

ความคิดเห็นของนักท่งเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

อลิษา เอี่ยมอินทร์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

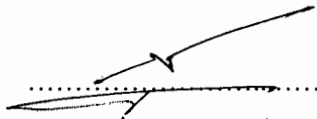
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

ธันวาคม 2558

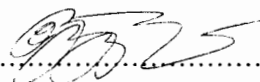
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

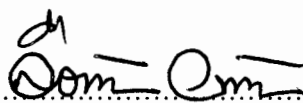
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางานนิพนธ์  
ของ อลิษา เอี่ยมอินทร์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

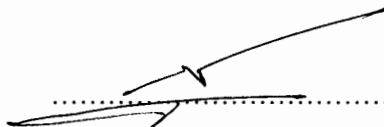
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(อาจารย์ ดร.กิจฐเขต ไกรवास)

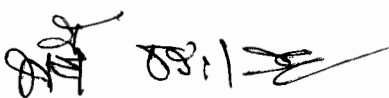
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

  
.....ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน อินทชาติ)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์ ดร. ลือชัย วงษ์ทอง)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.กิจฐเขต ไกรवास)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา

  
..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชนี ธารเสนา)

วันที่...24...เดือน.....ธันวาคม.....พ.ศ....2558.....

## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลืออนุเคราะห์ และคำปรึกษาเป็นอย่างดี จากอาจารย์กฤษเชต ไกรवास อาจารย์ที่ปรึกษา ได้ให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขเป็นอย่างดี ตลอดจนคณาจารย์ของวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มอบความรู้อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัย ขอขอบคุณอาจารย์นัสรี สะอีดี ที่ให้ความอนุเคราะห์ ในการแปลแบบสอบถามเป็นภาษาอินโดนีเซีย ทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ตลอดจนขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ ครอบครัว และ เพื่อนๆ ที่คอยให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้เสมอมา

อลิษา เอี่ยมอินทร์

56030228: กลุ่มวิชา: การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน; รป.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)

คำสำคัญ: ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว/ อินโดนีเซีย/ เมืองพัทยา

อติษา เอี่ยมอินทร์: ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา (INDONESIAN TOURISTS' OPINIONS TOWARD FACTORS IN RELATION TO TOURISM IN PATTAYA CITY) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: กิจฐเขต ไกรवास, ป.ร.ด. 101 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และรูปแบบการเดินทาง โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา อันดับแรก คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมา คือ ด้านสินค้าของที่ระลึก ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านการโฆษณาเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ ด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา และด้านโครงสร้างพื้นฐาน การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีอายุ และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ลักษณะของการเดินทาง และรูปแบบของการเดินทาง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

56930228: MAJOR: PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT; M.P.A.  
(PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT)

KEYWORDS: TOURISTS' OPINIONS/ INDONESIA/ PATTAYA CITY

ALISA EAIMIN: INDONESIAN TOURISTS' OPINIONS TOWARD FACTORS IN  
RELATION TO TOURISM IN PATTAYA CITY. ADVISOR: KITTACHET KRIVATE, Ph.D.  
101 P. 2015.

The purpose of this study was twofold. First, it aimed at examining Indonesian tourists' opinions toward factors in relation to tourism in Pattaya City, Chon Buri Province. Also, this study attempted to compare their level of opinion as classified by age, occupation, educational level, monthly income, frequency of visits, numbers of accompanies, and type of travelling. The instrument used to collect the data was a questionnaire completed by 400 Indonesian tourists visiting Pattaya City, Chon Buri Province. The statistical tests used to analyze the collected data included frequency, percentage, means, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA.

The results of this study indicated that Indonesian tourists expressed their opinion toward tourism in Pattaya City at a high level. When considering each factor, the one in relation to facility for tourists was rated the highest, followed by the factors relating to souvenirs, national resources for tourism, safety level, advertisement, image of Pattaya city, and infrastructure. Regarding the results from testing the hypotheses in order to make a comparison, it was shown that there were no statistically significant differences in the level of opinions toward factors in relation to tourism in Pattaya City among Indonesian tourists with different age, and frequencies of visiting Pattaya City. Finally, statistically significant differences were found in the level of opinions toward factors in relation to tourism in Pattaya City among Indonesian tourists with different educational level, occupation, monthly income, and type of travelling at a significant level of 0.05.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	8
แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	10
แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว.....	29
นโยบายแผนการพัฒนาและข้อมูลการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	52
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	52
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	53
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
เกณฑ์การแปรผล.....	55

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	56
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว.....	56
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา.....	59
ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีผลต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา (การทดสอบสมมติฐาน).....	71
5 สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	79
สรุปผลวิจัย.....	79
อภิปรายผล.....	80
ข้อเสนอแนะ.....	82
บรรณานุกรม.....	85
ภาคผนวก.....	90
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	101

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ปี ค.ศ. 2012-2014..... 39
2	จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกสัญชาติในกลุ่ม ASEAN ปี ค.ศ. 2012-2014..... 39
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล..... 56
4	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว..... 59
5	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย..... 61
6	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสินค้าของที่ระลึก..... 62
7	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์..... 64
8	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา..... 66
9	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน..... 67
10	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก..... 68
11	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในภาพรวมด้านต่าง ๆ..... 70





## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง.....	77
23	สรุปการทดสอบสมมติฐาน.....	77

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 องค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	21
3 แผนที่เมืองพัทยา.....	35

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้ปีละนับแสนล้านบาทและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี มักเป็นที่เชื่อกันว่าการท่องเที่ยวเป็นเส้นทางลัดไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ ประเทศที่กำลังพัฒนาหลายประเทศรวมทั้งประเทศสังคมนิยมที่เริ่มเปิดประเทศ เช่น อินโดจีนและยุโรปตะวันออกต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นภาคบุกเบิกที่จะนำผลประโยชน์มาสู่ระบบเศรษฐกิจด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก โดยหวังว่าการท่องเที่ยวจะดึงดูดเงินตราต่างประเทศ ทำให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ และมีรายได้ ประเทศไทยก็อาศัยการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธในการพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความหลากหลายในด้านรูปแบบกิจกรรม เป็นต้นว่า ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของภาคต่าง ๆ รวมไปถึงสถาปัตยกรรม เช่น วัดวาอาราม สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สัมผัสธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล อันสวยงาม การท่องเที่ยวในรูปแบบกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เล่นกีฬา และออกกำลังกาย หรืออาหารการกิน เป็นต้น (สนใจ รัชตวัฒนกุล, 2548)

พัทยา นับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศประเภทชายฝั่งทะเลที่ขึ้นชื่อมากแห่งหนึ่งของประเทศ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลกทั้งในเรื่องของชายหาดที่สวยงาม และเป็นแหล่งท่องเที่ยว สถานบันเทิงเรีงรมย์ยามค่ำคืน ที่ทำเงินทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาล แต่แต่ละปีส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตขึ้นเป็นอย่างมากในเวลาเพียงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ในปัจจุบันเมืองพัทยาก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปมาก บริเวณชายหาดมีแต่ความเจริญ และแสงสียามค่ำคืนมากมายจากธุรกิจบริการต่าง ๆ นักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่พัทยามักจะคิดว่า นี่คือ สวรรค์ของฝรั่ง หรือสวรรค์ของชาวต่างชาติโดยแท้ และด้วยเหตุผลที่พัทยามีประชากรในท้องถิ่น ประชากรต่างถิ่น และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นนี้เอง ก็ก่อให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม ปัญหามลพิษทางน้ำ ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหาโสเภณี ปัญหาอาชญากรรม เป็นต้น จะเห็นได้ว่าเมืองพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

จากสถานการณ์ท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในปี พ.ศ. 2557 ต่ำกว่าหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งมีผลกระทบมาจากปัญหาและปัจจัยมาจากสถานการณ์ทางการเมืองของไทยและเศรษฐกิจที่ตกต่ำในหลายประเทศ ขณะที่สถานการณ์ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2558 แม้จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แต่ก็ยังไม่ถือว่าอยู่ในภาวะปกติ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตเมืองพัทยา จึงกำหนดแผนในการจัดทำการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองพัทยาเพิ่มมากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ในส่วนของตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายอย่างตลาดยุโรปตะวันออก ตะวันออกกลาง รัสเซีย อินโดนีเซีย สแกนดิเนเวีย จีน อินเดีย เยอรมนี เป็นต้น พร้อมการสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแผนในการจัดกิจกรรมส่งเสริม Trade show และ Road show ในต่างประเทศ ซึ่งกำหนดตลาดไว้ อย่างชัดเจน

ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในอาเซียน และเป็นอันดับ 4 ของโลก ซึ่งมีประชากรจำนวนทั้งหมด 251,160,124 คน เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 9,588,198 คน (ข้อมูลอ้างอิง ณ ปี พ.ศ. 2556) ประเทศไทยเป็นประเทศจุดหมายหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเดินทางมาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 3 ขณะที่นักท่องเที่ยวจากประเทศอินโดนีเซียมีส่วนของนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามค่อนข้างสูง นอกจากนั้นยังมีแนวโน้มที่จะวางแผนการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ชอบแผนการท่องเที่ยวที่เรียบง่ายและสะดวกสบาย ครบครันในแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว (One-stop service) ควรกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการที่ส่งเสริมความเป็นไทย โดยใช้ความเป็นเมืองพุทธบนพื้นฐานความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณี นำเสนอน้ำใจที่เป็นมิตรจากคนไทย ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยเน้นการให้เกียรติและตระหนักถึงความแตกต่างทางศาสนาในฐานะของแขกเมืองผู้ทรงเกียรติ รวมถึงการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่มีศาสนาอิสลาม เช่น อาหารฮาลาล ห้องละหมาด เป็นต้น แผนการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์อย่างคร่าว ๆ ได้แก่ การจัดสำรวจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางศาสนาอิสลามอย่างครบครัน รวมทั้งพันธมิตรทางธุรกิจอย่าง โรงแรมต่าง ๆ และผู้เชี่ยวชาญเพื่อจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังสามารถดำเนินการร่วมไปกับกลยุทธ์ในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียได้รู้จักกับสถานที่ท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา มากขึ้น โดยการโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยว เทศกาล และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เช่น เทศกาลพญานาชาติ เทศกาลดนตรี พัทยามิวสิก เฟสดีวัล เทศกาลวันไหล เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้เห็นว่าในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นเขตที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว รวมถึงข้อมูลเหล่านี้อาจเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ให้มีประสิทธิภาพและตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และรูปแบบการเดินทาง

### สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
6. นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
7. นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตด้านการศึกษา 3 ด้าน คือ

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ จำแนกตามอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และรูปแบบการเดินทาง
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านของปัจจัยภายใน ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าของที่ระลึก การโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์

### ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยในพื้นที่บริเวณเมืองพัทยา อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

### ขอบเขตด้านเวลา

ในการทำวิจัยและเก็บข้อมูลครั้งนี้ อยู่ในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนธันวาคม

พ.ศ. 2558

## นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

การท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเดินทางไปยังสถานที่อื่นใด ที่ไม่ใช่ที่พักอาศัยของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น ๆ ประจำ โดยเดินทางไปพักอาศัยเป็นการชั่วคราว ซึ่งอาจจะเป็นภายในหรือนอกประเทศของตนก็ได้ ซึ่งเมื่อไปถึงแล้ว บุคคลเหล่านั้นจะประกอบกิจกรรมใด ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อน บันเทิง ฯลฯ เป็นเหตุผลหลัก

สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว

ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจอย่างมากว่าได้รู้จริงอย่างแน่นอน ถูกต้องต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือการแสดงความคิดเห็นออกมาที่ได้ศึกษาบางสิ่ง บางอย่างของแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา

การบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลาย ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ เป็นอุปกรณ์ในการจัดการนั้น

ปัจจัย หมายถึง เหตุ หนทางที่ส่งผลไปถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยภายในด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ ให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้น ๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ประกอบด้วย ด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าของที่ระลึก ด้านโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ และด้านภาพลักษณ์

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาเที่ยว โดยเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม เช่น อัลคาซ่าโชว์ ทิฟฟานีโชว์ ปราสาทสังฆกรรม เขาพระใหญ่ วัดญาณสังวราราม เทศกาลวันไหล เทศกาลพลุนานาชาติ พัทยานิวสติกเฟสติวัล และทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เช่น ชายหาดพัทยา เกาะล้าน สวนนงนุช ไร่ร่องุ่น เป็นต้น

2. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง มาตรการรักษาความปลอดภัยในเขตเมืองพัทยาที่มีต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกหลักในเขตเมืองพัทยา เช่น ถนน สะพาน สถานีรถไฟ ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารทันสมัย เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น

5. สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อจากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตเมืองพัทยาและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเหล่านั้นต่าง ๆ กันไป

6. การโฆษณาเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ (Advertising and public relation) หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้เป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวชาวอิน โคนีเซีย



7. ภาพลักษณ์ หมายถึง การต้อนรับของชาวพม่าที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพม่าด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การให้บริการ และการมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี เป็นต้น

ปัจจัยภายนอก หมายถึง สภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูด ใ้เราใจให้บุคคลได้ออกเดินทาง มาท่องเที่ยวเมืองพม่า ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจและการเมือง ความนิยมในการท่องเที่ยว ข้อมูลจากสื่อ ด้านการท่องเที่ยว

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่เป็นพลังหรืออำนาจในการกระตุ้น ให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเมืองพม่าและต้องการท่องเที่ยวเมืองพม่า

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

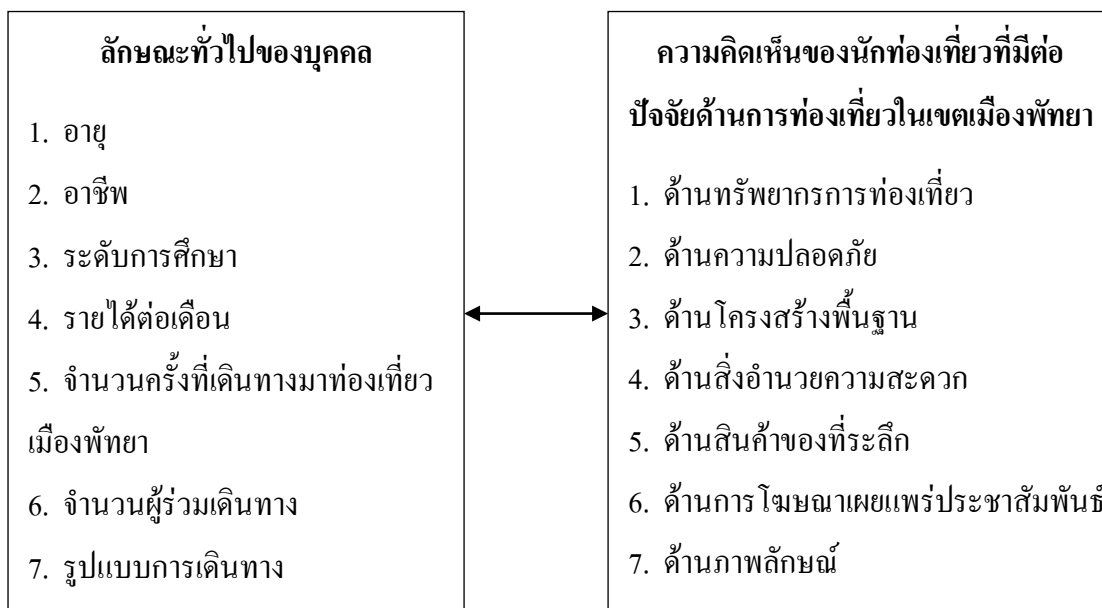
1. เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเกี่ยวกับกิจกรรม และการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวเมืองพม่า
2. เพื่อนำข้อมูลไปเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและวางแผนการท่องเที่ยวเมืองพม่า
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพม่า

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลที่ได้ มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป., หน้า 6 อ้างถึงใน อภิญา สัตยาภิธาน, 2550) มาเป็นกรอบแนวคิดในส่วนของตัวแปรตาม

## ตัวแปรอิสระ

## ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัย โดยมีเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว
4. นโยบายแผนการพัฒนาและข้อมูลการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

##### ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็น คือ การแสดงออกโดยการพูดหรือการเขียนของบุคคลที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และทัศนคติของบุคคล ดังนั้น จึงมีผู้ให้คำนิยามไว้หลายท่าน ดังนี้

Kolasa (1969, p. 19) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการประเมินผลสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากสถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ หรือความคิดเห็นเป็นการแสดงออกถึงการลงความเห็นของบุคคลหนึ่ง ในด้านข้อเท็จจริง หรือเป็นการตอบสนองสิ่งเร้าที่ได้รับอิทธิพลมาจากความโอนเอียง

พัชรกร การันต์ (2533, หน้า 44 อ้างถึงใน กฤษ อินทรโกเสศ, 2538) กล่าวว่า ความคิดเห็น คือ การแสดงออกถึงทัศนคติ ความรู้สึก ความเชื่อหรือค่านิยมของบุคคลโดยการใช้ภาษาพูด หรือการเขียน และโดยมากความคิดเห็นจะเปลี่ยนเรื่องเกี่ยวกับความจริง

Engle and Snellgrove (1979 อ้างถึงใน สวณีย์ คงเพชรทิพย์, 2545) กล่าวว่า ความเห็น คือ การแสดงออกทางเจตคติที่ออกมาเป็นคำพูด เป็นการสรุปหรือการลงความเห็นโดยอาศัยพื้นที่ความรู้ที่มีอยู่

Isaak (1977 อ้างถึงใน อมรนต์ มาลัย, 2546, หน้า 9) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า ความเชื่อ ทัศนะ การพิจารณา หรือวินิจฉัย หรือการประเมินผล อย่างมีรูปแบบในใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะขณะที่เจตคตินั้น ๆ ไป มีความหมายกว้างกว่า

สุชา จันท์เอม และสุรางค์ จันท์เอม (2542 อ้างถึงใน อมรนต์ มาลัย, 2546, หน้า 10) อธิบายว่า ความคิดเห็นเป็นความรู้สึกของบุคคล และเป็นลักษณะที่ไม่ลึกซึ้งเท่ากับทัศนคติ คนเรามีความคิดเห็นแตกต่างกันและความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ

สรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละบุคคล การเล็งดู พื้นความรู้ คุณสมบัติประจำวันของแต่ละบุคคล ประสบการณ์การทำงาน การติดต่อระหว่างบุคคลหรือการได้รับข้อมูล ข่าวสาร สถานภาพทางเศรษฐกิจ ตลอดจนภาวะแวดล้อม สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลมีความคิดเห็นไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และการแสดงออกของความคิดเห็นอาจเป็นในทางที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยก็ได้

### ประเภทของความคิดเห็น

Remmer (n.d. อ้างถึงใน ดวงอุมา โสภา, 2551, หน้า 20) ได้จำแนกความคิดเห็นเป็น 2 ประการด้วยกัน คือ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกสุด-เชิงลบสุด (Extreme opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ ซึ่งสามารถสร้างทิศทางได้ ทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนหลงทิศ ทิศทางลบสุด ได้แก่ ความรังเกียจ ความคิดเห็นนี้รุนแรงเปลี่ยนแปลงยาก

2. ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ (Cognitive content) การมีความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดีชอบ ยอมรับ และเห็นด้วย ความรู้สึกความเข้าใจในทางที่ตีไม่ได้ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ และไม่เห็นด้วย

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

ดวงอุมา โสภา (2551, หน้า 21) ได้สรุปปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล ซึ่งทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงความคิดเห็นที่เหมือนกัน หรือแตกต่างกันไว้ ดังนี้

#### 1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1 ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย คือ เพศ อวัยวะ ความครบถ้วนสมบูรณ์ของอวัยวะต่าง ๆ คุณภาพของสมอง

1.2 ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และการศึกษาทำให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ มากขึ้น และคนที่มีความรู้มากมักจะมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล

1.3 ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของบุคคลต่อเรื่องต่าง ๆ ซึ่งอาจจะได้จากการเรียนรู้จากกลุ่มบุคคลในสังคม หรือจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัว

1.4 ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่ และความรับผิดชอบต่องาน ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดเห็น

## 2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

2.1 สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นของบุคคล เป็นการได้รับข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล

2.2 กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคลเพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มใดหรือสังคมใด ก็ต้องยอมรับและปฏิบัติตามเกณฑ์ของกลุ่มหรือสังคม ซึ่งทำให้บุคคลนั้นมีความเห็นตามกลุ่มหรือสังคมที่อยู่

2.3 ข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลแต่ละคนได้รับ ทั้งนี้ เพราะข้อเท็จจริงที่แต่ละบุคคลได้รับแตกต่างกัน ก็จะมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

### การวัดความคิดเห็น

ดวงเพ็ญ ทுகหิต (2550) ได้เขียนเอกสารประกอบการเรียนการสอนของ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่องการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวัดว่ามาตรวัดเจตคติหรือทัศนคติ หรือความคิดเห็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมี 4 วิธี คือ

1. วิธีคิดแบบสเกลวัดความต่างทางศัพท์ (S-D scale = Semantic differential scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติ หรือความคิดเห็น โดยอาศัยคุณสมบัติที่มีความหมายตรงกันข้าม เช่น ดี-เลว ขยัน-ขี้เกียจ เป็นต้น

2. วิธีลิเคิร์ตสเกล (Likert scale) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดทัศนคติ หรือความคิดเห็นที่นิยมกันมากที่สุด เพราะเป็นวิธีสร้างมาตรวัดที่ง่าย ประหยัดเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงทัศนคติในทางที่ชอบหรือไม่ชอบ โดยยึดอันดับความชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งอาจมีคำตอบให้เลือก 5 หรือ 4 คำตอบ และให้คะแนน 5 4 3 2 1 หรือ +1 +10 -1 -2 ตามลำดับ

3. วิธีกัทแมนสเกล (Guttman scale) เป็นวิธีสร้างมาตรวัดทัศนคติ หรือความคิดเห็นในแนวเดียวกัน และสามารถจัดอันดับทัศนคติสูง-ต่ำ แบบเปรียบเทียบกันและกันได้อย่างต่ำสุดหรือสูงสุด และแสดงถึงการสะสมของข้อความความคิดเห็น

4. วิธีเทอร์สโตนสเกล (Thurstone scale) เป็นวิธีการสร้างมาตรวัดออกเป็นปริมาตร แล้วเปรียบเทียบตำแหน่งความคิด หรือทัศนคติไปในทางเดียวกัน และเสมือนเป็น Scale ที่มีช่วงห่างกัน

### แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักในปัจจุบันที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก มหาศาล ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวนี้ โดยทั่วไปเรียกว่า สินค้าบริการ นักท่องเที่ยวนี้ไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าได้ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการบริการนั้น ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจ

ในการซื้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของผู้ซื้อที่เลือกซื้อบริการของการท่องเที่ยวด้วย

### ความหมายของการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542, หน้า 2-5) ได้กล่าวถึง คำว่า การท่องเที่ยว ไว้ว่า “การท่องเที่ยว” เป็นนันทนาการ (Recreation) ที่มีการเดินทางเข้ามา เกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ตั้งเป็น แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivation) จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ หรือเกียรติคุณ นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป., หน้า 3 อ้างถึงใน อารณีย์ วิวัฒนาการณ์, 2546, หน้า 9) ได้กำหนดเงื่อนไขสากลของการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง

ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ

3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ

หรือหารายได้ ในพจนานุกรม Webster's third new international dictionary ให้ความหมาย ของคำว่า Tourism ไว้ดังนี้ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, ม.ป.ป., หน้า 3 อ้างถึงใน อารณีย์ วิวัฒนาการณ์, 2546, หน้า 10)

#### 3.1 การท่องเที่ยว

#### 3.2 การเดินทางเพื่อความสราญใจ

#### 3.2 การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางเพื่อหาความสนุกสนานการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อการกีฬา การเดินทางเพื่อการติดต่อธุรกิจ การเดินทางเพื่อการศึกษาหาความรู้ การเดินทางเพื่อการศาสนา ตลอดจนเพื่อการเยี่ยมเยียนญาติมิตร ปราบฏุกการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นภาพใหญ่ ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่า ธุรกิจทางการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจ ที่ใหญ่ที่สุดในโลก หากเทียบธุรกิจอื่น ๆ ที่เป็นรายการเดี่ยว ๆ (Single item) ด้วยกัน

ความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยว” ในหลักการแล้วอาจจะกำหนดได้โดยเงื่อนไข

3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ

### 3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้

ในปี พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่า เนื่องจากการท่องเที่ยว เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง ดังกล่าว แล้วจึงสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่า นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International tourist) ให้เป็นคำที่กินความกว้างขวางขึ้น เพื่อใช้เป็นหลักในการรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่จะสามารถใช้เปรียบเทียบซึ่งกันและกันได้ต่อไป โดยเสนอให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) แทนคำว่า “นักท่องเที่ยวค้างคืน” (Tourist) ซึ่งคำว่าผู้มาเยือน (Visitor) ให้หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตามที่มีไปประกอบอาชีพหารายได้

McIntosh and Goeldner (1986 อ้างถึงใน อมรา รัตนากร, 2547) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของบ้าน และชุมชน ผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

Mill and Morrison (1968 อ้างถึงใน อมรา รัตนากร, 2547) ได้ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของนันทนาการ (Recreation) ของมนุษย์เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง โดยผูกพันอยู่กับการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งเป็นบ้านของตนเองไปสู่อีกที่หนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ถือว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อประสบการณ์และเรียนรู้ เพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่าง ๆ ในทางสังคมวิทยาการท่องเที่ยวนั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relation) ระหว่างบุคคล ซึ่งปกติไม่เคยพบกันมาก่อน
2. เป็นการเผชิญหน้าระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง (Confrontation) ในกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ภาษา ความแตกต่างกันในด้านเศรษฐกิจ
3. พฤติกรรมของกลุ่มคนที่ต้องการผ่อนคลาย (Release) จากความตึงเครียดทางสังคมและเศรษฐกิจในชีวิตประจำวัน
4. พฤติกรรมของคนต่างถิ่นที่ประสานกันระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ตนได้รับจากการดำรงชีพ

### วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวมีหลายประการ (สุดาพร ชูติธรรานนท์, 2542, หน้า 39 อ้างถึงใน อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า 10) ได้แก่

1. เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์
2. เดินทางเพื่อมาร่วมการประชุมสัมมนา
3. เดินทางเพื่อศึกษาหาความรู้
4. เดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ
5. เดินทางเพื่อการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง
6. เดินทางเพื่อการประกอบศาสนกิจ
7. เดินทางเพื่อทัศนศึกษา
8. เดินทางเพื่อสุขภาพหรือพักผ่อน

### ความหมายของนักท่องเที่ยว

ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 4 (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2522 อ้างถึงใน สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์, 2546) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นเป็นถิ่นที่อยู่ ปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ นักท่องเที่ยว มี 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ (Foreign tourist หรือ International tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง
2. นักท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic tourist) คือ นักท่องเที่ยวผู้เดินทางออกไปจากบ้านอย่างน้อย 50 ไมล์ วัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจและแสวงหาความเพลิดเพลิน กิจกรรมส่วนตัวหรือวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตาม เว้นการเดินทางไปทำงาน ไม่ว่าจะพักค้างคืนหรือเดินทางกลับไปในวันเดียวกันนั้นหรือไม่ก็ตาม

### บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่บทบาทและความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของประเทศเป็นอย่างมาก อันเนื่องมาจากการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดที่นำรายได้มาสู่ประเทศและมีแนวโน้มว่าจะมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคตเพราะอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจด้านการขนส่ง ที่พักอาศัย แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจด้านอาหาร ฯลฯ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



โดยทางอ้อมกับการท่องเที่ยว เช่น การผลิตสินค้าต่าง ๆ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างงานและการกระจายรายได้ทำให้ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ธุรกิจ การให้บริการต่าง ๆ ดีขึ้น และทันสมัยมากขึ้น เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พักและอาหาร การนำเที่ยว การค้าขายของที่ระลึกต่าง ๆ การชำระเงินที่ดีขึ้น มีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าสู่ ประเทศเพิ่มมากขึ้น ช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เนื่องจากการเจริญเติบโต และการขยายตัวของการลงทุน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540) นอกจากนี้ การท่องเที่ยว ยังก่อให้เกิดการปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สาธารณูปโภค ตลอดจนการให้บริการด้าน โรงแรม ศูนย์การค้า ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และยังช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ รวมถึงปัญหาต่าง ๆ ในด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจอีกด้วย (จิตติมา สุขผลิน และวรรณ วรชวีนิช, 2539) บทบาทที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ของการท่องเที่ยว คือ ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมอันดีงาม และช่วยในการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและเกียรติภูมิของประเทศให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวโลก มากยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นถึงความมีชาติ ศาสนา ภาษา วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึงการเป็นชาติที่เก่าแก่ มีศิลปะและสถาปัตยกรรมที่เจริญรุ่งเรืองมาก่อน

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

จากการศึกษาเอกสารและเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่สอดคล้องกับการศึกษานี้ ผู้วิจัย ได้นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้ โดยที่ผลิตผล ของการท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะตัดสินใจเลือกเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกบริการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป., หน้า 6 อ้างใน อภิญา สัตยาอภิธาน, 2550) มีดังนี้

#### 1. ปัจจัยภายใน

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource) ประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากร การท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง สิ่งดึงดูดใจ ให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้น ๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเอง ตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1.1 ประเภทธรรมชาติ เช่น หาดทราย เกาะ เขื่อน เป็นต้น

1.1.2 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานประเพณี วิถีชนบท ชาวเขา สินค้าพื้นเมือง เป็นต้น

1.2 ความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงแหล่งท่องเที่ยว

1.3 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐบาลจะเป็นผู้ลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นยังเป็นผู้ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

1.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐ อยู่ในบางส่วนนี้ด้วย เช่น การคมนาคม พิธีการเข้าเมือง และบริการข่าวสาร ที่พัก ร้านอาหาร บริการนำเที่ยว เป็นต้น

1.5 สินค้าของระลึก (Souvenirs) จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคารวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

1.6 การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and public relation) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.7 ภาพลักษณ์ (Image) เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

## 2. ปัจจัยภายนอก

2.1 ภาวะเศรษฐกิจ และการเมืองของโลกเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยการเดินทางระยะทางไกล

2.2 ความนิยมในการท่องเที่ยวในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเสร็จในระบบประหยัดทำให้มีผู้รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยว

ที่ดีขึ้น ความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้คนจ่ายเงินใช้เพื่อการท่องเที่ยว

2.3 การขยายเส้นทางคมนาคมโลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ ที่มีความยืดหยุ่น สูงกว่าตารางรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนา ทั้งในด้านท่าอากาศยาน เครื่องบินเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

2.4 การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมืองระบบคมนาคมขนส่ง ที่พัฒนาให้มี ประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวเล็กลง รัฐบาลของประเทศต่างให้ ความสนใจ ขอความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันทั้งในแง่การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนา การท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลอีกด้านหนึ่ง คือ ข้อมูลที่มาจากแหล่งเชิงพาณิชย์ (Commercial sources) สื่อสาธารณะ (Public sources) หรือจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก (Personal sources) โดยน้ำหนักที่ให้กับแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล อีกทั้งสัมพันธ์กับบุคลิกภาพ และรูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลนั้น

#### แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว (Theory and opinion of push and pull factors in tourism) ได้พิจารณาปัจจัย 2 กลุ่ม ที่เป็นสาเหตุมากระตุ้น เร้าให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล

1. ปัจจัยผลักดัน (Push factors) เป็นสภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดัน ภายในบุคคลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันอาจจะมาจากสาเหตุต่าง ๆ คือ ความอยากรู้อยากเห็น ในสิ่งนี้อาจจะถือว่าเป็นแรงผลักดันภายในที่เห็นได้ชัดเพราะมนุษย์ มีสัญชาตญาณในการอยากรู้อยากเห็นเรื่องต่าง ๆ ที่ตนเองยังไม่รู้การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็น การสำรวจโลกใหม่ในความคิด และเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับตนเอง ความพึงพอใจ การเดินทางและความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็นก็ได้สร้างความสุขความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคคล ดังนั้นการท่องเที่ยว ก็คือความพยายามที่จะแสวงหาความสุขให้กับตนเองนั่นเอง

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull factors) เป็นสภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูด เร้าใจให้บุคคล ได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดเหล่านี้ ได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ หรือทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ สภาพอื่น ๆ เป็นเรื่องหรือสิ่งอื่น ๆ ที่จัดได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูด

ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวนอกเหนือไปจากสภาพทางกายภาพ สภาพอื่น ๆ นี้ เช่น การเป็นแหล่งสินค้าที่น่าสนใจ ราคาถูก ฯลฯ ปัจจัยผลักดันที่ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้น และบ่อยขึ้น อันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2546)

- 2.1 การเกษียรก่อนกำหนดเวลา
- 2.2 การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น
- 2.3 ช่วงเวลาทำงานน้อยลง
- 2.4 การมีรายได้เพิ่มขึ้น
- 2.5 การมีสิทธิได้มีวันหยุดโดยได้รับค่าจ้างเต็ม
- 2.6 ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร
- 2.7 ครอบครัวมีขนาดเล็กลง
- 2.8 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมกรบริโภค
- 2.9 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวโครงสร้างพื้นฐาน
- 2.10 นโยบายของรัฐ กฎหมาย และระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง

และให้ความปลอดภัย

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดมีความเกี่ยวพันกันในลักษณะตัวเสริมกำลังของกันและกัน กล่าวคือ ปัจจัยดึงดูดเป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยผลักดัน ในขณะที่เดียวกันปัจจัยผลักดันก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยดึงดูด

McIntosh and Goelder (1986 อ้างถึงใน อมรา รัตนากร, 2547) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การสันตนาการ การพักผ่อนหย่อนใจด้วยการบันเทิง และสิ่งจูงใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพ
2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่จะได้พบผู้คนที่ไม่เคยเจอมาก่อน

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and prestige motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การประชุม และการศึกษา

Hudman (1980 อ้างถึงใน เสรี วังส์ไพจิตร, 2534) กล่าวว่า ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด (Push and pull factor) ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ปัจจัยผลักดัน (Push factor)

- 1.1 สุขภาพอนามัย
- 1.2 ความอยากรู้อยากเห็น
- 1.3 ความพึงพอใจ การเดินทางท่องเที่ยว และความประทับใจในสิ่งที่พบเห็น
- 1.4 ศาสนา
- 1.5 ธุรกิจและวิชาการ
- 1.6 เพื่อนฝูงญาติพี่น้อง
- 1.7 เกียรติภูมิ

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull factor)

- 2.1 ศิลปวัฒนธรรมประเพณี เช่น งานเทศกาลประเพณี ศิลปหัตถกรรม ภาษา
- 2.2 ลักษณะทางกายภาพ เช่น สภาพภูมิอากาศ ทัศนียภาพ
- 2.3 ชีวิตสัตว์ป่า
- 2.4 แหล่งบันเทิงเรีงรมย์

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจมีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งประเทศต้องสามารถตอบสนองแรงจูงใจต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ทั้งนี้ต้องคำนึงถึง ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ รวมถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นสินค้าหลักของประเทศ

Wahab (1975) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว หรือเรียกว่า สันมรดกทางการท่องเที่ยว มี 2 ประเภท คือ

1. สันมรดกทางธรรมชาติ ได้แก่ ลมฟ้าอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ พืช สัตว์ป่า เขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น
2. สันมรดกที่คนสร้างขึ้นเพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย
3. สันมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศาสนา

3.1 โครงสร้างฐานรอง (Infrastructure) ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ถนนหนทาง ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น

3.2 โครงสร้างเหนือฐานรอง (Superstructure) ได้แก่ สิ่งที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาท่องเที่ยวมากขึ้นแต่ไม่ถึงกับเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น บ่อนคาสิโน ในคาสิโน ห้องประชุมขนาดใหญ่ เป็นต้น

3.3 วิธีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงทำให้ความรู้สึกของประชาชน ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ความไม่เอารัดเอาเปรียบ เป็นต้น

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยจำแนกเป็น (Mill & Morrison, 1985 อ้างถึงใน วิชา วัฒนธรรมศาสตร์, 2542, หน้า 8)

1. อายุ เมื่อมีอายุมากขึ้นเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนจะลดลง เนื่องจากภาระหน้าที่ การงานและครอบครัว เมื่อลูก ๆ ได้เติบโตขึ้นและแยกทางครอบครัวออกไปจนกระทั่งเกษียณอายุ จึงมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนมากขึ้น สรุปได้ว่า กลุ่มคนที่มีอายุน้อยและกลุ่มสูงอายุ จะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุ เป็นจำนวนน้อยกว่า เนื่องจากลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะเลือกการผจญภัย ในขณะที่คนสูงอายุชอบท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้ ๆ

2. รายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะจ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น

3. เพศ ในด้านการท่องเที่ยวระหว่างเพศชายและหญิงไม่มีความแตกต่างกันมากนัก

4. การศึกษา เมื่อบุคคลที่ระดับการศึกษาสูงขึ้นจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

เพราะผลมาจากรายได้ที่สูงขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประการ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2531, หน้า 88-90 อ้างถึงใน อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า 33) สรุปได้ ดังนี้

1. เงินหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกล จำเป็นต้องมีเงินหรืองบประมาณเพื่อใช้จ่าย ในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคล ย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์

เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงินและมีเวลาคงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ได้ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นจากสิ่งต่าง ๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและสภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

### ประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า นักวิชาการทางการท่องเที่ยวได้แบ่งประเภทการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (วรรณฯ สงษ์วานิช, 2539, หน้า 17-18 อ้างถึงใน อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า 14)

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย การโฆษณาหรือมีสิ่งจูงใจ โดยเฉพาะของสถานที่นั้น ๆ เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านกระบวนการระหว่างประเทศหลายขั้นตอน เช่น สุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง การใช้ภาษาต่างประเทศ และอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การไปท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดอาจจะเป็นการไปพักผ่อนตากอากาศ ชมสภาพบ้านเมือง หรือไปดูชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท รวมถึงการไปเยี่ยมเยือนเพื่อนฝูง เป็นต้น

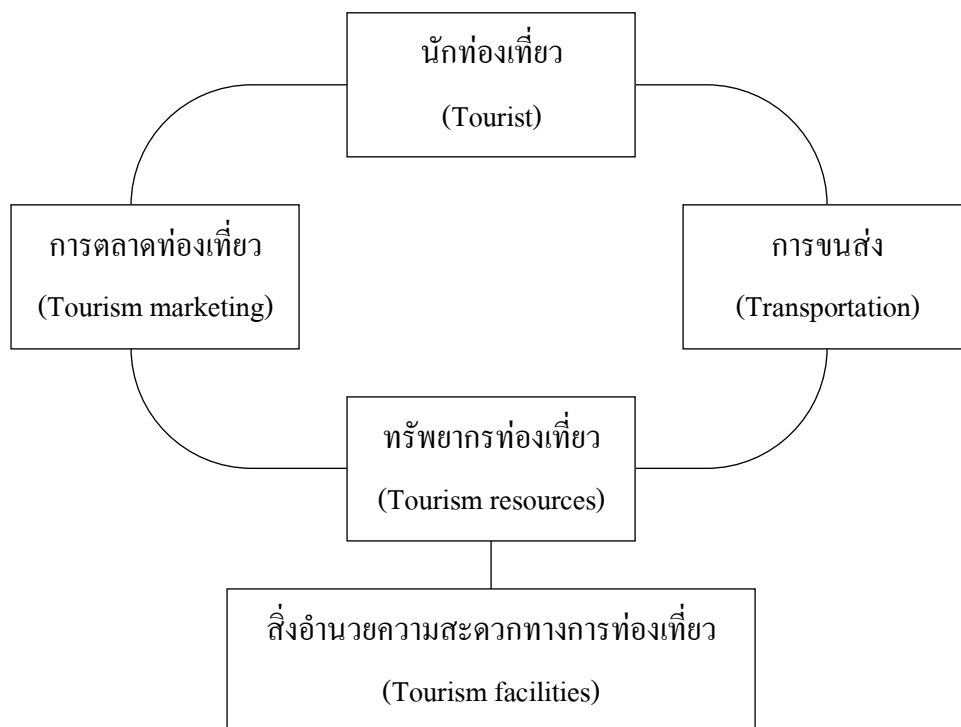
จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว อาจแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้ (อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า 15)

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินใจ เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย เป็นต้น การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ทัศนียภาพ ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้
3. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ส่วนมากจะมี 2 ประการ คือ การไปชมการแข่งขัน และการไปท่องเที่ยวและแข่งกีฬา เช่น การไปแข่งเทนนิส อีทีพี ทัวร์ เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแ่งมานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดงต่าง ๆ
5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ซึ่งผู้ที่ไม่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนา มักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งให้กับการท่องเที่ยว เช่น การสัมมนาเชิงปฏิบัติการนอกสถานที่ เป็นต้น
6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการไปศึกษาดูงานหรือวิจัย หรือว่าแลกเปลี่ยน อาจารย์นักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน

#### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นวงจร ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ประกอบการท่องเที่ยว



1. นักท่องเที่ยวถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ซึ่งต้องประกอบด้วยลักษณะของนักท่องเที่ยว การกระจายของนักท่องเที่ยวกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวและทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2. การตลาดท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ณ นั้น จะต้องมีการตลาดท่องเที่ยวในการแข่งขันในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการในแหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ

2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้น เร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

3. การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใด ๆ แล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ซึ่งการขนส่ง หมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

3.1 การขนส่งทางรถยนต์

3.2 การขนส่งทางรถไฟ

3.3 การขนส่งทางเรือ

3.4 การขนส่งทางเครื่องบิน

4. ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทาง ที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือท่องเที่ยว

5. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบาย และความปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

## 5.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ประกอบด้วย 2 อย่าง คือ

5.2.1 การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกประเทศของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่า เป็นต้น

5.2.2 การให้บริการการท่องเที่ยว เป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ได้แก่ การให้บริการ 5 ประเภท คือ

5.2.2.1 บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว

5.2.2.2 บริการที่พักแรม

5.2.2.3 บริการอาหารและบันเทิง

5.2.2.4 บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

5.2.2.5 บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

5.3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ

5.3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน และการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการปกป้องและปราบปรามอาชญากรรมและความเดือดร้อนต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นจี้ ชิงทรัพย์ การก่อความไม่สงบ และความปลอดภัยจากบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

5.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายในความเป็นอยู่ และส่งผลเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพิบาล การศึกษา และการสาธารณสุข เป็นต้น

5.3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสนอหรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการบริการรักษาพยาบาล เป็นต้น

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลายประการ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) ได้แบ่งองค์ประกอบหลักออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. แหล่งท่องเที่ยว (Tourism resource) แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในการบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว (Tourism service) บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทาน ประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวแต่เป็นการบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจจะเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งจะเน้นที่ตัวนักท่องเที่ยวในส่วนของความต้องการการท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวมักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว

### ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว

เนื่องจากพื้น โลกมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่แตกต่างกัน จึงก่อให้เกิดลักษณะของภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ประกอบกับโดยทั่วไป มนุษย์ต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังบริเวณต่าง ๆ มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไป จากถิ่นที่อยู่ของตน ดังนั้น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีดังนี้ (วรรณ วลัยวานิช, 2539, หน้า 19-23 อ้างถึงใน อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์, 2546, หน้า 17)

ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ประกอบด้วย

1. ลักษณะภูมิประเทศ เป็นลักษณะที่ปรากฏอยู่ตามส่วนต่าง ๆ ของโลก มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา เช่น เขา น้ำตก และถ้ำ เป็นต้น
2. ลักษณะภูมิอากาศ เป็นสภาพภูมิอากาศที่แตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค เช่น ในประเทศมี 3 ฤดู ในขณะที่ประเทศในแถบตะวันออก มี 4 ฤดู ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

ประกอบด้วย

- 2.1 ปัจจัยทางด้านประวัติศาสตร์ หมายถึง บริเวณที่เป็นแหล่งอารยธรรมมาตั้งแต่โบราณ มักจะมีหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์ เช่น เมืองเก่าสุโขทัย เป็นต้น
- 2.2 ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรม หมายถึง ระเบียบวิธีปฏิบัติที่เป็นของชุมชนนั้น ๆ เช่น การตัดบวบดอกไม้ของจังหวัดสระบุรี
- 2.3 การประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น
- 2.4 การคมนาคม

#### แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ลักษณะเฉพาะของการบริการ การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นทางการ กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคุมไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ การบริการจึงเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนามธรรม ซึ่งไม่สามารถจับต้องสัมผัสได้เหมือนสินค้า (Goods) ทั่ว ๆ ไป ดังนั้น การบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขายความพยายาม การปฏิบัติงาน หรือการกระทำใด ๆ ให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยที่ผู้บริโภคจะมีได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ เหมือนการครอบครองสินค้า (Kotler, 1991; Zethaml et al., 1985 อ้างถึงใน พิมพ์ชนก คັນสนีย์, 2539)

ระดับการบริการ (Service level) หมายถึง ระดับผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ ทั้งแบบรูปธรรมและนามธรรม ในการรับบริการทั้งเชิงวัตถุและเชิงบรรยากาศ ประโยชน์เชิงวัตถุที่จับต้องได้ เช่น อาหาร ดัดผม พาเที่ยวประโยชน์เชิงบรรยากาศ เช่น ทักษะคติของพนักงาน พฤติกรรมนิสัย การพูดจาที่ส่งมอบบริการ ตัวอย่าง การขายอาหาร หากไม่ร้อนก็อุ่นให้แล้วพูดจาดี ๆ ยิ้มแย้มแจ่มใส บรรยากาศร้านค้า สะอาด

ความท้าทายอยู่ที่ความลงตัวของฝ่ายบริการกับลูกค้า มีความคิดบริการตรงกัน และกำหนดระดับบริการที่ต้องการขั้นต่ำ (สมหวัง วิทยาปัญญา นนท์, 2548)

นอกจากนี้ การบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ เป็นต้น
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น
3. การซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร เป็นต้น

4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันวางแผนโบราณ ร้านทำฟัน จิตแพทย์ ธนาคาร เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 124) กล่าวว่า บริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์ที่เสนอเพื่อขาย หรือตอบสนองความพอใจแก่ลูกค้า หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า ในการจัดประเภทธุรกิจการให้บริการนั้น ถัดตามเกณฑ์การใช้เครื่องมือและแรงงานคนเป็นหลัก สามารถจัดประเภทได้ ดังรายละเอียดลักษณะบริการที่สำคัญ 4 ประการ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการที่ไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้นับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ลักษณะและราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าในขณะที่นั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียว ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัด

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้น ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และทำการสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพ ทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม และธนาคาร ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้ การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการจะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทัน หรือ ไม่มีลูกค้า

## ประเภทของการให้บริการ

การให้บริการสามารถแบ่งประเภทได้ โดยอาศัยองค์ประกอบ 2 ประการ (Livelock, 1984 อ้างถึงใน พิมพ์ชนก คັນสนีย์, 2539) ได้แก่

1. ธรรมชาติของพฤติกรรมบริการ (Nature of service act) สามารถจำแนกได้เป็น
  - 1.1 พฤติกรรมที่เห็นเป็นรูปธรรม (Tangible actions)
  - 1.2 พฤติกรรมที่ไม่เห็นเป็นรูปธรรม (In tangible actions)
2. เป้าหมายของการบริการ (Direct recipients of service) สามารถจำแนกได้เป็น
  - 2.1 การบริการที่มีเป้าหมายในการให้บริการที่ตัวบุคคล (People)
  - 2.2 การบริการที่มีเป้าหมายในการให้บริการที่สินค้าหรือสิ่งของผู้บริโภค (Thing)

เมื่อนำ 2 องค์ประกอบนี้ มาประสานเข้าด้วยกัน ทำให้ได้ประเภทของการบริการรวม

4 ประเภทใหญ่ ดังนี้

2.2.1 บริการซึ่งมุ่งเน้นที่ร่างกายของผู้บริโภค (Service directed at people's bodies) เช่น บริการรักษาสุขภาพ สถานเสริมความงาม เป็นต้น

2.2.2 บริการซึ่งมุ่งเน้นที่สินค้าหรือสิ่งของผู้บริโภค (Services directed at goods and other physical possessions) เช่น การขนส่งสินค้า บริการซักอบรีด เป็นต้น

2.2.3 บริการซึ่งมุ่งเน้นที่ความคิดจิตใจของผู้บริโภค (Service directed at people's minds) เช่น บริการให้การศึกษา โรงภาพยนตร์ เป็นต้น

2.2.4 บริการที่มุ่งเน้นที่สินทรัพย์เชิงนามธรรมของผู้บริโภค (Service directed at intangible assets) เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริการด้านกฎหมาย เป็นต้น

การจัดแบ่งประเภทของการบริการลักษณะนี้ มีประโยชน์ต่อองค์กรที่ให้บริการในแง่ที่จะทำให้เข้าใจ ความคาดหวังของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งความคาดหวังนั้น ได้แก่ ความคาดหวังว่าตนเองจะต้องปรากฏกายเพื่อรับการบริการนั้น ๆ หรือไม่ (Livelock, 1984 อ้างถึงใน พิมพ์ชนก คันสนีย์, 2539) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. ผู้บริโภคจำเป็นต้องปรากฏกายตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดกระบวนการให้บริการ เช่น ผู้บริโภคเข้าไปรับบริการในสถานเสริมความงาม หรือ โรงพยาบาล เป็นต้น
2. ผู้บริโภคจำเป็นต้องปรากฏกายเฉพาะในช่วงเริ่มต้นและช่วงสุดท้ายของกระบวนการให้บริการ เช่น ผู้บริโภคนำรถเข้าไปซ่อมและกลับมารับรถเมื่อซ่อมเสร็จ เป็นต้น
3. ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องปรากฏกายในกระบวนการให้บริการ ปฏิสัมพันธ์ในการบริการอาจเกิดขึ้นโดยการใช้สื่อ เช่น จดหมาย โทรศัพท์ หรือสื่ออื่น ๆ ในการรับบริการ บางประเภท ผู้บริโภคอาจมีความคาดหวังว่าตนเองจะต้องปรากฏกายและมีส่วนร่วมในปฏิสัมพันธ์

นั้นตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการบริการ เช่น การเข้าไปรับบริการในสถานพยาบาล (บริการประเภท มุ่งเน้นให้บริการที่ตัวผู้บริโภครโดยตรง ส่วนการนำรถเข้าไปตรวจเช็คสภาพที่ศูนย์บริการ บริการ ประเภทมุ่งเน้นให้บริการที่สิ่งของของผู้บริโภค) ซึ่งผู้บริโภครคาดหวังว่า จะต้องเข้าไปมีส่วนร่วม ในการบริการเพียงบางเวลา ไม่ว่าจะป็นปรากฏกาย และมีส่วนร่วมตลอดระยะเวลา ในการให้บริการหรือปรากฏกายและมีส่วนร่วมเพียงบางเวลา ความพึงพอใจของผู้บริโภคร ในการรับบริการจะได้รับอิทธิพลจาก

3.1 ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภครและบุคลากรผู้ให้บริการ

3.2 ลักษณะภายนอกที่ผู้บริโภครสามารถรับรู้ได้ขององค์กรที่ให้บริการ (เช่น สถานที่ ตลอดจนการแต่งกายของบุคลากรที่มีความสวยงาม เหมาะสม หรืออุปกรณ์ต่าง ๆ แลดูทันสมัยหรือไม่)

3.3 บุคลิกลักษณะและท่าทีของผู้บริโภครคนอื่น ๆ ที่รับบริการเดียวกัน ดังนั้น องค์กรประกอบเกี่ยวกับสถานที่ตั้งขององค์กรและความสะดวกสบายที่ผู้รับบริการได้รับจึงมี ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในปฏิสัมพันธ์นั้น ๆ

การบริการการท่องเที่ยวเป็นการบริการที่มีลักษณะเฉพาะ ดังสรุปได้ ดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2546, หน้า 18)

1. เป็นการใช้บริการแบบใกล้ชิด หรือตัวต่อตัว เช่น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ประชาสัมพันธ์โรงแรม มัคคุเทศก์ การบริการแบบใกล้ชิดจะทำให้ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจทันที ในขณะที่รับบริการ การบริการที่ดีและถูกใจ สร้างได้ยาก เพราะขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์ และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้น ผู้ผลิตในตลาดการท่องเที่ยวจึงไม่สามารถควบคุม คุณภาพของการบริการให้คงที่ได้เสมอไป

2. การบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานาน ๆ และพร้อมเสมอ ที่จะให้บริการทันทีเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ห้องพักรวมโรงแรม ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการบริการ ที่เตรียมไว้ก็สูญไปเลย และการเพิ่มการบริการเป็นไปไม่ได้มากนักในกรณีที่เกิดความต้องการ อย่างเร่งด่วน

3. การพัฒนาบริการจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะรูปแบบความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้เวลา ในการรับบริการสั้นมาก เช่น การพักรวม 1-2 คืน การรับประทานอาหาร 1-2 ชั่วโมง การโดยสาร เครื่องบิน 1-12 ชั่วโมง ทั้งนี้อาจใช้บริการพร้อมกัน หรือหมุนเวียนกัน ผู้ให้บริการจึงมีเวลาสั้นมาก ในการให้บริการอย่างเสมอภาค ถูกต้อง และน่าประทับใจ

4. ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่สามารถหรือนิยมเอาเครื่องจักรใด ๆ มาให้บริการแทน จึงเกิดมีปัญหาแรงงานอยู่เสมอ เช่น คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ความสามารถ และค่าจ้าง เครื่องมือ เครื่องใช้ในสำนักงานเป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานบริการทำงานสะดวกและรวดเร็วขึ้น เท่านั้น

### แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว

การที่จะให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวหลักที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ต้องการพัฒนาที่ยั่งยืน และเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการจะต้องมีการจัดการท่องเที่ยวที่ดีและเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องพิจารณาถึงสาระสำคัญ ดังนี้ (สถาบันดำรงราชานุภาพ, 2541, หน้า 9-10)

1. การจัดการทรัพยากรจำเป็นต้องมีการจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพ
2. ความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ โดยคำนึงว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ต้องมีความสามารถในการสร้างกำไรเพื่อความอยู่รอดและผลประโยชน์ของชุมชน
3. การตอบสนองความต้องการหรือพันธะทางสังคม หมายถึง การให้ความเคารพต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนต่าง ๆ รวมตลอดจนความหลากหลายและมรดกของวัฒนธรรม
4. คุณทริยภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะสถานที่นั้นจะมีความยิ่งใหญ่เพียงใด หรือมีชื่อเสียงมากน้อยเพียงไร การธำรงรักษาไว้ซึ่งคุณทริยภาพของสถานที่เหล่านั้น คือ การกิจสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. การคำนึงถึงกระบวนการและขอบเขตทางนิเวศวิทยา เพื่อให้การพัฒนาสามารถดำรงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งกายภาพและชีวภาพที่ประอบเอาไว้
6. การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ (Biological diversity) ของพืชพรรณและสัตว์ต่าง ๆ เพราะสิ่งเหล่านี้คือทรัพยากรที่สำคัญของการท่องเที่ยว
7. การดำรงไว้ซึ่งระบบสนับสนุนชีวิต (Life-support system) ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์และสิ่งมีชีวิตทั้งหมดในโลกมีชีวิตอยู่รอดได้ต่อไป

วรรณพร วนิชชาบุตร (2540, หน้า 65) ได้เสนอแนวคิดในการบริหารจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวว่า ควรมีรูปแบบการบริหารใน 2 ระดับ คือ

1. ระดับแนวนอน ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐที่เกี่ยวข้อง
2. ระดับแนวตั้ง คือ หน่วยงานของรัฐในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น รวมทั้งองค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐบาล แต่มีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวแทนปกป้องผลประโยชน์



ส่วนรวม และสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร แรงงาน ความรู้ ตามอำนาจของผู้คนในท้องถิ่นได้ ซึ่งเป็นการบริหารดำเนินงานครอบคลุมในเรื่องต่าง ๆ เช่น

- 2.1 ควบคุมบริหารงานให้เป็นไปตามแม่บทที่วางไว้
- 2.2 จัดให้มีคู่มือดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงาน ทั้งของเจ้าหน้าที่ในภาครัฐและเอกชน
- 2.3 มีการกำหนดมาตรฐานทางสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ได้มาตรฐานนั้น
- 2.4 มีการกำหนดดัชนีทางเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับหลักการพัฒนาแบบยั่งยืน
- 2.5 ให้การศึกษาและฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีสำนึกในเรื่อง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

### นโยบายแผนการพัฒนาและข้อมูลการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

แผนพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2563)

1. หลักการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2563) ได้กำหนดหลักการในการดำเนินการไว้ ดังนี้

1.1 การกำหนดแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืนบนพื้นฐานของควมมีสมดุล โดยพัฒนาต่อจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา 5 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2558) และแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2556)

1.2 การพิจารณาจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี ได้ให้ความสำคัญจากการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดยุทธศาสตร์เป้าประสงค์ กลยุทธ์เพื่อให้มีแนวทางการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายและวิสัยทัศน์ในระยะ 10 ปี ส่วนการพิจารณาการดำเนินการตามภาระหน้าที่นั้น เนื่องจากระยะเวลาของแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา ได้กำหนดไว้ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นกรอบระยะเวลาและเป็นการคาดคะเนทิศทางการดำเนินงานในอนาคต อาจมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านนโยบาย สภาพปัญหา สภาพแวดล้อม ดังนั้น การกำหนดโครงการที่จะดำเนินการในระยะปี พ.ศ. 2559-2563 จึงต้องมีการประเมินผลและพิจารณาข้อมูลจากนโยบายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต สภาพแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองในระดับโลก และระดับประเทศ รวมทั้งสภาพปัญหาต่าง ๆ ผลสำเร็จของการพัฒนาที่ผ่านมาและความต้องการของประชาชนเพื่อจะนำไปปฏิบัติในอนาคต

2. สรุปผลการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2563) การพัฒนาเมืองพัทยาให้ไปสู่เป้าประสงค์ให้เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก

เป็นเมืองที่มีคุณภาพและประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จะต้องมีการพัฒนาเป็นขั้นตอน และต่อเนื่อง ดังนั้น การจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 การกำหนดวิสัยทัศน์สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2556 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ ตามที่กำหนดในแผนพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี “เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับภูมิภาค และระดับโลกที่มุ่งเน้นอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองอย่างโปร่งใส”

ช่วงที่ 2 กำหนดวิสัยทัศน์เมืองพัทยาสำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2557-2558 ดังนี้ “เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวของทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การค้า การประชุม การกีฬาทั้งทางบก ทางทะเลและชายหาด ระดับประเทศและระดับนานาชาติ มีระบบ การวางผังเมืองและจัดแบ่งพื้นที่ที่เหมาะสม (Zoning) มีโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมและทันสมัย ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยและมีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีระบบการบริหารงาน ที่โปร่งใส”

ช่วงที่ 3 การกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี การพัฒนาเมืองพัทยาจะบรรลุผล ตามวิสัยทัศน์ได้นั้น จะต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านวิสัยทัศน์และการกำหนดยุทธศาสตร์ อย่างต่อเนื่องตั้งแต่การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา 3 ปี การกำหนด วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนา 5 ปี เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์การพัฒนา เมืองพัทยา ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ทั้งนี้สำหรับการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี ได้กำหนดไว้ ดังนี้

1. วิสัยทัศน์เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก (World class) ที่น่าอยู่ และยั่งยืน มีภูมิทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงามและมีระเบียบ มีระบบสังคมที่ดี มีวินัย และมีวัฒนธรรมประเพณีที่งดงาม มีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย มีความมั่นคงและเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ เป็นศูนย์กลางการประชุมและกิจกรรม ระดับนานาชาติ (World event) ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีส่วนร่วมการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล (Good governance)

2. เป้าประสงค์เพื่อพัฒนาให้เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เสริมสร้าง อาชีพและรายได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน นำไปสู่การเป็นเมืองที่มีคุณภาพและคนมีคุณภาพ

3. เพื่อให้เมืองพัทยา เป็นเมืองที่มีคุณภาพและเป็นเมืองที่น่าอยู่อย่างยั่งยืน อีกทั้ง เพื่อเป็นการสร้างคนให้มีคุณภาพ จะเกิดขึ้น ได้นั้นจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนา โดยกำหนดกรอบความคิดในการกำหนดยุทธศาสตร์ 10 ปี (ระยะเวลา 5 ปี จากปี พ.ศ. 2559-2563)

ดังนี้

3.1 การกำหนดกลยุทธ์ที่เป็นหลักสำคัญ (Main strategic areas) ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3.2 การกำหนดกลยุทธ์สนับสนุน (Strategic supports) ให้มีความสำคัญต่อการกำหนด กลยุทธ์ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

3.3 การกำหนดกลยุทธ์ด้านปัจจัยสนับสนุน ให้เกิดการพัฒนา (Enablers) ประกอบด้วย กลยุทธ์การมีส่วนร่วม (การเมืองการบริหารการบริการ) การบริหารจัดการ การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล (Good governance) ของส่วนราชการเมืองพัทยา

แผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2563) ทั้งนี้ได้กำหนด เงื่อนไขการดำเนินงานซึ่งเป็นปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนา โดยมีเงื่อนไขสำคัญ ในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ให้บรรลุเป้าหมาย 10 ปี ของเมืองพัทยานี้ มีปัจจัยที่เป็นเงื่อนไข ที่สำคัญในการดำเนินการ ดังนี้

1. ให้มีความสำคัญกับการดำเนินการของการพัฒนาเมืองพัทยาย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ การดำเนินการแผนพัฒนา 3 ปี ไปจนถึงการดำเนินการตามยุทธศาสตร์และโครงการสำคัญ 5 ปี โดย ยึดตามสาระสำคัญที่กำหนดไว้ในแผน
2. การกำหนดโครงการสำคัญ (Flagship) นั้น ให้พิจารณาถึงผลสำเร็จของโครงการ ตามยุทธศาสตร์ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ต่อเนื่อง และถูกต้องตามหลักการประเมินผล
3. หลักการวิเคราะห์ต้นทุน (Cost) และความคุ้มค่า (Value for money) ของการดำเนินงาน โครงการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและถูกต้อง ครบถ้วน ตามหลักวิชาการ
4. หลักการศึกษาทบทวนยุทธศาสตร์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ ให้มีความทันสมัย สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมทั้งความต้องการของประชาชน
5. การจะทำให้การบริหารเมืองพัทยาบรรลุวิสัยทัศน์ได้นั้น นอกจากจะมีการกำหนด ยุทธศาสตร์การพัฒนาดังกล่าวแล้ว สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของการที่จะประสบความสำเร็จ (Key success factors) คือ การปรับปรุงกฎหมาย ปัจจุบันเมืองพัทยายู่ระหว่างการผลักดันกฎหมาย ตามกระบวนการและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

#### ประวัติเมืองพัทยา

เหตุการณ์ที่สำคัญของเมืองพัทยาได้เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2502 เมื่อมี รถบรรทุกขนาดใหญ่ของทหารอเมริกันประมาณ 4-5 คัน ได้บรรทุกทหารเต็มคันรถ ประมาณ คันละ 100 คน จากนครราชสีมา ซึ่งมีฐานทัพของทหารอเมริกันอยู่ที่นั่น มาที่หาดพัทยา และเข้าบ้านพักตากอากาศของพระยาสุรินทรพัศอยู่เป็นประจำ บ้านดังกล่าวอยู่ทางตอนใต้

ของหาดพัทยาโดยผลัดกันพักผ่อนเป็นงวด งวดละ 1 สัปดาห์ และต่อมาได้เปลี่ยนจากหมู่บ้านชายทะเลที่สงบมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศที่ทันสมัย ดังที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบัน ก่อนเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2521 พัทยาในฐานะเป็นสุขาภิบาลนาเกลือ ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2499 มีพื้นที่เฉพาะตำบลนาเกลือ ต่อมาได้ขยายไปถึงพัทยาได้ เมื่อปี พ.ศ. 2507 มีพื้นที่ในการปกครองดูแลประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร แต่เนื่องจากพัทยาได้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ หน่วยการปกครองที่เป็นสุขาภิบาลอยู่เดิมไม่อาจจะบริหารงานและให้บริการได้ทันกับความเจริญอย่างรวดเร็วได้ รัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 ขึ้น ด้วยผลแห่งพระราชบัญญัตินี้จึงได้ยุบสุขาภิบาลนาเกลือ และได้จัดตั้งเมืองพัทยา เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521 เป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ (City manager) ผู้จัดการเมือง และให้เมืองพัทยามีฐานะเทียบเท่าเทศบาลนคร กระทั่งรัฐธรรมนูญราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มีผลบังคับใช้ ได้กำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นและสภาท้องถิ่น ต้องมาจากการเลือกตั้ง จึงยกเลิกพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 และตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2542 บังคับใช้ มีผลตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542

### สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานเมืองพัทยา

#### ลักษณะทางกายภาพ

ที่ตั้ง เมืองพัท्याตั้งอยู่ทางภาคตะวันออก บริเวณเส้นรุ้งที่ 13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 101 องศาตะวันออก อยู่ในท้องที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 150 กิโลเมตร เลขที่ 171 หมู่ 6 ถนนพัทยาเหนือ ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20260

ทิศเหนือ เริ่มจากแนวคลองกระทิงลาย

ทิศตะวันออก ขนานไปกับถนนสุขุมวิท (ห่างจากถนนสุขุมวิท ไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 900 เมตร)

ทิศตะวันตก ขนานกับแนวชายฝั่งทะเล

ทิศใต้ จรดพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่

#### พื้นที่

พื้นที่ทั้งหมด 208.10 ตร.กม. (130,062.50 ไร่)

พื้นดิน (รวมเกาะล้าน) 53.44 ตร.กม. (33,400 ไร่)

พื้นน้ำ 154.66 ตร.กม. (96,662.50 ไร่)

เกาะล้าน 4.07 ตร.กม. (2,543.75 ไร่)

พื้นที่ประกอบด้วยพื้นที่ 4 ตำบล คือ

1. ตำบลนาเกลือ หมู่ 1, 2, 3, 4, 5, 6 และ 7 (เกาะล้าน)
2. ตำบลหนองปรือ หมู่ 5, 6, 9, 10, 11, 12 และ 13
3. ตำบลห้วยใหญ่ หมู่ 4
4. ตำบลหนองปลาไหล หมู่ 6, 7 และ 8

ชายหาดพัทยายาวประมาณ 15 กิโลเมตร



### สภาพภูมิประเทศ

เมืองพัทลุงตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองบางละมุง มีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขตตำบลหนองปรือ และพื้นที่บางส่วน อยู่ในเขตตำบลนาเกลือ ตำบลห้วยใหญ่และตำบลหนองปลาไหล

ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่เนิน มีที่ราบน้อย ที่ราบสำคัญจะเป็นที่ตั้งของย่านพานิชยกรรมหรือแหล่งการค้าและบริเวณย่านที่พักอาศัยจะอยู่ถัดจากหาดพัทลุงขึ้นไปทางตอนบน โดยที่ราบจะถูกล้อมรอบเนินเขาเตี้ย ๆ สูงไม่เกิน 100 ม.รทก. นับตั้งแต่ทิศเหนือลงมาเป็นเนินเขาเตี้ย ความสูงประมาณ 35 ม.รทก. บริเวณถัดลงมาเป็นเขาน้อย เขาตาโลและเขาเสาธง สูงประมาณ 65 ม.รทก. แนวเขานี้แตกตัวออกไปต่อเนื่องกับเขาพัทลุงทางด้านทิศตะวันตก ซึ่งติดกับชายฝั่งทะเล สูงประมาณ 98 ม.รทก. ซึ่งทำให้เกิดที่ราบระหว่างเชิงเขากับชายฝั่งทะเลอีก 2 แห่ง อยู่ทางตอนบนและตอนล่าง โดยที่ราบตอนบนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่บริเวณนาเกลือ ซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางชุมชนแถบนี้ ส่วนที่ราบตอนล่างมีลักษณะเป็นแถบยาวขนานไปกับชายฝั่งทะเล ซึ่งห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 1 กิโลเมตร และจากลักษณะของเนินเขาและที่ราบดังกล่าว ทำให้เกิดทางน้ำตามธรรมชาติ ลักษณะลำน้ำโดยทั่ว ๆ ไป มีขนาดเล็กและตื้นเขินในช่วงฤดูแล้ง เช่น คลองนาเกลือ คลองเสือเผ้ว คลองพัทลุง เป็นต้น รวมทั้งในเขตการปกครองของเมืองพัทลุง บางส่วนยังมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะอยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 8 กิโลเมตร เช่น เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก

### สภาพธรณีวิทยา

สภาพธรณีวิทยาของพื้นที่เมืองพัทลุงประกอบด้วยหินประเภทต่าง ๆ อธิบายได้ ดังนี้

1. ตะกอนลำน้ำและกรวดหิน (Aluvium, Eluvium, Valley fill and river gravel) เป็นบริเวณตะกอนดินและหินกรวดถูกพัดพามาทับถม โดยน้ำ ซึ่งเกิดในยุคควอเตอร์นารีถึงปัจจุบัน ลักษณะดังกล่าวส่วนใหญ่พบทางตอนบนของพื้นที่เมืองพัทลุง
2. หินแกรนิตและแกรโนไดโอไรท์ (Granite and granodiorite) เป็นหินอัคนี ซึ่งเกิดในยุคไทรแอสสิก พบเห็นได้ทั่วไปโดยเฉพาะริมชายฝั่งทะเล
3. หินแกรนิต (Granite) เป็นหินอัคนี ซึ่งเกิดในยุคคาร์บอนิเฟอรัส พบเห็นได้ทางด้านตะวันตกของเมืองพัทลุงเป็นแนวยาวขนานกับถนนสุขุมวิท
4. หน่วยหินกาญจนบุรี (Kanchanaburi formation) เป็นหน่วยหินตะกอนและหินแปร ซึ่งเกิดในยุคคาร์บอนิเฟอรัส ยุคดีโวเนียน และยุคไซลูเรียน ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มหินดินดาน หินทรายในหลาย ๆ บริเวณที่แปรสภาพเป็นหินฟิลไลต์ หินอาร์กิลโลต์ หินควอร์ตไซท์ และหินชนวน พบเห็นได้บริเวณแนวชายฝั่งทะเลตั้งแต่ด้านเหนือลงมาจนถึงด้านใต้ของเมืองพัทลุง (รวมถึงเกาะล้าน)

### ด้านเศรษฐกิจ

เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ และเป็นเมืองที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภาคตะวันออก กิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่จึงเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ โดยประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 87 ประกอบอาชีพด้านการค้าและการบริการนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ นอกนั้นประกอบอาชีพเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การประมง และการค้าขาย ประชาชนมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 270,000 บาท/คน/ปี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 1. การอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของเมืองพัทยา ปัจจุบันมรกรจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 90 ของแรงงานในภาคอุตสาหกรรม โดยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น โรงแรม บังกะโล ในดัลลัส เป็นต้น มีโรงงานอุตสาหกรรมร้อยละ 3 เช่น โรงงานทำคอนกรีต อิฐบล็อก แผ่นพื้นคอนกรีต วงกบประตูหน้าต่าง โรงงานแห้งมันสำปะหลัง โรงงานอัดมันเส้น เป็นต้น

#### 2. การเกษตรกรรม

พื้นที่เกษตรกรรมของเมืองพัทยายู่ในบริเวณตำบลห้วยใหญ่ และตำบลหนองปลาไหล โดยมีการปลูกมันสำปะหลัง สับปะรดและมะพร้าว เป็นต้น ประชากรประกอบอาชีพด้านนี้ประมาณร้อยละ 3 เพราะปัจจุบันที่ดินมีราคาสูง ทำให้การลงทุนการเกษตรน้อยลง

#### 3. การพาณิชย์กรรมและการบริการ

มีการประกอบการด้านพาณิชย์กรรมประมาณร้อยละ 4 เช่น การทำธุรกิจ การค้าปลีก ธุรกิจนำเข้า ส่งออก และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประเภทขายหรือเช่าอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวก และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว เช่น การให้เช่ารถจักรยานยนต์ เรือเจ็ทสกี เรือนำเที่ยว เรือลากร่ม เรือลากกล้วย นอกจากนี้ ยังมีโรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร ธนาคาร สถานีบริการน้ำมัน สถานธนาภิบาลเมืองพัทยา ศูนย์การค้า

#### ข้อมูลการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

พัทยา เมืองแห่งสีสันและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และเป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยวนานาชาติ ด้วยธรรมชาติ หาดทราย หมู่เกาะ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศูนย์กลางแห่งศิลปะ ประเพณีพื้นบ้านและวัฒนธรรมร่วมสมัย เมืองภาพยนตร์ คนตรี และกีฬา โรงแรม รีสอร์ทและที่พักชั้นนำที่หรูหรา มีระดับ ศูนย์การประชุมสัมมนาในระดับนานาชาติ ที่เปรียบพร้อมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน การบริการด้านสุขภาพ และสปาที่ได้คุณภาพมาตรฐานสากล กิจกรรมชายหาดที่สนุกสนานปลอดภัย กิจกรรมท่องเที่ยว



ผจญภัยและกีฬาทางน้ำ ทางบกและทางอากาศ ที่ตื่นเต้น ทำทายกับทุกเพศทุกวัย เทศกาล และกิจกรรมการท่องเที่ยวระดับนานาชาติที่ต่อเนื่องให้คุณเข้าร่วมได้ตลอดทั้งปี กิจกรรมการพักผ่อนในรูปแบบต่าง ๆ ที่พร้อมเติมเต็มความสุขให้กับชีวิตจากการท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุดของคุณและครอบครัว พิธีสมรสในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และรูปแบบประเพณีที่หลากหลาย เชื้อชาติศาสนาและฉลองฮันนีมูนที่แสน โรแมนติก เพลิดเพลินกับการจับจ่ายใช้สอย ในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าชั้นนำที่เรียงรายอยู่ทั่วทุกมุมเมืองด้วยสินค้าที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และราคาดูดีธรรม ตลอดจนการลิ้มลองรสชาติความอร่อยและสดของอาหารทะเลที่ถูกคัด และส่งตรงจากหมู่บ้านประมง พร้อมอาหารพื้นถิ่นที่สะอาดถูกสุขอนามัย อาหารนานาชาติที่หลากหลายมีคุณภาพ ดั้งเดิมและสัมผัสกับบรรยากาศสีสันยามราตรีจังหวะของเสียงดนตรี ยามค่ำคืน ประทับใจกับเอกลักษณ์การแสดงที่ถูกสร้างสรรค์และถ่ายทอดสู่สายตาท่าน อย่างเหนือจินตนาการ และประสบการณ์ใหม่ ๆ ในอีกหลากหลายรูปแบบที่ยังคงคอยต้อนรับ การมาเยือนของท่าน พักผ่อนในวันพักผ่อนต้อนรับท่านและครอบครัวมาสัมผัสและเก็บเกี่ยว ประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับชีวิตและครอบครัว เพื่อสร้างสีสันและเป็นรางวัลชีวิตให้กับทุกท่าน เก็บเกี่ยวเป็นภาพความประทับใจและภาพแห่งความทรงจำอันที่ไม่อาจจะลืมเลือน โดยไม่อาจสัมผัสได้จากเมืองท่องเที่ยวใด ๆ ในโลก “สร้างประสบการณ์ใหม่ เที่ยวเมืองไทย เที่ยวพญา”

สถานการณ์ท่องเที่ยวของเมืองพญาในปี พ.ศ. 2557 ว่า ตกต่ำกว่าหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งมีปัญหา และปัจจัยมาจากสถานการณ์การเมือง และเศรษฐกิจที่ตกต่ำในหลายประเทศ โดยจากสถิติ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่พญา 4.3 ล้านคน ลดลง 40% ขณะที่นักท่องเที่ยวไทย 3.1 ล้านคน เพิ่มขึ้น 7% รายได้รวมลดลงถึง 33% หรืออยู่ที่ 7.1 หมื่นล้านบาทเท่านั้น ขณะที่สถานการณ์ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2558 แม้จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นแต่ก็ยังไม่ถือว่าอยู่ในภาวะปกติ

จากปัญหาดังกล่าว สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตเมืองพญา จึงกำหนดแผนในการจัดทำตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองพญาเพิ่มมากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยในส่วนของตลาดต่างประเทศ มีแผนการจัดทำโครงการประสานความร่วมมือและเสริมศักยภาพเครือข่ายด้านการตลาดร่วมกับผู้ประกอบการ ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการให้ความรู้ด้านการตลาดเพื่อปรับคุณภาพในการรองรับ นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มเป้าหมายอย่างตลาดยุโรปตะวันออก ตะวันออกกลาง รัสเซีย อินโดนีเซีย สแกนดิเนเวีย จีน อินเดีย เยอรมนี เป็นต้น พร้อมการสนับสนุนการจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแผนในการจัดกิจกรรมส่งเสริม Trade show และ Road show ในต่างประเทศ ซึ่งกำหนดตลาดไว้อย่างชัดเจนแล้ว ซึ่งเป็นผลสรุปมาจากการหารือ ร่วมกันว่ามีความเหมาะสมและเป็นกลุ่มตลาดที่ให้ความสนใจเมืองพญาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

อินโดนีเซีย ยุโรป ตะวันออก จีน และเกาหลี ส่วนการส่งเสริมตลาดภายในประเทศนั้น จะเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดตามสโลแกนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ปีนี้เน้นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายไปยังพื้นที่ภาคเหนือและภาคกลางตอนบน พร้อมการจัดบูทในงานส่งเสริมการขายหลักของประเทศ อย่างเทศกาลเที่ยวเมืองไทย หรือมหกรรมไทยเที่ยวไทยตลอดทั้งปี ซึ่งคาดว่าจะเป็นส่วนสำคัญที่จะส่งเสริมให้ภาวะด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาดีขึ้นในระยะเวลาอันใกล้

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ปี ค.ศ. 2012-2014

ประเภทนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยวเมืองพัทยา		
	2012	2013	2014
นักท่องเที่ยวไทย	1,991,533	1,641,547	1,622,032
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	6,375,681	5,256,162	4,937,200

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกสัญชาติในกลุ่ม ASEAN ปี ค.ศ. 2012-2014

Country of nationality	Number of tourism arrival		
	2012	2013	2014
ASEAN	6,281,153	7,282,266	6,620,231
Brunei	10,459	14,205	11,281
Cambodia	423,642	481,595	553,809
Indonesia	447,820	594,251	508,171
Laos	975,999	976,639	934,253
Malaysia	2,554,397	3,041,097	2,644,052
Myanmar	129,385	172,383	208,794
Philippines	289,566	321,571	338,055
Singapore	831,215	955,468	864,681
Vietnam	618,670	725,057	557,135

ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในอาเซียน และเป็นอันดับ 4 ของโลก ซึ่งมีประชากรทั้งหมด จำนวน 251,160,124 คน เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 9,588,198 คน (ข้อมูลอ้างอิง ณ ปี พ.ศ. 2556) ประเทศไทยเป็นประเทศจุดหมายหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวอินโดนีเซียเดินทางมาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 3 จากการสำรวจความคิดเห็นทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินโดนีเซียสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

## 1. ภาพรวมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินโดนีเซีย

1.1 นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียที่เดินทางมากับครอบครัวนิยมใช้บริการจัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ

1.2 นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียที่เดินทางมากับครอบครัว มีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซ้ำอีกสูงกว่ากลุ่มที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ

## 2. ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

2.1 ในภาพรวมปัจจัยหลักด้านการท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ แหล่งท่องเที่ยว การซื้อสินค้า เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวของไทยที่มีความหลากหลายประกอบกับการเดินทางไปต่างประเทศของนักท่องเที่ยวอินโดนีเซีย จะนิยมกิจกรรมการช้อปปิ้งเป็นอย่างมาก

2.2 จากการพิจารณาอันดับความสำคัญของ ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทยประกอบกับปัจจัยที่มีผลต่อการจูงใจให้กลับมาท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่าปัจจัยต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอินโดนีเซีย คือ แหล่งท่องเที่ยว และการซื้อสินค้า ซึ่งประเทศไทยจะจัดว่าเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียให้ความสนใจในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทะเลและชายหาด แฟชั่น ช้อปปิ้ง และอาหาร มากที่สุด

แหล่งท่องเที่ยว 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ กรุงเทพฯ พัทยา หาดใหญ่ ระยอง และภูเก็ต

กลุ่มนักท่องเที่ยวอินโดนีเซีย จากการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของอินโดนีเซีย พบว่า มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเล ชายหาด แฟชั่น ช้อปปิ้ง อาหาร และมรดกแผ่นดิน ซึ่งนักท่องเที่ยวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นว่าประเทศไทยมีความโดดเด่นด้านทะเลและชายหาดมากที่สุด แต่แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ยังเป็นรองประเทศสิงคโปร์ ออสเตรเลีย และซาอุดีอาระเบีย ซึ่งเป็นประเทศจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวอินโดนีเซียสนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยว โดยแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ แหล่งข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดและตัวแทนการท่องเที่ยว ชุมชนโซเชียล เช่น แชทรูม

## บล็อก เว็บบอร์ด เป็นต้น

จากการศึกษายังพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียกลุ่มหนึ่งไม่สนใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ซึ่งมีเหตุผลหลัก คือ เรื่องของโอกาส ค่าใช้จ่ายในการเดินทางรวมถึงความกังวลเรื่องความปลอดภัยและเหตุจลาจลของประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นสาเหตุที่สำคัญมากที่จะต้องคำนึงถึง นอกจากนี้ยังพบว่า ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักประเทศไทยมากนัก ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยถือเป็นสิ่งสำคัญเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่โดดเด่น โดยเฉพาะสปาและการนวดเน้นความหลากหลายของสินค้าและบริการ โดยดึงดูดเด่นด้านความเป็นไทยให้มากยิ่งขึ้น นำเสนอเรื่องความคุ้มค่าและค่าใช้จ่ายให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเน้นค่าใช้จ่ายที่อยู่ในงบประมาณที่นักท่องเที่ยวตั้งไว้ และสิ่งที่สำคัญ คือ ควรมีมาตรการในการป้องกันและสนับสนุนความมั่นคงปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย นอกจากนี้ควรมุ่งเน้นการสื่อสารการตลาดเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว โปรโมชันจากบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวหรือสายการบิน รวมถึง โปรโมชันหรือแพ็คเกจลดราคาที่มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดลง รวมทั้งความมีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและผจญภัย การท่องเที่ยวที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด และการท่องเที่ยวในรูปแบบของครอบครัว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

### พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย

1. ร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวยังคงชอบเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทางกรุงเทพฯ-พัทยา
  2. นิยมพำนัก 5 วัน 4 คืน ซึ่งค่าใช้จ่ายต่อทริปไม่แพง อยู่ที่ 3.5 หมื่นบาท
  3. คลั่งแหล่งช้อปปิ้ง โดยเฉพาะย่านประตูน้ำ ห้างแพลตตินั่ม และสวนจตุจักร
  4. บางคนมาบ่อย เริ่มขนเสื้อผ้าไปขายที่อินโดนีเซีย เพราะเทรนแฟชั่นของไทยล้ำกว่า
  5. ชอบอาหารไทย ส่วนใหญ่ขอแกล่ไม่มีหมูเป็นส่วนประกอบ
  6. คนไทยอุปนิสัยชอบความสนุกสนานเหมือนคนอินโดนีเซีย
  7. กลุ่มครอบครัวสนใจแหล่งท่องเที่ยว ธีมปาร์ค ทั้งสวนสนุกและสวนน้ำ
  8. ภาพยนตร์ไทยได้รับความนิยมจากชาวอินโดนีเซียมาก เป็นรองแค่หนังฮอลลีวูดกับจีน เท่านั้น
  9. สิงคโปร์ราคาแพงเกิน ส่วนมาเลเซียก็มีวัฒนธรรมที่เหมือนกันเกินไป
- แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองพัทยา**
1. สวนนงนุชพัทยา เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงมาก เพราะมีสวนที่ใหญ่มากและสวยมากให้ได้เข้าชมเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในเนื้อที่ 1,500 ไร่ ภายในมีสวนไม้ดอกไม้ประดับ

นานาชาติ และศูนย์ศิลปวัฒนธรรมไทย การแสดงของช่าง

2. ไร่่องุ่นซิลเวอร์เลค ไร่่องุ่นของคาราสุพรรณยา เนื่องภิรมย์ ตั้งอยู่ติดกับเขาชีจรรย์ มีพื้นที่กว้างขวางกว่า 1,200 ไร่ มีอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ ในยามที่พระอาทิตย์กำลังลับของฟ้า คือ ความงดงามที่ธรรมชาติสรรค์สร้างไว้อย่างลงตัว แสงอาทิตย์สะท้อนผิวน้ำส่องประกายระยิบระยับ สีเงินแวววาว นั่นคือที่มาของชื่อ Silver lake หรือทะเลสาบสีเงิน ส่วนภายในไร่มีองุ่นสด ounge แปลรูป ไวน์ ร้านอาหาร และบริการรถสำหรับนั่งชมทั่วไร่่องุ่น

3. อัลคาซาร์โชว์ (The alcazar show) ยืนหยัดคู่เมืองพัทยามานานจนกลายเป็น แลนด์มาร์คที่สำคัญสำหรับเมืองพัทยากี่ว่าได้ สำหรับ The alcazar show แต่ละรอบจะใช้เวลาแสดง ประมาณ 70 นาที เพื่อเสนอชุดการแสดงอันหลากหลายครบครันทุกสีสันอารมณ์ด้วยศิลปะ การแสดงจากนานาชาติและการแสดงที่มันสมัยเหนือจินตนาการ เพื่อให้ผู้ชมได้เต็มอิม กับการแสดง

4. ทิฟฟานีโชว์ (Tiffany's show) เรียกว่าเป็นการแสดงสุดอลังการที่ไม่เคยหยุด การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และยังคงพัฒนาต่อไปเรื่อย ๆ อย่างสม่ำเสมอจริง ๆ สำหรับ Tiffany's show รวมถึงคุณภาพของการแสดงและคุณภาพการนำเสนอความบันเทิงเต็มรูปแบบ เพื่อให้ความสุขแก่ผู้ชม

5. อาร์ท อิน พาราไดซ์ (Art in paradise) พิพิธภัณฑ์ศิลปะภาพ 3 มิติเก้ ๆ ที่รวบรวม เอาภาพวาด 3 มิติ เอาไว้มากกว่า 140 ภาพ บนพื้นที่ประมาณ 5,800 ตารางเมตร โดยมีศิลปิน ชาวเกาหลีใต้ ชิน แจ ยอล เป็นผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์ ด้วยการเนรมิตพิศพาพัลลาเดียมเก่า ใ้กลายเป็นพิพิธภัณฑ์ศิลปะสุดอลังการชนิดที่ว่าคนรักการถ่ายภาพมาเห็นเป็นต้องชะภาพ แบบไม่หยุด นอกจากนี้ยังแบ่งห้องแสดงภาพออกเป็น 10 ห้องด้วยกัน เพื่อจัดแสดงภาพให้เป็น หมวดหมู่ มีทั้งห้องลวดตา ห้องใต้สมุทร ห้องสัตว์ป่า ห้องภาพจิตรกรรมของศิลปินระดับโลก โถงอารยธรรม ห้องศิลปะเหนือจริง ห้องไดโนเสาร์ ห้องน้ำตกสูงชัน ห้องวิวทิวทัศน์ และสุดท้าย ห้องของนิทรรศการศิลปะที่ตั้งใจจัดเตรียมไว้สำหรับจัดแสดงผลงานทางศิลปะของศิลปินที่สนใจ จะเข้าไปใช้พื้นที่ด้วย

6. มิโมซ่า พัทยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวเปิดใหม่สุดน่ารักภายใต้แนวคิด “The city of love” และบรรจงสร้างสรรค์ทัศนียภาพให้เกิดเป็นเมืองแห่งความรัก โดยมิโมซ่า พัทยา เป็นเมือง ที่มีกลิ่นอายสถาปัตยกรรมเมืองโบราณของฝรั่งเศส โดดเด่นด้วยสีสันสดใส น่ารักน่ามอง บ่งบอก ความเป็นเอกลักษณ์แห่งเดียวในเมืองพัทยา แถมยังโอบล้อมด้วยบรรยากาศอันสุดแสน จะโรแมนติก และหอมหวานไปกับกลิ่นของดอกไม้มานานาพันธุ์ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว นอกจากนี้ ยังมีคลองเล็ก ๆ ที่ไหลผ่านกลางเมือง มีหงษ์คู่ที่ว่ายเวียนวนไปมาให้ได้ชื่นชมกันเพลิน ๆ

หรือพิเศษสุด ๆ กับโชว์สุดอลังการที่น่าประทับใจ ณ ถาน้ำพุดนตรี ที่หมุนเวียนสลับเปลี่ยน มาสร้างสรรค์ความบันเทิงทุกวัน

7. สวนสนุกและสวนน้ำพญาปาร์ค โรงแรมพญาปาร์คมีสวนน้ำและสวนสนุก ให้บริการนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาพักผ่อนและร่วมทำกิจกรรมกันแบบครอบครัว อีกหนึ่ง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ ประเภทสวนสนุกและสวนน้ำ โดยสวนน้ำพญาปาร์คมีสระน้ำวน ขนาดใหญ่ สร้างวนรอบสวนน้ำสามารถว่ายน้ำเล่นได้อย่างทั่วถึง มีสไลด์เดอร์ขนาดยักษ์ทั้งแบบ ทางตรงและแบบอุโมงค์ นอกจากนี้ ยังมีพญาปาร์ค ทาวเวอร์ ที่เป็นทั้งภัตตาคารและจุดชมวิว แบบพาโนรามารอบทิศ สูงจากพื้นดิน 240 เมตร ตรงจุดนี้ทำให้มองเห็นเมืองพญา และอ่าวรายรอบทั้ง 360 องศา

8. เขาชีจรรย์ ตั้งอยู่เส้นทางเดียวกับทางไปวัดญาณสังวราราม โดยแยกจาก ถนนสุขุมวิทไปอีก 6 กิโลเมตร มีพระพุทธรูปปางมารวิชัยแกะสลักด้วยแสงเลเซอร์บนหน้าผา ของเขาชีจรรย์ ศิลปะสมัยสุโขทัยผสมศิลปะสมัยล้านนาขนาดความสูง 130 เมตร หน้าตักกว้าง 70 เมตร มีชื่อว่า “พระพุทธรูปมหาจิรอุตตโมภาสศาสดา” สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2539 เพื่อเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ภายในพระอุระบรรจุพระรัตนธรรมสารีริกธาตุ บริเวณโดยรอบ ตกแต่งเป็นสวนพักผ่อนหย่อนใจสวยงาม อยู่ในความดูแลของกองทัพเรือหน่วยบัญชาการ นาวิกโยธิน

9. ตลาดน้ำ 4 ภาค พญา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางศิลปวัฒนธรรมไทย กลางใจเมืองพญา จำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไทยที่เรียบง่าย และแสดงให้เห็นถึงความผูกพัน กับสายน้ำตั้งแต่อดีตสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีเสน่ห์ ที่น่าหลงใหลใน 4 ภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคใต้ และที่นี่ นักท่องเที่ยวจะได้เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพอันงดงาม นั่งเรือพายชมทัศนียภาพ 2 ฝั่งน้ำ สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การค้าขายทางน้ำ ตระการตาที่ร้านค้าเรือนไทยไม้สักทั้งหลัง ที่สวยงาม โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำ

10. อันเดอร์ วอเตอร์เวิลด์ (Under water world) เป็นสถานที่สำหรับดูชีวิตสัตว์น้ำ ใต้ทะเล ภายในพิพิธภัณฑ์แห่งนี้มีหลายโซนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความหลากหลาย ของสัตว์ต่าง ๆ โซนที่น่าสนใจที่สุดอาจจะเป็นอุโมงค์ใต้น้ำที่ยาวกว่า 1 เมตร อีกทั้งยังมีโซนที่เรา สามารถแตะตัวสัตว์ได้ด้วย การเที่ยวชมที่นี่จะมีลักษณะเหมือนกับว่า เรากำลังเดินผ่านอุโมงค์ ใต้ทะเล และในบางช่วงเวลาก็จะมีเจ้าหน้าที่มาให้อาหารปลาด้วย

11. อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พญา สถานที่แห่งนี้ตั้งอยู่บนเนื้อที่กว้างใหญ่ ไม่ไกลจากถนนสุขุมวิท ภายในอุทยานจะเห็นว่าพื้นที่ตามทางเดินจะถูกตกแต่งไว้ด้วยต้นไม้

ดอกไม้ และหินก้อนใหญ่ ๆ มากมาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชื่นชมมากขึ้น แน่แน่นอนที่สุดว่าฟาร์มจระเข้จะต้องมีการแสดงจระเข้อย่างแน่นอน ซึ่งมีหลายรอบต่อวันรวมถึงยังมีสัตว์อื่น ๆ ให้ดูเหมือนกับการมาเที่ยวสวนสัตว์ อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้พทยาแห่งนี้ได้รับการก่อตั้งโดยคุณสวน พนมวัฒน์กุล ซึ่งใช้เวลากว่า 20 ปี ในการเก็บรวบรวมวัตถุต่าง ๆ ที่หายากในปัจจุบัน โดยเขามีวัตถุประสงค์ที่จะเก็บสิ่งเหล่านี้ไว้เพื่อสร้างสถานที่ท่องเที่ยวให้ชมวัตถุที่หายากของจริงแบบนี้ตั้งแต่แรกแล้ว

12. หมู่บ้านช้างพทยา เป็นสถานที่ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับช้างในเรื่องต่าง ๆ ทำให้เป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมมากจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ หมู่บ้านช้างยังมีจุดประสงค์เพื่อการอนุรักษ์สัตว์ใหญ่อย่างช้างด้วย จึงไม่น่าจะเป็นปัญหากับนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยว นอกจากให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวแล้ว หมู่บ้านช้างยังเปิดบริการให้นักท่องเที่ยวรอบ ๆ หมู่บ้านด้วย ซึ่งมีที่นั่งชมแบบทั่วไปกับแบบลucrบรรจงที่ซึ่งจะได้ประสบการณ์มากกว่า เพราะฉะนั้นหมู่บ้านช้างพทยาจึงเหมาะกับผู้ที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเวลามาเที่ยวพทยา หมู่บ้านช้างพทยาเปิดขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 เพื่อเป็นที่พักอาศัยของช้างที่เอาไว้ใช้งานในอดีต โดยช้างเหล่านี้ไม่สามารถนำไปใช้งานหนัก ๆ ในป่าได้อีก จึงนำช้างมาไว้ที่นี่เพื่อทำการอนุรักษ์ช้างไทยให้คงอยู่สืบไป

13. หาดพทยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เด่นสะดุดตาของพทยา เป็นหาดรูปโค้งครึ่งวงกลมมีถนนเลียบริมชายหาดตลอดสายยาวประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นหาดที่ร่มรื่นไปด้วยพันธุ์ไม้นานาชนิดเหมาะสำหรับการพักผ่อน นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์การกีฬาทางบก-ทางน้ำ หลายประเภท

14. หาดจอมเทียน พทยา เป็นอีกหนึ่งหาดที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาพักผ่อน เพราะตัวหาดมีความเงียบสงบมากกว่าหาดพทยา อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่รู้ว่าไว้เล่นกิจกรรมทางน้ำอย่างเช่น กระดานโต้คลื่น (วินด์เซิร์ฟ) เจ็ตสกี เรือกล้วย พาราซูท และการดำน้ำ เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพราะว่าน้ำทะเลที่นี่มีการดูแลรักษาความสะอาดเสมอมา หาดจอมเทียนมีความยาวประมาณ 6 กิโลเมตร เหมาะสำหรับการเล่นน้ำอย่างสงบ เพราะผู้คนกระจายกันไปทั่วหาด ไม่เหมือนกับหาดพทยา ช่วงหลัง ๆ นี้ บริเวณจอมเทียนยังเป็นสถานที่ ๆ มีการพัฒนาในด้านอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และชาวไทยสนใจซื้อไว้เป็นที่พักผ่อน

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิริติ กิตติประภานันท์, วิศรุตร์ สงกุมาร และรัฐกาญจน์ สวยงาม (2556) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อ

การท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดสงขลา เคยมาเที่ยวที่จังหวัดสงขลาแล้ว 1-3 ครั้ง โดยเหตุผลทั้งหมดที่มาจังหวัดสงขลา คือ มาเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดสงขลาโดยรถบัส กับครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการมาเที่ยวน้อยกว่า 7 วัน โดยนักท่องเที่ยวทั้งหมดพักโรงแรม ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเคยไปมาแล้วมากที่สุด คือ แหลมสิมิหลา รองลงมาคือ เกาะหนูเกาะแมว นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดมีความสุขในการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ถ้ามีโอกาสจะกลับมาเที่ยวจังหวัดสงขลาอีกแน่นอน และนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดจะแนะนำให้เพื่อนหรือครอบครัวมาเที่ยวจังหวัดสงขลา และพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 3.71$  เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ (1) ด้านความปลอดภัย (2) ด้านการขนส่ง (3) ด้านการต้อนรับ (4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (5) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย  $\bar{X} = 3.76, 3.73, 3.70, 3.68$  และ  $3.67$  ตามลำดับ

ชลามรินทร์ สมพงษ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง มุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน เพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน โดยศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ความคาดหวังก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ความพึงพอใจ ปัญหา ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหลังจากที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแล้ว รวมถึงแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหัวหินผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอำเภอหัวหิน จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ในลักษณะเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยด้านข้อมูลทั่วไปและมูลเหตุจูงใจในการมาท่องเที่ยวหัวหิน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่หัวหินเป็นครั้งแรก เพื่อมาพักผ่อนกับครอบครัว โดยศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวหัวหินทางอินเทอร์เน็ต คำแนะนำจากเพื่อนและเพื่อนร่วมงาน และศึกษาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ โดยระดับการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างยังอยู่ในระดับที่น้อย



ทั้งด้านการคมนาคม ที่พักอาศัย อาหารและร้านอาหาร การนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว การช้อปปิ้ง และด้านข้อมูลการท่องเที่ยวและบริการต่าง ๆ มูลเหตุที่จูงใจที่มีความสำคัญมากที่สุด ต่อกลุ่มตัวอย่าง คือ มูลเหตุจูงใจในด้านกายภาพและจิตวิทยา ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ หัวหินก่อนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ คาดหวังถึงสภาพอากาศที่ดี อบอุ่น มีแสงแดด ท้องฟ้าสดใส ท้องทะเลสวยงาม หาดขาวสะอาด บรรยากาศเงียบสงบ เหมาะแก่การพักผ่อน อาหารอร่อย โรงแรมที่พักดี ๆ รวมถึงผู้คนเป็นมิตร

ผลการศึกษาด้านมุมมองของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองและความรู้สึกที่ดีมากต่อปัจจัยด้านที่พักอาศัยและปัจจัยด้านอาหารและร้านอาหารในหัวหิน มีมุมมองในระดับที่ดีต่อการคมนาคม แหล่งท่องเที่ยวและการจับจ่ายซื้อสินค้าที่หัวหิน ในส่วนของปัจจัยด้านข้อมูล การท่องเที่ยวและบริการด้านต่าง ๆ นั้น อยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่มุมมองและความรู้สึกเกี่ยวกับปัจจัยการนำเที่ยวนั้นอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างหลังจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เกิดความรู้สึกพอใจ ประทับใจ และรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่หัวหินนั้นดีกว่าที่คาดหวังไว้สูงถึงร้อยละ 50 ขณะที่อีกร้อยละ 50 รู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่หัวหินดีเท่ากับที่คาดหวังไว้

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ปัญหาด้านค่าครองชีพ โรงแรมที่พักอาศัย ความสะอาด การจราจร การให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน การถือครองนักท่องเที่ยว และการขยายตัวของเมือง โดยข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว คือ การลดค่าครองชีพที่หัวหิน การจัดระเบียบควบคุมคุณภาพ มาตรฐานและราคาของ โรงแรมที่พักและร้านอาหาร การรณรงค์ เรื่องการรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่สาธารณะ การยกระดับมาตรฐาน และเพิ่มจำนวนศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เสนอให้มีศูนย์บริการดูแล ความปลอดภัยช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และสุดท้ายเรื่องการควบคุมการขยายตัวของเมือง

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวหัวหิน สามารถทำได้โดยอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากร ท่องเที่ยว พัฒนาและปรับปรุงปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการท่องเที่ยวให้ได้ มาตรฐานที่ดี รวมถึงอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นหลักในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ และสังคม โดยการใช้ ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอันมีคุณค่าอย่างรอบคอบ และมีประสิทธิภาพ สามารถรักษาเอกลักษณ์ ดั้งเดิมได้ยาวนานที่สุด เกิดปัญหาและผลกระทบน้อยที่สุด

ธนกิจ ชารุ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสิรินธร อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสิรินธร

อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 30.5 ปี ร้อยละ 70.3 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 38.3 มีอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 86.3 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 77.8 ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำบอกเล่าจากบุคคลอื่น ร้อยละ 72.3 เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 56.2 มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ร้อยละ 72.0 มีวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว หรือพักผ่อน ร้อยละ 52.8 เดินทางมาพร้อมครอบครัว ร้อยละ 38.3 สมาชิกในการเดินทางมาท่องเที่ยว 3-5 คน ร้อยละ 84.5 เดินทางมาท่องเที่ยวแบบไป-กลับ ร้อยละ 51.0 ไม่เดินทางไปที่สถานอื่น ร้อยละ 93.0 คิดว่าจะกลับมาเที่ยวสถานที่แห่งนี้อีก สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 1,090.00 บาทต่อคน ร้อยละ 82.3 ใช้จ่ายเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสิรินธร ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านสิ่งดึงดูดความสนใจ (2) ด้านคมนาคม (3) ด้านบุคลากร (4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ (5) ด้านความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่ดีทุกด้านการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่มีต่อความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสิรินธร พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติบางประการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการศึกษา

นางนุช รุจิรังสีมันต์กุล (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง (2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ (3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาคุณภาพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ในช่วงเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2545-2548 รวมจำนวน 105,696 คน เมื่อคำนวณเฉลี่ยจะได้นักท่องเที่ยวช่วงเดือนสิงหาคม 26,424 คน วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยใช้ตารางสุ่มได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 379 คน ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสถานที่พัก และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นในระดับเหมาะสมมาก ทั้งสามด้าน เนื่องจากมีความเพียงพอของที่จอดรถ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวภายในแหล่งอุทยานแห่งชาติ การดูแลความปลอดภัยในบริเวณที่จอดรถ และโดยรอบของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกรวดเร็วในการจองบ้านพัก หรือเตียงที่พักรวม และความเหมาะสม

ของอัตรากำลังบริการบ้านพัก หรือเตียงของอุทยาน จากข้อค้นพบดังกล่าว มีข้อเสนอแนะ ดังนี้  
 อยากให้ปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เช่น อยากให้จัดเจ้าหน้าที่  
 เพิ่มในวันหยุดบริเวณทางเดิน ควรมีการบริการโทรทัศน์ ตู้เย็นภายในห้องพักเป็นมาตรฐานเดียวกัน  
 และอยากให้รัฐบาลสนับสนุนเงินงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ประ โยชน์ สังกสิน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่น: กรณีศึกษา  
 การจัดการท่องเที่ยวบ้านชะจอม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยตั้งวัตถุประสงค์  
 ของการวิจัยไว้ 3 ประการ คือ (1) เพื่อศึกษาจุดกำเนิด ความเป็นมา กระบวนการและขั้นตอน  
 ของการจัดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านชะจอม (2) เพื่อศึกษาบทบาทของภาคีที่เกี่ยวข้องกับ  
 การจัดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านชะจอม และ (3) เพื่อศึกษาผลของการจัดการท่องเที่ยวต่อชุมชน  
 ของหมู่บ้านชะจอม ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative  
 research) โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth  
 interview) และการสังเกต (Observation) จากวัตถุประสงค์ประการแรก ผลการศึกษา พบว่า  
 จุดกำเนิดและความเป็นมาของการจัดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านชะจอม มาจากความต้องการ  
 ของชาวบ้านในการที่จะรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนเอาไว้ และต้องการสร้างรายได้เสริม  
 โดยในกระบวนการของการจัดการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก คือ (1) การจัดการ  
 ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว (2) การจัดการด้านโครงสร้างการบริหาร (3) การจัดการด้านที่พัก  
 และ (4) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จากวัตถุประสงค์ประการที่สอง ผลการศึกษา พบว่า  
 ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในหมู่บ้านชะจอม มีอยู่ 3 ระดับ คือ (1) ภาคีในระดับชุมชน  
 (2) ภาคีในระดับอำเภอ/ จังหวัด และ (3) ภาคีในระดับชาติ ซึ่งบทบาทที่สำคัญของภาคีเหล่านี้ก็คือ  
 เป็นที่มาขององค์ความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยว และเป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่สนับสนุน  
 และส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน จากวัตถุประสงค์ประการที่สาม ผลการศึกษา พบว่า  
 ผลของการจัดการท่องเที่ยวต่อชุมชนสามารถแบ่งออกได้ 4 ด้าน คือ (1) ด้านเศรษฐกิจ  
 (2) ด้านสังคม (3) ด้านวัฒนธรรม และ (4) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจ  
 ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี  
 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่  
 เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว  
 ค่าขาย มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง ด้านพฤติกรรม  
 การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดสามชุกเพื่อการจับจ่ายใช้สอย  
 หาซื้อสินค้าในตลาด รองลงมา คือ ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม มีความสนใจ

สถาปัตยกรรม และพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนใหญ่จะเดินทางมาโดยรถนำเที่ยว รถยนต์ส่วนตัว รถคู่ และรถโดยสารประจำทาง ตามลำดับ ส่วนใหญ่จะมากันจำนวน 2-5 คน และเป็นหมู่คณะ 10 คนขึ้นไป โดยใช้เวลาเที่ยวชมในตลาด 1-2 ชั่วโมง ใช้จ่ายกันคนละประมาณ 1,001-1,500 บาท นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดสามชุกจากทางครอบครัว/ เพื่อนแนะนำ รองลงมา คือ รู้จักจากสถานศึกษา/ หน่วยงาน/ บริษัททัวร์ จากอินเทอร์เน็ต/ วิทยู/ โทททัศน์ และรู้จักจากเอกสารการท่องเที่ยว/ แผ่นพับ/ หนังสือพิมพ์/ ตามลำดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เนื่องจากตลาดสามชุกมีการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้คงไว้ทั้งด้านสถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตของชาวชุมชน มีการจัดระเบียบร้านค้าของที่ระลึกให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ สถานที่ตั้งของตลาดเดินทางไปมาสะดวกคั่นทางง่าย มีร้านขายสินค้าและของที่ระลึกที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และมีการอำนวยความสะดวกจากเจ้าหน้าที่และชาวชุมชน

สมเกียรติ ชิดเอื้อ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยว ของอำเภอสุขสำราญ จังหวัดระนอง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสุขสำราญ จังหวัดระนอง เนื่องจากการขาดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบในพื้นที่อำเภอสุขสำราญ แม้ว่าจะมีการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งแหล่งและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นอย่างมาก แต่มีการทำธุรกิจท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการสอบถามข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสุขสำราญ ซึ่งเป็นผู้นำท้องถิ่น ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 20 ราย ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะสามารถนำมาวิเคราะห์เนื้อหาที่ตรงตามประเด็นเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ จัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในพื้นที่อำเภอสุขสำราญ

ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเมืองสุขสำราญ ควรเป็น การท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน โดยประชาชนมีการรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ตามศักยภาพและความต้องการของพื้นที่ โดยการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และมีการจัดตั้งเป็นคณะกรรมการการท่องเที่ยวในระดับ อำเภอ โดยให้ตัวแทนกลุ่มท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทาง เป้าหมาย และกฎระเบียบในการดำเนินงาน และดำเนินการพัฒนาเครือข่ายของกลุ่มท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาข้อมูลและกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเสนอต่อ คณะกรรมการระดับอำเภอและระดับจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ กิจกรรมการท่องเที่ยวของอำเภอสุขสำราญไปสู่ตลาดการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ

และระดับสากล โดยมีการควบคุมคุณภาพและการให้บริการในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสุขสำราญที่เน้นการท่องเที่ยวในรูปแบบของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยดูแลสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจของชุมชน

สุมาลี อัสววิจิตรกุล (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ศึกษาปัจจัยที่มีผลกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาที่ได้ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว 7 ด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสะดวกในการสำรองที่พัก ด้านการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลวันไหลบางแสน ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ความมีมิตรไมตรีของชาวหาดบางแสน ด้านกระบวนการ ได้แก่ การต้อนรับนักท่องเที่ยวของชาวหาดบางแสน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ การคมนาคม ปัจจัยโดยรวมของส่วนประสมทางการตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยที่มีกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่างกัน พบว่า ทุกปัจจัยไม่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยเท่ากัน

สุรัชย์ เสมมา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน: กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา 236 คน และบางแสน จำนวน 164 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าไคสแควร์ ด้วยวิธี Extra method

ผลการศึกษา พบว่า (1) ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท/เดือน (2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน โดยดูจากสถานที่ท่องเที่ยวและบริการและเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว โดยรถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,001-5,000 บาท ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จากค่าอาหารและเครื่องดื่ม กิจกรรมที่ชื่นชอบ คือ การท่องเที่ยวชมสถานที่/ การแสดง (3) ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพัทยา

และบางแสน มีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสม การเดินทางและด้านคุณค่าของการเดินทางและคุณค่าของทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

(4) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน ของนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน

อาทิตยา แก้วพิลา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษา พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ มีรูปแบบของการจัดการผ่านองค์กรชุมชน 2 องค์กร คือ (1) ชมรมรักษ์ตลาดบ้านใหม่ ซึ่งมีคณะกรรมการชมรม ฯ ทำหน้าที่จัดการท่องเที่ยวและประสานภายในชุมชนและหน่วยงานภายนอก (2) คณะกรรมการจัดระเบียบขายของในตลาดบ้านใหม่ ทำหน้าที่จัดทำทะเบียนผู้ค้าขาย ออกใบอนุญาตขายของ จัดตำแหน่งการตั้งขายสินค้าให้เหมาะสม พิจารณาประเภทสินค้าและราคา สินค้า ให้อำนวยดีผู้ค้ารายใหม่แทนรายเดิม และช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าที่เกิดขึ้นภายในตลาด ทั้ง 2 องค์กรชุมชนทำงานร่วมกันในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อประสานงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของตลาดบ้านใหม่ หน่วยงานที่สำคัญ ได้แก่ เทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต 8 (เดิม) หน่วยงานสนับสนุนอื่น ๆ ได้แก่ สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา สำนักศิลปากรที่ 5 ปราจีนบุรี และสถาบันการศึกษา การเข้ามาสนับสนุนส่วนใหญ่ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การตลาด และการจัดกิจกรรม เป็นต้น ปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนแห่งนี้ ได้แก่ การบริหารงานองค์กรชุมชนที่ยังไม่ชัดเจนในการทำงานของแต่ละฝ่าย การให้บริการที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และขาดการเข้ามาสนับสนุนเรื่องการศึกษาวิจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัย มีข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ ได้แก่ (1) การบริหารงานองค์กร (2) การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในตลาด และ (3) การศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ของชุมชน การดำเนินการดังกล่าวจะสามารถนำไปสู่การรักษาทรัพยากรในท้องถิ่น การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อันจะทำให้เกิดความสมดุลระหว่างทรัพยากร เศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมของชุมชน รวมถึงการสร้างกระบวนการให้ชุมชนได้เรียนรู้เรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อสภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ซึ่งวิธีการดำเนินการวิจัยที่เสนอในบทนี้ ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และเกณฑ์การแปลผล ดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2. กลุ่มตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Specific sampling) เนื่องจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาประมาณ 508,171 คนต่อปี

3. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงใช้จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างเกณฑ์สัดส่วนของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนประชากร

$e$  = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05)

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{508,171}{1+508,171(0.05)^2}$$

$$n = 399.685 \approx 400 \text{ หน่วย}$$

4. การสุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกจากช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว 200 คน และนอกฤดูกาลท่องเที่ยว 200 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว และรูปแบบของการเดินทาง จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าของที่ระลึก การโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ จำนวน 51 ข้อ ดังนี้

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว จำนวน 16 ข้อ
2. ด้านความปลอดภัย จำนวน 5 ข้อ
3. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน จำนวน 6 ข้อ
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 8 ข้อ
5. ด้านสินค้าของที่ระลึก จำนวน 7 ข้อ
6. ด้านการโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 6 ข้อ
7. ด้านภาพลักษณ์ จำนวน 3 ข้อ

เกณฑ์ในการให้คะแนนความสำคัญของระดับความคิดเห็นเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) มีตัวเลือก 5 ระดับ ดังนี้

- ไม่มีข้อมูล ให้ 0 คะแนน
- เห็นด้วยน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน
- เห็นด้วยน้อย ให้ 2 คะแนน
- เห็นด้วยมาก ให้ 3 คะแนน
- เห็นด้วยมากที่สุด ให้ 4 คะแนน

## การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยาวอิน โดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ

3.1 ดร.เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ ตำแหน่งผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

3.2 ดร.จักรชัย สือประเสริฐสิทธิ์ ตำแหน่งอาจารย์ประจำ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

3.3 อาจารย์นัสรี สะอีดี ตำแหน่งที่ปรึกษาอาวุโสและวิชาการชมรมมัคคุเทศน์อินโดนีเซีย

เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวยาวอิน โดนีเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's alpha ซึ่งได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม  $\alpha$  เท่ากับ .719 จึงถือได้ว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อถือได้ สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามออกเก็บรวบรวมข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตเมืองพัทยา

2. รวบรวมแบบสอบถาม ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด นับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนการวิจัยต่อไป

3. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 400 ชุด โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา และมีความสมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) มีเกณฑ์การให้คะแนนความสำคัญของระดับความต้องการเป็นแบบมาตรฐานส่วนประเมินค่า (Rating scale) มีตัวเล็อก 5 ระดับ
3. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) คือ t-test (Paired sample t-test) และ One-way ANOVA

### เกณฑ์การแปลผล

กำหนดความหมายของคะแนนและแปรความคิดเห็นเป็นระดับ โดยการคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}} \\ &= \frac{4-1}{4} \\ &= 0.75 \end{aligned}$$

ดังนั้น ค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับความคิดเห็น เท่ากับ 0.75 ผู้วิจัยจึงกำหนดแบ่งระดับความคิดเห็นตามเกณฑ์การแปรความหมาย ดังนี้

- ค่าคะแนน 1.00-1.75 หมายถึง การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยามีความเหมาะสมน้อยที่สุด  
 ค่าคะแนน 1.76-2.50 หมายถึง การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยามีความเหมาะสมน้อย  
 ค่าคะแนน 2.51-3.25 หมายถึง การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยามีความเหมาะสมมาก  
 ค่าคะแนน 3.26-4.00 หมายถึง การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยามีความเหมาะสมมากที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความ ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีผลต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา (การทดสอบสมมติฐาน)

#### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
อายุ 20-30 ปี	172	43.00
อายุ 31-40 ปี	107	26.75
อายุ 41-50 ปี	94	23.50
อายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	27	6.75
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	66	16.50
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	230	57.50
ปริญญาโท	104	26.00
รวม	400	100.00

## ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	83	20.75
ธุรกิจส่วนตัว	157	39.25
พนักงานบริษัทเอกชน	94	23.50
อื่น ๆ	66	16.50
รวม	400	100.00
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 3 ล้านรูเปีย	66	16.50
ตั้งแต่ 3-5 ล้านรูเปีย	123	30.75
ตั้งแต่ 5-12 ล้านรูเปีย	133	33.25
มากกว่า 12 ล้านรูเปีย	78	19.50
รวม	400	100.00
<b>จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
ครั้งแรก	94	23.50
มากกว่า 1 ครั้ง	306	76.50
รวม	400	100.00
<b>ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
ญาติพี่น้อง/ ครอบครัว	157	39.25
ผู้บังคับบัญชา/ เพื่อนร่วมงาน	83	20.75
เพื่อน	160	40.00
รวม	400	100.00
<b>รูปแบบการเดินทาง</b>		
ผ่านบริษัททัวร์	243	60.75
มาด้วยตนเอง	157	39.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ อายุตั้งแต่ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา อายุตั้งแต่ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.75 อายุตั้งแต่ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.50 และอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 26.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.75 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 5-12 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา คือ มีรายได้ตั้งแต่ 3-5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.75 มากกว่า 12 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.50 และต่ำกว่า 3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยามากกว่า 1 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมา คือ เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 23.50 ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ มากับญาติพี่น้อง/ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 39.25 มากับผู้บังคับบัญชา/ เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ตามลำดับ รูปแบบการเดินทางผ่านบริษัททัวร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมา คือ มาด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 39.25 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

ด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีข้อมูล				
1. ชายหาดพัทยา มีความสะอาด	226 (56.50)	174 (43.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.57	0.50	มาก ที่สุด	4
2. ชายหาดพัทยา มีความสวยงาม	226 (56.50)	174 (43.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.57	0.50	มาก ที่สุด	5
3. เกาะล้าน มีความสวยงาม	251 (62.75)	55 (13.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	94 (23.50)	2.92	1.66	มาก	9
4. สวนสนุกและสวนน้ำ พัทยापาร์ค มีเครื่องเล่น ให้เลือกมากมาย	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	0.00	0.00	น้อย ที่สุด	12
5. เขาชีจรรย์ พระพุทธรูป บนหน้าผามีความสวยงาม	295 (73.75)	52 (13.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.34	1.35	มาก ที่สุด	6
6. ตลาดน้ำ 4 ภาค มีสินค้า พื้นเมืองให้เลือกมากมาย	214 (53.50)	80 (20.00)	106 (26.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.27	0.85	มาก ที่สุด	7
7. อันเดอร์ วอเตอร์เวิลด์ มีสัตว์น้ำใต้ทะเลที่น่าสนใจ จำนวนมาก	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	0.00	0.00	น้อย ที่สุด	13
8. อุทยานหินล้านปี และฟาร์มจระเข้ พัทยา การแสดงจระเข้ที่น่าตื่นเต้น	69 (17.25)	39 (9.75)	14 (3.50)	14 (3.50)	264 (66.00)	1.09	1.62	น้อย ที่สุด	11

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ	
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ข้อมูล					
9. หมู่บ้านข้างพญา ทำให้ได้รับความรู้ เกี่ยวกับช้างมากขึ้น	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	0.00	0.00	น้อย ที่สุด	14	
10. ปราสาทสังขรรม มีความสวยงาม ประณีต	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	0.00	0.00	น้อย ที่สุด	15	
11. อัลคาซาร์โซวี มีความสวยงามสนุกสนาน ตระการตา	387 (96.75)	13 (3.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.97	0.18	มาก ที่สุด	3	
12. ทิฟฟานี่โซวีสวยงาม สนุกสนาน ตระการตา	0 (0.00)	26 (6.50)	68 (17.00)	52 (13.00)	254 (63.50)	0.67	0.98	น้อย ที่สุด	16	
13. อาร์ท อิน พาราไดซ์ ภาพวาด 3 มิติ มีความสวยงาม	161 (40.25)	105 (26.25)	134 (33.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.07	0.86	มาก	8	
14. สวนนงนุชพญา มีความสวยงามสมคำล่ำลือ	400 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.00	0.00	มาก ที่สุด	1	
15. ไร่รุ่งนชลเวอร์ เลค มีความสวยงาม	400 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.00	0.00	มาก ที่สุด	2	
16. มิโมซ่า พญา มีการแสดงโชว์ที่น่าสนใจ	53 (13.25)	52 (13.00)	268 (67.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	2.26	0.93	น้อย	10	
						รวม	3.08	0.17	มาก	

จากตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับ  
ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพญา  
ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผล  
ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพญา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้

ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อันดับแรก คือ การตัดสินใจมาเที่ยวสวนนงนุชพัทยา และไร่องุ่น ซิลเวอร์ เลค ( $\bar{X} = 4.00$ ,  $SD = 0.00$ ) รองลงมา คือ อัคราชาไรซ์ ( $\bar{X} = 3.97$ ,  $SD = 0.18$ ) ชายหาดพัทยา ( $\bar{X} = 3.57$ ,  $SD = 0.00$ ) เขาชิงรย์ ( $\bar{X} = 3.34$ ,  $SD = 1.35$ ) ตลาดน้ำ 4 ภาค ( $\bar{X} = 3.27$ ,  $SD = 0.85$ ) และอาร์ท อิน พาราไดซ์ ( $\bar{X} = 3.07$ ,  $SD = 0.86$ )

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีข้อมูล				
1. เมืองพัทยา ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	133 (33.25)	147 (36.75)	0 (0.00)	67 (16.75)	53 (13.25)	2.77	1.28	มาก	4
2. สถานที่ท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา มีความปลอดภัย	66 (16.50)	334 (83.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.17	0.37	มาก	2
3. มีเจ้าหน้าที่คอย ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตเมืองพัทยาเพียงพอ ต่อนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน	173 (43.25)	93 (23.25)	0 (0.00)	134 (33.50)	0 (0.00)	3.10	0.87	มาก	3
4. การบริการการท่องเที่ยว ของเมืองพัทยา มีความปลอดภัย	200 (50.00)	200 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.50	0.50	มากที่สุด	1



ตารางที่ 5 (ต่อ)

ด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีข้อมูล				
5. การเดินทางทางน้ำ ของเมืองพัททยา มีความสะดวก	27 (6.75)	306 (76.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	67 (16.75)	2.57	1.18	มาก	5
	รวม					3.01	0.61	มาก	

จากตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัททยา ด้านความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัททยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านท่องเที่ยวในเขตเมืองพัททยา ด้านความปลอดภัย อันดับแรก คือ การบริการด้านการท่องเที่ยวของเมืองมีความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.50$ ,  $SD = 0.50$ ) รองลงมา คือ สถานที่ท่องเที่ยวในเขตเมืองพัททยามีความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.17$ ,  $SD = 0.37$ ) เมืองพัททยามีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ( $\bar{X} = 2.77$ ,  $SD = 1.28$ ) และการเดินทางทางน้ำของเมืองพัททยามีความสะดวก ( $\bar{X} = 2.57$ ,  $SD = 1.18$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัททยา ด้านสินค้าของที่ระลึก

ด้านสินค้าของที่ระลึก	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีข้อมูล				
1. ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด	200 (50.00)	200 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.50	0.50	มาก	1
								มากที่สุด	

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ด้านสินค้าของที่ระลึก	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีข้อมูล				
2. ผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง มีคุณภาพ	173 (43.25)	227 (56.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.43	0.50	มาก ที่สุด	2
3. ผลไม้/ ผลไม้ แปรรูปต่าง ๆ มีคุณภาพ	106 (26.50)	160 (40.00)	0 (0.00)	134 (33.50)	0 (0.00)	2.93	0.77	มาก	6
4. ขายสินค้าในราคา ยุติธรรม	0 (0.00)	281 (70.25)	119 (29.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	2.70	0.46	มาก	7
5. สินค้ามีคุณภาพดี	134 (33.50)	266 (66.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.34	0.47	มาก ที่สุด	4
6. สินค้ามีให้เลือกมากมาย	134 (33.50)	266 (66.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.34	0.47	มาก ที่สุด	5
7. ร้านค้าของที่ระลึก จัดให้อยู่ในย่าน ที่นักท่องเที่ยวแวะซื้อ ได้สะดวก	173 (43.25)	227 (56.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.43	0.50	มาก ที่สุด	3
	รวม					3.24	0.27	มาก	

จากตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสินค้าของที่ระลึก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านสินค้าของที่ระลึก อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด ( $\bar{X} = 3.50$ ,  $SD = 0.50$ ) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์อาหารแห้งมีคุณภาพ ( $\bar{X} = 3.43$ ,  $SD = 0.50$ ) ร้านค้าของที่ระลึกจัดให้อยู่ในย่านที่นักท่องเที่ยวแวะซื้อได้สะดวก ( $\bar{X} = 3.43$ ,  $SD = 0.50$ ) สินค้ามีคุณภาพ สินค้ามีให้เลือกมากมาย ( $\bar{X} = 3.34$ ,  $SD = 0.47$ ) ผลไม้/ ผลไม้แปรรูปต่าง ๆ มีคุณภาพ ( $\bar{X} = 2.93$ ,  $SD = 0.77$ )

และขายสินค้าในราคายุติธรรม ( $\bar{X} = 2.70$ ,  $SD = 0.46$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น  
ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
ด้านการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์

ด้านการเผยแพร่โฆษณา และประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ข้อมูล				
1. ได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวจาก การประชาสัมพันธ์ของ เมืองพัทยาย่างต่อเนื่อง	0 (0.00)	266 (66.50)	80 (20.00)	54 (13.50)	0 (0.00)	2.53	0.72	มาก	5
2. ได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวในเขต เมืองพัทยาจาก สื่อสารมวลชน	67 (16.75)	333 (83.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.17	0.37	มาก	2
3. ได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยาจากสื่อ อินเทอร์เน็ตของบริษัท ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	400 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.00	0.00	มากที่สุด	1
4. การประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยว ของเมืองพัทยาจาก ททท. มีความต่อเนื่อง	67 (16.75)	199 (49.75)	134 (33.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	2.83	0.69	มาก	4

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้านการเผยแพร่โฆษณา และประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ข้อมูล				
5. ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ ด้านการท่องเที่ยวในเขต เมืองพัทยามีรายละเอียด ที่ชัดเจน	0 (0.00)	400 (100.0)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.00	0.00	มาก	3
6. เมืองพัทยามีศูนย์ข้อมูล การท่องเที่ยวที่สามารถ ให้บริการนักท่องเที่ยว ที่ประสบปัญหาได้ อย่างทั่วถึง	0 (0.00)	227 (56.75)	145 (36.25)	28 (7.00)	0 (0.00)	2.50	0.63	น้อย	6
		รวม				3.00	0.16	มาก	

จากตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านการเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ อันดับแรก คือ ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาจากสื่ออินเทอร์เน็ตของบริษัทท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 4.00$ ,  $SD = 0.00$ ) รองลงมา คือ ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาจากสื่อสารมวลชน ( $\bar{X} = 3.17$ ,  $SD = 0.37$ ) ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยามีรายละเอียดที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 3.00$ ,  $SD = 0.00$ ) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาจาก ททท. มีความต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 2.83$ ,  $SD = 0.69$ ) ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์ ของเมืองพัทยอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 2.53$ ,  $SD = 0.72$ )

และเมืองพัทยามีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาได้อย่างทั่วถึง ( $\bar{X} = 2.50$ ,  $SD = 0.63$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา

ด้านภาพลักษณ์ ของเมืองพัทยา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ข้อมูล				
1. คนท้องถิ่นมีอัธยาศัย ไมตรีดีพร้อมที่จะให้ ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว	134 (33.50)	227 (56.75)	39 (9.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.24	0.61	มาก	1
2. ชาวพัทยาจำหน่าย สินค้าในราคาเป็นธรรม ไม่หลอกขาย สินค้า	67 (16.75)	147 (36.75)	186 (46.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	2.70	0.74	มาก	3
3. ชาวพัทยาพูดจาไพเราะ น่าฟัง	67 (16.75)	186 (46.50)	147 (36.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	2.80	0.70	มาก	2
	รวม					2.91	0.60	มาก	

จากตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา อันดับแรก คือ คนท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีพร้อมที่จะให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.24$ ,  $SD = 0.61$ ) รองลงมา คือ ชาวพัทยาพูดจาไพเราะ น่าฟัง ( $\bar{X} = 2.80$ ,  $SD = 0.70$ ) และชาวพัทยาจำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม ไม่หลอกขายสินค้า ( $\bar{X} = 2.70$ ,  $SD = 0.74$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น  
ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีข้อมูล				
1. การจราจรในเขตเมืองพัทยาไม่ติดขัด	0 (0.00)	53 (13.3)	347 (86.8)	0 (0.00)	0 (0.00)	2.13	0.34	น้อย	6
2. เส้นทางการเดินทางในเขตเมืองพัทยามีความสะดวก	0 (0.00)	321 (80.25)	79 (19.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	2.80	0.40	มาก	4
3. การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตเมืองพัทยาใช้เวลาไม่มาก	161 (40.25)	173 (43.25)	66 (16.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.24	0.72	มาก	2
4. สัญญาณอินเทอร์เน็ตในเขตเมืองพัทยาใช้งานได้ดี	94 (23.50)	306 (76.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.24	0.72	มาก	3
5. ทำเรื่องของเมืองพัทยาที่ใช้เดินทางไปเกาะได้มาตรฐาน	0 (0.00)	306 (76.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	94 (23.50)	2.30	1.27	น้อย	5
6. น้ำประปาที่ใช้ในเขตเมืองพัทยามีความสะอาด	133 (33.25)	267 (66.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.33	0.47	มากที่สุด	1
รวม						2.84	0.17	มาก	

จากตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน อันดับแรก คือ น้ำประปาที่ใช้ในเขตเมืองพัทยามีความสะอาด ( $\bar{X} = 3.33$ ,  $SD = 0.47$ ) รองลงมา คือ การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตเมืองพัทยาใช้เวลาไม่มาก และสัญญาณอินเทอร์เน็ตในเขตเมืองพัทยาใช้งานได้ดี ( $\bar{X} = 3.24$ ,  $SD = 0.72$ ) เส้นทางการเดินทางในเขตเมืองพัทยามีความสะดวก ( $\bar{X} = 2.80$ ,  $SD = 0.40$ ) ท่าเรือของเมืองพัทยาที่ใช้เดินทางไปเกาะได้มาตรฐาน ( $\bar{X} = 2.30$ ,  $SD = 1.27$ ) และการจราจรในเขตเมืองพัทยาไม่ติดขัด ( $\bar{X} = 2.13$ ,  $SD = 0.34$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีข้อมูล				
1. ราคาเหมาะสม ไม่แพง	67 (16.75)	333 (83.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.17	0.37	มาก	6
2. การบริการของที่พักร ได้มาตรฐาน	0 (0.00)	333 (83.25)	67 (16.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	2.83	0.37	มาก	8
3. บริเวณที่พักร มีความปลอดภัย	400 (100.0)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.00	0.00	มากที่สุด	1
4. บรรยากาศของที่พักร เหมาะแก่การพักผ่อน	400 (100.0)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.00	0.00	มากที่สุด	2
5. ร้านอาหารหาง่าย และมีเพียงพอกับจำนวน ของนักท่องเที่ยว	134 (33.50)	266 (66.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.34	0.47	มากที่สุด	4
6. อาหารสะอาด	79 (19.75)	307 (76.75)	14 (3.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.16	0.45	มาก	7
7. ร้านอาหารมีอาหาร ให้เลือกหลายประเภท	241 (60.25)	159 (39.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.60	0.49	มากที่สุด	3

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีข้อมูล				
8. ราคาอาหารมีความยุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพ	107 (26.75)	293 (73.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.27	0.44	มาก	5
	รวม					3.42	0.15	มาก	ที่สุด

จากตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อันดับแรก คือ บริเวณที่พักมีความปลอดภัย และบรรยากาศของที่พักรวมเหมาะสมแก่การ ( $\bar{X} = 4.00$ ,  $SD = 0.00$ ) รองลงมา คือ ร้านอาหารมีอาหารให้เลือกหลายประเภท ( $\bar{X} = 3.60$ ,  $SD = 0.49$ ) ร้านอาหารหาง่ายและมีเพียงพอกับจำนวนของนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.34$ ,  $SD = 0.47$ ) ราคาอาหารมีความยุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพ ( $\bar{X} = 3.27$ ,  $SD = 0.44$ ) ราคาเหมาะสมไม่แพง ( $\bar{X} = 3.17$ ,  $SD = 0.37$ ) อาหารสะอาด ( $\bar{X} = 3.16$ ,  $SD = 0.45$ ) และการบริการของที่พักรวมได้มาตรฐาน ( $\bar{X} = 2.83$ ,  $SD = 0.37$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็น  
ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
ในภาพรวมด้านต่าง ๆ

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในภาพรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	3.08	0.17	มาก	3
2. ด้านความปลอดภัย	3.01	0.61	มาก	4
3. ด้านสินค้าของที่ระลึก	3.24	0.27	มาก	2
4. ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์	3.00	0.16	มาก	5
5. ด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา	2.91	0.60	มาก	6
6. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	2.84	0.17	มาก	7
7. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.42	0.15	มากที่สุด	1
รวม	3.08	0.17	มาก	

จากตารางที่ 11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับ  
ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
ในภาพรวมด้านต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ  
การท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อปัจจัย  
ด้านท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาส่งอำนวยความสะดวก อันดับแรก คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก  
( $\bar{X} = 3.42$ ,  $SD = 0.15$ ) รองลงมา คือ ด้านสินค้าของที่ระลึก ( $\bar{X} = 3.24$ ,  $SD = 0.27$ ) ด้านทรัพยากร  
การท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.08$ ,  $SD = 0.17$ ) ด้านความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.01$ ,  $SD = 0.61$ ) ด้านการโฆษณา  
เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.00$ ,  $SD = 0.16$ ) ด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา ( $\bar{X} = 2.91$ ,  
 $SD = 0.60$ ) และด้านโครงสร้างพื้นฐาน ( $\bar{X} = 2.84$ ,  $SD = 0.17$ )

### ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีผลต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา (การทดสอบสมมติฐาน)

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.00	0.03	0.01	0.36	0.78
ภายในกลุ่ม	396.00	10.98	0.03		
รวม	399.00	11.01			

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามอายุ พบว่า ค่านัยสำคัญที่คำนวณได้จากโปรแกรม (Sig. = 0.78) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (0.05) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.00	0.53	0.26	9.98	0.00
ภายในกลุ่ม	397.00	10.48	0.03		
รวม	399.00	11.01			

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่านัยสำคัญที่คำนวณได้จากโปรแกรม (Sig. = 0.00) มีค่าน้อยกว่า

ระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (0.05) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา  
ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มี  
ต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ระดับ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	ปริญญาโท
	$\bar{X}$	3.02	3.11	3.05
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.02	-	-.09*	-.02
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.11	-	-	.06*
ปริญญาโท	3.05	-	-	-

จากการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe') พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว  
ชาวอินโดนีเซียที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขต  
เมืองพัทยาแตกต่างกัน 1 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ระหว่างกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับกลุ่มที่มีระดับการศึกษา  
ปริญญาโท โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว  
ในเขตเมืองน้อยกว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็น  
ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.00	0.98	0.33	12.91	0.00
ภายในกลุ่ม	10.03	396.00	0.03		
รวม	11.01	399.00			

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่าเฉลี่ยสำคัญที่คำนวณได้จากโปรแกรม (Sig. = 0.00) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (0.05) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ระดับ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	3.10	3.12	3.01	3.02
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.10	-	-.022	.089*	.081*
ธุรกิจส่วนตัว	3.12	-	-	.110*	.103*
พนักงานบริษัทเอกชน	3.01	-	-	-	-.007
อื่น ๆ	3.02	-	-	-	-

จากการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยกลุ่มที่มีอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองน้อยกว่ากลุ่มที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว

คู่ที่ 2 ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มที่มีอาชีพอื่น ๆ โดยกลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองน้อยกว่ากลุ่มที่มีอาชีพอื่น ๆ

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็น  
ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.00	0.25	0.08	3.09	0.03
ภายในกลุ่ม	396.00	10.76	0.03		
รวม	399.00	11.01			

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง  
ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ค่านี้สำคัญที่คำนวณได้จากโปรแกรม (Sig. = 0.03) มีค่าน้อยกว่า  
ระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (0.05) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน  
ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มี  
ต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ระดับ	รายได้ต่ำกว่า	รายได้ตั้งแต่	รายได้ตั้งแต่	รายได้มากกว่า
		3 ล้านรูเปีย	3-5 ล้านรูเปีย	5-12 ล้านรูเปีย	12 ล้านรูเปีย
	$\bar{X}$	3.02	3.08	3.09	3.09
รายได้ต่ำกว่า 3 ล้านรูเปีย	3.02	-	-0.06*	-0.07*	-0.06*
รายได้ตั้งแต่ 3-5 ล้านรูเปีย	3.08	-	-	-0.01	.00
รายได้ตั้งแต่ 5-12 ล้านรูเปีย	3.09	-	-	-	-0.01
รายได้มากกว่า 12 ล้านรูเปีย	3.09	-	-	-	-

จากการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว  
ชาวอินโดนีเซียที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมือง  
พัทยาแตกต่างกัน 2 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3-5 ล้านบาท กับกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 5-12 ล้านบาท โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3-5 ล้านบาท มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 5-12 ล้านบาท

คู่ที่ 2 ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3-5 ล้านบาท กับกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 12 ล้านบาท โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3-5 ล้านบาท มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 12 ล้านบาท

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา	จำนวน	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ครั้งแรก	94	3.04	0.16	-2.86	0.88
มากกว่า 1 ครั้ง	306	3.09	0.17		
รวม	400	6.13			

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า ค่านัยสำคัญที่คำนวณได้จากโปรแกรม (Sig. = 0.88) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (0.05) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ

ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็น  
ของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
จำแนกตามลักษณะของการเดินทาง

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.00	0.18	0.09	3.39	0.03
ภายในกลุ่ม	397.00	10.83	0.03		
รวม	399.00	11.01			

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง  
ของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
จำแนกตามลักษณะของการเดินทาง พบว่า ค่านี้สำคัญที่คำนวณได้จากโปรแกรม (Sig. = 0.03)  
มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (0.05) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มี  
ลักษณะของการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา  
แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มี  
ต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามลักษณะของการเดินทาง

ลักษณะของการเดินทาง	ระดับ	ญาติพี่น้อง/ ครอบครัว	ผู้บังคับบัญชา/ เพื่อนร่วมงาน	เพื่อน
	$\bar{X}$	3.05	3.10	3.09
ญาติพี่น้อง/ ครอบครัว	3.05	-	-.05*	-.04*
ผู้บังคับบัญชา/ เพื่อนร่วมงาน	3.10	-	-	-.01
เพื่อน	3.09	-	-	-

จากการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว  
ชาวอินโดนีเซียที่มีลักษณะของการเดินทางแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว  
ในเขตเมืองพัทยาแตกต่างกัน 1 คู่ คือ

คู่ที่ 1 ระหว่างกลุ่มที่มีลักษณะของการเดินทางกับผู้บังคับบัญชา/ เพื่อนร่วมงาน กับกลุ่มที่มีลักษณะของการเดินทางกับเพื่อน โดยกลุ่มที่มีลักษณะของการเดินทางกับผู้บังคับบัญชา/ เพื่อนร่วมงาน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองน้อยกว่ากลุ่มที่มีลักษณะของการเดินทางกับเพื่อน

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง

รูปแบบการเดินทาง	จำนวน	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ผ่านบริษัททัวร์	243	3.09	0.17	2.53	0.01
มาด้วยตนเอง	157	3.05	0.15		
รวม	400	6.14			

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง พบว่า ค่านัยสำคัญที่คำนวณได้จากโปรแกรม (Sig. = 0.01) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (0.05) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ

ตารางที่ 23 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน



## ตารางที่ 23 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5. นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
6. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะของการเดินทางต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
7. นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการเดินทางต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

## บทที่ 5

### สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี (2) เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำแนกตามอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และรูปแบบการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

#### สรุปผลวิจัย

จากผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา มีดังนี้

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีอายุ 20-30 ปี มากที่สุด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 5-12 ล้านบาท จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยามากกว่า 1 ครั้ง ลักษณะของการเดินทางมากับเพื่อน และมีรูปแบบการเดินทางผ่านบริษัททัวร์

##### 2. ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยารวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา อันดับแรก คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมา คือ ด้านสินค้าของที่ระลึก ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านการโฆษณาเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ ด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา และด้านโครงสร้างพื้นฐาน

3. การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีอายุ และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ลักษณะของการเดินทาง และรูปแบบของการเดินทาง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกิริติกิตติประภานันท์ และคณะ (2556) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ (1) ด้านความปลอดภัย (2) ด้านการขนส่ง (3) ด้านการต้อนรับ (4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ (5) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของประยูร พงศ์พันธ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว จังหวัดตราด พ.ศ. 2548 ผลการศึกษา พบว่า อายุต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยานักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียทำให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เหมือนกัน ดังนั้น อายุต่างกัน จึงทำให้มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของสุรัชย์ เสมา (2552) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มี

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน ของนักท่องเที่ยว พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการเดินทางท่องเที่ยว ชายหาดพัทยาและบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับ การศึกษาที่แตกต่างกัน อาจมีโอกาสในการท่องเที่ยว การศึกษาดูงาน หรือประสบการณ์ที่ไม่เท่ากัน ดังนั้น ระดับการศึกษาที่ แตกต่างกัน จึงทำให้ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขต เมืองพัทยา แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขต เมืองพัทยา แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของสุรัชย์ เสมมา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน ของนักท่องเที่ยว พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวชายหาด พัทยาและบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน อาจมีโอกาสในการท่องเที่ยว การศึกษาดูงาน หรือประสบการณ์การเดินทางที่ไม่เท่ากัน ดังนั้น อาชีพที่แตกต่างกัน จึงทำให้ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของสุรัชย์ เสมมา (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวชายหาดพัทยาและบางแสน ของนักท่องเที่ยว พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวชายหาด พัทยาและบางแสน ทั้งนี้เนื่องมาจาก การเดินทางมาท่องเที่ยวต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ฯลฯ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีโอกาสในการเดินทางไปท่องเที่ยว สถานที่ต่าง ๆ มีประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้น รายได้ที่แตกต่างกัน จึงทำให้ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษา ของสนใจ รัชวัฒนกุล (2548) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ เมืองพัทยา พบว่า จำนวนครั้งของการเดินทางไม่มีความแตกต่างต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัย ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวอิน โดนีเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขต เมืองพัทยามีเป้าหมายเดียวกัน สถานที่ท่องเที่ยวเดียวกัน จึงมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในเขต

เมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาที่แตกต่างกัน จึงทำให้ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ไม่แตกต่างกัน

6. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะของการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน สอดคล้องกับทฤษฎีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป., หน้า 6 อ้างถึงใน อภิญญา สัตยาอภิธาน, 2550) ทั้งนี้เนื่องมาจากลักษณะกลุ่มของผู้ร่วมเดินทางที่แตกต่างกันนั้น จะส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ได้ แตกต่างกัน สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะไม่เหมาะสมสำหรับกลุ่มครอบครัวที่มีเด็ก หรือบางสถานที่ที่ไม่เหมาะสมสำหรับผู้หญิง ดังนั้น ลักษณะของการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

7. นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน สอดคล้องกับการทฤษฎีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป., หน้า 6 อ้างถึงใน อภิญญา สัตยาอภิธาน, 2550) ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองสามารถกำหนดการเดินทางท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง ซึ่งแล้วแต่ความพึงพอใจส่วนบุคคล ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวผ่านบริษัททัวร์ต้องดำเนินรายการการท่องเที่ยวตามที่บริษัทท่องเที่ยวนั้น ๆ กำหนดไว้ ตั้งแต่ต้น ดังนั้น รูปแบบการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา ตามที่ได้นำเสนอมาทั้งหมดข้างต้น สามารถนำมากำหนดเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เชิงปฏิบัติการ และเชิงวิชาการ ได้ ดังนี้

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการศึกษาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย ดังนั้น จึงเสนอให้เมืองพัทยาคควรมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ รวมถึงสนับสนุนให้มีกิจกรรมที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวพัทยา

2. จากผลการศึกษาด้านความปลอดภัย พบว่า การเดินทางทางน้ำของเมืองพัทยาคควรถูกปรับปรุงและพัฒนาให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ดังนั้น จึงเสนอให้เมืองพัทยาคคว

มีนโยบายในการบริหารจัดการระบบการเดินทางทางน้ำให้มีมาตรฐานในการให้บริการที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3. จากผลการศึกษาด้านสินค้าของที่ระลึกพบว่าควรมีการพัฒนาบริการให้บริกากรของร้านค้าต่าง ๆ ให้เป็นระบบ ดังนั้น จึงเสนอให้เมืองพัทยามีการกำหนดกฎระเบียบในเรื่องราคาอาหาร สินค้าของที่ระลึก และกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นราคารามาตรฐาน รวมถึงมีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองพัทยา

4. จากผลการศึกษาด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ พบว่า เมืองพัทยามีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาไม่ทั่วถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ดังนั้น จึงเสนอให้เมืองพัทยาพัฒนาการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้มีความทั่วถึงมากยิ่งขึ้น รวมถึงอำนวยความสะดวกบริการนักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาต่าง ๆ

5. จากผลการศึกษาด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของเมืองพัทยายู่ในเกณฑ์ดี จึงเสนอให้เมืองพัทยา รักษามาตรฐานภาพลักษณ์ที่ดีงามนี้เพื่อสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

6. จากผลการศึกษาด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความเห็นว่าการจราจรติดขัด ไม่สะดวก ดังนั้น จึงเสนอให้เมืองพัทยารับปรุงและพัฒนาการจราจรให้มีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว

7. จากผลการศึกษาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียมีความเห็นว่าอาหารไม่มีความสะอาดเท่าที่ควร ดังนั้น จึงเสนอให้เมืองพัทยากำหนดนโยบายด้านอาหารที่คอยควบคุมและดูแลในเรื่องของความสะอาดของอาหาร

#### **ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ**

1. ควรณรงค์ให้ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาความสะอาด ในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเป็นการรักษาความสะอาดและรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้สวยงามอยู่เสมอ

2. ควรมีการจัดอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการหรือชาวบ้านที่มีความสนใจในด้านการบริการนักท่องเที่ยวได้เข้าอบรม เพื่อเป็นแนวทางในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และอยากกลับมาเที่ยวพัทยากอีก

3. ควรประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวของเมืองพัทยาเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ หรือสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งจะเป็นการศึกษาที่ครอบคลุมทุกมิติ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการอย่างแท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวอิน โดนีเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา
2. ควรทำการศึกษาวิจัยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่น ๆ ที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ในเขตเมืองพัทยา และนำมาเปรียบเทียบ เพื่อหาแนวทางปรับปรุงการให้บริการ เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2555). สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี พ.ศ. 2552-2554. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กฤษ อินทร โกลเสศ. (2538). ศึกษาลักษณะและความสามารถในการให้บริการของโครงการระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). โครงการการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). โครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน: ประเทศอินโดนีเซีย. เข้าถึงได้จาก <http://marketingdatabase.tat.or.th/download/article/research/ResearchASAEN/Indonesia.pdf>
- กิริติ กิตติประภานันท์, วิศรุตร์ สงกุมาร และรัฐกาญจน์ สวขงาม. (2556). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา. สงขลา: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- จิตติมา สุขผลิน และวรรณ วลัยวานิช. (2539). แนวทางการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลามรินทร์ สมพงษ์. (2553). มุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวหัวหิน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชนกิจ ชารู. (2552). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของพิพิธภัณฑสถานธรรมชาติ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร, คณะวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชิปชัย รัตนวีรถาวร. (2550). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวใต้ทะเลหมู่เกาะล้าน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.



- ดวงเพ็ญ ทுகหิต. (2550). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริหารงานวิชาการตามความคิดเห็นของครูโรงเรียนขนาดเล็ก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษายุทธยานี เขต 2. คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.*
- ดวงอุมา โสภา. (2551). *ระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, คณะรัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.*
- นงนุช รุจิรังสีมันต์กุล. (2550). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีอุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- ประยูร พงศ์พันธ์. (2549). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของอุทยานแห่งชาติน้ำตกคลองแก้ว จังหวัดตราด พ.ศ. 2548. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- ประโยชน์ ส่งกลิ่น. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่น: กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวบ้านชะจอม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. มหาสารคาม: กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- พิมพ์ชนก สันสนีย์. (2539). *ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มนุษยศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- พิราวรรณ มาดี. (2550). *ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- วรรณพร วณิชชานุกร. (2540). *นิเวศท่องเที่ยว: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.*
- วรรรัตน์ ศิริจิรกาล และศราวุธ เปรมใจ. (2552). *ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงบวกเมืองพัทยา. ใน การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 47: สาขาสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมศาสตร์ (หน้า 328-336). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*

- วิทยา ผลลูกอินทร์. (2547). *ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดเมืองพัทยา*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิภา วัฒนพงศ์ชาติ. (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี*. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สถาบันดำรงราชานุภาพ. (2541). *โครงการวิจัยมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: สถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). *การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สนใจ รัชตวิวัฒนกุล. (2548). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมเกียรติ ชิดเอื้อ. (2553). *การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวของอำเภอสุขสำราญจังหวัดระนอง*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมหวัง วิทยาปัญญานนท์. (2548). *สร้างนวัตกรรมเป็นวัฒนธรรมองค์กร*. ม.ป.ท.
- สวณีย์ คงเพชรทิพย์. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ของผู้บริโภคน่านฝั่งธนบุรี*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุมาลี อัสววิจิตรกุล. (2551). *ศึกษาปัจจัยที่มีผลกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชา นโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- สุรัชย์ เสมา. (2552). *ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน: กรณีศึกษา เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์. (2546). *แนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวไทย*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการทัพบก.
- เสรี วังส์ไพจิตร. (2534). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีท่องเที่ยวของไทย 2530*. *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*, 6(1), 2-3.
- เสาวรส ประทุมสุวรรณ. (2556). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิญา สัตยาอภิธาน. (2550). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี*. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อมรนต์ มาลัย. (2546). *ความคิดเห็นของกรมการตรวจสอบและติดตามการบริหารงานระดับสถานีตำรวจของกองบัญชาการตำรวจนครบาลที่มีต่อภารกิจในบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบและติดตามการบริหารงานระดับสถานการณ้ตำรวจ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อมรา รัตดากร. (2547). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. ม.ป.ท.
- อัญชลี อัสวะวิสิทธิ์ชัย. (2546). *ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อาทิตยา แก้วพิลา. (2552). *การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดบ้านใหม่ อำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนภาคและเมือง, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารณีย์ วิวัฒนาภรณ์. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อารีย์ วรเวชชนกุล. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อติรัตน์ จันทร์แสงทอง. (2548). *ปัจจัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษา เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

Kolasa, B. J. (1969). *Introduction of behavioral science for business*. New York: John Wiley and Sons.

Wahab, S. E. (1975). *Tourism management*. London: Tourism International Press.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introduction analysis* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Harper & Row.

ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

#### 1. อายุ

อายุ 20-30 ปี

อายุ 31-40 ปี

อายุ 41-50 ปี

อายุ 51 ปีขึ้นไป

#### 2. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

#### 3. อาชีพ

รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว

พนักงานบริษัทเอกชน

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

#### 4. รายได้ของท่านต่อเดือน

รายได้ต่ำกว่า 3 ล้านรูเปีย

รายได้ตั้งแต่ 3-5 ล้านรูเปีย

รายได้ตั้งแต่ 5-12 ล้านรูเปีย

รายได้มากกว่า 12 ล้านรูเปีย

#### 5. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา

ครั้งแรก

มากกว่า 1 ครั้ง

#### 6. ลักษณะของการเดินทาง

เดินทางคนเดียว

ญาติพี่น้อง/ ครอบครัว

ผู้บังคับบัญชา/ เพื่อนร่วมงาน

เพื่อน

#### 7. รูปแบบการเดินทาง

ผ่านบริษัททัวร์

มาด้วยตนเอง

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว  
ในเขตเมืองพัทยา

ปัจจัยภายในต่อไปนี้มีผลต่อการท่องเที่ยว ของท่านในระดับใด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่มี ข้อมูล (0)
<b>ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ</b>					
1. ชายหาดพัทยามีความสะอาด					
2. ชายหาดพัทยามีความสวยงาม					
3. เกาะล้านมีความสวยงาม					
<b>แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น</b>					
4. สวนสนุกและสวนน้ำพัทยาปาร์ค มีเครื่องเล่นให้เลือก มากมาย					
5. เขาชีจรรย์ พระพุทธรูปบนหน้าผามีความสวยงาม					
6. ตลาดน้ำ 4 ภาค มีสินค้าพื้นเมืองให้เลือกมากมาย					
7. อันเดอร์ วอเตอร์เวิลด์ มีสัตว์น้ำใต้ทะเลที่น่าสนใจ จำนวนมาก					
8. อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้ พัทยา การแสดงจระเข้ น่าตื่นเต้น					
9. หมู่บ้านช้างพัทยา ทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับช้างมากขึ้น					
10. ปราสาทสังขารม มีความสวยงาม ประณีต					
11. อัลคาซาร์โชว์ มีความสวยงาม สนุกสนาน ตระการตา					
12. ทิฟฟานีโชว์ สวยงาม สนุกสนาน ตระการตา					
13. อาร์ท อิน พาราไดซ์ ภาพวาด 3 มิติ มีความสวยงาม					
14. สวนงาช้างพัทยา มีความสวยงาม สมคำล่ำลือ					
15. ไร่องุ่นซิลเวอร์ เลค มีความสวยงาม					
16. มิโมซ่า พัทยา มีการแสดงโชว์ที่น่าสนใจ					

ปัจจัยภายในต่อไปนี้มีผลต่อการท่องเที่ยว ของท่านในระดับใด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่มี ข้อมูล (0)
<b>ด้านความปลอดภัย</b>					
17. เมืองพัทลุงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน					
18. สถานที่ท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทลุงมีความปลอดภัย					
19. มีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยวตามสถานที่ ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตเมืองพัทลุงเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ในแต่ละวัน					
20. การบริการการท่องเที่ยวของเมืองพัทลุงมีความปลอดภัย					
21. การเดินทางทางน้ำของเมืองพัทลุงมีความสะดวก					
<b>ด้านสินค้าของที่ระลึก</b>					
22. ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด					
23. ผลิตภัณฑ์อาหารแห้งมีคุณภาพ					
24. ผลไม้/ ผลไม้แปรรูปต่าง ๆ มีคุณภาพ					
25. ขายสินค้าในราคายุติธรรม					
26. สินค้ามีคุณภาพดี					
27. สินค้ามีให้เลือกมากมาย					
28. ร้านค้าของที่ระลึกจัดให้อยู่ในย่านที่นักท่องเที่ยวแวะซื้อ ได้สะดวก					
<b>ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์</b>					
29. ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก การประชาสัมพันธ์ของเมืองพัทลุงอย่างต่อเนื่อง					
30. ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทลุง จากสื่อสารมวลชน					
31. ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทลุง จากสื่ออินเทอร์เน็ตของบริษัทท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง					
32. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทลุงจาก ททท. มีความต่อเนื่อง					



ปัจจัยภายในต่อไปนี้มีผลต่อการท่องเที่ยว ของท่านในระดับใด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่มี ข้อมูล (0)
33. ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในเขต เมืองพัทยามีรายละเอียดที่ชัดเจน					
34. เมืองพัทยามีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่สามารถ ให้บริการนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาได้อย่างทั่วถึง					
<b>ด้านภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา</b>					
35. คนท้องถิ่นมีทัศนคติไม่ตรีดีพร้อมที่จะให้ข้อมูล กับนักท่องเที่ยว					
36. ชาวพัทยাজำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม ไม่หลอกขาย สินค้า					
37. ชาวพัทยาคาดเอาเพราะ น่าฟัง					
<b>ด้านโครงสร้างพื้นฐาน</b>					
38. การจราจรในเขตเมืองพัทยาไม่ติดขัด					
39. เส้นทางการเดินทางในเขตเมืองพัทยามีความสะดวก					
40. การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตเมืองพัทยา ใช้เวลาไม่มาก					
41. สัญญาณอินเทอร์เน็ตในเขตเมืองพัทยาใช้งานได้ดี					
42. ทำเรือของเมืองพัทยาที่ใช้เดินทางไปเกาะได้มาตรฐาน					
43. น้ำประปาที่ใช้ในเขตเมืองพัทยามีความสะอาด					
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก โรงแรมที่พัก</b>					
44. ราคาเหมาะสม ไม่แพง					
45. การบริการของที่พักได้มาตรฐาน					
46. บริเวณที่พักมีความปลอดภัย					
47. บรรยากาศของที่พักเหมาะแก่การพักผ่อน					

ปัจจัยภายในต่อไปนี้มีผลต่อการท่องเที่ยว ของท่านในระดับใด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่มี ข้อมูล (0)
<b>ร้านอาหาร</b>					
48. ร้านอาหารหาง่ายและมีเพียงพอกับจำนวน ของนักท่องเที่ยว					
49. อาหารสะอาด					
50. ร้านอาหารมีอาหารให้เลือกหลายประเภท					
51. ราคาอาหารมีความยุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพ					

## Daftar pertanyaan

### Penilaian komentar parawisatawan indonesia terhadap objek pariwisata daerah kota pattaya

#### Penjelasan

Daftar pertanyaan ini dibagi 2 bagian ialah

Bagian 1 Informasi pribadi yang menjawab

Bagian 2 Daftar pertanyaan untuk mengetahui komentar parawisatawan indonesia terhadap objek pariwisata di daerah kota pattaya

#### Bagian 1 Informasi pribadi yang menjawab

**Penjelasan** Mohon tandakan ✓ menjawab pertanyaan menurut kenyataan

##### 1. Usia

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Usia dibawah 30 tahun | <input type="checkbox"/> Usia 31-40 tahun |
| <input type="checkbox"/> Usia 41-50 tahun      | <input type="checkbox"/> Usia 51 keatas   |

##### 2. Pendidikan

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Dibawah sarjana S1 | <input type="checkbox"/> Sarjana atau sama S1 |
| <input type="checkbox"/> Sarjana S2         | <input type="checkbox"/> Sarjana S3           |

##### 3. Pekerjaan

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Pegawai negeri/ Usaha nagera | <input type="checkbox"/> Bisnis pribadi              |
| <input type="checkbox"/> Karyawan swasta              | <input type="checkbox"/> Dll. (Sebut pekerjaan)..... |

##### 4. Pendapatan

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Dibawah 3 juta (Rp.)     | <input type="checkbox"/> Diantara 3-5 juta (Rp.)  |
| <input type="checkbox"/> Diantara 5-12 juta (Rp.) | <input type="checkbox"/> lebih dari 12 juta (Rp.) |

##### 5. Datang ke Pattaya sudah kali yang ke

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Pertama kali | <input type="checkbox"/> Lebih dari 1 kali |
|---------------------------------------|--|

##### 6. Cara Perjalanan

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Sendirian                  | <input type="checkbox"/> Saudara/ Famili |
| <input type="checkbox"/> Bersama boss/ Teman kantor | <input type="checkbox"/> Teman           |

##### 7. Format perjalanan

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Lewat travel agent | <input type="checkbox"/> Tersendiri |
|---|-------------------------------------|

**Bagian 2 Komentar para wisatawan indonesia terhadap factor-faktor wisata dikota pattaya**

<b>Faktor-faktor berikut efek terhadap wisata anda ditingkat berapa</b>	<b>Tingkat komentar</b>				
	<b>Paling banyak  (4)</b>	<b>Banyak  (3)</b>	<b>Sedikit  (2)</b>	<b>Sedikit sekali (1)</b>	<b>Tidak ada data (0)</b>
<b>Sumber wisata objek wisata alam</b>					
1. Kebersihan pantai					
2. Keindahan pantai					
3. Keindahan pulau karang					
<b>Objek buatan manusia</b>					
4. Taman ria dan aquarium pattaya park punya alat permainan banyak					
5. Gunung laser buddha pahatan gambaran buddha sangat indah					
6. Floating market ada produksi lokalnya banyak					
7. Aquarium under water world punya binatang lautnya banyak					
8. Taman batu purbakala sejuta tahun, ternak buaya ada show sangat menarek					
9. Desa gajah, menambah pengetahuan tentang gajah					
10. Sanctuary of truth sangat indah buatannya					
11. Alkasar show menarik pertunjukannya					
12. Tiffani pertunjukannya menghiburkan + fantastic					
13. Art in paradise gambar lukisan 3 dimensi indah					

Faktor-faktor berikut efek terhadap wisata anda ditingkat berapa	Tingkat komentar				
	Paling banyak	Banyak	Sedikit	Sedikit sekali	Tidak ada data
	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)
14. Taman nongnooch banar-benar bagus seperti diceritakan					
15. Kebun angur silver lake juga indah					
16. Mimosa pattaya ada pertunjukan menarik					
<b>Keamanan</b>					
17. Pattaya aman di segi kehidupan dan harta benda					
18. Objek turnya dalam kota aman					
19. Ada petugas keamanan membantu di objek-objek wisata cukup dengan jumlah para wisata					
20. Pelayanan otoritas turnya terasa aman					
21. Diperairan perjalanan lancar					
<b>Penjualan barang dan oleh-oleh</b>					
22. Produkdi seafood segar					
23. Produksi makanan kering berkualitas					
24. Buah-buahan dan variasi produksinya berkualitas					
25. Harga produksi sesuai					
26. Produksi barang berkualitas					
27. Produksi barang bervariasi					
28. Tokoh-tokoh sovenir berlokasi di tempat yang mudah di tujui					
29. Dapat informasi berita dari turis otoriti berkontineu					

Faktor-faktor berikut efek terhadap wisata anda ditingkat berapa	Tingkat komentar				
	Paling banyak (4)	Banyak (3)	Sedikit (2)	Sedikit sekali (1)	Tidak ada data (0)
30. Dapat informasi berita wisata di pattaya melewati dari media berita umum					
31. Dapat informasi berita di pattaya dari internet yang disiarkan oleh kantor-kantor tur secara kontinue					
32. Informasi-informasi dipariwisata pattaya dari TAT (Tourist authority of thailand) berjalan secara kontinue					
33. Informasi berita disektor wisata pattaya punya detail-ditail yang jelas					
34. Kota pattaya ada pusat informasi wisata untuk parawisata yang punya masalah merata tempat					
35. Penduduk lokal pattaya sudi menjelaskan informasi kepada parawisatawan					
36. Penduduk pattaya berdagang dengan harga yang sesuai tidak menipu dalam jualan mereka					
37. Penduduk pattaya berbicara dengan sopan					
<b>Infra struktur</b>					
38. Lalu lintas lancar tidak macet					
39. Jalur lalu lintasnya lancar					
40. Perjalanan menuju ke objek tur pakai waktu tidak lama					

Faktor-faktor berikut efek terhadap wisata anda ditingkat berapa	Tingkat komentar				
	Paling banyak	Banyak	Sedikit	Sedikit sekali	Tidak ada data
	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)
41. Jaringan internetnya bisa digunakan dengan bagus					
42. Pelabuhan kapal dan speedboat menuju ke coral island bagus standarnya					
43. Air pipa di kota pattaya bersih					
<b>Akomodasi dan fasilitasnya</b>					
44. Harganya sesuai					
45. Pelayanan dan kamarnya menurut standard					
46. Keamanan terjamin					
47. Lingkungan sesuai untuk menginap					
<b>Rumah makan</b>					
48. Rumah makan gampang di cari dan cukup untuk jumlah para wisatawan					
49. Makanannya bersih					
50. Menyunya bervariasi					
51. Harganya sesuai dengan pesanan					