

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาผลของการใช้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาที่มีผลต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ได้ตอบแบบสอบถามโดยการสุ่มแบบชั้นภูมิ (stratified sampling) และการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ร้านอาหารขนาดเล็ก จำนวน 131 แห่ง สุ่มมา 81 แห่ง

กลุ่มที่ 2 ร้านอาหารขนาดกลาง จำนวน 37 แห่ง สุ่มมา 23 แห่ง

กลุ่มที่ 3 ร้านอาหารขนาดใหญ่จำนวน 78 แห่ง สุ่มมา 48 แห่ง

รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างร้านอาหารทั้ง 3 ขนาด ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 152 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 100 ของการสุ่ม

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามจำแนกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 การใช้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาที่มีต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการร้านอาหารของเมืองพัทยา

ส่วนที่ 2 การจัดการสิ่งแวดล้อมของเมืองพัทยา

ส่วนที่ 3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

ส่วนที่ 4 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

ส่วนที่ 5 ผลจากการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

ลำดับขั้นตอนการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำนวนและร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างค่าเฉลี่ยเลขคณิต แบบหาค่า t (t -test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (oneway analysis of varaince) และการทดสอบภายหลังเพื่อหาคู่ที่แตกต่าง (post hoc) โดยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe' methods)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดัดออยพหุคูณ แบบ multiple regression correlation –stepwise

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	88	57.90
- หญิง	64	42.10
อายุ		
- 15-25 ปี	24	15.80
- 26-35 ปี	49	32.20
- 36-45 ปี	54	35.50
- 46-55 ปี	21	13.80
- 56-65 ปี	4	2.60
การศึกษา		
- ประถมศึกษา	17	11.20
- มัธยมศึกษา	60	39.50
- ปวช., ปวส.	50	32.90
-ปริญญาตรี	25	16.40
ระยะเวลาในการประกอบกร		
- 1-3 ปี	16	10.50
- 4-6 ปี	52	34.20
- 7-9 ปี	53	34.90
- 10-12 ปี	28	18.40
- มากกว่า 12 ปี	3	2

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของลูกค้า		
- ชาวไทย	22	14.50
- ชาวต่างชาติ	43	28.30
- ชาวไทยและชาวต่างชาติ	87	57.20
ขนาดของร้านอาหาร		
- ร้านอาหารขนาดเล็ก	22	14.50
- ร้านอาหารขนาดกลาง	43	28.30
- ร้านอาหารขนาดใหญ่	87	57.20

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-45 ปี สำเร็จการศึกษา ในระดับมัธยมศึกษา ปวช. และปวส คิดเป็นร้อยละ 57.90 67.70 และ 72.40 ระยะเวลาในการประกอบอาชีพส่วนใหญ่ ประกอบการมาแล้วคิดเป็นร้อยละ 4-9 ปี คิดเป็นร้อยละ 69.10 ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 57.2 และเป็นร้านอาหารขนาดใหญ่ ร้อยละ 57.20

ตอนที่ 2 การศึกษาทัศนะของผู้ประกอบการที่มีต่อปัจจัยทั้ง 4 ด้าน
ปัจจัยทั้ง 4 ด้านคือ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการร้านอาหาร การจัด
สิ่งแวดล้อมของเมืองพัทยา การส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา และการจัดกิจกรรม
การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 การใช้กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการร้านอาหารของเมืองพัทยา

การปฏิบัติกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ ผู้ประกอบการร้านอาหาร	$\bar{X}$	SD	แปล ความหมาย	ลำดับ
1. ควบคุมความเป็นระเบียบของร้านอาหาร	3.58	0.92	ปานกลาง	3
2. การลงโทษสำหรับผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนระเบียบ	3.40	0.99	ปานกลาง	7
3. การเข้มงวดต่อสถานที่ตั้งร้านอาหาร	3.65	0.94	ปานกลาง	2
4. การดูแลความเป็นระเบียบของสถานประกอบการ	3.25	1.10	ปานกลาง	9
5. การควบคุมความสะอาดและคุณภาพของอาหาร	3.70	0.90	มาก	1
6. การควบคุมการจัดวางโต๊ะเพื่อความเป็นระเบียบ	3.55	0.90	ปานกลาง	5
7. การจัดระบบการระบายอากาศในสถานประกอบการ	3.52	1.08	ปานกลาง	6
8. การจัดระบบระบายน้ำเสีย	3.57	1.07	ปานกลาง	4
9. ระบบในการทิ้งขยะและจำแนกประเภท	3.32	1.08	ปานกลาง	8

จากตารางที่ 4 พบว่า การปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการร้านอาหาร
ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นการควบคุมความสะอาดและคุณภาพของอาหารอยู่ในระดับ
มาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.70 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้จากเกณฑ์การวัด 5 คะแนน และ
เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การปฏิบัติตามกฎระเบียบสูงสุดใน 3 อันดับแรก ได้แก่
การเข้มงวดต่อสถานที่ตั้งร้านอาหาร การควบคุมความเป็นระเบียบของร้านอาหาร การจัดระบบ
บำบัดน้ำเสีย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.65 3.58 และ 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การจัดสิ่งแวดลอมของเมืองพทยา

การปฏิบัติกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ ผู้ประกอบการร้านอาหาร	$\bar{X}$	SD	แปล ความหมาย	ลำดับ
1. การรณรงค์ในเรื่องความสะอาดของร้านอาหาร	3.53	1.08	ปานกลาง	1
2. การจัดอบรมความสะอาดของร้านอาหาร	3.26	1.03	ปานกลาง	6
3. การจัดระเบียบของร้านอาหารในชุมชน	3.19	1.05	ปานกลาง	9
4. การจัดอบรมในเรื่องคุณภาพของอาหาร	3.32	1.08	ปานกลาง	5
5. การพทยาจัดสภาพแวดลอมบริเวณรอบ ๆ ร้านอาหาร เช่น บริเวณทางเท้า	3.33	0.99	ปานกลาง	4
6. การปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณร้านอาหาร	3.41	1.02	ปานกลาง	3
7. การจัดระเบียบป้ายชื่อร้าน	3.13	0.97	ปานกลาง	10
8. การรักษาความสะอาดบริเวณรอบ ๆ ร้านอาหาร	3.45	0.97	ปานกลาง	2
9. การเข้มงวดดูแลในบริเวณที่ทิ้งขยะ	3.20	1.09	ปานกลาง	7
10. มีการเข้มงวดเกี่ยวกับการระบายน้ำ	3.20	1.04	ปานกลาง	8

จากตารางที่ 5 ทัศนะของผู้ประกอบการร้านอาหารต่อการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของเมืองพทยา พบว่า ในทุกรายข้อที่ศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.13-3.53 เมื่อพิจารณาพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดใน 3 อันดับแรก เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมของเมืองพทยาได้แก่ การรณรงค์ในเรื่องของความสะอาด การรักษาความสะอาดบริเวณรอบ ๆ ร้านอาหาร และการปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณร้านอาหารมีค่าเฉลี่ย 3.13 3.41 และ 3.20 ตามลำดับ ส่วนลำดับที่ได้รับการปฏิบัติน้อยที่สุด ได้แก่ การจัดระเบียบป้ายชื่อร้านมีค่าเฉลี่ย 3.13

ตารางที่ 6 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

การปฏิบัติกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ ผู้ประกอบการร้านอาหาร	$\bar{X}$	SD	แปล ความหมาย	ลำดับ
1. การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหาร				
- เเคเบิลทีวี	3.04	1.03	ปานกลาง	3
- หนังสือพิมพ์	2.68	0.89	ปานกลาง	7
- อินเทอร์เน็ต	2.57	0.75	ปานกลาง	9
- วิทยุ	2.53	0.82	ปานกลาง	10
- ใบโฆษณา	2.62	0.85	ปานกลาง	8
- ปฏิทินท่องเที่ยว	2.84	0.89	ปานกลาง	6
2. การสร้างเครือข่ายระหว่างเมืองพัทยาและบริษัท นำเที่ยว	2.89	0.87	ปานกลาง	5
3. การจัดกิจกรรมตามความเหมาะสมกับช่วงเวลาและ สถานที่	3.16	0.94	ปานกลาง	1
4. มีการขอความร่วมมือ ให้ร้านอาหารเข้าร่วมใน เทศกาลต่าง ๆ	3.05	0.96	ปานกลาง	2
5. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของเจ้าหน้าที่	3.01	0.93	ปานกลาง	4

จากตารางที่ 6 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า ส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง และมีการประชาสัมพันธ์ด้านเคเบิลทีวีสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.04 รองลงมาคือ ปฏิทินการท่องเที่ยวและหนังสือพิมพ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.84 2.68 ตามลำดับ สำหรับการจัดกิจกรรมตามความเหมาะสมกับช่วงเวลาและสถานที่ การขอความร่วมมือในการเข้าร่วมในเทศกาลต่าง ๆ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของเจ้าหน้าที่ และการสร้างเครือข่ายระหว่างเมืองพัทยาและบริษัทนำเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.16 3.05 3.01 และ 2.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

การปฏิบัติกิจกรรมเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ ผู้ประกอบการร้านอาหาร	$\bar{X}$	SD	แปล ความหมาย	ลำดับ
1. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	3.43	0.97	ปานกลาง	4
2. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหาร	3.31	1.09	ปานกลาง	6
3. การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น	3.34	1.04	ปานกลาง	5
4. การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการกีฬา เช่น พัทยามารารอน	3.28	1.01	ปานกลาง	7
5. การจัดกิจกรรมเทศกาลพัทยาน่าสนใจ	3.51	1.04	ปานกลาง	2
6. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประเพณี และวัฒนธรรม เช่น วันสงกรานต์	3.52	1.00	ปานกลาง	1
7. การจัดกิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้	3.45	1.11	ปานกลาง	3

จากตารางที่ 7 พบว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาทุกรายข้อที่ศึกษา มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.28-3.52 และเมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดของ 3 อันดับแรก คือ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประเพณี และวัฒนธรรม การจัดเทศกาลพัทยาน่าสนใจ และการจัดกิจกรรมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.52 3.51 และ 3.45 ตามลำดับ สำหรับอันดับที่ได้รับการปฏิบัติน้อยที่สุดคือ การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการกีฬา มีค่าเฉลี่ย 3.28

ตารางที่ 8 ผลจากการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ไปปฏิบัติ

การปฏิบัติกิจกรรมที่เกี่ยวกับ ผู้ประกอบการร้านอาหาร	$\bar{X}$	SD	แปล ความหมาย	ลำดับ
1. จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	3.70	1.02	มาก	6
2. เมืองพัทยามีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น	3.71	0.96	มาก	5
3. มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น	3.72	0.94	มาก	3
4. ธุรกิจของท่านมีรายได้เพิ่มขึ้น	3.76	0.97	มาก	2
5. มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น	3.61	1.03	ปานกลาง	9
6. มีการขยายขนาดของกิจการมากขึ้น	3.56	1.05	ปานกลาง	10
7. มีจำนวนชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการในร้านของท่านเพิ่มขึ้น	3.68	0.99	มาก	7
8. มีจำนวนร้านอาหารเพิ่มขึ้น	3.86	0.91	มาก	1
9. ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมมากขึ้น	3.64	1.09	ปานกลาง	8
10. ร้านอาหารในเมืองพัทยามีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น	3.72	1.00	มาก	4

จากตารางที่ 8 พบว่า มีรายการที่ตรวจสอบ 7 ใน 10 ข้อ อยู่ในระดับมาก และอีก 3 ข้ออยู่ในระดับปานกลาง ผลของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่นำไปปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น มีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และร้านอาหารในเมืองพัทยามีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 3.76 และ 3.72 ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ การขยายขนาดของร้านอาหาร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56

ตารางที่ 9 สรุปผลการเปรียบเทียบทัศนะของผู้ประกอบการระหว่างเพศในการนำแผนพัฒนา
การท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

เพศ	n	$\bar{X}$	SD	t-value	Sig.
ชาย	88	36.48	6.02	-1.242	0.216
หญิง	64	37.64	5.23		

* $p < .05$

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบพบว่า ทัศนะของเพศชายและหญิงในการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติไม่ต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 10 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวระหว่างผู้ประกอบการจำแนกตามกลุ่ม
อายุที่มีต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	136.804	34.201	1.050	0.384
ภายในกลุ่ม	147	4788.032	32.572		
Total	151	4924.836			

* $p < .05$

จากตารางที่ 10 ทัศนะของผู้ประกอบการตามอายุในเรื่องของการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกันมีทัศนะที่ไม่แตกต่างกันในเรื่องของการนำแผนไปปฏิบัติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 11 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวระหว่างผู้ประกอบการจำแนกตามระดับการศึกษาที่มีต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	315.487	105.162	3.377*	0.020
ภายในกลุ่ม	148	4609.349	31.144		
Total	151	4924.836			

* $p < .05$

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ประกอบการจำแนกตามระดับการศึกษาที่มีทัศนคติต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 หลังจากการทดสอบภายหลัง (post hoc) เพื่อหาผู้ที่แตกต่างกันสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12 การทดสอบภายหลัง (post hoc) เพื่อหาผู้ที่ต่างกัน โดยวิธีของ Scheffe'

	Mean	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปวช, ปวส	ปริญญาตรี
ประถมศึกษา	3.52	-			
มัธยมศึกษา	3.70		-		
ปวช, ปวส	3.86			-	*
ปริญญาตรี	3.46				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 12 พบว่า การทดสอบภายหลังเพื่อหาผู้ที่แตกต่าง โดยการวิเคราะห์ของ Scheffe' พบว่า เกือบทุกคู่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้ประกอบการที่สำเร็จการศึกษา ปวช, ปวส กับปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ประกอบการที่สำเร็จการศึกษา ปวช, ปวส มีทัศนคติต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 13 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวระหว่างผู้ประกอบการจำแนกตาม
ระยะเวลาของการประกอบการที่มีต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	137.826	34.456	1.058	0.380
ภายในกลุ่ม	147	4787.010	32.565		
Total	151	4924.836			

* $p < .05$

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการจำแนกตามระยะเวลาที่ประกอบการมี
ทักษะต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติไม่ต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ .05 ซึ่งไม่
สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 14 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวระหว่างผู้ประกอบการจำแนกตาม
ประเภทของลูกค้านักของสถานประกอบการที่มีต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	453.408	226.704	7.554*	0.001
ภายในกลุ่ม	149	4471.427	30.010		
Total	151	4924.836			

* $p < .05$

จากตารางที่ 14 การเปรียบเทียบความมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการจำแนกตาม
ประเภทของลูกค้าที่มีทักษะต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ พบว่า มีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 หลังจากการทดสอบภายหลัง (post hoc) เพื่อหาตัวที่แตกต่างกันสรุปได้
ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 15 การทดสอบภายหลัง (post hoc) เพื่อหาคู่ที่ต่างกันโดยวิธีของ Scheffe'

	Mean	ลูกค้าชาวไทย	ลูกค้าชาวต่างชาติ	ลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ
ลูกค้าชาวไทย	3.49	-		*
ลูกค้าชาวต่างชาติ	3.50		-	*
ลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ	3.84			-

* $p < .05$

จากตารางที่ 15 พบว่า ร้านที่ให้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีทัศนคติต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติสูงกว่าผู้ประกอบการที่ให้บริการเฉพาะลูกค้าชาวไทย หรือเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติ

ตารางที่ 16 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวระหว่างผู้ประกอบการจำแนกตามขนาดของสถานประกอบการที่มีต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	515.238	257.619	8.705*	0.000
ภายในกลุ่ม	149	4409.598	29.595		
Total	151	4924.836			

* $p < .05$

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ประกอบการจำแนกตามขนาดของร้านอาหารที่มีทัศนคติต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 หลังจากการทดสอบภายหลัง (post hoc) เพื่อหาคู่ที่แตกต่างกันสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 17 การทดสอบภายหลัง (post hoc) เพื่อหาคู่ที่ต่างกันโดยวิธีของ Scheffe'

	Mean	ร้านอาหาร ขนาดเล็ก	ร้านอาหาร ขนาดกลาง	ร้านอาหาร ขนาดใหญ่
ร้านอาหารขนาดเล็ก	3.74	-	*	
ร้านอาหารขนาดกลาง	3.27		-	*
ร้านอาหารขนาดใหญ่	3.82			-

* $p < .05$

จากตารางที่ 17 พบว่า ทักษะของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็กกับร้านอาหารขนาดใหญ่ มีทักษะต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติสูงกว่าผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง

ตอนที่ 3 ปัจจัยคัดสรรที่มีผลต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษา ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ สหสัมพันธ์อันดับคอลลอยพหุคูณ

(multiple regression correlation -stepwise) โดยมีตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ดังนี้

1. ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลของการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ
2. ตัวแปรอิสระ 36 ตัว ได้แก่

- 2.1 X_1 = การควบคุมความเป็นระเบียบของร้านอาหารของร้านอาหาร
- 2.2 X_2 = การลงโทษสำหรับผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนระเบียบ
- 2.3 X_3 = การเข้มงวดต่อสถานที่ตั้งร้านอาหาร
- 2.4 X_4 = การดูแลความเป็นระเบียบของสถานประกอบการ
- 2.5 X_5 = การควบคุมความสะอาดและคุณภาพของอาหาร
- 2.6 X_6 = การควบคุมการจัดวางโต๊ะเพื่อความเป็นระเบียบ
- 2.7 X_7 = การจัดระบบระบายอากาศในสถานประกอบการ
- 2.8 X_8 = การจัดระบบระบายน้ำเสีย
- 2.9 X_9 = การจัดระบบในการทิ้งขยะและจำแนกประเภท
- 2.10 X_{10} = การรณรงค์ในเรื่องความสะอาดของร้านอาหาร
- 2.11 X_{11} = การจัดอบรมเรื่องความสะอาดของร้านอาหาร
- 2.12 X_{12} = การจัดระเบียบร้านอาหารในชุมชน
- 2.13 X_{13} = การจัดอบรมในเรื่องคุณภาพของอาหาร
- 2.14 X_{14} = การจัดสภาพแวดล้อมบริเวณรอบๆ ร้านอาหาร
- 2.15 X_{15} = การปรับปรุงทัศนียภาพบริเวณร้านอาหาร
- 2.16 X_{16} = การจัดระเบียบป้ายชื่อร้าน
- 2.17 X_{17} = การรักษาความสะอาดบริเวณรอบๆร้านอาหาร
- 2.18 X_{18} = การเข้มงวดดูแลในบริเวณที่ทิ้งขยะ
- 2.19 X_{19} = การเข้มงวดเกี่ยวกับการระบายน้ำ
- 2.20 X_{20} = การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารด้านเคเบิลทีวี
- 2.21 X_{21} = การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารด้านหนังสือพิมพ์
- 2.22 X_{22} = การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารด้านอินเทอร์เน็ต
- 2.23 X_{23} = การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารด้านวิทยุ
- 2.24 X_{24} = การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารด้านใบโฆษณา
- 2.25 X_{25} = การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหารด้านปฏิทินท่องเที่ยว

- 2.26 X_{26} = การสร้างเครือข่ายระหว่างเมืองพัทยาและบริษัทนำเที่ยว
- 2.27 X_{27} = การจัดกิจกรรมตามความเหมาะสมกับช่วงเวลาและสถานที่
- 2.28 X_{28} = การขอความร่วมมือให้ร้านอาหารเข้าร่วมในเทศกาลต่าง ๆ
- 2.29 X_{29} = การให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของเจ้าหน้าที่
- 2.30 X_{30} = การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- 2.31 X_{31} = การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหาร
- 2.32 X_{32} = การจัดกิจกรรมที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น
- 2.33 X_{33} = การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการกีฬา เช่น พัทธมาราธอน
- 2.34 X_{34} = การจัดกิจกรรมเทศกาลพัทยาน่าสนใจ
- 2.35 X_{35} = มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและวัฒนธรรม

เช่น วันสงกรานต์

- 2.36 X_{36} = การจัดกิจกรรมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 18 สรุปผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณ แบบ stepwise ระหว่างผลการนำ
แผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติกับตัวแปรอิสระที่เป็นปัจจัยคัดสรร

Dependent Variable	Independent Variable	R ²	F	Constant	Reg. Coefficients	t-Value
ผลของการใช้ แผนพัฒนา การท่องเที่ยว	การจัดกิจกรรมสามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (X ₃₆)	0.150	24.251*	29.533	2.050	4.93*
ผลของการใช้ แผนพัฒนา การท่องเที่ยว	การจัดกิจกรรมสามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (X ₃₆)	0.370	15.644*	14.131	1.640	4.40*
	การเข้าชมวัดต่อสถานที่ตั้ง ร้านอาหาร (X ₃)				1.703	4.02*
	การประชาสัมพันธ์โดยโบ โชนา (X ₂₃)				1.399	2.93*
	การอบรมในเรื่องคุณภาพ ของอาหาร (X ₃₃)				1.166	2.73*
	การจัดระบบในการทิ้ง ขยะและจำแนกประเภท ขยะ (X ₉)				0.996	2.67*

**p* < .05

จากตารางที่ 18 จากการศึกษาระหว่างผลของการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ (ตัวแปรตาม) กับตัวแปรอิสระ 4 ด้านทั้งหมด 36 ตัวแปร พบว่าปัจจัยคัดสรร 5 ตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ปัจจัยสำคัญเหล่านี้ได้แก่ การจัดกิจกรรมที่จัดขึ้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (X₃₆) การเข้าชมวัดต่อสถานที่ตั้งร้านอาหาร (X₃) การประชาสัมพันธ์โดยโบโชนา (X₂₃) การอบรมในเรื่องคุณภาพของอาหาร (X₃₃) มีการจัดระบบในการทิ้งขยะและจำแนกประเภทขยะ (X₉) โดยทั้ง 5 ตัวแปรนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนหรือทำนายผลต่อตัวแปรตาม คือ ผลของการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ได้ร้อยละ 37.00 และพบว่าตัวแปรการจัดกิจกรรมที่จัดขึ้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (X₃₆) เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุด โดยตัวแปรนี้สามารถอธิบายความแปรปรวน หรืออธิบายผลต่อการนำแผนไปปฏิบัติได้ร้อยละ 15.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05