

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ จัดเป็นนโยบายที่สำคัญประการหนึ่งของรัฐบาลร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ ส่งผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องพยายามที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้คนไทยและคนต่างประเทศมาเที่ยวในเมืองไทย ซึ่งชายหาดพัทยาก็ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวนทั้งหมด 314 คน พบว่ามีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 49) โดยมาเที่ยวอยู่ระหว่าง 20- 29 ปี (ร้อยละ 31.2) การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 3.1) ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทมากที่สุด (ร้อยละ 27.1) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 27.4) และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด (ร้อยละ 83.1) โดยจะมาช่วงที่เป็นวันหยุดสุดสัปดาห์ (ร้อยละ 46.8) และจะมาอยู่กับเพื่อน (ร้อยละ 46.8) โดยเฉลี่ยจะมาเป็นกลุ่มกลุ่มละ 2-4 คน (ร้อยละ 46.8) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะพักค้างคืน (ร้อยละ 61.1) โดยสถานที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะพักเป็นประเภทโรงแรม (ร้อยละ 26.4) โดยมีระยะเวลาค้างอยู่ระหว่าง 1-2 คืน (ร้อยละ 2.4) และเสียค่าใช้จ่ายในการเที่ยวต่อครั้งเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1,500 – 3,000 บาท โดยมีระดับการตัดสินใจที่จะมาท่องเที่ยวชายหาดพัทยาในด้านของผลิตภัณฑ์หรือบริการอยู่ในระดับที่ทำให้เกิดการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคาของการใช้จ่ายที่ได้ใช้ในการมาเที่ยวครั้งนี้อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของทางด้านการส่งเสริมการตลาดก็ระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาวิจัยการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One – Way- Anova) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ผลการทดสอบแบ่งตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ดังตาราง

ตารางที่ 114 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น						
	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	เชื้อชาติ
วัตถุประสงค์	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล
ช่วงเวลามาเที่ยว	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
ผู้ร่วมเดินทาง	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	มีผล	มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
วิธีการเดินทาง	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
การพักค้างคืน	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
สถานที่ที่พักค้างคืน	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
ระยะเวลาที่พักค้างคืน	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล

ตารางที่ 114 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ปัจจัยทางการตลาด				ตัวแปรต้น
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	การจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด	
วัตถุประสงค์	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	ไม่มีผล	
ช่วงเวลาที่เกี่ยวข้อง	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	
ผู้ร่วมเดินทาง	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	
วิธีการเดินทาง	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	
การพักค้างคืน	ไม่มีผล	มีผล	ไม่มีผล	มีผล	
สถานที่ที่พักค้างคืน	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล	มีผล	
ระยะเวลาที่พักค้างคืน	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	ไม่มีผล	มีผล	มีผล	มีผล	

อภิปรายผลการวิจัย

เชื้อชาติที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการจะเห็นได้ว่าเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวได้ในเรื่องของเส้นทางที่สามารถเดินทางมาได้สะดวก เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่มีชื่อเสียงในจังหวัดชลบุรีเป็นศูนย์รวมกีฬาทางน้ำ และมีจำนวนห้องพักมากพอเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

ด้านราคาจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวชายหาดพัทยาจะมีค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ไม่มากนัก นักท่องเที่ยวมักจะให้ความสำคัญในเรื่องเงินงบประมาณที่มีอยู่จำกัด

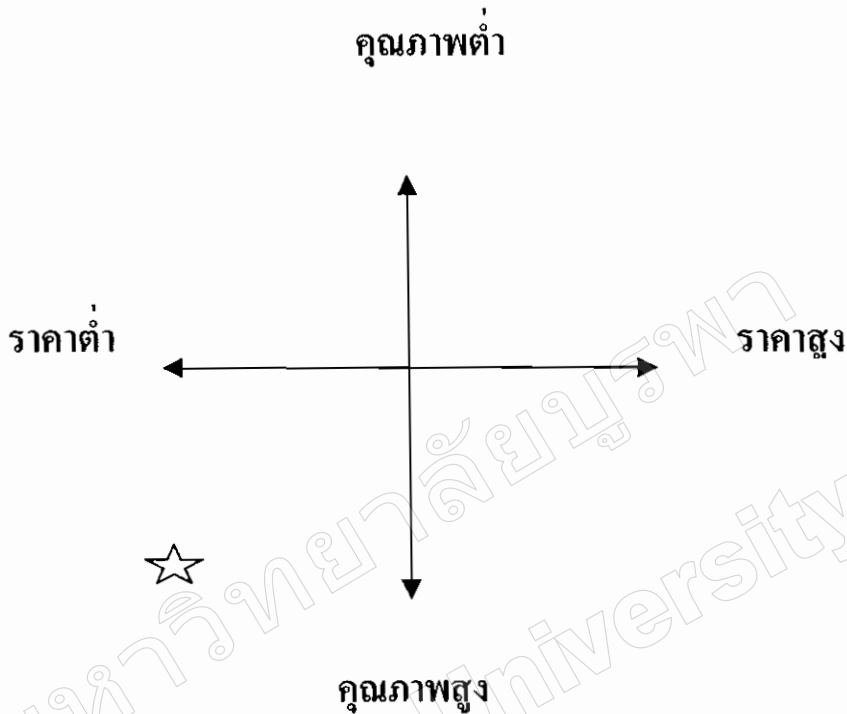
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมแล้วจะอยู่ในระดับปานกลาง คือเส้นทางที่ใช้เดินทางมามีความสะดวก สามารถเดินทางมาได้ด้วยตนเองมีรถโดยสารประจำทางวิ่งผ่านตลอด

ด้านการตลาด จะอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสื่อทุกด้านไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อป้ายโฆษณา มีส่วนกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเนื่องจากสื่อดังที่กล่าวมาแล้ว สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง ผู้รับสื่อเห็นภาพสวย ๆ จากโทรทัศน์หรือได้ยินสปอรัต์โฆษณาก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

STP Marketing

การแบ่งส่วนตลาดและกลุ่มเป้าหมายควรจะทำโดยนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศโดยควรเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นทั้งเพศหญิงและเพศชายเพราะสัดส่วนของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศมีอัตราส่วนร้อยละใกล้เคียงกัน เจาะกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานเพื่อเป็นการปลูกฝังให้รู้จักการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

การกำหนดผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2 การกำหนดผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะทางการสถานที่ท่องเที่ยวชายหาดพัทยา

ควรจะมีการรักษาความสะอาดของสถานที่เนื่องจากส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนฉะนั้นการพักผ่อนก็ต้องเป็นอะไรที่มาแล้วรู้สึกดี มาแล้วเกิดความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ ด้านการรักษาความสะอาด และความปลอดภัย เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ โดยอาจจะต้องเพิ่มถังขยะ ควรมีการตรวจสอบคุณภาพ และความสะอาดและราคาของอาหารให้ได้มาตรฐานเป็นระยะ ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และจากการศึกษาจะพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในจุดประสงค์ทางด้านอื่น ๆ ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจในความสวยงามของธรรมชาติ ฉะนั้นควรมีการดูแลรักษาและปรับปรุงชายหาดให้ดูดีอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยศึกษาในภาพรวมของนักท่องเที่ยว หากมีผู้สนใจจะทำการวิจัยในครั้งต่อไปควรจะศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศว่ามีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันหรือไม่

การวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้ศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม หากมีการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในเขตเมืองพัทยา

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University