

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในคชฎีนิพนธ์นี้จะนำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยออกเป็นหัวข้อใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ

1. ยุคหมู่บ้านชาวประมงของพญา (รัชกาลที่ 4 - พ.ศ. 2497)
2. ยุคก้าวสู่การสะสมทุนการท่องเที่ยวชายทะเลของพญา (พ.ศ. 2497 - พ.ศ. 2518)
3. ยุคการจัดตั้งการจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษของพญา (พ.ศ. 2518 - พ.ศ. 2521)
4. ยุคแห่งการเป็นเมืองอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของพญา (พ.ศ. 2521 - 2535)
5. ยุคก้าวสู่เมืองท่องเที่ยวระดับโลกของพญา (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)

ยุคหมู่บ้านชาวประมงของพญา (รัชกาลที่ 4 - พ.ศ. 2497)

พญาในอดีตเป็นที่รู้จักเฉพาะกับกลุ่มชาวประมงที่นำเรือมาจอดหลบลมมรสุมบริเวณโค้งอ่าวที่มีแนวเขาโอบล้อม แล้วสามารถกำบังลมพายุได้ และด้วยเหตุนี้ก็เป็นที่มาที่ทำให้ชาวประมงเดินทางมาตั้งถิ่นฐาน ในบริเวณพญาเป็นจำนวนมาก จนกลายมาเป็นชุมชนหมู่บ้านชาวประมง ชุมชนที่เกิดขึ้นในอดีตบริเวณเมืองพญาจะเริ่มต้นด้วย 2 ชุมชนหลัก คือ ชุมชนนาเกลือ (ตั้งอยู่หมู่ที่ 5 ตำบลนาเกลือทางด้านพญาเหนือในปัจจุบัน) และชุมชนพญา (ตั้งอยู่หมู่ที่ 9 และ 10 ตำบลหนองปรือบริเวณพญาใต้ในปัจจุบัน) แต่ละชุมชนมีประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 200 คน ส่วนพื้นที่บริเวณชายหาดตอนกลางระหว่าง 2 ชุมชน (ซึ่งเป็นบริเวณพญาเหนือในปัจจุบัน) ยังคงมีสภาพเป็นป่าซึ่งยังไม่มี การตั้งถิ่นฐานของประชาชนมาแต่เดิมแล้ว หลักฐานเท่าที่มีอยู่ปรากฏในกลอนของสุนทรภู่ที่ได้บรรยายถึงสภาพอ่าวพญาในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ระหว่างเดินทางไปจังหวัดระยองในนิราศเมืองแกลง ดังนี้ (จำลองทองดี, 2526, หน้า 21)

“เข้าเด่นดงพงษังค์เสียบ

ออกชะวากปากทุ่งพญา

บุกละแวกแฝกแซมแอร่มรก

ด้วยน้ำฝนล้นลำหนทางเกวียน

เย็นเยียบน้ำค้างพรางพุกษา

นายแสงพาเลี้ยวหลงเที่ยววงเวียน

กับกอกกสูงสูงเสมอเศียร

ขึ้นโศกเดียนตอกรอกยอกระยา”

นอกจากนี้ยังมีจดหมายเหตุการเดินทางของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เมื่อคราวที่เสด็จประพาสจันทบุรี เมื่อปี พ.ศ. 2519 ซึ่งพระองค์ทรงบรรยายถึงชายหาด พัทธาดอนกลางที่ยังคงเป็นป่ารกชัฏ ไว้ดังนี้

“...เวลาสองโมงเศษเรือมาใกล้เกาะนกเห็นหาดและต้นไม้สูงงามดี แลเห็นข้างนอกไกล ๆ นั้นเกาะเหลื่อมเกาะไผ่ แล้วต่อไปเป็นเกาะ เล็ก ๆ 2 เกาะเรียกเกาะตริงเพดานเกาะวิมานไชย เวลาสามโมงเศษ มาตรงเกาะลานเหนือนำร่องเรียกเกาะครก ในระหว่างนั้นเกาะ ล้วนใหญ่และล้วนตะวันออกเรียกเกาะสาก แล้วแลดูข้างซ้ายมือ เป็นฝั่งตลอด เพราะที่นี้มีลิลาอยู่ข้างนอก จึงเดินชิดตลิ่ง เวลา สามโมงครึ่งตรงแหลมพญาคุตต์ไม้เขียวมีหาดทรายและเขา...”

ในระหว่างการเสด็จประพาสจันทบุรีครั้งนั้นพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวก็ ต้องประสบกับพวกโจรสลัดซึ่งคอยรบกวนปล้นสดมภ์เรือพาณิชย์ด้วยพระองค์เอง ที่ช่องแสมสาร ชุมชนสัดหีบ ซึ่งขณะนั้นอยู่ใต้การปกครองของเมืองบางละมุง เหตุนี้ทำให้พระองค์สนพระทัยที่จะ หาทางปราบปรามกลุ่มโจรสลัดอยู่ตลอดเวลา จนกระทั่งปี พ.ศ. 2427 จึงเริ่มมีการเกณฑ์คนหัวเมือง ตะวันออกไปเป็นทหาร และโปรดเกล้าฯ ให้พระองค์เจ้าสายสนิทวงศ์เสด็จไปจัดตั้งสถานิทหารเรือ ตามตำบลต่าง ๆ แถบชายฝั่งทะเลตะวันออก ตั้งแต่ชลบุรี บางพระ บางละมุง เกาะเสม็ด ระยอง จันทบุรี ขลุง ตรวด และเกาะกูด และจากการเป็นที่ตั้งของสถานิทหารเรือ ส่งผลให้ชุมชนสัดหีบ กลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางน้ำเพื่อ โดยสารคนและสินค้าไปยังกรุงเทพฯ และจังหวัด ใกล้เคียงด้วยเรือกลไฟและเรือลอมทะเล เหตุนี้ทำให้ประชาชนเดินทางเข้าออกบริเวณชุมชน สัดหีบมากกว่าชุมชนนาเกลือ และชุมชนพญา ซึ่งเป็นเพียงทางผ่านของการเดินทางเท่านั้น (ขุนวิจิตรมาตรา, 2497, หน้า 9 อ้างถึงใน ภารดี มหาขันธ์, 2532, หน้า 26)

ถึงแม้ชุมชนสัดหีบจะมีความสำคัญและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากกว่าชุมชนนาเกลือ และชุมชนพญา แต่การขยายตัวของชุมชนสัดหีบซึ่งเป็นผลมาจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐและ กองทัพเรือนับตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 2460 เป็นต้นมา นอกจากจะส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ในภาคตะวันออกแล้ว ยังนับเป็นการรุกทางสู่การเป็นสถานตากอากาศแห่งใหม่ของเมืองพญาใน เวลาต่อมา กล่าวคือ การพัฒนาชุมชนสัดหีบได้นำไปสู่การสร้างเส้นทางคมนาคมทางบกสู่ภูมิภาค ตะวันออกอย่างต่อเนื่องนับจากทศวรรษที่ 2480 เป็นต้นมา เส้นทางคมนาคมดังกล่าวเป็นเสมือน ประตูที่เปิดชุมชนชาวประมงของพญาไปสู่สถานที่ตากอากาศทางทะเลแห่งใหม่

เนื่องจากชุมชนสัดหีบในอดีตนั้นนอกจากจะเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางน้ำแล้ว ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมยังส่งผลให้บริเวณอ่าวสัดหีบถูกใช้เป็นที่จอดพักเรือรบระหว่าง

การฝึกซ้อมทางทะเล และเป็นที่พักอิงตอร์ปิโดของกองเรือรบไทย ซึ่งพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ได้เคยเสด็จทอดพระเนตรการซ้อมรบทางทะเลที่นี้ โดยเรือพระที่นั่งมหาจักรีเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2457 ระหว่างเสด็จประพาสทางชลมารคเลียบชายฝั่งทะเลตะวันออกของอ่าวไทย ด้วยทรงเห็นว่าลักษณะทางภูมิศาสตร์ของบริเวณนี้เหมาะสมสำหรับเป็นฐานทัพเรือ ประกอบกับพระราชประสงค์ในการสืบสานแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวในเรื่องพื้นที่ทางยุทธศาสตร์และความล่อแหลมของภาคตะวันออก พระองค์จึงมีพระบรมราชโองการให้ส่งวนที่คืนฝั่งตำบลสตึกและบริเวณใกล้เคียงสำหรับจัดตั้งฐานทัพเรือ และต่อมาทรงโปรดเกล้าฯ พระราชทานที่ดินบริเวณนั้นแก่กระทรวงทหารเรือเพื่อดำเนินการก่อสร้างฐานทัพเรือ และดำเนินการแล้วเสร็จ เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2517

ข้อสนับสนุนปรากฏในหลักฐานพระราชหัตถเลขาถึงนายพลเรือเอกกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ลงวันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2465 ดังนี้ (กองจดหมายเหตุแห่งชาติ เอกสารรัชกาลที่ 6 ก.20.1/47 พระราชหัตถเลขาพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวถึงนายพลเรือเอกกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ 16 กันยายน 2465, 2465 อ้างถึงใน การตีพิมพ์, 2531, หน้า 59)

“...การที่จะเอาสตึกเป็นฐานทัพเรือ นั้น ตรงกับความปรารถนาของเราอยู่แล้ว เพราะเราได้สั่งหวงห้ามที่ดินไว้ด้วยความตั้งใจจะให้เป็นอย่างนั้น แต่เมื่อเห็นว่ายังไม่ถึงเวลาที่จะใช้เป็นฐานทัพเรือ และไม่ยากให้โยงจั่นกันวุ่นวาย จึงได้กล่าวว่า จะต้องการไว้ทำวังสำหรับเผื่อจะมีผู้ขอจับจอง ฝ่ายเทศบาลจะได้ตอบไม่อนุญาตให้ โดยอ้างว่าพระเจ้าอยู่หัวต้องพระประสงค์ เมื่อบัณฑิตทหารเรือต้องการที่นั้น ก็ยินยอมอนุญาตให้...”

ในช่วงระหว่างดำเนินการสร้างฐานทัพเรือสตึก ประเทศไทยได้เปลี่ยนระบอบการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตย โดยคณะราษฎรที่ปฏิวัติเพื่อยึดอำนาจการปกครองประเทศจากพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ในวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2475 ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ในปี พ.ศ. 2477 รัฐบาลได้ให้ความสนใจในการพัฒนาพื้นที่ส่วนภูมิภาคเป็นอย่างมาก จึงมีนโยบายสร้างทางหลวงเชื่อมพื้นที่จังหวัดต่างๆ ในแต่ละภูมิภาคให้ติดต่อถึงกันได้อย่างทั่วถึง ด้วยการวางโครงการก่อสร้างทางหลวงแผ่นดินแห่งราชอาณาจักรไทยขึ้นในปี พ.ศ. 2479 โดยกำหนดระยะเวลาการดำเนินโครงการถึง 18 ปี

ทั้งนี้ ในส่วนของภูมิภาคตะวันออก รัฐบาลได้ร่วมมือกับกองทัพเรือในการสร้างถนนสายที่ 22 (ภายหลังเรียกว่า ถนนสุขุมวิท ตามชื่อของพระพิศาลสุขุมวิทซึ่งเป็นวิศวกรดำเนินโครงการสร้างถนน) เพื่อเชื่อมการคมนาคมสู่ภาคตะวันออกและสิ้นสุดที่ฐานทัพเรือสตึก โดยดำเนินการจะแบ่งเป็น 2 ช่วง ประกอบด้วย เส้นทางเชื่อมกรุงเทพฯ-สมุทรปราการ และเส้นทางเชื่อม

สมุทรปราการ-ฉะเชิงเทรา-ชลบุรี-ศรีราชา-สัตหีบ (พ.ศ. (2) 0202.66.5.2 /27 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 27)

ซึ่งใช้ระยะเวลาในการดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2479-2484 แต่ก่อนที่จะเริ่มดำเนินการสร้างถนนสายที่ 22 เส้นทางเข้าสู่ชุมชนนาเกลือและชุมชนพญาขังยังเป็นเพียงทางเกวียนที่ประชาชนในท้องถิ่นช่วยกันถางป่าไว้แต่อดีต ซึ่งทางฐานทัพเรือสัตหีบเห็นว่าชุมชนนาเกลือในขณะนั้นเป็นทั้งส่วนราชการและศูนย์กลางทางการค้าจึงให้ความช่วยเหลือในการดำเนินการสร้างถนนลูกรังแยกจากเส้นทางที่จะสร้างถนนสายที่ 22 เข้าสู่ชุมชนนาเกลือ เพื่อสร้างการคมนาคมภายในชุมชนนาเกลือและชุมชนพญา โดยการเวนคืนที่ดินจากคนในท้องถิ่นและใช้แรงงานของคนค้าข้าวชุมพลการรวมถึงบรรดานักโทษมาช่วยกันก่อสร้างจนเสร็จสมบูรณ์เมื่อวันที่ 7 มกราคม พ.ศ. 2480 (พ.ศ. มท.5.3.9/97 เรื่อง กองโยธาสถานันทนาการเรือสัตหีบตัดถนนซอยเข้าที่ว่าการอำเภอ บางละมุงและตลาดนาเกลือ (พ.ศ.2480) จ.ชลบุรี อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 28)

ถัดมาไม่นานในเดือนกันยายน พ.ศ. 2482-2488 สมัยของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล รัชกาลที่ 8 (ขณะนั้นประทับอยู่ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์) ได้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ขึ้น เหตุจากภาวะสงครามที่ยืดเยื้อทำให้เส้นทางรถไฟหลายเส้นทางได้รับความเสียหายจากการทำลายทางอากาศ และส่งผลให้ความนิยมในการโดยสารเส้นทางรถไฟซึ่งเคยเป็นเส้นทางหลักในการคมนาคมระหว่างจังหวัดขณะนั้นลดลง เพราะภาวะการณ์ที่ไม่ปลอดภัย รัฐบาลจึงโอนกิจการรถไฟมาเป็นขององค์กรอิสระ พร้อมกับขอความช่วยเหลือจากหน่วยควบคุมพัสดุที่เหลือใช้จากสงคราม และกู้เงินจากธนาคารโลกจำนวน 3 ล้านเหรียญเพื่อมาปรับปรุงเส้นทางรถไฟซึ่งต้องใช้เวลาในการดำเนินการนานมาก เหตุนี้ทำให้รัฐบาลต้องเร่งการดำเนินโครงการก่อสร้างทางหลวงแผ่นดินอย่างต่อเนื่องกระทั่งปี พ.ศ. 2484 เส้นทางเชื่อมสมุทรปราการ-ฉะเชิงเทรา-ชลบุรี-ศรีราชา-สัตหีบ ก็แล้วเสร็จ

ต่อมาจังหวัดชลบุรีได้ดำเนินโครงการบำรุงท้องที่ตามประมวลรัสดากร พ.ศ. 2485 โดยมีจุดประสงค์เพื่อเชื่อมการคมนาคม การขนส่ง และเป็นการชักชวนให้ประชาชนได้ไปเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจชมธรรมชาติ และอากาศชายทะเลให้มีสภาพดีขึ้น จึงมีโครงการสร้างทางหลวงชนบทสำหรับรถยนต์เพื่อเดินทางเข้าสู่หมู่บ้านนาเกลือในปี พ.ศ. 2485 เพราะถนนเข้าสู่ชุมชนนาเกลือและชุมชนพญาในขณะนั้นยังคงสภาพเป็นถนนลูกรังที่สร้างโดยฐานทัพเรือสัตหีบเมื่อปี พ.ศ. 2480 จึงไม่สะดวกในการใช้รถยนต์ โดยทางจังหวัดได้ดำเนินการถางป่า ขุดต่อ และถมดินรวมระยะทาง 460 เมตร เพื่อให้รถยนต์สามารถเดินทางรับส่งสินค้าและประชาชนระหว่างชลบุรีและตลาดชุมชนนาเกลือได้สะดวกมากขึ้น และในปีเดียวกันนั้นชุมชนพญาภิเริ่มสร้างถนน 2 สาย โดยสายแรกเริ่มจากหลักกิโลเมตรที่ 100 ของถนนสายที่ 22 ถึงหมู่บ้านมาบยายเลียถึงท่าเรือตำบลนาเกลือ รวม

ระยะทาง 8 กิโลเมตร สายที่ 2 เริ่มระหว่างหลักกิโลเมตรที่ 105-106 ถึงชายทะเลชุมชนพทยา รวมระยะทาง 4 กิโลเมตร

อย่างไรก็ตามการคมนาคมระหว่างชุมชนนาเกลือและชุมชนพทยาในระยะแรกนั้นก็ยังไม่สมบูรณ์นัก เพราะสามารถขั้รถยนต์ได้ถึงทางเข้าเท่านั้น จากนั้นจะต้องเดินเท้าอีกประมาณ 1 ชั่วโมง ต่อมาในปี พ.ศ. 2496 จึงมีการดำเนินการสร้างถนนเลียบชายทะเลชุมชนพทยาเพื่อเชื่อมการคมนาคมภายในชุมชนนาเกลือและชุมชนพทยา ส่งผลให้เกิดรถโดยสารประจำทางรับส่งคนและสินค้าแทนที่การคมนาคมทางน้ำด้วยเรือกลไฟ และเรือลอมทะเล ที่ถูกลดความนิยมลงเรื่อย ๆ และหมดไปในทศวรรษต่อมา นอกจากนี้ประชาชนยังนิยมสร้างบ้านตามแนวถนนแทนการสร้างบ้านขึ้นลงไปบนทะเลเพราะความสะดวกในการคมนาคมและการประกอบธุรกิจ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมสู่ภูมิภาคตะวันออกอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 2480 เป็นต้นมา ได้เปลี่ยนโฉมชุมชนพทยาจากชุมชนชาวประมงมาเป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลแห่งใหม่ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างกว้างขวางในเวลาต่อมา

การพัฒนาถนนสุขุมวิทในภาคตะวันออกไปจนถึงสัตหีบและตัดเข้าสู่ชุมชนพทยาได้เป็นประตูไปสู่การเป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเล เนื่องจากการขยายตัวของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตากอากาศชายทะเลของชนชั้นนำที่มีมาตั้งแต่ต้นรัตนโกสินทร์ กล่าวคือ วัฒนธรรมการท่องเที่ยวตากอากาศชายทะเลเกิดขึ้นในสังคมไทยเป็นครั้งแรกในสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 เนื่องจากคณะมิชชันนารีอเมริกันและบาทหลวงฝรั่งเศสในกรุงเทพฯ ต้องการสถานตากอากาศชายทะเลไว้อาบน้ำทะเลและสูดอากาศบริสุทธิ์ เพื่อการพักผ่อนบำรุงรักษาสุขภาพตามความเชื่อของชาวตะวันตกที่มีมาแต่สมัยโรมัน โดยเชื่อว่ามีผลในการบำบัดโรคเช่นเดียวกับยา ทำให้มีการตื่นตัวในการหาสถานที่ตากอากาศชายทะเลเพื่อรองรับชาวต่างประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2394-2411 ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ถือเป็นช่วงการเริ่มรากฐานของการท่องเที่ยวสมัยใหม่แบบตะวันตก กล่าวคือ เหตุจากพระองค์ต้องการสถานตากอากาศชายทะเลเพื่อรองรับความต้องการพักผ่อนของชาวต่างประเทศ และเมื่อพระองค์มีโอกาสเสด็จประพาสชายทะเลตะวันออกก็ทรงโปรดประทับแรมที่อ่างศิลา มาก เพราะทรงเห็นว่ามีอากาศดี ทิวทัศน์สวยงาม ทั้งยังอยู่ไม่ห่างจากกรุงเทพฯ มากนัก พระองค์จึงโปรดเกล้าฯ ให้ตำบลอ่างศิลา (เรียกภายหลังว่า ตำบลอ่างศิลา) เป็นสถานที่ตากอากาศสำหรับชาวต่างประเทศ ข้อเสนอสนับสนุนของชัย เรื่องศิลป์ ในหนังสือ ยอดคน กล่าวไว้ดังนี้ (ชัย เรื่องศิลป์, 2542 อ้างถึงใน ปรีชา แดงโรจน์, 2544, หน้า 103)

“คนไทยสมัยโบราณไม่รู้รู้จักการตากอากาศชายทะเล ส่วนฝรั่งนิยมตากอากาศชายทะเลฝรั่งที่เข้ามาอยู่ในกรุงเทพฯ ต่างร่ำร้องอยากให้รัฐบาลไทยจัดสถานที่ตากอากาศชายทะเลขึ้น

สักแห่ง พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเห็นว่า ตำบลอ่างหิน แขวงเมืองชลบุรีมีอากาศดี ควรจะให้เป็นสถานที่ตากอากาศให้พวกฝรั่งไปพักผ่อนได้...”

นอกจากนี้หมอแดเนียล บิช บรัลเลย์ (D. B. Bradley, แพทย์และมิชชันนารีชาวอเมริกัน) ยังกล่าวถึงชายทะเลแถบนี้ในบันทึกการเดินทางเมื่อปี พ.ศ. 2381 ว่าชอบการเดินทางมาท่องเที่ยว ชายทะเลบางปลาสร้อยและอ่างศิลามาก (ขุนวิจิตรมาตรา, 2497, หน้า 9 อ้างถึงใน ภารดี มหาฉันท, 2532) ส่งผลให้อ่างศิลากลายเป็นสถานที่ที่รู้จักกันดีในหมู่ชาวต่างประเทศในสมัยนั้น ต่อมาจึงมี สร้างอาคารเพื่อรองรับชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยความร่วมมือของ สมเด็จพระยาบรมมหาราชวังศรีสุริยวงศ์เมื่อครั้งดำรงฐานันดรเป็นเจ้าพระยาศรีสุริยวงศ์ สมุหกลาโหม ในการสร้างตึกหลังใหญ่ และเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (กรมเจ้าท่า) สร้างตึกหลังเล็ก ซึ่งเรียกกัน ในสมัยนั้นว่า “อาศรัยสถาน” ต่อมาในปี พ.ศ. 2440 สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถได้บูรณะ ปฏิสังขรณ์อาศรัยสถานและพระราชทานนามให้ใหม่ว่า “ตึกมหาราช” (ตึกหลังใหญ่) และ “ตึก ราชินี” (ตึกหลังเล็ก) ซึ่งปัจจุบันเป็นบ้านพักครูสภา

ในปี พ.ศ. 2415 มีการสร้างค่ายหลวงอ่างศิลาเพื่อเป็นที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เพราะพระองค์โปรดการเสด็จประพาสอ่างศิลาเหมือนกัน และ ทรงนิพนธ์ชมเชยไว้ในเอกสารระยะทางเสด็จประพาสจันทบุรีในปี พ.ศ. 2419 ดังนี้ “...ที่อ่างศิลา เปนที่สนุกเลสบายมาก เราอยากจะไคร่อยู่นาน ๆ แต่ไม่ไคร่มีเวลาที่จะไปอยู่ พ้น 10 วันเลย...” (กองจดหมายเหตุ เอกสารรัชกาลที่ 5 บ1.1/2 ระยะทางเสด็จประพาสจันทบุรี ร.ศ. 95 อ้างถึงใน ภารดี มหาฉันท, 2531, หน้า 31)

แต่ภายหลังจากปี พ.ศ. 2430 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระโอรส พระราชินีตลอดจนเจ้านายชั้นสูงบางองค์ โปรดการประพาสเกาะสีชังมากกว่า จึงไม่พบหลักฐาน การเสด็จประพาสที่อ่างศิลาอีก จะเห็นได้ว่าความนิยมที่สืบเนื่องกันมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระ จอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ทำให้พระบรมวงศานุวงศ์ ตลอดจนขุนนางชั้นผู้ใหญ่นิยม เดินทางมาพักผ่อนที่อ่างศิลาจำนวนมาก ส่งผลให้การตากอากาศชายทะเลกลายเป็นกิจกรรม ท่องเที่ยวที่แพร่หลายในหมู่ชนชั้นสูง ทั้งยังทำให้เกิดสถานที่ตากอากาศชายฝั่งทะเลตะวันออกซึ่ง ได้รับความนิยมไม่แพ้กันอีก 2 แห่ง ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 คือ เกาะสีชัง และศรีราชา เกาะสีชังเริ่มเป็นที่รู้จักในฐานะสถานตากอากาศ เมื่อต้นรัชสมัยของ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพราะอากาศดี ภูมิทัศน์สวยงาม และเดินทางสะดวก เพราะเป็นเกาะที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ ที่สุด ซึ่งขณะนั้นรัชกาลที่ 5 และหมู่ชนชั้นสูงโปรดการเสด็จ ประพาสเกาะสีชังที่สุด พระองค์จึงโปรดเกล้าฯ ให้มีการสร้างอาคารที่พักขึ้น 3 หลังในปี พ.ศ. 2431 และพระราชทานนามว่า “ตึกวัฒนา” “ตึกผ่องศรี” และ “ตึกอภิรมย์” ต่อมาในปี พ.ศ. 2433 สมเด็จพระ

พระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้าอภัยวงศ์เดชาวสุ (กรมหลวงนครราชสีมา) ประชวรหนักต้องเสด็จประทับแรมที่เกาะสีชังเป็นเวลานาน พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวต้องเสด็จมาอภิบาล พระโอรสหลายครั้ง ทำให้ทรงเห็นว่าเกาะสีชังควรได้รับการพัฒนาอีกหลายด้าน จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างถาวรวัตถุเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ที่เกาะสีชัง ผู้ที่มาพักผ่อนหรือพักผ่อน และพ่อค้าเดินเรือต่าง ๆ ทั้งยังเห็นควรให้มีพระราชฐานในการประสูติพระเจ้าลูกยาเธอ จึงมีพระบรมราชโองการประกาศสร้างพระที่นั่งมณฑลรัตนโรจน์และพระราชฐานจุฑาธุชราชฐาน ดังพระราชดำริ ที่ปรากฏในเอกสารรัชกาลที่ 5 ขร.8.1/34 การก่อสร้างเกาะสีชัง ดังนี้ (กองจดหมายเหตุ เอกสารรัชกาลที่ 5 ขร.8.1/35 การก่อสร้างที่เกาะสีชัง อ้างถึงใน ภารดี มหาขันธ์, 2531, หน้า 69-70)

“...ที่เกาะสีชังนี้เป็นที่อากาศดี มีภูมิสถาน เป็นที่สบายสมควรจะตั้งพระราชฐานให้มั่นคง เป็นที่ประทับในฤดูร้อน แลต่อไปภายหน้า การค้าขายเจริญขึ้น ที่เกาะนี้จะต้องเป็นที่สำคัญแห่งหนึ่งของสยาม เพราะเป็นท่าเรือใหญ่ได้เอาไพร่ยอจรับสินค้า พระราชฐานที่เกาะนี้ย่อมจะต้องเป็น พระราชฐานสำคัญแห่งหนึ่ง เหมือนดังว่าเป็นพระนครที่สมเด็จพระเจ้าแผ่นดินเสด็จพระราชดำเนินมาประทับเจริญพระราชอิริยาบถในฤดูร้อน ไม่เป็นที่ควรรังเกียจอันใดในการที่จะประสูติในเกาะนี้เลย เมื่อสมเด็จพระเจ้าลูกเธอประสูตรแล้ว ก็จะมีพระราชทานนามพระราชฐานนี้ให้คล้องกับพระนามแห่งสมเด็จพระเจ้าลูกเธอผู้นั้น ให้ปรากฏไว้สืบไป ภายหน้าด้วย...”

กล่าวได้ว่า เกาะสีชังเป็นสถานตากอากาศชายทะเลแห่งแรกของภาคตะวันออกที่มีสิ่งก่อสร้างอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ถนนอภัยวงศ์ ถนนวัฒนา ถนนวิชราวุธ ถนนจักรพงษ์ ถนนสายวลี สะพานอภัยวงศ์ อภัยวงศ์ประภาคาร โรงเรียนเสาวภา สวนป่าอภัยวงศ์กะวัน และบ่อเก็บน้ำฝน ตลาด ไปรษณีย์ และภัตตาคาร เป็นต้น ตลอดจนบริการบ้านพักและบริการเรือกลไฟรับส่งระหว่างกรุงเทพฯและเกาะสีชัง ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวที่นี้มากขึ้น ส่งผลให้เกาะสีชังกลายเป็นสถานตากอากาศยอดนิยมของชนชั้นสูงแทนที่อ่างศิลา

อย่างไรก็ตามในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2436 ได้เกิดวิกฤตการณ์การเมืองระหว่างประเทศไทยกับประเทศฝรั่งเศสขึ้นหรือที่รู้จักกันในนามวิกฤตการณ์ ร.ศ. 112 ในครั้งนั้นฝรั่งเศสได้ใช้เรือปืนปิดล้อมไทยและเกิดการปะทะกันขึ้นที่บริเวณปากอ่าวไทย อีกทั้งยังส่งทหารจำนวนหนึ่งมายึดเกาะสีชัง ทำให้เกาะสีชังเป็นเขตที่ไม่ปลอดภัย และต้องระงับการดำเนินการก่อสร้างพระที่นั่ง ตลอดจนพระตำหนักต่าง ๆ ไป เกาะสีชังจึงถูกลดฐานะจากสถานตากอากาศยอดนิยมมาเป็นเพียงที่จอดพักเรือเพื่อขนถ่ายสินค้าของเรือพาณิชย์จากประเทศต่าง ๆ สืบมาจนทุกวันนี้ (ภารดี มหาขันธ์, 2544, หน้า 70)

ในปี พ.ศ. 2442 เจ้าพระยาสุรศักดิ์มนตรีสนองพระราชโองการจัดสร้างพลับพลาที่ประทับสำหรับสมเด็จพระนางเจ้าสว่างวัฒนาพระบรมราชเทวี ระหว่างที่พักฟื้นเพื่อคลายความเศร้าโศกจากการสูญเสียพระโอรสและพระธิดา ต่อมาจึงมีการสร้างพระตำหนักขึ้นบนเนินเขาริมทะเล ซึ่งอยู่ตรงข้ามเกาะสีชังเพื่อให้เป็นที่ประทับถาวร โดยระหว่างที่ประทับรักษาพระองค์อยู่ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชเทวีทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระสวัสดิ์ดิวันวิสัยฐ์ พระอนุชา สร้างสถานพยาบาลขึ้นที่ชายหาดศรีราชาด้วยเหตุจากทรงพบว่าข้าราชการบริพารที่ตามเสด็จและประชาชนในท้องถิ่นที่เจ็บป่วยที่ศรีราชาไม่มีแพทย์ที่จะรักษา ซึ่งสร้างแล้ว เสร็จเมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2445 และพระราชทานนามว่า “โรงพยาบาลสมเด็จพระศรีราชา” นับแต่นั้นก็มีผู้ร่วมบริจาคเงินเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยลำดับ จนได้เป็นสถานที่พักฟื้นและรักษาตัวของชนชั้นสูงจากเมืองหลวง และเพราะความที่อาคารพักฟื้นอยู่ริมทะเลบ้าง อยู่บนเนินเขาและไหล่เขาบ้าง ประกอบกับไอทะเลบริเวณนี้ไม่ทำให้เหนียวตัว ศรีราชาจึงกลายมาเป็นสถานตากอากาศขึ้นชื่ออีกแห่งของภาคตะวันออก

ความนิยมของชนชั้นสูงในการเดินทางมาตากอากาศที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างต่อเนื่อง ผลักดันให้รัฐบาลดำเนินการสร้างทางรถไฟสายตะวันออก เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก และเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางมาตากอากาศชายฝั่งทะเลตะวันออกของชนชั้นสูง แต่การดำเนินการดังกล่าวก็ถูกระงับไปเช่นกันเนื่องจากวิกฤตการณ์ ร.ศ. 112 ดังที่กล่าวแล้วข้างต้น เหตุจากสถานการณ์ที่ไม่ปลอดภัยประกอบกับการขาดแคลนงบประมาณสนับสนุน ทำให้รัฐบาลสั่งระงับการดำเนินการก่อสร้างทางรถไฟสายตะวันออก และหันมาพัฒนาเส้นทางรถไฟสายใต้แทน ส่งผลให้ความนิยมเรื่องสถานที่ตากอากาศของชนชั้นสูงเปลี่ยนจากชายฝั่งทะเลตะวันออกเป็นชายฝั่งทะเลตะวันตก

การดำเนินการสร้างทางรถไฟสายใต้ของกรมรถไฟรับผิดชอบการก่อสร้างตั้งแต่เพชรบุรีลงไปในปี พ.ศ. 2443 เปิดเส้นทางถึงหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในปี พ.ศ. 2452 โดยระหว่างการสำรวจเส้นทางในการสร้างทางรถไฟสายนี้ นายช่างชาวต่างชาติได้พบหมู่บ้านสมอเรียงซึ่งเป็นชายหาดที่มีกลุ่มหินกระจายอยู่อย่างสวยงาม พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระนเรศวรฤทธิ์ (พระองค์เจ้าชายกฤษดาภินิหาร ต้นราชสกุลกฤดากร) จึงโปรดให้สร้างตำหนักหลังใหญ่ที่ชายทะเลด้านใต้ และประทานชื่อตำหนักว่า “แสนสำราญสุขเวศน์” และทรงขนานนามหาดทรายบริเวณตำหนักและหาดถัด ๆ ไปทางใต้เสียใหม่ว่า “หัวหิน” (ปริษา แดงโรจน์, 2544, หน้า 137-138)

เมื่อวันเวลาผ่านไป หัวหินก็เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางเพราะความสวยงามของชายหาด จึงได้รับการกล่าวขานปากต่อปาก ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชายทะเลตะวันตกภายใต้การดำเนินงานของพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน (ต้นราชสกุลฉัตรชัย)

ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคม รวมทั้งเป็นผู้บัญชาการกรมรถไฟ มีเป้าหมายในการพัฒนาหัวหินให้เป็นสถานตากอากาศแห่งใหม่ของคนชั้นสูง โดยให้กรมรถไฟ สร้างโฮเต็ลแบบยุโรปขึ้น 1 หลัง มี 28 เตียงในปี พ.ศ. 2464 และจัดหาบริการทางการท่องเที่ยว อย่างครบครัน ที่สำคัญ ได้แก่ “ตลาดจัตรชัย” ซึ่งถือเป็นตลาดที่ทันสมัยและถูกสุขลักษณะที่สุดใน ขณะนั้น อีกทั้งภัตตาคาร สนามเทนนิส และสนามกอล์ฟ โดยเฉพาะบ้านพักตากอากาศซึ่งมีการ ก่อสร้างมากที่สุดในช่วงปี พ.ศ. 2467-2471 รวมถึง “พระราชวังไกลกังวล” ซึ่งพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2469 ตามมาด้วย “พระ ตำหนักเปี่ยมสุข” และอีกหลายพระตำหนักในเวลาต่อมา นับแต่นั้นมาหัวหินก็กลายเป็นสถานตาก อาศายทะเลยอดนิยมของคนชั้นสูงในทศวรรษที่ 2470 กระทั่งสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 การ เดินทางตากอากาศชายทะเลที่หัวหินก็เริ่มเสื่อมความนิยมลงเพราะเส้นทางรถไฟสายใต้ระหว่าง กรุงเทพฯ-หัวหินนั้นได้รับความเสียหายจากการทำลายทางอากาศดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น (ปรีชา แดงโรจน์, 2544, หน้า 137-138)

แม้ภาวะสงครามจะส่งผลกระทบต่อประเทศไทยโดยรวม แต่เหตุดังกล่าวก็ผลักดันให้รัฐบาล ต้องเร่งการปฏิรูปเพื่อฟื้นฟูสังคมและเศรษฐกิจ ล้วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยว ในสังคมไทย โดยจะอธิบายความเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ส่งผลต่อภาคการท่องเที่ยวในช่วงหลัง สงครามโลกครั้งที่ 2 ดังนี้ (อรวรรณ ศรีอุดม, 2543, หน้า 3)

1. ความเสียหายของเส้นทางรถไฟ ทำให้รัฐบาลเร่งการก่อสร้างถนนหลายเส้นทางแทน เส้นทางรถไฟ โดยเส้นทางหลัก ได้แก่ ถนนมิตรภาพสำหรับเดินทางไปภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ถนนเพชรเกษมสำหรับเดินทางไปภาคใต้ และถนนสุขุมวิท (ถนนสายที่ 22) สำหรับการเดินทางไป ภาคตะวันออก แต่ในช่วงทศวรรษที่ 2490 เกิดภาวะขาดแคลนน้ำมันอันเป็นผลมาจากสงครามโลก ครั้งที่ 2 รัฐบาลต้องประกาศจำกัดอัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับผู้ใช้รถยนต์โดยให้ใช้อุปถัมภ์ ต่อเดือนไม่เกิน 120 ลิตร ทำให้ประชาชนในกรุงเทพฯ เริ่มสนใจสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในภาค ตะวันออกเพราะการคมนาคมสะดวก ระยะทางใกล้ไม่เปลืองน้ำมันเชื้อเพลิง อีกทั้งความได้เปรียบ ในเรื่องของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงราคาถูกที่มีไว้บริการหลายแห่ง จากข้อสนับสนุนของ ป. อินทรปาลิต ในห้านิยายชุด พลนิกร กิมหงวน ตอนเที่ยวทางไกล ซึ่งกล่าวถึงการเดินทางไป ภาคตะวันออกช่วงหลังสงครามโลกว่า ผู้ขับขีรถยนต์สามารถเติมน้ำมันราคาถูกได้ที่ชลบุรีและ ที่ระยอง

2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐซึ่งสืบเนื่องมาจากนโยบายรัฐของจอมพล ป. พิบูลสงคราม (พ.ศ. 2481-2487) ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 เกี่ยวกับการยกระดับคุณภาพชีวิต ของประชาชนทุกชนชั้นให้มีมาตรฐานด้านชีวิตความเป็นอยู่ โดยภาครัฐได้ส่งเสริมการพักผ่อน

หย่อนใจและการรักษาสุขภาพตามประกาศรฐนิยม ฉบับที่ 11 ซึ่งสนับสนุนให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้ร่างกายได้พักผ่อน และระบุว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงชีวิตประจำวัน เห็นได้จากการที่รัฐบาลจัดทำหนังสือ “ตามทางรถไฟ” เพื่อเป็นคู่มือเชิญชวนให้ชาวไทยและชาวต่างประเทศท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งการจัดนิทรรศการ “สยามรัฐพิพิธภัณฑ์” เพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในประเทศไทย

นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้ง “สำนักงานการท่องเที่ยว” ขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการให้สำนักนายกรัฐมนตรี ในปี พ.ศ. 2493 ต่อมาในปี พ.ศ. 2503 ถูกตั้งเป็น “องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” (อ.ส.ท.) ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2503 (ศรัญยา วรากุลวิทย์, 2546, หน้า 85; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539, หน้า 48)

ทั้ง 2 ประเด็นข้างต้นได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในสังคมไทย โดยนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทั้งทางนามธรรมและรูปธรรม การเปลี่ยนแปลงทางนามธรรม คือ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ วัฒนธรรมการท่องเที่ยวตากอากาศที่เคยเป็นกิจกรรมผูกขาดเฉพาะพระมหากษัตริย์ พระบรมวงศานุวงศ์ ตลอดจนชนชั้นสูงในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 กลับกลายเป็นกิจกรรมยอดนิยมของประชาชนทั่วไป จากข้อสนับสนุนของอรวรรณ ศรีอุดม (2543) ในวิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2453-2468)” ซึ่งกล่าวถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวว่า การปฏิรูปประเทศในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทำให้ชนชั้นกลางมีระบบการศึกษาแบบตะวันตกและมีฐานะทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น จึงเลียนแบบวัฒนธรรมของชนชั้นสูงในด้านต่าง ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในเวลานั้น โดยเฉพาะวัฒนธรรมการท่องเที่ยวตากอากาศชายทะเล (ศรัญยา วรากุลวิทย์, 2546, หน้า 85)

สำหรับการเปลี่ยนแปลงทางรูปธรรม นอกจากจำนวนประชาชนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลจะเพิ่มมากขึ้นแล้วที่ชัดเจน คือ การเพิ่มจำนวนของสิ่งปลูกสร้างและการบริการเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลมาจากบทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว เห็นได้จากการพัฒนาสถานตากอากาศชายทะเลหลายแห่งเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้รัฐบาลได้ให้ความสนใจในการจัดตั้งสถานตากอากาศตามเส้นทางถนนสายที่ 22 คู่ภาคตะวันออกเป็นพิเศษเพราะเห็นว่าการคมนาคมสะดวกสบายที่สุดในเวลานั้น เริ่มจากการดำเนินการสร้างสถานตากอากาศบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเปิดให้บริการเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2484 ภายใต้งานดูแลของกรมพลธิการทหารบก โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นเดียวกับสถานตากอากาศทั่วไป และถึงแม้ที่บางปูจะมีแต่โขดหินทำให้

ไม่สามารถลงไปเล่นน้ำได้ แต่ก็มีกิจกรรมพิเศษที่รัฐบาลจัดขึ้น คือ “Tea Dance” ภายใต้บรรยากาศของชายทะเล ซึ่งเรียกความสนใจจากประชาชนได้มากจนทำให้บางปูกลายเป็นสถานตากอากาศที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในเวลานั้น (ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 40)

ถัดมาช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2486-2487 จอมพล ป. พิบูลสงครามเห็นว่าการคมนาคมโดยทางหลวงแผ่นดินสายสมุทรปราการ-บางปะกง-ชลบุรีมีความสะดวกมากขึ้นแล้ว จึงจัดสร้างบ้านพักตากอากาศและบ้านพักรับรองขึ้นทางด้านตะวันตกของเขาสามมุข ทั้งนี้ก็เพื่อรับรองบุคคลสำคัญในรัฐบาลและอาคันตุกะจากต่างประเทศ ตลอดจนเป็นที่ประชุมของคณะรัฐมนตรีในช่วงทศวรรษที่ 2490 ซึ่งจอมพล ป. พิบูลสงครามกลับมาเป็นนายกรัฐมนตรีสมัยที่ 2 นอกจากนี้ยังมีการสร้างบ้านพักข้าราชการอีก 13 หลังและมีการสร้างถนนเชื่อมจากบางแสนไปเขาสามมุขพร้อมกันนั้นคณะรัฐมนตรีก็มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการจัดสร้างสถานตากอากาศที่บางแสนในวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2486 โดยมีพันเอกช่วง เสงี่ยมสงคราม เป็นประธานกรรมการ ภายใต้การดำเนินงานของกรมโยธาเทศบาลบนเนื้อที่ 556 ไร่ 3 งาน 69 ตารางวา (การดี มหาจันทร์, 2544, หน้า 94-95)

ในการสร้างบ้านพักและบาร์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งหลังการดำเนินการแล้วเสร็จให้ชื่อว่า “โรงแรมแสนสำราญ” และให้บริษัทแสนสำราญ จำกัด เป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการสถานตากอากาศแห่งนี้ ถึงแม้บางแสนจะไม่มี Tea Dance แต่ความได้เปรียบของบางแสนคือนักท่องเที่ยวสามารถลงเล่นน้ำทะเลได้ และบริการทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับบางปู ทำให้บางแสนเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ ในฐานะสถานตากอากาศชายทะเลแห่งใหม่ของภาคตะวันออก ต่อมาระหว่างปี พ.ศ. 2487-2488 มีทหารพันธมิตรนิยมเดินทางมาพักผ่อนตากอากาศที่หาดบางแสนทำให้เริ่มมีอาชีพทางการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ประกอบกับรัฐบาลได้ดำเนินการสร้างถนนแยกจากถนนสุขุมวิทสู่บางแสน และขยายถนน 9 สายบริเวณหาดบางแสนเพื่ออำนวยความสะดวกในการคมนาคม ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยทุกระดับนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่บางแสนมากขึ้นจนทำให้มีภาพลักษณ์ของการเป็นชายหาดสาธารณะ ข้อเสนอสนับสนุนจากหนังสือพิมพ์ภาพข่าวสยามนิกรที่กล่าวถึงความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวที่บางแสน ดังนี้ (ศิริ อินทร, 2491, หน้า 17)

“ห่างจากจังหวัดชลบุรีออกไปประมาณ 10 กม.เศษ ที่นั่นเรารู้กันว่า บางแสนซึ่งเราชาวพระนครพากันนิยมไปตากอากาศที่นั่น บางแสนในปัจจุบันนี้ผิดกับบางแสนในอดีตที่แล้วมาจากชายหาดโขดหินที่เต็มไปด้วยชาวประมง กลายเป็นหนุ่มสาวสังคมชาวพระนครที่เฟลิดออกไปรับไอโซน”

นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงบรรยากาศและลักษณะทางกายภาพซึ่งทำให้บางแสนค่อย ๆ เติบโตเป็นสถานต่างอากาศชายทะเลที่มีชื่อเสียงแทนที่บางปูในเวลาต่อมา “...ถ้าจะพูดถึงอากาศเป็นอันรู้กันว่า บริสุทธิและเป็นที่น่าไปพักผ่อนหย่อนในรับโอโซนอันบริสุทธิ์นั้น..... ที่บางกะโลเรียงรายอยู่ในระหว่างดงมะพร้าวภายในความควบคุมของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ที่นั่นเราได้รับความสะดวกสบายทุกประการ, อาหารโอชา เหล้า โชดาแช่เย็นเจี๊ยบ และบุหรี ตามความปรารถนาของแต่ละท่าน ...ท่านเห็นเป็นอย่างไรบ้าง สำหรับท่านที่ยังไม่เคยไป หรือคิดจะไม่ได้ไป บางที่ภาพเหล่านี้อาจจะทำให้ท่านที่คิดจะไม่ได้ไปกลับใจเสียใหม่ก็ได้”

ช่วงต้นทศวรรษที่ 2490 ความนิยมในการท่องเที่ยวที่บางแสนลดลง คณะรัฐมนตรีจึงมีมติเมื่อวันที่ 31 มิถุนายน พ.ศ. 2495 ให้กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง เป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการสถานตากอากาศบางแสนใหม่ต่อจากบริษัทแสนสำราญ จำกัด แต่เนื่องจากปัญหาด้านงบประมาณประกอบกับรายรับที่น้อยกว่ารายจ่าย ทำให้คณะรัฐมนตรีมีมติให้กระทรวงการคลังโอนกิจการโรงแรมแสนสำราญให้สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลรับไปดำเนินการแทน ในวันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2503 ซึ่งเป็นปีเดียวกันกับการสร้างบ้านพักรับรองของรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่แหลมแท่น ทั้งนี้โรงแรมแสนสำราญได้เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “สถานตากอากาศบางแสน” โดยมีการก่อสร้างบาร์ชายหาด 2 แห่ง และสร้างบังกะโลเพิ่มขึ้นใหม่อีก 44 หลัง ในปี พ.ศ. 2503 และ 52 ในปี พ.ศ. 2505 ทางด้านเหนือและด้านใต้ของโรงแรมแสนสำราญ (สนมอินทร์, 2491, หน้า 19 อ้างถึงใน ภารดี มหาขันธ์, 2542, หน้า 96)

ต่อมาในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2507 สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลได้โอนสถานตากอากาศบางแสนให้องค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ตามมติเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี ทำให้สถานตากอากาศบางแสนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบจนได้ยกฐานะเป็นเมืองท่องเที่ยวในเวลาต่อมา

จะเห็นได้ว่าแม้การพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกซึ่งเริ่มขึ้นตั้งแต่ทศวรรษที่ 2390 เป็นต้นมา จะทำให้มีสถานตากอากาศยอดนิยมหลายแห่งเกิดขึ้นในภาคตะวันออก แต่สำหรับเมืองพัทยาซึ่งยังไม่ได้ได้รับความสนใจจากภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว จึงยังคงมีภาพลักษณ์เป็นหมู่บ้านชาวประมงเท่านั้น จวบจนเข้าสู่ทศวรรษที่ 2480 เมืองพัทยาก็เริ่มผันตัวเองจากหมู่บ้านชาวประมงเล็ก ๆ ที่แทบไม่เป็นที่รู้จักได้ก้าวเข้าสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวตากอากาศทางทะเลดังจะวิเคราะห์ในหัวข้อต่อไป

ยุคก้าวสู่การสะสมทุนการท่องเที่ยวชายทะเลของพัทยา (พ.ศ. 2497 - พ.ศ. 2518)

เมืองพัทยาในช่วงทศวรรษที่ 2480 ยังไม่มีภาพลักษณ์เป็นเมืองท่องเที่ยว สาเหตุหลักมาจากการคมนาคมไม่สะดวกดังที่กล่าวแล้วในส่วนพัฒนาการของเมืองพัทยาในอดีต ประกอบกับโจรสล่ายุคชุมโจรสลัดจึงไม่ค่อยมีใครเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา ข้อเสนอแนะของคุณปริญญา พลิตธำรง (อดีตสมาชิกสภาเมืองพัทยา) เมื่อครั้งเดินทางมาดูที่ดินเมืองพัทยาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 กล่าวถึงเมืองพัทยา ดังนี้ (โจนาธาน, 2546, หน้า 19)

“ช่วงที่มาครั้งแรกหนทางมันลำบากมาก สมัยนั้นถนนสุขุมวิททางตอนยังไม่ได้ลาดยางด้วยซ้ำ ต้องออกเดินทางกันตั้งแต่แปดโมงเช้า เมื่อไปถึงบางปะกงก็ต้องลงแพขนานยนต์เพื่อนำรถยนต์ข้ามแม่น้ำบางปะกงแล้วขับต่อไปจนถึงศรีราชา จากศรีราชาถนนขรุขระมีแต่ก้อนหินโต ๆ รถต้องค่อย ๆ คลานไป กว่าจะถึงบางละมุงก็เวลาเที่ยงพอดี เมื่อมาถึงรถยนต์ไม่สามารถเข้าถึงที่ดินที่จะซื้อได้ เพราะเป็นทางเกวียน พวกเราต้องลงเดินต่อไปอีก 1 ชั่วโมง จนถึงริมทะเลที่เรียกว่า “หินโค้ง” ... สมัยนั้นการเดินทางจึงเต็มไปด้วยอุปสรรค เนื่องจากถนนเลยจากศรีราชาไปยังไม่ได้ลาดยาง ยังเป็นลูกรัง มีฝุ่นแดง แคมป์ต้องระวังโจรสล่ายุคที่ยังคอยดักปล้นอีกด้วย”

ความไม่สะดวกและไม่ปลอดภัยทางการคมนาคม ส่งผลให้งานประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สถานตากอากาศของเมืองพัทยาในเวลานั้นมีน้อยมากและไม่ชัดเจนนัก และสังเกตพบว่างานประชาสัมพันธ์จะนิยมเรียกชายหาดพัทยาในเวลานั้นว่า “นาเกลือ” เหตุจากนาเกลือคือชื่อตำบลซึ่งเป็นศูนย์กลางทางราชการและการค้า ในขณะที่พัทยาในเวลานั้นไม่มีลักษณะเป็นชุมชนที่ชัดเจน การกล่าวถึงชื่อนาเกลือแทนชายหาดพัทยาก็เป็นที่รู้จักของประชาชนกรุงเทพฯ มากกว่า เช่น งานเขียนของพระยาศรีมหาเกษตร เรื่อง “ชลบุรีภาคต้น” ได้รับการตีพิมพ์ในปี พ.ศ. 2483 ซึ่งอาจถือเป็นงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของพัทยาระยะแรกก็ได้ ดังนี้ “...ตำบลนาเกลือตั้งอยู่ชายทะเลเป็นที่ตั้งที่ว่าการอำเภอบางละมุง ...ตำบลนาเกลือนี้มีฝั่งทะเลและหาดทรายสวยงามมาก เหมาะสำหรับพักตากอากาศได้ดีแห่งหนึ่ง” (พระยาศรีมหาเกษตร, 2483 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 44)

รวมถึงการกล่าวถึงพัทยาในหนังสือพิมพ์ภาพข่าวสยามนิกร ปี พ.ศ. 2493 ซึ่งย้ำภาพลักษณ์สถานตากอากาศของพัทยาได้ชัดเจนขึ้น ดังนี้ “ร้อนนี้ไปไหน ชลบุรีมีหาดทรายงามดี บางแสน อ่างศิลา และศรีราชา นาเกลือ ซึ่งปัจจุบันเป็นที่พอใจแก่นักธุรกิจมากกว่าหัวหิน สงขลา เหมาะกับผู้มีระยะเวลาพักผ่อนน้อย” (หนังสือพิมพ์ภาพข่าวสยามนิกร, 2493 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 44)

กระทั่งปี พ.ศ. 2496 ภายหลังจากดำเนินการสร้างถนนเลียบริมชายหาดชุมชนพัทยานาเกลือแล้วเสร็จ ชายหาดพัทยาก็เริ่มเป็นที่รู้จักทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

เริ่มจากการเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทย กล่าวคือ ชายหาดพัทยามีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นครั้งแรกจากการเดินทางมาของคณะนักประพันธ์ และนักหนังสือพิมพ์เพลินจิตต์ ซึ่งทำให้ชื่อของชายหาดพัทยาเริ่มเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพในเวลาต่อมา ข้อเสนอสนับสนุนจากคุณปริญา ชวลิตธำรง ซึ่งกล่าวถึงจุดเริ่มต้นของเมืองพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยว ดังนี้ (โจนธาน, 2546, หน้า 66-67)

“ภายหลังจากที่ถนนสายพัทยา-นาเกลือเสร็จได้ไม่นาน มีอยู่วันหนึ่ง จำปี พ.ศ. ไม่ได้แล้ว ได้มีพวกนักหนังสือพิมพ์และนักประพันธ์ชื่อดังในขณะนั้นเท่าที่ จำได้ก็มี ดวงดาว วรรณศิริ คุณน้อย ชลานุเคราะห์ และพวกนักหนังสือพิมพ์เพลินจิตต์ เขามาเที่ยวที่พัทยากันด้วยรถคู่โดยพากันมาหลายคน ได้แวะเข้ามาที่พัทยา แต่พัทยาในตอนนั้นยังไม่มีที่พัก เลยต้องมาพักที่บ้านของผม เพราะมีบ้านของผมอยู่หลังเดียว ...ผมได้พาพวกเขาเหล่านั้นไปที่หาดแห่งหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบัน คือที่ตั้งของโรงแรมดุสิตรีสอร์ท ทุกคนเห็นแล้วชอบมาก และบอกว่า อ่าวันนี้มันสวยงามจังเลยนะ ... ต่อจากนั้นเมื่อเขากลับกันไปแล้ว ก็ได้นำเรื่องราวของชายหาดพัทยาไปเขียนลงในหนังสือพิมพ์เพลินจิตต์ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้คนได้รู้จักพัทยากันมากขึ้น ... หลังจากนั้นต่อมา พวกนั้นก็เริ่มทำทัวร์โดยพาคนกรุงเทพฯ มาเที่ยวที่พัทยาราวละ 30 คนบ้าง 40 คนบ้าง โดยทำติดต่อกันหลายครั้ง”

กล่าวได้ว่าการเรียกชายหาดแห่งนี้ว่า พัทยา (ในสมัยนั้นเขียนว่า พัทยา มี ธ) น่าจะมาจากหนังสือพิมพ์เพลินจิตต์ ต่อมานักท่องเที่ยวชาวไทยจึงเรียกชายหาดแห่งนี้ว่าพัทยา ไม่เรียกนาเกลืออีกต่อไปแล้ว และนับจากนั้นชื่อของชายหาดพัทยาก็ค่อย ๆ เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสำหรับจุดเริ่มต้นในการเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น พบว่า มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริบทด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทย และประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 กล่าวคือ เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง ระบบโลกถูกแบ่งเป็น 3 ส่วน คือระบบเสรีประชาธิปไตย (Liberal democracy) ระบบสังคมนิยม (Socialism) และระบบรัฐเกิดใหม่ โดยความสัมพันธ์ของทั้ง 3 ระบบมีลักษณะขัดแย้งและแข่งขันระหว่างกัน เพราะขณะที่ระบบรัฐใหม่ปฏิเสธความสัมพันธ์กับชาตินิยมอำนาจที่ตนเคยเป็นเมืองขึ้น และยึดระบบพึ่งพาตนเองในการสร้างฐานเศรษฐกิจ ฝ่ายผู้นำระบบสังคมนิยมคือ สหภาพโซเวียตก็สนับสนุนขบวนการคอมมิวนิสต์ให้ประเทศเกิดใหม่ทั้งหลายเข้ามาอยู่ในกลุ่มตน ทั้งยังสนับสนุนประเทศที่มีการปฏิบัติสังคมนิยมแล้ว เช่น จีน และคิวบาในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ ส่วนผู้นำโลกเสรีประชาธิปไตยอย่างสหรัฐอเมริกาก็ได้สนับสนุนให้ประเทศเกิดใหม่และประเทศฝ่ายเสรีประชาธิปไตย ซึ่งได้รับผลกระทบจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ทั้งในยุโรปและเอเชียให้เร่งพัฒนาเศรษฐกิจของตน และ

กลายเป็นที่มาของสงครามเย็น (Cold war) ซึ่งเป็นการเผชิญหน้ากันระหว่างสหรัฐอเมริกาผู้นำโลกเสรีประชาธิปไตย และสหภาพโซเวียตผู้นำโลกคอมมิวนิสต์ (อุกฤษฏ์ ปัทมานนท์, 2544, หน้า 6)

สงครามเย็นได้ขยายตัวครอบคลุมทั่วโลก โดยเฉพาะบริเวณตอนริมของเอเชีย (Asian Rimlands) และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นชัยชนะของฝ่ายคอมมิวนิสต์ภายใต้การนำของเหมาเซตงในการปฏิวัติจีนแผ่นดินใหญ่ในปี พ.ศ. 2492 สงครามเกาหลีระหว่างปี พ.ศ. 2493-2496 ตลอดจนการก้าวขึ้นมาใช้อำนาจของโซเวียตในเวียดนาม ล้วนทำให้สหรัฐฯตื่นตัวและกลัวว่าภัยคอมมิวนิสต์จะครองโลกได้สำเร็จ สหรัฐฯ จึงดำเนินนโยบายสกัดกั้นคอมมิวนิสต์ (Communist containment policy) ต่อประเทศต่าง ๆ ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งทางสหรัฐฯ ได้ส่งคณะทูตทางเศรษฐกิจชื่อ “คณะกริฟฟิน” (Griffin Mission) เข้าพบจอมพล ป. พิบูลสงครามในปี พ.ศ. 2493 และก่อให้เกิดการลงนามในความตกลง 3 ฉบับ ดังนี้ (อุกฤษฏ์ ปัทมานนท์, 2544, หน้า 6)

1. ความตกลงร่วมกันทางการศึกษาและวัฒนธรรม (มูลนิธิการศึกษา) ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2493

2. ความตกลงร่วมกันทางเศรษฐกิจและทรัพยากร ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2493

3. ความตกลงร่วมกันว่าด้วยความร่วมมือทางทหาร ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2593

ความร่วมมือกันของประเทศไทยและสหรัฐอเมริกาในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2493 เป็นต้นมา ทำให้มีชาวสหรัฐฯ และประเทศอื่น ๆ จำนวนมากอาศัยอยู่ในประเทศไทย พร้อมกับนำเอาวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตในด้านต่าง ๆ เข้ามาในสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นด้านความเป็นอยู่ อาหารการกิน การแต่งกาย รวมทั้งการพักผ่อนและการนันทนาการ ซึ่งได้กลายเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินชีวิตของชาวตะวันตกในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 เห็นได้จากงานวิจัยจำนวนมากที่ชี้ให้ชาวตะวันตกเห็นผลดีของการนันทนาการและใช้เวลาว่างในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งได้รับการตีพิมพ์ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 เป็นต้นว่า อะไกด์ ทู ซิวิลไลซ์ เลิเชอ (A Guide to Civilized Leisure) ของ เฮช.อัลเลน โอเวสตรีท (H. Allen Overstreet), ออฟ เดอะ จ๊อบ ลีฟวิ่ง (Off the Job Living) ของ จี. อ็อต. โรมนี (G. Ott. Romney : พ.ศ. 2489), คะมิวนิตี รีเครเิชัน (Community Recreation) ของแฮโรลด์ ดี. เมเยอร์ (Harold D. Mayer) และ ชาร์ล เค. ไบรทบิล (Charles K. Brightbill:พ.ศ. 2491)

นอกจากนี้องค์กรทางสาธารณสุขก็เน้นโครงการนันทนาการต่าง ๆ เพื่อบำรุงสุขภาพมากขึ้น ทำให้มีการจัดตั้งสมาคมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อบริการประชาชนทางด้านการพักผ่อนและนันทนาการ ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน โดยสมาคมแรกในโลกคือ สมาคมบ้านพักเยาวชน (The Youth Hostels Association) ซึ่งก่อตั้งที่ประเทศอังกฤษ เมื่อปี พ.ศ. 2474 และอีกหลายสมาคม

ที่ถูกจัดตั้งขึ้นมาภายหลัง เช่น สมาคม เรอ แซลเวชัน อามี (The Salvation Army), สมาคม เรอ อะเมริกัน เรด ครอส (The American Red Cross) และสมาคม วาย.เอ็ม.ซี.เอ. (Y.M.C.A.) เป็นต้น รวมถึงการขยายสาขาของสมาคม เอ.ยู.เอ. (A.U.A.), วาย.ดับบลิว.ซี.เอ. (Y.W.C.A.) และ วาย.เอ็ม.ซี.เอ. (Y.M.C.A.) เพื่อตอบสนองความต้องการพักผ่อนและนันทนาการของชาวต่างประเทศในประเทศไทย (จีฟเวอร์, เจ.เอส.2543, หน้า 168-173)

สมาคมวาย.เอ็ม.ซี.เอ เป็นสมาคมหนึ่งที่เป็นตัวจุดประกายให้พัทยาเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติในฐานะสถานตากอากาศชายทะเล ซึ่งเหตุผลที่สมาคม วาย.เอ็ม.ซี.เอ.เป็นตัวจุดประกายให้ชาวต่างประเทศรู้จักพัทยาในฐานะที่เป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลเนื่องมาจากสมาคม วาย.เอ็ม.ซี.เอ นอกจากมีที่ตั้งของสมาคมที่ถนนสาทร กรุงเทพฯ แล้ว สมาคม วาย.เอ็ม.ซี.เอ. ยังจัดตั้งค่ายพักแรมเพื่อกิจกรรมนันทนาการสำหรับเด็ก เยาวชนและชาวต่างประเทศในประเทศไทยขึ้นที่ชายหาดพัทยาใน ปี พ.ศ. 2497 ข้อเสนอสนับสนุนจากรายงานก่อตั้งค่ายพักแรมที่ชายหาดพัทยาของ นายฟลอยด์ วิลสัน ผู้ดำเนินงานจัดตั้งสมาคม วาย.เอ็ม.ซี.เอ. ในประเทศไทย ดังนี้ (สมาคม วาย.เอ็ม.ซี.เอ.(Y.M.C.A.), 2474 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 48)

“... ขณะข้ามสะพานบางปะกงใหม่ในเทศกาลสงกรานต์ปี 1951 (พ.ศ. 2494) ผมคิดว่าตอนนี้สะพานก็เสร็จสมบูรณ์แล้ว สิ่งที่เราเน้นก่อนอื่นต้องเป็นงานด้านเด็กผ่านกลุ่มชมรมต่าง ๆ ในโรงเรียน บ้าน และวัด เรื่องต่อมา คือ ค่ายเยาวชน ก่อนหน้านี้นายแพทย์หลวงพิณพาศย์ฯ เคยเสนอให้ Y.M.C.A. ใช้สถานที่บางละมุงเพื่อจัดค่าย บัดนี้ เมื่อปัญหาหนักแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ข้อเสนอของท่านจึงควรได้รับการสนองตอบได้มีการจัดค่ายทำงาน (Work camp) ขึ้นเป็นพิเศษสำหรับนักเรียน นักศึกษาทั่วไป”

อย่างไรก็ตามสภาพค่ายพักแรมในระยะแรกยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกใด ๆ เพราะชายหาดพัทยาในเวลานั้นยังมีลักษณะเป็นชุมชนชาวประมงแบบเดิมอยู่ ข้อเสนอสนับสนุนจากบทความ วาย.เอ็ม.ซี.เอ. (Y.M.C.A.) กรุงเทพฯ อดีตถึงปัจจุบัน ดังนี้ “ไม่มีอุปกรณ์อะไรให้พูดถึง ไม่มีครูสอนว่ายน้ำ ทุกคนต้องช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตอนกลางคืนกลุ่มของเราเคยนอนบนชายหาดผลัดกันอยู่เฝ้าเวรยาม” (สมาคมวาย.เอ็ม.ซี.เอ.(Y.M.C.A.), 2474 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 48)

กระทั่งปี พ.ศ. 2501 คณะกรรมการจึงจัดซื้อที่ดินบริเวณหาดจอมเทียนและดำเนินการสร้างอาคารถาวรขึ้นในค่ายพักแรม นับจากนั้นมา ชื่อของชายหาดพัทยาก็เริ่มเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

สรุปได้ว่าช่วงเวลาก่อนปี พ.ศ. 2500 ชื่อของเมืองพัทยาเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในฐานะสถานตากอากาศครั้งแรก ภายหลังการดำเนินการสร้างถนนเลียบชายหาดชุมชน

พทยา-นาเกลือแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2496 ถัดมาในปี พ.ศ. 2497 ก็เริ่มมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวปรากฏขึ้นอย่างชัดเจนเป็นครั้งแรกจากการก่อตั้งค่ายพักแรมของสมาคม วาย.เอ็ม.ซี.เอ. ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เริ่มเดินทางมาท่องเที่ยวตากอากาศที่ชายหาดเมืองพทยา แต่ก็ยังไม่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เพราะในเวลานั้น เมืองพทยายังคงมีสภาพเป็นหมู่บ้านชาวประมงเล็ก ๆ จึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการทางการท่องเที่ยวเลย เมื่อเทียบกับบางแสนและบางปู ซึ่งได้รับการประชาสัมพันธ์พร้อมกับส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรและความพร้อมด้านบริการทางการท่องเที่ยวจากภาครัฐอยู่ตลอด ส่งผลให้บางแสนและบางปูยังคงเป็นสถานตากอากาศยอดนิยมของภาคตะวันออกในเวลานั้น

ถึงแม้ว่าระยะแรกของการค้นพบเมืองพทยาในฐานะสถานตากอากาศจะรู้จักกันแค่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเพียงกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น แต่ทั้งนี้ก็ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผลักดันให้เกิดกิจกรรมทางน้ำขึ้นที่ชายหาดพทยาอย่างชัดเจน กล่าวคือ ช่วงปลายทศวรรษที่ 2490 กีฬาทางน้ำหลายประเภทเริ่มได้รับความนิยมในหมู่นักเล่นคลื่นสูงในประเทศไทย โดยเฉพาะกีฬาเรือใบ ซึ่งถูกนำเข้ามาสอนเหล่านักเรียนนายเรือเป็นครั้งแรกในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2486 โดยพลเรือเอกสินธุ์ กมลนาวิน ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารเรือในเวลานั้น ต่อมากีฬาเรือใบก็ได้รับความนิยมอย่างมากจนภาครัฐต้องดำเนินการจัดตั้งสโมสรเรือใบขึ้น และด้วยสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสม ชายหาดพทยาจึงถูกเลือกให้เป็นที่ตั้งของสโมสรเรือใบของกลุ่มนักเล่นเรือใบราชวรุณ ซึ่งเป็นสโมสรแห่งแรกของทางภาครัฐ ตั้งในปี พ.ศ. 2500 ตามมาด้วยสโมสรเรือใบของบก.ทหารสูงสุด ซึ่งล้วนทำให้การมาพักผ่อนที่ชายหาดพทยาเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีฐานะดี แต่สิ่งที่ทำให้การมาพักผ่อนที่ชายหาดพทยา เริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น คือ การเกิดขึ้นของสโมสรสกีน้ำ ชื่อ “บาร์โบส สกิลับ” (Barbos Skiclub) ซึ่งเป็นสโมสรเอกชนแห่งแรกที่ดำเนินการโดยบริษัทบาร์โบสของชาวต่างประเทศ บาร์โบส สกิลับ จัดเป็นสโมสรกีฬาทางน้ำแห่งแรกที่มีบริการเกี่ยวกับการนันทนาการทางน้ำครบครัน ทั้งบริการเรือเร็วนำเที่ยว เครื่องมือเล่นสกี อุปกรณ์ดำน้ำ รวมถึงบริการร้านอาหารทะเลซึ่งตั้งขึ้นเป็นแห่งแรกในเมืองพทยา สิ่งเหล่านี้ ส่งผลให้บาร์โบส สกิลับ มีชื่อเสียงและได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลายในหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศในฐานะศูนย์กีฬาทางน้ำที่ดีที่สุด在这段时间 ข้อสนับสนุนจากงานประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ Bangkok Post เมื่อปี พ.ศ. 2504 ดังนี้

“แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม โอกาสที่ดีที่สุดสำหรับกีฬาทางน้ำในที่สุดที่พทยา ก็มีบริษัทสำหรับจัดการบริการกีฬาทางน้ำ” (Bangkok Post, April 29, 1962, หน้า 14 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญาอนุภาพ, 2546, หน้า 48, 50)

ด้วยภาพลักษณ์เมืองพัทยาในฐานะแหล่งกีฬาทางน้ำที่ดีที่สุดในช่วงเวลานั้น ชายหาดพัทยา จึงได้รับเลือกให้เป็นสถานที่จัดแข่งขันเรือใบนานาชาติครั้งแรกของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2507 รวมถึงได้รับความโปรดปรานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในการทรงเรือใบที่นี่หลายครั้ง ตลอดจนสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมาร พระองค์เจ้าพีรพงศ์ภาณุเดชและ หม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี ก็โปรดการทรงเรือใบที่นี่เช่นกัน

ต่อมาภัยสงครามเย็นก็เริ่มแผ่ขยายเข้ามาในประเทศไทย เมื่อเกิดสงครามเวียดนามทำให้ ไทยต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในสงครามดังกล่าวภายใต้การเป็นสมาชิกองค์การสนธิสัญญาร่วมป้องกัน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กล่าวคือ ในช่วงเวลาที่ฝรั่งเศสถอนตัวออกจากอินโดจีนในฐานะผู้สกัดกั้น ลัทธิคอมมิวนิสต์จากเวียดนามเหนือที่จีนและสหภาพโซเวียตสนับสนุนอยู่ (มัทนา เกษมกล, 2539, หน้า 12)

ด้วยเหตุเหล่านี้ จึงเป็นที่มาของการลงนามสนธิสัญญาที่กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ ร่วมกับประเทศอื่น ๆ อีก 7 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อังกฤษ ฝรั่งเศส ฟิลิปปินส์ ปากีสถาน และอเมริกา ในวันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2497 เพื่อก่อตั้งองค์การสนธิสัญญาร่วมป้องกัน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ให้ชื่อย่อว่า ส.ป.อ. (South East Asia Treaty Organization: SEATO) ส่งผลให้ประเทศไทยต้องเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับสงครามเวียดนามอยู่หลายปี (พ.ศ. 2497-2518) โดยเมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2498 รัฐบาลเวียดนามใต้ภายใต้การนำของ ฯพณฯ โงดินห์เดียม ได้ขอรับความช่วยเหลือทางการทหารจากสหรัฐฯ เพื่อต่อต้านกองกำลังเวียดนามเหนือ (ภารดี มหำจันทร์, 2544, หน้า 102-103) และพันธะสัญญาจากการเป็นสมาชิก ส.ป.อ. ทำให้ประเทศไทย ต้องยินยอมให้มีการตั้งฐานทัพชั่วคราวของทหารสหรัฐฯ ในประเทศไทยหลายแห่ง ได้แก่ ฐานทัพ ที่ศาลาและโคราชสร้างในปี พ.ศ. 2505 ฐานทัพที่นครพนม สร้างในปี พ.ศ. 2506 ฐานทัพที่ อุดรธานีสร้างในปี พ.ศ. 2507 และฐานทัพที่อุ้มตะเถา สัตหีบ ในปี พ.ศ. 2508 (จุลชีพ ชินวรรณ, 2536, หน้า 127)

สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อชายหาดพัทยาโดยตรง กล่าวคือ กระทรวงกลาโหม ของสหรัฐฯ ต้องการให้การพักผ่อนและการนันทนาการนำมาซึ่งเอกภาพ ความสามัคคี ตลอดจน ช่วยบำรุงขวัญและกำลังใจของทหารในการรบซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญมากในการดำเนินชีวิตตาม แนวคิดของชาวตะวันตก อีกทั้งเห็นว่าประเทศไทยอยู่ห่างจากแนวรบและมีความปลอดภัยสูง จึงจัดตั้งโครงการเพื่อการพักผ่อนและการนันทนาการ (Rest and recreation expenditure) สำหรับ ทหารสหรัฐฯ ที่ประจำการอยู่ในฐานทัพในประเทศไทยและประเทศใกล้เคียงขึ้นที่นี่ ภายใต้การ ควบคุม ดูแลของพลอากาศตรีทวี จุลละทรัพย์ ซึ่งทำหน้าที่ประสานงานในการนำเที่ยว จัดหาที่พัก และ แลกเปลี่ยนเงินตราในรูปแบบบริษัทชื่อ ทอมมี่ ทัวร์ เอเจนซี (Tommy's Tour Agency)

โครงการเพื่อการพักผ่อนและการนันทนาการ ประกอบด้วยกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและการนันทนาการหลายด้าน ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านความบันเทิง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ กิจกรรมการพักผ่อนและการนันทนาการด้านกีฬาซึ่งกลายเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญที่สุดในพัฒนาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในเวลาต่อมา กล่าวคือ การเป็นที่ยอมรับว่าเป็นศูนย์กีฬาทางน้ำที่มีความทันสมัยที่สุดในประเทศไทย ทำให้ชายหาดพัทยาถูกเลือกเป็นสถานที่พักผ่อนระหว่างพักรบของบรรดาทหารสหรัฐฯ จากการศึกษาประวัติเมืองพัทยาคพบว่า ทหารสหรัฐฯ เริ่มเข้ามาพักผ่อนที่ชายหาดพัทยาเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2502 หลังจากนั้นก็ผลัดกันเดินทางมาพักผ่อนเป็นรุ่น รุ่นละประมาณ 400-500 คน ต่อระยะเวลาการพักผ่อน 1 สัปดาห์

พฤติกรรมของทหารสหรัฐฯ ที่เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่าเช่นนี้ ทำให้จำนวนทหารสหรัฐฯ หมุนเวียนเข้ามาพักผ่อนที่ชายหาดพัทยาเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยจำนวนทหารสหรัฐฯ ที่เข้ามาในประเทศไทย ณ จุดสูงสุดในปี พ.ศ. 2512 มีจำนวนมากถึง 70,737 คน ดังตารางที่ 3 โดยเข้าบ้านพักตากอากาศของพระยายศสุนทร (อดีตคหบดีเมืองพัทยา) ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของชายหาดพัทยาเป็นที่พัก เพราะในเวลานั้นนอกจากสโมสรกีฬาทางน้ำแล้วชายหาดพัทยาก็ยังไม่มีบริการด้าน ที่พักที่มีมาตรฐานเทียบเท่า

ตารางที่ 3 จำนวนทหารสหรัฐอเมริกาในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2507-2512

ปี	ทหารบก	ทหารอากาศ	เครื่องบิน กองทัพอากาศ
2507	3300	3000	75
2508	4700	9000	200
2509	8000	25000	400
2510	10300	33369	527
2511	11500	33500	589
2512	11500	33500	600

(ที่มา: การธนาคารแห่งประเทศไทย, 2540)

สำหรับทหารสหรัฐฯ ที่เข้ามาในช่วงก่อน พ.ศ. 2507 จะต้องเข้าบ้านพักตากอากาศของพระยายศสุนทร (อดีตคหบดีเมืองพัทยา) ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของชายหาดพัทยาเป็นที่พัก เพราะในเวลานั้นนอกจากสโมสรกีฬาทางน้ำแล้ว ชายหาดพัทยาก็ยังไม่มีบริการที่พักที่มีมาตรฐานเทียบเท่า

กับโรงแรมของต่างประเทศ นอกจากบังกะโลของคนท้องถิ่นที่มีไม่กี่แห่งและบ้านพักตากอากาศของชนชั้นสูงจากกรุงเทพฯ เท่านั้น เช่น บ้านพักตากอากาศของหลวงชาติตระการโกศล บ้านพักตากอากาศของหลวงจำรูญเนติศาสตร์ บ้านพักตากอากาศของพระยาไชยศสมบัติ และบ้านพักตากอากาศของพระคุณย่นาญนัยพระพิจิตร เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกในปี พ.ศ. 2504 อุตสาหกรรมโรงแรมในเมืองพัทยาก็เริ่มก่อตัวขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการออกพระราชบัญญัติโรงแรมปี พ.ศ. 2505 เพื่อส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมโรงแรม เนื่องจากปัญหาหลักทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยานั้นเวลานั้นคือ จำนวนที่พักที่มีไม่เพียงพอกับจำนวนของทนายสำหรับฯ ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เหตุนี้จึงมีการลงทุนร่วมกันระหว่างนักลงทุนชาวไทย ชาวอังกฤษ ชาวอิตาลี และชาวสหรัฐฯ ภายใต้อิทธิพลของนิภา ลอดจ์ จำกัด เพื่อสร้างโรงแรมแห่งแรกขึ้นที่นั่นในปี พ.ศ. 2507 ชื่อว่า “นิภา ลอดจ์” (สาขาหนึ่งของโรงแรมโอเรียนเต็ลที่กรุงเทพฯ) ซึ่งถือเป็นโรงแรมแห่งแรกที่มีมาตรฐานเทียบเคียงโรงแรมในต่างประเทศ ด้วยงบประมาณกว่า 25 ล้านบาทในการสร้างโรงแรมให้มีห้องพักมากถึง 112 ห้อง

ในเวลาต่อมา โรงแรมนิภา ลอดจ์ ก็มีโอกาสดำเนินการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศซึ่งเดินทางมาร่วมชมการแข่งขันกีฬาแหลมทอง หรือเซียบเกมส์ (SEAP GAMES) ครั้งที่ 4 ประเภทเรือใบในปี พ.ศ. 2510 พร้อมกันนี้ ยังประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนเดินทางมาร่วมชมการแข่งขันในครั้งนั้นที่ชายหาดพัทยาด้วย ข้อเสนอสนับสนุนจากบทความ “กีฬาแหลมทองกลับมาอีก” ของนันทพลในวารสารการกีฬา พ.ศ. 2510 ดังนี้ (นันทพล, 2510, หน้า 79)

“...จริงอยู่การแข่งขันเรือใบได้กำหนดสถานที่แข่งไว้ ณ หาดพัทยา จังหวัดชลบุรี อันมีระยะทางไกลจากกรุงเทพฯ ราว ๆ 200 กิโลเมตร ใช้รถยนต์วิ่งเฉลี่ยความเร็วเพียง 1 นาทีต่อ 1 กิโลเมตร ก็จะถึงสนามแข่งเรือใบไม่เกิน 4 ชั่วโมง ... นอกจากจะได้เห็น “ของจริง” แล้ว ยังจะได้มีโอกาสพักผ่อนรับอากาศบริสุทธิ์ชายทะเลด้วย”

จากนั้นชื่อเสียงของโรงแรมนิภา ลอดจ์ ก็เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในฐานะโรงแรมที่ทันสมัยที่สุดในเวลานั้น ข้อเสนอสนับสนุนจากบทความโฆษณาโรงแรมนิภา ลอดจ์ ใน Holiday Time in Thailand ดังนี้ (นันทพล, 2509, หน้า 8)

“ความแปลกใหม่ของไทยเริ่มต้นที่โอเรียนเต็ล และจบลงอย่างสุขใจที่ นิภา ลอดจ์... นิภา ลอดจ์ หนึ่งในโรงแรมที่ทันสมัยที่สุดในเอเชีย บนบรรยากาศหรูหราแบบนานาชาติ ไม่ว่าคุณจะทำอะไรหรือไปไหนในเมืองไทย อย่าพลาดการเดินทางแบบประทับใจในวันสุดสัปดาห์ที่ นิภา ลอดจ์”

ภายหลังการก่อตั้งโรงแรมนิภา ลอดจ์ ตัวเลขการลงทุนของภาคอุตสาหกรรมโรงแรมในเมืองพัทยาที่เติบโตขึ้นตามลำดับ ข้อเสนอสนับสนุนจากบทความ “ยุคทองของโรงแรม” ของ นนทพันธ์ ภักดิผดุงแดน ในอนุสาร อ.ส.ท. ดังนี้ (นนทพันธ์ ภักดิผดุงแดน, 2510, หน้า 64)

“การสร้างโรงแรมนิภา ลอดจ์ ที่พัทยา ก่อนสร้างก็คิดกันว่าจะไม่คุ้มค่าใช้จ่าย แต่ผลที่ได้ปรากฏว่า มีนักท่องเที่ยวไปพัทยานั้นมากขึ้น และตอนนี้ไม่มีโรงแรมอยู่ในระยะของการก่อสร้างที่พัทยามากหลายแห่ง...”

หลังจากนั้นก็มีการดำเนินการสร้างโรงแรมระดับมาตรฐานตามมาอีก 2 แห่ง คือ โรงแรมไฮแอท พัทยา พาเลซ ของบริษัทเวลล์ อินเวสต์เมนต์ คอร์ปอเรชั่น เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2513 ตามมาด้วยโรงแรมโอเชียนวิว ของบริษัทยูไนเต็ด อินเวสต์เมนต์ เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2514 ข้อเสนอสนับสนุนจากสรุปบทความเมืองพัทยาของคุณปราโมทย์ ทศนาสุวรรณ ในอนุสาร อ.ส.ท.ฉบับที่ 6 ปีที่ 12 เดือนมกราคม พ.ศ. 2515 ดังนี้ (ปราโมทย์ ทศนาสุวรรณ, 2515, หน้า 12)

“...โรงแรมหรูหรแห่งแรกเปิดกิจการที่หาดพัทยา คือ โรงแรมนิภา ลอดจ์ พัทยาที่ก้าวขึ้นสู่การเป็นสถานตากอากาศที่เชื่อมโยงไปในทันที และต่อจากนั้นมา โรงแรมหรูหรอีกหลายแห่งก็เปิดกันขึ้นมาติด ๆ เช่น โรงแรมพัทยา พาเลซ พัทยาบีชไฮเต็ล และที่ปิดใหม่สุดก็คือ โรงแรมโอเชียนวิว โรงแรมทั้งสี่แห่งนี้นับว่าเป็นโรงแรมชายหาดที่ดีที่สุดในเมืองพัทยานี้” ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 โรงแรมชั้นหนึ่งในพัทยาที่เปิดดำเนินการก่อน พ.ศ. 2515

ชื่อโรงแรม	วันเปิด	ห้อง	สัดส่วนการลงทุน	
			ไทย	ต่างชาติ
นิภา ลอดจ์	10 ธันวาคม 2507	147	20	80
ไฮแอท พัทยา พาเลซ	24 ตุลาคม 2513	250	100	-
โอเชียนวิว	1 เมษายน 2414	120	100	-

(ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ และคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.

อ้างถึงใน ปราโมทย์ ทศนาสุวรรณ, 2515)

นอกจากนี้ ยังมีการลงทุนของภาคเอกชนรายย่อยในการดำเนินการสร้างโรงแรมอีกหลายแห่งทั้งที่บริเวณชายหาดพัทยาใต้และชายหาดพัทยาเหนือ (ที่ตั้งชุมชนบ้านนาเกลือ) เช่น โรงแรมพัทยาลอดจ์ โรงแรมมุลไท์ ออน ซี บ้านพักรวมศัมาตย์ ที่ดัดแปลงใหม่เพื่อใช้เป็นที่พักสำหรับ

นักท่องเที่ยว และพัทยา พอยท์ โบทেল ซึ่งคัดแปลงเรือลอมเป็นที่พักซึ่ง การลงทุนในกิจการที่พักของภาคเอกชนรายย่อยในเมืองพัทยาที่ดำเนินการสร้างก่อนปี พ.ศ. 2515 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การลงทุนในกิจการที่พักของภาคเอกชนรายย่อยในเมืองพัทยาที่ดำเนินการสร้างก่อนปี พ.ศ. 2515

ชื่อกิจการ	ที่ตั้ง	จำนวนห้อง
เวอร์เรนด้า ออน ซี	238 ม.10 หนองปรือ	9
บังกะโลแสงแก้ว	147 ม.10 หนองปรือ	13
โสภณพัทยา	127 ม.10 หนองปรือ	28
เพ็ญพัฒน์	216 ม.10 หนองปรือ	29
ศรีแสงจันทร์	143 ม.10 หนองปรือ	7
การ์เดนส์ แซนด์	ม.9 หนองปรือ	6
โรงแรมฮาร์เบอร์ ดีเวลลอปเมนต์	ม.10 หนองปรือ	33
นิภา ฮัท	ม.9 หนองปรือ	6
โมเต็ลพัทยา	ม.10 หนองปรือ	6
รอยัล การ์เด้น	ม.10 หนองปรือ	49
เบย์ไซด์	ม.9 หนองปรือ	12
บังกะโลหาดวงศัจันทร์	207 ม.5 นาเกลือ	15
รีออคอทเทจ	9 ม.5 นาเกลือ	9
พัทยาลอดจ์	ไม่มีข้อมูล	24
มุลไลท์ ออน ซี	ไม่มีข้อมูล	31
วงศัมาตย์	ไม่มีข้อมูล	99
ออร์คิด ลอดจ์	ไม่มีข้อมูล	172
อำนวยการวิพ วิลล่า	ไม่มีข้อมูล	25
พัทยา พอยท์ โมเตล	ไม่มีข้อมูล	8
แมนฮัตตัน โฮเต็ล	ไม่มีข้อมูล	50
บางเสร่ โมเต็ล	ไม่มีข้อมูล	52

(ที่มา: องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2511)

สำหรับระดับของโรงแรมและราคาที่พักก็มีความแตกต่างกัน เพราะโรงแรมแต่ละโรงแรมวางกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายแตกต่างกันไปตามขนาดของธุรกิจ ข้อเสนอสนับสนุนจากสรุปบทความบรรยายเรื่องราวเมืองพัทยา โดยคุณปราโมทย์ ทศนาสุวรรณ ใน อนุสาร อ.ส.ท. ฉบับที่ 6 ปีที่ 12 เดือนมกราคม พ.ศ. 2515 ดังนี้ (โจนาธาน, 2546, หน้า 82)

“สำหรับราคาที่พักในขณะนั้นที่พัทยา พาเลซ ของคุณธนส เตลาน ซึ่งถือว่าเป็นโรงแรมที่หรูที่สุดของพัทยาขณะนั้น ราคาที่พักเริ่มจากคืนละ 280 บาท จนถึงห้องรอยัลลู่ท คืนละ 1,500 บาท ซึ่งคนไทยสมัยนั้นจะถือว่าแพงมากหากนำไปเทียบกับ โรงแรมชายหาดแควายกิกิของไฮโนลลู ที่เป็นโรงแรมหรู หราเท่ากับพัทยา พาเลซ อย่าง โรงแรมคาซาฮิลตันแล้ว ค่าที่พักของเขาเริ่มจากห้องเดี่ยวราคาต่ำสุด คืนละ 32 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 640 บาทเลยทีเดียว...”

การเข้ามาของทหารสหรัฐ ซึ่งมีกำลังใช้จ่ายสูงหมุนเวียนในช่วงปี พ.ศ. 2508-2515 ทำให้มีค่าใช้จ่ายสุทธิของสหรัฐหมุนเวียนในประเทศไทยประมาณร้อยละ 4 ของผลิตภัณฑ์ประชาชาติ (Gross National Product: GNP) ซึ่งเท่ากับร้อยละ 26 ของมูลค่าสินค้าส่งออก จำนวนเงินเหล่านี้ถูกใช้จ่ายไปหลายส่วน ที่สำคัญคือ ร้อยละ 38 ใช้จ่ายเงินเดือนให้ทหารของตนเอง ร้อยละ 17 ใช้จ่ายบำรุงรักษาฐานทัพ ร้อยละ 10.9 จ้างแรงงานท้องถิ่น และร้อยละ 11 ถูกใช้จ่ายเพื่อให้ทหารสหรัฐพักผ่อน (วิโรจน์ อาลี, 2546)

ในทำนองเดียวกัน เงินจำนวนมากก็ถูกใช้จ่ายเพื่อให้ทหารสหรัฐ ได้พักผ่อนและซื้อความบันเทิงในโครงการเพื่อการพักผ่อนและการนันทนาการของกระทรวงกลาโหมสหรัฐ โดยปี พ.ศ. 2508 มีการใช้จ่ายเงินเป็นจำนวน 2 ล้านเหรียญ ถัดมาในปี พ.ศ. 2509 ก็เพิ่มเป็น 11 ล้านเหรียญ และเพิ่มสูงสุดใน ปี พ.ศ. 2512 ถึง 24 ล้านเหรียญ คิดเป็นร้อยละ 70-80 ของรายจ่ายด้านกลาโหมของสหรัฐ ในประเทศไทย (ริงสตรัค ธนะพรพันธุ์, 2523 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 55)

โดยจำนวนเงินเหล่านี้ถูกใช้จ่ายในการบันเทิงทั่วไป (Local entertainment) ประมาณร้อยละ 50 อาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 10 เครื่องนุ่งห่มร้อยละ 6 ส่วนที่เหลือเป็นค่าเดินทาง ค่าเช่าบ้าน นอกจากนี้การใช้จ่ายของทหารสหรัฐ ยังขึ้นอยู่กับระยะ เวลาและจำนวนทหารที่เข้ามาพักรบในประเทศไทย ตลอดจนรายได้ของทหารสหรัฐที่ได้รับแต่ละเดือน ซึ่งรายได้ขั้นต่ำสุดในทุกฐานทัพสำหรับพลทหารคือ 200 เหรียญสหรัฐ (ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 55)

จำนวนเงินมากมายที่เข้ามาในเวลานั้น ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการภาคต่างๆ ในประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจสถานบันเทิง จากการศึกษาช่วงปี พ.ศ. 2503 -2513 พบว่า บาร์และไนท์คลับเพิ่มขึ้นร้อยละ 52 เสื้อผ้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.8 การสร้างถนนเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 คนไทยได้ค่าเช่าบ้านจากชาวต่างชาติร้อยละ 16.1 (วิโรจน์ อาลี, 2546)

โดยในส่วนของบาร์และไนท์คลับ พบว่า กว่าร้อยละ 50 ตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนที่เหลือกระจายอยู่ตามที่ตั้งฐานทัพในจังหวัดต่าง ๆ เช่น นครราชสีมา ร้อยละ 10 อุตรธานี ร้อยละ 4 อุบลราชธานี ร้อยละ 3 และนครพนม ร้อยละ 2 (บุญคง หันจางสิทธิ์ อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 57) จากการสำรวจของกรมสรรพากร พบว่า รายได้ของสถานบันเทิงเหล่านี้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508- 2512 มีไม่ต่ำกว่า 8,000-12,000 บาทต่อคืน

น่าสังเกตว่าการขยายตัวของธุรกิจบริการสถานบันเทิง ยังทำให้เกิดอาชีพรูปแบบใหม่ คือ อาชีพเมียเช่าของทหารสหรัฐ ซึ่งได้รับความนิยมมากที่สุดในเวลานั้น ข้อเสนอสนับสนุนจาก วิโรจน์ อาลี คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดังนี้ “มีงานศึกษาก่อนสหรัฐฯ มาตั้งฐานทัพใน จังหวัดอุดรธานีมีประมาณ 200 กว่าคน แต่หลังจากมีฐานทัพ 5 ปี เพิ่มขึ้นถึง 5,000 กว่าคน” (วิโรจน์ อาลี, 2546)

สาเหตุที่อาชีพนี้ได้รับความนิยมมากจนมีการเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว พบว่า เป็นผลมาจากค่าตอบแทนที่สูงทำให้มีผู้หญิงจากชนบทเต็มใจที่จะมาประกอบอาชีพนี้จำนวนมาก ซึ่งถ้ามีการแต่งงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ก็จะได้รับเงินจากกองทัพสหรัฐฯ อีกเดือนละ 2,600 บาท พร้อมกับได้รับสิทธิให้เข้าออกฐานทัพที่สามี่ประจำการอยู่ได้ ตลอดจนซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ราคาถูกได้ที่ร้านพี เอ็กซ์ ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีสำหรับทหารสหรัฐฯ โดยเฉพาะ แต่ก็ มีผู้หญิงอีกจำนวนไม่น้อยที่ถูกบังคับโดยพวกทหาร ผู้มีอิทธิพลตลอดจนเจ้าของกิจการบาร์และไนท์คลับให้ประกอบอาชีพนี้ ข้อเสนอสนับสนุนจากบทบรรณาธิการนิตยสารชัยพฤกษ์

“... เพียงแต่ศึกษาความรุ่งเรืองของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันอย่างชั่วครู่ เราก็เห็นชัดว่ามันเกิดจากการที่ทหารอเมริกันมาเมืองไทย และ โชคร้ายที่ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเรายังไม่สามารถตั้งตนเองให้พ้นจากอิทธิพลนี้ได้ เว้นเสียแต่ว่าเราจะหิวเงินดอลลาร์ จนลืมนึกถึงศักดิ์ศรีของชาติ เราต้องใช้ชาวอ่อนและเรื่อร่างสตรีไทยอายุ 16-17 จำนวนมากเพื่อทำให้ประเทศไทยเป็นเมืองสวรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวขึ้นมา ...ประเทศไทยทั้งประเทศมีชื่อเสียงในทางหญิงงามและโสเภณีมาก ทุกวันนี้เราได้ใช้พาร์ทเนอร์และเมียเช่า เป็นสื่อกลางสำหรับดึงดูดเงินดอลลาร์จากกระเป๋าทหารอเมริกัน (แน่นอน ถ้าไม่มีผู้หญิงเหล่านี้ ก็ไม่มีทหารอเมริกันมาพักผ่อนพักผ่อนที่นี่”

แต่สำหรับธุรกิจบริการที่เกิดขึ้นที่ชายหาดพัทยาเวลานั้น จะเน้นกิจกรรมชายหาดเป็นหลัก เพราะนอกจากสโมสรกีฬาทางน้ำไม่กี่แห่งแล้ว ก็ยังไม่มีการลงทุนประกอบธุรกิจสถานบันเทิงมากนัก จากการสำรวจของภาครัฐในปี พ.ศ. 2511 พบว่า ชายหาดพัทยามีร้านอาหารของ บาร์โบส สกิลคลับ ที่บริเวณชายหาดพัทยาใต้ และวารูน่า มารีน คลับ ที่บริเวณชายหาดพัทยาเหนือ (บริเวณโรงแรมอมารี ออร์คิด ลอดจ์ ในปัจจุบัน) เพียง 2 แห่งเท่านั้น อีกทั้งยังมิรูปแบบการบริการ

ต่างไปจากบาร์และไนท์คลับในกรุงเทพฯ และฐานทัพในจังหวัดต่าง ๆ เพราะเป็นเพียงสถานที่พบปะพูดคุยของบรรดาทหารสหรัฐฯ เท่านั้น ประกอบด้วยมีสารวัตรทหาร (Military Police: MP) และหน่วยลาดตระเวนชายหาด (Shore Patrol: SP) คอยสอดส่องดูแลความประพฤติทุกครั้งที่มีการยกพลขึ้นบก บรรยายภาสในตอนกลางคืนที่ชายหาดพัทยาในเวลานั้น จึงไม่อีกทีก็เหมือนกับย่านพัฒนาพงษ์หรือย่านเพชรบุรีตัดใหม่ ตรงข้ามกับช่วงกลางวันซึ่งทหารสหรัฐฯ จำนวนมากนิยมมาเล่นสกีน้ำที่ชายหาด มีการใส่ชุดว่ายน้ำเล่นน้ำ ดำน้ำ นั่งเรือชมธรรมชาติ และนอนอาบแดด ซึ่งสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมการตากอากาศแบบชาวตะวันตกที่เป็นบรรยากาศมีระดับ สามารถพบเห็นได้เฉพาะชายหาดพัทยาเท่านั้น ข้อสนับสนุนจากบทความของ แวลีนติน ชู (Valentin Chu) ในไทยแลนด์ ทูเดย์: อะ วิซิท ทู โมเดิร์น สยาม (Thailand Today: A Visit to Modern Siam) ปี พ.ศ. 2511 ดังนี้ (Valentin Chu, 2511 อ้างถึงใน, ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 68)

“การหลีกหนีความวุ่นวายในเมือง ทำกิจกรรมช่วงสุดสัปดาห์ พัทยาจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อนว่ายน้ำ เล่นสกี เรือใบ หรือจะเอนกายอย่างมีระดับในโรงแรมชั้นหนึ่งเหมือนกับว่าได้พักผ่อนในไวกี้อย่างใดอย่างนั้น”

แน่นอนว่าสิ่งที่ตามมาจากการขยายตัวของธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวคือ การขยายพื้นที่ทางการท่องเที่ยว กล่าวคือ ช่วงก่อนปี พ.ศ. 2497 การตั้งถิ่นฐานของประชาชนในท้องที่จะกระจุกตัวในชุมชนบ้านนาเกลือและบ้านพัทยาเท่านั้น แต่ภายหลังจากมีถนนเลียบชายหาดในปี พ.ศ. 2496 พื้นที่ทางการท่องเที่ยวก็เริ่มก่อตัวขึ้นบริเวณชายหาดพัทยาได้จากการตั้งค่ายพักแรมของสมาคม วาย.เอ็ม.ซี. เอ. จากนั้นก็ค่อย ๆ สังเกตความเป็นเมืองท่องเที่ยวจากการเปิดกิจการศูนย์กีฬาทางน้ำหลายแห่ง และการได้รับเลือกเป็นสถานที่พักผ่อนของทหารสหรัฐฯ จนกระทั่งการเปิดดำเนินการของโรงแรมนิภา ลอดจ์ ในปี พ.ศ. 2507 ราคาที่ดินบริเวณชายหาดพัทยาได้ก็ถีบตัวสูงขึ้น ส่งผลให้บรรดาเจ้าของที่ดินแถบนั้นหันมาขายที่ดินให้แก่ักลงทุน และผันตัวเองจากการประกอบอาชีพประมงหรือเกษตรกรรมมาประกอบอาชีพบริการทางการท่องเที่ยวขนาดเล็กแทน เห็นได้จากกิจการขายอาหารขนาดเล็กและกิจการเรือนำเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในเวลานั้น เพราะชาวประมงจำนวนมากได้แปลงเรือประมงของตนเป็นเรือนำเที่ยวไปยังเกาะต่าง ๆ ของอ่าวพัทยา

นอกจากนี้ประชาชนจำนวนมากก็กลายเป็นแรงงานในภาคบริการทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการอพยพย้ายถิ่นของประชากรจากภายนอก เพื่อเข้ามาประกอบอาชีพและพักอาศัยอยู่ในเมืองพัทยา จากการศึกษาพบว่า ในปี พ.ศ. 2509 ประชากรชุมชนนาเกลือและพัทยามีความหนาแน่นเฉลี่ยทั้งหมด 700-1,000 คนต่อตารางเมตร ขณะที่ความหนาแน่นของประชากรสตึกมีเพียง 140-220 คนต่อตารางเมตร (เกียรติ จิระกุล, 2546 อ้างถึงใน, ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า

91) ซึ่งตัวเลขดังกล่าวยังต่ำกว่าความเป็นจริง เพราะยังมีประชากรแฝงที่เข้าไปประกอบอาชีพบริการทางการท่องเที่ยวโดยไม่มีชื่อในทะเบียนราษฎรอีกเป็นจำนวนมาก

เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจและการท่องเที่ยว จึงมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมรองรับการขยายพื้นที่ทางการท่องเที่ยว เป็นที่มาของการดำเนินการสร้างถนนสายพญาเหนือเชื่อมระหว่างถนนเลียบชายหาดพญาเหนือกับถนนสุขุมวิท (ถนนหมายเลข 3135) โดยเป็นถนนกว้าง 20 เมตร ยาวประมาณ 2 กิโลเมตร ในปี พ.ศ. 2506 ขณะเดียวกันก็ดำเนินการสร้างถนนพญาสาย 2 (ถนนหมายเลข 3136) ขนานกับถนนเลียบชายหาดพญา ตามมาด้วยถนนสายพญากลางเชื่อมระหว่างถนนเลียบชายหาดพญากลางกับถนนสุขุมวิท และถนนสายพญาใต้เชื่อมระหว่างถนนเลียบชายหาดพญาใต้กับถนนสุขุมวิท รวมทั้งปรับปรุงถนนสุขุมวิทบริเวณปากทางเข้าพญาด้วย ถัดมาในปี พ.ศ. 2507 จึงขยายพื้นที่สุขาภิบาลนาเกลือจากเดิมซึ่งเคยมีพื้นที่เฉพาะตำบลนาเกลือให้ครอบคลุมพื้นที่พญาใต้เพื่อรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวต่อไป ดังตารางที่ 6 และ 7

ตารางที่ 6 รายละเอียดเส้นทางการตัดถนนภายในเมืองพญา พ.ศ. 2506

รายละเอียดเส้นทาง	ยาว กม.	ก่อสร้าง กม.	บำรุง กม.	ผิวลูกรัง กม.	ผิวแอส ฟัลท์ กม.	ผิว คอนกรีต กม.
ส่วนกลาง						
1. สายนาเกลือ-หาดพญาใต้	8.925	-	8.925	8.925	-	-
2. สายพญาเหนือ	2.095	-	2.095	2.095	-	-

ตารางที่ 7 รายละเอียดการปรับปรุงถนนสุขุมวิทบริเวณปากทางเข้าพญา พ.ศ. 2506

กม. ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	ระยะห่าง กม.	หมายเหตุ
140.300	นาเกลือ	บางละมุง	ชลบุรี	6.315	ขวาทางไปว่าการอำเภอบางละมุง
145.450	หนองใหญ่	"	"	5.150	ขวาทางไปพญาเหนือ
147.170	"	"	"	1.720	ขวาทางไปพญาใต้

(ที่มา: กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม, 2545)

ภายหลังการพัฒนาถนนสายต่าง ๆ ดังที่กล่าวไปแล้วเสร็จสิ้นลง ประชาชนก็นิยมเดินทางท่องเที่ยวตากอากาศที่ชายหาดพัทยามากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะมีความสะดวกสบายทางการคมนาคมเพิ่มขึ้นมาก โดยนอกจากจะขับรถส่วนตัวไปได้เองในเวลาไม่นานแล้วยังสามารถโดยสารรถประจำทาง บ.ข.ส. ซึ่งมีบริการทั้งที่สถานีขนส่งสายใต้และสถานีขนส่งเอกมัย ตลอดจนรถปรับอากาศที่เรียกว่า “ไดมอนด์โค้ช” (Diamond coach) ของบริษัทนิภา ลอดจ์ ซึ่งร่วมมือกับบริษัท ไดมอนด์ โค้ช ในการให้บริการรถโดยสารระหว่างกรุงเทพฯ-พัทยา เป็นประจำทุกวัน โดยสามารถใช้บริการได้ที่หน้า บริษัทอิตัลไทย บริเวณแยกราชประสงค์ ตามเวลาออกเดินทางซึ่งมีมากถึง 4 เที่ยวต่อวัน คือ เวลา 8.00 น. 10.00 น. 12.00 น. และ 15.00 น. ด้วยอัตราค่าบริการคนละ 3 เหรียญ หรือ 60 บาทเท่านั้น ส่วนเวลาเดินทางกลับก็มี 4 เที่ยวเช่นกัน คือ เวลา 8.00 น. 10.00 น. 14.00 น. และ 16.00 น. ข้อเสนอสนับสนุนจากรูปบทความบรรยายเรื่องราวเมืองพัทยา โดยคุณปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ ใน อนุสาร อ.ส.ท. ฉบับที่ 6 ปีที่ 12 เดือนมกราคม พ.ศ. 2515 ดังนี้ (ปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ, 2515, หน้า 1)

“...การไปเที่ยวพัทยานั้น ยังสะดวกใหญ่ นอกจากคุณ ๆ จะขึ้นรถประจำทาง บขส. จากสถานีขนส่งสายใต้ ที่เอกมัย ไปกันได้แล้ว ยังมีรถปรับอากาศวิ่งระหว่าง กรุงเทพฯ-พัทยา เวลาประจำทุกวัน คือ รถไดมอนด์ โคช...” ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 จำนวนรถที่เดินทางผ่านถนนในพัทยา พ.ศ. 2508-2514

ปี	จำนวนรถทั้งหมด	จำนวนรถโดยสารและรถบรรทุก (ร้อยละ)
2508	974	52
2509	1780	49
2510	789	100
2511	1664	56
2512	2015	68
2513	2343	55
2514	2705	53

(ที่มา: กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม, 2545)

สรุปได้ว่า จุดเริ่มของการพัฒนาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2500 - 2502 มาจากการเป็นศูนย์กลางพาหนะที่มีความสำคัญระดับประเทศ แต่ก็ยัง

จำกัดความนิยามอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีฐานะดี ส่งผลให้เมืองพัทยาในเวลานั้นเป็นที่รู้จักในวงแคบ ๆ แต่จุดเปลี่ยนในการก้าวเข้าสู่ความเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบเกิดจากการมีโอกาสดำเนินการรับทหารสหรัฐจากฐานทัพต่าง ๆ ทั้งในประเทศไทยและประเทศใกล้เคียงซึ่งหมุนเวียนเข้ามาพักผ่อนที่ชายหาดพัทยาภายใต้โครงการเพื่อการพักผ่อนและการนันทนาการ (Rest and recreation expenditure) เงินจำนวนมากจากการใช้จ่ายของทหารสหรัฐฯ ดังกล่าวทำให้เกิดการลงทุนอย่างเป็นรูปธรรมในภาคการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา โดยเฉพาะการเปิดดำเนินการของโรงแรมนิภา ลอดจ์ ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นความทันสมัยที่สุดในเอเชีย ในปี พ.ศ. 2507 ยังเป็นการย้ายภาพลักษณ์สถานตากอากาศที่มีระดับเทียบเท่าชายหาดที่มีชื่อเสียงในแถบตะวันตก เช่น หาดวายุภักษ์ของฮาวาย หลังจากนั้น โรงแรมระดับมาตรฐานอีกหลายแห่งก็ทยอยกันเปิดดำเนินการ ส่งผลให้มีการเพิ่มเส้นทางคมนาคมการเพื่อรองรับการขยายตัวของพื้นที่บริการทางการท่องเที่ยว พร้อมกับยกฐานะชุมชนพัทยาที่เคยเป็นเพียงชุมชนประมงให้อยู่ในเขตสุขาภิบาลนาเกลือในปี พ.ศ. 2507 หลังจากนั้น เมืองพัทยาก็กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้สนใจมาลงทุนประกอบธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวมากมาย ขณะเดียวกัน วิถีชีวิตของชาวเมืองพัทยาก็เปลี่ยนจากเดิมที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและการประมงเข้าสู่อาชีพด้านการค้าบริการทางการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ เพราะเมื่อพิจารณาจากข้อมูลข้างต้นจะพบว่า การพักผ่อนของทหารสหรัฐฯ คือการเข้ามาบริโภคในส่วนของการบริการเท่านั้น ธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่จึงเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ในเวลาต่อมา

ยุคการจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษของพัทยา (พ.ศ. 2518 - พ.ศ. 2521)

การเข้ามาแทรกแซงของรัฐ โดยการจัดตั้งพัทยาให้เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษเป็นผลมาจากการตกต่ำของการท่องเที่ยวในพัทยาหรือพูดอีกอย่างหนึ่งว่าเกิดปัญหาการสะสมทุนการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ทำให้เกิดการปรับรูปแบบการสะสมทุนการท่องเที่ยวจากเดิมที่เน้นเฉพาะเป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลไปสู่ธุรกิจการท่องเที่ยว บันเทิงในตอนกลางคืนมากขึ้น การเข้าสู่สภาวะความชบเซาของการท่องเที่ยวพัทยาในช่วงปลายทศวรรษที่ 2510 นั้นเกิดจากสาเหตุหลัก ๆ คือการที่สหรัฐอเมริกาดึงตัวออกจากสงครามเวียดนามอย่างสิ้นเชิงในปี พ.ศ. 2518 และถอนทัพออกจากประเทศไทยในปีต่อมาเนื่องจากสหรัฐอเมริกาแพ้สงครามให้แก่เวียดนามเหนือ การท่องเที่ยวพัทยาที่ผูกติดอยู่กับกลุ่มทหารอเมริกันจึงได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตามยังมีเหตุปัจจัยย่อย ๆ ที่ทำให้ความนิยมในการท่องเที่ยวพัทยาของชาวต่างชาติลดลงอีกบางประการ ขอวิเคราะห์อธิบายเพิ่มเติมดังนี้

สาเหตุหนึ่งของความชบเซาคือการเปิดดำเนินการของฐานทัพของสหรัฐฯ ที่อู่ตะเภา ในปี พ.ศ. 2510 กล่าวคือ ระหว่างการดำเนินการสร้างฐานทัพอู่ตะเภาโดยกองทัพสหรัฐฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2507 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยก็ได้ดำเนินการสนับสนุนสหรัฐฯ โดยการสร้างถนนหมายเลข 331 ซึ่งแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2511 โดยแยกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงแรกเชื่อมเส้นทางกบินทร์-นครราชสีมา และช่วงที่สองเชื่อมเส้นทางฐานทัพเรือสัตหีบ-ฉะเชิงเทรา ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินทาง โดยไม่ต้องผ่านกรุงเทพฯ ขณะเดียวกันภาคเอกชนจำนวนมากก็หลั่งไหลมาลงทุนประกอบธุรกิจ จัดสรรที่ดินให้เช่าและบ้านเช่า เพราะได้รับความนิยมาจากทหารสหรัฐฯ ที่ยศสูงกว่าพลทหารในการเช่าที่ดินบริเวณรอบฐานทัพเพื่อปลูกบ้านพักอาศัย ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดการขยายพื้นที่ชุมชน บริเวณรอบ ๆ ฐานทัพตั้งแต่บางเสร่ จังหวัดชลบุรี จนถึงตำบลบ้านฉาง จังหวัดระยอง (อายุร วิไล, 2515, หน้า 46) แต่หลังจากการประกาศใช้ฐานทัพอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2510 ทหารสหรัฐฯ ก็ต้องย้ายกลับไปอยู่อาศัยในฐานทัพ เจ้าของที่ดินและบ้านเช่าส่วนใหญ่จึงต้องเปลี่ยนบ้านพัก เหล่านั้นเป็นบังกะโลสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตากอากาศแทน

ประชาชนจำนวนหนึ่งหันมาลงทุนทำธุรกิจสถานบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการของเหล่าทหารสหรัฐฯ แต่เดิมมีเพียง 3 แห่งซึ่งไม่เพียงพอกับจำนวนทหารนับหมื่นคน และทาง รัฐบาลไทยเองก็ออกกฎหมายไม่ให้ผู้หญิงไทยเข้าไปในเขตที่พักของทหารสหรัฐฯ เพราะถือว่าเป็น การก่อให้เกิดความเสื่อมเสีย ดังนั้นบริเวณรอบ ๆ ฐานทัพในยามค่ำคืนจึงเต็มไปด้วยสถานบันเทิงที่ เปิดตัวขึ้นอย่างหนาแน่นโดยมีอยู่ 2 แห่งสำคัญ แห่งแรกคือ นิวแลนด์ (ตรงหลักกิโลเมตรที่ 200 ของถนนสุขุมวิท เขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง) ซึ่งมีบาร์และไนท์คลับกว่า 60 แห่งตั้งอยู่สอง ฟากถนน แห่งที่สองคือ กิโลเมตร 10 (อยู่ระหว่างหลักกิโลเมตรที่ 183-184 ของถนนสุขุมวิท เขตอำเภอ สัตหีบ จังหวัดชลบุรี) ซึ่งเป็นแหล่งสถานบันเทิงที่มีระดับต่างจากนิวแลนด์ และจากนั้นจึงมี ไนต์คลับเกิดขึ้นตามมาอีกมากมาย เช่น

“บาร์หรือไนท์คลับจำนวน 50-60 แห่งเรียงอยู่เป็นลำดับ สองฟากถนนแคบ ๆ ของ นิวแลนด์ พอถึงสี่แยกก็มีอาบอบนวด และบาร์อีกทั้งสองฟาก เช่น ฟาสซิเนชั่น ฟิงค์ไดมอนด์ เมโลดี เบลโลว์โรส นิวพาวเวอร์ ลัคกี้คอลล่าร์ แสบปีโรส นิวแลนด์ฮาร์ท สวิทโฮม บลูเฮฟเวน บลูฮาวาย สตาร์ลิสท์ รัชเอดจ์เบิร์ต แฟนตาเซีย เบรนดาลี ฟินนี่คลับ ออร์คิดดัส คราวน์ พาราไดซ์ นิวแลนด์แสบปีโฮม วินัส เวสเตอร์นชาลูน โรสเฮฟเวน จี ไอ เฮฟเวน โซลชีสเตอร์ บันนี่คลับ โกล ซีตี้ ฯลฯ” (อายุร วิไล, 2515, หน้า 46)

จากข้อมูลนี้จะพบว่าธุรกิจกลางคืนเพื่อตอบสนองทหารอเมริกันเกิดขึ้นรอบ ๆ ฐานทัพ อเมริกันก่อนเป็นสถานที่แรก ๆ เนื่องจากอยู่ใกล้ลูกค้า เดินทางสะดวก นอกจากนี้ยังมีบาร์ร้าง เกิดขึ้นอีกหลายแห่งสำหรับบริการคนไทยที่เข้าไปรับจ้างทำงานในฐานทัพ (อายุร วิไล, 2515,

หน้า 46) การขยายตัวของธุรกิจบริการเหล่านี้บริเวณรอบ ๆ ฐานทัพอู่ตะเภา ทำให้ทหารสหรัฐฯ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวประจำที่เมืองพัทยาลดลงอย่างรวดเร็ว เพราะเมืองพัทยานั้นมีแต่ศูนย์กลางกีฬาทางน้ำที่เน้นเฉพาะกิจกรรมชายหาดในเวลากลางวัน ไม่มีสถานบันเทิงที่มีบริการตรงตามรสนิยมของทหารสหรัฐฯ อีกทั้งช่วงนั้นเป็นช่วงที่ทหารสหรัฐฯ เริ่มถอนกำลังทหารสหรัฐฯ ออกจากประเทศไทยในหลาย ๆ ฐานทัพ ส่งผลให้จำนวนทหารสหรัฐฯ ที่ประจำการอยู่ในประเทศไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนทหารสหรัฐฯ ณ จุดสูงสุดในปี พ.ศ. 2512 จำนวน 70,737 คน ลดลงเหลือ 26,614 คน ในปี พ.ศ. 2514 และเหลือเพียง 3,530 คนในปี พ.ศ. 2517 ในทำนองเดียวกัน เงินจำนวนมากที่มาจากการใช้จ่ายเพื่อพักผ่อนของทหารสหรัฐฯ ก็ค่อย ๆ ลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว โดยค่าใช้จ่ายของทหารสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2512 จำนวน 458.6 ล้านบาทก็ลดลงเหลือเพียง 62.8 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2515 ทหารสหรัฐฯ ใช้จ่ายลดลงอย่างมากและมักซื้อสินค้าติดตัวออกไปจากฐานทัพ จึงไม่ค่อยซื้อสินค้าจากร้านค้าภายนอกเท่าใดนัก (วีระประวัติ วงศ์พัวพันธ์, 2516, หน้า 54 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546)

ทหารอเมริกันในฐานะลูกค้าหลักของสถานบริการในพัทยาลดลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นภาวะที่สวนทางกันกับการขยายตัวของการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในพัทยา กล่าวคือ หลังจากโรงแรม นิภา ลอดจ์ ประสบความสำเร็จอย่างงดงามในปี พ.ศ. 2507 ทำให้นักลงทุนคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวพัทยายะขยายตัวต่อเนื่องอย่างไม่หยุดยั้ง และได้โหมการลงทุนในพัทยาย่างมากมาย โดยเฉพาะการสร้างโรงแรมที่พักขนาดต่าง ๆ (ตามที่ปรากฏในหัวข้อที่ผ่านมา) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะทหารอเมริกัน จนกระทั่งถึงราวปี พ.ศ. 2513 ที่เผชิญปัญหานักท่องเที่ยวน้อยกว่าที่คาดการณ์เอาไว้มาก นอกจากกลุ่มนักท่องเที่ยวภายนอกที่มีเพียงร้อยละ 10-20 ของลูกค้าเดิม ส่วนนอกฤดูอากาศ (ไฮซีซั่น) โรงแรมชั้นหนึ่งมีนักท่องเที่ยวพักเพียง 10 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น เกิดปัญหานักท่องเที่ยวน้อยกว่าที่พัก โรงแรมมีมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว และยังหาทางก่อสร้างกันเรื่อย ๆ โดยไม่มีทีท่าว่าจะหยุด (ดุสิต ศิริวรรณ, 2520, หน้า 28-29) ประการที่สำคัญอีกประการหนึ่งในประเด็นนี้ก็คือ การที่นายทุนลงทุนสร้างโรงแรมที่พักอย่างรวดเร็วในช่วงปลายทศวรรษที่ 2510 เกิดจากการที่รัฐบาลสร้างถนนเส้นใหม่แล้วเสร็จ (กรุงเทพฯ-พัทยา) ตั้งแต่หลังปี พ.ศ. 2515 เป็นต้นมา (ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 102)

ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งคือเหตุการณ์ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศชาติอื่น ๆ ไม่มั่นใจในความปลอดภัยรวมถึงการนำเสนอภาพความรุนแรงของวิกฤติการณ์สงครามเย็นในภูมิภาคอินโดจีนของสื่อต่างประเทศ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลง สถานการณ์ดังกล่าวทำให้มีผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง คือ เจ้าของนักรูทกิจบริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เมืองพัทยาซึ่งกำลังขยายตัวอย่างเห็นได้ชัดในช่วงปลาย

ทศวรรษที่ 2500 โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากภายหลังความสำเร็จจากการเปิดดำเนินการของโรงแรม นิภา ลอดจ์ ในปี พ.ศ. 2507

ตัวเลขการลงทุนทำธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาเพิ่มขึ้นร้อยละ 365 โดยในปี พ.ศ. 2515 เมืองพัทยามีโรงแรมและบังกะโล 19 แห่ง และมีห้องพักถึง 1,123 ห้อง ซึ่งในจำนวนนี้เป็นการลงทุนของภาคเอกชนขนาดใหญ่ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐ 8 ราย รวมถึงโรงแรมที่อยู่ระหว่างการดำเนินการก่อสร้างอีก 8 ราย เช่น โรงแรมรอยัล คลิฟ และโรงแรมเอเชีย พัทยา นอกจากนี้ ยังมีผู้ที่ได้รับอนุมัติโครงการบางรายยังไม่ดำเนินการก่อสร้างเพราะหาทำเลที่เหมาะสมในการตั้งโรงแรมไม่ได้ ตลอดจนการลงทุนอย่างไม่เป็นทางการในการสร้างโรงแรมขนาดเล็กจากภาคเอกชนรายย่อยอีกเป็นจำนวนมาก รายละเอียดการลงทุนโรงแรมหลังจากปี พ.ศ. 2516 ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 โรงแรมและบังกะโลที่พัทยาที่ดำเนินการสร้างหลังปี พ.ศ. 2515 (องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2511)

ชื่อกิจการ	ปี พ.ศ.				
	2516	2517	2518	2519	2520
โรงแรมพัทยา บีช**	50	50	50	50	50
โรงแรมกรแก้ว**	10	10	10	-	-
โรงแรมนอดิคอล อินน์**	30	30	30	30	30
อพาร์ทเมนต์สุขสบาย	2	2	2	2	2
โรงแรมทรอปิคานา*	44	110	116	116	116
โรงแรมเกาะล้าน*	68	68	68	68	78
โรงแรมไดมอนด์**	25	25	25	25	25
โรงแรมรอยัล คลิฟ**	-	106	450	450	650
โรงแรมริเจนท์ พัทยา *	-	277	276	276	276
โรงแรมเอเชีย พัทยา *	-	168	270	270	270
โรงแรมบังกะ โลรอยัล ไนท์	-	17	17	17	17
บังกะโลทะเลนคร***	-	24	24	24	24
โรงแรมสยาม เบย์ชอร์ *	-	-	-	54	274
โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ แชนด์ *	-	-	-	-	360
โรงแรมวิกเอนเดอร์ *	-	-	-	-	120

หมายเหตุ * โรงแรมที่ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการการลงทุน

** โรงแรมขนาดเล็ก

*** บังกะโล

จากปัญหานักท่องเที่ยวที่มีจำนวนน้อยกว่าจำนวนห้องพักในพัทยา ประกอบกับประเทศไทยในระบะนั้นกำลังอยู่ในช่วงหน้าสิ่วหน้าขวานจากสงครามอินโดจีน ประเทศไทยถูกคาดการณ์ว่าอาจจะกลายเป็นประเทศคอมมิวนิสต์ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วไปไม่ค่อยกล้าเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ทางกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงออกประกาศในปี พ.ศ. 2517 ว่าขอชะลอการลงทุนโรงแรมที่พักของเอกชนโดยการระงับการขอสร้างโรงแรมขนาดใหญ่ในพัทยาชั่วคราวเพื่อหาทางแก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวที่มีจำนวนน้อยกว่าจำนวนห้องพัก (คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2518, หน้า 149) แต่มาตรการนี้ครอบคลุมเฉพาะการสร้างโรงแรมขนาดใหญ่เท่านั้น หากพิจารณาจากตาราง โรงแรมเล็ก ๆ ยังคงดำเนินการสร้างอย่างต่อเนื่องโดยไม่กลัวผลกระทบที่เกิดจากความชบเซาในระบะนั้นเท่าใดนักเนื่องจากกลุ่มลูกค้าของโรงแรมเล็ก ๆ ยังคงเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอยู่เรื่อย ๆ นั่นเอง

หลังจากสหรัฐอเมริกาพ่ายแพ้ต่อสงครามเวียดนามและได้ทำการถอนฐานทัพออกจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมไปถึงประเทศไทย การขยายตัวของลัทธิคอมมิวนิสต์หลังจากเวียดนามประสบผลสำเร็จในการรวมชาติ และปัญหาสงครามอินโดจีนที่อยู่ตามแนวชายแดนไทย-กัมพูชา ทำให้การท่องเที่ยวของพัทยาดึงดูดนักท่องเที่ยวหน้ากับปัญหานักท่องเที่ยวลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว ในขณะที่การขยายตัวของการลงทุนเพื่อรองรับเมืองท่องเที่ยวพัทยากลับสวนทางกัน เป็นเหตุให้ธุรกิจโรงแรม ภาคเอกชน และธุรกิจรายย่อยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มทหารอเมริกันซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักต้องเร่งปรับตัวอย่างเร่งด่วน

จากปัญหามีจำนวนที่พักไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงต้นทศวรรษที่ 2500 กลายเป็นปัญหาจำนวนที่พักมีมากเกินไปกับจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงปลายทศวรรษที่ 2500 ส่งผลให้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ประกาศระงับการพิจารณาคำขอรับการส่งเสริมการลงทุนกิจการโรงแรมในเขตพัทยาเป็นการชั่วคราวเพื่อชะลอการลงทุนที่มากเกินไปความต้องการของตลาดทางการท่องเที่ยว แต่ก็ไม่บรรลุเป้าหมาย เพราะหลังจากการประกาศระงับการพิจารณาคำขอรับการส่งเสริมการลงทุนกิจการโรงแรมในปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นมา จำนวนห้องพักในเมืองพัทยาก็ยังคงเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 86 และเพิ่มขึ้นอีก 3 เท่า หรือ 3,353 ห้อง ในปี พ.ศ. 2519 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2523) ซึ่งโดยมากเป็นการลงทุนอย่างไม่เป็นทางการของภาคเอกชนรายย่อยในการสร้างห้องพักที่มีจำนวนไม่เกิน 50 ห้อง เพราะโรงแรมขนาดเล็กเหล่านี้ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากและมีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวรายบุคคล หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น จึงไม่ได้รับผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงมากนัก

การปรับตัวสำคัญของพัทยาที่เห็นได้ชัดคือการปรับตัวทั้งเชิงธุรกิจของเอกชนและการปรับตัวเชิงนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐในการสนับสนุนการท่องเที่ยวพัทยา เพราะทั้งสอง

กลุ่มนี้คือตัวแสดงหลักที่สำคัญในการผลักดันให้พัทยาเปลี่ยนสถานะจากชุมชนประมงท้องถิ่นเล็ก ๆ ให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ทั้งนี้ ยุทธการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวพัทยานั้นได้คาบเกี่ยวกับยุคชบเซา เนื่องจากในยุคที่สงครามเวียดนามสิ้นสุดลงใหม่ ๆ พัทยากำลังประสบภาวะทั้ง 2 อย่างไปพร้อม ๆ กันทั้งความชบเซาและการขยายตัวของการท่องเที่ยว

จากปัญหาความชบเซาของนักท่องเที่ยวที่ลดจำนวนลงอย่างรวดเร็วในระยะปี พ.ศ. 2516-2519 ทำให้ภาคเอกชนต้องเผชิญหน้ากับปัญหาขาดทุนเนื่องจากได้ลงทุนโครงสร้างพื้นที่ โดยเฉพาะการสร้างโรงแรมที่พักไปมากมายอย่างก้าวกระโดด สูญเสียรายได้จากการที่เอกชนมุ่งหวังกลุ่มลูกค้าที่เป็นทหารอเมริกันมากจนเกินไป การปรับตัวที่สำคัญของภาคเอกชนคือการปรับเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายที่กว้างกว่าการจับกลุ่มเพียงแค่ทหารอเมริกัน การปรับเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายนี้ครอบคลุมตั้งแต่กลุ่มคนไทยในประเทศกับกลุ่มลูกค้าต่างชาติทั่ว ๆ ไปมากขึ้น การปรับตัวของกลุ่มธุรกิจเอกชนในพัทยาส่วนหนึ่งใช้รูปแบบ “การรวมกลุ่มร่วมมือ” ระหว่างกันและกันเพื่อความอยู่รอด และการเน้นโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพัทยา “สำหรับคนทุกเพศทุกวัย”

การร่วมมือกันระหว่างเอกชนในพัตยานำไปสู่การจัดตั้ง “สมาคมการท่องเที่ยวพัทยา” (Pattaya Resort Association) ในปี พ.ศ. 2517 ในระยะแรกของการจัดตั้งสมาคมนี้ เอกชนที่เข้าร่วมส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น กลุ่มธุรกิจโรงแรม เป็นต้น การเข้าร่วมกลุ่มมีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมและขยายตลาดการท่องเที่ยวเพื่อให้ครอบคลุมลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ทั้งลูกค้าชาวไทยและกลุ่มลูกค้าต่างชาติทุกชาติ นอกจากนี้ยังร่วมกันวางแผนงานพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวร่วมกันแก้ไขปัญหาในพัทยา เช่น ปัญหาสาธารณสุข ปัญหาพื้นที่กิจกรรมต่าง ๆ ปัญหาที่พักอาศัย ปัญหาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากปัญหาบริเวณชายหาดโดยเฉพาะชายหาดพัทยาใต้ที่มีภาคเอกชนรายย่อยประกอบธุรกิจบริการชายหาดเป็นจำนวนมาก ได้แก่ การบริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ บริการจี่มั่ว บริการเก้าอี้ชายหาด บริการเรื่อน้ำเที่ยว บริการสกีน้ำ ตลอดจนบริการสกูเตอร์ซึ่งเริ่มเข้ามาในปี พ.ศ. 2518 ทำให้พื้นที่บริเวณนี้มีความหนาแน่นของประชากรมากถึง 5,000 คนต่อ ตร.กม./วัน ส่งผลให้เกิดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาด ปัญหาความไม่สงบและความไม่ปลอดภัย และการขาดแคลนพื้นที่จอดรถ ในขณะที่พื้นที่บริเวณชายหาดพัทยานี้อิ่มเต็มไปด้วยโรงแรมขนาดต่าง ๆ ซึ่งทางภาครัฐไม่ได้เตรียมการวางผังเมืองเพื่อรองรับการขยายตัวล่วงหน้า ทำให้พื้นที่บริเวณนี้มีราคาสูงถึงตารางเมตรละ 1,250 บาท ขณะที่พื้นที่บริเวณถนนสุขุมวิทราคาไม่เกิน 500 บาทต่อตารางเมตร ส่งผลให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับผังเมืองและการควบคุมการก่อสร้าง ปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัยของแรงงานในภาคบริการการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาเกี่ยวกับสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ โดยเฉพาะเรื่องการ

ขาดแคลนนํ้าจืด และที่สำคัญคือเรื่องการต่อรองกับภาครัฐเกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ เพื่อยกระดับการ
ท่องเที่ยวของบเมืองพัทยาให้อยู่ในความสนใจของรัฐบาลโดยการประสานงานเหล่านี้จะครอบคลุม
ธุรกิจทางการท่องเที่ยวทุกประเภทในเมืองพัทยา รวมไปถึงปัญหาอื่น ๆ เช่นเดียวกัน นอกจากนี้
สมาคมฯยังออกแบบแผนงานสำหรับการฟื้นตัวการท่องเที่ยวในระยะยาว ออกแบบงานรณรงค์เพื่อ
การท่องเที่ยวพัทยา เป็นต้น การรวมกลุ่มเป็นสมาคมการท่องเที่ยวพัทยาส่วนหนึ่งเป็นไปเพื่อ
“สร้างอำนาจต่อรองเชิงนโยบายต่อรัฐบาล” ด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2518, หน้า 22)

การแก้ปัญหาหลักเรื่องการลดจำนวนลงอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวด้วยการ
ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดจากเดิมที่เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นทหารสหรัฐฯ
และชาวต่างประเทศมาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยแทน โดยร่วมกันลดราคาห้องพักเป็นพิเศษ
ถึงร้อยละ 30-50 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และยังโฆษณาข้อดีของโรงแรมในด้านต่าง ๆ เช่น
บรรยากาศของทำเลที่ตั้ง ความสะอาดสบาย รูปแบบบริการที่ตอบสนองความต้องการได้หลากหลาย
สมาคมการท่องเที่ยวพัทยาร่วมกันปรับจุดขายของการท่องเที่ยวและปรับภาพลักษณ์ของโรงแรม
ใหม่ โดยเน้นให้ตอบสนองลูกค้าชาวไทยที่กำลังนิยมเดินทางมาพักผ่อนสุดสัปดาห์ในพัทยา ทั้งการ
โฆษณาลดราคาที่พัก การเน้นข้อดีของการมาพักโรงแรม เช่น มีมาตรฐานระดับนานาชาติในราคาที่
น่าพอใจ เน้นการให้บริการลูกค้าทุกระดับ โรงแรมสะอาดและปลอดภัย (ดุสิต ศิริวรรณ, 2520)
กลุ่มโรงแรมเน้นจุดขายเรื่องมาตรฐานของโรงแรมเปรียบเทียบกับราคาที่จ่าย (น้อยลง) มากขึ้น
และโฆษณาประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของผู้บริหารโรงแรมว่าเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง เป็นมืออาชีพ เช่น
มร.เอ เอ็กส์ แฟสบิน ผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมรอยัลคัลิฟ ที่มีประสบการณ์ในการบริหารโรงแรม
ชั้นหนึ่งมาแล้วหลายแห่ง มร.เน โว แควเปิด ผู้จัดการโรงแรมไฮแอทพัทยา พาเลซ มร.เอ็ด
เฮดเลอร์ ผู้จัดการโรงแรมทรอปิกาน่า ซึ่งคนเหล่านี้ล้วนมีชื่อเสียงในการบริหารโรงแรมมาแล้วใน
ระดับโลก บางแห่งจัดรูปแบบบริการที่แปลกใหม่แก่ลูกค้า เช่น โรงแรมรอยัลคัลิฟจัดให้การเสิร์ฟ
อาหารโดยการสวมใส่รองเท้าสเก็ตเสิร์ฟอาหารลูกค้า เป็นต้น (ขวัญแก้ว อุดมบุญญาภภาพ, 2546,
หน้า 106)

โรงแรมวงศ์อมาตย์มีการจัดกิจกรรมสังสรรค์ริมชายหาดพัทยา มีการว่าจ้างการละเล่น
พื้นบ้านมานำเสนอต่อลูกค้าที่มาพักผ่อน มีรางวัลโบราณ และนำสินค้าจากท้องถิ่นมาจัดแสดงและ
วางขายในโรงแรม และร่วมมือกับชาวบ้านในท้องถิ่นเพื่อร่วมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบ
พื้นบ้านให้แก่นักท่องเที่ยว กลยุทธ์เหล่านี้เป็นไปเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคนไทยในช่วงที่พ่ายเกิด
ความชบเซาจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง

“ตอนค่านั้น มีงานปาร์ตี้ชายหาด ผู้พักใครจะไปร่วมงานด้วยก็ได้ ค่าอาหารคนละหนึ่ง
ชั่ง หรือแปดสิบบาทพอดี ไม่มีค่าบริการต่างหาก ปาร์ตี้ชายหาดที่จริงก็คือ การรับประทานอาหาร

แบบบุฟเฟต์กลางแจ้ง แทนที่จะรับประทานเหงา ๆ อยู่ในบังกะโลตามลำพัง ก็มารับประทานอาหารร่วมกันในหมู่ผู้ที่มาพักในบริเวณเดียวกัน อาหารค่านั้นมีทั้งอาหารบกและอาหารทะเลและเป็นทั้งอาหารไทยและอาหารฝรั่ง ในระหว่างรับประทานอาหาร มีการแสดงเล็ก ๆ น้อย ๆ แก่ผู้ชมในค่ำวันนั้นมีการแสดงเถิดเทิง และรำวง ผู้แสดงเป็นเด็กชาวบ้านแถวนั้น เล่นและรำกันตามเรื่องราว แต่งตัวก็ตามมีตามเกิด ชาวประมงหาหอย ปู ปลาได้สะดวก เพราะมีผู้ต้องการตลอดเวลา งานปาร์ตี้จบลงด้วยการจุดพลุ ซึ่งคุณรัตนา โกมลวนิชย์ บอกว่าซื้อมาจากชาวบ้านซึ่งเขาทำกันเองเสร็จจากปาร์ตี้ชายหาดราวสามทุ่ม ยังไม่ถึงเวลาว่าง เราจึงตัดสินใจไปตกหมึก เพียงแต่แจ้งความประสงค์แก่ทางวงศ์อมตย์ เขาก็จะจัดหาเรือ และอุปกรณ์การตกหมึกพร้อมผู้นำทางให้ ส่วนราคาก็แล้วแต่จะตกลงกัน นอกจากจะไปตกหมึกแล้วบางคนก็ชอบที่จะท่องเที่ยวทะเลไปทั่วถึง ซึ่งทางวงศ์อมตย์จัดเป็นรายการ “Special overnight onboard” เริ่มตั้งแต่ย่านจันทบุรี วันรุ่งขึ้นเรามีรายการตกปลาน้ำลึก” (ปราโมทย์ ทัศนาวรรณ, 2515)

กิจกรรมฟื้นฟูการท่องเที่ยวครั้งแรก ๆ จะเห็นได้ว่าเป็นกิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์และปรับภาพลักษณ์ของพัทยาว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวสำหรับทุกคน โดยใช้รูปแบบส่งเสริมภาพลักษณ์โรงแรมให้ดูดีขึ้นแต่ราคาจับต้องได้ มีภาพลักษณ์ระดับนานาชาติ มีทีมผู้บริหารมืออาชีพ และมีกิจกรรมต่างๆรองรับมากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าคนไทยที่ต้องการความหรูหราในราคาที่ไม่แพง นอกจากนี้สมาคมการท่องเที่ยวพัทยายังพยายามประชาสัมพันธ์ว่าการเดินทางมาเที่ยวในพัทยาสถาบันทำได้สะดวกทั้งการเดินทางโดยรถยนต์และการเดินทางโดยรถโดยสาร โดยรูปธรรม สมาคมฯ ได้ขยายความร่วมมือกับบริษัทรถโดยสารบางบริษัท เช่น บริษัท ไดมอนด์ โค้ช เพื่อให้บริการโดยสารจากกรุงเทพเดินทางมายังพัทยา ขึ้นรถบริเวณย่านราชประสงค์ เปิดให้บริการวันละ 4 เที่ยว ในราคาขอมเยา รถโดยสารบริษัทนี้ส่งผู้โดยสารไปยังทุกพื้นที่ในพัทยาดำเนินการที่ลูกค้าต้องการ “การนั่งรถไดมอนด์ โค้ช ไปพัทยานั้น สบายมากครับถึงจะแพงกว่านั่งรถเมล์ประจำทางก็ตาม แต่ความสะดวกคือไม่ต้องแวะต่อรถเข้าพัทยา รถไดมอนด์ โค้ช จะแวะไปส่งคุณถึงโรงแรมที่พักเลย ใช้เวลาเดินทางด้วยไดมอนด์ โค้ช เพียงสองชั่วโมงคุณก็ถึงพัทยา” (ปราโมทย์ ทัศนาวรรณ, 2515, หน้า 11) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถเดินทางโดยขึ้นรถโดยสารจากสถานีขนส่งผู้โดยสารสายตะวันออก (เอกมัย) ได้อีกด้วย ทำให้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2516 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวพัทยาโดยกลุ่มคนไทยขยายตัวมากขึ้นเรื่อย ๆ อีกปัจจัยที่สำคัญเกี่ยวกับการคมนาคมคือการขยายเครือข่ายเส้นทางการบินในประเทศไทยโดยการดำเนินการปรับปรุงสนามบินดอนเมืองเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและสายการบินพาณิชย์จากทั่วโลกซึ่งแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2516 ส่งผลจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่นกัน

จากกลยุทธ์เพื่อหาทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยขยายตัวขึ้นถึงร้อยละ 60 ในปี พ.ศ.2520 ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวในพืฒนาสามารถประคองตัวเองต่อไปได้ (มร.เนโว เนควาเปิล, 2520, หน้า 32 อ้างถึงใน คุสิต ศิริวรรณ, 2520) การขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยถือว่าเป็นผลลัพธ์ส่วนหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้พืฒนาปรับเปลี่ยนสถานะของตนเองมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับคนทุก ๆ กลุ่มได้ โดยประเมินได้จากตารางที่ 10 ดังนี้

ตารางที่ 10 อัตราการเข้าพักเฉลี่ยและวันพักเฉลี่ยของโรงแรมในเมืองพืฒนา ระหว่างปี พ.ศ. 2518-2521

ปี พ.ศ.	จำนวนห้อง	อัตราการเข้าพักเฉลี่ย
2518	ไม่มีข้อมูล	47.62
2519	3,353	42.08
2520	3,305	50.50
2521	3,339	64.11

หมายเหตุ จำนวนห้องพัก ไม่ได้นับรวมบังกะโล และเกสท์เฮ้าส์ (ที่มา กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2521 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546)

เห็นได้ว่าจากตัวเลขในตารางแสดงให้เห็นถึงตัวเลขการเข้าพักโดยมีค่าเฉลี่ยแนวโน้มเพิ่มขึ้น สะท้อนว่ามาตรการการฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยเน้นกลุ่มคนไทยได้ผลเป็นอย่างดี อาจกล่าวได้ว่า การปรับตัวเพื่อการฟื้นฟูการท่องเที่ยวพืฒนาในระยะแรกได้หันมาเน้นกลุ่มลูกค้าชาวไทยด้วยเช่นกันทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่พืฒนามากขึ้นเรื่อย ๆ มีเงินเดินสะพัดในพืฒนามากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อการจ้างงานและทำให้เกิดเศรษฐกิจเชื่อมโยงกันกับท้องถิ่นที่เข้ามามีส่วนร่วมในแผนฟื้นฟูของเอกชน ชุมชนท้องถิ่นจึงหันเหวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเองเข้ามาสู่ภาคบริการในพืฒนามากขึ้นตามลำดับ

นอกจากภาคเอกชนจะหาทางฟื้นฟูการท่องเที่ยวพืฒนาขึ้นใหม่แล้วภาครัฐยังให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังคงเป็นกลไกหลักในการดำเนินนโยบายฟื้นฟูการท่องเที่ยวพืฒนา และภาครัฐได้วางแผนนโยบายว่าจะต้องหาทางปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์พืฒนาที่ก่อนหน้านี้มีภาพลักษณ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับฝรั่ง เฉพาะกลุ่มเป็นสถานที่ตากอากาศของทหารอเมริกัน คนไทยไม่ควรเข้าไปเที่ยว มีราคาแพง ปรับให้

กลายเป็นภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวระดับหรรษาสำหรับทุก ๆ คน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวจากทุก ๆ ชาติทั่วโลก

การดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐในยุคนี้มีการวางแผนอย่างเป็นรูปแบบ มีระบบแบบแผนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะหลังจากการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515-2519) ภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นและมีการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทำควบคู่ไปกับการสร้างเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบายอย่างต่อเนื่องของรัฐบาล สำหรับพัทยา รัฐบาลไม่ได้เจาะจงเฉพาะกลุ่มทหารอเมริกันอีกต่อไปแล้วเพราะรัฐมองเริ่มมองเห็นว่ารายได้จากกลุ่มทหารอเมริกันเป็นรายได้เพียงชั่วคราว ไม่ยั่งยืน (ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546) ความชอบของนักท่องเที่ยวและปัญหาการขาดทุนของภาคเอกชนในพัทยา ทำให้รัฐช่วยเหลือประชาสัมพันธ์การมาท่องเที่ยวพัทยาอย่างจริงจังทั้งในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วไป โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษผ่านกลไกต่าง ๆ เช่น องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น อนุสาร อ.ส.ท. และสื่อตีพิมพ์ภาษาอังกฤษฉบับต่าง ๆ เช่น Holiday Time in Thailand เป็นต้น จะเห็นได้ว่ารัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวพัทยาไปในวงกว้าง ไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มอีกต่อไปแล้ว คำว่าในวงกว้างหมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกระดับตั้งแต่ระดับทั่วไปจนถึงระดับไฮคลาส และเน้นปรับภาพลักษณ์ของพัทยาว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับคนทุกระดับ เพราะมีสถานบริการด้านท่องเที่ยวทุกระดับในพัทยาให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการ กล่าวคือ

“หาดพัทยา มิได้ถูกจำกัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพียงแต่ชนชั้นสูงอีกต่อไป แต่ยังรวมไปถึงการเป็นสถานที่ที่ได้ออกแบบมาเป็นพิเศษ เพื่อสนองความต้องการของผู้ที่มีรายได้ไม่สูงหรือปานกลาง นักธุรกิจระดับล่าง พนักงานขายตรง แม่บ้าน เด็กนักเรียน หรือแม้กระทั่งเด็กเล็ก ๆ ให้สามารถมีกำลังซื้อได้” (ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 111) และ

“พูดก็พูดเถอะ ปกติคนไทยส่วนใหญ่ น้อยนักที่จะสามารถไปท่องเที่ยวพักผ่อนที่พัทยาได้ นั่นหมายถึงการไปพักที่โรงแรมหรูหรานั้น เทียบกับแบบนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั่วไป แต่ถ้าหมายถึง การเดินทางไปพัทยาแบบจิงลับทัวร์ ไปจอยครายหาด เข้าเก้าอี้บนเล่น อาน้ำทะเลที่พัทยาแล้วขึ้นมาอาบน้ำจืดตามสถานที่บริการอาบน้ำจืดต่าง ๆ ละก็ใครใครก็สามารถไปพัทยาได้” (ปราโมทย์ ทศนาสุวรรณ, 2515, หน้า 79)

นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ถึงความหลากหลายของธุรกิจบริการอาหารระดับนานาชาติสำหรับนักท่องเที่ยวของเมืองพัทยาทุกระดับ

“ที่นี่มีภัตตาคารหรูหราหลายแห่งต่างรสนิยมให้คุณเลือกรับประทานอาหารค่ำ มีตั้งแต่ร้านอาหารธรรมดา ๆ ของชาวบ้านที่ทำกับข้าวอร่อยนัก กินกัน 6-7 คน เพียงแค่ร้อยละสิบเท่านั้นร้านอาหารหรูหราหลายร้าน เช่น คอรัล รีฟ (CORAL REFF) และที่ดีที่สุดในพัทยาคือ เอ้าทริกเกอร์ ใกล้เคียง ๆ กันนั้น ก็มีร้านอาหารน่ารักอีกแห่งคือ ดอล์ฟ ริค (DOLF RIKS) มีขายทั้งอาหารไทยและฝรั่ง อาหารทะเลต่างชนิดก็มี โดยเฉพาะในวันอาทิตย์มีอาหารชื่อดังของอิน โคนีเซียให้ทดลองชิมด้วย อีกร้านหนึ่ง คือ ชาร์ลี ไฮด์ อเวย์ บรรยากาศที่นี่ ถึงขั้นจุดเทียนดินเนอร์กันทีเดียวละ มีวงดนตรีเล็กจับกล่อมเคลิ้ม ๆ ไป ก็เหมือนกินข้าวค่ำอยู่ในซูเปอร์คลับที่ไนท์คลับแห่งในโลก คุณจะสามารหาอาหารกินได้หลายชาติทีเดียวเมื่อไปพัทยา เช่น อาหารอิตาลีตรงไปร้าน มารีโอ (Marios) ที่พัทยาได้นั้นแหละครับ หากอยากใคร่ลิ้มลองอาหารปารีสแบบปารีสแท้ ก็ลองแวะไปที่ร้านมาเดลอน อินท์ (MADELON'S INN) ตรงพัทยาได้ติดชายทะเลเช่นกัน หากขาดอาหารรสไทยแท้หรืออาหารจีนไม่ได้ แน่นนอนทีเดียวครับ เมื่อคุณ ไปถึงพัทยาคุณต้องไปกินที่ โกลเดนแซนด์ (The Golden Sand) แล้วก็มีห้องอาหารญี่ปุ่นชื่อว่า ชิโอะไซ (Shio Sai) ซึ่งเขาเคยว่าเป็นห้องอาหารญี่ปุ่นแห่งเดียวในชายหาดของไทย” (ปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ, 2515, หน้า 64-65)

เห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์สภาพลักษณะของพัทยายังจริงจังเพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวทุกระดับรู้สึกว่ามีที่อยู่ที่นี้ได้ แม้กระทั่งกลุ่ม “จิ้งจิบทัวร์” ก็ยังสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวพัทยาได้หากต้องการ ร้านค้าต่าง ๆ ที่บริการในพัทยาการมีการปรับตัวรองรับนักท่องเที่ยวทุก ๆ กลุ่มเช่นเดียวกัน

นโยบายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพัทยาของรัฐบาลยังถือได้ว่าเป็นการช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่นอิสระต่าง ๆ ส่วนใหญ่ในพัทยาได้ ผู้ประกอบการเหล่านี้มีอาชีพเป็นชาวประมงชายฝั่งแต่ก็ทำธุรกิจเล็ก ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย เช่นการดำเนินกิจการให้เช่าผ้าใบชายหาด ทำร้านอาหารริมทะเลเล็ก ๆ การให้บริการอาบน้ำจืด บริการห้องน้ำ บริการให้เช่าบังกะโลเล็ก ๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการรายย่อยเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังจ่ายไม่มากนักที่เข้ามาเที่ยวพัทยา

แม้ภาครัฐจะพยายามนำเสนอภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาใหม่เพื่อสร้างความนิยมทางการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในหมู่นักท่องเที่ยว แต่จุดขายก็ยังคงเป็นกิจกรรมชายหาดในเวลากลางวันซึ่งไม่ต่างจากบางแสน เหตุนี้ทำให้ภาครัฐต้องหันมาสร้างจุดขายที่แปลกใหม่ให้เมืองพัทยา ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในกิจกรรมบันเทิงเวลากลางคืนควบคู่กันไปในขณะที่บางแสนยังไม่มีบริการ

เมืองพัทยาช่วงก่อนปี พ.ศ. 2515 มีกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับความบันเทิงในเวลากลางคืนเพียง 8-9 แห่ง และโดยมากจะตั้งอยู่ในโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีราคาแพงจึงไม่นิมนักท่องเที่ยวชาวไทย

ไปใช้บริการมากนัก แต่หลังจากประสบปัญหาการขาดทุนประกอบธุรกิจการบริการประเภทบาร์ไนต์คลับ หรือร้านอาหารขนาดเล็กก็ต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่โดยเปลี่ยนรูปแบบการบริการเป็น “บาร์เบียร์” (Bar beer) กลางแจ้งแทน โดยเปิดบริการในฤดูการท่องเที่ยว (High season) เพราะเป็นการลงทุนที่ใช้งบประมาณดำเนินการน้อย และปิดบริการช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low season) เพื่อไปทำธุรกิจประเภทอื่น ต่อมาไม่นานการเกิดขึ้นของบาร์เบียร์ซึ่งถือเป็นแห่งแรกในประเทศไทยก็กลายเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองพัทยา ภาครัฐจึงส่งเสริมภาคเอกชนรายย่อยในการลงทุนประกอบธุรกิจสถานบันเทิงด้วยการสานต่อภาพลักษณ์ของสถานบันเทิงในย่านพัฒนาพงษ์และย่านเพชรบุรีตัดใหม่ เพื่อสร้างจุดขายใหม่ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ “ไม่เคยหลับ” ซึ่งเป็นเรื่องประจวบเหมาะสำหรับนักธุรกิจบริการในเวลานั้น เพราะกำลังพยายามหาวิธีการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อให้ธุรกิจทรงตัวอยู่ได้ โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวยามกลางคืนของพัทยาที่ “ไม่มีเคอร์ฟิว” (ปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ, 2515, หน้า 13)

การมีจุดยืนร่วมกันประกอบกับได้รับความร่วมมือจากเจ้าของที่ดินในเมืองพัทยาหลายแห่ง ซึ่งให้โอกาสในการลงทุนโดยไม่ต้องเสียค่าเช่าในระยะแรกของการดำเนินการ เพื่อเป็นแรงจูงใจในการลงทุน ทำให้ภาคเอกชนรายย่อยจำนวนมากเข้าจับจองพื้นที่ลงทุนตั้งแต่บริเวณชายหาดพัทยาเหนือจนถึงชายหาดพัทยาใต้ ส่งผลให้ธุรกิจสถานบันเทิงกลางคืนในรูปแบบต่าง ๆ ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งธุรกิจบาร์เบียร์ที่เรียงรายอยู่บนถนนเลียบชายหาด ไนต์คลับ บาร์ ดิสโก้เธค ฯลฯ ชื่อเสียงในการให้บริการทางการท่องเที่ยวทุกรูปแบบของเมืองพัทยา ได้กลายเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสบรรยากาศยามค่ำคืนของเมืองพัทยาได้ดีที่สุด (โจนาธาน, 2546, หน้า 83)

“พัทยาในสมัยนั้นก็สามารถกล่าวได้ว่าเป็นเมืองที่ไม่รู้จักหลับ เหมือนกระแสดิ้นที่โหมกระหน่ำทั้งวันและคืน นับแต่ความมืดเข้ามาเยือน แสงสีที่กระหน่ำออกจากดวงไฟสลัวสี ควงแล้วควงเหล่า มันช่างปรุงแต่งให้พัทยากลายเสมือนเป็นเมืองเนรมิต ไม่มีผิด ในยามค่ำคืน เมื่อนักท่องเที่ยวพลัดเปลี่ยนเสื้อผ้าจากชุดเล่นน้ำ เป็นตบแต่งด้วยชุดราตรีอย่างมีบรรยากาศแล้ว เขาอาจเลือกดินเนอร์ในห้องอาหารที่มากด้วยอาหารหลายรูปแบบ ทั้งในภัตตาคารหรือโรงแรม บางคนเลือกที่จะนั่งเฝ้าความสุขอยู่ในโอเพ่นบาร์ริมถนน ขณะที่บางคนเลือกทั้งดื่มและเชิร์มวยเจ้าของกิจการอุตสาหกรรมที่พักพร้อมกับจัดกลุ่มมาวาคิลามวยไทยให้ดูกันบนเวทีที่หน้าเคาเตอร์บาร์ และก็มีไม่น้อยที่ขลุกตัวอยู่ในดิสโก้ที่คึกคักของไปด้วยเสียงดนตรีอันโหมกระหึ่ม”

ขณะเดียวกัน ยังมีธุรกิจบริการอีกรูปแบบหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญมากในการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในเวลานั้นซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจบริการเวลากลางคืน คือ ธุรกิจบริการนำเที่ยวแบบ “เซ็กทัวร์” (Sex tour) กล่าวคือ ธุรกิจประเภทนี้จะมีไกด์พานักท่องเที่ยว

ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชายที่มีอายุระหว่าง 25-44 ปี ไปหาความสุขกับสถานบันเทิงต่าง ๆ ที่มีหญิงบริการทางเพศไว้รองรับด้วย และเมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านี้กลับไปยังประเทศของตนก็จะพูดคุยกันในหมู่คนสนิทมิตรสหาย ต่อมาไม่นาน การบอกเล่าปากต่อปากก็กลายเป็นจุดเริ่มต้นให้สื่อมวลชนจากต่างประเทศเข้ามาทำสารคดีทางการท่องเที่ยวในรูปแบบเช็กทัวร์ที่เมืองพัทยา โดยทำการเผยแพร่ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ในประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในทวีปยุโรปและอเมริกาส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชายที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตรงข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวหญิง อุปสงค์ของการบริการทางเพศดังกล่าวทำให้เมืองพัทยาได้ชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเพศที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ถึงกับมีการนิยามภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาใหม่จาก 3S (Sea Sand Sun) เป็น 4S (Sea Sand Sun Sex)

ตารางที่ 11 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย จำแนกตามเพศ

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยวเพศชาย (ร้อยละ)	นักท่องเที่ยวเพศหญิง (ร้อยละ)
2513	65.45	34.55
2519	66.72	32.28
2520	66.02	33.98
2521	66.76	33.24

(ที่มา: องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2511)

การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวพัทยาของภาครัฐในยุคฟื้นฟูการท่องเที่ยวไม่เน้นภาพลักษณ์ชายหาดที่เงียบสงบ มีธรรมชาติสวยงามบริสุทธิ์อีกต่อไปแล้ว แต่มุ่งเน้นภาพลักษณ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสิ่งต่าง ๆ ให้บริการมากมาย เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีสิ่งปลูกสร้างรองรับการพักผ่อน มีไนต์คลับ บาร์ สถานเริงรมย์ มีที่ท่องเที่ยวในยามกลางคืน มีบรรยากาศอีกทีก็ครึกโครมสนุกสนาน มีกิจกรรมในพัทยาเกิดขึ้นมากมายทั้งกลางวันและกลางคืน เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวแนวบันเทิง พัทยายังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชายหาดที่ “ไม่เหมือน” ชายหาดทั่วไปในภาคตะวันออก หมายถึง พัทยาเป็นชายหาด “บิกินี” มีนักท่องเที่ยวสตรีชาวตะวันตกนิยมใส่ชุดว่ายน้ำสวยงามอยู่ทั่วไปตามชายหาดพัทยาซึ่งถือว่าการใส่ บิกินีเป็นวัฒนธรรมของตะวันตกที่ชาวไทยไม่คุ้นเคยแต่สามารถพบเห็นได้ที่พัทยาที่เดียว และยังมีการปรับภาพลักษณ์พัทยาให้เป็นชายหาดที่มีความทันสมัยไม่เหมือนชายหาดอื่น ๆ เพื่อสร้างจุดขายความแตกต่างในการมาท่องเที่ยวตนเอง (ปราโมทย์ ทัศนสุวรรณ, 2515, หน้า 15)

นอกจากนี้ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการธรรมชาติที่สวยงามบริสุทธิ์อยู่ก็สามารถเดินทางไปเยี่ยมเยือนหมู่เกาะต่าง ๆ ในบริเวณพญาได้เช่นเดียวกัน เช่น การเดินทางไปเกาะล้าน ซึ่งขณะนั้นยังมีสภาพที่สวยงาม ผู้คนไม่เยอะเท่าชายหาดพญา (ปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ, 2515, หน้า 68)

“...ส่วนมากที่ไปพัชามักจะนั่งเรือต่อมาพักผ่อนที่เกาะล้านกันทั้งวัน จนกระทั่งเย็นถึงกลับเข้าสู่พญา เพราะถึงอย่างไรเกาะล้านก็ยังมีความเป็นธรรมชาติมากกว่าหาดพญาซึ่งมีตึก โรงแรมสูง ๆ มากมาย แต่ที่เกาะล้านไม่มีเลย จะมีก็แต่ร้านอาหารแบบชาวบ้าน”

ภาครัฐและภาคเอกชนก็ได้ร่วมมือกันพัฒนาเกาะล้านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่แตกต่างไปจากเมืองชายหาดพญา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนแบบเงียบสงบ และเป็นส่วนตัว เพราะบริเวณเกาะล้านไม่มีความอึกทึก ไม่มีไนท์คลับ บาร์ หรือดิสโก้เทคเหมือนชายหาดพญา เหตุนี้ เป็นที่มาของการดำเนินการสร้างโรงแรมเกาะล้านแวก (Koh Land Vac) ในปี พ.ศ. 2516 ซึ่งเป็นโรงแรมระดับมาตรฐานประกอบด้วยบังกะโลชายหาด 32 หลัง บังกะโลเชิงเขา 32 หลัง และห้องพักภายในโรงแรมอีก 100 ห้อง กำหนดสร้างเสร็จในเดือนกันยายน พ.ศ. 2517 อีกทั้งยังมีสนามกอล์ฟขนาด 400 ไร่ 18 หลุม มาตรฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกระดับ (ปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ, 2515, หน้า 13-15)

“เกาะล้านแวก สิ่งนี้เป็นสิ่งใหม่ของพญา เป็นการช่วยส่งพญาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น คือต่อไปนี้ ใครที่ไม่ชอบชีวิตราตรี หูหრა อีกทั้งก็กรีกโครม และราคาแพงของชายหาดพญาแล้ว ก็ลงเรือไปนอนที่เกาะล้านแวก เพื่อสัมผัสธรรมชาติของทะเลยามค่ำคืน ได้อย่าเต็มอ้อม การใช้ชีวิตสุดสัปดาห์ โดยพักที่เกาะล้านแวกนั้น เป็นการพักผ่อนอย่างแท้จริง สนุกได้แต่เพียงการเล่นน้ำ อาบแดด ตกปลา ดำน้ำ หรือเล่นสกี และสำหรับนักกอล์ฟ ก็คงชอบที่นี่มาก เพราะมีสนามกอล์ฟขนาดมาตรฐานขนาด 18 หลุมให้เล่นด้วย”

การสนับสนุนเกาะล้านคือยุทธศาสตร์ในการเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวในพญาอีกแนวทางหนึ่งที่รัฐและเอกชนร่วมกันวางแผน เกาะล้านมีภาพลักษณ์ว่าเป็นสถานที่ที่สะอาด สงบ และมีกิจกรรมที่น่าสนใจมากมายสำหรับทุกคน (ปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ, 2515, หน้า 78)

“...เกาะล้านเป็นเกาะในทะเลไทยห่างจากกรุงเทพฯ เพียงแค่เอื้อม เป็นสมบัติของคนไทยทุกคน ผมจึงอยากเห็นคนไทยไปเที่ยวเกาะล้านกันมาก ๆ ใช้ชีวิตพักผ่อนสุดสัปดาห์ที่นั่นอย่างอิสระ ปรารถนา สนุกคุ้มค่า...”

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกาะล้าน ทำให้ชาวบ้านท้องถิ่นจำนวนมากเปลี่ยนจากอาชีพการประมงเข้าสู่การขายบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การดัดแปลงเรือประมงเป็นเรือนำเที่ยวของชาวประมงท้องถิ่น (อุดมชัย เสถียรมาส, 2520, หน้า 35)

“...พวกเราหากินอยู่กับการจับปลา ใช้วนลากเบ็ดบ้าง เมื่อก่อนนั้นไม่ต้องออกเรือไปไกล ปลาเยอะไปหมด บ้านเราจับปลาได้ดีกว่าที่อื่น ๆ ในทะเลเดียวกัน ผิดกับเดี๋ยวนี้ ปลาขนาดกลางหายากต้องออกเรือหาทางเกาะคราม เกาะรีน ถึงแม้ว่าในระยะนี้ปลาราคาจะดีก็ตาม เรายังรู้ความผันผวนของค่าครองชีพที่สูงลิบลัวแทบไม่ไหว มาระยะหลังเรือหาปลาส่วนมากรับคนจากกรุงเทพฯออกไปแข่งขันตกปลา ทำให้มีรายได้ขึ้นเยอะ ลำหนึ่งอย่างต่ำก็หกเจ็ดร้อยบาทต่อวัน”

รวมไปถึงการขายอาหารและเครื่องดื่ม การให้เช่าอุปกรณ์ดำน้ำตลอดจนการให้เช่าบ้านของชาวประมงเป็นที่พักรายเดือนในราคาถูก ตั้งแต่เดือนละ 100-300 บาท การรับจ้างบริการนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ การเปิดร้านขายของชำบริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2519, หน้า 84) สิ่งเหล่านี้ทำให้เกาะล้านกลายเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากในเวลาไม่นานนัก

หลังจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนช่วยกันฟื้นฟูการท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วนโดยการปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับคนทุกกลุ่มทุกชาตินโยบายดังกล่าวได้ส่งผลอย่างต่อเนื่องตามมาในเชิงบวกนั้นก็คือยุคนั้นฟูพื้ฟูฟูทำให้พัทยามีภาพลักษณ์และมียุทธศาสตร์สำคัญในการกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก เนื่องจากมาตรการต่าง ๆ ที่ทั้งเอกชนและรัฐบาลนำมาใช้ฟื้นฟูฟูพื้ฟูฟูคือการปรับเปลี่ยนพื้นที่การท่องเที่ยวที่เคยผูกติดอยู่กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มให้กลายเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวนานาชาติรวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วย หมายถึงเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญในยุคต่อมานั่นเอง

ยุคการขยายตัวสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ภาคเอกชนไทยได้เพิ่มยุทธศาสตร์ใหม่เช่นการวางแผนขยายบทบาทของการนำเที่ยวโดยการร่วมมือกับบริษัททัวร์ใหญ่ ๆ ข้ามชาติที่จะสามารถขยายตลาดการท่องเที่ยวในหมู่ชาวต่างชาติ เช่นนักท่องเที่ยวจากทวีปออสเตรเลียและทวีปยุโรป รวมไปถึงนักท่องเที่ยวในภูมิภาคที่มีบริษัทหรือเอเจนซีท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นต้น การขยายตัวความร่วมมือกับบริษัททัวร์ข้ามชาติของเอกชนไทยได้รับการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐของไทยและจากองค์กรระหว่างประเทศด้วยเช่นกัน (พรศิริ เลาห์เรณู, 2514, หน้า 26 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานภาพ, 2546)

การดำเนินงานดังกล่าวส่งผลให้เกิดเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มธุรกิจโรงแรมในพัทยากับกลุ่มบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในด้านการจัดทำกรท่องเที่ยวแบบทัวร์สำเร็จรูป (Package tour) เพื่อนำนักท่องเที่ยวหลายเชื้อชาติเข้ามาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยาโดยตรง โรงแรมหลายแห่งเชื่อมความสัมพันธ์โดยตรงกับบริษัททัวร์ต่างชาติให้นำนักท่องเที่ยวมาพักพัทยาโดยตรงไม่ต้องผ่านกรุงเทพฯก่อน การประชาสัมพันธ์ของโรงแรมขนาดใหญ่ของพัทยาดังแต่ ปี พ.ศ. 2517 เป็นต้นมา จะมุ่งเน้นติดต่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มจัดการธุรกิจท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก เช่น

ความร่วมมือระหว่างบริษัทพญาสาวนำ ทัวร์ (Pattaya Sawanna Tour) กับโรงแรมไฮแอต พัทยา พาเลซ ความร่วมมือระหว่างบริษัทเวิลด์ ทราเวล เซอร์วิส (World Travel Service) กับโรงแรมรอยัล คลิฟ ความร่วมมือระหว่างบริษัท ซี ซี สตาร์ทัวร์ จำกัด กับโรงแรมวิกเอนเดอร์ รวมทั้งความร่วมมือระหว่างบริษัทโดมอนด์ โคซ กับโรงแรมนิภา ลอดจ์ โดยแต่ละโรงแรมจะเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยว เป้าหมายแตกต่างกันเพื่อเป็นการกระจายส่วนแบ่งตลาด เช่น โรงแรมวิกเอนเดอร์จะเน้นนักท่องเที่ยวชาวฮ่องกง โรงแรมโอเชียนวิวจะเน้นนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันและชาวออสเตรเลีย โรงแรมไฮแอต พัทยา พาเลซ เน้นนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวแคนาดา โรงแรมทรอปิคานา เน้นนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียและชาวญี่ปุ่น “โรงแรมของเรายินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว ออสเตรเลีย รวมทั้งนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นจะไม่มีปัญหาเกี่ยวกับภาษาในการสื่อสาร เลยที่โรงแรมทรอปิคานา” (ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 124) ขณะที่คุณเชาว์ จิริมงคล เจ้าของโรงแรมวิกเอนเดอร์ กล่าวว่า “ผมกล้าคุยได้เลยว่า ปีหนึ่ง ๆ ผมขนนักท่องเที่ยวจากฮ่องกงมา พัทยาถึงเป็นจำนวนหมื่นคน” (เชาว์ จิริมงคล, 2520, หน้า 30 อ้างถึงใน ดุสิต ศิริวรรณ, 2520) แสดงให้เห็นว่าภาคเอกชนไทยได้ร่วมมือกับเอกชนต่างชาติอย่างจริงจังในการนำพานักท่องเที่ยว จากต่างชาติเข้ามายังพัทยา

ความนิยมการท่องเที่ยวประเทศไทยแบบเหมาจ่ายของชาวออสเตรเลียและชาวยุโรปมี เพิ่มขึ้น บริษัทที่ทำแพคเกจทัวร์แบบเหมาจ่ายได้นำนักท่องเที่ยวจำนวนมากจากประเทศของตนเองเดินทางมาพักผ่อนยังประเทศไทยในช่วงฤดูหนาวโดยเฉพาะการเดินทางมาตากอากาศที่เย็นสบายกว่าในไทย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวออสเตรเลียเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 เป็นต้นมา ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและทหารอเมริกันมีแนวโน้มลดลง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในไทย มาจากเยอรมันเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.24 อิตาลี เพิ่มขึ้นร้อยละ 50.82 ฝรั่งเศสเพิ่มขึ้นร้อยละ 77.73 การเสริมความร่วมมือของภาคเอกชนไทยกับ บริษัททัวร์ต่างชาติทำให้อัตราค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการนำเที่ยวนั้นเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 14 ในปี พ.ศ. 2507 เป็นร้อยละ 16.8 ในปี พ.ศ. 2517 ความนิยมในการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายของชาวต่างชาติยังทำให้จำนวนวันพักผ่อนในประเทศไทยยาวนานขึ้นด้วย (ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 122-123)

การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของพัทยาว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก มีมาตรฐาน เทียบเท่าชายหาดระดับโลกหลายแห่ง มีธรรมชาติสวยงาม มีทั้งพื้นที่ชายหาดและหมู่เกาะ มี กิจกรรมทั้งกลางวันและกลางคืน มีสถานบริการนักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบในราคาที่ถูกลงมากหากเทียบกับชายหาดอื่น ๆ ที่มีมาตรฐานระดับโลก (กลอศ รัตนา, 2520, หน้า 30; วันชัย บุญกุล, 2520, หน้า 28 อ้างถึงใน ดุสิต ศิริวรรณ, 2520) และสามารถเดินทางมาเที่ยวพัทยาได้ตลอดทั้งปี

“คุณจะหาสถานตากอากาศในโลกที่เหมือนพัทยาได้ ผมเคยไปชายหาดเกือบทั่วทุกมุมโลก พัทยาของเราพอเทียบได้กับสวาย การที่จะเป็นสถานตากอากาศได้จะต้องมี 3 เอส คือ ซัน แชน และ ซี ซึ่งพัทนามีครบหมด เรายังมีเกาะ 4-5 เกาะ ซึ่งใช้เวลาเดินทางเพียงชั่วโมงเศษหรือสองชั่วโมง ที่เกาะล้านของเรามีวิวใต้ทะเลที่งดงาม สามารถดำน้ำ ยิงปลาได้ ค่าใช้จ่ายถูก ถ้าเป็นสวายต้องใช้มากกว่าถึง 10 เท่า พัทยายังเป็นอ่าว คลื่นลงสงบ เล่นสกี สกูเตอร์น้ำและพาราเซลได้ ซึ่งชายหาดไม่กี่แห่งทั่วโลกที่สามารถเล่นพาราเซล เรายังมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมทันสมัย ไนท์คลับ การเดินทางสะดวก จากนครหลวงเพียง 2 ชั่วโมงเศษ และจากพัทยายังสามารถไปถึงระยอง เมืองจันทร์ ไปดูพลอย และใกล้ ๆ กันนี้ที่บางเสร่ ไปตกปลาน้ำจืด เทียบกับบาห์ลีซึ่งเป็นสถานที่สวยงามมาก แต่บาห์ลีมีหาดทรายสั้น ๆ นักท่องเที่ยวลงไปว่ายน้ำไม่ได้ เพราะหินคมมาก เขามีป้ายบอกห้ามเดินบนหาดทราย มีเปลือกหอยบาดเท้าได้ ต้องมาว่ายน้ำในสระ น้ำโรงแรมและเวลากลางคืนไปไหนไม่ได้ บ้านเมืองยังเป็นป่าอยู่ มีอันตราย และไม่มีไนต์คลับสำหรับเที่ยว ขณะที่ญี่ปุ่นเสียเงินตราเพื่อการท่องเที่ยวที่เกาะกวมและสวายมาก เขาต้องย้ายคนของเขามาเที่ยวที่พัทยา ซึ่งถูกกว่ากันถึง 4 เท่า และแน่นอนที่สุด ในอนาคตพัทยาจะเป็นสถานที่ตากอากาศซึ่งคนทุกชาติทุกภาษาใฝ่ฝันอยากมีโอกาสมาเที่ยวสักครั้ง”

ภาคเอกชนและภาครัฐยังผลักดันพัทยาให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลกอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ทำให้พัทยาสามารถสร้างชื่อเสียงของตนเองได้อย่างรวดเร็วจนทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติต่างพากันเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวพัทยาอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2519, หน้า 72-73) ด้วยเหตุดังกล่าวหลังปี พ.ศ. 2517 จึงทำให้พัทยากลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมนอกกรุงเทพฯ ที่มีนักท่องเที่ยวจากต่างชาติเดินทางมาเยี่ยมชม โดยรายได้จากการท่องเที่ยวพัทยามีส่วนสูงถึง 1 ใน 5 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย จากร้อยละ 14.8 ในปี พ.ศ. 2515 มาเป็นร้อยละ 15.5 ในปี พ.ศ. 2517 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2519, หน้า 79)

นอกจากนี้ภาครัฐและภาคเอกชนยังร่วมมือกันพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมระดับนานาชาติ เนื่องจากการจัดตั้งองค์การระหว่างประเทศขึ้นที่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับสหประชาชาติ เช่น ESCAP UNICEF UNDP รวมทั้งองค์การชำนาญต่าง ๆ เช่น UNESCO ILO FAO และองค์การระหว่างประเทศอื่น ๆ อย่างเช่น SEATO โดยประเทศไทยเป็นยี่สิบประเทศแรกที่มีสำนักงานขององค์การระหว่างประเทศตั้งอยู่มากที่สุด อีกทั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 เป็นต้นมา กรุงเทพฯยังอยู่หนึ่งในยี่สิบเมืองหลวงจากชาติต่าง ๆ ที่มีการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุด โดยมีการจัดประชุมทั้งหมด 66 ครั้ง ในปี พ.ศ. 2516 และเพิ่มขึ้นเป็น 74 ครั้ง ในปี พ.ศ. 2518 (ขวัญแก้ว อดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 126)

อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการรองรับผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติของประเทศไทย ยังคงเป็นรองประเทศอื่น ๆ มากเพราะขาดความพร้อมด้านสถานที่จัดประชุม ดังนั้น ทาง อ.ส.ท. จึงกำหนดนโยบาย อินเทนซีฟ ทราเวล (Intensive travel) เพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวควบคู่กับการจัดการประชุม โดยให้ภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ในเมืองพัทยาเริ่มขยายบทบาทของโรงแรมในการเป็นสถานที่สำหรับการจัดประชุมในโอกาสต่าง ๆ เพราะถึงแม้ผู้เข้าร่วมประชุมจะไม่ใช่นักท่องเที่ยวเป้าหมายหลัก แต่การรองรับผู้เข้าร่วมประชุมก็หมายถึงการเพิ่มจำนวนของผู้ใช้บริการในโรงแรมและอย่างน้อยที่สุดการประชุมในระดับชาตินั้นก็ต้องมีผู้ร่วมประสานงานประมาณ 500 คน และมีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างชาติถึงครึ่งละ 200-300 คน เหตุนี้ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ต่าง ๆ พยายามนำเสนอความทันสมัยและรูปแบบของการบริการที่ครบถ้วน เพื่อให้บรรยากาศของการจัดประชุมเป็นเหมือนการพักผ่อน เช่น โรงแรมรอยัล คลิฟ ซึ่งนอกจากจะสร้างห้องประชุมขนาดใหญ่ที่รองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้มากถึง 1000 คน ห้องประชุมขนาดเล็กซึ่งแต่ละห้องรองรับคนได้ 50 คน ห้องพักสำหรับรับรองผู้ที่มาร่วมงานถึง 650 ห้องแล้วยังสร้างโรงภาพยนตร์ขนาด 610 ที่นั่ง ในที่ลับที่สามารถรับรองคนได้มากกว่า 200 คน ศูนย์การค้าและลานโบว์ลิ่งอีก 16 เลน ขณะที่โรงแรมเอเชีย พัทยา สร้างห้องประชุมที่รองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้ 400 คน พร้อมกับสร้างสนามกอล์ฟเล็กอีก 9 หลุม และบาร์ในสระน้ำ รวมทั้งโรงแรมริเจนท์ พัทยา ที่สร้างห้องประชุมให้รองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้ 300 คน โรงแรมสยาม เบย์ชอร์ และโรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ แชนด์ ก็สร้างห้องประชุมขนาดใหญ่ให้รองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้อย่างต่ำ 1000 คน และแน่นอนว่า บทบาทของการเป็นสถานที่ประชุมของโรงแรมต่าง ๆ ก็กลายเป็นจุดประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในเวลานั้นด้วย (คลอว์ ริคคา, 2520, หน้า 35 อ้างถึงใน ดุสิต ศิริวรรณ, 2520)

“เป็นโรงแรมที่ตั้งบนเชิงเขา มีหาดทรายของตัวเองเป็นส่วน สระส่ายน้ำขนาดใหญ่ 2 สระ และสระว่ายน้ำสำหรับเด็ก สิ่งอำนวยความสะดวกมี คลิฟคอฟฟี่ชอป คอกเทลบาร์ เทอเรซ กริลล์ ห้องอาหารและ แอ็กไมรัล ในดัลลัส เปิดบริการทุกวัน เว้นวันอาทิตย์ ชอปปี้งาเขต ห้องทาบ อบ นวด และ โบว์ลิ่ง 16 เลน ห้องโถงใหญ่และห้องโถงเล็กสำหรับการประชุมและงานเลี้ยงรับรอง”

การผลักดันของภาคเอกชนและภาครัฐ ทำให้พัทยากลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกจำนวนมากต่างเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวพัทยา สิ่งที่เกิดขึ้นทำให้คนไทยที่ต้องการประกอบอาชีพต่าง ๆ ในพัทยาดังเดินทางเข้ามาทำมาหากินในพัทยาจำนวนมากด้วยเช่นกัน พัทยาจึงเป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวจากหลากหลายชาติและมีแรงงานอพยพและผู้ประกอบการต่างถิ่นอาศัยอยู่ หลังปี พ.ศ. 2517 เป็นต้นมา โดยเฉพาะผู้หญิงที่ประกอบ

อาชีพบริการทางเพศ ผลสำรวจพบว่าผู้หญิงที่ทำอาชีพนี้ในบริเวณพัทยามีประมาณ 500 คน จากกลุ่มผู้หญิงที่ทำงานในสถานบริการเรีงรณณ์ทั้งหมด 5,530 คน นอกจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะนิยมท่องเที่ยวสถานเรีงรณณ์ในยามค่ำคืนแล้วยังปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวไทยก็ยังนิยมท่องเที่ยวในลักษณะนี้ด้วยเช่นกัน ถึงแม้ว่าสหรัฐอเมริกาจะถอนทหารของตนเองออกจากประเทศไทยไปแล้วแต่หลังปี พ.ศ. 2520 พัทยายังเป็นสถานที่รองรับทหารสหรัฐฯ ที่ตั้งฐานทัพในประเทศอื่นที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวพัทยาเช่นเดิม ดังนั้น อาชีพบริการทางเพศแก่นักท่องเที่ยวในพัทยายังคงมีเช่นเดิมและเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้พัทยา “มีชื่อเสียง” อีกทางหนึ่งด้วย อาชีพบริการทางเพศได้รับความนิยมในหมู่สตรีชาวไทยเป็นจำนวนมากจนถึงกับขึ้นให้มีการจัดอบรมอาชีพการให้บริการทางเพศอย่างถูกต้องและปลอดภัย ไม่มีปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด ดังคำกล่าวที่ว่า (ประกิจ อุดมโต, 2528, หน้า 21 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546, หน้า 130)

“...ส่วนใหญ่ตอนที่มีเหตุการณ์พิเศษ อย่างเช่นมีเรือรบของทหารสหรัฐฯ เข้ามา ก็จะมีผู้หญิงพวกนี้จากกรุงเทพฯ มาสมทบกันมาก ถ้าในช่วงที่มีทหารเรือสหรัฐฯ เข้ามานี้ก็จะมีหญิงบริการจากแหล่งอื่นประมาณ 4-5 พันคน ส่วนใหญ่ก็มาจากท่าเรือคลองเตยในกรุงเทพฯ นี่เองพวกนี้เป็นพวกที่หูดาวไวมัก”

อาจกล่าวได้ว่าการขยายตัวของพัทยากลายเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกนั้นเติบโตควบคู่ไปกับการขยายตัวของอาชีพบริการทางเพศในพัทยาก็ด้วย นอกเหนือจากการผลักดันการท่องเที่ยวพัทยาโดยเอกชนแล้วภาครัฐก็มีบทบาทที่สำคัญด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจากรัฐบาลต้องการนำเงินตราการท่องเที่ยวจากชาวต่างชาติเข้าสู่ประเทศไทยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 และต้องการขยายพัทยาให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลกเช่นเดียวกันกับภาคเอกชน รัฐบาลได้ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวพัทยาทั้งโดยการทุ่มงบประมาณประชาสัมพันธ์พัทยาในระดับโลก วางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวร่วมกันกับเอกชนอย่างใกล้ชิดสร้างภาพลักษณ์พัทยาให้สูงขึ้นและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับทุกกลุ่ม รัฐผลักดันเชิงนโยบายผ่านองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งถือว่าเป็นกลไกสำคัญของรัฐ สำหรับยุคการผลักดันพัทยาเข้าสู่เมืองท่องเที่ยวระดับโลก แผนงานขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เน้นจัดกิจกรรมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในกลุ่มชาวยุโรปมากกว่า ทศวรรษก่อนอย่างเห็นได้ชัด เช่น การวางแผนร่วมกันกับเอกชนเพื่อจัดทำแผนธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อนำไปเสนอขายให้แก่ชาวยุโรป ร่วมกันอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวจากชาติต่าง ๆ ให้สามารถเดินทางเข้ามายังพัทยาได้ง่ายขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ชาวเอเชีย ชาวออสเตรเลีย ชาวญี่ปุ่น ชาวฮ่องกง ฯลฯ ที่นิยมท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย นอกจากนี้ยังมีการขยายสาขาขององค์การ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไปยังประเทศอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจังของรัฐเช่นกัน (ขวัญแก้ว อุดมบุญญานุภาพ, 2546)

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สร้างภาพลักษณ์พัทยว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายจุดประสงค์ (Multi purpose) หมายถึง พัทยา มีรูปแบบกิจกรรมให้เลือกมากมายหลายชนิด มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย และมีสถานที่บริการต่าง ๆ ที่นอกเหนือไปจากการท่องเที่ยว (เช่น การบริการสถานที่ประชุมระดับนานาชาติ เป็นต้น) ภาครัฐได้วิเคราะห์ประมวลจุดแข็งของการท่องเที่ยวพัทยาว่าจะอย่างไรให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจที่จะกลับมาอีกครั้งหนึ่ง และหาทางสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกอื่น ๆ เพื่อลบจุดอ่อนที่ว่าพัทยาเป็นเมืองผู้หญิงขายบริการทางเพศและเป็นสถานที่ “เซ็กส์ทัวร์” ในสายตานักท่องเที่ยวทั่วไป

ภาครัฐเน้นจุดขายพัทยาว่า “เป็นเมืองสวรรค์” ซึ่งหมายถึงการสร้างความปลอดภัยอย่างไม่มีวันลืมให้แก่นักท่องเที่ยว (Tourism Authority of Thailand, 1978, p. 40) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 เป็นต้นมา ภาครัฐเน้นจุดขายพัทยาในเรื่อง ความเป็นทันสมัย ความมีระดับในราคาประหยัด รัฐบาลได้วางภาพลักษณ์พัทยาให้เป็นแหล่งบันเทิงทุกระดับที่กว้างครอบคลุมกลุ่มลูกค้ามากกว่ายุคก่อนเพื่อรองรับพัทยาเข้าสู่ระดับโลก โดยมีแผนงานว่าจะยกระดับพัทยาให้กลายเป็นแหล่งบันเทิงระดับชาติและสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวของเอกชนด้วยการผ่อนปรนกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ตามที่เห็นสมควรโดยเฉพาะธุรกิจบันเทิงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจไนท์คลับ บาร์เบียร์ ร้านอาหารกึ่งผับ เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์พัทยาสู่ระดับโลกของรัฐ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2523, หน้า 11-12) และเพื่อให้พัทยากลายเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวให้นำเงินมาใช้จ่ายในพัทยานานาน ๆ (บริสุทธิ ประสพทรัพย์, 2526, หน้า 59)

ขณะเดียวกันยังมีการสร้างจุดขายเฉพาะตัวของเมืองพัทยา เพื่อสร้างการจดจำ และดึงดูดนักท่องเที่ยว กล่าวคือ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและอำเภอบางละมุงได้ร่วมมือกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองพัทยา เพื่อจัดเทศกาลพัทยาขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 25-27 มีนาคม พ.ศ. 2520 โดยมีวัตถุประสงค์ให้งานเทศกาลพัทยาเป็นงานประเพณีประจำเมืองพัทยาที่จัดขึ้นต่อเนื่องในทุก ๆ ปี เพื่อส่งเสริมให้ศิลปวัฒนธรรมไทยเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ขณะเดียวกันก็ต้องการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติด้วยการแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย การแห่ขบวนรถบุปผชาติ และการประกวดนางงามบุปผชาติ ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นจำนวนถึงร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ส่งผลดีต่อธุรกิจบริการการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาทุกประเภท เห็นได้จากธุรกิจโรงแรมที่ได้รับการติดต่อจองห้องพักล่วงหน้าถึง 1 เดือนก่อนเริ่มเทศกาลในทุก ๆ ปี กล่าวได้ว่า การจัดเทศกาลพัทยาได้สะท้อนเห็นความเอาใจใส่ของ

ภาครัฐที่พยายามส่งเสริมความเป็นไทย ควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ของสถานท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ได้อย่างลงตัวและชัดเจนมากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศไทยในเวลานั้นด้วย

นโยบายของภาครัฐในการพัฒนาเมืองพัทยาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่นกัน คือ การจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาขึ้นในปี พ.ศ. 2521 ซึ่งนับเป็น แผนพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบฉบับแรกประกอบด้วยแผนพัฒนาที่ดินทางการท่องเที่ยว แผนพัฒนาโครงข่ายคมนาคม และแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการยกระดับ เมืองพัทยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก แผนหลักนี้จัดทำขึ้นโดยองค์การความช่วยเหลือระหว่าง ประเทศญี่ปุ่น (Japan International Agency: JICA) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการความร่วมมือทาง วิชาการจากรัฐบาลญี่ปุ่นมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ดังนี้

1. คงสภาพพัทยาเอาไว้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับชาติ โดยรักษาสภาพแวดล้อมพัทยา เอาไว้ให้ดีที่สุด

2. พัฒนาพัทยาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยกิจกรรมทางทะเลต่าง ๆ และ กิจกรรมภาคพื้นดินต่าง ๆ ให้เพียงพอเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ในส่วนของขอบเขตของแผนจะครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่ท่าเรือถึงนาจอมเทียน รวมทั้ง พื้นที่เกาะล้าน และกำหนดระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520-2524 ทั้งนี้ ได้แยกการ ดำเนินการออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 ระหว่างปีพ.ศ. 2520-2524 และช่วงที่ 2 ระหว่างปีพ.ศ. 2525-2529

ปัจจัยสำคัญเหล่านี้ ส่งเสริมให้บทบาทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาดังแต่ ปี พ.ศ. 2515 ชัดเจนมากยิ่งขึ้น แม้ภายหลังจากการถอนฐานทัพของทหารสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2517 จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐฯ ในประเทศไทยลดจำนวนลงมากจากร้อยละ 2.7 ในปีพ.ศ. 2516 มาเป็นร้อยละ 29.5 ในปี พ.ศ. 2518 ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศ แต่สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองพัทยากลับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย และเมืองพัทยา ระหว่างปี พ.ศ. 2515-2521 ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยและเมืองพัทยา ระหว่างปี พ.ศ. 2515-2521

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย	นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเมืองพัทยา
2515	820,758	98,500
2516	1,037,737	123,800
2517	1,107,392	165,400
2518	1,180,075	211,700
2519	1,098,442	215,530
2520	1,220,672	210,900
2521	1,453,839	202,500

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบรายได้การท่องเที่ยวจากต่างประเทศของประเทศไทยและเมืองพัทยา

ปีพ.ศ.	รายได้ของทั้งประเทศ (ล้านบาท)	รายได้ของเมืองพัทยา (ล้านบาท)	คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ
2515	2,718	402	14.80
2516	3,457	463	13.40
2517	3,852	618	16.04
2518	4,535	944	20.80

(ที่มา: องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2515)

นอกจากนี้จากนโยบายที่ต้องการผลักดันให้พัทยากลายเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ภาครัฐได้พยายามยกระดับพัทยาซึ่งเป็นชุมชนขนาดใหญ่ ประกอบด้วยจำนวนประชากรมากกว่า 20,000 คน เข้าสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ซึ่งการยกระดับพัทยาในฐานะเป็นศูนย์กลางของเมืองท่องเที่ยว (Resort city) นั้นนอกจากรัฐจะวางโครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมโดยการปรับปรุงถนนสุขุมวิทจากบางปะกง-ชลบุรี ไปพัทยาโดยตรง ด้วยการปรับถนนให้มีมาตรฐานสูงขึ้น และขยายระยะทางจากบางนาถึงพัทยาเป็น 4 ช่องทาง ซึ่งดำเนินการแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2521 (กรมทางหลวง, 2545, หน้า 5) ภาครัฐได้ส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ในบริเวณพัทยาอีกหลายแห่ง เพื่อพัฒนาและดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกด้วย ภาครัฐยังเน้นประชาสัมพันธ์ไปยังต่างประเทศ

โดยการตีพิมพ์บทความและการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนในพัทยา เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนในพัทยาให้ยาวนานขึ้น

แม้การก้าวเข้าสู่ความเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับนานาชาติ จะส่งผลแง่บวก โดยทำให้เกิดการขยายตัวในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างประชากร ด้านแรงงานอพยพ รวมทั้งองค์ประกอบพื้นฐานด้านอื่น ๆ แต่ในทางกลับกัน ก็ทำให้เมืองพัทยาดึงดูดกับปัญหาต่าง ๆ มากมาย เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาความสงบและความปลอดภัย ปัญหาเกี่ยวกับผังเมืองและการควบคุมการก่อสร้าง ปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัยของแรงงานภาคบริการทางการท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ

ปัญหาเหล่านี้มีขอบข่ายกว้างขวางและสลับซับซ้อนและส่งผลกระทบแง่ลบต่อการบริหารของเมืองพัทยา กล่าวคือ การปกครองรูปแบบสุขาภิบาลนาเกลือในเวลานั้นไม่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงมาก การประสานงานระหว่างหน่วยงานท้องถิ่นและรัฐวิสาหกิจยุ่งยาก งบประมาณมีน้อย ไม่ทันกับปัญหาที่ต้องแก้ไขปรับปรุงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวมีปัญหา มีการทำผิดกฎหมายต่าง ๆ ในพัทยาเพิ่มขึ้น มีการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ขาดความสะอาดเรียบร้อย ผังเมืองสับสน มีการก่อสร้างไม่เป็นเวลาจนทำให้เกิดอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว และมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งคาวโลกีย์มากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวแบบครอบครัว และปัญหาที่สำคัญคือปัญหาความขัดแย้งในบทบาทหน้าที่รับผิดชอบระหว่างนายกเมืองพัทยากับปลัดเมืองพัทยา (นาตาชา วสินดิolk, 2540, หน้า 3) ซึ่งโดยรวม ๆ แล้วเป็นปัญหาของท้องถิ่นที่ไม่มีประสิทธิภาพในการจัดการเมืองพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยวระดับโลกนั่นเอง

อย่างไรก็ตามความสำคัญของเมืองพัทยาในฐานะเมืองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้กับประเทศอย่างมากในแต่ละปี กระทรวงมหาดไทยจึงแต่งตั้ง “คณะกรรมการการศึกษาหาข้อมูลสำหรับการพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษที่พัทยา” ให้พิจารณาหาแนวทางในการบริหารเมืองพัทยาที่เหมาะสม เพื่อร่างกฎหมายการปกครองท้องถิ่นเมืองพัทยาใหม่โดยเหตุผลในคำสั่งกระทรวงมหาดไทยที่ 736/2519 ลงวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2519 ระบุว่าเมืองพัทยานอกจากจะมีความเจริญในด้านวัตถุแล้ว อัตราการถ่ายเทของประชากรในเมืองพัทยาก็อยู่ในระดับสูง แต่ไม่แน่นอนเหมือนท้องถิ่นทั่วไป และพัทยามีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก จากศักยภาพของเมืองพัทยามีความพร้อมในด้านต่าง ๆ พัทยาจึงเป็นเมืองแห่งหนึ่งที่ได้รับการจับตามองและให้ความสำคัญในการพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ

เหตุนี้กลายเป็นที่มาของการเสนอการปกครองรูปแบบสภาและผู้จัดการ (Council and manager form) หรือผู้จัดการเทศบาล (City manager) มาใช้ที่เมืองพัทยา เพราะรูปแบบนี้จะรวมอำนาจนิติบัญญัติและอำนาจบริหารไว้ที่สภาท้องถิ่น โดยให้ผู้บริหารที่เข้ารับตำแหน่งตามสัญญาว่าจ้างบริหารงานในรูปแบบธุรกิจภายใต้นโยบายของสภาท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นลักษณะที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะเมืองพัทยานามากที่สุด คณะรัฐมนตรีจึงเสนอเหตุผลประกอบร่างพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยาต่อรัฐสภา เพื่อร่างเป็นกฎหมายในปี พ.ศ. 2521 ดังนี้

“เนื่องจากเขตสุขาภิบาลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ได้เจริญก้าวหน้าในทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมมาพักผ่อน จึงทำให้รายได้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก การที่ท้องถิ่นนี้ได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วเช่นนี้ ได้ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม สิ่งแวดล้อม การผังเมือง และการควบคุมการก่อสร้างอาคารพร้อมกันด้วย ซึ่งปัญหาเหล่านี้ไม่เกี่ยวข้องกับประชาชนในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังผลกระทบเกี่ยวโยงไปถึงผลประโยชน์และรายได้ของชาติ โดยเฉพาะในเรื่องการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีกด้วย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการร่วมมือกันหาทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยรีบด่วน และที่รัฐบาลได้พิจารณาเห็นว่าในปัจจุบันการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบสุขาภิบาล ไม่เหมาะสมกับท้องถิ่นแห่งนี้ หลายประการ สมควรจัดระเบียบการปกครองในท้องถิ่นนี้ใหม่ ให้เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจและสังคม และเพื่อให้สามารถแก้ปัญหของท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน ได้คำนึงถึงหลักแห่งการปกครอง โดยให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการปกครองตามหลักการปกครองระบอบประชาธิปไตยอีกด้วยจึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติขึ้น” (ไพโรจน์ โพธิ์ไธสง, 2527, หน้า 25)

ผลแห่งพระราชบัญญัตินี้ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521 เมืองพัทยาจึงเปลี่ยนจากการอยู่ภายใต้การปกครองของสุขาภิบาลนาเกลือเป็นการปกครองรูปแบบผู้จัดการเมือง ทำให้เมืองพัทยานี้อาจเทียบเท่าเทศบาลนครที่มีอิสระในการปกครองและการเก็บภาษีด้วยตนเอง การปกครองเมืองพัทยาตามพระราชบัญญัติบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 ซึ่งถือได้ว่าเป็นรูปแบบองค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษเช่นเดียวกับการปกครองส่วนกรุงเทพมหานคร ความพิเศษนอกจากจะเป็นการปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีรูปแบบนี้เพียงแห่งเดียวในประเทศไทยแล้วยังเป็นรูปแบบการปกครองที่นำเอารูปแบบการบริหารจัดการและวิธีคิดในการบริหารมาจากธุรกิจเอกชนมาปรับใช้บริหารเมืองพัทยาด้วย ตาม พรบ.บริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 ได้แบ่งส่วนการปกครองออกเป็นสองส่วนใหญ่ ๆ คือ 1. สภาเมืองพัทยา (ฝ่ายนิติบัญญัติ) 2. ปลัดเมืองพัทยา (ฝ่ายบริหาร) (นาตาชา วศินดิolk, 2540, หน้า 76-77) การจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพิเศษเมืองพัทยานี้นับว่าประสพความสำเร็จที่สำคัญก็คือการขยายบทบาทหน้าที่ในการรับผิดชอบบริหารจัดการ

การเมืองพัทยาเพื่อรองรับเมืองพัทยาที่กำลังขยายตัวเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ซึ่งมีความสลับซับซ้อนมากมายในแง่การบริหารจัดการ ซึ่งรูปแบบการปกครองแบบเดิมไม่สามารถจัดการกับความซับซ้อนเหล่านี้ได้

สรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการขยายตัวทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในช่วงปี พ.ศ. 2515-2521 คือ ปัญหาความชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะเหล่าทหารอเมริกันที่เคยเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของเมืองพัทยา ทำให้บรรดาภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ขาดทุนอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพยายามปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้มีรูปแบบบริการทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งกิจกรรมในช่วงเวลากลางวันและกลางคืน เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยรวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจากทวีปต่าง ๆ รวมทั้งในทวีปเอเชีย เหตุนี้ เป็นที่มาของธุรกิจสถานบันเทิงยามค่ำที่หลากหลายรูปแบบที่สร้างความพร้อมของอุปทานทางการท่องเที่ยว ทำให้เมืองพัทยาสามารถเทียบได้กับชายหาดที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ ทั่วโลก ความสำเร็จดังกล่าวทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันผลักดันเมืองพัทยาให้เข้าสู่ระดับนานาชาติ ด้วยส่งเสริมบริการทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้มีเอกลักษณ์ที่ผสมผสานประเพณีท้องถิ่นและความทันสมัยเข้าด้วยกันอย่างลงตัว พร้อมกับการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการจัดการทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาขึ้นโดยองค์การความช่วยเหลือระหว่างประเทศญี่ปุ่น ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ภาครัฐมุ่งมั่นในการยกระดับเมืองพัทยาขึ้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ซึ่งการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเข้าสู่ระดับนานาชาติ นอกจากจะสร้างความเจริญด้านวัตถุแล้วอัตราการถ่ายเทของประชากรในเมืองพัทยาก็อยู่ระดับสูงและไม่แน่นอนเหมือนท้องถิ่นทั่วไป ทั้งนักท่องเที่ยว นักลงทุน รวมทั้งแรงงานอพยพต่าง ๆ ทำให้การปกครองรูปแบบสุขาภิบาลแบบเดิมไม่สามารถบริหารเมืองพัทยาได้ทันกับความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วดังกล่าวได้ รัฐบาล จึงได้ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 ขึ้นเพื่อยกฐานะเมืองพัทยาขึ้นเป็นเขตปกครองรูปแบบพิเศษ นับเป็นแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย ทำให้เมืองพัทยานี้อิสระในการบริหารและพัฒนาศักยภาพต่าง ๆ ของตนเองได้อย่างเต็มที่ ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลต่อพัฒนาการทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในเวลาต่อมา

ยุคแห่งการเป็นเมืองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของพัทยา (พ.ศ. 2521 - 2535)

ภายหลังการประกาศยกฐานะเป็นเมืองพัทยาดังที่กล่าวแล้วข้างต้น เมืองพัทยาก็แปรสภาพเป็นเมืองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ สภาพของเมืองมีระเบียบและมีกฎเกณฑ์กว่าเคยเป็นมา มีการจัดระเบียบการคมนาคมให้เดินทางสะดวก เพื่อความคล่องตัวของการจราจรและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินเล่นตามชายหาด มีการวางแผนพัฒนาที่ดินและปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว ตลอดจน โครงข่ายสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ประเด็นสำคัญในระยยะเวลานี้ คือ การเกิดขึ้นของแผนพัฒนาเมืองพัทยาลับแรกในปี พ.ศ. 2522-2524 ภายใต้งการดำเนินการของเมืองพัทยา โดยสาระของแผนดังกล่าวถูกร่างขึ้นตามแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย JICA เมื่อปี พ.ศ. 2521 คือการพัฒนาเมืองและสิ่งแวดล้อมให้ทันกับการเติบโตของเมืองพัทยา เน้นการเตรียมโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สร้างถนน วางท่อระบายน้ำ พัฒนาบริเวณชายหาด เป็นต้น เพื่อรองรับการพัฒนาทางการท่องเที่ยวระดับโลก ขณะเดียวกัน ภาครัฐก็กำหนดแผนพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก (Eastern Seaboard Developing Project: ESB) ขึ้นในช่วงต้นปี พ.ศ. 2524 ซึ่งเป็นระยะเวลาคาบเกี่ยวในการเริ่มดำเนินนโยบายทางการท่องเที่ยวอย่างมีระบบเป็นครั้งแรก ในรูปแผนแม่บทและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) โดยแผนพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกดังกล่าวเกิดจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน โดยภาครัฐเป็นผู้นำในการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานควบคู่ไปกับการส่งเสริมการลงทุน ส่วนภาคเอกชนเป็นผู้นำด้านการลงทุน และหนึ่งในเป้าหมายสำคัญคือ การพัฒนาเมืองพัทยาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมภาคตะวันออก เพื่อรองรับจำนวนผู้คนนับแสนคนที่ต้องเข้ามาทำงานและอยู่อาศัยทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) ที่จัดลำดับความสำคัญให้เมืองพัทยายเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยและยังสัมพันธ์กับแผนพัฒนาการเมืองพัทยาลับที่ 2 (พ.ศ. 2525-2529) ที่ริเริ่มนโยบายส่งเสริมอาชีพทางการท่องเที่ยวด้วยผลสืบเนื่องจากการดำเนินแผนพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกในช่วง 10 ปีแรก (ระยะเวลาของแผนงานกำหนดไว้ 20 ปี แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 พ.ศ. 2524-2537 และระยะที่ 2 พ.ศ. 2539-2543) คือ ตัวเลขการลงทุนประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้บริการทางการท่องเที่ยวแตกแขนงไปหลายรูปแบบ จากเดิมที่มีเพียงธุรกิจบริการเกี่ยวกับการพักผ่อนที่ชายหาดในเวลากลางวัน ได้แก่ บริการให้เช่าเก้าอี้ชายหาด บริการเรือนำเที่ยว บริการให้เช่าอุปกรณ์ดำน้ำ บริการสกีน้ำ บริการสกีูตเตอร์ บริการพาราเซล บริการอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจบริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืน ได้แก่ บาร์ บาร์เบียร์ ไนท์คลับ ดิสโก้เธค อะโกโก้ อาบอบนวด

ตลอดจนธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา ธุรกิจสนามกอล์ฟ และธุรกิจร้านอาหารนานาชาติ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของเมืองพัทยาในเวลานั้น

ถ้าพิจารณาจากความสำคัญของเมืองพัทยาดังกล่าวจะพบว่าความจำเป็นในการรองรับผู้คนจำนวนมากจากภายนอก นำมาซึ่งการลงทุนของภาคเอกชนในธุรกิจที่หนีไม่พ้นปัจจัยสี่ (ไพบูลย์ น้อยเพ็ง, 2527, หน้า 38) ส่วนแรกคือ ที่อยู่อาศัย พบว่า ช่วงทศวรรษที่ 2520 มีการลงทุนจากภาคเอกชนจำนวนมากในธุรกิจบ้านจัดสรร บ้านเช่า อาคารสำนักงาน และคอนโดมิเนียม ส่งผลให้ราคาที่ดินสูงขึ้นหลายเท่าตัวคือ ไร่หนึ่งจะมีราคาตั้งแต่หนึ่งล้านถึงสองล้านบาท อย่างไรก็ตาม บรรดานักธุรกิจจัดสรรที่ดินก็เข้ามาจับจองที่ดินบริเวณชายหาดพัทยาเกือบหมด จะเหลืออยู่บ้างก็บริเวณนาเกลือ และชายหาดนาจอมเทียน เพราะนักธุรกิจเหล่านี้มองเห็นช่องทางเก็งกำไรจากโครงการอีสเทิร์นซีบอร์ดซึ่งจะทำให้มีคนไทยและต่างชาติเข้ามาทำงานจำนวนมาก คนโดยคนที่เข้ามาทำงานในโครงการนี้ก็ต้องมาจับจองซื้อบ้านเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยหรือที่พักผ่อน และตามลักษณะของโครงการที่วางไว้ พัทยาจะเป็นจุดศูนย์กลางของโครงการ เพราะห่างจากแหลมฉบังประมาณ 20 กิโลเมตร และห่างจากมาบตาพุดประมาณ 30 กิโลเมตรเท่านั้น

ธุรกิจที่พักอาศัยในพัทยายาวตัวอย่างมากในช่วงปี พ.ศ. 2523 ภายหลังจากการประกาศใช้พระราชบัญญัติอาคารชุดในปี พ.ศ. 2522 ถือเป็นธุรกิจที่ซื้อขายตัวมากที่สุด โดยมีโครงการสยามเพนท์เฮาส์ 3 เกิดขึ้นเป็นโครงการแรก ตามมาด้วยโครงการลลิตพิพย์ ถัดมาในปี พ.ศ. 2524 ก็ได้มีโครงการคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นอีก 3 แห่ง ได้แก่ โครงการการ์เด็น คลีฟ โครงการเซาท์พัทยารีสอร์ท และโครงการฟิงผา จากนั้นก็มีการลงทุนจากภาคเอกชนรายใหญ่อีกเป็นจำนวนมากในการดำเนินการคอนโดมิเนียม โดยดูได้จากตัวเลขจำนวนห้องชุดของคอนโดมิเนียมที่พักตากอากาศในพัทยาที่เสนอขายในระหว่างปี พ.ศ. 2523-2527 ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 จำนวนห้องชุดของคอนโดมิเนียมที่พักตากอากาศในพัทยาที่เสนอขายในระหว่างปี พ.ศ. 2523-2527

ลำดับที่	ประเภทและชื่อโครงการ	รวม	2523	2524	2525	2526	2527
1	ลลิตพิพย์	66	66				
2	การ์เด็น คลีฟ	38		38			
3	ฟิงผา	31		31			
4	สยามเพนท์เฮาส์	128	128				
5	เซาท์พัทยารีสอร์ท	140		140			

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ลำดับที่	ประเภทและชื่อโครงการ	รวม	2523	2524	2525	2526	2527
6	พญาภิขทาวเวอร์	68					68
7	จอมเทียนคอนโดเทล	744				372	372
8	พญาเพลส	112					112
	% ของห้องชุดสะสม	100%	14%	16%		28%	42%
	อัตราการเพิ่ม (%)			108%		92%	71%

(ที่มา: กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2521 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว
อุดมบุญญานุภาพ, 2546)

หากวิเคราะห์จากตัวเลขจำนวนโครงการและจำนวนห้องพักที่ปลูกสร้างในพญาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 ถึง ปี พ.ศ. 2527 จะพบว่าในปี พ.ศ. 2524 มีตัวเลขเพิ่มขึ้นสูงถึง 108 % ในขณะที่ปี พ.ศ. 2526 ยังสูงถึง 92 % และลดลงมาเหลือ 71 % ในปี พ.ศ. 2527 สะท้อนว่าพระราชบัญญัติอาคารชุด ปี พ.ศ. 2522 และยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้อาคารที่พักขยายตัวอย่างรวดเร็วอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน อาจกล่าวได้ว่าพญาในกลางทศวรรษ 2520 คือยุคทองของการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวในพญาหลังจากผ่านช่วงเวลาความซบเซาในระยะสั้น ๆ ตอนปลายทศวรรษ 2510 การปลูกสร้างที่พักอาศัยในพญาโดยเฉพาะสิ่งปลูกสร้างในรูปแบบคอนโดมิเนียม ซึ่งสร้างแบบตึกสูงขึ้นไปและแบ่งเป็นหลาย ๆ ห้อง ทั้งนี้สามารถจัดประเภทคอนโดมิเนียมในพญาได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. คอนโดมิเนียมราคาสูง ราคาขายห้องชุดขนาดเล็กสุด 1,000,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ โครงการลิลิตทิพย์ โครงการการ์เด็น คลีฟ และโครงการพิงผา
2. คอนโดมิเนียมราคาปานกลาง ราคาขายห้องชุดขนาดเล็กสุด 400,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ โครงการเซาท์พญาวิสตอร์ โครงการสยามเพนท์เฮาส์ โครงการพญาภิขทาวเวอร์
3. คอนโดมิเนียมราคาประหยัด ราคาขายห้องชุดขนาดเล็กสุด 400,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ โครงการจอมเทียนคอนโดเทล โครงการพญาเพลส

สำหรับกลุ่มคนที่มาซื้อที่อยู่อาศัยในเมืองพญา แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม กลุ่มแรกคือ คนไทยที่พอมีฐานะและชอบมีบ้านริมทะเล กลุ่มที่สองคือ ผู้หญิงไทยที่เป็นภรรยาชาวต่างประเทศ กลุ่มที่สามคือ คนที่มาทำงานในพญา ทั้งที่ทำงานธนาคาร โรงแรม หน่วยงานราชการ ฯลฯ และกลุ่มสุดท้ายซึ่งเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด คือ ผู้ที่จะตามมาอยู่กับโครงการอีสเทิร์นซีบอร์ด

ธุรกิจบริการด้านร้านอาหารต่าง ๆ ของเมืองพัทยาในเวลานั้นมีการปรับกลยุทธ์การเสนอขายใหม่ โดยเน้นความเป็นไทยมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนผู้อยู่อาศัยชาวไทยอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในรสชาติและราคาที่ย่อมเยาของอาหารไทย เห็นได้จากร้านอาหารพื้นเมืองของภาคตะวันออก ที่มีบริการทั้งอาหารตามสั่งทั่วไป อาหารทะเลทั้งสดและแห้ง ขนมไทย ผลไม้ไทยตามฤดูกาล ซึ่งมีรายได้ต่อวันประมาณ 6,000-7,000 บาท ขณะที่ร้านอาหารต่างประเทศขายได้ 3,000-4,000 บาทเท่านั้น ขณะเดียวกันบรรดากัศดาการหรือนักตลกต่าง ๆ ก็ต้องปรับรูปแบบการแสดง โดยสอดแทรกการแสดงแบบไทย ๆ เช่น การเล่นตลกของคนไทย การร้องเพลงไทย เป็นต้น พร้อมกับการปรับค่าบริการราคาพิเศษสำหรับดึงดูดกลุ่มลูกค้าคนไทย เห็นได้จากกัศดาการกรีนเฮาส์ที่มีรายการตลกประกอบไปด้วยจึงทำให้เป็นที่นิยมของคนไทยในเวลานั้น รวมถึงกัศดาการไบต์ซึ่งมีบริการทั้งอาหารไทยและอาหารต่างประเทศ โดยเน้นจุดขายที่ราคาถูกภายใต้บรรยากาศและบริการที่เทียบเท่ากับกัศดาการในโรงแรมมีระดับต่าง ๆ

การลงทุนประกอบธุรกิจขายของชำหรือซูเปอร์มาเก็ตขนาดเล็กก็ได้รับความนิยมอย่างชัดเจนในช่วงเวลานี้ รวมถึงการลงทุนของภาคเอกชนรายใหญ่ในธุรกิจศูนย์การค้า เห็นได้จากการเปิดบริการศูนย์การค้าเดย์ไนท์ (Day Night shopping store) ในปี พ.ศ. 2532 ถัดมาคือการเปิดบริการของศูนย์การค้าไมค์ดีพาร์ตเมนต์สโตร์ (Mike department store) ในปี พ.ศ. 2533 ตามมาด้วยศูนย์การค้ารอยัล การ์เด้น พลาซ่า (Royal Garden Plaza) ในปี พ.ศ. 2534 และศูนย์การค้าไมค์ช้อปปิ้งมอลล์ (Mike shopping mall) ในปี พ.ศ. 2536 จากนั้นก็มีกลุ่มธุรกิจศูนย์การค้าระดับประเทศมาลงทุนเปิดสาขาย่อยที่เมืองพัทยาก็อีกจำนวนหนึ่ง ได้แก่ ความร่วมมือของกลุ่มบริษัทบีทีจี ซูเปอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด และบริษัทเซ็นทรัล วัฒนา จำกัด ในการเปิดบริการศูนย์การค้าเซ็นทรัล เฟสติวัล เซ็นเตอร์ พัทยา (Central Festival Centre Pattaya) ในปี พ.ศ. 2538 การขยายตัวของธุรกิจห้างและธุรกิจช้อปปิ้งมอลล์ขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ในพัทยายังสะท้อนยุคเศรษฐกิจบูมในประเทศไทยในยุคทศวรรษที่ 2530 อีกด้วย

ในช่วงเวลานี้มีการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจร้านขายยาและคลินิกเป็นจำนวนมากมีการดำเนินการสร้างโรงพยาบาลอินเตอร์เนชั่นแนล ของนายแพทย์ สัตยญา วีระไวทนะ ถือเป็นโรงพยาบาลแห่งที่สองในเมืองพัทยา ขณะที่โรงพยาบาลแห่งแรกคือ โรงพยาบาลพัทยา คลินิกซึ่งเป็นของนายแพทย์สัตยญา วีระไวทนะ เช่นกัน โดยกลุ่มลูกค้าหลักที่มาใช้บริการของโรงพยาบาลคือนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วย ตลอดจนได้รับอุบัติเหตุจมน้ำหรือรถชน ซึ่งส่วนมากทางโรงแรมต่าง ๆ ในเมืองพัทยาที่นักท่องเที่ยวเข้าพักจะเป็นผู้ส่งตัวนักท่องเที่ยวผู้นั้นเข้ารับการรักษ

การลงทุนธุรกิจเครื่องนุ่งห่มในพัทยา พบว่ามีลักษณะคล้ายกับธุรกิจบริการด้านอาหาร กล่าวคือต้องปรับตัวเข้ากับกลุ่มคนไทย โดยเฉพาะร้านตัดเสื้อผ้าสตรีที่มีลูกค้าหลักเป็นหญิงบริการ

และผู้หญิงที่มากับชาวต่างชาติ รวมทั้งผู้หญิงที่ทำธุรกิจอื่น ๆ “พวกนี้รายได้เขาอยู่ได้ปัจจุบันเพราะผู้หญิงที่มากับฝรั่ง ซึ่งก็ต้องออกแบบเสื้อผ้าให้เน้นส่วนเว้าส่วนโค้งตามกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการ” (ไพบูลย์ น้อยเพ็ง, 2527, หน้า 39) ธุรกิจบริการที่เติบโตควบคู่กับธุรกิจบริการตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี คือ ธุรกิจบริการด้านความงาม เช่น ร้านเสริมสวยที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมากเช่นกัน ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักก็ยังคงเป็นผู้หญิงบริการซึ่งต้องใช้เสน่ห์ของตนในการเรียกความสนใจจากนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจรูปแบบใหม่ในเมืองพัทยาที่เกี่ยวข้องกับเครื่องนุ่งห่ม คือ ธุรกิจการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องหนัง การประกอบธุรกิจประเภทนี้ในเมืองพัทยาริเริ่มต้นในปลายทศวรรษที่ 2510 และได้รับความนิยมในการลงทุนอย่างชัดเจนในปี พ.ศ. 2522 แต่การลงทุนประกอบธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในเมืองพัทยากลับเป็นพัฒนาการทางธุรกิจประเภทนี้ที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2524 โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการเปิดร้านค้าปลีกเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ต่อมาเมื่อผู้ประกอบการมีความคุ้นเคยกับชาวต่างประเทศแล้ว ก็จะมีกลุ่มลูกค้าประจำที่เป็นชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก จึงสามารถขยายรูปแบบของธุรกิจเป็นทั้งค้าปลีกภายในเมืองพัทยาและค้าส่งไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดยุโรปซึ่งได้รับความนิยมมากที่สุดในเวลานั้น เห็นได้จากความสำเร็จธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องหนัง (ดุสิต ศิริวรรณ, 2520)

กลางทศวรรษที่ 2520 ธุรกิจบริการรถเช่าก็เริ่มก่อตัวขึ้นอย่างชัดเจน โดยเริ่มแรกมีบริการให้เช่าเฉพาะมอเตอร์ไซด์ แต่เมื่อเข้าสู่ทศวรรษที่ 2530 จึงมีบริการให้เช่ารถยนต์ และในปัจจุบันพบว่า มีบริการให้เช่ารถไฟฟ้าด้วย

“แต่ก่อนทำงานบริษัทที่นั่นแหละ แล้วก็มาลงทุนทำรถเช่าเพราะรายได้ดี ช่วงนั้นคนแห่มาลงทุนทำโน่นนี่เยอะ ผมทำมา 15 ปีแล้ว เริ่มจากให้ฝรั่งเช่ามอเตอร์ไซด์ก่อน เพิ่งมีจ๊อบด้วย 10 ปีที่แล้วเอง แต่ถ้านักท่องเที่ยวเค้าต้องการรถแบบอื่นก็จัดให้ด้วย ที่ทำ ๆ กันอยู่ก็รู้จักกันหมด อยู่ในชมรมรถเช่าด้วยกัน ส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นต่างชาติ กว่า 80 เปอร์เซ็นต์ คนไทยน้อยจริง ๆ ถ้าเป็นคนไทยด้วยกันไม่ค่อยให้เครดิตด้วย มันเสี่ยง เสียมากี่คู่กันไม่รู้เรื่อง จะมีก็แค่พวกเมียเช่าฝรั่งเค้ามาเช่าให้” (ณัฐวัฒน์ นักรบ, สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2549)

จากข้อมูลพบว่าธุรกิจรถเช่าเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย กลุ่มลูกค้าต่างชาติมีมากถึง 80 % ของคนที่มาใช้บริการรถเช่าทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีข้อมูลปรากฏเพิ่มเติมว่า

“ทำมานานแล้วตั้งแต่เพิ่งมีลูกสาวคนแรก ตอนนั้นลูกสาวป้าก็ยี่สิบหกแล้ว ยี่สิบเจ็ดแล้ว ตอนแรกมีแค่ 4 คัน แล้วแฟนป้าก็ไปทำงานซาอูแล้วก็ส่งเงินมาให้ป้าก็เลยดาวน์มาลงเรื่อย ๆ ตอนนี้มี 48 คัน ที่ร้านขายรถเค้าให้เครดิตป้าเพราะทำกันมานาน นอกจากของป้าก็มีอีกเยอะ นี่ถ้าไม่นับคิวซี ก็มีอยู่ 44 คิว พวกคิวซีก็คือพวกที่ไม่อยู่ในชมรม แต่พวกนี้เค้ากว้างขวาง ส่วนมากเค้าก็มีธุรกิจหลายอย่างอยู่แล้ว ทำผับ บาร์ ลูกค้าก็มีทั้งไทยทั้งฝรั่ง แต่ส่วนมากก็ฝรั่ง ลูกสาวป้าเรียนอยู่หัวเฉียว

ส่วนลูกชายป่า 2 คน ทำอยู่ชายหาด ยืนอยู่ตรงนั้นนะทั้งวัน เรียกนักท่องเที่ยวล่นเรือ รายได้ก็เฉลี่ยกันไป เอาทำอยู่หลายเจ้า” (ดาหวัน บุญเสริม, สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2549)

มีข้อสังเกตคือธุรกิจบริการรถเช่าในพัทยามีทั้งแบบชมรมและกลุ่มอิสระ กลุ่มอิสระส่วนใหญ่มักจะมีธุรกิจอื่น ๆ ทำอยู่ด้วยแล้ว เช่น ผับ บาร์ และเจ้าของเป็นคน “กว้างขวาง” อย่างไรก็ตาม อีกด้านหนึ่งของการขยายตัวตามยุทธศาสตร์แผนพัฒนาอุตสาหกรรมภาคตะวันออก คือ ปัญหาของเมืองพัทยาที่สะสมมากขึ้นเรื่อย ๆ เหตุเพราะแผนแม่บทของเมืองพัทยาโดย JICA ในปี พ.ศ. 2521 และแผนพัฒนาเมืองพัทยาที่ผ่านมาไม่ได้มีการดำเนินการตามแผนอย่างจริงจัง ประกอบกับการมีโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกทำให้จำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน และด้วยความตระหนักถึงผลเสียที่กำลังจะเกิดขึ้น รัฐบาลจึงขอความร่วมมือให้ JICA ดำเนินการวางแผนดังกล่าวอีกครั้งหนึ่งในปี พ.ศ. 2532 และแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2533 ตามนโยบายรัฐบาลเพื่อดำเนินการเร่งฟื้นฟูบูรณะและพัฒนาเมืองพัทยาให้คงระดับของการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก โดยแบ่งแผนงานเป็น 2 ระยะ คือ แผนระยะสั้น (พ.ศ. 2533-2538) และ แผนระยะยาว (พ.ศ. 2539-2549) โดยมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ คือ ฟื้นฟูพัทยาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ สนองบทบาทของการเป็นเมืองศูนย์กลางภูมิภาคชายฝั่งทะเลตะวันออก และส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชนและเพิ่มสมรรถนะภาพขององค์กรท้องถิ่น วัตถุประสงค์ดังกล่าว เป็นที่มาของมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2533 ซึ่งอนุมัติให้ดำเนินการโครงการตามแผนแม่บทเพื่อพัฒนาเมืองพัทยาจำนวน 9 โครงการ โดยไม่ได้กำหนดระยะเวลาของแผนแต่กำหนดวงเงินสนับสนุนประมาณ 4,300 ล้านบาท โดยสรุปดังนี้ (บริษัท มหานครซัลเตนท์ จำกัด, 2546)

1. โครงการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย
2. โครงการก่อสร้างและขยายระบบประปา
3. โครงการก่อสร้างระบบระบายน้ำ
4. โครงการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล
5. โครงการก่อสร้างถนนพัทยาสาย 3
6. โครงการก่อสร้างท่าเทียบเรือเกาะล้าน
7. โครงการก่อสร้างท่าเทียบเรือท่องเที่ยวเมืองพัทยา
8. โครงการถมทะเลบริเวณพัทยาใต้
9. โครงการฟื้นฟูบูรณะชายหาดพัทยา

ถัดมาในปี พ.ศ. 2535 มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2535 ก็อนุมัติให้เมืองพัทยาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินโครงการตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2533 การดำเนินการตามแผนทั้งหมดที่กล่าวแล้วข้างต้น ส่งผลต่อการใช้ที่ดินเมืองพัทยาโดยตรง

ซึ่งส่วนมากจะเป็นลักษณะการใช้ที่ดินประเภทที่พักอาศัยที่มีความหนาแน่นในพื้นที่ตอนในระหว่างถนนพญาสาย 2 รวมทั้งพื้นที่ด้านตะวันออกของถนนสุขุมวิท ในส่วนของการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมจะมีทิศทางการขยายตัวไปตามแนวชายฝั่งทะเลด้านเหนือสู่ด้านใต้ คือ ตำบลนาเกลือจนถึงเขตนาจอมเทียน ปรากฏดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ลักษณะการใช้ที่ดินเปรียบเทียบเมืองพัทยาปี พ.ศ. 2529 และปี พ.ศ. 2534

ลักษณะการใช้ที่ดิน	จำนวน (ไร่)		จำนวน (%)	
	พ.ศ. 2529	พ.ศ. 2534	พ.ศ. 2529	พ.ศ. 2534
ที่อยู่อาศัย	5,191.87	18,545.870	15.54	55.52
อุตสาหกรรม	233.13	828.250	0.69	2.46
ชนบทและการเกษตรกรรม	24,298.15	12,431.250	72.74	37.22
ที่ว่างเปิดโล่งเพื่อนันทนาการ	54.43	331.875	0.61	0.99
สถาบันการศึกษา	252.00	326.250	0.75	0.98
สถาบันศาสนา	464.91	658.125	1.39	1.97
สถาบันราชการและ สาธารณูปโภค	145.62	286.875	0.43	0.86
ถนนและทางรถไฟ	1,747.14	-	5.23	-
คลอง ห้วย	236.25	-	0.71	-
อื่น ๆ	799.00	-	2.36	-
รวม	33,401.50	33,401.50	100.00	100.00

(ที่มา: กองสำรวจ กรมการผังเมือง กระทรวงมหาดไทย, 2535)

ในทำนองเดียวกัน ไม่เพียงแต่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ ธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมก็ต้องปรับรูปแบบบริการของธุรกิจตนเพื่อสร้างจุดขายใหม่ ๆ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เหตุเพราะการอิ่มตัวของธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคารนานาชาติ ธุรกิจสถานบันเทิง และธุรกิจชายหาด รูปแบบการลงทุนในธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้ ดังนี้

การลงทุนในธุรกิจทางกีฬา กล่าวคือ มีบริการกีฬาทางน้ำรูปแบบใหม่คือ กีฬาวินเซิร์ฟ (Windsurfing) หรือกระดานโต้คลื่นติดใบ ในปี พ.ศ. 2526 ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทยที่มีฐานะจำนวนมาก

“กีฬาการเล่นกระดานโต้คลื่นนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีฐานะอยู่ในชั้นเศรษฐีนั้นก็มีไม่น้อยที่นิยมเดินทางเข้ามาเล่นในเมืองไทยกันแบบซ้ำครั้งแล้วครั้งเล่า แม้กระทั่งคนญี่ปุ่นที่เคยนิยมหอบหิ้วแผ่นกระดานโต้คลื่นติดใบออกไปเล่นกันถึงฮาวาย ก็ปรับเปลี่ยนทิศทางเข้ามาสู่ประเทศไทย โดยเฉพาะที่พัทยาจำนวนไม่น้อยแล้วเหมือนกัน” (โฉมหน้าพัทยา, 2526, หน้า 65)

นอกจากนี้ ยังมีการลงทุนในธุรกิจบริการกีฬานบนบกอีก 3 รูปแบบ ได้แก่ การเปิดบริการสนามยิงปืนทิวฟานี ในปี พ.ศ. 2529 ตามมาด้วยการเปิดบริการสนามแข่งรถ พัทยาคาร์ท สปีดเวย์ ในปี พ.ศ. 2529 และสุดท้ายคือกีฬา บันจี้ จัมพ์ (Bunjee jump) ซึ่งเข้ามาในเมืองพัทยารั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2534 ซึ่งถือเป็นทางเลือกใหม่นอกเหนือจากการให้บริการสนามเทนนิส สนามกอล์ฟ และสนามแบดมินตันที่ล้วนให้บริการแต่อยู่ในโรงแรม

มีการลงทุนในธุรกิจจัดสร้างสถานที่ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และนันทนาการ ได้แก่ เมืองจำลอง ซึ่งเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2529 การเริ่มดำเนินการสร้างปราสาทสังขาร ในปี พ.ศ. 2524 และศาลเจ้าสามเซียน สก ลก ชิว ในปี พ.ศ. 2531 รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นอกเขตเมืองพัทยา ได้แก่ วัดญาณสังวราราม ซึ่งเริ่มดำเนินการสร้างในปี พ.ศ. 2519 และเปิดให้บริการในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2523 การลงทุนในธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยว นันทนาการ ได้แก่ สวนเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2531 และสถานที่ท่องเที่ยว นอกเขตเมืองพัทยา ได้แก่ สวนนงนุช เริ่มเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2523 ซึ่งถือเป็นพัฒนาการต่อจากการดำเนินสวนของสวนป่าพนารักษ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511 รวมทั้งอุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พัทยาซึ่งเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2535 นอกจากนี้ยังมีการเปิดดำเนินการศูนย์ฝึกสอนลิงพัทยา (Pattaya monkey training centre) ในปี พ.ศ. 2531 ซึ่งถือเป็นพัฒนาการอีกหนึ่งรูปแบบการลงทุนในกิจกรรมนันทนาการทางการท่องเที่ยว ซึ่งแต่เดิมมีเพียงหมู่บ้านช้างที่เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512

การลงทุนต่อยอดในธุรกิจสถานบันเทิง ได้แก่ คาบареต์ โชว์ของสาวประเภทสอง ซึ่งถือเป็นธุรกิจบริการสถานบันเทิงรูปแบบใหม่สุดของเมืองพัทยาในเวลานั้น โดยเริ่มจากคณะทิฟฟานี โชว์ (Tiffany's show) ซึ่งเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2520 (ก่อนหน้าที่เคยเปิดการแสดงอย่างไม่เป็นทางการที่พัทยาได้ในปี พ.ศ. 2517) ตามมาด้วยการเปิดคณะอัลการ์ซ่าโชว์ (Alcazar cabaret) ของ ในปี พ.ศ. 2524 กล่าวได้ว่า การแสดงคาบареต์นี้ได้กลายเป็นจุดเด่นที่สุดของเมืองพัทยาในเวลานั้น และปัจจุบันก็ยังคงเป็นส่วนหนึ่งในรายการท่องเที่ยวยอดนิยมของเมือง

พัทธยาอยู่ “อยากจะทำอยู่เหมือนกันว่าเราศรีของพัทธยาในเวลานี้ มีอยู่สิ่งหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมน้อยอย่างแพร่หลาย นั่นคือ รายการแสดงโชว์คาบาเร่ต์” (โฉมหน้าพัทธยา, 2526, หน้า 65)

สิ่งเหล่านี้ ล้วนเป็นส่วนหนึ่งของพัฒนาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทธยาที่ชี้ให้เห็นว่า ความจำเป็นในการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวให้แก่อุตสาหกรรมพัทธยา ทำให้ธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองพัทธยา มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ ๆ เสมอ เพื่อให้สามารถยืดหยุ่นได้ทั้งกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่งผลให้อัตราการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองพัทธยาเป็นไปในเชิงบวก ยกเว้นในปี พ.ศ. 2522 และปี พ.ศ. 2526 ซึ่งจำนวนรายได้และนักท่องเที่ยวลดลงเนื่องจากเมืองพัทธยาประสบปัญหาทั่วตัวอย่างรุนแรง

ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเมืองพัทธยาก็ยังมีความชัดเจนมากขึ้น เมื่อรัฐบาลประกาศให้ปี พ.ศ. 2530 เป็นปีการท่องเที่ยว (Visit Thailand) ตามนโยบายที่บรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) ขณะเดียวกันในส่วนของแผนพัฒนาเมืองพัทธยาฉบับที่ 3 ปีพ.ศ. 2530-2534 ก็กำหนดนโยบายเพื่อสานต่อพันธกิจของภาครัฐ โดยมุ่งพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล และจัดเตรียมความพร้อมของสาธารณูปโภคพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ความร่วมมือดังกล่าว ส่งผลให้ปี พ.ศ. 2530 มีอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนสูงถึงร้อยละ 160.8 และมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.77 ซึ่งถือเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดของเมืองพัทธยา และทำให้เมืองพัทธยา มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ความสำเร็จจากการดำเนินโครงการปีการท่องเที่ยวไทย ในปี พ.ศ. 2530 ผลักดันให้รัฐบาลสร้างนโยบายเชิงกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เป็นที่มาของโครงการปีศิลปหัตถกรรมไทยในปี พ.ศ. 2531-2532 ซึ่งส่งผลให้เกิดการลงทุนในธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกประเภทศิลปหัตถกรรมไทยอย่างชัดเจน โดยมีทั้งที่เปิดกิจการเป็นร้านค้าและที่เดินขายบริเวณชายหาด แต่ถัดมาในปี พ.ศ. 2532-2535 อัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวกลับเป็นไปในเชิงลบ เพราะเหตุจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

ประการแรก คือ ผลกระทบทางการท่องเที่ยวจากสถานการณ์สงครามอ่าวเปอร์เซีย ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม มีอัตราการเพิ่มที่ลดลงมาก คือ เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 4.7 ต่างจากปีที่แล้วที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 12.7 ทั้ง ๆ ที่อยู่ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ประกอบกับมีการปรับราคาตั๋วเครื่องบินโดยสารให้สูงขึ้นอีกประมาณร้อยละ 7-10 ของราคารวมที่ต้องตลาดเดิมด้วย

ประการที่สอง คือ รายงานข่าวของสื่อต่างประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเฉพาะข่าวเกี่ยวกับโศกณิ โครเคดส์ ตลอดจนปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในขณะนั้น

ประการสุดท้าย คือ วิกฤตการณ์การท่องเที่ยวจากเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ ระหว่างวันที่ 17-21 พฤษภาคม 2535 ซึ่งส่งผลให้รายได้ทางการท่องเที่ยวที่เป็นรายได้หลักลดลงอย่าง “ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงทันทีประมาณวันละ 2,000 คน ซึ่งหากนักท่องเที่ยวดังกล่าว ใช้เงินในประเทศไทยวันละ 1,000 บาท ก็เท่ากับว่า ประเทศไทยต้องขาดรายได้ไปแล้วถึงวันละประมาณ 2,000,000 บาท” (ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ, 2535) ตารางที่ 16

ตารางที่ 16 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศของเมืองพัทยาปี พ.ศ. 2522-2535

พ.ศ.	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2522	330,173	56,266	-13.16
2523	405,888	70,675	+23.32
2524	408,184	79,620	+2.48
2525	450,008	149,527	+22.75
2526	432,775	161,779	-0.1
2527	441,533	190,804	+14.97
2528	562,434	233,613	+16.65
2529	633,624	300,343	+17.32
2530	982,973	1,452,858	+160.8
2531	1,432,833	1,628,021	+25.66
2532	1,458,216	1,309,470	-9.58
2533	1,429,069	1,018,379	-11.57
2534	1,251,987	872,215	-13.21
2535	1,149,997	899,665	-3.51

ตารางที่ 17 รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาปี พ.ศ. 2526-2535

พ.ศ.	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2526	2,756	-9.85
2527	3,047	+10.55
2528	4,242	+39.21
2529	5,079	+19.73
2530	10,200.07	+45.77
2531	12,597.01	+23.50
2532	16,740.43	+32.90
2533	17,285.65	+3.26
2534	15,741.72	-8.93
2535	14,173.29	-9.96

(ที่มา กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2521 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว
อุดมบุญญานุกาพ, 2546)

กล่าวได้ว่าช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2522-2535 การลงทุนในธุรกิจบริการการท่องเที่ยวของเมืองพัทยามีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการลงทุนเข้าสู่ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งพื้นฐานมากขึ้น สาเหตุหลักเกิดจากความจำเป็นที่ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ซึ่งกำหนดให้เมืองพัทยามีบทบาทในการเป็นย่านที่พักอาศัยที่มีมาตรฐานสูงสำหรับแรงงานที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาอุตสาหกรรมบริเวณมาตะพุดและแหลมฉบัง ในขณะเดียวกัน ผลจากการอิ่มตัวของธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ๆ ก็กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวด้วยการคิดแปลงและสร้างสรรค์ธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้สามารถยืดหยุ่นได้ทั้งกับผู้ที่เข้ามาในฐานะนักท่องเที่ยว และผู้ที่เข้ามาทำงานในพื้นที่เมืองพัทยาและพื้นที่ใกล้เคียง ประกอบกับแผนพัฒนาเมืองพัทยาเองก็ผลักดันให้เกิดการลงทุนประกอบธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะเป็นการวางแผนพัฒนาเพื่อต่อยอดจากการดำเนินการพัฒนาของภาครัฐดังที่ได้อธิบายแล้วในข้างต้น

เมืองพัทยาในยุคนี้เริ่มมีการพัฒนาความเป็นชุมชนเมืองอย่างเป็นระบบควบคู่ไปกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ของเมืองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เห็นได้จากรูปแบบธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งเป็นการลงทุนเพื่อรองรับการตั้งถิ่นฐานอย่างถาวรของแรงงาน

ภาคอุตสาหกรรมมากกว่าการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ก็สร้างผลดีต่อภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสมบูรณ์ย่อมถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการผลิตซ้ำของการลงทุนในธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในเวลาต่อมา

ยุคก้าวสู่เมืองท่องเที่ยวระดับโลกของพญา (พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน)

ภายหลังจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในปี พ.ศ. 2535 สถานการณ์การท่องเที่ยวของพญาก็กลับเข้าสู่สภาวะปกติอีกครั้ง โดยในปี พ.ศ. 2536 เมืองพญามีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.42 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.14 ในช่วงเวลานี้รัฐบาลได้ประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 ซึ่งส่งผลให้แผนพัฒนาเมืองพญาฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2535-2539) เน้นการขยายเมืองพญาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับการขยายตัวการท่องเที่ยวของภูมิภาคอินโดจีน อีกประการหนึ่ง แผนพัฒนาอุตสาหกรรมชายฝั่งทะเลตะวันออกระยะที่ 2 (พ.ศ. 2539-2543) ส่งผลให้เกิดมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพญา กล่าวคือ มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2539 เห็นชอบให้ดำเนินการปรับปรุงแผนแม่บทเมืองพญาเมื่อปี พ.ศ. 2533 พร้อมทั้งเร่งรัดให้ดำเนินโครงการที่ 7, 8 และ 9 ซึ่งได้รับการอนุมัติมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2541 เห็นชอบตามมติคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติในการเพิ่มพื้นที่สาธารณะในการเดินเลียบชายฝั่งทะเล รวมทั้งการพัฒนาระบบกำจัดขยะและน้ำเสียไม่ให้กระทบต่อชายฝั่งทะเล และมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542 เห็นชอบให้เน้นโครงการที่เร่งการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยเหล่านี้กระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภทต้องแข่งขันกันเองภายในประเภทธุรกิจของตน เป็นที่มาของการต่อยอดรูปแบบการลงทุนภายใต้ธุรกิจประเภทเดิม เช่น กลุ่มธุรกิจโรงแรมที่พักอาศัย โรงแรมที่เปิดดำเนินการในเวลานั้นจะมีการให้บริการในลักษณะเดียวกัน คือ บริการห้องพัก บริการภัตตาคาร บริการสนามกีฬา และบริการจัดประชุม และหากจะมีบริการพิเศษแตกต่างกันบ้างก็ไม่ถึงกับเป็นจุดเด่น แต่มีการปรับปรุงต่อยอดเพื่อสร้างการแข่งขันเช่นมีการเปิดบริการสวนสนุกของโรงแรมพญา ปาร์ค ในปี พ.ศ. 2535 ที่มีสวนน้ำในตัว และการสร้างหอคอยพญาปาร์ค ทาวเวอร์ ในปี พ.ศ. 2539 เพื่อให้เป็นจุดชมวิวที่สูงที่สุดในภาคตะวันออก พร้อมกับเปิดให้บริการภัตตาคารหมุนที่หอคอยนี้ และมีบริการกิจกรรมกระโดดหอ (Tower jump) บริการกระเช้าเหาะ (Speed shuttle) และบริการกระเช้าลอยฟ้า (Sky shuttle) ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 ก็มีการปรับปรุงพื้นที่สวนสนุกให้มีเครื่องเล่นสำหรับผู้ใหญ่ด้วย

ในส่วน of สถานที่ท่องเที่ยวนอกเขตเมืองพัทยา ยังมีการเปิดบริการโรงแรมม้า (The regent horse hotel) ที่ เดอะ สอร์สซุ พอยท์ คลับ ในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งนอกจากบริการห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีบริการฝากเลี้ยงม้า พร้อมกับมีกิจกรรมเกี่ยวกับม้าครบวงจร นอกจากนี้ในบริเวณโรงแรมยังมีการจัดตั้งอุทยานสามก๊ก ที่นำเสนอศิลปะสถาปัตยกรรมไทย-จีนเชิงประยุกต์ ด้วยรูปแบบบริการดังกล่าวเน้นการจับกลุ่มลูกค้าระดับบน

การต่อขยายรูปแบบลงทุนดังกล่าวถือเป็นการขยายรูปแบบการลงทุนประกอบธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวพัทยามีความหลากหลายมากขึ้น “ต่อไป โรงแรมต้องมีทั้งส่วนของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สวนน้ำ สวนสนุก ศูนย์การค้า หรือแม้กระทั่งคาสิโนที่ถูกกฎหมาย เพื่อให้คนที่เข้ามาพักไม่ว่าจะเด็กหรือผู้ใหญ่ก็สามารถอยู่ในโรงแรมได้ตลอดทั้งวัน” (สันศักดิ์ งามพิเชษฐ์, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2549) นอกจากนี้ธุรกิจหลักของพัทยาคือโรงแรม โดยเฉพาะระดับโรงแรม 4 ดาวและ 5 ดาว พวกนี้จะเต็มตลอด แต่โรงแรมพัทยามีเยอะ ต้องแข่งขันเอง เรื่องบริการเป็นรูปแบบเดียวกันก็อีกเรื่อง ต้องพยายามทำให้เป็นเอนเตอร์เทนเมนต์ คอมเพล็กซ์ ดึงลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติ (ชัยภัทร หิรัยเลขา, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2549) กลุ่มธุรกิจศูนย์การค้า ช่วงปลายทศวรรษที่ 2530 เป็นช่วงที่มีการขยายตัวของศูนย์การค้าอย่างรวดเร็ว โดยแต่ละแห่งก็จะมีความต้องการลงทุนในรูปแบบเดียวกันคือการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ของที่ระลึก อาหาร และบริการโรงภาพยนตร์ แต่ที่ถือเป็นรูปแบบใหม่ของธุรกิจศูนย์การค้า คือความร่วมมือระหว่างศูนย์การค้ารอยัล การ์เด้น พลาซ่า ซึ่งเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2534 กับนายโรเบิร์ต ริปลีย์ ในการลงทุนเปิด ริปลีย์ เวิลด์ ออฟ แฟมิลี เอนเตอร์เทนเมนต์ (Ripley's World of Family Entertainment) ในปี พ.ศ. 2538 ที่บริเวณชั้น 3 ของศูนย์การค้า ซึ่งประกอบไปด้วยพิพิธภัณฑ์ริปลีย์ เชื่อหรือไม่ (Ripley's Believe It or Not) ที่รวบรวมเอาของแปลกจากทั่วโลกมาจัดแสดง กิจกรรมโมชัน มาสเตอร์ (Motion master) ซึ่งเป็นโรงภาพยนตร์ระบบสามมิติแบบเคลื่อนไหวได้ กิจกรรมเลเซอร์ บัมพ์ (Laser bump) กิจกรรมรถไฟเหาะ (Laser coaster) และกิจกรรมเลเซอร์เทรค (Laser trek) นอกจากนี้ ศูนย์การค้ารอยัล การ์เด้น พลาซ่า ยังแสดงให้เห็นพัฒนาการของธุรกิจโรงแรมที่มีการให้บริการศูนย์การค้าภายใต้ชื่อ รอยัล การ์เด้น รีสอร์ท แอนด์ พลาซ่า พัทยา (Royal Garden Resort & Plaza Pattaya) อาจกล่าวได้ว่ากลุ่มธุรกิจศูนย์การค้าในพัทยาได้ต่อยอดรูปแบบการลงทุนออกไปซึ่งเน้นความร่วมมือระหว่างเอกชนด้วยกันเอง และเป็นที่น่าสังเกตว่าเอกชนจากต่างชาติเข้ามาร่วมลงทุนในธุรกิจนี้มากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าพัทยากลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลกอย่างเต็มตัวแล้ว

กลุ่มธุรกิจกีฬาในส่วนของการลงทุนในธุรกิจการกีฬายังคงเป็นที่สนใจของนักลงทุนเป็นจำนวนมาก เนื่องมาจากนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการเปิดตลาดกีฬาเพื่อ

สร้างภาพลักษณ์ในการเป็นศูนย์กลางกีฬาทางบกและทางน้ำ ภายใต้โครงการสปอร์ต ซิตี้ การแข่งขันดังกล่าวทำให้มีการแตกแขนงสาขาของธุรกิจประเภทนี้ออกมาหลายรูปแบบ จากการศึกษาพบว่า มีกีฬารูปแบบใหม่ถึง 8 ประเภท โดยแบ่งเป็นกีฬาทางน้ำและกีฬาทางบก

ในส่วนของกีฬาทางน้ำ พบว่า กีฬาเจ็ตสกี (Jet ski) เข้ามาที่ชายหาดเมืองพัทยาเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2536 ตามมาด้วยกีฬาเรือเร็วในปีเดียวกัน ถัดมาในปี พ.ศ. 2538 กีฬาเซิร์ฟไคต์ (Surf kite) และกีฬานานา โบ๊ท (Banana boat) ก็เข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจกีฬาวินเซิร์ฟ กิจกรรมที่มีราคาสูงที่สุดในเวลานั้น ท้ายที่สุดคือ แคนู (Kano) ซึ่งเข้ามาที่ชายหาดพัทยาในปี พ.ศ. 2543 แต่ไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนัก กิจกรรมชายหาดเหล่านี้ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งยังมีการต่อยอดรูปแบบธุรกิจบริการขนาดเล็กเสริมกับกิจกรรมกีฬาทางน้ำบริเวณชายหาด เช่น บริการถักผม บริการเขียนเฮนน่า และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ ความนิยมในบริการนวดชายหาดและนวดฝ่าเท้า ซึ่งเป็นที่มาของการลงทุนประกอบธุรกิจสปา และธุรกิจนวดฝ่าเท้าอย่างแพร่หลาย เช่น ร้านเฮลท์ แอนด์ สปา แอนด์ มัสสาจ (Health land spa & massage) ร้านมัลลิกา สปา (Mallika spa) ร้านสปาชา สปา (Spaya spa) รวมทั้งบริการสปาภายในโรงแรมขนาดใหญ่หลายแห่ง เช่น ลองบีช การ์เด้น แอนด์ สปา (Longbeach garden and Spa Hotel) เอราวัณ สปา รีสอร์ท (Eravan Spa Resort) ฯลฯ ข้อเสนอสนับสนุนจากคุณสังเวียน เอี่ยมสะอาด ผู้ประกอบธุรกิจบริการด้านกีฬาทางน้ำ (สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2549) ดังนี้

“ทำธุรกิจนี้มา 30 กว่าปีแล้ว ตอนนั้นป่าทำมาก่อน แล้วซักปี 2518 ก็ให้เช่าสกีเตอร์เงินดีมาก ฝรั่งเศสชอบ คนไทยไม่ค่อยเล่นหรอก มันแพง ทำมาเกือบ 10 ปีก็เลยลงทุนเช่าเจ็ตสกีตั้งแต่ต้นหาดจนสุดหาดมีกว่า 30 ลำ แล้วก็ทำมาเรื่อย มีร่ม มีเรือกล้วย คนไทยชอบเล่นอันนี้นั้นถูกหน่อยยัย เล่นหลายคนก็หารกันไปตกคนนึงไม่เกิน 100 ส่วนพวกเดินนวดนี้มีมานานแล้ว แต่พักเยอะหน่อย นวดฝรั่งเศส นวดซัลตินาที่ ยี่สิบนาที่ไต้เป็นร้อย พวกถักผมแต่ก่อนเยอะเดี๋ยวนี้ค่อยลงแล้ว พวกเขียนลายสักไม่ค่อยมี ถ้าไปตามเกาะนะมีเยอะ ทำแล้วเล่นน้ำไม่ได้ต้องรอให้แห้งก่อน ส่วนพวกที่ทำเก้าอี้หรือขายอาหาร เขาก็ทำกันมานาน ไม่ค่อยมีปัญหาหรอก หน้าช่วงโลว์ก็ไม่ค่อยกระทบเท่าไร ส่วนมากไปกระทบพวกโรงแรมใหญ่ ๆ ของป่าก็เรื่อย ๆ”

สำหรับกีฬาทางบกช่วงนี้มีกีฬาผาดโผน ท่าทาย เข้ามาในเมืองพัทยาเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยภายหลังจากความสำเร็จของธุรกิจกีฬาน้ำจี้ จัมพ์ (Bunjee jump) เมื่อปี พ.ศ. 2534 กีฬาอัลตราไลท์ (Ultra light) ของสโมสรกีฬาบิน อีสเทิร์น ฟลายอิงคลับ (Eastern flying club) ก็เข้ามาเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2538 ถัดมาในปี พ.ศ. 2539 ก็มีธุรกิจกีฬารูปแบบใหม่ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากเกิดขึ้นพร้อมกันอีก 2 ประเภท ได้แก่ กีฬาพ่นทंबอล (Paint ball) และกีฬา

โบว์ลิ่ง (Bowling) นอกจากนี้ ช่วงปลายทศวรรษที่ 2530 ยังมีภาคเอกชนหันมาลงทุนต่อยอดรูปแบบธุรกิจด้วยการเปิดยิมหรือฟิตเนสซึ่งนอกจากให้บริการอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกายแล้ว ยังมีการเปิดสอนเทควันโด สก๊อต และเต้นรำ รวมทั้งบางส่วนของที่เปิดกิจการค้าขายไทย ซึ่งการลงทุนกีฬาทางบกสะท้อนความเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกของพัทยาเช่นเดียวกัน เพราะกีฬาทางบกที่ลงทุนกันนั้นมีภาพลักษณ์เป็น “กีฬาฝรั่ง” นำเข้ามาจากต่างชาติโดยเอกชนในพัทยา

กลุ่มธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยว จากการส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเมืองพัทยารูปแบบการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้ช่วงนี้มีการลงทุนเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย กล่าวคือ ภายหลังการเปิดพิพิธภัณฑ์ริบลิย์ เชื่อหรือไม่ (Ripley's Believe It or Not) ในปี พ.ศ. 2538 ก็มีการเปิดพิพิธภัณฑ์ขวด (Bottle Art Museum Pattaya) ในปีเดียวกัน ตามมาด้วย ธรันเดอร์ร็อก สวนไดโนเสาร์ (Thunder Rock Park and Restaurant) ซึ่งเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2541 (แต่ในปัจจุบันได้ปิดบริการแล้ว) และโรงภาพยนตร์พาโนรามา (Panorama) โรงภาพยนตร์ระบบ 360 องศา พาโนรามาแห่งแรกของประเทศไทย ประกอบด้วยเสียงพากย์บรรยายถึง 4 ภาษา คือ ไทย จีน ญี่ปุ่น และเกาหลี ซึ่งถือเป็นบริการอีกรูปแบบหนึ่งของสถานบันเทิงพัลาเดียมที่แสดงถึงการปรับเปลี่ยนการลงทุนอย่างชัดเจนในปี พ.ศ. 2542 รวมทั้งการเปิดอันเดอร์ วอเตอร์ เวิลด์ (Under Water World) ในปี พ.ศ. 2546 และการเปิดโรงละครไทย อลังการ ในปี พ.ศ. 2547 นอกจากนี้ยังมีการเปิดสถานที่ท่องเที่ยวนอกเขตเมืองพัทยา คือ สวนเสือศรีราชา (Tiger Zoo) ซึ่งเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2540 จะพบว่าการลงทุนต่อยอดรูปแบบสถานที่ท่องเที่ยวในยุคนี้ขยายตัวอย่างชัดเจน และขยายออกนอกเมืองพัทยาก็ด้วย ทำให้การท่องเที่ยวพัทยามีลักษณะไม่กระจุกตัวแค่ในเมืองพัทยา แต่ขยายออกไปนอกเมืองด้วย

กล่าวได้ว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบการลงทุนของธุรกิจบริการเหล่านี้ คือ ปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา พร้อมกับดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ดังคำกล่าวที่ว่า (วินิจ รังผึ้ง, 2546, หน้า 75)

“ชื่อเสียงของเมืองพทยานั้น เรียกว่าติดอันดับยอดเยี่ยมในระดับต้น ๆ ของเมืองท่องเที่ยวชื่อดังของโลกทีเดียว ด้วยเป็นเมืองตากอากาศที่มีความสวยงามและทันสมัยหลากหลายครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นอะไรพัทยามีให้หมด ใครชอบอะไรก็เลือกไปที่ชอบ ที่ชอบ ได้ตามความต้องการ ไม่ว่า จะเล่นน้ำทะเล อาบแดด สนุกกับกิจกรรมทางน้ำทุกรูปแบบ กีฬากลางแจ้งที่ทำหาย ตั้งแต่ ดำน้ำ เจ็ตสกี จั๊มพ์ บันจี้จัมพ์ เคเบิลสกี เพนดูลัม ฯลฯ นอกจากกลางวันจะมีอะไรให้เล่นมากมายแล้ว พัทยานามราตรีก็ไม่มีเวลาให้หลับไหล แสงไปตามบาร์เบียร์ ในดิสโก้ ผับ ร้านอาหาร ภัตตาคาร อัครสถานบันเทิงนานาชนิดก็กระปริปพราววับวาวไปทั่ว ไค้หาด ขณะที่อีกมุมหนึ่งของพัทยา ก็มีสวนพันธุ์ไม้อันร่มรื่น มีพิพิธภัณฑ์ มีเมืองจำลอง มีแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับครอบครัว แหล่ง

ศึกษาหาความรู้ มีปราชญ์สัจธรรม มีวิถ่อารามให้สงบจิตสงบใจ เรียกว่าชาวดนตรีแห่งนี้มีทุกสิ่ง
ที่แต่งแต้มลงไปอย่างกลมกลืน”

ในปี พ.ศ. 2540 เกิดวิกฤติเศรษฐกิจภาคการเงินในประเทศไทย รัฐบาลประกาศลอยตัว
ค่าเงินบาทให้เป็นไปตามกลไกตลาดเงินโลก วิกฤติดังกล่าวก่อให้เกิดการล้มละลายของธุรกิจต่าง ๆ
ในประเทศไทยอย่างกว้างขวาง ภาครัฐต้องเร่งดำเนินนโยบายเพื่อช่วยเหลือด้านเศรษฐกิจอย่าง
เร่งด่วนที่สุด ส่วนหนึ่งของแผนการฟื้นฟูเศรษฐกิจคือการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย
อย่างเข้มข้นคือ นโยบาย Amazing Thailand ประกอบกับระยะนี้มีการประกาศใช้แผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ซึ่งกำหนดว่าในสิ้นปี 2540 จะให้มีจำนวน
นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 7.75 ล้านคน และสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ ไม่ต่ำกว่า 245,122
ล้านบาท ส่วนในปี 2541 จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 8.3 ล้านคน และสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศ
ไม่ต่ำกว่า 281,890 ล้านบาท ส่วน ในปี 2542 จะมีนักท่องเที่ยวเข้าไทยไม่ต่ำกว่า 8.88 ล้านคน และ
นำรายได้เข้าประเทศไม่ต่ำกว่า 324,174 ล้านบาท แผนดังกล่าวกำหนดเป้าหมายให้มีจำนวน
นักท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวไม่ต่ำกว่า 7% ต่อปี และสร้างรายได้เป็นเงินตราจากต่างประเทศ
ให้ขยายตัวไม่ต่ำกว่า 15% ต่อปี รวมทั้งสนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 3% ต่อปี

เดิมทีโครงการ "Amazing Thailand 1998-1999" เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยอาศัย
2 โอกาสพิเศษ คือ การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ในปี 2541 และ
วโรกาสเฉลิมฉลองพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในปี 2542 แต่
เนื่องจากประเทศไทยกำลังเผชิญหน้ากับวิกฤติเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงได้ส่งเสริมกระด้นนโยบาย
Amazing Thailand ให้กลายเป็นนโยบายหลักของการท่องเที่ยวในประเทศไทย การดำเนินนโยบาย
เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นแม่งาน ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์เปิดตัวโครงการทั้ง
ในและต่างประเทศ ทั้งในแง่เชิญสื่อมวลชนจากต่างประเทศนับพันคนมาทัศนศึกษาในประเทศไทย
รวมทั้งการขอความร่วมมือหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ให้มีการตกแต่งอาคารสถานที่ที่เป็นพิเศษ
ด้วยโลโก้ของงาน และสนับสนุนให้ผลิตสินค้าของที่ระลึกเพื่อขายแก่นักท่องเที่ยวด้วย
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายหลักที่สำคัญสำหรับโครงการ Amazing Thailand คือ
1. จะเข้าไปมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างจิตสำนึกให้ประชาชน ตระหนักถึงการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจที่จะนำมา
วัตถุดิบในท้องถิ่นมาปรับใช้อย่างเหมาะสม เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวโดย
ร่วมมือกับชุมชนในท้องถิ่นแต่ละแห่ง 2. ร่วมมือกับภาคเอกชนในการรณรงค์ให้ประชาชน

ตระหนักว่าโครงการ Amazing Thailand เป็นภาระที่ต้องรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกในการร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ

ส่วนแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของ ททท. นั้น แบ่งออกเป็น 3 แนวทางคือ 1. สนับสนุนการกระจายอำนาจ กำลังคน และงบประมาณในการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวออกไปยังหน่วยงานในส่วนท้องถิ่น จังหวัด และภูมิภาค โดยจัดตั้งเป็นคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด 2. ร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ และประชาคมท้องถิ่น ในการสร้างแผนงานให้ท้องถิ่นเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประโยชน์และมีประสิทธิภาพที่สุดโดยไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยว 3. หรือร่วมกับกระทรวงมหาดไทย เพื่อสร้างแนวทางให้ท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทรับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยว โดยกำหนดกรอบและหน้าที่ให้องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีอำนาจในการพัฒนาท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่อย่างเหมาะสม

แนวคิดหลักของการดำเนิน โครงการ Amazing Thailand นั้นไม่ได้มุ่งเน้นให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก แต่ต้องการให้วันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวยาวนานขึ้น ซึ่งจะสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจำเป็นต้องสร้างกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยวพร้อมกันนี้ ททท. ก็ได้พยายามสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้กับประชาชนในแต่ละท้องถิ่น ด้วยการจัดกิจกรรมให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น การอบรมให้ความรู้กับเยาวชน การถวายความรู้แด่พระสงฆ์ การพัฒนาหลักสูตรการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชนให้เหมาะสมกับท้องถิ่น โครงการ โรงแรมสีเขียว (ประหยัดไฟ ใช้พลังงานให้เหมาะสม และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม) การร่วมมือกับกรมป่าไม้และกรมศิลปากรรวมทั้งภาคเอกชน ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม

ท่ามกลางวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลหาทางฟื้นฟูเศรษฐกิจโดยเร็ว ส่วนหนึ่งคือการเร่งส่งเสริมการท่องเที่ยวในพหุภาค ส่วนเอกชนก็มีการปรับตัวด้วยเช่นกัน นโยบายการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับเมืองพัทยา เพื่อรักษาสภาพทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาซึ่งบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเมืองพัทยาระดับที่ 5 (พ.ศ. 2540-2544) ก็ทำให้เกิดการรวมกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น ชมรมรถเช่า ชมรมเรือเช่า ชมรมวอร์คกิ้ง สตริท เป็นต้น โดยแต่ละกลุ่มจะร่วมมือกันเพื่อสร้างอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวให้แก่ธุรกิจของตน “การคงความเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับอินเตอร์สำคัญอยู่ที่การร่วมมือกันของทางเมือง (พัทยา) กับผู้ประกอบการ คือ ทางเราจะตั้งงบให้แล้วให้ทางฝ่ายเค้าก็ไปจัดการเอง” (นิรันดร์ วัฒนศาสตร์สาร, สัมภาษณ์, 31 สิงหาคม 2549)

นอกจากนี้ยังมีการจัดแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวในพัทยาอย่างคึกคัก ดังคำกล่าวของ วัฒนพรณ เพ็ชรตระกูล (สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2549)

“การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญสำหรับเรา โดยในแต่ละปีเนี่ยตัวแทนผู้ประกอบการของธุรกิจต่าง ๆ จะร่วมกันจัดโรดโชว์ (Road show) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว อย่างในปีนี้ ททท. (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาค กลางเขต 3 (พัทยา) ชลบุรี) เค้ามีโครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก แล้วก็ทำบัตรบูรพาพรรณา (Colors of the East) ไว้แจกนักท่องเที่ยวฟรี โดยชมรมต่าง ๆ ทั้งชมรมโรงแรม ชมรมวอร์คกิ้ง ชมรมเรือ รวมทั้งอัลคาซาร์เอง ก็จะมอบส่วนลดสำหรับนักท่องเที่ยวที่ถือบัตรนี้มา หาเรา แล้วก็แบ่งกันไปจัดโรดโชว์ตามภาคต่าง ๆ อย่างเมื่อตอนสงกรานต์ที่ผ่านมา อัลคาซาร์ กับทิฟฟานีก็ไปจัดโรดโชว์กันที่เชียงใหม่ หรืออย่างช่วงโลว์ก็จะมีโปร โมชั่นราคาพิเศษเรียก นักท่องเที่ยว โดยทั่วไปเราก็จะลี้มกับพวกทัวร์ พวกโรงแรมที่ทำให้ยอดนักท่องเที่ยวไม่ตก เกี่ยวกับความร่วมมือกับ ททท. หรือกับเมืองพัทยา โดยมากเรานั้นเข้าร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างที่ผ่านมา เราก็จัดรถแห่ของอัลคาซาร์เข้าร่วมขบวนถวายพระในหลวง หรือที่ทำทุกปี ก็พวกงานเทศกาลพัทยา ที่จัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายนของทุกปี รวมทั้งงานไหลพัทยา ทุกวันที่ 18-19 เมษายนของทุกปี”

การจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคกลางเขต 3 ขึ้นที่เมืองพัทยา ในปี พ.ศ. 2542 ก็ช่วยผลักดันให้เกิดการประสานงานกันระหว่างเมืองพัทยา ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และภาครัฐในการวางแผนการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวและแก้ไขปัญหาทางการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาอย่างเป็นระบบ ภายใต้นโยบายทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

นับตั้งแต่รัฐบาลส่งเสริมนโยบาย Amazing Thailand อย่างจริงจัง ทำให้เกิดกระแสตอบรับกันอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการใช้แผนงาน Be my Guest เป็นกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ เสนอประสิทธิภาพในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้จากภาคการท่องเที่ยว จากสถิติปี พ.ศ. 2543 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 9,578,826 คน มีเงินรายได้เข้าประเทศไทย 292,600 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2542 สอดคล้องกับการแถลงนโยบายของรัฐบาลในปี พ.ศ. 2544 ว่าการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำเงินเข้าสู่ประเทศ ดังนั้น รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมภาคบริการ เพิ่มความหลากหลายให้แก่การท่องเที่ยวในประเทศไทย ยกกระตือรือร้นความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว จากผลของ

นโยบายรัฐบาลส่วนหนึ่งที่ปรากฏ เช่น คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบตามมติคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติในการเพิ่มพื้นที่สาธารณะในการเดินเลียบชายฝั่งทะเล, การพัฒนาระบบกำจัดขยะและน้ำเสียไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชายฝั่งทะเล มีการจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 3 ขึ้นที่เมืองพัทธยา เปิดให้บริการโรงพยาบาลนครพานิราม แห่งแรกของประเทศไทย คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบให้เน้นโครงการที่เร่งการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

เมืองพัทธยายังคงเสริมสร้างในการเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกด้วยการกำหนดแผนพัฒนาเมืองพัทธยาฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2545-2549) ให้เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และการบริหาร ภายใต้การรับผิดชอบร่วมกันระหว่างเมืองพัทธยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 3 และภาคเอกชน สอดคล้องกับสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ที่มุ่งสู่การเป็นเมืองทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังคำกล่าวที่ว่า (ชัยวัฒน์ เจริญสุข, สัมภาษณ์, 31 สิงหาคม 2549)

“ที่ผ่านมามีปัญหาหลายอย่าง โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว ตอนนี้เราเน้นเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยหลักการทำได้ไม่ยาก สิ่งที่เราพยายามทำกันมาโดยตลอด มีหลักง่าย ๆ 4 มิติ มิติที่ 1 มีอยู่ 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัยเรื่องความสะอาด และปัจจัยเรื่องความปลอดภัย มิติที่ 2 คือ ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน มิติที่ 3 คือ การตลาด ซึ่งมาจากความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และสื่อมวลชน และมิติสุดท้าย มิติที่ 4 คือ การบริการจัดการของเมืองพัทธยา เนี่ยแหละคือ ทั้งหมดในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ว่าจะแผนงานอะไร โครงการอะไร ก็อยู่ใน 4 มิตินี้”

ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เมืองพัทธยายังคงศักยภาพของความเป็นเมืองอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวไว้ได้ แม้ว่าประเทศไทยโดยรวมจะต้องเผชิญภาวะวิกฤตต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง พิจารณาได้จากอัตราการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองพัทธยาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2554 ข้อมูลดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศของเมืองพัทยาปี พ.ศ. 2536-2554

พ.ศ.	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	นักท่องเที่ยวชาวไทย
2536	1,317,483	863,772
2537	1,549,549	1,008,160
2538	1,792,377	981,806
2539	1,825,884	1,030,805
2540	1,870,496	1,100,856
2541	2,192,366	1,008,829
2542	2,408,039	1,046,553
2543	2,531,704	1,120,761
2544	2,679,888	1,177,762
2545	2,878,825	1,305,598
2546	2,790,170	1,463,304
2547	3,329,740	1,680,824
2553	1,727,397	5,216,070
2554	1,801,101	5,711,532

ตารางที่ 19 รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาปี พ.ศ. 2536-2552

พ.ศ.	รายได้ (ล้านบาท)
2536	16,177.12
2537	19,521.78
2538	23,595.68
2539	35,595.68
2540	28,005.46
2541	32,743.88
2542	34,928.74
2543	37,893.23
2544	39,953.76

ตารางที่ 19 (ต่อ)

พ.ศ.	รายได้ (ล้านบาท)
2545	42,392.44
2546	40,194.25
2547	48,671.71
2548	48,522.13
2549	53,244.11
2550	59,347.16
2551	62,967.81
2552	44,657.97
2553	15,123.17

(ที่มา: กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2521 อ้างถึงใน ขวัญแก้ว

อุดมบุญญานุกาพ, 2546)

การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศดังกล่าว นอกจากจะสร้างรายได้ให้แก่เมืองพัทยาแล้ว ยังเป็นการเพิ่มรายได้ไปยังธุรกิจบริการทางการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงเป็นการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ ที่สนับสนุนธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวด้วย เช่น ธุรกิจการก่อสร้าง ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลทำให้พัทยามีรายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด เช่น ในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนพัทยาทั้งหมด 5,338,009 คน มีรายได้ 48,522.13 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 6,114,947 คน มีรายได้ 53,244.11 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2550 จำนวนนักท่องเที่ยว 6,680,658 คน มีรายได้ 59,347.16 ล้านบาท (เมืองพัทยา, 2555)

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา พ.ศ. 2548-2552 แผนพัฒนายุทธศาสตร์เมืองพัฒนามีหลักการที่สำคัญ คือ เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการพัฒนาของเมืองพัฒนา โดยมีหน่วยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้ เช่น หน่วยงานต่าง ๆ ในสังกัดเมืองพัทยา สภาพัทยารวมไปถึงฝ่ายบริหารเมืองพัทยา มียุทธศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองและเศรษฐกิจ 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพชีวิตในพัทยา 3. ยุทธศาสตร์การบริหารจัด

การเมืองพัทยา 4. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร
5. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

นอกจากนี้ระยะปี พ.ศ. 2548-2553 เกิดวิกฤติการณ์ทางการเมือง เกิดกลุ่มการเมือง สีเหลือง สีแดง ก่อให้เกิดความขัดแย้งโดยทั่วไป เกิดรัฐประหาร 19 กันยายน 2549 ความขัดแย้งทางการเมืองส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ย่ำแย่สำหรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย รูปธรรมก็คือตัวเลขทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวภายในปี พ.ศ. 2551 ลดลง คือ จำนวนนักท่องเที่ยวเหลือ 5,634,088 คน ปี พ.ศ. 2552 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเหลือ 4,305,998 คน รายได้ลดลงเหลือ 44,658.97 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างต่อเนื่องเหลือ 3,405,622 คน รายได้ลดลงเหลือ 15,123.17 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม รัฐบาลมีแผนงานสำหรับการฟื้นฟูการท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน มีแผนงานสำหรับยกระดับเมืองพัทยาให้สามารถแข่งขันในระดับโลกได้ และแผนงานฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยองค์การมหาชนคือ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษ (อพท.)

คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2552 ให้ความเห็นชอบการประกาศเขตพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง และประกาศในราชกิจจานุเบกษาในวันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2552 ครอบคลุมพื้นที่ 928.47 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วย 1.เมืองพัทยา (ครอบคลุมพื้นที่เกาะล้าน เกาะไผ่) 2. เทศบาลเมืองหนองปรือ 3. เทศบาลตำบลบางละมุง 4. เทศบาลตำบลตะเคียนเตี้ย 5. เทศบาลตำบลโปัง 6. เทศบาลตำบลห้วยใหญ่ 7. เทศบาลตำบลนาจอมเทียน 8. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองปลาไหล 9. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้แก้ว ตามมติ ครม. ดังกล่าวทำให้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของเมืองพัทยาถูกกำหนดร่วมกันกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษ (อพท.) ดังนั้นการกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยาจึงมีทั้งเมืองพัทยา (ในฐานะท้องถิ่น) ร่วมกันกับ อพท. (ในฐานะรัฐบาลส่วนกลาง)

โดยธุรกิจทางการท่องเที่ยว 90 % นโยบายเมืองพัทยาก็จะเน้นนโยบายสาธารณะการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น พัฒนาระดับฝีมือการโรงแรม พัฒนาการศึกษาก็จะเน้นอาชีพการโรงแรม การช่างที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานก็เพื่อรับรองการท่องเที่ยว เมืองพัทยาก็จะประสานงานกับการสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา โทรศัพท์ บริษัท TRUE หรือ TOT ให้มาขยายโครงสร้างพื้นฐานรองรับการเจริญเติบโตทางด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงแผนระยะสั้น ระยะกลาง และแผนระยะยาว ซึ่งเราเป็นเมืองท่องเที่ยวก็จะมีประชากรหมุนเวียนตลอดทำให้การแก้ปัญหาการให้บริการเป็นนโยบายหลักที่เราเน้น เราก็มีนโยบายในการช่วยเหลือ

ด้านต่าง ๆ เช่น ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ ช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางสังคม มี Call Center 24 ชั่วโมง มีระบบกล้องวงจรปิด 24 ชั่วโมง (อิทธิพล คุณปลื้ม, สัมภาษณ์ 17 มิถุนายน 2556)

มีการดำเนินนโยบายเพื่อยกระดับเมืองพัทยาให้สามารถแข่งขันกับเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ออสเตรเลีย และสเปน เป็นต้น ในการนี้เมืองพัทยาจะปรับการบริหาร โดยการใช้กลไกองค์การมหาชนคือ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษ (อพท.) รูปธรรมในการดำเนินนโยบายคือ การจัดทำ โครงการจัดทำแผนแม่บทการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง ประจำปี 2554 ของ อพท. การจัดทำรายงานฉบับนี้เป็นไปเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับสากลและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ในพัทยาเพื่อการท่องเที่ยวและเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก โดยในปัจจุบันพัทยาได้มีการดำเนินการตามนโยบายในการที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวในระดับโลก ดังนี้

1. การจัดการและพัฒนาปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ในเมืองพัทยา

ในส่วนของการจัดการและพัฒนาปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ นั้น เมืองพัทยาได้ทำการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การพัฒนาในด้านการจราจร โดยมีการผลักดันและก่อสร้างทางยกระดับแยก

สุขุมวิท-พัทยากลาง การขยายโครงข่ายของสัญญาณไฟจราจรอัตโนมัติ (ATC) ตามนโยบาย “รถน้อยไม่ต้องคอยนาน สัมพันธ์ทุกทางแยก” การสร้างศูนย์บูรณาการควบคุมและสั่งการจราจร ผ่านช่องทางวิทยุ การพัฒนาป้ายสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ แสดงความหนาแน่นของการจราจร การสร้างหน่วยเคลื่อนที่เร็วในการให้ความช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาการจราจร เพิ่มทางม้าลาย ลูกกระพรวน กระบอกโค้ง สะพานลอยคนข้าม การจัดให้มีป้ายรถเมล์ และวินมอเตอร์ไซด์ที่ได้มาตรฐาน การปรับปรุงถนนที่มีหลุม บ่อให้เรียบ การปรับปรุงทางเท้าให้เรียบเพื่อบริการผู้พิการ กำจัดวัชพืช คราบสกปรกให้สม่ำเสมอ (เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี, 2555, หน้า 27)

1.2. การจัดทำโครงการโรงพยาบาลเมืองพัทยา ให้ได้คุณภาพที่มาตรฐาน ราคาถูก

โดยมีการบริการครบวงจร ให้สิทธิในเรื่องของการประกันคุณภาพ สิทธิประกันสังคม สิทธิกองทุนข้าราชการทดแทนชาวพัทยา-เกาะล้าน มีแพทย์และพยาบาลที่บริการทั่วถึงทั้งพัทยา และเกาะล้าน สามารถรองรับผู้ป่วยได้ 1,000 คนต่อวัน เป็นต้น (เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี, 2555, หน้า 35)

1.3. การปรับปรุง และการขยายเขตไฟฟ้าและน้ำประปา การปรับปรุงในระยะที่ 1 คือ

ในปีพ.ศ. 2555 – พ.ศ. 2556 จะทำการขยายเขตจำหน่ายน้ำประปา 13 เส้นทาง 13 ชุมชน คือ ชุมชนกระต๊ากลาย ชุมชนชัยพรวิถิ ชุมชนบ้านกระบก 33 ชุมชนทัพพระยา ชุมชนหนองใหญ่ก้าวหน้า ชุมชนพัทยากลาง ชุมชนหนองใหญ่บ้านล่าง ชุมชนเขาน้อย ชุมชนรุ่งเรือง ชุมชนเจริญสุขพัฒนา ชุมชนเขาตาโล ชุมชนโพธิ์สัมพันธ์ และชุมชนก่อไผ่ นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงเส้นทางท่อ ประปาเพื่อ

ปรับปรุงแรงดันน้ำ จัดทำระบบตรวจสอบคุณภาพน้ำ ระบบควบคุมแรงดันน้ำ และศูนย์ ONE STOP เพื่อทำการตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพน้ำ นอกจากนี้ทางเมืองพัทยายังได้มีโครงการที่จะพัฒนาในเรื่องของน้ำประปาในระยะที่ 2 คือ ในปี พ.ศ. 2557- พ.ศ. 2558 โดยการขยายเขต จำหน่ายน้ำประปา เพิ่มอีก 12 เส้นทางใน 12 ชุมชน เพื่อให้ได้รับการแก้ไขปัญหาน้ำ ได้แก่ ชุมชนกระทิงลาย ชุมชนเขาตาโล ชุมชนเขาน้อย ชุมชนชอยกอไผ่ ชุมชนหนองอ้อ ชุมชนชอยไผ่ประณีย์ ชุมชนชอย 5 ชันวา ชุมชนชอย 6 ยศศักดิ์ ชุมชนตลาดเก่าแกลือ ชุมชนเทพประสิทธิ์ ชุมชนทัพพระยา ชุมชนบ้านหัวทุ่ง และพัฒนาปรับปรุงท่อประปา การปรับปรุงการบริการ และการลดน้ำเสีย การติดตั้งและควบคุมระบบการตรวจสอบคุณภาพน้ำอัจฉริยะระยะไกล นอกจากนี้ยังได้สำรวจความต้องการไฟฟ้าในชุมชน และขยายเขตให้พอเพียงต่อการใช้งาน และความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ (เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี, 2555, หน้า 36 -37)

1.4. การเตรียมความพร้อมในการป้องกันและแก้ปัญหาภัยสาธารณะระดับสากล โดยการจัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังและเตือนภัยเมืองพัทยา (Pattaya City Watch and Alert Center) ในเรื่องของการเน้นการบริหารวิกฤติการณ์เพื่อรับมือภัยคุกคามต่าง ๆ ทั้งที่เกิดจากภัยธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยการทำงานร่วมกันทุกภาคส่วน ซึ่งจะทำการแก้ปัญหาในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การบรรเทาสาธารณภัย เพลิงไหม้อาคารสูง การท่องเที่ยวและการสัญจรทางทะเล การคุ้มครองผู้บริโภค อาหาร โรคระบาดและสุขอนามัย ความสะอาด มลพิษและสิ่งแวดล้อม มิจาชีพและการถือโอกาสภัยธรรมชาติ การให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว การให้ความรู้สู่สาธารณะ การควบคุมเสียงดัง ปัญหาเด็กเร่ร่อน ไม่มีที่อยู่อาศัย และการค้ามนุษย์ (เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี, 2555, หน้า 39)

1.5 การจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดและการอนุรักษ์พลังงานอย่างรู้ค่า โดยการส่งเสริมให้ความรู้ และการรณรงค์ ส่งเสริมสิ่งแวดล้อม การจัดกิจกรรมรณรงค์ประหยัดพลังงาน ส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ในเรื่องของการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ตัวอย่างโครงการในเรื่องของการอนุรักษ์พลังงานได้แก่ การก่อสร้างระบบผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานลม และแสงอาทิตย์บนพื้นที่เกาะล้าน เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า เพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทน (เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี, 2554, หน้า 77)

1.6 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี โดยการพยายามเมืองพัทยาให้เป็นเมืองแห่งความปลอดภัย ในด้านชีวิตและทรัพย์สินทั้งของคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว (เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี, 2554, หน้า 27) โดยการจัดทำหน่วยทัพพระยาที่จะดูแล ห่วงใย ใส่ใจ สร้างความอบอุ่นใจให้กับประชาชนเมืองพัทยา ดังคำกล่าวที่ว่า (เมืองพัทยา, 2553, หน้า 21)

“เข้าถึงที่เกิดเหตุได้รวดเร็วที่สุด รับฟังศูนย์ควบคุมฯ จัดสรรกำลังคนให้เพียงพอ ระบุจุดเกิดเหตุ หากจะต้องมีการปิดล้อมจับกุมเส้นทางต่าง ๆ มีเจ้าหน้าที่หรือยัง เข้าไปยังเส้นทางที่ช่วย

ในการปิดล้อม จดบันทึกคำหับรูปพรรณของยานพาหนะคนร้าย ตัวคนร้าย การแต่งกาย และทิศทางที่หลบหนีในขณะที่เดินทาง”

หน่วยงานด้านการรักษาความปลอดภัยในพยานนั้นได้ ประสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพด้วยความพร้อมของกำลังคนและระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ปฏิบัติภารกิจหลักด้านการบรรเทาเหตุร้ายแรง โดยมีหน่วยงานรองรับการปฏิบัติงานซึ่งจะครบสมบูรณ์แบบได้ในเร็ว ๆ นี้ อันได้แก่ (เมืองพัทยา, 2553, หน้า 21)

หน่วยงานอาสาสมัคร ช่วยงานกิจกรรมด้านการป้องกันดูแลความสงบสุขเรียบร้อยในกำกับของเมืองพัทยาอาสาสมัครช่วยเหลือสังคมไม่หวังผลประโยชน์ เปิดอบรม รับการฝึกฝนด้านยุทธวิธีและการป้องกัน รวมถึงการช่วยเหลือผู้บาดเจ็บเบื้องต้นอย่างถูกวิธีและผ่านการทดสอบทั้งด้านทฤษฎีและการปฏิบัติ จากศูนย์ฝึกอบรมตำรวจภูธรภาค 2 จ. ชลบุรี ซึ่งประกอบด้วยอาสาสมัครจากหลากหลายอาชีพ ทุกภาคส่วนงาน

หน่วยงานดับเพลิง หน่วยงานกู้ภัยตามโครงสร้างจะจัดตั้งสถานีรับผิดชอบ 3 สถานี ใน 3 สถานีเขตพื้นที่ โดยก่อสร้างอาคารที่เป็นหอคอย เพิ่มหน้าที่การทำงานให้มีระบบสายตรวจยามฝั่ง ส่วนศูนย์สั่งการทางทะเลยังคงทำหน้าที่เช่นเดิม เพิ่มเติมหน่วยงานสนับสนุน ประกอบด้วยศูนย์สั่งการ กองอำนวยการ กองสืบสวน หาข่าว ด้านยาเสพติดและกองทรัพยากรมนุษย์

จัดระบบงานสายตรวจ อันประกอบด้วยสายตรวจเดินเท้า เพิ่มปริมาณการตรวจโดยระบบสายตรวจที่เป็นโครงข่ายครอบคลุมสถานที่และเวลาเสี่ยงทั้งหมด ตลอดจนถึงการเดินทางไปถึงที่เกิดเหตุโดยรวดเร็วใช้เวลาเดินทางให้น้อยที่สุด

สายตรวจยานทรงตัว 2 ล้อ (Seg way) ระบบการเคลื่อนที่ด้วยล้อ 2 ล้อ แต่มีความสามารถในการทรงตัวอัตโนมัติและเคลื่อนที่ได้รวดเร็ว จึงดีกว่าสายตรวจเดินเท้าที่ระงับเหตุได้ช้ากว่า สามารถใช้การได้ดีทั้งการออกตรวจอย่างช้า ๆ เพื่อครอบคลุมพื้นที่ แต่เมื่อถึงเวลาระงับเหตุก็สามารถไปได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสำหรับพื้นที่มีคนพลุกพล่าน

โดยจะนำมาใช้ในเขตพัทยาได้ บริเวณถนนคนเดินเป็นรุ่นแรก เพราะเป็นหน้าตาของเมืองและเป็นเขตที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุด จึงต้องการความฉับไวในการไประงับเหตุเพื่อไม่ให้เรื่องลุกลาม เป็นการสร้างภาพพจน์ของเมืองท่องเที่ยวที่มีระบบรักษาความปลอดภัยอันทันสมัย แต่ทั้งนี้นอกจากถนนคนเดินแล้ว ยังไม่ควรดำเนินการในเขตอื่น

สายตรวจจักรยาน ควบคุมพื้นที่ขนาดกลาง สามารถแสดงกำลัง (Show of force) ในพื้นที่เสี่ยงได้ตลอดเวลา วัตถุประสงค์ของสายตรวจแบบนี้ ต้องการให้ผู้ตรวจรู้จักพื้นที่และประชาชนเพื่อทำงานด้านป้องกันปราบปรามและงานมวลชนไปพร้อมกัน เส้นทางตรวจเน้นในเขตชุมชน หมู่บ้าน และตรอกซอย ส่วนพื้นที่รอบนอกคือ ถนนสายหลัก ให้เป็นหน้าที่สายตรวจอื่น

สายตรวจรถจักรยานยนต์และรถยนต์ ระบบสายตรวจที่ใช้ความเร็ว มีหน้าที่ในการระงับเหตุมากกว่าการป้องกันหรือหาข่าวพร้อม ๆ กันนั้นก็ใช้เป็นสายตรวจในเชิงป้องกันได้ รถยนต์สายตรวจควรใช้รถขนาดเล็กที่ประหยัดพลังงานหรืออาจจะใช้พลังงานไฟฟ้า ระยะเวลาในการเดินทางไปถึงที่เกิดเหตุ (Response time) เฉลี่ยที่ 5-10 นาที รถจักรยานยนต์ ใช้รถขนาดเล็ก ระยะเวลาไปถึงที่เกิดเหตุเฉลี่ย 3-5 นาที เส้นทางตรวจเน้นบนถนนสายหลัก เส้นทางที่สายตรวจรถยนต์ รถจักรยานยนต์ออกตรวจตามปกติ คือ บริเวณที่มีคดีอาชญากรรมเกิดขึ้นหนาแน่น ใน 8 เขต

ศูนย์ประสานงานชุมชน (Koban) เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ประสานงานชุมชน มีพื้นที่รับผิดชอบโดยรอบศูนย์ประสานงานชุมชนที่ชัดเจน มีระเบียบในการเก็บประวัติประชาชน โดยรอบและออกตรวจเยี่ยมเสมอ โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำ การทำงานใน 1 ป้อมยาม จะประกอบไปด้วยเจ้าหน้าที่หลัก 2 นายต่อผลัด

นอกจากนี้ กำหนดเขตพื้นที่รับผิดชอบภายในระยะ 100 เมตร เป็นเขตพื้นที่การดูแลของศูนย์ประสานงานชุมชน ขานพาหนะเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ประสานงานชุมชนอาจเดินเท้าหรือใช้จักรยานเป็นพาหนะในการออกตรวจระบบสายตรวจจักรยานที่มีอยู่แล้วก่อนหน้านี้ อาจให้อาสาสมัครขึ้นอยู่กับหัวหน้าศูนย์ประสานงานชุมชน ในการวางแผนสายตรวจจักรยานทุกคันในพื้นที่

สายตรวจอื่น ๆ ได้แก่ สายตรวจเจ็ตสกี (Jet ski) สายตรวจเรือเร็ว พื้นที่ทางทะเลของเมืองพัทยาที่รับผิดชอบประมาณ 154.66 ตารางกิโลเมตร คิดเป็น 2.8 เท่าของพื้นที่บนพื้นดิน พื้นที่ทางทะเลมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการระวังป้องกันเช่นเดียวกับบนแผ่นดิน เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวลงเล่นน้ำและมีความเสี่ยงต่าง ๆ พื้นที่เสี่ยง ได้แก่ บริเวณริมชายหาดลงไปในทะเลที่มีความลึกต่างระดับกัน การเฝ้าระวังควรแบ่งพื้นที่ชายหาดเป็น 3 ส่วน เขตที่ 1 นาเกลือและพัทยาเหนือ เขตที่ 2 พัทยากลางและพัทยาใต้ และเขตที่ 3 จอมเทียน

1.7. การปรับปรุงหาดพัทยาให้เป็นชายหาดธรรมชาติ หาดสวย น้ำใส และปลอดภัย ซึ่งชายหาดพัทยาคือว่าเป็นสถานที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก กลับเป็นจุดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากปัญหาชายหาดถูกกัดเซาะ ดังนั้นทางเมืองพัทยาจึงได้แก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการจัดทำโครงการฟื้นฟูสภาพและปรับปรุงภูมิทัศน์ชายหาดพัทยา พร้อมทั้งการเสริมชายหาดขึ้น โดนการปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านวิศวกรรมชายฝั่ง ด้านวิทยาศาสตร์ทางทะเล ธรณีวิทยาทางทะเล และด้านภูมิสถาปัตยกรรม เพื่อดำเนินโครงการวิจัย และออกแบบปรับปรุงพื้นที่ชายหาดพัทยา และการป้องกันการกัดเซาะชายฝั่ง ให้กว้างขนาด 35 เมตร

ยาว 2.785 เมตร พร้อมทั้งขยายถนนเลียบริมหาดพัทยา เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว (เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี, 2554, หน้า 85)

2. การจัดกิจกรรมในระดับนานาชาติ

โดยในปัจจุบัน พัทยามีการปรับปรุงเมืองให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกด้วยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในระดับนานาชาติ ซึ่งได้จัดอย่างน้อยปีละ 4 มหกรรม ซึ่งได้แก่ มหกรรมต่าง ๆ ดังนี้

2.1 กิจกรรมการแข่งขันพัทยามาราธอน เป็นการจัดกิจกรรม ที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้วยการเชิญชวนชาวต่างชาติ ที่ชื่นชอบการวิ่งเข้าร่วมแข่งขัน และท่องเที่ยวในเมืองพัทยามากขึ้น ซึ่งในการแข่งขันพัทยามาราธอน ครั้งที่ 19 นั้นมีผู้ที่สนใจและเข้าร่วมแข่งขันจำนวน 10,000 คน ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งผู้เข้าร่วมการแข่งขันนั้นมาจาก 12 ประเทศ ได้แก่ ไทย เกาหลี จีน ญี่ปุ่นฮ่องกง จากประเภทการแข่งขัน ทั้งหมด 5 ประเภท คือ มาราธอนนานาชาติ ฮาฟมาราธอน, ควอเตอร์มาราธอน วิลแชร์ และประเภทนัก เรียน (เมืองพัทยา, 2554, หน้า 128-129)

2.2 เทศกาลดนตรี นานาชาติ (Pattaya international music festival) ซึ่งมีการเชิญศิลปินทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มาแสดงบนเวทีขนาดใหญ่ 4 เวที ทางเมืองพัทยาได้ดำเนินการโดยร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (เมืองพัทยา, 2554, หน้า 140-141)

2.3 งานแสดงและประกวดพลุนานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ ดวงประทีปพราวณาเทิดราชาราชินีবারมีศรีแผ่นดิน เป็นการดำเนินงานร่วมกับกระทรวงกลาโหมจัดงานแสดงประกวดพลุ โดยการจัดแสดงพลุกลางทะเลที่ใช้พลุเป็นจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย ซึ่งได้รับความร่วมมือจาก 4 ประเทศคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และชมรมพลุแห่งประเทศไทย ในการจัดงานนั้นได้มีการเตรียมเรือขนาดใหญ่และพื้นที่จัดแสดงขนาดใหญ่ซึ่งมีการจัดแสดงพลุที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จำนวน 50,000 ลูก การจัดงานแสดงพลุนานาชาตินี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเพื่อชมการแสดงพลุพร้อมการแสดงคอนเสิร์ตริมชายหาดพัทยา ที่สร้างความสนุกสนานให้กับนักท่องเที่ยว (เมืองพัทยา, 2554, หน้า 128-129)

2.4. การจัดการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ในระดับชาติ โดยพัฒนานั้นได้มีการจัดการความพร้อมในเรื่องของการกีฬา เพื่อจัดการแข่งขันในระดับโลก ถึง 12 สนามกีฬา โดยที่พัฒนานั้น ได้แข่งขันกีฬาสำคัญ ได้แก่ การแข่งขันกอล์ฟ สตรี ฮอนด้า แอลพีจี ไทยแลนด์ 2009 ซึ่งเป็นการจัดการ

แข่งขันกอล์ฟสตรีระดับโลก และได้ถ่ายทอดสดไปยังประเทศต่าง ๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ออสเตรเลีย เป็นต้น (เมืองพัทยา, 2553, หน้า 135)

3. การจัดทำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

เมืองพัทยานั้นมีการจัดทำแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย ทั้งในด้าน วัฒนธรรม แหล่งบันเทิง การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งมีสถานที่กว่า 85 แห่ง ในเขตเมืองพัทยา โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงในเมืองพัทยาที่สำคัญดังนี้ (เมืองพัทยา ประจำปี 2554, 2554, หน้า 96-99)

3.1 วิหารเซียน/ เจ้าจักรพรรดิ/ ไร่่องุ่นซิลเวอร์เลค โดย วิหารเซียน เป็นวิหารขนาดใหญ่ 3 ชั้น แหล่งรวบรวมศิลปกรรมไทย-จีน ทั้งยังมีพิพิธภัณฑ์แสดงโบราณวัตถุสูงด้วยคุณค่าไว้ด้วย เจ้าจักรพรรดิ พระพุทธรูปปางมารวิชัยแกะสลักด้วยแสงเลเซอร์บนผา ขนาดความสูง 130 เมตร หน้าตักกว้าง 70 เมตร ที่ศรัทธางดงามดั่งทอง แข็งแกร่งเสมือนหินผา และไร่่องุ่นซิลเวอร์เลค เป็นอาณาจักรที่ทั้งปลูกและจำหน่ายองุ่นสด ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากองุ่น บนพื้นที่กว่า 1,200 ไร่ ที่รายล้อมไปด้วยธรรมชาติ วิวดสวย และอากาศแสนสบาย

3.2 อันเดอร์วอเตอร์ เวิลด์ พัทยา เป็นแหล่งรวมพันธุ์ปลาทะเลในด้านอ่าวไทย นักท่องเที่ยวสามารถชมผ่านมิติใหม่โดยเดินลอดอุโมงค์แก้วที่เปิดให้เห็นปลาประเภทต่าง ๆ ที่ว่ายอยู่รอบ ๆ ได้ถึง 180 องศา มีปลาสวยงามหาดูได้ยากรวบรวมไว้มากมาย

3.3 ปราสาทสัจธรรม เป็นที่ตั้งของสถาปัตยกรรมไม้ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของสยามประเทศ ที่แฝงเนื้อหาทางปรัชญาและศิลปวัฒนธรรมอันเป็นมรดกของมนุษย์ไว้มากมาย สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของศาสนาในฐานะเป็นเครื่องค้ำจุนโลก

3.4 เรือรบหลวงจักรีนฤเบศร์และศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล โดยเรือรบหลวงจักรีนฤเบศร์ ในยามปกติจะเป็นฐานปฏิบัติการคุ้มครองประโยชน์ของชาติทางทะเล ช่วยเหลือผู้ประสบภัย และรักษาสันติภาพในทะเล ในยามสงครามจะเป็นเรือธงคือ เรือที่ทำหน้าที่ควบคุมและบังคับบัญชากองเรือในทะเล ส่วนศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล อยู่ภายในหน่วยทหาร ดำเนินการเพาะไข่เต่าทะเลรวมทั้งอนุบาลลูกเต่าทะเลเพื่อปล่อยคืนสู่ธรรมชาติที่บริเวณเกาะคราม

3.5 อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พัทยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับบรรดาผู้รักธรรมชาติ เป็นที่จัดแสดงพันธุ์สัตว์ป่า พืชชาติ หินชนิดต่าง ๆ และยังมีการจัดแสดงที่สนุกสนานตื่นต้ออย่างหลากหลาย

3.6 ตลาดน้ำ 4 ภาค สถานที่ท่องเที่ยวซึ่งรวบรวมของดี 4 ภาค มาไว้ด้วยกัน รวมไปถึงการแสดงกิจกรรมวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรมไทยหรือจะเป็นการล่องเรือพายชมทัศนียภาพของตลาดน้ำ

3.7 พิพิธภัณฑ์บริติช เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของโลกต้นกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ได้รวบรวมความมหัศจรรย์จากทั่วทุกมุม โลกที่มีทั้งความลึกลับ พิศดาร และความงดงามที่น่าประทับใจ

3.8 วอร์คิงสตรีทพัทธาและคาบาเรต์โชว์ โดยวอร์คิงสตรีทพัทธา เป็นถนนที่เต็มไปด้วยสถานบันเทิง แสง สี เสียง ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ โดยมีจุดเริ่มต้นตั้งแต่พัทธาใต้ จากฝั่งชายหาดพัทธาไปจนถึงแหลมบาลีฮาย ซึ่งคาบาเรต์โชว์ การแสดงคาบาเรต์โชว์ในเมืองพัทธา มีอยู่ 2 แห่ง คือ อัลคาซาร์และทิฟฟานี ทั้งสองแห่งมีการแสดงโชว์ที่หลากหลายและอลังการด้วยฉาก แสง สี เสียง ที่ตระการตาตระการใจ

3.9 ทะเลและเกาะต่าง ๆ พัทธาเป็นสถานที่พักผ่อนอากาศมีชายหาดที่สวยงาม รวมทั้งหมู่เกาะต่าง ๆ ที่สวยงามลึกลับไปด้วยนักท่องเที่ยวที่มาเล่นน้ำ อาบแดด และเล่นกีฬาทางน้ำ อาทิเช่น หมู่เกาะล้าน หมู่เกาะไผ่ ที่ต่างก็ประกอบไปด้วย เกาะสาขาว หาดสวยและน้ำทะเลใส

3.10 สวนนงนุช เป็นสถานที่พักผ่อน บนพื้นที่กว่า 1,500 ไร่ ที่มีการเนรมิตสวนไม้ดอกไม้ประดับ ทั้งยังมีสวนสัตว์และศูนย์วัฒนธรรมไทย เปิดแสดงศิลปะการฟ้อนรำของแต่ละภาค ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว กีฬาพื้นบ้านและการแสดงของช้างแสนรู้เปิดแสดงทุกวัน ตลอดจนได้สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้บริการนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเที่ยวชมสวน

4. การพาณิชย์กรรมและการบริการ

เมืองพัทธามีการประกอบการด้านพาณิชย์กรรมในด้านในการทำธุรกิจ การค้าปลีก การนำเข้าส่งออก และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประเภทขายและให้เช่าอุปกรณ์กับนักท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวก และความบันเทิงกับนักท่องเที่ยว พบว่า ธุรกิจที่ส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทธานั้นมีดังต่อไปนี้ (เมืองพัทธา, 2555, หน้า 26)

โรงแรม	จำนวน	573	แห่ง		
รีสอร์ท	จำนวน	116	แห่ง		
เกสต์เฮ้าส์	จำนวน	158	แห่ง		
คอนโดมิเนียม	จำนวน	196	แห่ง		
หมู่บ้านจัดสรร	จำนวน	125	แห่ง		
ธนาคาร	จำนวน	20	แห่ง	127	สาขา
ศูนย์การค้า	จำนวน	44	แห่ง		
ร้านอาหาร	จำนวน	1,282	แห่ง		
สถานบันเทิง	จำนวน	711	แห่ง		

การก้าวขึ้นสู่เมืองท่องเที่ยวระดับโลกของเมืองพัทยาในปัจจุบัน ได้ทำให้พัทยากลายเป็นเมืองนานาชาติ (Metropolis) ดังจะเห็นได้จากนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาอาศัยในพัทยา (อิทธิพล คุณปลื้ม, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2556)

1. จะเป็นชาติยุโรปตะวันตกก็จะเป็นคนอังกฤษ เยอรมัน สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส ซึ่งจะมีจำนวนมากตามลำดับไป

2. จะเป็นกลุ่มสแกนดิเนเวีย เช่น เดนมาร์ก นอร์เวย์ สวีเดน ฟินแลนด์

3. จะเป็นกลุ่มคนเอเชียจีน เวียดนาม เกาหลี

4. กลุ่มชาติที่มีประชากรหนาแน่นลำดับต้น ๆ ของโลก เช่น จีน รัสเซีย อินเดีย

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแต่ไม่ได้พักอาศัยอยู่ ได้แก่ อเมริกา เอเชีย ออสเตรเลีย ยุโรป แอฟริกา เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของคนที่มาเที่ยวระหว่างชาวต่างชาติ กับคนไทยคือ 70 / 30 คือชาวต่างชาติ 70% คนไทย 30% รายได้การท่องเที่ยวเฉลี่ย 3,000 บาทต่อหัวสำหรับชาวต่างชาติ แต่ถ้าคนไทยก็จะตกประมาณ 1,900 – 2,000 บาทต่อหัว รายได้ด้านการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2555 ประมาณ 70,000 ล้านบาท มีนักท่องเที่ยวประมาณ 8,000,000 คน รวมทั้งชาวไทยและต่างประเทศ อัตราเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวประมาณ 5,000,000 – 5,500,000 ต่อปี ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมาน้อยในเมืองพัทยานั้นขึ้นลงตามภาวะเศรษฐกิจและการเมืองไทย (อิทธิพล คุณปลื้ม, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2556)