

การศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อ
ภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา

วิลาวัณย์ คงขาว

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิตทิศ

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

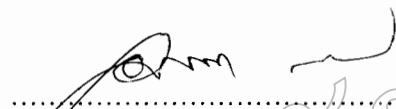
คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2554

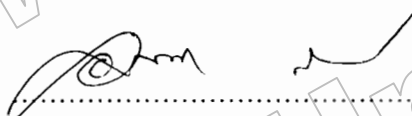
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ วิชาวัฒน์ คงขาว ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัย
บูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์

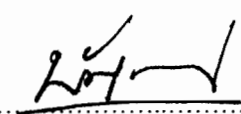

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมย์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์


.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมย์)


.....กรรมการ
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)
วันที่ ๒๙ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๔

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี ก็ด้วยความอนุเคราะห์ ช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณหลายท่านที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ท่านที่มีพระคุณท่านแรกที่ขอระลึกถึง คือ รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ฉบับนี้และประธานหลักสูตรการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ท่านได้ให้ความรู้ ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ และแนวทางที่ถูกต้อง ตั้งแต่เริ่มต้นหัวข้อการวิจัย การวิเคราะห์ผล จนกระทั่งสำเร็จเป็นงานนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณท่านที่ปรึกษาร่วม ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร ที่ได้ชี้แนะ ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนชี้แนะการเขียนรายงานการวิจัยที่ถูกต้อง จนสามารถสำเร็จเป็นงานนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่สอนในระดับปริญญาโททุกท่าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท ที่ช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ข้าพเจ้าเสมอมา และทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย

ขอบคุณสำหรับกำลังใจ คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสถิติในการทำวิจัยจากเพื่อน พี่ น้องสาขาวิชา SME ทุกคน

นอกจากนี้ขอขอบคุณพี่ ๆ ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา ที่อำนวยความสะดวกเรื่องข้อมูลและช่วยเก็บแบบสอบถาม ขอขอบคุณผู้จัดการธนาคารทหารไทย ผู้จัดการศูนย์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศพัทยา เพื่อนร่วมงาน และเพื่อนทุกคน ที่อนุญาตให้ลาหยุดงาน และทำงานแทนเพื่อมาเรียนได้

งานนิพนธ์ฉบับนี้ ไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีได้ หากปราศจากกำลังใจและความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคนในครอบครัว และผู้ใหญ่ที่เคารพช่วยผลักดันให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดามารดา รวมถึงคุณครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน และหวังว่างานนิพนธ์ฉบับนี้จะ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อไป

วิลาวัณย์ คงขาว

52921022: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ /ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา/การรับรู้/นักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิลาวัณย์ คงขาว: การศึกษาภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยาในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (PATTAYA FLOATING MARKET IMAGE OF FOREIGN TOURISTS). อาจารย์ที่ปรึกษา: วุฒิชัย สุนทรสมัย, D.B.A., 56 หน้า. ปี พ.ศ. 2554.

การศึกษาภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยาในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาคในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในด้านศิลปวัฒนธรรม ในด้านสินค้าและบริการ ในด้านสถานที่ และศึกษาเพศและเชื้อชาติมีผลต่อการมองภาพลักษณ์ของตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่มีความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษ จำนวน 140 คนและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย มี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ t-Test และ one-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอาชีพพนักงานบริษัท มีจุดประสงค์ในการมาเพื่อพักผ่อน มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศ อังกฤษ รัสเซีย สหราชอาณาจักร อเมริการ้อยอินเดีย แคนาดา คาเทาลี สวีเดน เยอรมัน ฟิลิปปินส์ ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย นักท่องเที่ยวมีการเปิดสื่อจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวต่างชาติดมภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยาในด้านวัฒนธรรม ด้านสินค้าและบริการและด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยาไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับเพศ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับประเทศ และภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับการเปิดรับสื่อ

52921022: MAJOR: MASTER OF MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT; M.M. (MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEYWORDS: IMAGE/ PATTAYA FLOATING MARKET / PERCEPTION/FOREIGN TOURISTS

WILAWAN KONGKHAW: PATTAYA FLOATING MARKET IMAGE OF FOREIGN TOURISTS. ADVISOR: WUTTICHART SOONTHORNSAMAI, D.B.A, 56 P. 2011.

The purpose of this survey research was to identify Pattaya Floating market image in dimensions of art & culture , product & service and place . In addition, it was to expose the relationship of tourist's demographic as well as tourist's media exposure and the image of Pattaya Floating market.

The research method is survey research the simply method is convenient sampling the number of responder of this research is 140.

For the data percentage , average , frequency , t-test , one –way ANOVA is employ .

For the findings of the research, it is show that most of tourists are male. company's employees and coming Pattaya Floating market for relaxation purpose. most of them are England, America, Russia, China, India, hundreds of Canada, Sweden, Germany, Korea, Philippines, France, Australia .Furthermore, most of tourist expose to mass media , personal media and special purpose media in the moderate level. In addition, most of tourist have the high level of image to Pattaya Floating market.

Next , the relationship between gender tourist's and the tourist's image to Pattaya Floating market isn't different significantly . However the relationship between tourist's nationality and tourist's image to the Pattaya Floating market is different significantly. In addition the relate go between tourist's media exposure and tourist's image to the Pattaya Floating market is partial different significant.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	13
ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	25
การหาคุณภาพเครื่องมือ.....	25
วิธีการเก็บรวบรวม	26
การวิเคราะห์ข้อมูล	27

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	29
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	42
สรุปผลการวิจัย.....	42
อภิปรายผลการวิจัย.....	44
ข้อเสนอแนะ	45
บรรณานุกรม	47
ภาคผนวก	49
ประวัติย่อของผู้วิจัย	56

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 สถิติการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวพัทยา.....	2
4-1 จำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามเพศ.....	30
4-2 จำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามอาชีพ.....	30
4-3 จำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามจุดประสงค์ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว.....	31
4-4 จำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามประเทศที่อยู่อาศัย.....	32
4-5 การเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนเกี่ยวกับตลาดน้ำสี่ภาคพัทยาของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ.....	33
4-6 การเปิดรับสื่อประเภทบุคคลเกี่ยวกับตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	33
4-7 การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	34
4-8 ภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา ด้านวัฒนธรรม.....	34
4-9 ภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา ด้านสินค้าและบริการ.....	35
4-10 ภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา ด้านสถานที่.....	35
4-11 การแจกแจงลักษณะทางเพศของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์ตลาดน้ำสี่ภาค.....	36
4-12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์ ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา ด้านศิลปวัฒนธรรม.....	37
4-13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์ ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา ด้านสินค้าและบริการ.....	38
4-14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้านเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์ ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา ด้านสถานที่.....	39
4-15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนการเปิดรับสื่อประเภทสื่อมวลชนต่อภาพลักษณ์ ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา.....	40
4-16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนการเปิดรับสื่อประเภทสื่อบุคคลต่อภาพลักษณ์ ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา.....	40
4-17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนการเปิดรับสื่อประเภทสื่อเฉพาะกิจต่อภาพลักษณ์ ตลาดน้ำสี่ภาคพัทยา.....	41

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 3

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University