในยุคคาร์บอนิเฟอรัสพบเห็นได้ทางด้านตะวันตกของเมืองพัททยาเป็นแนวยาวขนานกับถนนสุขุมวิท

4. หน่วยหินกาญจนบุรี (Kanchanaburi Formation) เป็นหน่วยหินตะกอนและหินแปรที่เกิดในยุคคาร์บอนิเฟอรัส ยุคดีโวเนียนและยุคไซลูเรียน ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มหินดินดาน หินทรายในหลาย ๆ บริเวณที่แปรสภาพเป็นหินฟิลไลต์ หินอาร์กิลโลส หินควอร์ตไซต์และหินชนวน พบเห็นได้บริเวณแนวชายฝั่งทะเลตั้งแต่ด้านเหนือลงมาจนถึงด้านใต้ของเมืองพัททยา (รวมถึงในเกาะล้าน)

ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศโดยทั่วไปได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมที่พัดผ่านตามฤดูกาล 2 ประเภท คือ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งทำให้เกิดฤดูกาล 3 ฤดูกาล คือ ฤดูฝน ฤดูหนาว และฤดูร้อน นอกจากการได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมดังกล่าวแล้วยังได้รับอิทธิพลจากพายุไซร่อนจากอ่าวเบงกอล ซึ่งเป็นลมจรทำให้เกิดฝนตกค่อนข้างมากในบริเวณที่พายุนี้พัดผ่าน โดยฤดูฝนเริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมไปจนถึงกลางเดือนตุลาคม เป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านและนำเอาความชุ่มชื้น และฝนตกมาบริเวณพัททยา ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมไปจนถึงกุมภาพันธ์ในช่วงนี้มีลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดพาเอามวลอากาศเย็นและแห้งแล้ง เข้ามาสู่เมืองพัททยาทำให้อุณหภูมิต่ำลงในช่วงเดือนธันวาคม และมกราคม ส่วนในช่วงเปลี่ยนลมมรสุมตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์จนถึงกลางเดือนพฤษภาคมเป็นช่วงฤดูร้อนซึ่งมีอากาศร้อนอบอ้าวและมีอุณหภูมิสูงขึ้น โดยเฉพาะเดือนเมษายน

อุณหภูมิเฉลี่ยรายปี 27.86 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุด 31.73 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุด 24.79 องศาเซลเซียส (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 11)

ที่ดินและทิศทางการขยายตัวของเมืองพัทยา

เมืองพัทยาได้แบ่งพื้นที่การท่องเที่ยวเป็นเขตต่าง ๆ ดังนี้ (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 15-16)

1. เขตนาเกลือ เป็นพื้นที่ชุมชนดั้งเดิม มีประชากรกระจายตัวค่อนข้างหนาแน่น การกระจายตัวของชุมชนเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยอาจเนื่องจากลักษณะและข้อจำกัดของชายหาดที่ไม่เอื้ออำนวยหรือไม่สนับสนุนกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวมาก ซึ่งบทบาทหลักยังคงเป็นชุมชนย่านที่พักอาศัย และมีย่านพาณิชยกรรมสถานที่พักตากอากาศ บางส่วนอยู่บริเวณถนนสว่างฟ้าและกลางอ่าวท้องกระทะ ควรจะเน้นให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชน

2. เขตพัทยาเหนือ พื้นที่นี้จะรวมถึงบริเวณหาดวงศัมาศ ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนที่พักตากอากาศดั้งเดิมของพัทยา ในปัจจุบันพื้นที่นี้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวยุโรป การใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม โรงแรม และสถานที่พักตากอากาศมีแนวโน้มจะหนาแน่นมากขึ้น โดยเฉพาะบริเวณอ่าววงพระจันทร์

3. เขตพัทยากลาง เป็นพื้นที่ที่ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางธุรกิจของพัทยา (business core) เชื่อมต่อกับเขตพัทยาใต้ การใช้ที่ดินบริเวณนี้ค่อนข้างหนาแน่น มีโอกาสขยายตัวค่อนข้างมาก โดยเฉพาะย่านพาณิชยกรรม ยังคงมีทิศทางไปทางฝั่งตะวันออกของถนนพัทยาสาย 2 เชื่อมต่อกับถนนพัทยาสาย 3

4. เขตพัทยาใต้ การใช้ที่ดินบริเวณนี้ค่อนข้างหนาแน่นเช่นเดียวกับเขตพัทยากลาง โอกาสขยายตัวการใช้ประโยชน์ที่ดินยังคงขยายไปทางฝั่งตะวันออก ซึ่งเอกลักษณ์ของพื้นที่นี้ ได้แก่ การเน้นศูนย์ธุรกิจและตลาดกลางคืน (walking street market) ให้บริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวรวมทั้งเป็นย่านที่พักอาศัยหนาแน่นปานกลาง

5. เขตหาดจอมเทียน เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล การใช้ที่ดินมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างสูง โดยเฉพาะกิจการโรงแรมและสถานที่พักตากอากาศ รวมถึงการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันเริ่มมีความหนาแน่นมากขึ้น ตลอดแนวถนนนาจอมเทียน

6. เขตเกาะล้าน การใช้ที่ดินบริเวณนี้ควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่ชายหาดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีหาดสวยงาม แต่เนื่องจากบริเวณนี้มีข้อจำกัด

เรื่องน้ำจืด สำหรับการอุปโภคบริโภค และผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่จะเกิดจากกิจกรรมของประชาชน และนักท่องเที่ยวที่เข้าไปบนเกาะ จึงควรเน้นให้บริการเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างแรม หรือจัดบริการด้านห้องพัก และการจัดการขยะมูลฝอยและของเสียให้มีประสิทธิภาพ

การบริการขั้นพื้นฐาน

บริการขั้นพื้นฐานของเมืองพัทยามีดังต่อไปนี้ (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 16-27)

1. การคมนาคมขนส่ง

1.1 การคมนาคมทางรถยนต์ มีทางหลวงสายสำคัญผ่านดังนี้

1.1.1 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) เป็นถนนสายหลักในการเดินทางเข้าสู่เมืองพัทยา (ระยะทาง กรุงเทพฯ-พัทยา 147 กิโลเมตร)

1.1.2 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 36 เป็นเส้นทางที่แยกจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 ที่อำเภอบางละมุง ไปสู่จังหวัดระยอง (ระยะทาง 70 กิโลเมตร)

1.1.3 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3135 (นาเกลือ-พัทยาใต้) เป็นเส้นทางที่เชื่อมระหว่างตำบลนาเกลือและพัทยาใต้

1.1.4 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3136 เป็นเส้นทางที่แยกจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 เข้าสู่พัทยาเหนือ (ระยะทาง 1,982 กม.)

1.1.5 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3240 เป็นเส้นทางที่แยกจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 ที่อำเภอบางละมุง-เขาไม้แก้ว ตัดทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 36 และมาบรรจบกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 331 เป็นทางลาดยางตลอดสาย (ระยะทาง 17 กม.)

1.1.6 ทางหลวงพิเศษหมายเลข 7 สายกรุงเทพ-ชลบุรี (สายใหม่) เป็นทางหลวงพิเศษที่เริ่มต้นจากจุดตัดถนนศรีนครินทร์ (กรุงเทพฯ) ผ่านอำเภอบางปะกงไปยังจังหวัดชลบุรี ระยะทาง 84 กิโลเมตร

1.2 การคมนาคมทางรถไฟ เส้นทางรถไฟที่สำคัญ ได้แก่ เส้นทางรถไฟสาย
จะเขิงเทรา-สัคหีบ ปัจจุบันใช้เป็นเส้นทางขนส่งสินค้าระหว่างภาคตะวันออกเฉียง
กรุงเทพมหานคร

1.3 การคมนาคมทางน้ำ มีเส้นทางเดินทางโดยเรือระหว่างเกาะต่าง ๆ กับ
เมืองพัททยาและจังหวัดใกล้เคียงซึ่งในปัจจุบันใช้ทำเทียบเรือท่องเที่ยวพัททยาได้ (แหลม
บาลีสาย)

2. ระบบโครงข่ายถนนในเมืองพัททยา

ระบบโครงข่ายถนนในเมืองพัททยา จะอยู่ในความรับผิดชอบของกรมทางหลวง
และเมืองพัททยา รวมทั้งสิ้น 136 สาย แยกเป็นถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก 33 สาย
ถนนลาดยางแอสฟัลท์ติก 36 สาย และถนนลูกรัง 27 สาย

2.1 ถนนสายประธาน ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) เป็นถนน
สายประธานของกรมทางหลวงซึ่งใช้เป็นเส้นทางคมนาคมการเข้า-ออกเมืองพัททยาและ
การติดต่อกับจังหวัดและอำเภออื่น ๆ ดังนี้

2.1.1 พัททยา-อำเภอศรีราชา

2.1.2 พัททยา-จังหวัดชลบุรี

2.1.3 พัททยา-จังหวัดสมุทรปราการ

2.1.4 พัททยา-กรุงเทพฯ

2.2 ถนนสายหลัก เป็นถนนที่ทำหน้าที่กระจายการจราจรจากถนนสุขุมวิทเข้า
ไปสู่ตัวเมืองพัททยาโดยผ่านย่านพาณิชย์กรรมและเขตที่อยู่อาศัยเข้าสู่ศูนย์กลางเมือง
พัททยา ได้แก่

2.2.1 ถนนพัททยาเหนือ ถนนพัททยากลางและถนนพัททยาใต้ เป็นถนน
เชื่อมต่อจากถนนสุขุมวิทสู่ชายหาดพัททยา มีขนาดเขตทางกว้างตั้งแต่ 20 เมตร ขึ้นไป เป็น
ถนนที่มีการจราจรหนาแน่น

2.2.2 ถนนพัททยา-นาเกลือ และถนนพัททยาสาย 2 เป็นถนนสายหลักที่มี
การจราจรคับคั่งโดยเฉพาะถนนพัททยา- นาเกลือ ส่วนถนนพัททยาสาย 2 เป็นถนนวงรอบที่
สำคัญ มีขนาดของเขตทางกว้าง 8-12 เมตร ความยาวประมาณ 1,675 เมตร

2.2.3 ถนนพญาสาย 1 (ถนนเลียบชายหาดด้านอ่าวพญา) เป็นเส้นทาง
 ท่องเที่ยวสายหลักเส้นทางเริ่มที่บริเวณหาดด้านเหนืออ้อมอ่าวพญาจนถึงถนนพญาใต้
 ซึ่งเป็นถนนเลียบชายหาด ถนนพญาสาย 2 ตลอดจนถึงถนนในซอยมีการจราจรแน่น
 มาก

2.2.4 ถนนเลียบชายหาดจอมเทียน เป็นถนนเชื่อมระหว่างหาดพญากับ
 หาดจอมเทียน มีความยาวประมาณ 2,100 เมตร

2.2.5 ถนนเทพประสิทธิ์ เป็นถนนเชื่อมระหว่างถนนสุขุมวิทกับหาดจอม
 เทียนระยะทาง 2,943 เมตร

2.3 ถนนสายย่อยและถนนซอย เป็นถนนที่รับการจราจรในแหล่งที่อยู่อาศัย
 และแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ถนนในเขตชุมชนท้องถิ่นนาเกลือ ถนนซอยเชื่อม
 ชายหาดพญากับถนนพญาสาย 2 และถนนชายหาดจอมเทียนกับถนนสุขุมวิท

3. การประปา

เมืองพญาใช้บริการน้ำประปาจากสำนักงานประปาพญา-นาเกลือ ซึ่งสังกัด
 การประปาส่วนภูมิภาค ใช้แหล่งน้ำดิบเพื่อการผลิตน้ำประปาจากอ่างเก็บน้ำมาบประชัน
 อ่างเก็บน้ำหนองกลางดง อ่างเก็บน้ำห้วยซากนอก อ่างเก็บน้ำห้วยสะพานและอ่างเก็บน้ำ
 ห้วยขุนจิต โดยมีแหล่งน้ำดิบสำรองจากอ่างเก็บน้ำหนองค้อ ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบ
 ของบริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน)

ในปี พ.ศ. 2548 พบปัญหาการขาดแคลนน้ำประปาในเมืองพญา โดยเริ่ม
 ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน

ตาราง 2

ปริมาณการใช้น้ำประจำปี พ.ศ. 2548

ประเภทผู้ใช้น้ำ	จำนวนผู้ใช้น้ำ (ราย)	ปริมาณการใช้น้ำ (ลบ.ม./ปี)	ร้อยละ
1. บ้านพักอาศัยและอาคารพาณิชย์	32,560	10,821,962	42.48
2. อาคารชุดและโรงแรม	1,354	6,919,667	27.16
3. สถานที่ราชการและโรงแรม	219	764,919	3.00
4. โรงพยาบาล	99	133,961	0.53
5. อุตสาหกรรม	8,213	6,833,909	26.83
รวมทั้งหมด	42,445	25,474,418	100.00

ที่มา. จากแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (2550-2552) (หน้า 20), โดย กองวิชาการและแผนงาน, 2550, ชลบุรี: ผู้แต่ง.

4. การไฟฟ้า

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคบางละมุง ถนนพัทยา-นาเกลือ มีการจ่ายกระแสไฟฟ้าภายในเมืองพัทยายู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานการไฟฟ้าย่อย 3 สถานี และกระแสไฟฟ้าบ้านเกาะล้าน และดำเนินการก่อสร้างในงบประมาณปี พ.ศ. 2546 และพัทยาเหนือในปี พ.ศ. 2547

ตาราง 3

สถิติผู้ใช้ไฟฟ้า พ.ศ. 2547-2548

ประเภท	พ.ศ. 2547		พ.ศ. 2548		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ที่อยู่อาศัย (ไม่เกิน 150 หน่วย)	17,770	19.00	16,719	17.16	-1,051	-5.91
2. ที่อยู่อาศัย (เกิน 150 หน่วย)	61,951	66.23	66,306	68.07	4,355	7.03
3. กิจการขนาดเล็ก	10,759	11.50	11,008	11.30	249	2.31
4. กิจการขนาดกลาง	516	0.55	556	0.57	35	6.78
5. กิจการขนาดใหญ่	18	0.02	18	0.01	-	-
6. กิจการเฉพาะอย่าง	399	0.43	446	0.46	47	11.78
7. ส่วนราชการและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร	356	0.38	387	0.40	31	8.71
8. สูบน้ำเพื่อการเกษตร	4	0.01	4	0.01	-	-
9. ไฟฟ้าชั่วคราว	1,754	1.88	1,975	2.02	221	12.60

ที่มา. จากแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (2550-2552) (หน้า 21), โดย กองวิชาการและแผนงาน, 2550, ชลบุรี: ผู้แต่ง.

5. การสื่อสารและโทรคมนาคม

5.1 สถานีวิทยุ จำนวน 2 สถานี

5.2 โทรทัศน์ทางสาย จำนวน 2 แห่ง

5.3 โทรศัพท์ส่วนบุคคล 28,815 หมายเลข สาธารณะ 899 หมายเลข

5.4 ไปรษณีย์โทรเลข จำนวน 4 แห่ง

5.5 ศูนย์โทรคมนาคม จำนวน 1 แห่ง

5.6 สื่อสารมวลชนในพื้นที่ มี 15 ฉบับ

5.7 ระบบเสียงตามสาย จำนวน 1 แห่ง

6. ประชากร

เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยว ได้ส่งผลให้ชุมชนส่วนใหญ่แปรเปลี่ยนเป็นชุมชน พาณิชยกรรมและบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว บางชุมชนยังคงมีลักษณะเป็นชุมชนเกษตรกรรม ชุมชนประมง ในปัจจุบันมีชุมชนในเขตเมืองพัทยา 27 ชุมชน นอกจากนี้ยังพบการอพยพโยกย้ายของประชากรจากทุกภาคของประเทศ และชาวต่างประเทศจากทุกภูมิภาคของโลกเข้ามาทำงาน และพักอาศัยในเขตเมืองพัทยาเป็นจำนวนมาก ทำให้สภาพสังคมมีความซับซ้อนและหลากหลาย

ประชากร เป็นทรัพยากรที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และมีผลสะท้อนถึงระบบเศรษฐกิจ สังคม แรงงาน การใช้ที่ดิน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนสาธารณสุขไปภาคต่าง ๆ ในการวางแผนพัฒนาท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเป็นส่วนสำคัญต่อการวางแผนพัฒนาในการกำหนดทิศทางการจัดระบบเศรษฐกิจ สังคม แรงงาน การใช้ที่ดินการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติให้ได้ผลสูงสุด ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ที่ดีในอนาคต

ตาราง 4

สถิติประชากรในเขตเมืองพัทยา ปี พ.ศ. 2546-2548

ประชากร	ปี พ.ศ. 2546	ปี พ.ศ. 2547	ปี พ.ศ. 2548	ประชากร เพิ่มขึ้น (คน)	เพิ่มขึ้น (ลดลง)%
ประชากรทั้งหมด	92,878	91,855	96,654	4,799	5.22
ประชากรชาย	44,716	43,812	45,799	1,987	4.53
ประชากรหญิง	48,162	48,043	50,855	2,812	5.85
จำนวนครัวเรือน	16,088	16,992	17,963	971	5.71

ที่มา. จาก แผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (2550-2552) (หน้า 32), โดย กองวิชาการและแผนงาน, 2550, ชลบุรี: ผู้แต่ง.

7. การท่องเที่ยวเมืองพัทยา

จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของการเดินทางท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวจากในและต่างประเทศ ส่งผลให้ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวทั้งในด้านการผลิตและการส่งออก ดังนั้นรัฐบาลจึงได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมหลักเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย โดยหวังให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของประเทศ และกระตุ้นให้มีการกระจายรายได้ตลอดจนการจ้างงานไปสู่ระดับท้องถิ่น รวมทั้งเป็นการกระตุ้นให้เกิดเงินไหลเวียนในระบบเศรษฐกิจทั้งในท้องถิ่น และขยายตัวออกไปในระดับประเทศ อันส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป พร้อมทั้งให้อุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศโดยเร็ว โดยช่วยให้มีการหมุนเวียนเงินตราภายในท้องถิ่น และลดการไหลของเงินตราออกนอกประเทศ ซึ่งภาครัฐได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าว และมีการสนับสนุน รมรณรงค์ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น และพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศในลำดับต้น ๆ เนื่องจากเป็นสถานที่ตากอากาศที่มีชื่อเสียงและสวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ และมีความหลากหลายในสถานที่ท่องเที่ยวตลอดจนศักยภาพอื่น ๆ ที่เป็นที่สนับสนุนให้พัทยายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ

เมืองพัทยาดั้งอยู่ทางด้านตะวันออกของอ่าวไทย ไปตามทางหลวงสายสุขุมวิท เป็นเมืองท่องเที่ยวซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำมากมาย นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเดินทางมาพักผ่อนเป็นจำนวนมากมีชื่อเสียงไปทั่วโลก พัทยาเป็นสถานที่ตากอากาศนานาชาติที่มีชื่อเสียงอย่างรวดเร็ว แต่เดิมเป็นเพียงหมู่บ้านชาวประมง ในตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง ห่างจากตัวเมืองชลบุรีประมาณ 50 กิโลเมตร มีทางแยกสู่หาดพัทยาดตรงหลักกิโลเมตรที่ 147 เดิมเงียบสงบมีเพียงหมู่บ้านชาวประมงเล็ก ๆ การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2504 มีรถนำทหารอเมริกันที่สู้รบในสงครามเวียดนามมาพักผ่อนที่พัทยา หลักจากนั้นมilitaryสหรัฐอเมริกาพลัดเปลี่ยนกันมาพักผ่อนที่หาดพัทยาเป็นประจำ นี่คือนจุดเริ่มต้นแห่งการเป็นสถานที่ตากอากาศนานาชาติของพัทยา หลังจากนั้นก็มีภัตตาคาร ร้านอาหาร โรงแรม

กีฬาทางน้ำเกิดขึ้นที่พัทยารวดเร็ว จนกระทั่งพัทยาซึ่งเป็นเพียงหมู่บ้านหนึ่งของ ตำบลนาเกลือเจริญเติบโตจนกลายเป็นเมืองใหญ่เมืองหนึ่ง ที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก รัฐบาล จึงได้เปลี่ยนแปลงฐานะของพัทยามาเป็นรูปการบริหารพิเศษ เรียกว่าเมืองพัทยา ตั้งแต่ เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2520

8. ศักยภาพของเมืองพัทยา

8.1 เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีแนวชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่ตากอากาศยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร

8.2 เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การธนาคาร ธุรกิจบริการ และพาณิชย์กรรมระดับภาค

8.3 เป็นเมืองศูนย์กลางการบริการและท่องเที่ยวสำหรับ โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก (อีสเทิร์นซีบอร์ด)

8.4 เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค

8.5 เป็นเมืองศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ

8.6 เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภค ที่สมบูรณ์แบบเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น

8.7 เป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ

8.8 เป็นเมืองที่มีรูปแบบและระบบการปกครองที่เอื้อต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน เป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางกีฬาและศูนย์การแข่งขันกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศและระดับโลก เมืองพัทยายังเป็นสถานที่จัดคนตรีและการแข่งขันกีฬาระดับชาติเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ เช่น วอลเลย์บอลชายหาด ฟุตบอลชายหาด วินเซิร์ฟ เรือใบ เจ็ตสกี เดิน/วิ่ง มาราธอน พัทยาคานีวัล จักรยานเสือภูเขา พัทยามิวสิคเฟสติวัล โบว์ลิ่ง เป็นต้น

สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

เมืองพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ที่มีชื่อเสียงทางทะเลแห่งหนึ่งของประเทศ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จนได้รับการกำหนดให้เป็นเมืองที่อยู่ในเขตพื้นที่การพัฒนาตามโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ประวัติของเมืองพัทยา ในฐานะที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เริ่มต้นเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2502 โดยทหารอเมริกันที่มีฐานทัพอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมา ได้ผลักดันมาพักผ่อนเป็นงวด ๆ ละ 1 สัปดาห์ ต่อมาจึงได้เปลี่ยนแปลงจากหมู่บ้านชายทะเลที่เงียบสงบ มาเป็นแหล่งท่องเที่ยวตากอากาศที่มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวก และความบันเทิงไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างทันสมัย และสมบูรณ์แบบดังที่พบเห็นในสภาพปัจจุบัน

จุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ได้แก่ ชายหาดที่เป็นหาดทรายเป็นแนวยาวต่อเนื่องกันถึง 15 กม. แสงแดดที่เหมาะสมต่อการอาบแดดรวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น น้ำทะเลใส เกาะ ภูเขา ลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม การคมนาคมสะดวก มีสถานบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกไว้สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ จึงนับได้ว่าเมืองพัทยามีความเหมาะสมต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ ในเขตเมืองพัทยาและใกล้เคียงสรุปได้ ดังนี้ (กองวิชาการและแผนงาน, 2550)

หาดพัทยา

หาดพัทยาคือหาดรูปโค้งครึ่งวงกลม มีถนนเลียบริมชายหาดตลอดสายยาวประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นหาดที่ร่มรื่นไปด้วยพันธุ์ไม้นานาชนิด เหมาะสมสำหรับการพักผ่อน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

ชายหาดพัทยาริมตั้งแต่บริเวณพัทยาเหนือ (แยกโรงแรมดุสิตริゾート) เลียบริมไปตามแนวถนนชายหาด จนถึงพัทยาใต้ (จรดเขาพัทยา) ซึ่งในบริเวณนี้เป็นเขตชุมชน

หนาแน่น มีโรงแรม ร้านค้า กิจตาคาร ร้านอาหาร และธุรกิจทุกประเภทตั้งอยู่มากมาย รวมทั้งบาร์เบียร์ ในต์คลับ คาบาร์ต์ หลายแห่งไว้บริการนักท่องเที่ยวในยามราตรี

เกาะล้าน

ตั้งอยู่ในแนวขนานกับหาดพัทยา อยู่ห่างจากอ่าวระยะทาง 7.5 กิโลเมตร ตัวเกาะกว้าง 2 กิโลเมตร ยาว 5 กิโลเมตร เกาะล้านมีหาดทรายขาวนวลเม็ดทรายละเอียด มีแนวปะการังมากมาย นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือหางยาวท่องเที่ยวหรือดำน้ำดูปะการังได้ ซึ่งมีหาดทรายที่เลื่องชื่อ ได้แก่ หาดตาหวาน อยู่ทางเหนือของเกาะ มีหาดทรายยาวประมาณ 750 เมตร เป็นหาดที่มีร้านค้าต่าง ๆ มากมาย เรือท่องเที่ยวมักมาจอดบริเวณนี้เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากมีหาดทรายขาวและสวยงาม หาดแหลมเทียน และหาดแสม อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะล้าน หาดทรายยาวประมาณ 700 เมตร และ 100 เมตร ตามลำดับจัดเป็นหาดที่สวยงามและน่าประทับใจอีกแห่งหนึ่งของเกาะ โดยเฉพาะบริเวณแหลมเทียน มีความเงียบสงบและสะอาด ปัจจุบันมีร้านค้าไว้บริการนักท่องเที่ยวอยู่บ้าง หาดตาพัน อยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะ หาดยาวประมาณ 500 เมตร บนหาดมีเพิงพักชั่วคราว สำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์ หรือวันหยุด เรือท่องเที่ยวมักมาจอดบริเวณหน้าหาดตลอดไปจนถึงแหลมเทียน ซึ่งจะมีปะการังอยู่โดยตลอดหาดนวล อยู่ทางทิศใต้ของเกาะ ชายหาดยาวประมาณ 450 เมตร เป็นหาดที่มีโรงแรมตั้งอยู่มาก นักท่องเที่ยวมาพักมากพอสมควรบริเวณนี้เป็นแหล่งดูปะการังอีกแห่งหนึ่ง นักท่องเที่ยวนิยมดูปะการัง จัดเป็นหาดที่น่าสนใจอีกหาดหนึ่ง นอกจากนี้แล้วยังมีหาดแหลมหัวโขน ด้านหน้า-หลัง แหลมทองกลาง แหลมถ้ำแร่ ฯลฯ ที่เป็นจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเล่นกันที่เกาะล้าน ได้แก่ เล่นน้ำ ดูปะการัง เล่นเรือลากรัม ชูชีพ เรือสกี เรือสกีวอเตอร์ เป็นต้น

เกาะครก

เป็นเกาะขนาดเล็กอยู่ในอ่าวพัทยา ห่างจากฝั่งประมาณ 8 กม. เกาะโดยรอบเป็นโขดหินมีหาดทรายอยู่เพียงหาดเดียวซึ่งอยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะคือ หาดเกาะครก ซึ่งมีความยาวเพียง 100 เมตรเศษ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถดำน้ำดูปะการังได้

เกาะสาก

อยู่ห่างจากเกาะล้านประมาณ 600 เมตร หรืออยู่ทางทิศตะวันตกของแหลมพิทยา ห่างออกไปประมาณ 10 กิโลเมตร เป็นเกาะขนาดเล็กโค้ง เป็นรูปเกือกม้าหงายมีหาดทรายอยู่ 2 หาด คือ หาดทรายบริเวณอ่าวด้านเหนือ ซึ่งมีความยาวประมาณ 250 เมตร เรือนำเที่ยวมักจะจอดให้นักท่องเที่ยวลงเล่นน้ำบริเวณนี้ อีกหาดหนึ่งคือ หาดทางตอนใต้ของเกาะซึ่งอยู่ตรงกันข้ามกับหาดแรก และมีทางเดินติดต่อกันได้ หาดนี้เป็นหาดเล็ก ๆ ยาวประมาณ 80 เมตร มีแนวปะการังอยู่บริเวณด้านหน้าหาด นักท่องเที่ยวสามารถดำน้ำดูปะการังในบริเวณนี้ได้

อ่าวกระทิงลาย

อ่าวกระทิงลาย เป็นชายหาดที่เมืองพิทขามีโครงการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ทางธรรมชาติ โดยประกาศให้เป็นเขตปลอดสิ่งรบกวนนักท่องเที่ยวทำให้บริเวณชายหาดมีความสงบเหมาะสำหรับการพักผ่อน บริเวณชายหาดมีต้นไม้และหาดทรายที่สวยงามมีความยาวประมาณ 900 เมตร กว้าง 30 เมตร

หมู่เกาะไผ่

ประกอบด้วยเกาะไผ่ เกาะมารวิชัย เกาะเหลื่อม เกาะกลิ้งบาดาล ฯลฯ โดยมีเกาะไผ่เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุด ปัจจุบันอยู่ในความดูแลของกองทัพเรือ กลุ่มเกาะไผ่อยู่ห่างจากฝั่งพิทยาประมาณ 23 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง บนยอดเขาของเกาะไผ่มีกระโจมไฟตั้งอยู่ นักท่องเที่ยวนิยมไปพักผ่อน เล่นน้ำทะเล ดำน้ำ ชมปะการังและตกปลากันมาก

เขาพิทยา (เขาพระบาท)

เป็นภูเขาเตี้ย ๆ ที่มีทางลาดยางขึ้นไปจนถึงยอดเขาได้เมื่อขึ้นไปจนถึงยอดเขาจะแลเห็นทัศนียภาพของบริเวณเมืองพิทยาและอ่าวพิทยาได้โดยรอบซึ่งสวยงามมาก เป็นอ่าวครึ่งวงกลม ปัจจุบันเขาพิทยาได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานที่ตั้งของสถานีวิจัย สทร. 5 ของกองทัพเรือ บนยอดเขามีพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ประดิษฐานอยู่

หาดนาจอมเทียน

เป็นหาดที่อยู่ทางทิศใต้ อยู่ห่างจากตัวเมืองพัทยาประมาณ 4 กิโลเมตร ชายหาดมีความยาว 6 กิโลเมตร มีถนนที่ร่มรื่นเลียบชายหาด โดยตลอด หาดนาจอมเทียนเป็นหาดที่เงียบ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเดินทางไปพักผ่อน เล่นน้ำ เล่นกระดานโต้คลื่น ขับเรือสกีวอเตอร์และเล่นกิจกรรมทางน้ำอื่น ๆ บริเวณชายหาดมีร้านอาหาร ร้านค้า ไร่คอยบริการนักท่องเที่ยว

หาดวงพระจันทร์

อยู่ทางด้านทิศเหนือของอ่าวพัทยา ทางเข้าทางเดียวกับโรงแรมเซ็นทรัลวงศัอมาศย์ ชายหาดมีความยาวประมาณ 1 กิโลเมตรเศษ เป็นหาดที่เงียบสงบเหมาะที่จะเล่นน้ำและพักผ่อน

สวนเฉลิมพระเกียรติ

ตั้งอยู่ ณ บริเวณเชิงเขาพัทยา ถนนพระตำหนัก เป็นสวนสาธารณะขนาดเล็กที่จัดสร้างขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในมหามงคลสมัยเจริญพระชนมพรรษา 5 รอบ เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2531 มีเนื้อที่ประมาณ 15 ไร่ บริเวณสวนประดับไปด้วยไม้ดอกนานาพันธุ์ มีลานอเนกประสงค์และเส้นทางลัดเลาะตามไหล่เขาสำหรับเดินหรือวิ่ง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกในการออกกำลังกายที่ได้มาตรฐานทุก ๆ วันมีผู้คนไปพักผ่อน ตลอดจนวิ่งออกกำลังกายและชมวิวทิวทัศน์ของเมืองพัทยา ณ บริเวณนี้กันเป็นจำนวนมาก

วัดสว่างฟ้าพุทธาราม

ตั้งอยู่ที่ถนนสว่างฟ้า ตำบลนาเกลือ อ่าเภอบางละมุง เป็นวัดที่เก่าแก่ คาดว่าสร้างมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา สันนิษฐานว่าเป็นจุดที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงหยุดทัพสมัยตีฝ่าวงล้อมพม่า เมื่อตอนที่กรุงศรีอยุธยาจะเสียกรุงครั้งที่ 2 ภายในวัดมีอาคารสร้างด้วยไม้คู่เก่าแก่มาก

ปราสาทจักรพรรดิ

ตั้งอยู่บริเวณแหลมราชเวช ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง (ทางเข้าบริเวณชอชนาเกลือ 12) มีพื้นที่คิดทะเลขนาค 60 ไร่ เริ่มสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2524 สร้างด้วยไม้ทั้งหลังไม่มีโลหะเข้ามาปะปน ไม้ที่นำมาก่อสร้างจะเป็นไม้เนื้อแข็งและหายาก คือ ไม้สัก ไม้เต็ง นับเป็นงานสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมแห่งศตวรรษ โดยสร้างเป็นทรงจัตุรมุขยอดปรารงค์ สูง 105 เมตร หลังคามุข ทั้ง 4 ด้าน เป็นปราสาททรงอ่อนตามแบบอยุธยา ยอดประดับด้วยช่อฟ้า ใบระกา และสลักเทพเจ้าต่าง ๆ ตามตำนานของชาวตะวันออก (อินเดีย จีน เป็นต้น) เปิดให้ชมทุกวัน 8.00-17.00 น. อัตราค่าเข้าชมท่านละ 500 บาท

เมืองจำลอง

ตั้งอยู่บริเวณแยกซ้ายบนถนนสุขุมวิท หลักกิโลเมตรที่ 143 เป็นสถานที่รวบรวมสิ่งจำลองของปูชนียสถาน โบราณสถานที่สำคัญทั้งในประเทศ (มินิสยาม) เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย สะพานข้ามแม่น้ำแคว สะพานพระราม 9 ปราสาทหินพิมาย ฯลฯ และทวีปยุโรป (มินิยุโรป) เช่น สะพานทาวเวอร์บริดจ์ หอไอเฟล หอเอนปิซซา แกรนด์แคนยอน อนุสาวรีย์เทพีเสรีภาพ ฯลฯ ในอัตราส่วน 1 ต่อ 25 เปิดให้ชมทุกวันตั้งแต่เวลา 07.00-22.00 น. ค่าเข้าชมคนไทย 80 บาท ชาวต่างประเทศ 200 บาท

สวนป่าพนารักษ์

ตั้งอยู่บนถนนพระปรภาณมิตร โดยแยกซ้ายจากถนนสุขุมวิท ตรงหลักกิโลเมตรที่ 145 เข้าไปประมาณ 5 กิโลเมตร เป็นสถานที่พักผ่อนที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ เหมาะสำหรับผู้รักความสงบ ภายในสวนมีสระว่ายน้ำ บ่อตกปลาพร้อมอุปกรณ์ตกปลาให้เช่า และสนามกอล์ฟเล็ก นอกจากนี้ ยังมีที่พักทั้งประเภทเรือนพักและเต็นท์ไว้บริการนักท่องเที่ยว

หมู่บ้านช้างพทยา

ตั้งอยู่บนถนนพรปรภาณมิตร เส้นทางเดียวกับสวนป่าพนารักษ์และสนามกอล์ฟสยามคันทรีคลับ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ

ชาวต่างประเทศ ทุกวันจะมีการแสดงของช้างและการแสดงการจับช้างป่าในเวลา 14.30 น. วันละ 1 รอบ ใช้เวลาแสดงประมาณ 1 ชั่วโมง ค่าเข้าชมท่านละ 250 บาท นอกจากนี้ยังมีบริการขี่ช้างชมป่าวันละ 4 รอบ คือ เวลา 08.30 น. 10.00 น. 12.00 น. และ 16.00 น. ค่าบริการราคาท่านละ 600 บาท

อุทยานหินล้านปี และฟาร์มจระเข้พัทยา

ตั้งอยู่เลขที่ 22/1 หมู่ 1 ตำบลหนองปลาไหล จากถนนสุขุมวิทเลี้ยวซ้ายตรงหลักกิโลเมตรที่ 140 ใกล้สะพานลอยหน้าสว่างฟ้า เข้าไปตามถนนชัยพรวิถี (ทางหลวงหมายเลข 3024) เส้นทางเดียวกับอ่างเก็บน้ำมาบประชัน เข้าไปประมาณ 5 กิโลเมตร นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอีกแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ในเนื้อที่เกือบ 100 ไร่ ภายในบริเวณประกอบด้วยสวนหินและสวนไม้หายาก จัดแต่งบริเวณอย่างสวยงามร่มรื่นที่น่าสนใจ คือ ต้นไม้ที่กลายเป็นหินมีอายุนับล้านปี และไม้ตัดไทยที่มีอายุ 200 ปี นอกจากนี้ ยังมีบ่อเลี้ยงจระเข้ และสัตว์หายาก เช่น หมีเผือก และม้าเผือก เป็นต้น มีการแสดงจับจระเข้ การแสดงมายากล และสัตว์แสนรู้ เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่เวลา 9.00-18.00 น. อัตราค่าเข้าชม คนไทย 60 บาท ชาวต่างประเทศ 250 บาท

พิพิธภัณฑ์ขวด

ตั้งอยู่บริเวณ 79/15 หมู่ 10 ถนนสุขุมวิท ซอยเสรี เมืองพัทยา เป็นสถานที่แห่งแรกในประเทศไทย ซึ่งแสดงให้เห็นคุณค่าทางจิตใจ ความรู้สึก และทัศนะมุมมองของชาวต่างประเทศที่ชื่อ มิสเตอร์ ปีเตอร์ เบย์เคอเลย์ ชาวฮอลแลนด์ ซึ่งมีต่อวัฒนธรรมของประเทศไทยอย่างละเอียดอ่อนและลึกซึ้ง โดยเขาได้แสดงความสวยงามอันเยี่ยมยอดด้วยสิ่งประดิษฐ์ในขวดแก้ว ที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางสถาปัตยกรรมเก่าแก่และความเรียบง่ายของวัฒนธรรมบางประเทศ อีกทั้งได้รวบรวมยานพาหนะทางน้ำคือ “เรือ” ที่มีมากมายหลายรูปแบบ ทั้งที่เรียบง่ายและวิจิตรบรรจง ซึ่งสุภาพบุรุษผู้นี้ได้พากเพียรพยายามใช้เวลาวันละ 14 ชั่วโมง อย่างต่อเนื่องกันจนถึง 5 ปี จนกระทั่งประสบผลสำเร็จซึ่งเปิด

บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00-20.00 น. อัตราค่าเข้าชม ชาวไทยผู้ใหญ่ 50 บาท เด็ก 25 บาท ชาวต่างประเทศ ผู้ใหญ่ 100 บาท เด็ก 50 บาท

สวนน้ำพญาปาร์ค

ตั้งอยู่ที่ถนนจอดเทียน มีเนื้อที่ประมาณ 80 ไร่ ภายในมีสระน้ำวนและบันไดเลื่อนขนาดใหญ่เหมาะสำหรับการพาครอบครัวมาพักผ่อนและเล่นน้ำ อัตราค่าบริการ ผู้ใหญ่ 100 บาท เด็ก 50-100 บาท นอกจากนี้ยังมีโรงแรมและบ้านพักไว้บริการนักท่องเที่ยว

สวนกล้วยไม้ศิริพร

ตั้งอยู่เลขที่ 235/14 หมู่ 5 ถนนเนินพลับหวาน ตำบลหนองปรือ จากถนนสุขุมวิท เลี้ยวซ้ายเยื้องกับทางแยกไฟแดงพืษากลาง เข้าไปประมาณ 800 เมตร ด้านขวามือ ภายในสวนมีกล้วยไม้พันธุ์หายากให้ชมและเลือกซื้อทั้งดอกและพันธุ์ไม้ เช่น พันธุ์แคทลียา แวนด้า เคโครเบียม เอสโคแซนด้า และบอมปาตัว เป็นต้น

อ่างเก็บน้ำห้วยซากนอก

เป็นอ่างเก็บน้ำที่มีขนาดเนื้อที่ประมาณ 1,400 ไร่ บรรยากาศโดยรอบเย็นสบาย เหมาะสมที่จะนั่งพักผ่อน ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปีจะมีนกเป็ดน้ำ นกนางแอ่น และนกกระยาง จำนวนนับหมื่นตัวบินมาอาศัยอยู่ในบริเวณนี้ การเดินทางจากถนนสุขุมวิท ประมาณกิโลเมตรที่ 150 เลี้ยวซ้ายเข้าซอยข้างสนามกอล์ฟ กรีนเวย์ไปประมาณ 4 กิโลเมตร

พิพิธภัณฑ์บริสต์ (เชื้อหรือไม้)

เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมนำเรื่องราวที่แปลกประหลาดและมหัศจรรย์จากทั่วโลก มาจัดแสดงไว้ ตั้งอยู่ที่ชั้น 3 ห้างสรรพสินค้ารอยัลการ์เด้น พลาซ่า ถนนเลียบชายหาด พญาใต้ เปิดให้เข้าชมตั้งแต่เวลา 10.00-23.00 น.

สนามแข่งรถเล็ก (โกคาร์ท)

ตั้งอยู่ หมู่ 6 ถนนสุขุมวิท (ติดกับเมืองจำลอง) ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจจะประลองความเร็วให้เข้าขับชี่ โดยคิดค่าบริการ 10 นาที 300 บาท

สนามแข่งรถพีระอินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์กิต

เป็นสนามแข่งรถจักรยานยนต์ระดับนานาชาติ มีเนื้อที่ประมาณ 326 ไร่ ตั้งอยู่บนทางหลวงหมายเลข 36 (พญา-ระยอง) ห่างจากตัวเมืองพญาประมาณ 15 กิโลเมตร มีการแข่งขันเป็นประจำในวันเสาร์และอาทิตย์

พืษาคาร์ท สปีดเวย์

เป็นสนามแข่งรถเล็ก ตั้งอยู่ที่ 248/2 หมู่ที่ 2 บนถนนเทพประสิทธิ์ ซึ่งเป็นถนนเชื่อม ระหว่างถนนสุขุมวิทกับถนนพญาหาคณาจอมเทียน ห่างจากตัวเมืองพญาไปทางตอนใต้ประมาณ 5 กิโลเมตร ภายในสนามมีทางวิ่งสำหรับนักขับมืออาชีพและมือสมัครเล่นแยกจากกัน เปิดทุกวัน

เลคแลนด์ วอเตอร์เคเบิล สกี

ตั้งอยู่ริมถนนสุขุมวิท ตรงหลักกิโลเมตรที่ 150.5 อยู่ห่างจากตัวเมืองพญาประมาณ 5 กิโลเมตร ประกอบด้วยบึงน้ำจืดขนาดใหญ่ในเนื้อที่กว่า 27 ไร่ มีชุดสกีสำหรับใช้สายเคเบิลลาก นักเป็นกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เปิดทุกวัน

กีฬابันจี้จัมพ์

ตั้งอยู่เลขที่ 248/10 ถนนเทพประสิทธิ์ ตำบลหนองปรือ เป็นกีฬาที่มีความตื่นเต้นมากที่สุด ในพญา เป็นบันจี้จัมพ์ที่สูงที่สุดในประเทศไทย มีกิจกรรมให้เลือก 2 วิธี คือ กระโดดจากความสูง 56 เมตร จากยอดเขตรน หรือจะติดจากพื้นดินขึ้นไปในอากาศ

การแสดงโชว์คาบาเร่ต์

ในเขตเมืองพัทยา มีสถานที่ที่เปิดแสดงอยู่ 2 แห่ง คือ

1. อัลคาซาร์ ตั้งอยู่ที่ 78/4 ถนนพัทยา 2 เปิดให้เข้าชมทุกวัน ๆ ละ 3 รอบ คือ เวลา 18.00 น. 20.00 น. 21.30 น. และวันเสาร์เพิ่มรอบ 23.00 น. อัตราค่าเข้าชมชาวไทย 200-250 บาท ชาวต่างประเทศ 400-500 บาท

2. ทิฟฟานีโชว์ ตั้งอยู่ที่ 464 หมู่ 9 ถนนพัทยา 2 เปิดให้เข้าชมการแสดงทุกวัน ๆ ละ 3 รอบ เวลา 19.00 น. 20.30 น. 22.00 น. อัตราค่าเข้าชมชาวไทย 200-250 บาท ชาวต่างประเทศ 400-500 บาท

ศูนย์ฝึกสอนลิ่งพัทยา

ตั้งอยู่บริเวณกิโลเมตรที่ 151 ซอยชัยพฤกษ์ ถนนสุขุมวิท มีวันละ 5 รอบ รอบเช้า รอบบ่าย รอบเย็น ซึ่งจะมีการโชว์ 5 รายการ คือ การตีไก่ การโชว์ลิง และการโชว์งูเห่า งูหลาม อัตราค่าเข้าชม ชาวไทย 60 บาท ชาวต่างประเทศ 250 บาท

สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมอื่น ๆ

พัทยามีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น สนามยิงปืน สนามกอล์ฟ สนามเพนท์บอล สนามเทนนิส กีฬาตกปลา กีฬาวินเซิร์ฟ กีฬาเรือใบ สนามกีฬาเบดมินตัน สนามมวย เทพประสิทธิ์พัทยา สวนนงนุช สวนเสือศรีราชา สวนสัตว์เปิดเขาเขียว เครื่องบินเล็ก เครื่องร่อน พระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาชีจรรย์ วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร อุทยานสามก๊ก ศาลเจ้าสามเซียน สก ลก ชิว ไร่่องุ่นซิลเวอร์เลค และศูนย์ฝึกขี่ม้า เป็นต้น

สถิติการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

พัทยาเป็นชายหาดที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย สถานที่ท่องเที่ยว ทั้งทางบกและทางน้ำ ซึ่งอยู่ทางด้านตะวันออกของอ่าวไทย จากสถิติการท่องเที่ยวเมือง พัทยาปี พ.ศ. 2548 ผู้มาเยี่ยมเยือนพัทยา แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวและนัก ทศนาจรปรากฏตามตาราง 4

นักท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตาราง 5

สถิติผู้มาเยี่ยมเยือนเมืองพัทยา ปี พ.ศ. 2548

ข้อมูล	ปี พ.ศ. 2548	คิดเป็นร้อยละ
ผู้มาเยี่ยมเยือนทั้งสิ้น	5,338,009 คน	6.54
นักท่องเที่ยว มีจำนวนทั้งสิ้น	4,976,030 คน	6.62
นักท่องเที่ยว มีจำนวนทั้งสิ้น	361,979 คน	5.43

ที่มา. จากแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (2550-2552) (หน้า 27), โดย กองวิชาการและแผนงาน, 2550, ชลบุรี: ผู้แต่ง.

รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตาราง 6

สถิติรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ปีพ.ศ. 2548

ข้อมูล	ปี พ.ศ. 2548	คิดเป็นร้อยละ
รายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น	48,522.13 ล้านบาท	(0.31)
รายได้ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย	8,441.67 ล้านบาท	(13.45)
รายได้ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ	40,080.46 ล้านบาท	2.99

ที่มา. จากแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (2550-2552) (หน้า 27), โดย กองวิชาการและแผนงาน, 2550, ชลบุรี: ผู้แต่ง.

จากตาราง 4 และ 5 ผู้เยี่ยมเยือนร้อยละ 78.14 จะเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวนี้ โดยรถส่วนตัว รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง และเครื่องบิน ส่วนที่พักค้างคืนของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะพักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 91.27 รองลงมาคือบ้านญาติ/เพื่อน บ้านพักรับรองตามลำดับ

ผู้มาเยี่ยมเยือนพัทยามีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นเฉลี่ย/คน/วัน 2,819.60 บาท ซึ่งลดลงจากปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 5.74 นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน 2,834.50 บาท ซึ่งลดลงจากปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 6.31 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก รองลงมา

เป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ นักทัศนาจรมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน 1,189.54 บาท ซึ่งลดลงจากปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 15.86 จากข้อมูลการวิเคราะห์เบื้องต้นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่าเมืองพัทยามีจำนวนสถานที่พักแรม 293 แห่ง จำนวนห้องพัก 34,007 ห้อง มีอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยร้อยละ 57.78 ลดลงร้อยละ 0.63 จากปีก่อน

เมื่อพิจารณาในส่วนของคนเข้าพักแรมพบว่า ปี พ.ศ. 2548 มีผู้เข้าพักแรมทั้งสิ้น 4,541,670 คน มีระยะเวลาพักเฉลี่ย 3.09 วัน ความสำเร็จจากการท่องเที่ยวเป็นผลจากนโยบายต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสำเร็จจากการเปิดตลาดท่องเที่ยวในประเทศ ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการท่องเที่ยวที่เมืองพัทยาทั้งในช่วงไฮซีซั่นและโลว์ซีซั่นจำนวนมาก
2. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเมืองพัทยาคีขึ้น โดยเฉพาะเรื่องสิ่งแวดล้อม เนื่องจากปัจจุบันเมืองพัทยามีการก่อสร้างโรงบำบัดน้ำเสียเพื่อแก้ไขปัญหาด้านน้ำเสียแล้ว

ตาราง 7

สถิติผู้มาเยือนและรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ปี พ.ศ. 2547-2548

ปี (พ.ศ.)	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		รวม	
	จำนวน (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวน (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวน (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
2547	1,062,923	9,753.49	3,245,969	38,918.23	4,308,901	48,671.72
2548	1,155,319	8,441.67	3,386,351	40,080.46	4,541,670	48,522.13

ที่มา. จาก แผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (2550-2552) (หน้า 28), โดย กองวิชาการและแผนงาน, 2550, ชลบุรี: ผู้แต่ง.

ตาราง 8

เปรียบเทียบการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ปี พ.ศ. 2547-2548

ข้อมูล	ปี พ.ศ. 2547	ปี พ.ศ. 2548	เพิ่มขึ้น (ลดลง) %
ผู้เยี่ยมชมเยือน	5,010,564	5,338,009	+6.54
ไทย	1,680,824	1,804,240	+7.34
ต่างประเทศ	3,329,740	3,533,769	+6.13
นักท่องเที่ยว	4,667,234	4,976,030	+6.62
ไทย	1,409,340	1,518,857	+7.77
ต่างประเทศ	3,257,894	3,457,173	+6.12
นักท่องเที่ยว	343,330	361,979	+5.43
ไทย	271,484	285,383	+5.12
ต่างประเทศ	71,846	76,596	+6.61
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (วัน)			
ผู้เยี่ยมชมเยือน	3.42	3.41	-
ไทย	2.41	2.31	-
ต่างประเทศ	3.85	3.89	-
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน			
(บาท)			
ผู้เยี่ยมชมเยือน	2,991.25	2,819.60	-5.74
ไทย	2,661.13	2,285.22	-14.13
ต่างประเทศ	3,087.24	2,965.63	-3.94
นักท่องเที่ยว	3,025.26	2,834.50	-6.31
ไทย	2,761.85	2,313.79	-16.22
ต่างประเทศ	3,096.58	2,969.97	-4.09
นักท่องเที่ยว	1,413.74	1,189.54	-15.86
ไทย	1,401.90	1,180.52	-15.79
ต่างประเทศ	1,458.54	1,223.19	-16.14

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อมูล	ปี พ.ศ. 2547	ปี พ.ศ. 2548	เพิ่มขึ้น (ลดลง) %
นักทัศนอาจร	1,413.74	1,189.54	-15.86
ไทย	1,401.90	1,180.52	-15.79
ต่างประเทศ	1,458.54	1,223.19	-16.14
รายได้ (ล้านบาท)			
ผู้เยี่ยมชมเยือน	48,671.72	48,522.13	-0.31
ไทย	9,753.49	8,441.67	-13.45
ต่างประเทศ	38,918.23	40,080.46	+2.99
ข้อมูลสถานพักแรม			
จำนวนสถานพักแรม	261	293	+12.26
(แห่ง)			
จำนวนห้องพัก	26,503	34,007	+28.31
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	57.15	57.78	+0.63
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (วัน)	3.42	3.41	-
จำนวนนักท่องเที่ยวพักแรม			
(คน)	4,308,901	4,541,670	+5.40
ไทย	1,062,932	1,155,319	+8.69
ต่างประเทศ	3,245,969	3,386,351	+4.32

ที่มา. จาก แผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (2550-2552) (หน้า 29), โดย กองวิชาการและแผนงาน, 2550, ชลบุรี: ผู้แต่ง.

ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยอุปสรรคการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

เมืองพัทยามีปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอยู่หลายประการเป็นต้นว่า (กองวิชาการและแผนงาน, 2550, หน้า 55)

1. มีความสะดวกในการเดินทาง ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 150 กิโลเมตร มีรถประจำทางบริการอย่างสม่ำเสมอ
2. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ที่ดึงดูดใจมากมายทั้งหาดทราย ชายทะเลที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งเป็นสถานตากอากาศที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเมือง แหล่งบันเทิงยามราตรี นอกจากนี้ในบริเวณใกล้เคียงยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกมากมาย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามต้องการ
3. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในการท่องเที่ยวมีเพียงพอ ครบครัน ในปัจจุบันมีจำนวนสถานที่พักแรมทั้ง โรงแรม และบังกะโบ รวมกว่า 300 แห่ง และจำนวนห้องพักอีกประมาณ 30,000 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
4. ด้านความเจริญทางเศรษฐกิจและการพัฒนาโครงสร้างการบริการพื้นฐานขนาดใหญ่ในบริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ซึ่งขณะนี้รัฐบาลกำลังอยู่ในระหว่างเตรียมการพัฒนาระบบโครงสร้างบริการพื้นฐานที่ทันสมัย ขนาดใหญ่ในบริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกเพื่อเชื่อมโยงกับโครงสร้างบริการพื้นฐานในระบบเศรษฐกิจโลกในศตวรรษที่ 21 อันได้แก่ การพัฒนาท่าอากาศยานสากลกรุงเทพ แห่งที่ 2 (สุวรรณภูมิ) การพัฒนาระบบรถไฟความเร็วสูง การพัฒนาศูนย์กลางการผลิตและขนส่งทางอากาศ ซึ่งจะทำให้บริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกมีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากขึ้น เมืองพัทยายิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น อีกทั้งเป็นที่พักผ่อนที่น่าสนใจมาก

ปัจจัยอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

แม้พัทยามีชื่อเสียงในด้านการเป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเล แต่ก็ยังคงมี ปัญหาที่สำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา เช่น (กองวิชาการและ แผนงาน, 2550, หน้า 56)

1. ด้านการวางแผนในด้านการปรับปรุงรักษาสภาพแวดล้อมของชายหาด การจัด ระเบียบสถานที่พักผ่อนริมทะเล ผังขาดมาตรการที่เหมาะสม ทำให้เกิดปัญหาความเสื่อม โทรม และขาดความเป็นระเบียบ

2. ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัญหาด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่เอื้ออำนวย ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารเพื่อเชิญ ชวน และการให้บริการที่เกี่ยวข้องยังขาดประสิทธิภาพ จึงทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจด้าน การท่องเที่ยวของเมืองพัทยายังไม่สามารถทำได้อย่างเต็มรูปแบบ

3. ปัญหาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาส่วนหนึ่งที่ นักท่องเที่ยวต้องประสบ คือ การก่ออาชญากรรมประเภทต่าง ๆ เช่น การฉกชิง ชิงราว การจี้ปล้น การประทุษร้ายต่อร่างกายและทรัพย์สิน เป็นต้น ก่อให้เกิดภาพเชิงลบและ เป็นผลเสียต่อการท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวยังไม่ได้รับความสะดวกและความปลอดภัยในการขึ้นลงเรือ เนื่องจากปัจจุบันเมืองพัทยายังไม่มีท่าเทียบเรือที่เป็นมาตรฐาน มีเพียงท่าเทียบเรือ ชั่วคราวที่อยู่บริเวณพัทยาใต้ อีกทั้งทำให้เสียโอกาสที่จะได้นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดย ทางเรือจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น

5. ปัญหาด้านความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง เนื่องจากความเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่สำคัญ ทำให้เกิดธุรกิจการค้า การลงทุนและบริการต่าง ๆ มากมาย รวมทั้ง การค้าปลีกย่อย เช่น หาบเร่ แผงลอย รถเข็น ที่จำหน่ายบนทางเท้า เป็นต้น ก่อให้เกิด ความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนมีการเอาเปรียบของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะ ผู้รับบริการชาวต่างประเทศ ซึ่งมักจะได้รับการในราคาหรืออัตราที่สูงกว่าชาวไทย

6. การจัดระเบียบในน่านน้ำ สำหรับกิจกรรมทางน้ำประเภทต่าง ๆ ยังขาดการ ดำเนินการที่ชัดเจน ควรกำหนดบริเวณพื้นที่ทะเลสำหรับว่ายนน้ำที่ห้ามเรือทุกชนิดเล่น

ผ่านบริเวณที่จอดเรือ หรือเขตเล่นกีฬาทางน้ำ เนื่องจากสร้างความไม่ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

7. ด้านการกำหนดเขตพื้นที่ และจำกัดประเภท รวมทั้งการควบคุมจำนวนสถานประกอบการประเภทบาร์เบียร์ ะโกโก้ และสวนอาหาร เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของเมืองพัทยาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่แท้จริง

8. ด้านมลภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เช่น ปัญหาการเก็บและกำจัดขยะมูลฝอย ปัญหาการขาดระบบบำบัดน้ำเสีย ปัญหาการขาดระเบียบด้านการจราจร ปัญหาการก่อสร้างร้านค้าที่สาธารณะตลอดจนการควบคุมคุณภาพอากาศและเสียง ปัญหาดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่เสียหายต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติของเมืองพัทยา เป็นต้น

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาโดยเปรียบเทียบของหญิงต่อชาย โดยจะนำเสนอและอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในงานที่ศึกษา โดยผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา นำเสนอในรูปแบบตาราง โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา นำเสนอในรูปแบบตาราง โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 3 เป็นผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาโดยเปรียบเทียบของหญิงต่อชาย นำเสนอในรูปแบบตาราง โดยใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่ ค่า odds ratio และ wald statistic

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ตัวแปรที่จะนำมาอธิบายในส่วนนี้ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน นำเสนอในรูปแบบตาราง โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 9

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำแนกตามเพศและข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

(N = 310)

ข้อมูลทั่วไป	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	151	48.70	159	51.30		
อายุ						
ต่ำกว่า 25 ปี	58	18.70	72	23.20	130	41.90
25-34 ปี	60	19.40	56	18.10	116	37.40
35-44 ปี	26	8.40	20	6.50	46	14.80
45-54 ปี	6	1.90	8	2.60	14	4.50
เกิน 60 ปีขึ้นไป	1	0.30	3	1.00	4	1.30
สถานภาพ						
โสด	100	32.30	94	30.30	194	62.60
สมรส	47	15.20	56	18.10	103	33.20
หม้าย/หย่าร้าง	4	1.30	9	2.90	13	4.20
ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	7	2.30	4	1.30	11	3.50
มัธยมต้น	5	1.60	12	3.90	17	5.50

ตาราง 9 (ต่อ)

ข้อมูล ทั่วไป	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมปลาย	24	7.70	41	13.20	65	21.00
อนุปริญญา	17	5.50	23	7.40	40	12.90
ปริญญาตรี	87	28.10	68	21.90	155	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี	11	3.50	11	3.50	22	7.10
อาชีพ						
ธุรกิจส่วนตัว	27	8.70	43	13.90	70	22.60
รับราชการ	15	4.80	13	4.20	28	9.00
พจน. รัฐวิสาหกิจ	2	0.60	6	1.90	8	2.60
พจน. บริษัท	32	10.30	31	10.00	63	20.30
รับจ้างทั่วไป	25	8.10	14	4.50	39	12.60
นักศึกษา/นักเรียน	46	14.80	50	16.10	96	31.00
อื่นๆ	4	1.30	2	0.60	6	1.90
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 5,000 บาท	24	7.70	25	8.10	49	15.80
5,001-10,000 บาท	39	12.60	54	17.40	93	30.00
10,001-15,000 บาท	31	10.00	35	11.30	66	21.30
15,001-20,000 บาท	21	6.80	20	6.50	41	13.20
20,001-25,000 บาท	16	5.20	10	3.20	26	8.40
25,001-30,000 บาท	6	1.90	4	1.30	10	3.20
มากกว่า 30,001 บาท	14	4.50	11	3.50	25	8.10

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 9 พิจารณาจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน โดยมีเพศหญิงมากกว่าเล็กน้อย คือ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.30 เป็นเพศชาย อีกร้อยละ 48.70

2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 41.90 รองลงมา มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 37.40
3. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 62.60 รองลงมา มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 33.20
4. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.00 รองลงมาอยู่ที่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 21.00
5. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักศึกษา/นักเรียน มากที่สุด ร้อยละ 31.00 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.60
6. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 30.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 21.30

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตัวแปรที่จะนำมาอธิบายในส่วนนี้ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการเดินทาง สิ่งจูงใจให้มาเที่ยว พาหนะในการเดินทาง ลักษณะการมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาเที่ยว กิจกรรมที่ทำขณะอยู่เมืองพัทยา ช่วงฤดูกาลที่มาเที่ยว ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง ความประทับใจ สถานบริการที่มาใช้บริการ ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยว สถานที่พักที่ใช้บริการ ของฝากที่นิยมซื้อ ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว เขตที่มาท่องเที่ยวของพัทยา และสื่อที่รับทราบในการประชาสัมพันธ์เมืองพัทยา นำเสนอในรูปแบบตาราง โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ ดังนี้

ตาราง 10

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำแนกตามเพศและพฤติกรรมการท่องเที่ยว
เมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

(N = 310)

ข้อมูล ทั่วไป	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านเคยเดินทางมาพัทยาหรือไม่						
เคย	141	45.50	142	45.80	283	91.30
ไม่เคย	10	3.20	17	5.50	27	8.70
วัตถุประสงค์ของการเดินทาง						
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	126	40.60	144	46.50	270	87.10
มาเยี่ยมญาติ/เพื่อน	8	2.60	4	1.30	12	3.90
ประชุม/สัมมนา	8	2.60	5	1.60	13	4.20
ติดต่อธุรกิจ	7	2.30	5	1.60	12	3.90
ทัศนศึกษา	1	0.30	1	0.30	2	0.60
อื่น ๆ	1	0.30	0	0.00	1	0.30
สิ่งจูงใจให้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา						
ชายทะเลที่ใกล้ที่พัก	72	23.20	59	19.00	131	42.30
บรรยากาศ	29	9.40	39	12.60	68	21.90
การเดินทางสะดวก	35	11.30	51	16.50	86	27.70
สถานบันเทิง	13	4.20	8	2.60	21	6.80
อาหารที่ที่พักไม่แพง	1	0.30	0	0.00	1	0.30
อื่น ๆ	1	0.30	2	0.60	3	1.00
พาหนะในการเดินทาง						
รถยนต์ส่วนตัว	120	38.70	117	37.70	237	76.50
รถประจำทาง	20	6.50	35	11.30	55	17.70
รถรับจ้าง	4	1.30	5	1.60	9	2.90
รถจักรยานยนต์	6	1.90	1	0.30	7	2.30
อื่น ๆ	1	0.30	1	0.30	2	0.60

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อมูล ทั่วไป	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะของการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา						
มาคนเดียว	12	3.90	10	3.20	22	7.10
มากับกลุ่มเพื่อน	86	27.70	87	28.10	173	55.80
มากับครอบครัว	49	15.80	61	19.70	110	35.50
อื่น ๆ	4	1.30	1	0.30	5	1.60
จำนวนครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา						
มาครั้งแรก	12	3.50	18	5.80	30	9.70
มา 2-5 ครั้ง	72	23.20	76	24.50	148	47.70
มามากกว่า 5 ครั้ง	67	21.60	65	21.00	132	42.60
กิจกรรมที่ทำขณะที่อยู่เมืองพัทยา						
เล่นน้ำทะเล	69	22.30	79	25.50	148	47.70
เดินเล่นชายหาด	41	13.20	48	15.50	89	28.70
เที่ยวสถานบันเทิง	24	7.70	15	4.80	39	12.60
เล่นกิจกรรมชายหาด	8	2.60	7	2.30	15	4.80
เล่นกิจกรรมในทะเล	3	1.00	4	1.30	7	2.30
ซื้อของที่ระลึก	4	1.30	1	0.30	5	1.60
อื่น ๆ	2	0.60	5	1.60	7	2.30
ช่วงฤดูกาลที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา						
ฤดูร้อน	111	35.80	133	42.90	244	78.70
ฤดูหนาว	22	7.10	19	6.10	41	13.20
ฤดูฝน	10	3.20	4	1.30	14	4.50
ทุกฤดูกาล	8	2.60	3	1.00	11	3.50
ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวเมืองพัทยา						
1,000-3,000 บาท	51	16.50	46	14.80	97	31.30
3,001-5,000 บาท	51	16.50	64	20.60	115	37.10
5,001 บาทขึ้นไป	46	14.80	49	15.80	95	30.60
อื่น ๆ	3	1.00	0	0.00	3	1.00

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อมูล ทั่วไป	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความประทับใจในการมาเที่ยวเมืองพัทยา						
สถานที่เที่ยว	62	20.00	83	26.80	145	46.80
สถานที่พักผ่อน	71	22.90	65	21.00	136	43.90
การต้อนรับ	10	3.20	6	1.90	16	5.20
อาหาร	8	2.60	5	1.60	13	4.20
สถานบริการในเมืองพัทยาที่ใช้บริการทุกครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา						
ค้บ, บาร์	53	17.10	44	14.20	97	31.30
ร้านอาหาร	84	27.10	96	31.00	180	58.10
ห้างสรรพสินค้า	12	3.90	17	5.50	29	9.40
อื่น ๆ	2	0.60	2	0.60	4	1.30
ท่านอาศัยอยู่ในภูมิภาคใดของประเทศไทย						
ภาคเหนือ	11	3.50	15	4.80	26	8.40
ภาคกลาง	94	30.30	90	29.00	184	59.40
ภาคใต้	18	5.80	14	4.50	32	10.30
ภาคตะวันออก	18	5.80	13	4.20	31	10.00
ภาคอีสาน	10	3.20	26	8.40	36	11.60
ลักษณะของสถานที่พักที่มาใช้บริการ						
โรงแรม	61	19.70	69	22.30	130	41.90
บังกะโล	44	14.20	41	13.20	85	27.40
บ้านเช่า	17	5.50	15	4.80	32	10.30
อพาร์ทเมนต์	6	1.90	12	3.90	18	5.80
รีสอร์ท	18	5.80	13	4.20	31	10.00
อื่น ๆ	5	1.60	9	2.90	14	4.50
ของฝากที่ท่านนิยมซื้อ						
อาหาร	108	34.80	115	37.10	223	71.90
ของที่ระลึก	41	13.20	43	13.90	84	27.10
อื่น ๆ	2	0.60	1	0.30	3	1.00

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อมูล ทั่วไป	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการมาพทย์แต่ละครั้ง						
เข้าไป-เย็นกลับ	34	11.00	29	9.40	63	20.30
1-2 วัน	81	26.10	85	27.40	166	53.50
3-5 วัน	26	8.40	31	10.00	57	18.40
1 สัปดาห์	10	3.20	13	4.20	23	7.40
อื่น ๆ	0	0.00	1	0.30	1	0.30
ท่านมักมาใช้บริการสถานที่พักผ่อนที่เมืองพญาบริเวณใด						
พญาเหนือ	17	5.50	13	4.20	30	9.70
พญากลาง	22	7.10	24	7.70	46	14.80
พญาใต้	101	32.60	117	37.70	218	70.30
นาเกลือ	5	1.60	2	0.60	7	2.30
อื่น ๆ	6	1.90	3	1.0	9	2.90
การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของเมืองพญาท่านเคยได้รับข่าวสารจากสื่อชนิดใด						
โทรทัศน์	92	29.70	97	31.30	189	61.00
วิทยุ	18	5.80	11	3.50	29	9.40
ป้ายประชาสัมพันธ์	32	10.30	41	13.20	73	23.50
อื่น ๆ	9	2.90	10	3.20	19	6.10

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 10 พิจารณาจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพญาในด้านต่าง ๆ พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวเมืองพญา ร้อยละ 91.30 และมาพทย์เป็นครั้งแรก ร้อยละ 8.70

2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพทย์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 87.10 รองลงมามีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพทย์เพื่อประชุม/สัมมนา ร้อยละ 4.20

3. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสิ่งจูงใจให้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา คือ ชายหาด/ทะเลอยู่ใกล้ที่พัก ร้อยละ 42.30 รองลงมาเห็นว่าสิ่งจูงใจคือการเดินทางสะดวก ร้อยละ 27.70

4. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 76.50 รองลงมาใช้รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 17.70 ใช้รถรับจ้าง ร้อยละ 2.90

5. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยา กับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 55.80 รองลงมาเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยา กับครอบครัว ร้อยละ 35.50

6. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยา 2-5 ครั้ง ร้อยละ 47.70 รองลงมาเดินทางมาพัทยานามากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 42.60

7. กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ทำขณะที่อยู่เมืองพัทยา คือ เล่นน้ำทะเล ร้อยละ 47.70 รองลงมาคือเดินเล่นชายหาด ร้อยละ 28.70 ท่องเที่ยวสถานบันเทิง ร้อยละ 12.60

8. ช่วงฤดูกาลที่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา คือ ฤดูร้อน ร้อยละ 78.70 รองลงมาคือฤดูหนาว ร้อยละ 13.20 ฤดูฝน

9. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวเมืองพัทยา อยู่ระหว่าง 3,001-5,000 บาท ร้อยละ 37.10 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,000-3,000 บาท ร้อยละ 31.30

10. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีความประทับใจในการมาเที่ยวเมืองพัทยาใน ด้านสถานที่เที่ยว ร้อยละ 46.80 รองลงมาประทับใจสถานที่พักผ่อน ร้อยละ 43.90

11. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีสถานบริการที่มาใช้ทุกครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา คือ ร้านอาหาร, ภัตตาคาร ร้อยละ 58.10 รองลงมาคือ ผับ, บาร์ ร้อยละ 31.30

12. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคกลางมากที่สุด ร้อยละ 59.40 รองลงมาอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 11.60 อาศัยอยู่ในภาคใต้ ร้อยละ 10.30

13. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มาใช้บริการสถานที่พักประเภท โรงแรม ร้อยละ 41.90 รองลงมาพักบังกะโล ร้อยละ 27.40

14. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่นิยมซื้อของฝากประเภทอาหารมากที่สุด ร้อยละ 71.90 รองลงมาซื้อของที่ระลึก ร้อยละ 27.10
15. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการมาพักผ่อนเมืองพัทยาแต่ละครั้ง 1-2 วัน ร้อยละ 53.50 รองลงมา คือ เข้าไป-เย็นกลับ ร้อยละ 20.30
16. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มาพักผ่อนที่เมืองพัทยาในบริเวณ พัทยาใต้ ร้อยละ 70.30 รองลงมาพักที่พัทยากลาง ร้อยละ 14.80
17. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของเมืองพัทยาจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 61.00 รองลงมาได้รับข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 23.50

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาโดยเปรียบเทียบของหญิงต่อชาย

เป็นผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ของผู้มาท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงต่อเพศชาย ทำการวิเคราะห์โดยหาค่า Odds ratio จากสูตรการคำนวณดังนี้

$$\frac{\text{Prob (event)}}{\text{Prob (No event)}} = E^{B_0 + B_1X_1 + \dots + B_nX_n}$$

โดยที่

- Prob (event) = ความน่าจะเป็นที่จะเกิดเหตุการณ์
- Prob (No event) = ความน่าจะเป็นที่จะไม่เกิดเหตุการณ์
- $E^{B_0 + B_1X_1 + \dots + B_nX_n}$ = ตัววัดการเปลี่ยนแปลงของความเป็นไปได้

ค่า Odds ratio มีค่าได้ตั้งแต่ 0 ถึง infinity (∞) โดยที่ (มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551)

ถ้าค่า Odds ratio = 1 หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่า Odds ratio > 1 หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยที่ เพศหญิงจะมีพฤติกรรมนี้ น้อยกว่าเพศชาย

ถ้าค่า Odds ratio < 1 หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยที่ เพศหญิงจะมีพฤติกรรมนี้ มากกว่าเพศชาย

โดยจากการคำนวณค่า Odds ratio จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11

ค่า Odds ratio ระหว่างเพศหญิงกับเพศชายที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ช่วงอายุ				
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55 ปีขึ้นไป
วัตถุประสงค์ของการเดินทาง					
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	1.25	0.98	0.95	4.00	∞
มาเยี่ยมญาติ/เพื่อน	0.50	0.50	1.00	0	-
ประชุม/สัมมนา	2.00	1.00	0	0	∞
ติดต่อธุรกิจ	1.00	0.67	1.00	0	-
ทัศนศึกษา	∞	-	-	-	∞
อื่น ๆ	-	-	0	-	-
สิ่งจูงใจให้มาเที่ยวพัทยา					
ชายหาด/ทะเลใกล้ที่พัก	0.89	0.72	0.63	2.00	0
บรรยากาศ	1.67	1.33	1.00	0.50	∞
การเดินทางสะดวก	1.79	1.33	1.00	0.50	∞

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ช่วงอายุ				
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55 ปีขึ้นไป
สถานบันเทิง	1.00	0.40	0	-	-
อาหาร/ที่พักไม่แพง	-	1.00	-	-	-
อื่น ๆ	1.00	-	∞	-	-
พาหนะในการเดินทาง					
รถยนต์ส่วนตัว	1.13	0.94	0.71	1.00	∞
รถโดยสารประจำทาง	2.00	1.50	2.00	∞	∞
รถรับจ้าง	1.00	1.50	-	∞	0
รถจักรยานยนต์	0	0	1.00	-	-
อื่น ๆ	1.00	-	-	-	-
ลักษณะของการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา					
มาคนเดียว	0.29	1.67	1.00	2.00	-
มากับกลุ่มเพื่อน	1.27	0.87	0.46	1.00	∞
มากับครอบครัว	2.13	1.00	1.08	1.33	2.00
อื่น ๆ	0.50	0	-	-	-
จำนวนครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา					
มาครั้งแรก	1.80	1.25	∞	1.00	0
มา 2-5 ครั้ง	1.21	0.96	0.81	1.00	-
มามากกว่า 5 ครั้ง	1.21	0.87	0.53	2.00	∞
กิจกรรมที่ทำขณะที่อยู่เมืองพัทยา					
เล่นน้ำทะเล	1.06	0.96	1.37	6.00	∞
เดินเล่นชายหาด	2.11	0.95	1.00	0	2.00
ท่องเที่ยวสถานบันเทิง	0.78	0.86	0.13	∞	-
เล่นกิจกรรมบริเวณชายหาด	2.50	0.50	0	0	-
เล่นกิจกรรมในทะเล	1.50	1.00	-	-	-

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ช่วงอายุ				
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55 ปีขึ้นไป
ชื่อของที่ระลึก	0	-	-	-	-
อื่น ๆ	∞	2.00	0	-	-
ช่วงฤดูกาลที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา					
ฤดูร้อน	1.55	0.92	0.89	3.00	∞
ฤดูหนาว	0.69	1.75	1.00	0.50	0
ฤดูฝน	0.20	0.50	0.50	1.00	-
ทุกฤดูกาล	-	0.33	0.25	0	∞
ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวเมืองพัทยา					
1,000-3,000 บาท	0.89	0.93	0.83	1.00	-
3,001-5,000 บาท	1.67	1.05	0.70	1.50	3.00
5,001 บาทขึ้นไป	1.54	0.84	1.00	1.50	-
อื่น ๆ	0	-	0	-	-
ความประทับใจในการมาเที่ยวเมืองพัทยา					
สถานที่เที่ยว	1.30	1.28	1.00	0.60	∞
สถานที่พักผ่อน	1.25	0.85	0.63	0.60	1.00
การต้อนรับของชาวเมืองพัทยา	1.00	0	0.50	-	-
อาหาร	1.00	0	1.00	-	-
สถานบริการในเมืองพัทยาที่ใช้บริการทุกครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา					
คัฟ, บาร์	0.83	0.94	0.29	∞	0
ร้านอาหาร, ภัตตาคาร	1.63	0.84	1.06	1.00	∞
ห้างสรรพสินค้า	1.75	1.50	0	0	∞
อื่น ๆ	2.00	-	0	-	-
ท่านอาศัยอยู่ในภูมิภาคใดของประเทศไทย					
ภาคเหนือ	0.38	6.00	1.50	∞	∞

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว	ช่วงอายุ				
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55 ปีขึ้นไป
ภาคกลาง	1.19	0.82	0.56	1.00	-
ภาคใต้	2.00	0.40	0.75	1.00	-
ภาคตะวันออก	0.44	3.00	0	0	0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	108.00	0.75	0	-	-
อื่น ๆ	-	-	∞	-	-
ลักษณะของสถานที่พักที่มาใช้บริการ					
โรงแรม	1.48	0.87	0.67	0.75	∞
บังกะโล	0.56	1.05	1.20	3.00	-
บ้านเช่า	0.86	1.25	0.60	∞	0
อพาร์ทเมนต์	3.00	2.50	0	1.00	-
รีสอร์ท	1.14	0.29	0.75	-	-
อื่น ๆ	6.00	0.50	1.00	-	-
ของฝากที่ท่านนิยมซื้อ					
อาหาร	1.09	1.10	0.79	1.50	2.00
ของที่ระลึก	1.69	0.65	0.71	2.00	∞
อื่น ๆ	∞	0	-	0	-
ระยะเวลาในการมาพัชยาแต่ละครั้ง					
เข้าไป-เย็นกลับ	1.00	0.54	0.80	2.00	-
1-2 วัน	0.97	1.06	0.90	1.50	∞
3-5 วัน	4.00	0.54	0.44	1.00	-
1 สัปดาห์	1.00	2.33	2.00	0	0
อื่น ๆ	-	∞	-	-	-
ท่านมักมาใช้บริการสถานที่พักผ่อนที่เมืองพัทยาบบริเวณใด					
พัชยาเหนือ	0.44	1.14	-	1.00	-

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	ช่วงอายุ				
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55 ปีขึ้นไป
พื้ทยากลาง	0.70	1.37	0.75	∞	∞
พื้ทยาใต้	1.76	0.82	0.84	1.00	∞
นาเกลือ	0.50	0	0	-	1.00
อื่น ๆ	0	2.00	0.50	-	-
การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของเมืองพื้ทยาท่านเคยได้รับข่าวสารจากสื่อชนิดใด					
โทรทัศน์	1.03	1.09	0.63	2.33	∞
วิทยุ	0.63	1.00	0.50	0	0
ป้ายประชาสัมพันธ์	3.14	0.55	1.75	1.00	-
อื่น ๆ	1.25	2.00	0.50	0	-

ที่มา. จากการคำนวณ

ในการใช้ค่า Odds ratio นั้นมีสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ Wald statistics ซึ่งเป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบว่าค่า Odds ratio นั้นมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ซึ่งได้ผลการคำนวณดังตาราง 12

ตาราง 12

การทดสอบ Odds ratio ระหว่างเพศหญิงกับเพศชายที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเมืองพื้ทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว		Std. Error	Wald	df	Sig.
วัตถุประสงค์ของการเดินทาง					
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	AGE	0.965	1.782	1	.182
	SEX	1.453	176.741	1	.000
มาเยี่ยมญาติ/เพื่อน	AGE	1.004	0.859	1	.354
	SEX	1.568	138.968	1	.000

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		Std. Error	Wald	df	Sig.
ประชุม/สัมมนา	AGE	0.984	0.075	1	.784
	SEX	1.549	144.002	1	.000
ติดต่อธุรกิจ	AGE	1.007	1.033	1	.309
	SEX	1.559	146.147	1	.000
อื่น ๆ	AGE	1.132	0.028	1	.867
	SEX	0.000	0.000	1	.000
สิ่งจูงใจให้มาเที่ยวพัตยา					
ชายหาด/ทะเลใกล้ที่พัก	AGE	0.713	0.101	1	.750
	SEX	1.239	0.494	1	.482
บรรยากาศ	AGE	0.717	0.286	1	.593
	SEX	1.252	0.085	1	.770
การเดินทางสะดวก	AGE	0.716	0.106	1	.745
	SEX	1.246	0.056	1	.813
สถานบันเทิง	AGE	0.772	0.149	1	.699
	SEX	1.307	0.856	1	.355
อาหาร/ที่พักไม่แพง	AGE	1.309	0.078	1	.781
	SEX	0.000	0.000	1	.000
พาหนะในการเดินทาง					
รถยนต์ส่วนตัว	AGE	0.486	1194.111	1	.000
	SEX	1.428	0.006	1	.938
รถโดยสารประจำทาง	AGE	0.526	923.683	1	.000
	SEX	1.445	0.202	1	.653
รถรับจ้าง	AGE	0.573	898.336	1	.000
	SEX	1.577	0.048	1	.826

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมगत่องเที่ยว		Std. Error	Wald	df	Sig.
รถจักรยานยนต์	AGE	0.000	0.000	1	.000
	SEX	1.784	0.877	1	.349
ลักษณะของการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา					
มาคนเดียว	AGE	0.781	1.737	1	.187
	SEX	1.203	1.208	1	.272
มากับกลุ่มเพื่อน	AGE	0.750	0.609	1	.435
	SEX	1.132	1.674	1	.196
มากับครอบครัว	AGE	0.754	2.996	1	.083
	SEX	1.143	2.327	1	.127
จำนวนครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา					
มาครั้งแรก	AGE	0.221	3603.311	1	.000
	SEX	1223.346	0.000	1	.990
มา 2-5 ครั้ง	AGE	0.135	9342.332	1	.000
	SEX	1223.346	0.000	1	.991
มามากกว่า 5 ครั้ง	AGE	0.000	0.000	1	.000
	SEX	1223.346	0.000	1	.991
กิจกรรมที่ทำขณะที่อยู่เมืองพัทยา					
เล่นน้ำทะเล	AGE	0.456	0.028	1	.866
	SEX	0.853	0.826	1	.363
เดินเล่นชายหาด	AGE	0.459	0.628	1	.428
	SEX	0.865	0.734	1	.392
ท่องเที่ยวสถานบันเทิง	AGE	0.481	0.136	1	.712
	SEX	0.900	2.335	1	.127
เล่นกิจกรรมบริเวณชายหาด	AGE	0.543	0.000	1	.998
	SEX	0.985	1.137	1	.286

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว		Std. Error	Wald	df	Sig.
เล่นกิจกรรมในทะเล	AGE	0.846	1.277	1	.258
	SEX	1.136	0.383	1	.536
ชื่อของที่ระลึก	AGE	0.634	0.708	1	.400
	SEX	1.398	2.675	1	.102
ช่วงฤดูกาลที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา					
ฤดูร้อน	AGE	0.297	12.414	1	.000
	SEX	0.727	3.412	1	.065
ฤดูหนาว	AGE	0.341	10.250	1	.001
	SEX	0.782	1.682	1	.195
ฤดูฝน	AGE	0.394	3.547	1	.060
	SEX	0.923	0.069	1	.792
ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยว					
1,000-3,000 บาท	AGE	0.597	1.778	1	.182
	SEX	0.292	3150.678	1	.000
3,001-5,000 บาท	AGE	0.591	0.514	1	.474
	SEX	0.278	3632.415	1	.000
5,001 บาทขึ้นไป	AGE	0.592	0.377	1	.539
	SEX	0.000	0.000	1	.000
ความประทับใจในการมาเที่ยว					
สถานที่เที่ยว	AGE	0.400	1.073	1	.300
	SEX	0.596	1.776	1	.183
สถานที่พักผ่อน	AGE	0.400	2.386	1	.122
	SEX	0.599	0.503	1	.478
การต้อนรับของชาวเมืองพัทยา	AGE	0.477	1.151	1	.283
	SEX	0.771	0.000	1	.998

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมगत่องเที่ยว		Std. Error	Wald	df	Sig.
สถานบริการในเมืองพัทยาที่ใช้บริการ					
ทุกครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา					
ผับ, บาร์	AGE	0.735	0.115	1	.735
	SEX	1.024	0.024	1	.876
ร้านอาหาร, ภัตตาคาร	AGE	0.729	0.972	1	.324
	SEX	1.016	0.040	1	.841
ห้างสรรพสินค้า	AGE	0.753	0.511	1	.475
	SEX	1.073	0.142	1	.706
ท่านอาศัยอยู่ในภูมิภาคใดของประเทศ					
ภาคเหนือ	AGE	0.796	0.608	1	.436
	SEX	0.547	898.859	1	.000
ภาคกลาง	AGE	0.780	1.305	1	.253
	SEX	0.401	1744.496	1	.000
ภาคใต้	AGE	0.795	0.638	1	.425
	SEX	0.518	1071.601	1	.000
ภาคตะวันออก	AGE	0.801	1.117	1	.291
	SEX	0.522	1067.506	1	.000
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	AGE	0.805	2.152	1	.142
	SEX	0.000	0.000	1	.000
ลักษณะของสถานที่พักที่มาใช้บริการ					
โรงแรม	AGE	0.316	0.008	1	.929
	SEX	0.585	0.625	1	.429
บังกะโล	AGE	0.322	0.245	1	.621
	SEX	0.599	1.176	1	.278

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมगतท่องเที่ยว		Std. Error	Wald	df	Sig.
บ้านเช่า	AGE	0.351	0.448	1	.503
	SEX	0.662	1.126	1	.289
อพาร์ทเมนต์	AGE	0.394	0.023	1	.879
	SEX	0.750	0.021	1	.884
รีสอร์ท	AGE	0.369	0.046	1	.830
	SEX	0.667	1.900	1	.168
ของฝากที่ท่านนิยมซื้อ					
อาหาร	AGE	0.540	0.745	1	.388
	SEX	1.235	0.378	1	.539
ของที่ระลึก	AGE	0.549	0.829	1	.363
	SEX	1.247	0.354	1	.552
ระยะเวลาในการมาพัชยาแต่ละครั้ง					
เข้าไป-เย็นกลับ	AGE	0.962	0.020	1	.887
	SEX	0.491	1180.648	1	.000
1-2 วัน	AGE	0.956	0.048	1	.827
	SEX	0.449	1378.467	1	.000
3-5 วัน	AGE	0.963	0.029	1	.864
	SEX	0.498	1120.803	1	.000
1 สัปดาห์	AGE	0.975	0.000	1	.991
	SEX	0.000	0.000	1	.000
ท่านมักมาใช้บริการสถานที่พักผ่อนที่					
เมืองพัทยาบริเวณใด					
พัชยาเหนือ	AGE	0.415	0.811	1	.368
	SEX	0.798	0.259	1	.611

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมทางท่องเที่ยว		Std. Error	Wald	df	Sig.
พักกลาง	AGE	0.382	0.031	1	.861
	SEX	0.766	1.033	1	.310
พักได้	AGE	0.358	0.260	1	.610
	SEX	0.720	1.341	1	.247
นากลาง	AGE	0.488	1.162	1	.281
	SEX	1.102	0.059	1	.808
ท่านเคยได้รับข่าวสาร การ					
ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของเมือง					
พักจากสื่อชนิดใด					
โทรทัศน์	AGE	0.272	0.139	1	.709
	SEX	0.482	0.009	1	.923
วิทยุ	AGE	0.327	0.243	1	.622
	SEX	0.598	0.970	1	.325
ป้ายประชาสัมพันธ์	AGE	0.291	0.008	1	.928
	SEX	0.517	0.078	1	.780

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 11 และ 12 การศึกษาพฤติกรรมทางท่องเที่ยวในเขตเมืองพักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีกลุ่มอายุต่าง ๆ เพศหญิงเปรียบเทียบกับเพศชาย โดยพิจารณาจากค่า Odds ratio ของพฤติกรรมทางท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ พบว่า

1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเมืองพัก

เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ ต่ำกว่า 25 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.25, 4 และ ∞ ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ ต่ำกว่า 25 ปี, 45-54 ปีและ 55 ปีขึ้นไป เพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

มาเพื่อ ท่องเที่ยว/พักผ่อน มากกว่าเพศชาย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.98 และ 0.95 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-54 ปีเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อ ท่องเที่ยว/พักผ่อน น้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติ/เยี่ยมเพื่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-54 ปีเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติ/เยี่ยมเพื่อน ไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.50 และ 0.50 ตามลำดับ แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 25-34 ปีเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติ/เยี่ยมเพื่อนน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีและ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2 และ ∞ ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีและ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนามากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี เพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนาไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-54 ปีเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจ ไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.67 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี เพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางมาเพื่อทัศนศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ ∞ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศ

หญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อทัศนศึกษามากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. สิ่งจูงใจให้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

สิ่งจูงใจด้านชายหาด/ทะเลอยู่ใกล้ที่พัก นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคือชายหาด/ทะเลอยู่ใกล้ที่พักมากกว่าเพศชาย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.89, 0.71 และ 0.63 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคือชายหาด/ทะเลอยู่ใกล้ที่พักน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สิ่งจูงใจด้านบรรยากาศ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.67, 1.50 และ ∞ ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคือบรรยากาศมากกว่าเพศชาย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี เพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคือบรรยากาศไม่แตกต่างกับเพศชาย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.78 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี เพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาทะเลอากาศน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สิ่งจูงใจด้านการเดินทางสะดวก นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 25-34 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.78, 1.33 และ ∞ ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 55 ปีขึ้นไป เพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคือการเดินทางสะดวกมากกว่าเพศชาย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี เพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคือบรรยากาศไม่แตกต่างกับเพศชาย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.50 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี เพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคือการเดินทางสะดวกน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สิ่งจูงใจด้านสถานบันเทิง นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี เพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคือสถานบันเทิงไม่แตกต่างกับเพศชาย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.44 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี เพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคือสถานบันเทิงน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สิ่งจูงใจด้านอาหาร/ที่พักไม่แพง นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี เพศหญิงมีสิ่งจูงใจให้มาเที่ยวเมืองพัทยาคืออาหาร/ที่พักไม่แพงไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สิ่งจูงใจด้านอื่น ๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี เพศหญิงมีสิ่งจูงใจอื่น ๆ ให้มาเที่ยวเมืองพัทยาไม่แพงไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. พาหนะในการเดินทาง

เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.13 และ ∞ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 55 ปีขึ้นไป เพศหญิงเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี เพศหญิงเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.94 และ 0.70 ตามลำดับ แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี เพศหญิงเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งอายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่เพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2, 2, ∞ และ ∞ ตามลำดับ แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป เพศหญิงเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.83 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี เพศหญิงเดินทางด้วยรถโดยสาร

ประจำทางน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งอายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่เพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางด้วยรถรับจ้าง นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 35-44 ปีเพศหญิงเดินทางด้วยรถรับจ้างไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งอายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่เพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางด้วยรถจักรยานยนต์ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงเดินทางด้วยรถจักรยานยนต์ไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งอายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่เพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ลักษณะของการมาเที่ยวมากับกลุ่มใด

เดินทางมาคนเดียว นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.67 และ 2 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 45-54 ปีเพศหญิงมาคนเดียวมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 35-44 ปีเพศหญิงมาคนเดียวไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.29 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงมาคนเดียวน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.27 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงมากับกลุ่มเพื่อนมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมากับกลุ่มเพื่อนไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.87 และ 0.46 แสดงว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมาคนเดียวน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางมากับครอบครัว นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2.13, 1.08, 1.33 และ 2 ตามลำดับ แสดงว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงมากับ

ครอบครัวมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงมากับครอบครัวไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางมากับครอบครัว นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2.13, 1.08, 1.33 และ 2 ตามลำดับ แสดงว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงมากับครอบครัวมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงมากับครอบครัวไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. จำนวนครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา

เดินทางมาครั้งแรก นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.80, 1.25 และ ∞ ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมาครั้งแรกมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมาครั้งแรกไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งอายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่เพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางมา 2-5 ครั้ง นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.21 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงมา 2-5 ครั้งมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมา 2-5 ครั้งไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.96 และ 0.81 แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่ม 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมา 2-5 ครั้ง น้อยกว่าเพศชาย ซึ่งอายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่เพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.21, 2 และ ∞ แสดงว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงมามากกว่า 5 ครั้งมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.87 และ 0.53 แสดงว่า

นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี เพศหญิงมากกว่า 5 ครั้งน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งอายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่เพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. กิจกรรมที่ทำขณะที่อยู่เมืองพัทยา

เล่นน้ำทะเล นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.06, 1.38, 6 และ ∞ ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงเล่นน้ำทะเลขณะอยู่เมืองพัทยามากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.96 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงเล่นน้ำทะเลขณะอยู่เมืองพัทยาน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เดินเล่นชายหาด นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2.11 และ 2 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงเดินเล่นชายหาดขณะอยู่เมืองพัทยามากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปีเพศหญิงเดินเล่นชายหาดขณะอยู่เมืองพัทยาไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.95 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงเล่นน้ำทะเลขณะอยู่เมืองพัทยาน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ท่องเที่ยวสถานบันเทิง นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ ∞ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงท่องเที่ยวสถานบันเทิงขณะอยู่เมืองพัทยามากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.78, 0.86 และ 0.13 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงท่องเที่ยวสถานบันเทิงขณะอยู่เมืองพัทยาน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เล่นกิจกรรมบริเวณชายหาด นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2.50 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงเล่นกิจกรรมบริเวณชายหาดขณะอยู่เมืองพัทยามากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.50 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงเล่นกิจกรรมบริเวณ

ชายหาขณะอยู่เมืองพัทยาน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เล่นกิจกรรมในทะเล นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.50 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงเล่นกิจกรรมในทะเลขณะอยู่เมืองพัทยานอกจากเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงเล่นกิจกรรมในทะเลขณะอยู่เมืองพัทยาไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. ช่วงฤดูกาลที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ฤดูร้อน นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.55, 3 และ ∞ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในช่วงฤดูร้อนมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.92 และ 0.89 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีและ 35-44 ปีเพศหญิงมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในช่วงฤดูร้อนน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งอายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่เพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ฤดูหนาว นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.75 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในช่วงฤดูหนาวมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปีเพศหญิงมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในช่วงฤดูหนาวไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.69 และ 0.50 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 45-54 ปีเพศหญิงมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในช่วงฤดูหนาวน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งอายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่เพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ฤดูฝน นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในช่วงฤดูฝนไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.20, 0.50 และ 0.50 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี

และ 35-44 ปี เพศหญิงมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในช่วงฤดูฝนน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

8. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่าย 1,000-3,000 บาท นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวอยู่ระหว่าง 1,000-3,000 บาทไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.89, 0.93 และ 0.83 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปี เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวอยู่ระหว่าง 1,000-3,000 บาทน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ค่าใช้จ่าย 3,000-5,000 บาท นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.67, 1.05, 1.50 และ 3 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวอยู่ระหว่าง 3,000-5,000 บาทมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.70 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวอยู่ระหว่าง 3,000-5,000 บาทน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ค่าใช้จ่าย 5,000 บาทขึ้นไป นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.54 และ 1.50 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 45-54 ปี เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไปมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป ไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.84 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไปน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

9. ความประทับใจในการมาเที่ยวเมืองพัทยา

ความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.30, 1.29, 5 และ ∞ ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปีเพศหญิงมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความประทับใจในสถานที่พักผ่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.25 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงมีความประทับใจในสถานที่พักผ่อนมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี, 35-44 ปี และ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.85, 0.63 และ 0.60 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี, 35-44 ปี และ 45-54 ปีเพศหญิงมีความประทับใจในสถานที่พักผ่อนน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความประทับใจในการต้อนรับของชาวเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงมีความประทับใจในการต้อนรับของชาวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.50 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปีเพศหญิงมีความประทับใจในการต้อนรับของชาวเมืองพัทยาน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

10. สถานบริการในเมืองพัทยาที่ใช้บริการทุกครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา

ผับ, บาร์ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.83, 0.94 และ 0.29 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 35-44 ปี เพศหญิงมาใช้บริการผับ, บาร์น้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ร้านอาหาร, ภัตตาคาร นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.63, 1.06 และ ∞ ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 35-44 ปี และ 55 ปีขึ้นไปเพศหญิงมาใช้บริการร้านอาหาร, ภัตตาคารมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมาใช้บริการร้านอาหาร, ภัตตาคาร ไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.84 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงมาใช้บริการร้านอาหาร, ภัตตาคาร น้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ห้างสรรพสินค้า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.75 และ 1.50 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 25-34 ปีเพศหญิงมาใช้บริการห้างสรรพสินค้ามากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

11. นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองพัทยาอาศัยอยู่ในภูมิภาคใดของประเทศไทย

ภาคเหนือ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 6 และ 1.50 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคเหนือมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ภาคกลาง นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.19 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคกลางมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคกลางไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.82 และ 0.56 ตามลำดับ แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคกลางน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ภาคใต้ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2 แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคใต้มากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ

45-54 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคใต้ไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.40 และ 0.75 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคใต้น้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 3 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.44 แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 108 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.75 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

12. ลักษณะของสถานที่พักที่มาใช้บริการ

พักริเวณ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.48 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงพักริเวณมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี, 35-44 ปี และ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.87, 0.67 และ 0.75 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี, 35-44 ปี และ 45-54 ปี เพศหญิงพักริเวณน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พักริเวณ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี, 35-44 ปี และ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.05, 1.20 และ 3 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี, 35-44 ปี และ 45-54 ปี เพศหญิงพักริเวณมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.56 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงพักริเวณน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พักบ้านเช่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.25 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงพักบ้านเช่ามากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.86 และ 0.60 แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงพักบ้านเช่าน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พักอพาร์ทเมนต์ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 3 และ 2.50 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 25-34 ปี เพศหญิงพักอพาร์ทเมนต์มากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงพักอพาร์ทเมนต์ไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พักรีสอร์ท นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.14 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี เพศหญิงพักรีสอร์ทมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.29 และ 0.75 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงพักรีสอร์ทน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

13. ของฝากที่นิยมซื้อ

อาหาร นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.09, 1.10, 1.50 และ 2 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี, 45-54 ปี และ 55 ปีขึ้นไป เพศหญิงนิยมซื้อของฝากประเภทอาหารมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.79 แสดงว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปีเพศหญิงนิยมซื้อของฝากประเภทอาหารน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ของที่ระลึก นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.69 และ 2 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 45-54 ปีเพศหญิงนิยมซื้อของฝากประเภทของที่ระลึกมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.65 และ 0.71 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี

และ 35-44 ปีเพศหญิงนิยมซื้อของฝากประเภทของที่ระลึกน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

14. ระยะเวลาการมาพ้ทษาแต่ละครั้ง

เข้าไป-เย็นกลับ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมีระยะเวลาการมาพักผ่อนเข้าไป-เย็นกลับมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.54 และ 0.80 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมีระยะเวลาการมาพักผ่อนเข้าไป-เย็นกลับน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อยู่พัทษา 1-2 วัน นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.06 และ 1.50 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 45-54 ปีเพศหญิงมีระยะเวลาการมาพักผ่อน 1-2 วันมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.97 และ 0.90 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมีระยะเวลาการมาพักผ่อน 1-2 วันน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อยู่พัทษา 3-5 วัน นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 4 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงมีระยะเวลาการมาพักผ่อน 3-5 วันมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมีระยะเวลาการมาพักผ่อน 3-5 วันไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.54 และ 0.44 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมีระยะเวลาการมาพักผ่อน 3-5 วันน้อยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อยู่พัทษา 1 สัปดาห์ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2.33 และ 2 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมีระยะเวลาการมาพักผ่อน 1 สัปดาห์มากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงมีระยะเวลา

การมาพักผ่อน 1 สัปดาห์ไม่แตกต่างกับเพศชาย ซึ่งเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

15. มักมาพักที่บริเวณใดของเมืองพัทยา

พัทยาเหนือ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.14 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณพัทยาเหนือมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณพัทยาเหนือไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.44 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณพัทยาเหนือน้อยกว่าเพศ ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พัทยากลาง นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.38 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณพัทยากลางมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.70 และ 0.75 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณพัทยากลางน้อยกว่าเพศ ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พัทยาใต้ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.76 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณพัทยาใต้มากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณพัทยาใต้ไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.81 และ 0.84 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณพัทยาใต้น้อยกว่าเพศ ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นาเกลือ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 2 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณนาเกลือมากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.50 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปีเพศหญิงมาพักผ่อนบริเวณนาใต้น้อยกว่าเพศ ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

16. ได้รับทราบข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของเมืองพัทยาจากสื่อชนิดใด

สื่อโทรทัศน์ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1.03, 1.09 และ 2.33 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-34 ปี และ 45-54 ปีเพศหญิงได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.63 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 35-44 ปีเพศหญิงได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์น้อยกว่าเพศ ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สื่อวิทยุ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงได้รับข่าวสารจากสื่อวิทยุไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.63 และ 0.50 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงได้รับข่าวสารจากสื่อวิทยุน้อยกว่าเพศ ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ป้ายประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 3.14 และ 1.75 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 35-44 ปีเพศหญิงได้รับข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์มากกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปีเพศหญิงได้รับข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกับเพศชาย นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีค่า Odds ratio เท่ากับ 0.55 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปีเพศหญิงได้รับข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์น้อยกว่าเพศ ซึ่งเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเปรียบเทียบของหญิงต่อชาย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นตัวแปรอิสระ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านต่าง ๆ เป็นตัวแปรตาม

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS สรุปผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และอัตราส่วนร้อยละ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 310 คน พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน โดยมีเพศหญิงมากกว่าเล็กน้อย คือ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.30 เป็นเพศชาย อีกร้อยละ 48.70

2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 41.90 รองลงมา มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 37.40
3. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 62.60 รองลงมา มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 33.20
4. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.00 รองลงมาอยู่ที่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 21.00
5. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักศึกษา/นักเรียน มากที่สุด ร้อยละ 31.00 รองลงมาประกอบอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.60
6. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 30.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 21.30

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมือง พัทยา

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และอัตราส่วนร้อยละ

1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยา ร้อยละ 91.30 และมาพัทยาเป็นครั้งแรก ร้อยละ 8.70
2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพัทยาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 87.10 รองลงมา มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพัทยาเพื่อประชุม/สัมมนา ร้อยละ 4.20
3. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสิ่งจูงใจให้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา คือ ชายหาด/ทะเลอยู่ใกล้ที่พัก ร้อยละ 42.30 รองลงมา มีความเห็นว่าสิ่งจูงใจคือการเดินทางสะดวก ร้อยละ 27.70
4. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 76.50 รองลงมา ใช้รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 17.70
5. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยาไปกับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 55.80 รองลงมา เดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยากับครอบครัว ร้อยละ 35.50

6. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยา 2-5 ครั้ง ร้อยละ 47.70
รองลงมาเดินทางมาพัทยามากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 42.60
7. กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ทำขณะที่อยู่เมืองพัทยาคือ เล่นน้ำ
ทะเล ร้อยละ 47.70 รองลงมาคือเดินเล่นชายหาด ร้อยละ 28.70
8. ช่วงฤดูกาลที่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา คือ ฤดูร้อน
ร้อยละ 78.70 รองลงมาคือฤดูหนาว ร้อยละ 13.20
9. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการมาเที่ยวเมืองพัทยา
อยู่ระหว่าง 3,001-5,000 บาท ร้อยละ 37.10 รองลงมามีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,000-3,000 บาท
10. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีความประทับใจในการมาเที่ยวเมืองพัทยาใน
ด้านสถานที่เที่ยว ร้อยละ 46.80 รองลงมาประทับใจสถานที่พักผ่อน ร้อยละ 43.90
11. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีสถานบริการที่มาใช้ทุกครั้งที่มาเที่ยวเมือง
พัทยาคือ ร้านอาหาร, ภัตตาคาร ร้อยละ 58.10 รองลงมาคือ ผับ, บาร์ ร้อยละ 31.30
12. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคกลางมากที่สุด ร้อยละ 59.40
รองลงมาอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 11.60
13. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มาใช้บริการสถานที่พักผ่อนประเภท โรงแรม
ร้อยละ 41.90 รองลงมาพักบังกะโล ร้อยละ 27.40
14. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่นิยมซื้อของฝากประเภทอาหารมากที่สุด
ร้อยละ 71.90 รองลงมาซื้อของที่ระลึก ร้อยละ 27.10
15. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการมาพักผ่อนเมืองพัทยา
แต่ละครั้ง 1-2 วัน ร้อยละ 53.50 รองลงมา คือ เข้าไป-เย็นกลับ ร้อยละ 20.30
16. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มาพักผ่อนที่เมืองพัทยาในบริเวณ พัทยาใต้
ร้อยละ 70.30 รองลงมาพักที่พัทยากลาง ร้อยละ 14.80
17. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรม
ต่าง ๆ ของเมืองพัทยาจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 61.00 รองลงมาได้รับข่าวสารจากป้าย
ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 23.50

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาโดยเปรียบเทียบของหญิงต่อชาย

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีกลุ่มอายุต่าง ๆ เพศหญิงเปรียบเทียบกับเพศชาย โดยพิจารณาจากค่า Odds ratio ของพฤติกรรมท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ พบว่า

1. ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางนั้น พบว่าเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้
2. ด้านสิ่งจูงใจให้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยานั้น พบว่าเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีสิ่งจูงใจให้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้
3. ด้านพาหนะในการเดินทางนั้น พบว่าเพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกเพศที่มีอายุแตกต่างกันจะใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้
4. ด้านลักษณะของการมาเที่ยวมาอยู่กับกลุ่มใดนั้น พบว่าเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีลักษณะของการมาเที่ยวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้
5. ด้านจำนวนครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยานั้น พบว่าเพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกเพศที่มีอายุแตกต่างกันจะมีจำนวนครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้
6. ด้านกิจกรรมที่ทำขณะอยู่เมืองพัทยานั้น พบว่าเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีกิจกรรมที่ทำขณะอยู่เมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

7. ด้านช่วงฤดูกาลที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยานั้น พบว่าเพศไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกเพศที่มีอายุแตกต่างกันจะมีช่วงฤดูกาลที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

8. ด้านค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวแต่ละครั้งนั้น พบว่าเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวแต่ละครั้งแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

9. ด้านความประทับใจในการมาเที่ยวเมืองพัทยานั้น พบว่าเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความประทับใจในการมาเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

10. ด้านสถานบริการในเมืองพัทยาที่ใช้บริการทุกครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยานั้น พบว่าเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีสถานบริการที่มาใช้บริการทุกครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

11. ด้านที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวนั้น พบว่าเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีที่อยู่อาศัยในภูมิภาคที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

12. ด้านลักษณะของสถานที่พักที่มาใช้บริการนั้น พบว่าเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีลักษณะของสถานที่พักที่มาใช้บริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

13. ด้านของฝากที่นิยมซื้อนั้น พบว่าเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีของฝากที่นิยมซื้อไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

14. ด้านระยะเวลาการมาพัทยาแต่ละครั้งนั้น พบว่าเพศมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แต่อายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศ

แตกต่างกันจะมีระยะเวลาการมาพัทยาแต่ละครั้งแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

15. ด้านบริเวณที่มาพักในเมืองพัทยานั้น พบว่าเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีบริเวณที่มาพักในเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

16. ด้านช่องทางการได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของเมืองพัทยานั้น พบว่าเพศและอายุไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุที่มีเพศแตกต่างกันจะมีช่องทางการได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของเมืองพัทยาไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

พฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยานั้น แสดงให้เห็นถึงความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการหรือเมืองพัทยาเอง ควรจะมีการตอบสนองต่อพฤติกรรมเหล่านี้ ดังนั้น ผู้ประกอบการ หรือเมืองพัทยา ควรจะมีนโยบายการให้บริการในด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะมีผลต่อการรักษากลุ่มเป้าหมายเดิม และขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้ประกอบการและเมืองพัทยาเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารound ต่อไป

ควรมีการศึกษาซ้ำในเรื่องนี้ โดยเว้นระยะห่างพอสมควร เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนความเจริญก้าวหน้าต่าง ๆ เพื่อจะได้ทราบถึงความแตกต่างที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ต่างกัน

ภาคผนวก ก
ค่าทางสถิติที่ได้จากการประมวลผล

ส่วนที่ 1

sex

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	151	48.7	48.7	48.7
	2	159	51.3	51.3	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

age

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	130	41.9	41.9	41.9
	2	116	37.4	37.4	79.4
	3	46	14.8	14.8	94.2
	4	14	4.5	4.5	98.7
	5	4	1.3	1.3	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	194	62.6	62.6	62.6
	2	103	33.2	33.2	95.8
	3	13	4.2	4.2	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

occupation

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	70	22.6	22.6	22.6
	2	28	9.0	9.0	31.6
	3	8	2.6	2.6	34.2
	4	63	20.3	20.3	54.5
	5	39	12.6	12.6	67.1
	6	96	31.0	31.0	98.1
	7	6	1.9	1.9	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

salary

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	49	15.8	15.8	15.8
	2	93	30.0	30.0	45.8
	3	66	21.3	21.3	67.1
	4	41	13.2	13.2	80.3
	5	20	6.5	6.5	86.8
	6	10	3.2	3.2	90.0
	7	25	8.1	8.1	98.1
	8	6	1.9	1.9	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

ส่วนที่ 2

p01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	283	91.3	91.3	91.3
	2	27	8.7	8.7	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	270	87.1	87.1	87.1
	2	12	3.9	3.9	91.0
	3	13	4.2	4.2	95.2
	4	12	3.9	3.9	99.0
	6	2	.6	.6	99.7
	7	1	.3	.3	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	131	42.3	42.3	42.3
	2	68	21.9	21.9	64.2
	3	86	27.7	27.7	91.9
	4	21	6.8	6.8	98.7
	5	1	.3	.3	99.0
	6	3	1.0	1.0	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	237	76.5	76.5	76.5
	2	55	17.7	17.7	94.2
	3	9	2.9	2.9	97.1
	4	7	2.3	2.3	99.4
	5	2	.6	.6	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	22	7.1	7.1	7.1
	2	173	55.8	55.8	62.9
	3	110	35.5	35.5	98.4
	4	5	1.6	1.6	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	29	9.4	9.4	9.4
	2	148	47.7	47.7	57.1
	3	132	42.6	42.6	99.7
	4	1	.3	.3	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p07

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	148	47.7	47.7	47.7
	2	89	28.7	28.7	76.5
	3	39	12.6	12.6	89.0
	4	15	4.8	4.8	93.9
	5	7	2.3	2.3	96.1
	6	5	1.6	1.6	97.7
	7	7	2.3	2.3	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

106

p08

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	244	78.7	78.7	78.7
	2	41	13.2	13.2	91.9
	3	14	4.5	4.5	96.5
	4	11	3.5	3.5	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p09

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	97	31.3	31.3	31.3
	2	115	37.1	37.1	68.4
	3	94	30.3	30.3	98.7
	4	3	1.0	1.0	99.7
	5	1	.3	.3	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	145	46.8	46.8	46.8
	2	136	43.9	43.9	90.6
	3	16	5.2	5.2	95.8
	4	13	4.2	4.2	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	97	31.3	31.3	31.3
	2	180	58.1	58.1	89.4
	3	28	9.0	9.0	98.4
	4	4	1.3	1.3	99.7
	5	1	.3	.3	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	26	8.4	8.4	8.4
2	184	59.4	59.4	67.7
3	32	10.3	10.3	78.1
4	31	10.0	10.0	88.1
5	36	11.6	11.6	99.7
6	1	.3	.3	100.0
Total	310	100.0	100.0	

p13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	130	41.9	41.9	41.9
2	85	27.4	27.4	69.4
3	32	10.3	10.3	79.7
4	18	5.8	5.8	85.5
5	31	10.0	10.0	95.5
6	14	4.5	4.5	100.0
Total	310	100.0	100.0	

p14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	223	71.9	71.9	71.9
2	84	27.1	27.1	99.0
3	2	.6	.6	99.7
4	1	.3	.3	100.0
Total	310	100.0	100.0	

p15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	63	20.3	20.3	20.3
2	166	53.5	53.5	73.9
3	57	18.4	18.4	92.3
4	23	7.4	7.4	99.7
5	1	.3	.3	100.0
Total	310	100.0	100.0	

p16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	30	9.7	9.7	9.7
	2	46	14.8	14.8	24.5
	3	218	70.3	70.3	94.8
	4	7	2.3	2.3	97.1
	5	9	2.9	2.9	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

p17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	189	61.0	61.0	61.0
	2	29	9.4	9.4	70.3
	3	73	23.5	23.5	93.9
	4	19	6.1	6.1	100.0
	Total	310	100.0	100.0	

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา

แบบสอบถาม

“ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย”

คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
3. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

สำหรับผู้วิจัย

- | | | | | | |
|------------------|---|---|---|---|--|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> (1) ชาย | <input type="checkbox"/> (2) หญิง | <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> | 1 | |
| 1 | | | | | |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> (1) ต่ำกว่า 25 ปี
<input type="checkbox"/> (3) 35-44 ปี
<input type="checkbox"/> (5) 55 ปีขึ้นไป | <input type="checkbox"/> (2) 25-34 ปี
<input type="checkbox"/> (4) 45-54 ปี | <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> | 2 | |
| 2 | | | | | |
| 3. สถานภาพ | <input type="checkbox"/> (1) โสด
<input type="checkbox"/> (3) หม้าย/หย่าร้าง | <input type="checkbox"/> (2) สมรส | <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px; text-align: center;">3</td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> | 3 | |
| 3 | | | | | |
| 4. ระดับการศึกษา | <input type="checkbox"/> (1) ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า
<input type="checkbox"/> (3) มัธยมศึกษาตอนปลาย
<input type="checkbox"/> (5) ระดับปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> (2) มัธยมศึกษาตอนต้น
<input type="checkbox"/> (4) อนุปริญญา
<input type="checkbox"/> (6) สูงกว่าปริญญาตรี | <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px; text-align: center;">4</td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> | 4 | |
| 4 | | | | | |
| 5. อาชีพ | <input type="checkbox"/> (1) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> (3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> (5) รับจ้างทั่วไป
<input type="checkbox"/> (7) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | <input type="checkbox"/> (2) รับราชการ
<input type="checkbox"/> (4) พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> (6) นักศึกษา/นักเรียน | <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px; text-align: center;">5</td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table> | 5 | |
| 5 | | | | | |

6. รายได้

6	
---	--

- (1) ต่ำกว่า 5,000 บาท (2) 5,001-10,000 บาท
 (3) 10,001-15,000 บาท (4) 15,001-20,000 บาท
 (5) 20,001-25,000 บาท (6) 25,001-30,000 บาท
 (7) มากกว่า 30,001 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามาก่อนหรือไม่

7	
---	--

- (1) เคย (2) ไม่เคย

2. วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

8	
---	--

- (1) ท่องเที่ยว/พักผ่อน (2) มาเยี่ยมญาติหรือเยี่ยมเพื่อน
 (3) ประชุม/สัมมนา (4) ติดต่อธุรกิจ
 (5) แข่งขันกีฬา (6) ทักษิศึกษา
 (7) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. สิ่งจูงใจที่ให้มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

9	
---	--

- (1) ชายหาด/ทะเลที่อยู่ใกล้ที่พัก (2) บรรยากาศ
 (3) การเดินทางสะดวก (4) สถานบันเทิง
 (5) อาหาร/ที่พักไม่แพง (6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. พาหนะในการเดินทาง

10	
----	--

- (1) รถยนต์ส่วนตัว (2) รถโดยสารประจำทาง
 (3) รถรับจ้าง (4) รถจักรยานยนต์
 (5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ลักษณะของการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

11	
----	--

- (1) มาคนเดียว (2) มากับกลุ่มเพื่อน
 (3) มากับครอบครัว (4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. จำนวนครั้งที่มาเที่ยวเมืองพัทยา

12	
----	--

- (1) มาครั้งแรก (2) มา 2-5 ครั้ง
 (3) มามากกว่า 5 ครั้ง

7. กิจกรรมที่ทำขณะที่อยู่เมืองพัทยา

- | | | | |
|--|--|----|--|
| <input type="checkbox"/> (1) เล่นน้ำทะเล | <input type="checkbox"/> (2) เดินเล่นชายหาด | 13 | |
| <input type="checkbox"/> (3) ท่องเที่ยวสถานที่บนเทิง | <input type="checkbox"/> (4) เล่นกิจกรรมบริเวณชายหาด | | |
| <input type="checkbox"/> (5) เล่นกิจกรรมในทะเล | <input type="checkbox"/> (6) ซ็องของที่ระลึก | | |
| <input type="checkbox"/> (7) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | | | |

8. ช่วงฤดูใดที่ท่านจะมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

- | | | | |
|--------------------------------------|--|----|--|
| <input type="checkbox"/> (1) ฤดูร้อน | <input type="checkbox"/> (2) ฤดูหนาว | 14 | |
| <input type="checkbox"/> (3) ฤดูฝน | <input type="checkbox"/> (4) ทุกฤดูกาล | | |

9. การมาเที่ยวพักผ่อนที่พัทยาแต่ละครั้งค่าใช้จ่ายประมาณเท่าไร

- | | | | |
|--|---|----|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 1,000-3,000 บาท | <input type="checkbox"/> (2) 3,001-5,000 บาท | 15 | |
| <input type="checkbox"/> (3) 5,001 ขึ้นไป | <input type="checkbox"/> (4) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | | |

10. ท่านได้ความประทับใจอะไรกลับไปกับการมาเที่ยวเมืองพัทยาครั้งนี้

- | | | | |
|---|---|----|--|
| <input type="checkbox"/> (1) สถานที่เที่ยว | <input type="checkbox"/> (2) สถานที่พักผ่อน | 16 | |
| <input type="checkbox"/> (3) การต้อนรับของชาวเมืองพัทยา | <input type="checkbox"/> (4) อาหาร | | |
| <input type="checkbox"/> (4) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | | | |

11. สถานบริการในเมืองพัทยาที่ท่านใช้บริการทุกครั้งที่มาเที่ยวพัทยา

- | | | | |
|---|---|----|--|
| <input type="checkbox"/> (1) ผับ, บาร์ | <input type="checkbox"/> (2) ร้านอาหาร, ภัตตาคาร | 17 | |
| <input type="checkbox"/> (3) ห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> (4) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | | |

12. ท่านอาศัยอยู่ในภูมิภาคใดในประเทศไทย

- | | | | |
|--|--|----|--|
| <input type="checkbox"/> (1) ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> (2) ภาคกลาง | 18 | |
| <input type="checkbox"/> (3) ภาคใต้ | <input type="checkbox"/> (4) ภาคตะวันออก | | |
| <input type="checkbox"/> (5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | | | |
| <input type="checkbox"/> (6) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | | | |

13. ลักษณะของสถานที่พักที่ท่านใช้บริการ

- | | | | |
|---|--|----|--|
| <input type="checkbox"/> (1) โรงแรม | <input type="checkbox"/> (2) บังกะโล | 19 | |
| <input type="checkbox"/> (3) บ้านเช่า | <input type="checkbox"/> (4) อพาร์ทเมนต์ | | |
| <input type="checkbox"/> (5) รีสอร์ท | | | |
| <input type="checkbox"/> (6) อื่น ๆ โปรดระบุ..... | | | |

14. ท่านนิยมซื้อของฝากประเภทใด

(1) ของกิน

(2) ของที่ระลึก

20	
----	--

(3) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

15. ท่านใช้เวลาการมาพักผ่อนที่เมืองพัทยาเท่าไร

(1) เข้าไป-เย็นกลับ

(2) 1-2 วัน

21	
----	--

(3) 3-5 วัน

(4) 1 อาทิตย์

(5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

16. ท่านมักมาใช้บริการสถานที่พักที่เมืองพัทยาบริเวณใด

(1) พัทยาเหนือ

(2) พัทยากลาง

22	
----	--

(3) พัทยาใต้

(4) นาเกลือ

(5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

17. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของเมืองพัทยาท่านเคยได้รับข่าวสารจากสื่อชนิดใด

(1) โทรทัศน์

(2) วิทยุ

23	
----	--

(3) ป้ายประชาสัมพันธ์

(4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

ขอขอบพระคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

บรรณานุกรม

- กองวิชาการและแผนงาน. (2550). *แผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (พ.ศ.2550-2552)*. ชลบุรี: ผู้แต่ง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549ก). *โครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2549*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549ข). *สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2548*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- จุฑาทพร สุรเชษฐคมสัน. (2532). *การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนชัย พลอยสุกผล. (2547). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพมหานคร: วี อินเตอร์ พรินท์.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2544). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2551). *การแปลผลค่า Odds Ratio*. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2551, จาก <http://www.health.nu.ac.th/odds/describe.htm>
- รุ่งทิพย์ จินดาผล. (2538). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ*. ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เรวัต ทองประดา. (2548). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรณี จิเจริญ. (2543). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค 2*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สรารัตน์ เมฆินทร์พิทักษ์. (2549). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. London: Longman.

McEachern, W. A. (1988). *Microeconomics: A contemporary introduction*. Cincinnati, OH: South-Western Publishing.

Nicholson, W. (2004). *Intermediate microeconomics and its application* (8th ed.). Chicago: Dryden.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล นายจिरายุ อัครวิบูลย์กิจ
วัน เดือน ปี เกิด 9 ธันวาคม 2513
สถานที่เกิด นครพนม
วุฒิการศึกษา สำเร็จการศึกษาปริญญาโทเกษตรศาสตรบัณฑิต
จาก มหาวิทยาลัยเกริก (การโฆษณาประชาสัมพันธ์)
ปีการศึกษา 2546
สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต
จาก มหาวิทยาลัยเกริก (การบริหารการสื่อสาร)
ปีการศึกษา 2547
ตำแหน่งหน้าที่
การทำงานปัจจุบัน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท อินโฟร์ กรุ๊ป จำกัด
ในเครือช่อง 3

