

รายงานการวิจัย
“เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มาเยือนภาคตะวันออก
ของประเทศไทย”

ทัศนีย์	ทานตวณิช
ศักดิ์ชัย	เศรษฐ์อนวัช
เอกพงศ์	ประสงค์เงิน
ปานเสก	อาหารุระสุข
ชลารณ	ศิริพงศ์วัฒนา

การวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจาก
สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ

ปีงบประมาณ 2541

ISBN 974-352-294-8

คำนำ

งานวิจัยเรื่อง “เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มาเยือนภาคตะวันออกของประเทศไทย” เกิดขึ้นจากการต้องการคำตอบจากนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤติกรรม เจตคติ และความประทับใจ ตลอดจนสาเหตุของเจตคติและความประทับใจ อันจะนำไปสู่การกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และกิจกรรมของการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกต่อไป

ขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติที่สนับสนุนเงินทุนการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูล รวมทั้งนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่ร่วมเก็บข้อมูล

ขอขอบคุณ คุณกนกทิพย์ เรียบเรียง และคุณขวัญชนก แสนใจ ผู้พิมพ์ต้นฉบับงานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์

คณะผู้วิจัย

มิถุนายน 2545

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	
	ภูมิหลัง.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
	คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	2
	ขอบเขตการวิจัย.....	3
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
	เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องเจตคติหรือทัศนคติ.....	5
	เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องความประทับใจ.....	10
	เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจ.....	11
	เอกสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว.....	12
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	14
3	วิธีการวิจัย	
	ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	24
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
	สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	28
	ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก.....	35
	ความคิดเห็นอื่น ๆ.....	85

บทที่	หน้า
5	
สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	88
ขอบเขตการวิจัย.....	88
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล.....	90
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	90
สรุปผลการวิจัย.....	90
อภิปรายผล.....	97
บรรณานุกรม.....	105
ภาคผนวก.....	107

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามประเทศ.....	28
2	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามเพศ.....	30
3	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามช่วงอายุ.....	30
4	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามสถานภาพการสมรส.....	31
5	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามอาชีพ.....	31
6	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามรายได้ต่อปี (US\$).....	32
7	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามวัตถุประสงค์การมาเที่ยวประเทศไทย.....	33
8	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามลักษณะของกลุ่มเดินทาง.....	34
9	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามจำนวนวันที่ท่องเที่ยวอยู่ในภาคตะวันออก....	35
10	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามประเภทการท่องเที่ยว.....	37
11	แสดงการมาเที่ยวภาคตะวันออกของประเทศไทยเป็นครั้งแรก.....	37
12	แสดงสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวในภาคตะวันออก.....	38
13	ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทาง.....	38
14	แสดงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลก่อนเดินทางมา ภาคตะวันออก.....	39
15	แสดงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออก.....	40
16	แสดงทัศนคติที่มีต่อปัจจัยการท่องเที่ยว ก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออก.....	42
17.1	แสดงจำนวนวันที่ท่องเที่ยวบริเวณชายหาดพัทยา.....	44
17.2	แสดงจำนวนวันที่ท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจอมเทียน (พัทยา).....	46
17.3	แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวที่คลับ คับ ดิสโก้ (พัทยา).....	47
17.4	แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวที่คาบาเร่ต์โชว์ (พัทยา).....	49
17.5	แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวที่สวนสนุก (Park) และสวนสัตว์ในพัทยา.....	50
17.6	แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวที่สวนน้ำ (ระยอง).....	51
17.7	แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวที่สวนน้ำ (ตราด).....	52
18.1	แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดพัทยา.....	53
18.2	แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดนาจอมเทียน (พัทยา).....	54
18.3	แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่คลับ คับ ดิสโก้ (ในพัทยา).....	54
18.4	แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวในคาบาเร่ต์ โชว์.....	55

ตารางที่		หน้า
18.5	แสดงกิจกรรมนักท่องเที่ยวในสวน (Park) และสวนสัตว์ (พิทยา).....	56
18.6	แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด (ระยอง).....	57
18.7	แสดงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำที่เกาะช้าง (ตราด).....	57
19.1	แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่ ชายหาดพิทยา.....	58
19.2	แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่ ชายหาดจอมเทียน (พิทยา).....	60
19.3	แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่ กลับ ผับ คิสโก้ (พิทยา).....	62
19.4	แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่คาบาเร่ต์โชว์ (พิทยา).....	64
19.5	แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่สวน (Park) และสวนสัตว์ (พิทยา).....	66
19.6	แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด (ระยอง).....	68
19.7	แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่เกาะช้าง (ตราด).....	70
20.1	แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวที่ชายหาดพิทยา.....	72
20.2	แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวที่ชายหาดจอมเทียน (พิทยา).....	74
20.3	แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวขณะท่องเที่ยวที่กลับ ผับ คิสโก้ (พิทยา).....	76
20.4	แสดงประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว ขณะท่องเที่ยวที่คาบาเร่ต์โชว์ (พิทยา).....	78
20.5	แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว ขณะท่องเที่ยวที่สวน (Park) และสวนสัตว์ (พิทยา).....	80
20.6	แสดงความประทับใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆขณะท่องเที่ยวที่ เกาะเสม็ด (ระยอง).....	82
20.7	แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว ขณะท่องเที่ยวที่เกาะช้าง (ตราด).....	84

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มาเยือนภาคตะวันออกของประเทศไทย”

การวิจัยเรื่องเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มาเยือนภาคตะวันออกของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของภาคตะวันออกและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีต่อภาคตะวันออกของประเทศไทยก่อนเดินทางมายังประเทศไทย และต้องการศึกษาเจตคติและความประทับใจที่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นมีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ตลอดจนผลของเจตคติและความประทับใจและแนวทางดำเนินการอันจะมีผลต่อเจตคติและความประทับใจ

การวิจัยครั้งนี้ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งแปลเป็นภาษาต่าง ๆ 6 ภาษา คือ อังกฤษ ญี่ปุ่น จีน เกาหลี เยอรมัน และฝรั่งเศส แล้วนำไปสัมภาษณ์โดยวิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Quota Sampling นักท่องเที่ยวจาก 24 ประเทศ จำนวน 820 คน ณ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญคือ พัทยา จังหวัดชลบุรี เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออก คือ ชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ ที่พัก ความปลอดภัย และข้อมูลการท่องเที่ยว
2. เจตคติต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีเจตคติที่ดีและดีต่อธรรมชาติ และชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ อาหาร ประชาชนคนไทย และที่พัก
3. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวชายหาดพัทยา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาใด ๆ และประทับใจมาก ด้านชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ อาหาร ประชาชนคนไทย และที่พัก
4. ความเห็นต่อการท่องเที่ยวชายหาดจอมเทียน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาใด ๆ และประทับใจมากด้านอาหาร ประชาชนคนไทย และที่พัก
5. ความเห็นต่อการเที่ยวคลับ ผับ ดิสโก้ ในพัทยา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาใด ๆ และประทับใจมากด้านชีวิตยามค่ำคืน ประชาชนคนไทย และที่พัก
6. ความเห็นต่อการเที่ยวคาบาเร่ต์ โชว์ ในพัทยา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ประสบปัญหาใด ๆ และประทับใจมากด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชีวิตยามค่ำคืน และอาหาร

7. ความเห็นต่อการเที่ยวสวน (Park) และสวนสัตว์ในพัทยา นักท่องเที่ยวส่วนมากไม่ประสบปัญหาใดๆ และมีความประทับใจมากด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว ราคาทัวร์ และประชาชนคนไทย

8. ความเห็นต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง นักท่องเที่ยวส่วนมากไม่ประสบปัญหาใดๆ และประทับใจมากที่สุด ด้านอาหาร ประทับใจมากด้านชีวิตยามค่ำคืน ราคาทัวร์ กีฬาที่ฝึก และข้อมูลการท่องเที่ยว

9. ความเห็นต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด นักท่องเที่ยวส่วนมากไม่ประสบปัญหาใดๆ และประทับใจมากที่สุดด้านวัฒนธรรมและประเพณี และประทับใจมากด้านสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ประชาชนคนไทย และข้อมูลการท่องเที่ยว

10. คณะผู้วิจัยให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

10.1 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาต่างๆ ในต่างประเทศ ควรเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

10.2 ผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา เกาะเสม็ด และเกาะช้าง ทั้งภาครัฐและเอกชน ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในด้านความสะอาด การจราจร การสื่อสาร มลภาวะ ราคาและคุณภาพสินค้า และความปลอดภัย ตามลำดับ

10.3 ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันส่งเสริมปัจจัยการท่องเที่ยวต่อไปนี้ คือ ความมีอัธยาศัยของคนไทย ความสะอาด สะดวกสบายที่ฝึก ความสะอาดและรสชาติของอาหารไทย ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน และการนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีไทยอย่างเหมาะสม

10.4 ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ด้านความมีอัธยาศัยของคนไทย อาหารไทย และศิลปวัฒนธรรมไทย

10.5 ควรให้มีการวิจัยประเด็นเดียวกันในทุกภาคของประเทศ และวิจัยความเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้วย

ABSTRACT

Research on “Attitudes and Impressions of Foreigners Visiting the Eastern Region of Thailand”

The purposes of the research on attitudes and impressions of foreigners visiting the Eastern Region of Thailand are to investigate the images of the Eastern Region including their expectations towards this region before visiting Thailand, to examine their attitudes and impressions on tourism resources of the Eastern Region, as well as the outcomes of attitudes and impressions, and the procedures affecting the attitudes and impressions.

A questionnaire, translated into 6 languages -- English, Japanese, Korean, German, and French -- was employed for collecting the data through interviewing. The sample, derived by means of quota sampling, consisted of 820 tourists from 25 countries who visited the main tourist attractions : Pattaya in Chonburi Province, Samet Island in Rayong Province and Chang Island in Trad Province.

The findings were as follows :

1. The motivation factors before visiting the Eastern Regions : These factors were night life, tourist spots, shopping, tour costs, accommodations, safety and tourist informations.
2. Attitudes towards tourism factors : The tourists had good attitudes towards natural environment, night life, tourist spots, shopping, tour costs, food, Thai people and accommodations.
3. Opinions toward tourism on Pattaya Beach : Most tourists encountered no problems and had good impressions on night life, tourist spots, shopping, food, Thai people and accommodations.
4. Opinions towards Jomtien Beach : Most tourist encountered no problems and had good impression on food, Thai people and accommodation
5. Opinions toward night clubs, pubs, and discotheques in Pattaya: Most tourists encountered no problems and had good impression on night life, Thai people, and accommodation.

6. Opinions towards cabaret shows in Pattaya : Most tourists encountered no problems and had good impressions on customs and Thai cultures and traditions, night life and food

7. Opinions towards parks and zoos in Pattaya : Most tourists encountered no problems and had good impressions on Thai cultures and traditions, night life, tourist spots, tour costs, and Thai people

8. Opinions towards Samet Island in Rayong Province : Most tourists encountered no problems and had best impressions on food, good impressions on night life, tour costs, sports, accommodations , and tourist informations.

9. Opinions towards Chang Island in Trad Province : Most tourists encountered on problems and had best impressions on Thai cultures and traditions, good impression on tourist spots , food , thai people and tourist informations.

10. Recommendations are :

10.1 The office branches of Tourism Authority of Thailand abroad should provide and disseminate tourism information to as many tourists as possible .

10.2 Those who are responsible for tourism in Pattaya City, Samet Island and Chang Island, both public and private sectors, should develop tourist attractions in the aspects of cleanliness, traffic, communications, pollutions,, price and goods quality, and safety, respectively.

10.3 All the sectors concerned should have cooperation in the promotion of Thai people's hospitality, cleanliness, comfort and concurrence in accommodation, cleanness and good taste of thai food, safety in tourists spots at night and the peoper way of how Thai customs and culture are presented.

10.4 Public relations should emphasize on Thai people's hospitality, Thai food, and Thai art and culture.

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

นับแต่ปี 2519 เป็นต้นมา ประเทศไทยมีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการวางแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยว และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความประทับใจในทรัพยากรการท่องเที่ยว และยังสามารถเพิ่มรายได้ และการจ้างงานในท้องถิ่นอีกด้วย นโยบายดังกล่าวประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เนื่องจากองค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดการประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเผยแพร่ไปทั่วโลก ทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นไปในทางที่ดีงามทั้งด้านศิลปวัฒนธรรม ซึ่งบ่งบอกความเป็นชาติที่มีอารยธรรมด้านบุคลิกภาพอันน่าประทับใจของคนไทย ด้านแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติซึ่งมีเสน่ห์ชวนหลงใหล โบราณสถานที่มีเอกลักษณ์ของชาติและด้านแหล่งบันเทิงที่หลากหลาย ภาพลักษณ์เช่นนี้ทำให้ชาวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจนส่งผลให้สถิตินักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยถึงเกือบ 7 ล้านคน เมื่อปี 2539

อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการศึกษาลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยว ระหว่างปี 2539 พบว่า ก่อนที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเดินทางมาประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่มิทัศนคติที่ดี หรือดีมาต่อประเทศไทยในเกือบทุกเรื่อง แต่หลังจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยแล้วนักท่องเที่ยวเกือบทุกกลุ่มประเทศมีความประทับใจเรื่องต่าง ๆ ลดลง (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2539) ทั้งนี้อาจเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้ว ได้พบเห็นภาพความจริงที่ต่างไปจากภาพลักษณ์ที่คาดไว้ สภาพการณ์เช่นนี้เป็นดัชนีบ่งชี้ว่า ในอนาคตนักท่องเที่ยวอาจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลง อันจะมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์อันดีงามของประเทศ และกระทบกลยุทธ์ในการพัฒนาประเทศ และพัฒนาท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยว

จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความประทับใจต่อประเทศไทยน้อยลง เพื่อนำมาเป็นแนวทางกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมที่องค์กร และบุคลากรที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการเพื่อธำรงภาพลักษณ์อันดีงามก่อนให้เกิดความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว และสร้างความภาคภูมิใจในสิ่งที่ดีงามของชาวไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของภาคตะวันออก และความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีต่อภาคตะวันออกก่อนเดินทางมายังประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาเจตคติและความประทับใจที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของภาคตะวันออก
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อเจตคติ และความประทับใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
4. เพื่อศึกษาแนวทางดำเนินการอันจะมีผลต่อเจตคติที่ดี และความประทับใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบลักษณะ พฤติกรรม เจตคติ และความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาคตะวันออกของประเทศไทย ตลอดจนสาเหตุของเจตคติและความประทับใจ อันจะนำไปเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ต่อไป

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง บุคคลที่ไม่ได้อาศัยถาวรในราชอาณาจักรไทย ที่เดินทางมายังประเทศไทยเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ หรือประกอบภารกิจใด ๆ โดยไม่ได้รับค่าจ้างและเข้ามาอาศัยในประเทศไทยไม่เกิน 90 วัน

ภาคตะวันออก หมายถึง บริเวณที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลในภาคตะวันออกของประเทศไทย

ภาพลักษณ์ของภาคตะวันออก หมายถึง ภาพของภาคตะวันออกของประเทศไทยตามความคิดของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อันเกิดจากการได้รับข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ

ความคาดหวัง หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศคาดว่าจะได้พบ หรือได้รับขณะที่ท่องเที่ยวอยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

เจตคติ หมายถึง ความคิดเห็นและความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ขณะที่ท่องเที่ยวอยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย ความคิดเห็นและความรู้สึกเหล่านี้เกิดจากจากที่ได้สัมผัสกับสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง

ความประทับใจ หมายถึง ความรู้สึกชื่นชม นิยมชมชอบ ยินดี มีความสุข ต่อสิ่งที่ได้สัมผัสด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ขอบเขตการวิจัย

1. การศึกษานี้ครอบคลุมเจตคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นชาวกลุ่มประเทศยุโรป เอเชีย และอเมริกา

2. การศึกษานี้เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2541 ถึงเดือนตุลาคม 2542

3. การศึกษานี้ครอบคลุมเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ได้แก่

3.1 ชายหาดพัทยา

3.2 ชายหาดจอมเทียน เมืองพัทยา

3.3 คลับ ผับ ดิสโก เมืองพัทยา

3.4 คาบารัตโซว์ เมืองพัทยา

3.5 สวน (Park) และสวนสัตว์ เมืองพัทยา

3.6 เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

3.7 เกาะช้าง จังหวัดตราด

4. การศึกษานี้ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ปัจจัยดึงดูดใจก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว

4.2 เจตคติที่มีต่อปัจจัยการท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว

4.3 กิจกรรมที่ทำ ณ แหล่งท่องเที่ยว

4.4 ปัญหาหรือความไม่สะดวกที่ประสบในแหล่งท่องเที่ยว

4.5 ความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว

5. ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายในการศึกษานี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มประเทศยุโรป เอเชียแปซิฟิก และอเมริกา ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2541 ถึงเดือนตุลาคม 2542 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ทวีป	ประเทศ	จำนวนตัวอย่าง
ยุโรป	อังกฤษ	140
	เยอรมัน	121
	ฝรั่งเศส	52
	เนเธอร์แลนด์	26
	สวีตเซอร์แลนด์	24
	อิตาลี	15
	สวีเดน	10
	โปแลนด์	3
	เบลเยียม	3
	สเปน	3
	นอร์เวย์	3
เอเชีย	ญี่ปุ่น	131
	จีน	95
	เกาหลี	42
	สิงคโปร์	27
	ฮ่องกง	16
	มาเลเซีย	14
	อินโดนีเซีย	3
	อิสราเอล	2
อเมริกา	อเมริกา	58
	แคนาดา	17
รวม		820

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแยกออกได้เป็น

4 หัวข้อ ดังนี้

1. เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องเจตคติ หรือทัศนคติ
2. เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องความประทับใจ
3. เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจ
4. เอกสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
5. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดดังกล่าวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องเจตคติ หรือทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

ในการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติ ได้มีผู้ศึกษาและใช้ความหมายของคำว่า ทัศนคติ หรือเจตคติ (Attitude) ไว้ดังต่อไปนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525, หน้า 389) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นคำสมาสระหว่างคำว่า ทัศนะ ซึ่งแปลว่า ความเห็นกับคำว่า คติ ซึ่งแปลว่า แบบอย่าง หรือ ลักษณะ เมื่อรวมกันมีความหมายว่า ลักษณะของความเห็น

พีชบาย (Fishbien 1967 อ้างถึงใน กิตติชัย เมียงอารมณ, 2542, หน้า 20) กล่าวว่า เจตคติ หมายถึง สภาพความพร้อมของสมองและประสาท การจัดการประมวลประสบการณ์ อิทธิพลภายนอกหรือภายในที่มีต่อบุคคลในการที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต่อสภาวะอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น ๆ

สุชา จันทร์เอม (2541, หน้า 242 – 246) กล่าวถึง ทัศนคติ ไว้สรุปได้ว่า

ทัศนคติ โดยทั่วไป หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นในทำนองที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

ทัศนคติเป็นนามธรรมที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ในชีวิตของบุคคล และทัศนคติมีความสำคัญต่อการตอบสนองทางสังคมของบุคคลเป็นอย่างมาก นั่นคือบุคคลมี

พฤติกรรมอย่างไร หรือทำสิ่งใดลงไปทัศนคติจะเป็นเครื่องกำหนด ทัศนคติจึงเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพของบุคคล และบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (อ้างถึงในกิตติชัย เมืองอารมณ์, 2542, หน้า 20) กล่าวว่า เจตคติ หมายถึง สิ่งที่อยู่ในจิตใจของบุคคลที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลไปทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งเราไม่สามารถสังเกตหรือวัดได้โดยตรงแต่เราสามารถเข้าใจได้โดยดูจากพฤติกรรมของบุคคลว่าจะตอบสนองต่อสิ่งเร้าอย่างไร เราก็จะทราบเจตคติได้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (อ้างถึงในกิตติชัย เมืองอารมณ์, 2542, หน้า 20) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติว่า เป็นความเชื่อความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของการกระทำ สถานการณ์และอื่น ๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งบอกถึงสภาพของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากความหมายที่กล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า ทัศนคติหรือเจตคติ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและมีผลทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมทั้งด้านบวกและลบในการที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าตามความคิด ความรู้สึกของตน

ลักษณะของทัศนคติ

ทิตยา สุวรรณะชญ (อ้างถึงในกิตติชัย เมืองอารมณ์, 2542, หน้า 21) กล่าวถึง ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมได้ตอบ (predisposition to respond) ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะหรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะที่พร้อมจะมีพฤติกรรมจริง
2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา (presistent over time) คือ มีความมั่นคงถาวรพอสมควรเปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติเป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรู้สึกนึกคิดไม่ว่าจะเป็นในรูปของการแสดงออกโดยวาจาหรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

องค์ประกอบของทัศนคติ

ประกอบด้วย 3 ประการ คือ

1. Cognition Component เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้หรือความเชื่อถือของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น หากบุคคลใดมีความรู้สึกที่สิ่งใดดี ก็มักมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น

2. Feeling Component เป็นองค์ประกอบทางด้านความรู้สึกของบุคคล ซึ่งมีอารมณ์เกี่ยวข้องกับผู้นั้นคือ หากบุคคลมีความรู้สึกรักหรือชอบพอในบุคคลใดหรือสิ่งใดก็จะช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อบุคคลนั้นไปด้วย

3. Action Tendency Component เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล คือความโน้มเอียงที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมตอบโต้บางอย่างหนึ่งออกมา พฤติกรรมที่เขาแสดงออกมานั้นเกิดจากความรู้สึกที่เขามีอยู่เกี่ยวกับวัตถุ เหตุการณ์ หรือบุคคลนั้น ๆ

ปัจจัยของทัศนคติ

วินัย วีระวัฒนานนท์ (2530, หน้า 146) กล่าวว่าไว้ว่า ทัศนคติมียุทธศาสตร์ประกอบที่เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นอยู่กับรากฐานของปัจจัย 4 ประการ

1. ปัจจัยในการปรับตัว (adaptive functions) คนที่เคยได้กลิ่นข่าฆ่าแมลงแล้ว มีอาการเวียนศีรษะเมื่อเขาเห็นคนอื่นใช้ข่าฆ่าแมลงหรือเริ่มได้กลิ่นข่าฆ่าแมลง ก็จะมีทัศนคติไม่ชอบการใช้ข่าฆ่าแมลงอย่างนั้น หรือคนที่เขามาทำงานในกลุ่มผู้ที่มีความคิดในการอนุรักษ์สัตว์ป่าครั้งแรก เขาอาจยังไม่เห็นด้วยกับการอนุรักษ์สัตว์ป่า แต่เพื่อทำให้เขาสามารถอยู่ในกลุ่มคน ดังกล่าวได้ ทัศนคติของเขาก็มีโอกาที่จะเห็นคล้อยตามกับการอนุรักษ์สัตว์ป่าไปในที่สุด

2. ปัจจัยในการใช้วิจารณ์ญาณ (cognitive functions) ปัจจัยในการเกิดทัศนคติในข้อนี้ การส่งถ่าย (transfer) ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่งไปยังสิ่งอื่น ๆ ที่จัดอยู่ในกลุ่มหรือลักษณะอย่างเดียวกับคนอื่น ๆ เช่น คนเลี้ยงแมวไว้ที่บ้าน เมื่อไปพบแมวอื่น ๆ ไม่ว่าที่ใด เขาก็จะมีความรักใคร่เอ็นดู เช่นเดียวกับแมวของเขา

3. ปัจจัยที่เป็นความต้องการ (need gratification functions) ทัศนคติที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้มีลักษณะคล้าย ๆ กับเป็นความต้องการที่เป็นธรรมชาติทั่วไป เช่น ผู้ชายมักจะมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้หญิงที่สนใจอาหารที่อร่อยและน่ากินหรือมักชอบอากาศที่อบอุ่นหรือเย็นสบายเป็นต้น

4. ปัจจัยในการป้องกันตัว (ego – defence function) คือทัศนคติที่เกิดจากอันตรายหรือประสบการณ์ในทางที่ไม่ดีเมื่อไปพบหรืออยู่ในสถานการณ์เดิมอย่างนั้นซ้ำอีก ทัศนคติอย่างเดิมก็ยังคงมีต่อสิ่งใหม่นั้นอีก เช่น คนที่เคยถูกแมลงต่อย เมื่อไปพบแมลงชนิดดังกล่าวในที่ใด ๆ ซ้ำอีก ก็จะเกิดความกลัวว่าจะถูกต่อยอีก นั่นคือเขามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อแมลงนั้น

การเกิดทัศนคติ

พรพิมล วรภูมิพุทธพงศ์ (อ้างถึงในกิตติชัย เมียงอารมณ์, 2542, หน้า 22) อธิบายเกี่ยวกับทัศนคติว่า ทัศนคติเกิดขึ้นจากการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล แต่ละบุคคลย่อมมีประสบการณ์อัน

เป็นสิ่งเสริมสร้างทัศนคติต่างกันไป สังคมนี้อ้อมรอบตัวบุคคล ซึ่งบุคคลสังสรรค์ด้วยทั้งในทางตรงและทางอ้อม เป็นกลจักรสำคัญที่ก่อให้เกิดการสร้างทัศนคติขึ้น ทัศนคติจึงสร้างขึ้นโดยได้รับอิทธิพลจากครอบครัว โรงเรียน เพื่อนฝูง กลุ่มต่างๆ ในสังคม สื่อมวลชนและสิ่งรอบตัวบุคคล เราสามารถเรียนรู้ทัศนคติโดยมีการสังสรรค์กับสิ่งที่เรามีทัศนคติโดยตรง ทัศนคติสร้างขึ้นโดยลักษณะนี้ค่อนข้างจะเข้มข้น แต่มีเพียงส่วนน้อยที่ทัศนคติ จะเกิดจากประสบการณ์ตรงบางครั้ง บุคคลอาจมีประสบการณ์ที่นับได้ว่าเป็นประสบการณ์ที่รุนแรงมากกับ สิ่งหนึ่งทัศนคติต่อสิ่งนั้น จะถูกสร้างขึ้นและมีความเข้มข้นอย่างสูงด้วยการอธิบายถึง การสร้างทัศนคตินี้จะแยกกล่าวตามองค์ประกอบของทัศนคติ คือ ในขั้นแรกจะเกิดการสร้างความรู้ ความเชื่อขึ้นก่อน จากนั้น ความรู้สึกและอารมณ์จะถูกสร้างขึ้นตามมา และเกิดการแสดงพฤติกรรมให้ปรากฏหลังจากเกิดความรู้สึกแล้ว

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

อุทัย หิรัญโต (อ้างถึงในกิตติชัย เมียงอารมณ์, 2542, หน้า 22) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า ทัศนคติของบุคคลเรานั้นมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปด้วยการศึกษาอบรมสั่งสอนและสิ่งแวดล้อม ความเจริญทางการศึกษาการคมนาคมติดต่อกันมีผลให้ทัศนคติของคนเปลี่ยนแปลงไปได้เป็นอันมาก ทั้งนี้เพราะบุคคลมีโอกาสดังสรรค์และแลกเปลี่ยนตลอดจนเลียนแบบความคิดเห็นกันได้มาก วัฒนธรรมมีการผสมผสานกันมากเท่าใดก็ยิ่งจะทำให้ทัศนคติของคนเปลี่ยนแปลงไปได้มากเท่านั้น คนที่ขาดการติดต่อกับบุคคลอื่น ดำรงชีวิตอยู่ตามลำพัง ทัศนคติจะไม่เปลี่ยนแปลง แต่คนที่โลดแล่นไปตามสังคมอย่างกว้างขวาง เข้ากลุ่มเข้าพวกหรือเป็นสมาชิกของสมาคมมากแห่ง ทัศนคติจะเปลี่ยนแปลงได้มาก เพราะคบค้าสมาคมติดต่อดังสรรค์ โอกาสที่จะมีการถ่ายทอดหรือเลียนแบบความคิดเห็นนั้นเป็นไปได้ง่าย กล่าวคือ ทำให้คนมองเห็นโลกกว้างขึ้น ความรู้สึกเก่าที่ได้รับมาจากครอบครัวหรือที่พบเห็นด้วยตนเองในวัยเด็ก เมื่อกาลเวลาผ่านไปนาน ๆ เข้า ความรู้สึกเฉพาะของตัวนั้น คนส่วนใหญ่อาจไม่เห็นด้วย ก็ได้จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตนให้สอดคล้องกับสังคมที่ตนเป็นสมาชิก มิฉะนั้นตนจะอยู่ร่วมกับเขาไม่ได้

การวัดทัศนคติ

สุชา จันทรธัม (2541, หน้า 243 – 244) กล่าวถึง การวัดทัศนคติ ทำให้เราเข้าใจทัศนคติของบุคคล และสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ ได้ การวัดทัศนคติอาจทำได้หลายแบบ ดังนี้

1. Scaling Technique เป็นวิธีหนึ่งที่ใช้วัดทัศนคติ มีอยู่ 2 แบบ คือ

ก. วิธีของเธอร์สโตน (The Thurstone method)

แบบนี้ประกอบด้วยประโยคต่าง ๆ ประมาณ 10 – 20 ประโยค หรือมากกว่านั้น ประโยคต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวแทนของระดับความคิดเห็นต่าง ๆ กัน ผู้ถูกทดสอบจะต้องแสดงให้เห็นว่าเขาเห็นด้วยกับประโยคใดบ้าง ประโยคหนึ่ง ๆ จะกำหนดค่าเอาไว้ คือ กำหนดเป็น Scale Value ขึ้น เริ่มจาก 0.0 ซึ่งเป็นประโยคที่ไม่พึงพอใจมากที่สุดเรื่อย ๆ ไปถึง 5.5 สำหรับประโยคที่มีความรู้สึกเป็นกลาง ๆ (Neutral statement) จนกระทั่งถึง 11.0 ซึ่งมีค่าสูงสุดสำหรับประโยคที่พึงพอใจมากที่สุด

ตัวอย่าง การสร้างแบบทดสอบตามวิธีของเธอร์สโตน เพื่อวัดทัศนคติของพนักงานที่มีต่อบริษัทที่เขาทำอยู่

ข้าพเจ้าคิดว่า บริษัทนี้ดูแลคนงานดีกว่าบริษัทอื่น ๆ	10.4
ถ้าข้าพเจ้าจะหางานใหม่ ก็คงเลือกบริษัทนี้อีก	9.5
คนงานเอาใจใส่บริษัทเท่า ๆ กับบริษัทเอาใจใส่คนงาน	5.1
ท่านต้องติดตามกระดุนคนงานบางคนในบริษัทนี้ งานจึงจะดี	2.1
คนที่ซื้อสตั๊ดทำงานล้มเหลวในบริษัทนี้	0.8

ข. วิธีของลิเกิร์ต (The Likert Technique)

มาตราส่วนแบบนี้ ประกอบด้วยประโยคต่าง ๆ ซึ่งแต่ละประโยคผู้ถูก ทดสอบ จะแสดงความรู้สึกของตนออกมา 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉย ๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่ละระดับมีคะแนนให้ไว้ตั้งแต่ 1 – 5 คะแนน คะแนนของคนหนึ่ง ๆ ได้จากคะแนนรวมจากทุก ๆ ประโยค

ตัวอย่าง แบบทดสอบทัศนคติของกลุ่มบุคคลเกี่ยวกับเรื่องที่รัฐบาลจะยื่นมือเข้าไปควบคุมธุรกิจต่าง ๆ เช่น

รายการ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. รัฐบาลควรออกระเบียบเกี่ยวกับ ธุรกิจให้มากขึ้น					
2. รัฐบาลควรเป็นเจ้าของและจัด การอุตสาหกรรมใหญ่ ๆ เสียเอง					

2. **Polling** การหยั่งเสียงประชาชน ส่วนมากใช้กับการเลือกตั้งพรรคการเมือง หรือที่ทำอะไรเกี่ยวกับประชาชน

3. **Questionnaire** คือ การใช้แบบสอบถามว่าเห็นด้วยหรือไม่ดีหรือไม่ดี โดยแบ่งการสอบถามออกเป็น 2 แบบ คือ

ก. **Fixed – alternative questions** คือ คำถามที่ถามเฉพาะเจาะจงลงไป แล้วให้ตอบตามเรื่องที่ถามเท่านั้น

ข. **Open – ended questions** คือ คำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม แล้วนำความคิดเห็นหรือความรู้สึกของคนสวนมากมาจัดกลุ่มดูว่า เขาเหล่านั้นมีความรู้สึกอย่างไร หรือมีทัศนคติเช่นไร

2. เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องความประทับใจ

ความหมายของความประทับใจ

The Penguin Dictionary of Psychology กล่าวถึง ความหมายของความประทับใจว่า ความประทับใจคือความเชื่อ ความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างหลวม ๆ ไม่คงทน

การวัดหรือการประเมินความประทับใจ

การวัดหรือการประเมินความประทับใจมีด้วยกันหลายวิธี แต่ละวิธีมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันออกไป ตามความคิดเห็นของ Asch (อ้างถึงใน บุษพา สุธีธร และภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2541, หน้า 18) ยังให้ความสนใจในการวัดหรือการประเมินความประทับใจด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการ 3 วิธีคือ

1. ให้ผู้ถูกประเมินหรือผู้รับรู้เขียนข้อความสั้น ๆ เกี่ยวกับความประทับใจต่อ สิ่งที่กำลังศึกษา การประเมินความประทับใจจากความคงที่ หรือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของเนื้อหา

2. ถามผู้ถูกประเมินหรือผู้รับรู้ให้นึกถึงคำหรือวลีที่คิดได้ทันทีเมื่อให้กล่าวถึงสิ่งที่กำลังศึกษา วิธีการนี้จะใช้หลักการของการแสดงออกอย่างอิสระและการประเมินความประทับใจจะใช้วิธีการประเมินจากความคงที่หรือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคำตอบ

3. ให้ผู้ถูกประเมิน หรือผู้รับ ได้เลือกคำคุณศัพท์ที่ได้เตรียมไว้ให้ก่อนล่วงหน้าทีสอดคล้องกับลักษณะของสิ่งที่ศึกษา วิธีการนี้เป็นวิธีที่มีโครงสร้างมากกว่า 2 วิธีแรก ถึงแม้ว่าวิธีนี้จะไม่ให้ผู้รับรู้ได้ใช้ความคิดในการสร้างคำขึ้นมาใหม่เอง แต่ก็สามารถนำผลมาสร้างแผนภาพเชิงคุณภาพได้ รวมทั้งเป็นวิธีที่ง่ายและการให้คะแนนเป็นแบบปรนัย

3. เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจ

ทรงพล ภูมิพัฒน์ (2540, หน้า 140) กล่าวถึง แรงจูงใจว่า

แรงจูงใจ คือ พลังแรงภายในของบุคคลหรือสัตว์ที่ที่ให้คนหรือสัตว์เกิดพฤติกรรมและควบคุมแนวทางของพฤติกรรมให้บรรลุจุดหมาย

การจูงใจ คือ กระบวนการชักจูงใจ เร้าใจที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลและทำให้อยากทำพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาโดยที่ตัวเองอยากทำตามที่ตัวเองปรารถนา หรือทำพฤติกรรมความที่ผู้จูงใจคนอื่นอยากให้ทำก็ได้ การจูงใจมี 2 ชนิดคือ การจูงใจภายนอก และการจูงใจภายใน

ทฤษฎีแรงจูงใจ (Theory of Motivation)

ทฤษฎีแรงจูงใจที่สำคัญมี 5 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการแรงขับและเครื่องล่อ (The Need Drive Incentive Theory) มีหลักการว่าความต้องการของบุคคลจะเป็นแรงขับให้บุคคล แสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในเครื่องล่อที่มีอยู่ เช่น เมื่อบุคคลต้องการอาหารจะเกิดความหิว ก็จะดิ้นรนให้ได้อาหารมาบำรุงบำบัดความต้องการของคน เมื่อบุคคลอิ่มแล้วความต้องการก็หมดไป เพราะร่างกายกลับคืนสู่สภาวะสมดุลแล้ว

2. ทฤษฎีสัญเร้า (Cue Stimulus Theory) สัญเร้าเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรม เช่น ปริศนาเป็นสัญญาณให้เด็กที่จบมัธยมศึกษาปีที่ 6 เป็นต้น

3. ทฤษฎีเร้าอารมณ์ (Affective Arousal Theory) บุคคลจะแสดงพฤติกรรมความต้องการได้ ถ้ามีการเร้าอารมณ์เกิดขึ้น เช่น ชายหนุ่มอยากเห็นรอยยิ้มของหญิงสาวจะเร้าอารมณ์ด้วยการชมว่า “วันนี้แต่งตัวเก๋ดี” หรือ “ชุดนี้สวยเป็นพิเศษ”

4. ทฤษฎีแห่งการเรียนรู้ (Cognitive Theory) บุคคลจะแสดงพฤติกรรมได้ถ้าประสงค์จะรู้หรืออยากทราบอะไร โดยการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้า เช่น นักเรียนมีปัญหอยากรู้บางเรื่องก็ถามครู โดยคาดหวังว่าคงจะยินดีด้วย

5. ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) มีหลักการว่า การแสดงพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นการสนองความต้องการที่เก็บกดไว้ในจิตใต้สำนึก เช่น พี่แก๊งนั่งนิ่งเนื่องมาจากความโกรธที่เคยมีต่อคุณแม่ในครั้งก่อน ๆ

4. เอกสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่เก็บข้อมูล

1. เมืองพัทยา

เมืองพัทยา ตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 130 กิโลเมตร เดิมเป็นหมู่บ้านประมงเล็ก ๆ ที่เงียบสงบ มีฐานะเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

พัทยาริเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วไปในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ตั้งแต่สมัยสงครามเวียดนาม (พ.ศ.2502) เป็นต้นมา เมื่อทหารอเมริกาเข้ามาเช่าบ้านพักตากอากาศของพระยศสุนทรเพื่อพักผ่อนจนถึงปัจจุบันนี้ พัทยากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก การเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องมีการจัดระบบการบริหารในลักษณะของ “เมืองพัทยา” ตั้งแต่ พ.ศ.2521

แหล่งท่องเที่ยวในพัทยามีหลายแหล่งและหลากหลายรูปแบบ อาทิ

1. หาดพัทยาเหนือถึงหาดพัทยากลาง เป็นที่ตั้งของโรงแรมชั้นนำในยุคแรก ปัจจุบันได้รับการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ให้สวยงาม มีทางเท้าเลียบชายหาดสวยสะอาด ร่มรื่น เหมาะแก่การพักผ่อน เดินเล่น ซักกรรขาน รวมทั้งวิ่งออกกำลังกาย

2. หาดพัทยาใต้ เป็นแหล่งรวมศูนย์การค้า ร้านค้า ร้านอาหารนานาชาติ สถานที่เล่นกีฬาทั้งทางบกและทางน้ำ แหล่งบันเทิงยามค่ำคืน เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทุกมุมโลก นอกจากพักผ่อน อาบแดด เล่นน้ำทะเลในเวลากลางวันแล้ว ยังดึงดูดใจให้แสวงหาความบันเทิงในเวลาค่ำคืนอีกด้วย

3. หาดจอมเทียน เป็นชายหาดยาวประมาณ 3 กิโลเมตร อยู่ห่างจากตัวเมืองพัทยาไปทางใต้ บรรยากาศเงียบสงบกว่าชายหาดพัทยา มีถนนเลียบชายหาด เครื่องเล่น และกีฬาทางน้ำหลายชนิด นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมพาครอบครัวมาพักผ่อนและรับประทานอาหารร่วมกันบริเวณริมชายหาด

4. คาบาเรต์ โชว์ เมืองพัทยามีสถานคาบาเรต์ โชว์ ที่มีชื่อเสียงระดับโลก เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ คาบาเรต์ โชว์ ที่มีชื่อเสียงมากคือ ทิฟฟานี โชว์ และอัลคาซาร์ คาบาเรต์ โชว์

5. สวนและสวนสัตว์ เมืองพัทยามีแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวน (Park) และสวนสัตว์หลายแห่ง แต่ละแห่งจะมีจุดเด่นต่างกันไป เช่น สวนนงนุช เน้นความงามของพืชพันธุ์นานาชนิด อุทยานหินล้านปีและฟาร์มจระเข้ เน้นความงามและความแปลกตาของหิน และการแสดงของจระเข้หมู่บ้านช้าง เน้นการแสดงของช้างและบริการพาขี่ช้างชมธรรมชาติ เป็นต้น

6. เมืองจำลอง ตั้งอยู่ริมถนนสุขุมวิทก่อนถึงเมืองพัทยา ที่นี่มีสถานที่สำคัญของไทยและต่างประเทศ ซึ่งจำลองย่อส่วนมาจัดแสดงไว้อย่างงดงาม

2. เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

เกาะเสม็ดตั้งอยู่ในเขตตำบลเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ห่างจากชายฝั่งบ้านเพ ประมาณ 6.5 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 3,125 ไร่ มีลักษณะเป็นเกาะรูปสามเหลี่ยม ส่วนฐานของเกาะอยู่ด้านทิศเหนือซึ่งหันเข้าสู่ฝั่งบ้านเพ มีภูเขาสลับซับซ้อนกันอยู่ 2-3 ลูก มีที่ราบเป็นที่ตั้งบ้านเรือนของชาวบ้านอยู่ตามริมฝั่งชายหาด ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ทางเหนือและตะวันออก บริเวณปลายแหลมด้านใต้มีเกาะเล็ก ๆ อยู่ใกล้ ๆ อีก 3 เกาะ คือ เกาะจันทร์ เกาะสันฉลาม และเกาะหินขาว ซึ่งเป็นหินล้วนสลับซับซ้อนสีขาวสะอาด ไม่มีพืชพันธุ์ใด ๆ เป็นที่อาศัยและวางไข่ของนกนางนวล

ลักษณะอากาศโดยทั่วไปเป็นสบายตลอดปี ฤดูกาลเหมือนฤดูกาลในภาคกลางคือ ฤดูร้อน เดือนมกราคมถึงเมษายน ฤดูฝน เดือนพฤษภาคมถึงกันยายน โดยมีฝนชุกในเดือนสิงหาคม และมีมรสุม คลื่นลมจัดในเดือนพฤษภาคม และฤดูหนาว เดือนตุลาคมถึงธันวาคม

เกาะเสม็ดได้ชื่อว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่พักผ่อนอากาศที่มีชื่อเสียง ชายทะเลมีธรรมชาติงดงามมาก ทะเลเรียบสวย หาดทรายขาวสะอาด บรรยากาศทั่วไปเงียบสงบ เหมาะกับผู้ที่ต้องการพักผ่อนหาความสงบ

เกาะเสม็ดตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ สามารถเดินทางทางรถยนต์ระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร ทั้งโดยรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารประจำทาง ส่วนการเดินทางบนเกาะ มีถนนดินยาว 3 กิโลเมตร เป็นเส้นทางสำคัญ

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงบนเกาะเสม็ด ได้แก่

1. อ่าวทับทิม เป็นหาดทรายขาวยาวตลอดด้านเหนือของเกาะ ความยาวประมาณ 1 กิโลเมตร หาดทรายกว้างประมาณ 15-20 เมตร
2. หาดทรายแก้ว เป็นหาดทรายที่สวยงามที่สุดของเกาะ มีความยาวประมาณ 780 เมตร กว้าง 25-30 เมตร ไม่มีโขดหินใด ๆ นักท่องเที่ยวนิยมมาพักผ่อนและเล่นน้ำ
3. อ่าววงเดือน อยู่ทางด้านตะวันออกส่วนกลางของเกาะเป็นอ่าวโค้งคล้ายจันทร์ครึ่งดวง หาดทรายขาวสะอาดยาวประมาณ 500 เมตร มีบรรยากาศสงบเป็นธรรมชาติ
4. อ่าวช่อ อยู่ทางด้านตะวันออกของเกาะ มีหาดทรายขาวสะอาดยาวประมาณ 200 เมตร มีทิวมะพร้าวให้ร่มเงาเย็นสบาย บรรยากาศร่มรื่น เงียบสงบ
5. หาดอ่าวพร้าว อยู่ทางด้านตะวันตกของเกาะ ความยาวประมาณ 200 เมตร มีความสวยงามพอสมควร

3. เกาะช้าง จังหวัดตราด

เกาะช้างเป็นเกาะขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของไทย รองจากเกาะภูเก็ต มีพื้นที่ประมาณ 429 ตารางกิโลเมตร มีฐานะเป็นกิ่งอำเภอ ขึ้นกับจังหวัดตราด ปัจจุบันถือว่าเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวของจังหวัด

ทะเลตราดมีความคล้ายคลึงกับทะเลอันดามัน ทั้งสภาพภูมิอากาศและสภาพต่าง ๆ เกาะช้างจึงมีสภาพภูมิประเทศคล้ายเกาะภูเก็ต คือมีรูปร่างยาวรีในแนวเหนือใต้ ฝั่งตะวันออกของเกาะอยู่ใกล้ชายฝั่ง น้ำทะเลค่อนข้างขุ่นและเป็นหาดหินไม่สวยงาม แต่ทางด้านตะวันตกมีหาดทรายขาวเป็นแนวยาว ที่สำคัญคือสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี

การเดินทางไปยังเกาะช้าง สามารถเดินทางจากจังหวัดตราด มายังอำเภอแหลมงอบ ระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร แล้วโดยสารเรือโดยสารจากท่าเรือแหลมงอบต่อไปอีกประมาณ 1 ชั่วโมง

แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของเกาะช้าง ได้แก่

1. หาดคลองพร้าว – แหลมไชยเชษฐา หาดคลองพร้าวเป็นหาดทรายขาวมากมีความลาดสามารถเล่นน้ำทะเลได้ดี ส่วนแหลมไชยเชษฐาเป็นแหลมหิน มีทัศนียภาพงดงาม แต่เล่นน้ำไม่ได้
2. หาดไก่แบ้ เป็นหาดที่มีความยาวต่อกับหาดคลองพร้าว
3. เกาะเหลายา อยู่ทางตอนใต้ของเกาะช้าง ประกอบด้วยเกาะเหลายาใน เกาะเหลายากลาง และเกาะเหลายานอก มีหาดทรายขาวน้ำทะเลใส และแนวปะการังสวยงาม
4. น้ำตกคลองพลู เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ สูง 3 ชั้น

5. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์ (2532) ศึกษาปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้รับปัญหาความเดือดร้อนตั้งแต่เดินทางมาถึงในบริเวณที่เป็นจุดบริการผ่านเข้า-ออกเมือง โดยจะมีคนแอบอ้างเป็นตัวแทนเพื่อให้บริการต้อนรับและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แล้วเรียกเก็บค่าบริการราคาสูง การบริการขนส่งภายในประเทศก็ก่อปัญหาความเดือดร้อนเช่นเดียวกัน นั่นคือ มีการกริดหรือล้วงกระเป๋า ขโมยทรัพย์สิน ถ้าใช้บริการเช่าเรือหรือรถก็มักจะถูกเรียกเก็บค่าบริการในราคาสูง การรับประทานอาหารก็มักถูกโกงราคา ส่วนการซื้อของที่ระลึกมักได้สินค้าปลอม สินค้าไม่มีคุณภาพ โคนโกงราคา

สถาบันการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวนานาชาติ (I-TIM) (กันยายน 2533) ศึกษาการจัดทำแผนปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ปัญหาและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา คือ

1. การขาดมาตรการที่เหมาะสมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของชายหาด
2. พัทยาไม่มีท่าเทียบเรือที่เป็นมาตรฐาน นักท่องเที่ยวจึงยังไม่ได้รับความสะดวกและความปลอดภัยในการขึ้นลงเรือ
3. ไม่มีการกำหนดบริเวณพื้นที่ทะเลสำหรับทำกิจกรรมทางน้ำประเภทต่าง ๆ
4. ในการสร้างภาพพจน์ให้พัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติควรมีการจำกัดประเภท เขตพื้นที่ ควบคุมจำนวนสถานประกอบการประเภทบาร์เบียร์ อโกโก้ สวนอาหาร
5. ปัญหามลภาวะทางสภาพแวดล้อม เช่น ปัญหาการจัดเก็บขยะ ปัญหาการขาดระบบบำบัดน้ำเสีย ปัญหาการขาดระเบียบในด้านการจราจร

สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (มิถุนายน 2534) ศึกษาเรื่อง การศึกษาเบื้องต้นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ชลบุรี ฉะเชิงเทรา และสมุทรปราการ พบว่า ลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา และสมุทรปราการ นั้น ผู้ที่มาเยี่ยมชมเยือนส่วนใหญ่มาจากประเทศในกลุ่มยุโรป รองลงมาคือ กลุ่มเอเชีย ฤดูกาลท่องเที่ยวจะอยู่ในช่วงพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ เนื่องจากตรงกับช่วงฤดูหนาวในยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น และยังอยู่ในช่วงเทศกาลปีใหม่และตรุษจีนด้วย ผู้ที่มาเยี่ยมชมเยือนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ในช่วง 26 – 35 ปี

ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (ศชท.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศึกษาปัญหาที่นักท่องเที่ยวมักประสบและแนวทางแก้ไข พบว่า การร้องเรียนเรื่องเกี่ยวกับร้านอาหาร คือ อาหารสะอาดไม่เพียงพอ ไม่ร้อนหรือมีสิ่งเจือปนมากับอาหาร เรียกเก็บค่าอาหารในราคาที่สูงเกินความเป็นจริง หากไม่จ่ายจะถูกทำร้ายร่างกาย การบริการไม่ได้มาตรฐาน เช่น พนักงานบริการไม่สุภาพ ซึ่งมีสาเหตุคือ ร้านอาหารบางแห่งไม่ระมัดระวังหรือเข้มงวดเรื่องความสะอาด บางร้านไม่แสดงราคาในรายการอาหาร บางครั้งเกิดจากตัวผู้บริโภครเองที่ไม่สอบถามหรือสังเกตก่อนสั่งมารับประทาน

การร้องเรียนปัญหาด้านที่พัก คือ ด้านความปลอดภัย มักเกิดการสูญหายของทรัพย์สินบ่อยครั้งและทางที่พักมักปฏิเสธความรับผิดชอบด้านบริการ สภาพห้องและอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพเก่า ไม่เหมาะสมกับราคา มีการเรียกเก็บค่าบริการอีก ต้องจ่ายค่าห้องล่วงหน้าก่อน

ราคาห้องพักราคาแพงขึ้นเมื่อเรียกเก็บครั้งหลัง สาเหตุก็คือ คุณภาพของการบริการในด้านต่าง ๆ ยังไม่มีมาตรฐาน มาตรฐานการควบคุมและดำเนินการป้องกันแก้ไขยังไม่ได้รับการเอาใจใส่จากส่วนราชการอย่างจริงจัง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ศึกษาศึกษาสภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะสีชังมีความเป็นไปได้สูง เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา ทางด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นอกจากจะอยู่ใกล้กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตลาดหลักทางด้านการท่องเที่ยวแล้วยังมีบริการเรือโดยสารที่บริการนำนักท่องเที่ยวส่งถึงที่ด้วย สำหรับปัญหาทางด้านการท่องเที่ยวก็คือ แหล่งท่องเที่ยวหลาย ๆ แห่งบนเกาะสีชังยังขาดการพัฒนาและขาดการเอาใจใส่ดูแลจากเจ้าหน้าที่หรือจากตัวนักท่องเที่ยวเอง

สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ศึกษาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวพัทยา จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด พบว่า พื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด มีส่วนแบ่งการตลาดของผู้เยี่ยมชม ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้เยี่ยมชมชาวไทยมักเที่ยวในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ในช่วงเดือนธันวาคม – กุมภาพันธ์ เป็นช่วงที่มีการเดินทางท่องเที่ยวสูงสุด ส่วนชาวต่างประเทศก็มักท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม ถึง กุมภาพันธ์ เช่นเดียวกัน ผู้ที่มาท่องเที่ยวส่วนมากเป็นกลุ่มทวีปยุโรป รองลงมาคือ กลุ่มเอเชีย ตะวันออก และแปซิฟิก ลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพื่อนและกลุ่มครอบครัว ชาวต่างประเทศเหล่านี้ให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดที่สุด

โสภณ ดันตโยทัย (2537) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ต่อตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพส่วนใหญ่อยู่ทางชายฝั่งตะวันออกและตะวันตกในเขตแปซิฟิก แอตแลนติกใต้ แอตแลนติกกลาง และนิวอิงแลนด์ เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 45 – 64 ปี ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสมาคมชาวอเมริกันเกษียณอายุ สถานที่ที่โปรดปรานจะเป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์เฉพาะด้าน ท่องเที่ยวทางน้ำเขื่อนกลางแจ้ง นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมีแนวโน้มที่รักการผจญภัย ซึ่งไม่เพียงแต่ชอบเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศที่แตกต่างจากประเทศของตนเท่านั้น แต่ยังได้รับความสนุกสนานจากการที่ได้พบปะ

คนท้องถิ่นด้วย ที่พักนิยมพักโรงแรมชั้นหนึ่งและระดับกลาง ไม่นิยมพักโรงแรมระดับหรู และโรงแรมราคาประหยัด การเลือกที่พักจะดูจากคู่มือท่องเที่ยว สอบถามบริษัทนำเที่ยว ฯลฯ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (กันยายน 2537) วิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว และการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่เกาะและชายฝั่งทะเล จังหวัดตราด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวเกาะช้างนั้น ประเทศในกลุ่มยุโรปชาวเยอรมันมีจำนวนมากที่สุด ลักษณะการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมากับกลุ่มเพื่อน ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประมาณ 1 สัปดาห์ ที่มีระยะยาวเช่นนี้นั้น เพราะเป็นช่วงพักผ่อน กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวคือ เล่นน้ำ เดินเล่น อ่านหนังสือ ตามลำดับ สิ่งจูงใจที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวจังหวัดตราดคือ ความงามของชายหาด และบรรยากาศโดยทั่วไปของธรรมชาติทะเล

สุพล ศิริพรรณพร (2538) วิจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษาบริเวณชายฝั่งทะเลเมืองระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่อพื้นที่ชายฝั่งทะเลเมืองระยองในด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ในช่วงปี พ.ศ. 2510 – 2538 ศึกษาพัฒนาการของการท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลเมืองระยอง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ ใช้แบบสอบถาม และสำรวจภาคสนามจากกลุ่มประชากร 335 คน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการที่พักชายทะเล ผู้ประกอบการร้านค้าบริเวณชายหาด เจ้าหน้าที่ภาครัฐ นักท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลเมืองระยอง ในช่วงปี พ.ศ. 2530 – 2538 ซึ่งเป็นช่วงที่สถานที่ท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาแล้วมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมมากกว่าช่วงปี พ.ศ. 2510 – 2522 ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการพัฒนา โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง 3 ประการคือ

1. การขยายตัวของสิ่งบริการสำหรับการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่พักชายทะเล ร้านค้าบริเวณชายหาด สาธารณูปโภค สาธารณูปการ กิจกรรมกีฬาทางน้ำ รวมทั้งการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและชุมชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนใกล้เคียง
2. การพัฒนาอุตสาหกรรมหนักชายฝั่งทะเลตะวันออก ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด
3. ปัญหาของสภาพแวดล้อม ได้แก่ ทรายน้ำมันที่จับตัวอยู่บนชายหาด

จากปัจจัยทั้ง 3 ประการมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ คือ

1. ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ปัญหาการบุกรุกที่สาธารณะริมทะเล บริเวณหาดตากวน หาดแม่รำพึง หาดบ้านเพ หาดสวนสน เพื่อสร้างเป็นที่อยู่อาศัย ร้านอาหาร และที่พักตากอากาศ ปัญหาการระบายน้ำเสียและการบำบัดน้ำเสียจากอาคารบ้านเรือนและสถานที่พัก ชายทะเลบริเวณหาดบ้านเพและหาดปากน้ำระยอง

2. ผลกระทบทางเศรษฐกิจเช่น ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้จากการประกอบอาชีพเพิ่มมากขึ้น ค่าครองชีพสูงขึ้น มีการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวมากขึ้น ปัญหาราคาที่ดินสูงขึ้น

3. ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม อาทิ ประชาชนในท้องถิ่นเปลี่ยนมาประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และความขัดแย้งของประชาชนในท้องถิ่นกับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น

เพ็ญแข แสงแก้ว และคณะ (2539). ศึกษาลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2539 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว แรงจูงใจ ทศนคติ ความประทับใจ และปัญหาและอุปสรรคของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมทั้งกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำขณะพำนักอยู่ในประเทศไทย จำนวนวันพักเฉลี่ย ตลอดจนทำประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน และรายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากการสำรวจ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Quota Sampling โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 8,000 ราย และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่กำลังเดินทางออกนอกประเทศ ผลการสำรวจสรุปได้ว่า

ในปี 2539 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 7,192,145 คน ทั้งนี้ตลาดหลักของการท่องเที่ยว 10 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี จีน ไต้หวัน สิงคโปร์ ฮองกง เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยคือ เพื่อพักผ่อน ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.6) เดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาประเทศไทยแล้วและเดินทางมาคนเดียว ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่เพิ่งจะเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกและจะเดินทางมากับเพื่อน

นักท่องเที่ยวยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 41.1) ได้รับข้อมูลข่าวสารจากหนังสือนำเที่ยว และบริษัทนำเที่ยวก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 2.4 เท่านั้นที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือสถานทูต ก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีหรือดีมากต่อประเทศไทยเกือบทุกเรื่อง แต่หลังจากที่ได้เดินทางมาประเทศไทยแล้วนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีความประทับใจในเรื่องต่าง ๆ ลดลง และในช่วงที่พักอยู่ในประเทศไทยนั้นนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกประทับใจเป็นอย่างมากต่อศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทย อาหารไทย สถานที่พัก และความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย

ในการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะพักในประเทศไทยนานเฉลี่ยประมาณ 8.2 วัน โดยที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองจะพักในประเทศไทยนานกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวจะพักที่เกาะสมุยนานกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพฯ (ร้อยละ 73.52) รองลงมาได้แก่ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต เกาะสมุย อโยธยา เชียงราย หาดใหญ่ เกาะพีพี กาญจนบุรี หัวหิน - ชะอำ เกาะช้าง และอื่น ๆ ตามลำดับ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวนี้ นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 3,310.68 บาทต่อคนต่อวัน โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันในกรุงเทพฯ จะสูงที่สุด คือ ประมาณ 4,688.09 บาท มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางมาในกรุงเทพฯ มากที่สุด (ประมาณ 5,287,327 คน) รองลงมา ได้แก่ พัทยา เชียงใหม่ และภูเก็ต ตามลำดับ ซึ่งมีผลทำให้กรุงเทพฯ มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็น มูลค่า 112,786.96 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่ ซึ่งมีรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่า 19,909.42 15,199.12 และ 11,005.85 ล้านบาท ตามลำดับ

ผู้วิจัยให้ข้อเสนอแนะว่า ควรที่มีการปรับปรุงแก้ไขด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยอย่างตรงไปตรงมาตามสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน โดยเน้นในเรื่องศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทย อาหารไทย สถานที่พัก และความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในต่าง ๆ จังหวัดให้มากยิ่งขึ้น เพราะนอกจากจะเป็นการหลีกเลี่ยงสภาพปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร แล้วยังเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวในต่างจังหวัดอีกด้วย นอกจากนี้ควรเร่งแก้ไขปัญหาการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละภาค รวมทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้มากกว่าเดิม ควรมีป้ายชื่อสถานที่ต่าง ๆ ป้ายแสดงเส้นทางการเดินทาง สถานีรถประจำทาง สถานีรถไฟ และแผนที่แหล่งท่องเที่ยวในจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษ

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (มีนาคม 2540) ได้ศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ พบว่า ควรจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เป็นประโยชน์ในด้านการจัดเตรียมความพร้อมให้เหมาะกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวและมี

ประสิทธิภาพ จากข้อมูลประเทศออสเตรเลียแสดงให้เห็นว่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยเฉลี่ยสูงกว่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างมาก

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวต่างชาติในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมทำมากที่สุดคือ การส่องสัตว์ เดินป่าและดูนก สำหรับความพอใจต่อสถานที่ทั้งสองดังกล่าวนี้ ที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรปรับปรุงสภาพถนนให้ดีขึ้น ซึ่งตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ซึ่งพอใจกับสภาพถนน แต่ในด้านความสะดวกนักท่องเที่ยวมีระดับความพอใจอยู่ในเกณฑ์พอใช้เท่านั้น

บุษบา สุวีริฐ และภัสวดี นิติเกษตรสุนทร (2541) ศึกษาเรื่อง เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย จากข้อมูลสถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม 2541 ของกองตรวจคนเข้าเมือง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ แสดงให้เห็นว่า นักเดินทางท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมี 7 กลุ่ม คือ กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก กลุ่มประเทศยุโรป กลุ่มประเทศอเมริกา กลุ่มประเทศเอเชียใต้ กลุ่มประเทศในแถบโอเชียเนีย กลุ่มประเทศในแถบตะวันออกกลาง กลุ่มประเทศแอฟริกา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาด้วยตนเองมากกว่ามาพร้อมกับบริษัทนำเที่ยว ยกเว้นบางชาติที่นิยมมากับบริษัทนำเที่ยว อันเนื่องมาจากเหตุผลด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีน

ในด้านลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี 2541 พบว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากที่สุดในเดือน ธันวาคม 2541 ผู้เดินทางส่วนใหญ่เป็นเพศชาย วัตถุประสงค์ในการเดินทางมีทั้งการเข้ามาใช้ช่วงเวลาคพักผ่อน ทำธุรกิจ ประชุมสัมมนา กลุ่มที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ชาวยุโรป รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง นักท่องเที่ยวในกลุ่มเอเชียตะวันออกใช้เวลาเฉลี่ยท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยที่สุด

ในด้านพฤติกรรมกรรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว พบว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทย คือ ญาติพี่น้อง เพื่อน คู่มือนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และมีคำแนะนำจากนักท่องเที่ยวว่าควรแนะนำข้อมูลประเทศโดยผ่านสื่อมวลชน นิตยสารท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต

ในด้านเจตคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทยก่อนการเดินทางมา พบว่า สิ่งที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวสูงสุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมา คือ อาหารไทย สิ่งที่ไม่จัดเป็นสิ่งสนใจเลยคือ เหตุการณ์หรือวันสำคัญทางประเพณีไทย แต่นักท่องเที่ยวจากประเทศซีกโลกตะวันออกประทับใจอาหารไทยมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ในด้านปัญหาการเดินทาง พบว่า ปัญหาเรื่องการจราจรที่ติดขัดมากในกรุงเทพมหานคร ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปต่าง ๆ ได้ล่าช้า นักท่องเที่ยวเสนอว่าให้รัฐบาลไทยปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนให้ดีขึ้น เพราะเชื่อว่าจะช่วยแก้ปัญหารถติดได้ ปัญหาเรื่องรถแท็กซี่ ในด้านการสื่อสารไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี แท็กซี่บางคนพานักท่องเที่ยวไปร้านขายของที่ระลึกโดยนักท่องเที่ยวไม่สมัครใจ และปัญหาป้ายสัญญาณจราจร ที่มีแต่ภาษาไทย ทำให้ไม่เข้าใจสัญญาณ

ในด้านปัญหาด้านการสื่อสาร พบว่า มักจะเกิดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางลำพังมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจับทัวร์ เพราะกลุ่มที่มาจับทัวร์มีไกด์คอยดูแลเป็นอย่างดีอยู่แล้ว

เพ็ญศรี บิสนุม (2542) ศึกษาเรื่อง สภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางทะเลของจังหวัดสตูล โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประชากรประมาณ 190 คน ซึ่งประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางทะเลของจังหวัดสตูล ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทางทะเลของจังหวัดสตูล ประชาชนที่มีภูมิลำเนาใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดสตูล การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการท่องเที่ยวทางทะเลของจังหวัดสตูล และนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางทะเลของจังหวัดสตูล

ผลการศึกษาพบว่า ในด้านสภาพการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาจากมาเลเซียมากที่สุด นักท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มมากที่สุดในเดือนธันวาคม – เมษายน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ เกาะต่าง ๆ ภายในบริเวณอุทยานแห่งชาติเกาะตะรุเตา และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเภตรา ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวยังอยู่ในสภาพเสื่อมโทรม ภายในอุทยานมีที่พักทั้งเป็นบ้านเดี่ยว เรือนแถว และเต็นท์พัก แต่ไม่เพียงพอในฤดูกาลท่องเที่ยว มีร้านอาหารทั้งที่ดำเนินการโดยอุทยานและเอกชน แต่ไม่เพียงพอ มีบริษัทนำเที่ยว 12 บริษัท แต่มีคุณภาพไม่เพียงพอและขาด คุณภาพ

นอกจากนี้การรักษาความปลอดภัย สถานที่ จอดรถ บริการ ข้อมูล และบริการด้านโครงสร้างพื้นฐานยังไม่เพียงพอและขาดคุณภาพเป็นต้น

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ควรมีแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กับการอนุรักษ์ ปรับปรุงระเบียบหรือกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปรับปรุงหรือตรวจสอบสภาพเส้นทางหรือพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง จัดบริการที่พัก ร้านอาหารให้เพียงพอและมีคุณภาพ และควรอบรมมัคคุเทศก์เฉพาะทางเพิ่มขึ้น

ชื่นใจ บุชาธรรม (2542) วิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว บริเวณชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในบริเวณชายหาดบางแสน และศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวบริเวณชายหาดบางแสน จำนวน 4 กลุ่มคือ ที่พักแรม อาคารพาณิชย์และห้องอาบน้ำจืด ร้านเคลื่อนที่ ได้แก่ หาบเร่ แผงลอย และผู้ให้เช่ารถจักรยาน จักรยานยนต์ สกู๊ตเตอร์ ห่วงยาง จำนวน 265 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมในระดับปานกลางถึงสูง และพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินกิจการ ประเภทกิจการ การอบรม ประชุม หรือสัมมนา ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และความเกี่ยวข้องกับผู้นำชุมชนในพื้นที่กับการมีส่วนร่วมอย่างมีนัยสำคัญ

ปัญหา อุปสรรคของการมีส่วนร่วมคือ การมีเวลาไม่เพียงพอในการปฏิบัติกิจกรรมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมชายหาด แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการยินดีจ่ายเงินในจำนวนที่เหมาะสมในกรณีที่มีการขอความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม

กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ธันวาคม 2542) ได้ทำวิจัยเรื่อง ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2541 พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมยังคงเป็นกรุงเทพฯ แต่ปัญหาด้านการจราจร และข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวลดลง แต่แหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลกลับกลายเป็นแหล่งที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งพัทยา ภูเก็ต สมุย และหัวหิน ชะอำ นักท่องเที่ยวจะทางเดินทางไปเองโดยไม่ผ่านบริษัททัวร์ และมักจะเข้าพักรีสอร์ทหรือเกสต์เฮาส์

สิ่งจูงใจในการเดินทาง ประกอบด้วย ปัจจัยหลัก 3 ปัจจัยคือ ความสวยงามและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมและการช้อปปิ้งในประเทศไทย ราคาทัวร์และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวจะมีผลค่อนข้างมากต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว ขณะที่แรงดึงดูดใจด้านช้อปปิ้ง ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมประเพณีเป็นปัจจัยหลักต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเอง

สิทธิกร มากนวน (2543) ศึกษาปัจจัยและกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับทะเลน้อย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับทะเลน้อย ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณรอบ ๆ ทะเลน้อย และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวทะเลน้อย การศึกษาครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลน้อย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวทะเลน้อยมี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านนักท่องเที่ยว เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว การกระจายของนักท่องเที่ยว กิจกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น ปัจจัยด้านสภาพพื้นที่ เช่น สถานที่ตั้งมีภูมิอากาศเหมาะสม วิถีชีวิตชุมชนผลิตภัณฑ์ สินค้าพื้นเมือง เป็นต้น และปัจจัยด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่ การเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวสะดวก บริการที่พักแรมมีคุณภาพ การดูแลความปลอดภัยมีประสิทธิภาพ เป็นต้น ส่วนกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลน้อยที่ควรมีได้แก่ การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและสินค้าพื้นเมืองอย่างต่อเนื่อง การก่อสร้างที่พักแรมเพิ่มขึ้นพร้อมกับการบริการดีขึ้น มีร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้น การปรับปรุงระบบการรักษาความปลอดภัยทั้งภายในและภายนอก เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย และควรมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานโดยการปรับปรุงเส้นทางเดินพร้อมติดตั้งไฟฟ้าและประปามากขึ้น

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยไว้ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ข้อมูลดังนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้สูตรคำนวณการสุ่มตัวอย่างด้วย วิธี Quota Sampling

การสุ่มตัวอย่าง และการกำหนดจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยว

การสุ่มตัวอย่าง

สุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศด้วยวิธี Quota Sampling โดยใช้ สักส่วนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กลุ่มประเทศยุโรป เอเชีย และอเมริกา ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด เป็นตัวกำหนดจำนวนตัวอย่าง มีขั้นตอน ดังนี้

(1) กำหนดจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (n) จากสูตร

$$n = \frac{NZ^2 (CV)^2}{Z^2 (CV)^2 + (N-1) E^2}$$

เมื่อ n	คือ	จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
N	คือ	จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมด
Z	คือ	คะแนนมาตรฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% (Z = ± 2.58)
C.V.	คือ	สัมประสิทธิ์ความแปรผัน (กำหนดให้ C.V. = 0.5)
E	คือ	ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลจากตัวอย่างที่จะยอมรับได้ กำหนดให้ E = 1.45%

ในการคำนวณจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กลุ่มประเทศยุโรป เอเชีย และอเมริกาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด ปี 2541 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กลุ่มประเทศยุโรป เอเชีย และอเมริกาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดระยอง และจังหวัดตราดทั้งหมดของปี 2539 (N) ซึ่งมี 2,014,023 คน เป็นฐานในการคำนวณ ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมดของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2541 ดังนี้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{NZ^2 (CV)^2}{Z^2 (CV)^2 + (N-1) E^2} \\
 &= \frac{2,014,023 (2.58)^2 (0.5)^2}{(2.58)^2 (0.5)^2 + (2,014,023 - 1) (0.0145)^2} \\
 &= 7,883.88
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงกำหนดจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมด 7,900 ราย

(2) คำนวณจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของแต่ละกลุ่ม (n_i) โดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นตัวกำหนดจำนวนตัวอย่าง ซึ่งใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$n_i = P_i \cdot n$$

เมื่อ n_i คือ จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่ม i
 P_i คือ สัดส่วนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่ม i ซึ่ง

$$P_i = \frac{N_i}{N}$$

เมื่อ N_i คือ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมดของกลุ่ม i
 N คือ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมดของกลุ่มยุโรป เอเชีย และอเมริกา

จากวิธีการคำนวณจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของแต่ละกลุ่ม (n_i) ดังกล่าวข้างต้น จะได้จำนวนตัวอย่างดังแสดงไว้ในตาราง 1

ตารางที่ 1 จำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

จ.ระยอง และ จ.ตราด

ประเทศถิ่นที่อยู่	จำนวนประชากร	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง ที่คำนวณได้	จำนวนสุ่มตัว อย่าง 10%
เอเชีย	1,182,184	61.97	4,896	490
ยุโรป	621,390	32.57	2,573	257
อเมริกา	104,255	5.46	431	43
รวม	1,907,829	100.00	7,900	790

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งจัดพิมพ์เป็นภาษาต่างประเทศ 6 ภาษา ได้แก่ อังกฤษ ญี่ปุ่น เกาหลี จีน ฝรั่งเศส และเยอรมัน โครงสร้างแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวประกอบด้วย คำถาม 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เช่น ประเทศถิ่นที่อยู่ และสัญชาติของนักท่องเที่ยว ระบุรายได้ อาชีพ อายุ เพศ และสถานภาพสมรส

ตอนที่ 2 เจตคติและความประทับใจ เช่น วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ลักษณะการจัดการเดินทาง การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ระยะเวลาเฉลี่ยที่พำนักในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ค่าใช้จ่ายในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว และตลอดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ตลอดจนแรงจูงใจ ทักษะคติ ความประทับใจ ปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีต่อภาคตะวันออกของประเทศไทย

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว โดยพนักงานสัมภาษณ์ที่ผ่านการอบรม และคัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศนั้น ๆ เป็นอย่างดี

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยทำการวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเจตคติและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีต่อภาคตะวันออกของประเทศไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

- ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นอื่น ๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามประเทศ

ประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
อังกฤษ	140	17.07
ญี่ปุ่น	131	15.98
เยอรมัน	121	14.76
จีน	95	11.58
อเมริกา	58	7.07
ฝรั่งเศส	52	6.34
เกาหลี	42	5.12
สิงคโปร์	27	3.29
เนเธอร์แลนด์	26	3.17
สวีเดน	24	2.93
แคนาดา	17	2.07
ฮ่องกง	16	1.95
อิตาลี	15	1.83
มาเลเซีย	14	1.71
สวีเดน	10	1.22

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ออสเตรเลีย	7	0.85
ไต้หวัน	5	0.61
ฟิลิปปินส์	4	0.49
โปแลนด์	3	0.37
เบลเยียม	3	0.37
อินโดนีเซีย	3	0.37
สเปน	3	0.37
อิสราเอล	2	0.24
นอร์เวย์	2	0.24
รวม	820	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.07 รองลงไปตามลำดับได้แก่ชาวญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 15.98 ชาวเยอรมันร้อยละ 14.76 ชาวจีนคิดเป็นร้อยละ 11.58 ชาวอเมริกาคิดเป็นร้อยละ 7.07 ชาวฝรั่งเศสคิดเป็นร้อยละ 6.34 ชาวเกาหลีคิดเป็นร้อยละ 5.12 ชาวสิงคโปร์คิดเป็นร้อยละ 3.29 ชาวเนเธอร์แลนด์ คิดเป็นร้อยละ 3.17 ชาวสวีตเซอร์แลนด์คิดเป็นร้อยละ 2.93 ชาวแคนาดาคิดเป็นร้อยละ 2.07 ชาวฮ่องกงคิดเป็นร้อยละ 1.95 ชาวอิตาลีคิดเป็นร้อยละ 1.83 ชาวมาเลเซียคิดเป็นร้อยละ 1.71 ชาวสวีเดนคิดเป็นร้อยละ 1.22 ชาวออสเตรเลียคิดเป็นร้อยละ 0.85 ชาวไต้หวัน คิดเป็นร้อยละ 0.61 ชาวฟิลิปปินส์ คิดเป็นร้อยละ 0.49 ชาวโปแลนด์ ชาวเบลเยียม ชาวอินโดนีเซีย และชาว สเปนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.37 ชาวอิสราเอล และชาวนอร์เวย์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.24

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	560	68.29
หญิง	260	31.71
รวม	820	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นชาย คิดเป็นร้อยละ 68.29 และหญิง คิดเป็นร้อยละ 31.71

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15	9	1.10
15-24	147	17.93
25-34	237	28.90
35-44	177	21.58
45-54	139	16.95
55-64	80	9.76
มากกว่า 65	31	3.78
รวม	820	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้แยกตามช่วงอายุ จำนวนมากที่สุดได้แก่ช่วงอายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.90 รองลงไปตามลำดับได้แก่ช่วงอายุ 35 – 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.58 ช่วงอายุ 15 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.93 ช่วงอายุ 45 – 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.95 ช่วงอายุ 55 – 64 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.76 ช่วงอายุมากกว่า 65 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.78 และช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.10

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	422	51.47
แต่งงาน	309	37.69
หย่า	48	5.85
แยกกันอยู่	28	3.41
ม่าย	13	1.59
รวม	820	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.47 รองลงไปตามลำดับได้แก่สถานภาพแต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 37.68 สถานภาพหย่า คิดเป็นร้อยละ 5.58 สถานภาพแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 3.41 และสถานภาพม่ายเป็นร้อยละ 1.59

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามอาชีพ

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
วิชาชีพเฉพาะ	125	15.24
เจ้าหน้าที่ของรัฐและทหาร	26	3.17
ผู้บริหาร	102	12.44
พ่อค้า นักธุรกิจ	118	14.39
เกษตรกร	9	1.10
ผู้ใช้แรงงาน	50	6.10
พนักงานบริการ	60	7.32
แม่บ้าน	51	6.22

ตารางที่ 5 (ต่อ)

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา เยาวชน	101	12.32
เกษียณอายุ	70	8.54
อื่นๆ	108	13.16
รวม	820	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ประกอบวิชาชีพเฉพาะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.24 รองลงไปตามลำดับได้แก่พ่อค้า นักธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.39 อาชีพอื่นๆ ร้อยละ 13.16 ผู้บริหาร คิดเป็นร้อยละ 12.44 นักเรียน นักศึกษา เยาวชน คิดเป็นร้อยละ 12.32 เกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 8.54 พนักงานบริการ คิดเป็นร้อยละ 7.32 แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 6.22 ผู้ใช้แรงงาน คิดเป็นร้อยละ 6.10 เจ้าหน้าที่ของรัฐและทหาร คิดเป็นร้อยละ 3.17 และเกษตรกรน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.10

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามรายได้ต่อปี (US\$)

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า10000	142	17.32
10001 – 20000	87	10.61
20001 – 30000	123	15.00
30001 – 40000	85	10.37
40001 – 50000	106	12.92
50001 – 60000	53	6.46
60001 – 70000	46	5.61
70001 – 80000	30	3.66
มากกว่า80001	52	6.34
ไม่มีรายได้	96	11.71
รวม	820	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มากที่สุดเป็นผู้มีรายได้น้อยกว่า 10000 US\$ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.32 รองลงไปตามลำดับได้แก่รายได้ 20000 – 30000 US\$ คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายได้ 40000 – 50000 US\$ คิดเป็นร้อยละ 12.92 ผู้ไม่มีรายได้ ร้อยละ 11.71 รายได้ 10000 – 20000 US\$ คิดเป็นร้อยละ 10.61 รายได้ 30000 – 40000 US\$ คิดเป็นร้อยละ 10.37 รายได้ 50000 – 60000 US\$ คิดเป็นร้อยละ 6.46 รายได้มากกว่า 80000 US\$ คิดเป็นร้อยละ 6.34 รายได้ 60000 – 70000 US\$ คิดเป็นร้อยละ 5.61 และรายได้ 70000 - 80000 US\$ เป็นร้อยละ 3.66

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามวัตถุประสงค์การมาเที่ยวประเทศไทย

วัตถุประสงค์การ	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อนวันหยุด	693	84.51
ทำธุรกิจ	52	6.34
ประชุมสัมมนา	2	0.24
งานราชการ	3	0.37
ได้รับรางวัลจากหน่วยงาน	23	2.80
อื่นๆ	47	5.74
รวม	820	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การมาเที่ยวพักผ่อนวันหยุดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.51 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทำธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.34 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.74 ได้รับรางวัลจากหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 2.80 งานราชการ คิดเป็นร้อยละ 0.37 และประชุมสัมมนาน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.24

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามลักษณะของกลุ่มเดินทาง (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ลักษณะของกลุ่ม	ร้อยละ
มาตามลำพัง	24.26
มากับคู่สมรส	15.81
มากับบุตรหลาน	7.03
มากับญาติ	7.79
มากับเพื่อน	39.19
อื่นๆ	5.93
รวม	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.19 รองลงไปตามลำดับได้แก่มาตามลำพังคิดเป็นร้อยละ 24.26 มากับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 15.81 มากับญาติ คิดเป็นร้อยละ 7.79 มากับบุตรหลาน คิดเป็นร้อยละ 7.03 และอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.93

ตอนที่ 2 ข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามจำนวนวันที่ท่องเที่ยวอยู่ในภาคตะวันออก

จำนวนวัน	ร้อยละ
1	1.25
2	8.86
3	8.48
4	6.20
5	6.70
6	5.31
7	9.11
8	4.55
9	0.87
10	5.31
11	0.62
12	1.63
13	0.49
14	6.07
15	3.03
16	0.49
17	0.87
18	0.49
19	0.37
20	3.41
21	3.79
22	0.87
23	0.37
24	0.75
25	1.13

ตารางที่ 9 (ต่อ)

จำนวนวัน	ร้อยละ
26	0.75
28	1.51
29	0.13
30	5.32
31	0.13
34	0.13
35	0.25
36	0.13
37	0.25
40	0.76
41	0.13
42	0.63
45	0.38
46	0.25
49	0.63
50	0.63
53	0.13
56	0.38
60	2.6
รวม	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้อยู่ในประเทศไทย 7 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.11 รองลงไปตามลำดับได้แก่ อยู่ 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 8.86 อยู่ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 8.48 อยู่ 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 6.70 อยู่ 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 6.20 อยู่ 14 วัน คิดเป็นร้อยละ 6.07 อยู่ 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 5.32 อยู่ 6 วันและ 10 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.31 อยู่ 8 วัน คิดเป็นร้อยละ 4.55 อยู่ 21 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.79 อยู่ 20 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.41 อยู่ 15 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.03 อยู่ 90 วัน คิดเป็นร้อยละ 2.88 อยู่ 60 วัน คิดเป็นร้อยละ 2.66 อยู่ 12 วัน คิดเป็นร้อยละ

1.63 อยู่ 28 วัน คิดเป็นร้อยละ 1.51 อยู่ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 1.25 อยู่ 9 วัน 17 วันและ 22 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.87 อยู่ 40 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.79 อยู่ 24 วันและ 26 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.75 อยู่ 42 วัน 49 วัน 50 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.63 อยู่ 11 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.62 อยู่ 18 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.49 อยู่ 80 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.51 อยู่ 13 วันและ 16 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.49 อยู่ 45 วัน 6 วันและ 70 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.38 อยู่ 19 วันและ 23 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.37 อยู่ 35 วัน 37 วันและ 46 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.25 และอยู่ 29 วัน 31 วัน 34 วัน 36 วัน 41 วัน 53 วันและ 78 วันน้อยที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.13

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามประเภทการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวอิสระ	577	70.35
นักท่องเที่ยวกลุ่ม	243	29.65
รวม	820	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวแบบอิสระ 577 คนคิดเป็นร้อยละ 70.35 และเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม 243 คน คิดเป็นร้อยละ 29.65

ตารางที่ 11 แสดงการมาเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นครั้งแรก

เดินทางมาภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นครั้งแรก	ร้อยละ
ไม่ใช่	55.75
ใช่	44.25
รวม	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ไม่ได้เดินทางมาเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 55.75 และเดินทางมาเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นครั้งแรก คิดเป็น 44.25

ตารางที่ 12 แสดงสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่อยู่ในภาคตะวันออก (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

สถานที่	ร้อยละ
ชายหาดพัทยา	30.00
ชายหาดจอมเทียน (พัทยา)	13.66
คลับ ผับ ดิสโก้ (พัทยา)	13.27
คาบาเร่ต์ โชว์ (พัทยา)	11.71
สวน (Park) และสวนสัตว์ (พัทยา)	13.56
เกาะเสม็ด (ระยอง)	11.67
เกาะช้าง (ตราด)	6.13
รวม	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ชายหาดพัทยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงไปตามลำดับได้แก่ชายหาดนาจอมเทียน คิดเป็นร้อยละ 13.66 สวน (Park) และสวนสัตว์ (พัทยา) ร้อยละ 13.56 คลับ ผับ ดิสโก้ (พัทยา) ร้อยละ 13.27 คาบาเร่ต์ โชว์ (พัทยา) ร้อยละ 11.71 เกาะเสม็ด (ระยอง) ร้อยละ 11.67 และเกาะช้าง (ตราด) น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.13

ตารางที่ 13 ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทาง

ยานพาหนะ	ร้อยละ
รถโดยสารสาธารณะ	20.06
รถตู้	6.10
รถจักรยานยนต์	7.99
รถแท็กซี่	29.10
รถลีมูซีน	4.35
รถโค้ช	12.27

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ยานพาหนะ	ร้อยละ
เรือเฟอร์รี่	10.87
รถจักรยาน	2.74
อื่นๆ	6.52
รวม	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เดินทางด้วยรถแท็กซี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.10 รองลงไปตามลำดับได้แก่รถโดยสารสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 20.06 รถโค้ช ร้อยละ 12.27 เรือเฟอร์รี่ ร้อยละ 10.87 รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 7.99 อื่นๆ ร้อยละ 6.52 รถตู้ ร้อยละ 6.10 รถสิมูซัน ร้อยละ 4.35 และรถจักรยาน ร้อยละ 2.74

ตารางที่ 14 แสดงแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลก่อนเดินทางมาภาคตะวันออก (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

แหล่งข้อมูล	ร้อยละ
เอเจนต์ทัวร์	20.83
ททท. / สถานทูต	1.69
สายการบิน	3.05
ญาติและเพื่อน	24.08
โทรทัศน์	6.42
นิตยสาร	8.37
หนังสือนำเที่ยว	22.39
สิ่งพิมพ์โฆษณา	2.92
อินเทอร์เน็ต	7.46
อื่นๆ	2.79
รวม	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้รับทราบข้อมูลก่อนการมาเที่ยวจากญาติและเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.08 รองลงไปตามลำดับได้แก่หนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 22.39 เอเจนต์ทัวร์ ร้อยละ 20.83 นิตยสาร ร้อยละ 8.37 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 7.46 โทรทัศน์ ร้อยละ 6.42 สายการบิน ร้อยละ 3.05 สิ่งพิมพ์โฆษณา ร้อยละ 2.92 อื่นๆ ร้อยละ 2.79 และททท./ สถานทูตน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.69

ตารางที่ 15 แสดงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออกเฉียง

ปัจจัย / แรงจูงใจ	ไม่มี	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
ธรรมชาติ	7.01	12.17	29.50	33.86	17.46	100.00
ชีวิตยามค่ำคืน	15.67	19.32	26.89	25.46	12.66	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	9.67	14.31	33.38	32.29	10.35	100.00
การซื้อของ	14.27	22.13	29.07	24.40	10.13	100.00
ราคาทัวร์	12.61	14.33	36.82	24.36	11.89	100.00
อาหาร	7.57	12.79	29.11	32.64	17.18	100.00
ประชาชนที่พัก	6.27	9.33	28.67	34.13	21.60	100.00
ความปลอดภัย	27.86	24.65	25.35	15.32	6.82	100.00
ข้อมูลการท่องเที่ยว	9.95	18.70	42.84	20.29	8.22	100.00
อื่นๆ	15.42	26.64	34.42	18.69	4.83	100.00
	29.55	6.82	15.91	17.05	30.68	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงมีดังนี้

ธรรมชาติ เป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวมาก คิดเป็นร้อยละ 33.86 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจปานกลาง คิดเป็น ร้อยละ 29.50 จูงใจมากที่สุด ร้อยละ 17.46 จูงใจน้อย ร้อยละ 12.17 และไม่เป็นแรงจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 7.01

ชีวิตยามค่ำคืน เป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.89 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจมาก คิดเป็นร้อยละ 25.46 จูงใจน้อย ร้อยละ 19.32 ไม่จูงใจ ร้อยละ 15.67 และจูงใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.66

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ เป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.38 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจมาก คิดเป็นร้อยละ 32.29 จูงใจน้อย ร้อยละ 14.31 จูงใจมากที่สุด ร้อยละ 10.35 และไม่เป็นแรงจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 9.67

การซื้อของ เป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.07 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจมาก คิดเป็นร้อยละ 24.40 จูงใจน้อย ร้อยละ 22.13 ไม่จูงใจ ร้อยละ 14.27 และจูงใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.13

ราคาทัวร์ เป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.82 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจมาก คิดเป็นร้อยละ 24.36 จูงใจน้อย ร้อยละ 14.33 ไม่จูงใจ ร้อยละ 12.61 และจูงใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.89

อาหาร เป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวมาก คิดเป็นร้อยละ 32.64 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.11 จูงใจมากที่สุด ร้อยละ 17.89 จูงใจน้อย ร้อยละ 12.79 และไม่จูงใจ คิดเป็นร้อยละ 7.57

ประชาชน เป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวมาก คิดเป็นร้อยละ 34.13 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.67 จูงใจมากที่สุด ร้อยละ 21.60 จูงใจน้อย ร้อยละ 9.33 และไม่จูงใจน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.27

ที่พัก ไม่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.86 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.35 จูงใจ ร้อยละ 24.65 จูงใจมาก ร้อยละ 15.32 และจูงใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.82

ความปลอดภัย เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 42.84 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจมาก คิดเป็นร้อยละ 20.29 จูงใจน้อย ร้อยละ 18.70 ไม่เป็นแรงจูงใจ ร้อยละ 9.95 และจูงใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.22

ข้อมูลการท่องเที่ยว เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.42 รองลงไปตามลำดับได้แก่จูงใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 26.64 จูงใจมาก ร้อยละ 18.69 ไม่จูงใจ ร้อยละ 15.42 และจูงใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.83

ปัจจัยอื่นๆ เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมาก คิดเป็นร้อยละ 30.68 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่จูงใจ คิดเป็นร้อยละ 29.55 จูงใจมาก ร้อยละ 17.05 จูงใจปานกลาง ร้อยละ 15.91 และจูงใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.82

ตารางที่ 16 แสดงทัศนคติที่มีต่อปัจจัยการท่องเที่ยว ก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออกเฉียง

ปัจจัยการท่องเที่ยว	ทัศนคติ	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ดีมาก	เฉยๆ	รวม
ธรรมชาติ		42.16	41.18	16.67	0.00	0.00	0.00	100.00
ชีวิตยามค่ำคืน		17.09	36.61	24.23	8.67	2.55	10.33	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ		17.60	41.80	29.40	5.77	1.71	6.96	100.00
การซื้อของ		16.18	35.54	30.06	7.64	2.29	8.28	100.00
ราคาทัวร์		21.69	33.38	31.82	4.29	1.43	7.40	100.00
อาหาร		25.84	37.34	22.87	4.26	3.23	6.46	100.00
ประชาชน		27.52	40.31	20.41	3.36	2.58	5.81	100.00
ที่พัก		12.86	39.76	36.35	5.77	1.05	4.20	100.00
ความปลอดภัย		9.88	30.95	37.84	12.61	2.86	5.85	100.00
ข้อมูลการท่องเที่ยว		6.72	29.08	43.07	8.92	1.65	10.56	100.00
อื่นๆ		9.59	19.18	19.18	6.85	2.74	42.47	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่าก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออกเฉียงกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีทัศนคติต่อปัจจัยการท่องเที่ยวดังนี้

ธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดีมาก คิดเป็นร้อยละ 42.16 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 41.18 ทัศนคติปานกลาง ร้อยละ 16.67 และทัศนคติไม่ดี ไม่ดีมากและเฉยๆ เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ชีวิตยามค่ำคืน กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 36.61 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 24.23 ทัศนคติดีมาก ร้อยละ 17.60 ทัศนคติเฉยๆ ร้อยละ 10.33 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 8.67 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 2.55

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 41.08 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.40 ทัศนคติดีมาก ร้อยละ 15.09 ทัศนคติเฉยๆ ร้อยละ 6.96 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 5.77 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 1.71

การซื้อของ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 35.54 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.06 ทัศนคติดีมาก ร้อยละ 16.18 ทัศนคติเฉยๆ ร้อยละ 8.28 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 7.64 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 2.29

ราคาทัวร์ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 33.38 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.82 ทัศนคติดีมาก ร้อยละ 21.69 ทัศนคติเฉยๆ ร้อยละ 7.40 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 4.29 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 1.43

อาหาร กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 37.34 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติดีมาก คิดเป็นร้อยละ 25.84 ทัศนคติปานกลาง ร้อยละ 22.87 ทัศนคติเฉยๆ ร้อยละ 6.46 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 4.26 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 3.23

ประชาชน กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 40.31 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติดีมาก คิดเป็นร้อยละ 27.52 ทัศนคติปานกลาง ร้อยละ 20.41 ทัศนคติเฉยๆ ร้อยละ 5.81 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 3.36 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 2.58

ที่พัก กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 39.76 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติปานกลาง ร้อยละ 36.35 ทัศนคติดีมาก ร้อยละ 12.86 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 5.77 ทัศนคติเฉยๆ ร้อยละ 4.20 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 1.05

ความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.84 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 30.95 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 12.61 ทัศนคติดีมาก ร้อยละ 9.88 ทัศนคติเฉยๆ ร้อยละ 5.85 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 2.86

ข้อมูลการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.07 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติดี คิดเป็นร้อยละ 29.08 ทัศนคติเฉยๆ ร้อยละ 10.56 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 8.92 ทัศนคติดีมาก ร้อยละ 6.72 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 1.65

ปัจจัยอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 42.47 รองลงไปตามลำดับได้แก่ทัศนคติดีและปานกลางเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.18 ทัศนคติดีมาก ร้อยละ 9.59 ทัศนคติไม่ดี ร้อยละ 6.85 และทัศนคติไม่ดีมาก คิดเป็นร้อยละ 2.74

ตารางที่ 17.1 แสดงจำนวนวันที่ท่องเที่ยวบริเวณชายหาดพัทยา

จำนวนวัน	ร้อยละ
0	0.49
1	19.44
2	19.44
3	14.05
4	6.37
5	4.57
6	2.94
7	3.10
8	1.30
9	0.32
10	5.55
11	0.49
12	0.49
14	3.10
15	1.96
16	0.33
17	0.49
18	0.16
20	1.80
21	1.96
24	0.82
25	0.65
26	0.16
28	0.49
29	0.16
30	3.59
35	0.33

ตารางที่ 17.1 (ต่อ)

จำนวนวัน	ร้อยละ
42	0.49
45	0.33
46	0.16
49	0.49
50	0.49
53	0.16
55	0.16
60	1.63
69	0.16
76	0.16
80	0.33
90	0.89
รวม	100.00

จากตารางที่ 17.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ท่องเที่ยวบริเวณชายหาดพัทยา จำนวน 1 วันและ 2 วันมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.44 รองลงไปตามลำดับได้แก่เที่ยว 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 14.05 เที่ยว 4 วัน ร้อยละ 6.37 เที่ยว 5 วัน ร้อยละ 4.57 เที่ยว 30 วัน ร้อยละ 3.59 เที่ยว 7 วันและ 14 วันเท่ากัน ร้อยละ 3.10 เที่ยว 6 วัน ร้อยละ 2.94 เที่ยว 15 วันและ 21 วันเท่ากัน ร้อยละ 1.96 เที่ยว 20 วันและ ร้อยละ 1.80 เที่ยว 60 วัน ร้อยละ 1.63 เที่ยว 8 วัน ร้อยละ 1.30 เที่ยว 90 วัน ร้อยละ 0.89 เที่ยว 24 วัน ร้อยละ 0.82 เที่ยว 25 วัน ร้อยละ 0.65 เที่ยว 0 วัน 11 วัน 12 วัน 17 วัน 28 วัน 42 วัน 49 วันและ 50 วันเท่ากัน ร้อยละ 0.49 เที่ยว 35 วัน 45 วันและ 80 วันเท่ากัน ร้อยละ 0.33 เที่ยว 9 วัน ร้อยละ 0.32 และเที่ยว 18 วัน 26 วัน 46 วัน 53 วัน 55 วัน 69 วัน และ 76 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.16

ตารางที่ 17.2 แสดงจำนวนวันที่ท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจอมเทียน (พัทยา)

จำนวนวัน	ร้อยละ
0	0.35
1	29.93
2	10.92
3	7.39
4	3.87
5	4.93
6	2.11
7	5.28
8	0.35
9	0.35
10	9.15
11	0.70
12	1.41
14	1.41
15	3.87
17	1.06
19	0.35
20	5.99
21	1.76
24	0.70
26	0.35
28	0.70
30	2.46
35	0.35
40	0.35
42	0.35
49	1.06

ตารางที่ 17.2 (ต่อ)

จำนวนวัน	ร้อยละ
50	0.35
53	0.35
60	0.70
90	1.10
รวม	100.00

จากตารางที่ 17.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจอมเทียน จำนวน 1 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.93 รองลงไปตามลำดับได้แก่เที่ยว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 10.92 เที่ยว 10 วัน ร้อยละ 9.15 เที่ยว 3 วัน ร้อยละ 7.39 เที่ยว 20 วัน ร้อยละ 5.99 เที่ยว 7 วัน ร้อยละ 5.28 เที่ยว 5 วัน ร้อยละ 4.93 เที่ยว 4 วันและ 15 วันเท่ากัน ร้อยละ 3.87 เที่ยว 30 วัน ร้อยละ 2.46 เที่ยว 6 วัน ร้อยละ 2.11 เที่ยว 21 วัน ร้อยละ 1.76 เที่ยว 12 วันและ 14 วันเท่ากัน ร้อยละ 1.41 เที่ยว 90 วัน ร้อยละ 1.10 เที่ยว 17 วันและ 49 วัน ร้อยละ 1.06 เที่ยว 11 วัน 24 วัน 28 วันและ 60 วันเท่ากัน ร้อยละ 0.70 และเที่ยว 0 วัน 8 วัน 9 วัน 19 วัน 26 วัน 35 วัน 40 วัน 42 วัน 50 วันและ 53 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.35

ตารางที่ 17.3 แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวเที่ยวกลับ ผับ คิสโก้ (พัทยา)

จำนวนวัน	ร้อยละ
0	0.72
1	27.71
2	14.98
3	11.98
4	5.61
5	6.08
6	2.62
7	5.24

ตารางที่ 17.3 (ต่อ)

จำนวนวัน	ร้อยละ
8	1.50
10	6.37
11	0.37
12	1.50
14	0.75
15	0.37
16	0.37
17	0.37
18	1.50
19	0.37
20	2.25
21	0.37
24	1.12
25	0.37
30	1.87
37	0.37
40	0.75
50	1.87
60	0.75
69	0.37
72	0.37
80	0.37
85	0.37
90	0.37
รวม	100.00

จากตารางที่ 17.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เกี่ยวข้องกับ ผับ คิสโก้ในพัทยา จำนวน 1 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.71 รองลงไปตามลำดับได้แก่เที่ยว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 14.98 เที่ยว 3 วัน ร้อยละ 11.98 เที่ยว 10 วัน ร้อยละ 6.37 เที่ยว 5 วัน ร้อยละ 6.08 เที่ยว 4 วัน ร้อยละ 5.61 เที่ยว 7 วัน ร้อยละ 5.24 เที่ยว 6 วัน ร้อยละ 2.62 เที่ยว 20 วัน ร้อยละ 2.25 เที่ยว 30 วันและ 50 วัน ร้อยละ 1.87 เที่ยว 8 วัน 12 วันและ 18 วันเท่ากัน ร้อยละ 1.50 เที่ยว 24 วัน ร้อยละ 1.12 เที่ยว 14 วัน 40 วันและ 60 วันเท่ากัน ร้อยละ 0.75 เที่ยว 0 วัน ร้อยละ 0.72 และเที่ยว 11 วัน 15 วัน 16 วัน 17 วัน 19 วัน 21 วัน 25 วัน 37 วัน 69 วัน 72 วัน 80 วัน 85 วันและ 90 วันเท่ากันน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.37

ตารางที่ 17.4 แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวคาบาเร่ต์โชว์ (พัทยา)

จำนวนวัน	ร้อยละ
0	0.49
1	68.48
2	15.76
3	3.94
4	1.97
5	1.97
6	0.49
7	1.48
10	5.42
รวม	100.00

จากตารางที่ 17.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เที่ยวคาบาเร่ต์โชว์ (พัทยา) เป็นเวลา 1 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.48 รองลงไปตามลำดับได้แก่เที่ยว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 15.67 เที่ยว 10 วัน คิดเป็นร้อยละ 5.42 เที่ยว 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.94 เที่ยว 4 วันและ 5 วันเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.97 เที่ยว 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 1.48 และไม่ได้เที่ยวและ เที่ยว 6 วันเท่ากันน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.49

ตารางที่ 17.5 แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมสวน (Park) และสวนสัตว์ในพัทยา

จำนวนวัน	ร้อยละ
0	0.41
1	56.73
2	17.96
3	7.35
4	2.45
5	6.12
6	1.63
7	1.22
8	0.41
10	2.86
12	0.82
13	0.41
24	0.82
30	0.82
รวม	100.00

จากตารางที่ 17.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ท่องเที่ยวชมสวน (Park) และสวนสัตว์ในพัทยาจำนวน 1 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.73 น้อยลงไปตามลำดับได้แก่เที่ยว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.96 เที่ยว 3 วัน ร้อยละ 7.35 เที่ยว 5 วัน ร้อยละ 6.12 เที่ยว 10 วัน ร้อยละ 2.86 เที่ยว 4 วัน ร้อยละ 2.45 เที่ยว 6 วัน ร้อยละ 1.63 เที่ยว 7 วัน ร้อยละ 1.22 เที่ยว 12 วัน 24 วันและ 30 วัน ร้อยละ 0.82 และเที่ยว 0 วัน 8 วันและ 13 วันเท่ากันน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.41

ตารางที่ 17.6 แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวเที่ยวเกาะเสม็ด (ระยอง)

จำนวนวัน	ร้อยละ
0	0.41
1	30.49
2	16.26
3	13.82
4	8.54
5	6.50
6	0.81
7	4.07
8	2.03
9	1.22
10	4.88
11	1.22
14	4.07
19	0.81
20	0.81
21	0.81
24	0.81
25	0.41
30	0.41
35	0.41
40	0.41
42	0.41
50	0.41
รวม	100.00

จากตารางที่ 17.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ท้องเทีวเกาะเสม็ดจำนวน 1 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.49 รองลงไปตามลำดับได้แก่เทีว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 16.26 เทีว 3 วัน ร้อยละ 13.82 เทีว 4 วัน ร้อยละ 8.54 เทีว 5 วัน ร้อยละ 6.50 เทีว 10 วัน ร้อยละ 4.88 เทีว 7 วันและ 14 วันเท่ากัน ร้อยละ 4.07 เทีว 8 วัน ร้อยละ 2.03 เทีว 9 วันและ 11 วันเท่ากัน ร้อยละ 1.22 เทีว 6 วัน 19 วัน 20 วัน 21 วันและ 24 วันเท่ากัน ร้อยละ 0.81 และเทีว 0 วัน 25 วัน 30 วัน 35 วัน 40 วัน 42 วันและ 50 วันเท่ากันน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.41

ตารางที่ 17.7 แสดงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวเทีวเกาะช้าง (ตราด)

จำนวนวัน	ร้อยละ
0	1.79
1	29.46
2	15.18
3	8.93
4	10.71
5	6.25
7	8.04
8	2.86
9	0.89
10	6.25
12	1.79
14	1.79
20	1.79
21	0.89
23	0.89
24	1.79
30	0.89
รวม	100.00

จากตารางที่ 17.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ท่องเที่ยวเกาะช้างจำนวน 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 29.46 รองลงไปตามลำดับได้แก่เที่ยว 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 15.18 เที่ยว 4 วัน ร้อยละ 10.71 เที่ยว 3 วัน ร้อยละ 8.93 เที่ยว 7 วัน ร้อยละ 8.04 เที่ยว 5 วันและ 10 วันเท่ากัน ร้อยละ 6.25 เที่ยว 8 วัน ร้อยละ 2.68 เที่ยว 0 วัน 12 วัน 14 วัน 20 วันและ 24 วันเท่ากัน ร้อยละ 1.79 เที่ยว 9 วัน 21 วัน 23 วันและ 30 วันเท่ากันน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.89

ตารางที่ 18.1 แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดพัทยา

กิจกรรม	ร้อยละ
ทำธุรกิจ ประชุม	1.64
ซื้อของ	18.14
เที่ยวกลางคืน	16.81
กินอาหาร	21.81
สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน	6.07
เที่ยวชายหาด	28.94
เดินป่า	0
เล่นกีฬา	7.23
รวม	100.00

จากตารางที่ 18.1 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทำกิจกรรมที่บริเวณชายหาดพัทยาคือเที่ยวชายหาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.94 รองลงไปตามลำดับได้แก่กินอาหาร ร้อยละ 21.81 ด้านซื้อของ ร้อยละ 18.14 เที่ยวกลางคืน ร้อยละ 16.81 เล่นกีฬา ร้อยละ 7.23 สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 6.07 ทำธุรกิจ ประชุม ร้อยละ 1.64 และเดินป่าน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 18.2 แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดนาจอมเทียน (พัทยา)

กิจกรรม	ร้อยละ
ทำธุรกิจ ประชุม	1.61
ซื้อของ	10.16
เที่ยวกลางคืน	8.55
กินอาหาร	24.19
สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน	3.71
เที่ยวชายหาด	42.26
เดินป่า	0
เล่นกีฬา	9.52
รวม	100.00

จากตารางที่ 18.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทำกิจกรรมที่หาดจอมเทียน (พัทยา) คือเที่ยวชายหาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.26 รองลงไปตามลำดับได้แก่กินอาหาร ร้อยละ 24.19 ซื้อของ ร้อยละ 10.16 เล่นกีฬา ร้อยละ 9.52 เที่ยวกลางคืน ร้อยละ 8.55 สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 3.71 ทำธุรกิจ ประชุม ร้อยละ 1.61 และเดินป่าน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 18.3 แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่กลับ ผับ ดิสโก้ (ในพัทยา)

กิจกรรม	ร้อยละ
ทำธุรกิจ ประชุม	1.66
ซื้อของ	6.38
เที่ยวกลางคืน	65.72
กินอาหาร	16.08
สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน	5.91

ตารางที่ 18.3 (ต่อ)

กิจกรรม	ร้อยละ
เที่ยวชายหาด	2.36
เดินป่า	0.71
เล่นกีฬา	1.18
รวม	100.00

จากตารางที่ 18.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทำกิจกรรมที่คล้าย ผับ คิสโก้ (ในพัทยา) คือเที่ยวกลางคืนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.72 รองลงไปตามลำดับได้แก่กินอาหาร คิดเป็นร้อยละ 16.08 ซ็องของ ร้อยละ 6.38 สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 5.91 เที่ยวชายหาด ร้อยละ 2.36 ทำธุรกิจ ประชุม ร้อยละ 1.66 เล่นกีฬา ร้อยละ 1.18 และเดินป่าน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.71

ตารางที่ 18.4 แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวในคาบารัต โซวี

กิจกรรม	ร้อยละ
ทำธุรกิจ ประชุม	2.29
ซ็องของ	3.94
เที่ยวกลางคืน	63.88
กินอาหาร	5.08
สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน	24.81
เที่ยวชายหาด	0
เดินป่า	0
เล่นกีฬา	0
รวม	100.00

จากตารางที่ 18.4 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทำกิจกรรมในคาบาเร่ต์ โชว์คือ เทียวกลางคืนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.88 รองลงไปตามลำดับได้แก่สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 24.81 กินอาหาร ร้อยละ 5.08 ซ็องของ ร้อยละ 3.94 ทำธุรกิจ ประชุม ร้อยละ 2.29 และ เทียวชายหาด , เดินป่าและเล่นกีฬาเท่ากันน้อยที่สุดร้อยละ 0

ตารางที่ 18.5 แสดงกิจกรรมนักท่องเที่ยวในสวน (Park) และสวนสัตว์ (พิทยา)

กิจกรรม	ร้อยละ
ทำธุรกิจ ประชุม	2.44
ซ็องของ	6.62
เทียวกลางคืน	4.18
กินอาหาร	9.76
สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน	44.60
เทียวชายหาด	0
เดินป่า	22.64
เล่นกีฬา	9.76
รวม	100.00

จากตารางที่ 18.5 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทำกิจกรรมในสวน (Park) และ สวนสัตว์ (ในพิทยา) คือสัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.60 รองลงไปตาม ลำดับได้แก่เดินป่า ร้อยละ 22.64 กินอาหารและเล่นกีฬาเท่ากัน ร้อยละ 9.76 ซ็องของ ร้อยละ 6.62 เทียวกลางคืน ร้อยละ 4.18 ทำธุรกิจ ประชุม ร้อยละ 2.44 และเทียวชายหาดน้อยที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 0

ตารางที่ 18.6 แสดงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด (ระยอง)

กิจกรรม	ร้อยละ
ทำธุรกิจ ประชุม	1.86
ชื้อของ	6.15
เที่ยวกลางคืน	10.99
กินอาหาร	20.11
สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน	9.31
เที่ยวชายหาด	35.94
เดินป่า	6.70
เล่นกีฬา	8.94
รวม	100.00

จากรายที่ 18.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทำกิจกรรมที่เกาะเสม็ด (จังหวัดระยอง) คือเที่ยวชายหาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.94 รองลงไปตามลำดับได้แก่กินอาหาร คิดเป็นร้อยละ 20.11 เที่ยวกลางคืน ร้อยละ 10.99 สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 9.31 เล่นกีฬา ร้อยละ 8.94 เดินป่า ร้อยละ 6.70 ชื้อของ ร้อยละ 6.15 และทำธุรกิจ ประชุมน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.86

ตารางที่ 18.7 แสดงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำที่เกาะช้าง (ตราด)

กิจกรรม	ร้อยละ
ทำธุรกิจ ประชุม	2.41
ชื้อของ	5.62
เที่ยวกลางคืน	9.64
อาหาร	18.07
วัฒนธรรมพื้นบ้าน	11.65

ตารางที่ 18.7 (ต่อ)

กิจกรรม	ร้อยละ
เที่ยวชายหาด	33.33
เดินป่า	12.05
เล่นกีฬา	7.23
รวม	100.00

จากตารางที่ 18.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทำกิจกรรมที่เกาะช้าง (จังหวัดตราด) คือเที่ยวชายหาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงไปตามลำดับได้แก่กินอาหาร คิดเป็นร้อยละ 18.07 เดินป่า ร้อยละ 12.05 สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 11.65 เที่ยวกลางคืน ร้อยละ 9.64 เล่นกีฬา ร้อยละ 7.23 ซั๊อของ ร้อยละ 5.62 และทำธุรกิจ ประชุมน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.41

ตารางที่ 19.1 แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดพัทยา

ปัญหา	ไม่มี	เล็กน้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
จราจร	28.79	15.86	18.79	20.69	15.86	100.00
มลภาวะ	21.68	16.96	25.52	19.76	16.08	100.00
ความสะอาด	18.80	24.27	30.77	15.38	10.77	100.00
การสื่อสาร	39.43	21.89	24.53	10.19	3.96	100.00
ความไม่ซื่อสัตย์	66.12	45.60	32.57	14.98	6.84	100.00
ความปลอดภัย	42.96	20.39	20.37	10.93	4.81	100.00
อากาศ	46.84	18.26	17.36	11.93	5.61	100.00
บริการ	42.52	24.09	16.79	11.86	4.74	100.00
ราคาและคุณภาพสินค้า	37.66	23.01	22.80	11.72	4.81	100.00
อื่นๆ	61.29	9.68	19.35	6.45	3.23	100.00

จากตารางที่ 19.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประสบปัญหาและความไม่สะดวกที่ชายหาดพัทยา ดังนี้

ปัญหาจราจร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 28.79 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาหมอก คิดเป็นร้อยละ 20.69 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.79 และประสบปัญหาเล็กน้อยและมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.86

ปัญหามลภาวะ ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.52 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 21.68 ประสบปัญหาหมอก คิดเป็นร้อยละ 19.76 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 16.96 และประสบปัญหาหมอกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.08

ปัญหาความสะอาด ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.77 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 24.27 ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 18.80 ประสบปัญหาหมอก คิดเป็นร้อยละ 15.38 และประสบปัญหาหมอกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.77

ปัญหาการสื่อสาร ไม่ประสบปัญหาหมอกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.43 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 24.35 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.89 ประสบปัญหาหมอก คิดเป็นร้อยละ 10.19 และประสบปัญหาหมอกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.69

ปัญหาความไม่ซื่อสัตย์ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 66.12 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 45.60 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 32.57 ประสบปัญหาหมอก คิดเป็นร้อยละ 14.98 และประสบปัญหาหมอกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.84

ปัญหาความปลอดภัย ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 42.96 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.93 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.37 ประสบปัญหาหมอก คิดเป็นร้อยละ 10.93 และประสบปัญหาหมอกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.81

ปัญหาอากาศ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 46.84 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.26 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.76 ประสบปัญหาหมอก คิดเป็นร้อยละ 11.93 และประสบปัญหาหมอกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.61

ปัญหาบริการ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 42.52 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 24.09 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.79 ประสบปัญหาหมอก คิดเป็นร้อยละ 11.86 และประสบปัญหาหมอกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.74

ปัญหาราคาและคุณภาพสินค้า ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 37.66 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 23.01 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.80 ประสบปัญหาหมอก คิดเป็นร้อยละ 11.72 และประสบปัญหาหมอกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.81

ปัญหาอื่นๆ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 61.29 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.65 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.68 ประสบปัญหา มาก คิดเป็นร้อยละ 6.45 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.23

ตารางที่ 19.2 แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดจอมเทียน (พัทยา)

ปัญหา	ไม่มี	เล็กน้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
จราจร	38.17	20.75	21.99	11.62	7.47	100.00
มลภาวะ	29.96	23.21	19.83	17.30	9.70	100.00
ความสะอาด	22.31	29.34	20.66	14.88	12.81	100.00
การสื่อสาร	42.86	25.89	20.54	8.93	1.79	100.00
ความไม่สะอาด	52.11	21.60	16.43	7.04	2.82	100.00
ความปลอดภัย	51.98	21.15	14.98	7.93	3.96	100.00
อากาศ	56.39	18.50	9.25	11.89	3.96	100.00
บริการ	51.83	21.10	15.14	8.26	3.67	100.00
ราคาและคุณภาพสินค้า	50.00	20.62	13.92	11.34	4.12	100.00
อื่นๆ	66.67	0.00	16.67	0.00	16.67	100.00

จากตารางที่ 19.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประสบปัญหาและความไม่สะดวกที่ชายหาดจอมเทียน ดังนี้

ปัญหาจราจร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 38.17 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.99 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.75 ประสบปัญหา มาก คิดเป็นร้อยละ 11.62 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.47

ปัญหามลภาวะ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 29.96 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 23.21 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.83 ประสบปัญหา มาก คิดเป็นร้อยละ 17.30 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.70

ปัญหาความสะอาด ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 29.34 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 22.31 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.66 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 14.88 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.81

ปัญหาการสื่อสาร ไม่ประสบ คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 25.89 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.54 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 8.93 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.79

ปัญหาความไม่ซื่อสัตย์ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 25.11 รองลงไปตามลำดับได้แก่การประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.06 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.43 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 7.04 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.82

ปัญหาความปลอดภัย ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 51.98 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.15 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.98 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 7.93 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.96

ปัญหาอากาศ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 56.93 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.50 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 11.98 ประสบปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.25 และประสบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.96

ปัญหาการบริการ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 51.83 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.10 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.14 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 8.26 และประสบปัญหาหะหับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.67

ปัญหาราคาและคุณภาพสินค้า ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.62 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.92 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 11.34 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.12

ปัญหาอื่นๆ ไม่ประสบ คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลางและมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และประสบปัญหาเล็กน้อยและมากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 19.3 แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่กลับ ผับ ดิสโก้ (พัทยา)

ปัญหา	ไม่มี	เล็กน้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
จราจร	48.32	16.11	18.12	10.74	6.71	100.00
มลภาวะ	30.82	25.16	25.16	11.32	7.55	100.00
ความสะอาด	30.11	21.51	27.42	15.59	5.38	100.00
การสื่อสาร	43.58	19.55	22.91	9.50	4.47	100.00
ความไม่ซื่อสัตย์	44.13	29.05	16.76	6.15	3.91	100.00
ความปลอดภัย	49.47	18.95	18.95	8.42	4.21	100.00
อากาศ	57.14	20.78	13.99	7.79	1.30	100.00
บริการ	45.41	22.71	16.91	9.18	5.80	100.00
ราคาและคุณภาพสินค้า	44.59	21.02	21.02	8.92	4.46	100.00
อื่นๆ	63.64	9.09	9.09	9.09	9.09	100.00

จากตารางที่ 19.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประสบปัญหาและความไม่สะดวกที่กลับ ผับ ดิสโก้ในพัทยา ดังนี้

ปัญหาจราจร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 48.32 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.12 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 16.11 ประสบปัญหา มาก คิดเป็นร้อยละ 10.74 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.71

ปัญหามลภาวะ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 30.82 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อยและปานกลางเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.16 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 11.32 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.55

ปัญหาความสะอาด ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 30.11 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.42 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.51 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 15.59 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.38

ปัญหาการสื่อสาร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 43.58 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.19 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.55 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 9.50 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.47

ปัญหาความไม่ซื่อสัตย์ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 44.13 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 29.09 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.76 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 6.15 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.19

ปัญหาความปลอดภัย ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 49.47 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อยและมากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.95 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 8.42 และประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 4.21

ปัญหาอากาศ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.78 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.99 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 7.79 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.30

ปัญหาบริการ ไม่ประสบ คิดเป็นร้อยละ 45.41 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 22.71 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.91 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 9.18 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.80

ปัญหาราคาและคุณภาพสินค้า ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 44.59 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อยและปานกลางเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.02 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 8.92 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.46

ปัญหาอื่นๆ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 63.64 และประสบปัญหาเล็กน้อย ปานกลาง มากและมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 19.4 แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่คาบารด์โจวี (พัทยา)

ปัญหา	ไม่มี	เล็กน้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
จราจร	51.69	15.73	14.61	10.11	7.87	100.00
มลภาวะ	46.15	23.08	18.68	7.69	4.40	100.00
ความสะอาด	40.18	20.54	21.43	14.29	3.57	100.00
การสื่อสาร	49.52	22.86	20.00	5.71	1.90	100.00
ความไม่ซื่อสัตย์	53.77	21.70	11.32	9.43	3.77	100.00
ความปลอดภัย	57.27	20.00	13.64	7.27	1.82	100.00
อากาศ	63.44	12.90	12.90	9.68	1.08	100.00
บริการ	49.58	19.33	16.81	11.76	2.52	100.00
ราคาและคุณภาพสินค้า	51.09	17.39	25.00	4.35	2.17	100.00
อื่นๆ	63.64	0.00	18.18	0.00	18.18	100.00

จากตารางที่ 19.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประสบปัญหาและความไม่สะดวกที่คาบารด์โจวีในพัทยา ดังนี้

ปัญหาจราจร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 51.69 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 15.73 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.61 ประสบปัญหา มาก คิดเป็นร้อยละ 10.11 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.87

ปัญหามลภาวะ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 40.18 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 23.08 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.68 ประสบปัญหา มาก คิดเป็นร้อยละ 7.69 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.40

ปัญหาความสะอาด ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 40.18 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.43 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.54 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 14.29 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.57

ปัญหาการสื่อสาร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 49.52 และรองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 22.86 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.00 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 5.71 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.90

ปัญหาความไม่ซื่อสัตย์ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 53.77 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.70 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 11.32 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 9.43 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.77

ปัญหาความปลอดภัย ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 57.27 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.64 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 7.27 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.82

ปัญหาอากาศ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 63.44 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อยและปานกลางเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.90 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 9.68 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.08

ปัญหาบริการ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 49.58 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.33 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.81 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 11.76 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.52

ปัญหาราคาและคุณภาพสินค้า ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 51.09 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.00 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 17.39 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 4.35 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.17

ปัญหาอื่นๆ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาปานกลางและมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.18 และประสบปัญหาเล็กน้อยและมากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 19.5 แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่สวน (Park) และสวนสัตว์ (พัทธา)

ปัญหา	ไม่มี	เล็กน้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
จราจร	51.67	20.83	17.50	8.33	1.67	100.00
มลภาวะ	53.78	27.73	10.92	5.04	2.52	100.00
ความสะอาด	44.44	21.48	16.30	10.37	7.41	100.00
การสื่อสาร	49.18	19.67	20.49	7.38	3.28	100.00
ความไม่ซื่อสัตย์	67.24	13.79	11.21	6.03	1.72	100.00
ความปลอดภัย	61.60	14.40	13.60	7.20	3.20	100.00
อากาศ	57.14	17.65	14.29	8.40	2.52	100.00
บริการ	48.06	20.93	15.50	11.63	3.88	100.00
ราคาและคุณภาพสินค้า	53.07	16.67	17.59	7.41	4.63	100.00
อื่นๆ	64.29	14.29	7.14	0.00	14.29	100.00

จากตารางที่ 19.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประสบปัญหาและความไม่สะดวกที่สวนและสวนสัตว์ในพัทธา ดังนี้

ปัญหาจราจร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 51.67 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.83 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.50 ประสบปัญหา มาก คิดเป็นร้อยละ 8.33 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.67

ปัญหามลภาวะ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 53.78 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 27.73 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 10.92 ประสบปัญหา มาก คิดเป็นร้อยละ 5.04 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.52

ปัญหาความสะอาด ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.48 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.30 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 10.37 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.41

ปัญหาการสื่อสาร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 49.18 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.49 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.67 ประสบปัญหามาก คิดเป็นร้อยละ 7.38 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.28

ปัญหาความไม่ซื่อสัตย์ ไม่ประสบปัญหาคิดเป็นร้อยละ67.24 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อยคิดเป็นร้อยละ13.79 ประสบปัญหาปานกลางคิดเป็นร้อยละ11.21 ประสบปัญหาคิดเป็นร้อยละ6.03 และประสบปัญหามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ1.72

ปัญหาความปลอดภัย ไม่ประสบปัญหาคิดเป็นร้อยละ61.60 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อยคิดเป็นร้อยละ14.40 ประสบปัญหาปานกลางคิดเป็นร้อยละ13.60 ประสบปัญหาคิดเป็นร้อยละ7.20 และประสบปัญหามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ3.20

ปัญหาอากาศ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 17.65 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.29 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 8.40 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.52

ปัญหาบริการ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 48.06 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.93 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.50 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 11.63 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.88

ปัญหาราคาและคุณภาพสินค้า ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 53.70 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.59 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 16.67 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 7.41 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.63

ปัญหาอื่นๆ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 64.29 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อยและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.29 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 7.41 และประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 19.6 แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด (ระยอง)

ปัญหา	ไม่มี	เล็กน้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
จราจร	59.34	21.43	12.09	4.40	2.75	100.00
มลภาวะ	41.79	35.23	16.06	3.11	3.63	100.00
ความสะอาด	31.79	24.62	30.77	9.74	3.08	100.00
การสื่อสาร	40.43	21.28	29.79	7.98	0.53	100.00
ความไม่ซื่อสัตย์	60.77	19.89	14.92	3.87	0.55	100.00
ความปลอดภัย	54.35	19.02	17.93	6.52	2.17	100.00
อากาศ	60.11	14.89	10.64	7.98	6.38	100.00
บริการ	50.27	21.31	16.94	7.65	3.38	100.00
ราคาและคุณภาพสินค้า	41.04	27.17	17.92	9.83	4.05	100.00
อื่นๆ	77.78	11.11	5.56	0.00	5.56	100.00

จากตารางที่ 19.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประสบปัญหาและความไม่สะดวกที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ดังนี้

ปัญหาจราจร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 59.34 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.43 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.09 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 4.40 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.75

ปัญหามลภาวะ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 41.97 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 35.23 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.06 ประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.63 และประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 3.11

ปัญหาความสะอาด ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 31.97 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.77 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 24.62 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 9.74 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.08

ปัญหาการสื่อสาร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 40.43 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.79 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.28 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 7.98 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.53

ปัญหาความไม่ซื่อสัตย์ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 60.77 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.89 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.92 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 3.87 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.55

ปัญหาความปลอดภัย ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 54.35 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.02 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.93 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 6.52 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.17

ปัญหาอากาศ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 60.11 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบ ปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.89 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 10.64 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 7.98 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.38

ปัญหาบริการ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 50.27 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบ ปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.31 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.94 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 7.65 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.83

ปัญหาราคาและคุณภาพสินค้าไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 41.04 รองลงไปตามลำดับ ได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 27.17 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.92 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 9.83 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.05

ปัญหาอื่นๆ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 77.78 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบ ปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 11.11 ประสบปัญหาปานกลางและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.56 และประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 19.7 แสดงการประสบปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวที่เกาะช้าง (ตราด)

ปัญหา	ไม่มี	เล็กน้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
จราจร	60.27	19.18	12.33	6.85	1.37	100.00
มลภาวะ	48.68	34.21	14.47	0.00	2.63	100.00
ความสะอาด	31.65	20.25	26.58	17.72	3.80	100.00
การสื่อสาร	35.62	23.29	28.77	12.33	0.00	100.00
ความไม่ซื่อสัตย์	56.94	26.39	11.11	4.17	1.39	100.00
ความปลอดภัย	56.16	13.70	16.44	10.96	2.74	100.00
อากาศ	59.46	14.86	8.11	12.16	5.41	100.00
บริการ	35.62	20.55	26.03	12.33	5.48	100.00
ราคาและคุณภาพสินค้า	41.18	19.12	25.00	11.76	2.94	100.00
อื่นๆ	76.92	7.69	0.00	0.00	15.38	100.00

จากตารางที่ 19.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประสบปัญหาและความไม่สะดวกที่เกาะช้าง จังหวัดตราด ดังนี้

ปัญหาจราจร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 60.27 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.18 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.33 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 6.85 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.37

ปัญหามลภาวะ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 48.68 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 34.21 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.47 ประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.36 และประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 0.00

ปัญหาความสะอาด ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 31.65 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.58 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.25 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 17.72 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.80

ปัญหาการสื่อสาร ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 35.62 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.77 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 23.29 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 12.33 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.00

ปัญหาความไม่ซื่อสัตย์ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 56.94 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 26.39 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 11.11 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 4.17 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.39

ปัญหาความปลอดภัย ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 56.16 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.70 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.44 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 10.96 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.74

ปัญหาอากาศ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 59.46 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบ ปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.86 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 12.16 ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 8.11 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.41

ปัญหาบริการ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 35.62 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบ ปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.03 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.55 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 12.33 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.48

ปัญหาราคาและคุณภาพสินค้า ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงไปตาม ลำดับได้แก่ประสบปัญหาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.00 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.12 ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 11.76 และประสบปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.94

ปัญหาอื่นๆ ไม่ประสบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 76.92 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประสบ ปัญหามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.38 ประสบปัญหาเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.69 และประสบ ปัญหาปานกลางและมากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 20.1 แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวที่ชายหาดพัทยา

ประทับใจ	ไม่ประทับใจ	ไม่ประทับใจ	ประทับใจ	ประทับใจ	ประทับใจ	รวม
	มาก	ใจ	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
วัฒนธรรม / ประเพณี	4.59	16.78	33.54	26.36	11.38	100.00
ชีวิตยามค่ำคืน	9.80	8.82	23.33	40.00	18.04	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	5.75	11.88	33.91	34.67	13.79	100.00
การซื้อของ	4.97	10.52	31.47	36.33	16.44	100.00
ราคาทัวร์	5.35	8.64	41.56	30.04	14.40	100.00
อาหาร	3.97	5.86	21.93	40.26	27.98	100.00
ประชาชน	2.43	5.14	25.93	41.42	24.81	100.00
กีฬา	18.56	18.56	30.45	22.28	10.15	100.00
ที่พัก	5.50	9.37	35.23	36.05	13.85	100.00
ข้อมูลการท่องเที่ยว	12.24	15.94	36.72	25.87	9.24	100.00
อื่นๆ	17.86	14.29	39.29	17.86	10.71	100.00

จากตารางที่ 20.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีประทับใจปัจจัยการท่องเที่ยวที่ชายหาดพัทยา ดังนี้

วัฒนธรรม / ประเพณี ประทับใจปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.54 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 26.36 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 16.87 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 11.59 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.38

ชีวิตยามค่ำคืน ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.33 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.04 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 9.80 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 8.82

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 34.76 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.91 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.79 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 11.88 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 5.75

การซื้อของ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 36.33 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.74 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.44 ไม่ประทับใจคิดเป็นร้อยละ 10.52 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 4.97

ราคาทัวร์ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.56 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 30.04 ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 14.40 ไม่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.64 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 5.35

อาหาร ประทับใจมากกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.62 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.98 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.93 ไม่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.86 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 3.97

ประชาชน ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 41.42 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลางเป็น ร้อยละ 25.93 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.81 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 5.41 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 2.43

กีฬา ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.45 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.28 ไม่ประทับใจและไม่ประทับใจมากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.56 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.15

ที่พัก ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 36.05 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.23 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.85 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 9.37 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 5.50

ข้อมูลการท่องเที่ยว ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.72 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 25.87 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 15.94 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 12.24 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.24

อื่นๆ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 39.29 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประทับใจมากและประทับใจมากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17.86 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 14.29 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.71

ตารางที่ 20.2 แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวที่ชายหาดจอมเทียน (พัทยา)

ประทับใจ	ไม่ประทับใจ ใจมาก	ไม่ประทับใจ ใจ	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
วัฒนธรรม / ประเพณี	11.54	19.23	44.51	17.03	7.69	100.00
ชีวิตยามค่ำคืน	12.94	20.59	37.65	17.56	11.18	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	5.50	12.50	40.50	32.50	9.00	100.00
การซื้อของ	9.90	19.27	36.46	27.60	6.77	100.00
ราคาทัวร์	5.38	8.98	44.91	29.34	11.38	100.00
อาหาร	1.36	5.43	25.34	47.96	19.91	100.00
ประชาชน	2.76	6.45	29.36	47.00	19.82	100.00
กีฬา	15.66	19.28	31.93	23.49	9.64	100.00
ที่พัก	4.62	6.36	34.68	43.93	10.40	100.00
ข้อมูลการท่องเที่ยว	11.90	18.45	42.16	19.64	7.74	100.00
อื่นๆ	0.00	18.18	18.18	27.27	36.36	100.00

จากตารางที่ 20.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีความประทับใจปัจจัยการท่องเที่ยวชายหาดจอมเทียน ดังนี้

วัฒนธรรม / ประเพณี ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.51 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 19.23 ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 17.03 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 11.54 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.69

ชีวิตยามค่ำคืน ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.65 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 20.59 ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 17.65 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 12.94 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.18

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 32.50 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 12.50 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 5.50

การซื้อของ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.46 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุดมาก คิดเป็นร้อยละ 27.60 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 19.27 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 9.90 และประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 6.77

ราคาทัวร์ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.91 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 29.34 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.38 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 8.98 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 5.39

อาหาร ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 47.96 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.34 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.91 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 5.43 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 1.36

ประชาชน ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.36 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.82 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 6.45 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 2.76

กีฬา ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.93 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 23.49 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 19.28 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 15.66 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.64

ที่พัก ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 43.93 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.68 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.40 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 6.36 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 4.62

ข้อมูลการท่องเที่ยว ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 42.26 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 19.64 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 18.45 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 11.90 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.74

อื่นๆ ประทับใจมากที่สุดจำนวน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 27.27 ไม่ประทับใจและประทับใจปานกลางเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.18 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 20.3 แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวขณะท่องเที่ยวที่คลับ ผับ คิสโก้ (พัทยา)

ประทับใจ	ไม่ประทับใจ ใจมาก	ไม่ประทับใจ ใจ	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
วัฒนธรรม / ประเพณี	23.91	19.57	19.57	22.46	14.49	100.00
ชีวิตยามค่ำคืน	4.15	3.32	20.33	40.25	31.95	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	8.53	17.05	26.36	27.13	20.93	100.00
การซื้อของ	17.89	8.42	29.47	27.37	16.84	100.00
ราคาทัวร์	9.23	10.00	35.38	31.54	13.85	100.00
อาหาร	8.00	5.33	37.33	35.33	14.00	100.00
ประชาชน	3.98	7.95	29.55	36.36	22.16	100.00
กีฬา	23.71	20.73	21.95	19.51	14.63	100.00
ที่พัก	15.96	8.51	28.72	35.11	11.70	100.00
ข้อมูลการท่องเที่ยว	15.69	14.71	31.37	28.43	9.80	100.00
อื่นๆ	14.29	0.00	28.57	28.57	28.57	100.00

จากตารางที่ 20.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีความประทับใจปัจจัยการท่องเที่ยวที่คลับ ผับ คิสโก้ ในพัทยา ดังนี้

วัฒนธรรม / ประเพณี ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 23.91 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 22.46 ประทับใจปานกลางและไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 19.57 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.49

ชีวิตยามค่ำคืน ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.95 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20. ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 4.15 และ 33 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 3.32

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.63 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 27.13 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.93 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 17.05 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 8.53

ราคาทัวร์ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.38 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจ มาก คิดเป็นร้อยละ 31.54 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.85 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 10.00 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 9.23

อาหาร ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจ มาก คิดเป็นร้อยละ 35.33 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.00 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็น ร้อยละ 8.00 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 5.33

ประชาชน แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงไปตามลำดับได้ ประทับใจปาน กลาง คิดเป็นร้อยละ 29.55 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.16 ไม่ประทับใจ คิดเป็น ร้อยละ 7.95 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 3.98

กีฬา ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 23.17 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปาน กลาง คิดเป็นร้อยละ 21.95 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 20.73 ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 19.51 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.63

ที่พัก ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 35.11 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.72 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 15.96 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.70 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 8.51

ข้อมูลการท่องเที่ยว ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.37 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 28.43 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 15.69 ไม่ประทับใจ คิดเป็น ร้อยละ 14.71 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.80

อื่นๆ ประทับใจปานกลาง ประทับใจมากและประทับใจจำนวนมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 28.57 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 14.29 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 20.4 แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว ขณะท่องเที่ยวที่คาบารัตโซว์ (พัทธา)

ประทับใจ	ไม่ประทับใจ ใจมาก	ไม่ ประทับใจ	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
วัฒนธรรม / ประเพณี	15.46	9.28	20.62	29.90	24.74	100.00
ชีวิตยามค่ำคืน	9.65	4.39	14.91	44.74	26.32	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	8.75	5.00	37.50	30.00	18.75	100.00
การซื้อของ	31.25	16.67	12.50	29.17	10.42	100.00
ราคาทัวร์	13.75	18.75	36.25	21.25	10.00	100.00
อาหาร	19.64	14.29	23.21	26.79	16.07	100.00
ประชาชน	11.36	11.36	27.27	32.95	17.05	100.00
กีฬา	28.95	26.32	13.16	15.79	15.79	100.00
ที่พัก	27.08	8.33	25.00	27.08	12.50	100.00
ข้อมูลการท่องเที่ยว	10.94	10.94	39.06	23.44	15.63	100.00
อื่นๆ	22.22	0.00	11.11	33.33	33.33	100.00

จากตารางที่ 20.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีความประทับใจปัจจัยการท่องเที่ยวที่คาบารัตโซว์ ในพัทธา ดังนี้

วัฒนธรรม / ประเพณี ประทับใจมากจำนวน คิดเป็นร้อยละ 29.90 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.72 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.62 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 15.46 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 9.28

ชีวิตยามค่ำคืน ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 44.74 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.32 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.91 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 9.65 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 4.39

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 30.00 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.75 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 8.75 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 5.00

การซื้อของ ไม่ประทับใจมากจำนวน คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 29.17 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.50 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.42

ราคาทัวร์ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 21.25 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 18.75 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 13.75 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.00

อาหาร ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 26.79 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.21 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 19.64 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.70 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 14.29

ประชาชน ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 32.95 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.05 และไม่ประทับใจและไม่ประทับใจมากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.36

กีฬา ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 28.95 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 26.32 ประทับใจมากและประทับใจมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.79 และประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.16

ที่พัก ประทับใจมากและไม่ประทับใจมากเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 26.63 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลางคิดเป็นร้อยละ 25.00 ประทับใจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 12.50 และไม่ประทับใจคิดเป็นร้อยละ 8.33

ข้อมูลการท่องเที่ยว ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 39.06 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 23.44 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.63 และไม่ประทับใจและไม่ประทับใจมากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.94

อื่นๆ ประทับใจมากและประทับใจเท่ากันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 22.22 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 11.11 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 20.5 แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว ขณะท่องเที่ยวที่สวน (Park) และสวนสัตว์ (พัทธา)

ประทับใจ	ไม่ประทับใจ ใจมาก	ไม่ประทับใจ ใจ	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
วัฒนธรรม / ประเพณี	4.84	2.42	27.42	41.49	23.39	100.00
ชีวิตยามค่ำคืน	20.69	18.97	20.69	27.59	12.07	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	4.96	2.48	24.97	42.98	24.79	100.00
การซื้อของ	17.81	12.33	31.51	24.66	13.70	100.00
ราคาทัวร์	5.26	9.47	33.68	37.89	13.68	100.00
อาหาร	5.49	10.99	39.56	26.37	17.58	100.00
ประชาชน	3.81	7.62	29.52	36.19	22.86	100.00
กีฬา	21.28	19.51	31.91	19.15	8.51	100.00
ที่พัก	8.47	13.56	33.90	32.20	11.86	100.00
ข้อมูลการท่องเที่ยว	9.09	12.99	29.87	31.17	16.88	100.00
อื่นๆ	0.00	0.00	0.00	55.56	44.44	100.00

จากตารางที่ 20.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีความประทับใจปัจจัยการท่องเที่ยวที่สวน (Park) และสวนสัตว์ ในพัทธา ดังนี้

วัฒนธรรม / ประเพณี ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 41. รองลงไปตามลำดับได้แก่ 94 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.42 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.39 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 4.84 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 2.42

ชีวิตยามค่ำคืน ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 27.59 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประทับใจมากและประทับใจปานกลางเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.69 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 18.97 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.07

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 42.98 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลางและประทับใจมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 24.97 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 4.96 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 2.48

การซื้อของ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.54 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 26.63 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 16.87 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.70 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 11.59

ราคาตัวร่ำ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 37.89 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.68 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.68 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 9.47 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 5.26

อาหาร ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 39.56 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 26.37 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.58 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 10.99 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 5.49

ประชาชน ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 36.19 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.52 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.86 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 7.621 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 3.8

กีฬา ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.91 รองลงไปตามลำดับได้แก่ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 21.28 ประทับใจมากและไม่ประทับใจเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.15 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.51

ที่พัก ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.90 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 32.20 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 13.56 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.86 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 8.47

ข้อมูลการท่องเที่ยว ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 31.17 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.87 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.88 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 9.09 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 1.99

อื่นๆ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.44 และประทับใจปานกลาง ไม่ประทับใจและไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 20.6 แสดงประทับใจของนักท่องเที่ยวบนด้านต่างๆขณะท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด (ระยอง)

ประทับใจ	ไม่ประทับใจ ใจมาก	ไม่ประทับใจ	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
วัฒนธรรม / ประเพณี	6.13	8.59	26.99	36.20	20.09	100.00
ชีวิตยามค่ำคืน	16.13	14.84	32.90	23.87	12.26	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	4.84	11.83	25.27	36.56	21.51	100.00
การซื้อของ	21.33	16.00	42.00	15.33	5.33	100.00
ราคาทัวร์	6.51	10.06	36.09	34.32	13.02	100.00
อาหาร	2.79	4.94	23.46	41.34	23.46	100.00
ประชาชน	3.91	2.79	24.02	41.09	27.37	100.00
กีฬา	15.49	11.97	31.69	28.87	11.97	100.00
ที่พัก	9.65	14.71	37.06	32.35	8.24	100.00
ข้อมูลการท่องเที่ยว	15.54	12.16	41.89	21.62	8.78	100.00
อื่นๆ	0.00	11.11	11.11	22.22	55.56	100.00

จากตารางที่ 20.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีความประทับใจปัจจัยการท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ดังนี้

วัฒนธรรม / ประเพณี ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.99 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.09 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 8.59 3 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 6.1

ชีวิตยามค่ำคืน ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 32.90 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 23.87 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 14.84 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 16.13 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.26

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 36.56 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.27 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.51 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 11.83 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 4.84

การซื้อของ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 21.33 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 16.00 ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 15.33 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.33

ราคาทัวร์ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.09 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 34.32 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 10.06 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.02 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 6.51

อาหาร ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 41.34 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจปานกลางและประทับใจมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.46 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 8.94 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 2.79

ประชาชน ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 41.09 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.37 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 24.02 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 3.91 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 2.97

กีฬา ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.69 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 28.87 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 15.49 และไม่ประทับใจและประทับใจมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.97

ที่พัก ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.06 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 32.35 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 14.71 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 9.65 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.24

ข้อมูลการท่องเที่ยว ประทับใจปานกลางคิดเป็นร้อยละ41.89 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากคิดเป็นร้อยละ21.62 ไม่ประทับใจมากคิดเป็นร้อยละ15.54 ไม่ประทับใจคิดเป็นร้อยละ12.61 และประทับใจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ8.78

อื่นๆ ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 22.22 ประทับใจปานกลาง ไม่ประทับใจเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.11 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 20.7 แสดงความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว ขณะท่องเที่ยวที่เกาะช้าง (ตราด)

ประทับใจ	ไม่ประทับใจ ใจมาก	ไม่ประทับใจ ใจ	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
วัฒนธรรม / ประเพณี	13.04	11.59	21.74	24.64	28.99	100.00
ชีวิตยามค่ำคืน	12.90	16.13	37.10	17.74	16.13	100.00
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	2.74	12.33	15.07	36.99	32.88	100.00
การซื้อของ	23.73	16.95	35.59	15.25	8.47	100.00
ราคาทัวร์	7.14	8.57	38.57	30.00	15.71	100.00
อาหาร	5.36	2.28	26.76	40.85	23.94	100.00
ประชาชน	4.88	8.54	12.20	46.34	28.055	100.00
กีฬา	15.00	11.67	33.33	21.67	18.33	100.00
ที่พัก	7.14	11.43	37.14	28.57	15.71	100.00
ข้อมูลการท่องเที่ยว	20.97	12.90	19.35	29.03	17.74	100.00
อื่นๆ	11.11	0.00	22.22	33.33	33.33	100.00

จากตารางที่ 20.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีความประทับใจปัจจัยการท่องเที่ยวที่เกาะช้าง จังหวัดตราด ดังนี้

วัฒนธรรม / ประเพณี ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.99 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 24.62 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.74 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 11.59 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 13.04

ชีวิตยามค่ำคืน ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.10 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 17.74 ไม่ประทับใจและประทับใจมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.13 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 12.90

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 36.99 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.88 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.07 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 12.33 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 2.74

การซื้อของ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.59 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 23.73 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 16.95 ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 15.25 และประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.47

ราคาทัวร์ ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจ มาก คิดเป็นร้อยละ 30.00 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.71 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็น ร้อยละ 7.14 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 8.75

อาหาร ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 40.58 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.94 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.76 ไม่ประทับใจมากคิดเป็น ร้อยละ 5.63 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 2.82

ประชาชน ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 46.34 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.05 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.20 ไม่ประทับใจคิดเป็น ร้อยละ 8.54 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 4.88

กีฬา ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 21.67 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.33 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 15.00 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 11.67

ที่พัก ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.14 รองลงไปตามลำดับได้แก่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 28.57 ประทับใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.71 ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 11.43 และไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 7.14

ข้อมูลการท่องเที่ยว ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 29.03 รองลงไปตามลำดับได้แก่ ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 20.97 ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.35 ประทับใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.74 และไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 12.90

อื่นๆ ประทับใจและประทับใจเท่ากันมากที่สุดมาก คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงไปตาม ลำดับได้แก่ประทับใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.22 ไม่ประทับใจมาก คิดเป็นร้อยละ 11.11 และ ไม่ประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอื่นๆ ในคำถามปลายเปิด ดังนี้

1. ความประทับใจ

- 1.1 ด้านวัฒนธรรม / ประเพณี : วิถีชีวิตแถบพหุชนาสนใจ
- 1.2 ด้านชีวิตยามค่ำคืน : ชอบสถานบันเทิง
- 1.3 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว : หาดทรายสวยงาม
- 1.4 ด้านอาหาร : อาหารดี

- 1.5 ด้านประชาชน : คนไทยเป็นมิตร
- 1.6 ด้านกีฬา : กีฬาทางน้ำสนุกมาก
- 1.7 อื่น ๆ : จะกลับมาเที่ยวอีก และดีทุกอย่าง

2. ปัญหา

2.1 ด้านจราจร :

- ก. รถมากเกินไป
- ข. รถแท็กซี่ (สองแถว) มากเกินไป
- ค. จราจรติดขัดมาก
- ง. ควรปรับปรุงเรื่องคมนาคม
- จ. ควรมีรถไฟด่วนจากกรุงเทพฯ
- ฉ. ควรปรับปรุงทางเดินบนชายหาด
- ช. ควรมีทางข้ามถนนมากขึ้น

2.2 ด้านมลภาวะ :

- ก. มีมลภาวะมาก
- ข. ทะเลไม่สะอาด
- ค. มีขยะมาก
- ง. มีกลิ่นรบกวน
- จ. มีเสียงรบกวน

2.3 ด้านความสะอาด : พักอาศัยปรก

2.4 ด้านการสื่อสาร :

- ก. ผู้เกี่ยวข้องควรสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้มากกว่าที่เป็นอยู่
- ข. ผู้เกี่ยวข้องควรสามารถใช้ภาษาฝรั่งเศสได้มากกว่าที่เป็นอยู่
- ค. เครื่องหมายต่าง ๆ ควรมีภาษาอื่น นอกจากภาษาอังกฤษ

2.5 ด้านความไม่ชื้อสตัย : เจ้าของร้านและคนขับรถแท็กซี่ (รถสองแถว) ไม่ชื้อสตัย

2.6 ด้านความปลอดภัย : ควรมีความปลอดภัยมากกว่านี้

2.7 ด้านบริการ :

- ก. ควรปรับปรุงบริการไปรษณีย์
- ข. แท็กซี่ (รถสองแถว) บริการไม่ดี
- ค. ผู้ให้บริการในบาร์และสถานบันเทิงควรปราศรัยกว่าที่เป็นอยู่

2.8 ด้านราคาและคุณภาพสินค้า :

- ก. รถแท็กซี่ (รถสองแถว) แพงเกินไป
- ข. ค่าสินค้าแพง
- ค. ค่าบริการแพง
- ง. เครื่องดื่มแพง
- จ. ควรปรับปรุงคุณภาพของโรงแรม

2.9 ด้านอื่น ๆ :

- ก. เกาะเสม็ดมีสุนัขมากเกินไป
- ข. สถานบันเทิงมากเกินไป
- ค. มีผู้หญิงบริการมากเกินไป
- ง. มีบริการทางเพศมากเกินไป
- จ. เรือมากเกินไป ไม่เหมาะกับการเล่นกีฬาทางน้ำ
- ฉ. มีร้านค้าบริเวณชายหาดมากเกินไป
- ช. นักท่องเที่ยวมากเกินไป
- ซ. โรงแรมมากเกินไป
- ฅ. ควรมีสุนัขข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย
- ญ. ควรมีสุนัขข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว
- ฎ. ควรปรับปรุงสิ่งแวดล้อม

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่มาเยือนภาคตะวันออกของประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของภาคตะวันออก และความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีต่อภาคตะวันออกก่อนเดินทางมายังประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาเจตคติ และความประทับใจที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของภาคตะวันออก
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อเจตคติ และความประทับใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
4. เพื่อศึกษาแนวทางดำเนินการอันจะมีผลต่อเจตคติที่ดี และความประทับใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

2. ขอบเขตการวิจัย

1. การศึกษานี้ครอบคลุมเจตคติและความประทับใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กลุ่มประเทศยุโรป เอเชีย และอเมริกา
2. การศึกษานี้เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2541 ถึงเดือนตุลาคม 2542
3. การศึกษานี้ครอบคลุมเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ได้แก่
 - 3.1 ชายหาดพัทยา
 - 3.2 ชายหาดจอมเทียน เมืองพัทยา
 - 3.3 คลับ ผับ ดิสโก เมืองพัทยา
 - 3.4 คาบาเร่ต์โชว์ เมืองพัทยา
 - 3.5 สวน (Park) และสวนสัตว์ เมืองพัทยา
 - 3.6 เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
 - 3.7 เกาะช้าง จังหวัดตราด
4. การศึกษานี้ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้
 - 4.1 ปัจจัยดึงดูดใจก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว
 - 4.2 เจตคติที่มีต่อปัจจัยการท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว

- 4.3 กิจกรรมที่ทำ ณ แหล่งท่องเที่ยว
 4.4 ปัญหาหรือความไม่สะดวกที่ประสบในแหล่งท่องเที่ยว
 4.5 ความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว
 5. ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายในการศึกษาคั้งนี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศกลุ่มประเทศยุโรป เอเชียแปซิฟิก และอเมริกา ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2541 ถึงเดือนตุลาคม 2542 ซึ่งมาจากประเทศต่าง ๆ คั้งนี้

ทวีป	ประเทศ	จำนวนตัวอย่าง
ยุโรป	อังกฤษ	140
	เยอรมัน	121
	ฝรั่งเศส	52
	เนเธอร์แลนด์	26
	สวีตเซอร์แลนด์	24
	อิตาลี	15
	สวีเดน	10
	โปแลนด์	3
	เบลเยียม	3
	สเปน	3
	นอร์เวย์	3
เอเชีย	ญี่ปุ่น	131
	จีน	95
	เกาหลี	42
	สิงคโปร์	27
	ฮ่องกง	16
	มาเลเซีย	14
	อินโดนีเซีย	3
อิสราเอล	2	

ทวีป	ประเทศ	จำนวนตัวอย่าง
อเมริกา	อเมริกา	58
	แคนาดา	17
รวม		820

3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว โดยพนักงานสัมภาษณ์ที่ผ่านการอบรม และคัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศนั้น ๆ เป็นอย่างดี

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยทำการวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

5. สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวเหล่านี้เดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ 24 ประเทศ ส่วนใหญ่เป็นชาวทวีปยุโรป รองลงมาเป็นชาวทวีปเอเชีย และน้อยที่สุดเป็นชาวทวีปอเมริกา

จำนวนนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรก มาจากประเทศอังกฤษ ญี่ปุ่น เยอรมัน จีน และอเมริกา

2. นักท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นชายมากกว่าหญิง อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี มากที่สุด รองลงไปอยู่ในช่วงอายุ 35-44 ปี และเป็นโสดมากที่สุด รองลงไปมีสถานภาพแต่งงาน

3. นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดประกอบวิชาชีพเฉพาะ (ครู อาจารย์ แพทย์ ทนายความ ทหาร) รองลงไปเป็นพ่อค้า นักธุรกิจ และผู้บริหาร ส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี รองลงไปมีรายได้ 20,000-30,000 ดอลลาร์ และ 40,000-50,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี

4. สาเหตุที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดเดินทางมาท่องเที่ยวคือ เพื่อพักผ่อน วันหยุด รองลงไปคือเพื่อทำธุรกิจ

5. ลักษณะของกลุ่มเดินทาง มากที่สุดเดินทางมากับเพื่อน รองลงไปตามลำพัง และมากับคู่สมรส
6. นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดที่มาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกใช้เวลาท่องเที่ยว 7 วัน รองลงไปคือ 2 วัน และ 3 วัน ส่วนจำนวนวันสูงสุดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ 60 วัน
7. นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางแบบนักท่องเที่ยวอิสระ และส่วนมากการเดินทางมาครั้งนี้ไม่ใช่ครั้งแรก
8. สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ชายหาดพัทยา รองลงไปคือ ชายหาดจอมเทียน สวน (Park) และสวนสัตว์ในพัทยา โดยใช้ยานพาหนะประเภทรถแท็กซี่มากที่สุด รองลงไปใช้รถโดยสารสาธารณะและรถโค้ช
9. นักท่องเที่ยวส่วนมากได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติและเพื่อน รองลงไปคือหนังสือนำเที่ยว และเอเจนต์ทัวร์

ตอนที่ 2 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออก

1. ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวส่วนมากเห็นว่า ปัจจัยที่มีแรงจูงใจปานกลางคือชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ ที่พัก ความปลอดภัย และข้อมูลการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวนับว่า ปัจจัยที่มีแรงจูงใจมากที่สุดคือ ชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ ความปลอดภัย และปัจจัยที่มีแรงจูงใจปานกลางคือ อาหาร และประชาชนคนไทย ส่วนข้อมูลการท่องเที่ยวมีแรงจูงใจน้อย

2. ทักษะคิดคือปัจจัยการท่องเที่ยว ก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวส่วนมากมีทักษะคิดดีมาต่อธรรมชาติ ทักษะคิดดีต่อชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ อาหาร ประชาชนคนไทย ที่พัก และมีทักษะคิดปานกลางต่อความปลอดภัย และข้อมูลการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อมูลและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

1. ข้อมูลและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชายหาดพัทยา พบว่า
 - 1.1 นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดท่องเที่ยวบริเวณชายหาดพัทยา 1 วัน รองลงไปคือ 2 วัน และ 3 วัน ส่วนจำนวนวันสูงสุดอายุที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ 90 วัน

1.2 กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือ เที่ยวชายหาด รองลงไปตามลำดับคือ กินอาหาร ซื้ของ เที่ยวกลางคืน เล่นกีฬา สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน และทำธุรกิจและประชุม

1.3 สิ่งที่เป็นปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวในด้านจรรยา มลภาวะ ความสะอาด การสื่อสาร ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ ราคาและ คุณภาพสินค้า และปัญหาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ประสบปัญหา ยกเว้นปัญหาความ สะอาดเป็นปัญหาระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาคำตอบเฉพาะแต่ละปัญหา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับ รองลงไปที่ประสบปัญหามากด้านจรรยา ประสบปัญหาปานกลางด้านมลภาวะ และการสื่อสาร และประสบปัญหาเล็กน้อยด้านความสะอาด ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า

1.4 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ มากด้านชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้ของ อาหาร ประชาชนคนไทย ที่พัก และ ประทับใจปานกลางด้านวัฒนธรรมและประเพณี ราคาทัวร์ ข้อมูลการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาความประทับใจปัจจัยการท่องเที่ยวแต่ละปัจจัย พบว่า จำนวน นักท่องเที่ยวลำดับรองลงไปที่ประทับใจมากในวัฒนธรรมและประเพณี ราคาทัวร์ กีฬา ข้อมูลการ ท่องเที่ยว และอื่น ๆ และประทับใจปานกลางในชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้ของ ประชาชน และที่พัก

2. ข้อมูลและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวชายหาดจอมเทียน พบว่า

2.1 นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจอมเทียน 1 วัน รองลงไปที่ 2 วัน และ 10 วัน ส่วนจำนวนวันสูงสุดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ 90 วัน

2.2 กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือ เที่ยวชายหาด รองลงไปตามลำดับคือ กินอาหาร ซื้ของ เล่นกีฬา เที่ยวกลางคืน สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้านและทำธุรกิจและประชุม

2.3 สิ่งที่เป็นปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวในด้านจรรยา มลภาวะ ความสะอาด การสื่อสาร ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ ราคาและ คุณภาพสินค้า และปัญหาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่ประสบปัญหา และประสบ ปัญหาเล็กน้อยด้านความสะอาด

เมื่อพิจารณาคำตอบเฉพาะแต่ละปัญหา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวล้าดับ รองลงไปประสบปัญหาปานกลางด้านจรรยาและอื่น ๆ ประสบปัญหาเล็กน้อยด้านมลภาวะ การสื่อสาร ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัยอากาศ บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า และไม่มีปัญหาความสะอาด

2.4 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากด้านอาหาร ประชาชนคนไทย ที่พัก ประทับใจปานกลางด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชีวีตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ กีฬา ข้อมูลการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวแต่ละปัจจัย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวล้าดับรองลงไปประทับใจมากด้านสถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ กีฬา ข้อมูลการท่องเที่ยว และปัจจัยอื่น ประทับใจปานกลางด้านอาหาร ประชาชนคนไทย ที่พัก และไม่ประทับใจวัฒนธรรมและประเพณี และชีวีตยามค่ำคืน

นักท่องเที่ยวจำนวนรองลงมา มีทัศนคติดีมากต่ออาหารและประชาชนคนไทย มีทัศนคติดีต่อธรรมชาติ ความปลอดภัย และข้อมูลการท่องเที่ยว มีทัศนคติปานกลางต่อชีวีตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ และราคาทัวร์

3. ข้อมูลและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเที่ยวกลับ ผับ ดิสโก้ ในพัทยา

3.1 นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดเที่ยวกลับ ผับ ดิสโก้ 1 วัน รองลงไปคือ 2 วัน และ 3 วัน ส่วนจำนวนวันสูงสุดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ 90 วัน

3.2 กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือ เที่ยวกลางคืน รองลงไปตามลำดับคือ กินอาหาร ซื้อของ สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน เที่ยวชายหาด ทำธุรกิจ และประชุม และเล่นกีฬา

3.3 สิ่งที่เป็นปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวในด้านจรรยา มลภาวะ ความสะอาด การสื่อสาร ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า และปัญหาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ประสบปัญหา

เมื่อพิจารณาคำตอบเฉพาะแต่ละปัญหา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวล้าดับ รองลงไปประสบปัญหาปานกลางด้านจรรยา ความสะอาด การสื่อสาร ประสบปัญหาเล็กน้อยด้านความไม่ซื่อสัตย์ อากาศ บริการ และประสบปัญหาเล็กน้อยและปานกลางเท่ากับด้านมลภาวะ ความปลอดภัย และราคาและคุณภาพสินค้า

3.4 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ

มากด้านชีวิตยามค่ำคืน ประชาชนคนไทย ที่พัก ประทับใจปานกลางด้านสถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ อาหาร ข้อมูลการท่องเที่ยว และไม่ประทับใจมากด้านวัฒนธรรมและประเพณี และกีฬา

เมื่อพิจารณาความประทับใจต่อการท่องเที่ยวแต่ละปัจจัย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับรองลงไปประทับใจมากที่สุดด้านชีวิตยามค่ำคืน ประทับใจมากด้าน วัฒนธรรมและประเพณี การซื้อของ ราคาทัวร์ อาหาร ข้อมูลการท่องเที่ยว และประทับใจปาน กลางด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประชาชนคนไทย กีฬา และที่พัก

4. ข้อมูลและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเที่ยวคาบารัดโซว์ในพัทยา

4.1 นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดเที่ยวที่คาบารัดโซว์ 1 วัน รองลงไปคือ 2 วัน และ 10 วัน ส่วนจำนวนวันสูงสุดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ 10 วัน

4.2 กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือ เที่ยวกลางคืน รองลงไปตามลำดับคือ สัมผัส วัฒนธรรมพื้นบ้าน กินอาหาร ซื้อของ ทำธุรกิจและประชุม

4.3 สิ่งที่เป็นปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวในด้านจรรยา มลภาวะ ความสะอาด การสื่อสาร ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ ราคาและ คุณภาพสินค้า และปัญหาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ประสบปัญหา

เมื่อพิจารณาคำตอบแต่ละปัญหา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับรองลง ไปประสบปัญหาเล็กน้อยด้านจรรยา มลภาวะ การสื่อสาร ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย บริการ ประสบปัญหาปานกลางด้านความสะอาด ราคาและคุณภาพสินค้า และประสบปัญหาเล็กน้อยและปานกลางเท่ากันด้านอากาศ

4.4 ความประทับใจต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ มากด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชีวิตยามค่ำคืน อาหาร ประทับใจปานกลางด้านสถานที่ ท่องเที่ยว ราคาทัวร์ ประชาชนคนไทย ข้อมูลการท่องเที่ยว ประทับใจมากและมากที่สุดเท่ากับ ด้านอื่น ๆ ประทับใจมากและไม่ประทับใจมากเท่ากับด้านที่พัก และไม่ประทับใจมากด้านกีฬา

เมื่อพิจารณาความประทับใจต่อการท่องเที่ยวแต่ละปัจจัย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับรองลงไปประทับใจมากที่สุดด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชีวิตยามค่ำคืน ประทับใจมากด้านสถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ ประทับใจปานกลางด้านอาหาร ประชาชนคนไทย ที่พัก และไม่ประทับใจด้านกีฬา

5. ข้อมูลและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเที่ยวสวน (Park) และสวนสัตว์ในพญา

5.1 นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดเที่ยวสวนและสวนสัตว์ 1 วัน รองลงไปคือ 2 วัน และ 3 วัน ส่วนจำนวนวันสูงสุดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ 30 วัน

5.2 กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือ สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน รองลงไปตามลำดับคือ เดินป่า กินอาหารและเล่นกีฬา ชื้อของ เที่ยวกลางคืน และทำธุรกิจและประชุม

5.3 สิ่งที่เป็นปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวในด้านจรรยาบรรณ ความสะอาด การสื่อสาร ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า และปัญหาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ประสบปัญหา

เมื่อพิจารณาคำตอบเฉพาะแต่ละปัญหา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับรองลงไปประสบปัญหาเล็กน้อยด้านจรรยาบรรณ ความสะอาด ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ และปัญหาอื่น ๆ และประสบปัญหาปานกลางด้านการสื่อสาร และราคาและคุณภาพสินค้า

5.4 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว ราคาทัวร์ ประชาชนคนไทยประทับใจปานกลางด้านการชื้อของ อาหาร กีฬา ที่พัก

เมื่อพิจารณาความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวแต่ละปัจจัย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับรองลงไปประทับใจมากที่สุดด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประทับใจมากด้านการชื้อของ อาหาร ที่พัก ประทับใจปานกลางด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว ราคาทัวร์ ประชาชนคนไทย ข้อมูลการท่องเที่ยว และไม่ประทับใจมากด้านชีวิตยามค่ำคืนและกีฬา

6. ข้อมูลและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

6.1 นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดเที่ยวที่เกาะเสม็ด 1 วัน รองลงไปคือ 2 วัน และ 3 วัน ส่วนจำนวนวันสูงสุดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ 50 วัน

6.2 กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือ เที่ยวชายหาด รองลงไปตามลำดับคือ กินอาหาร เที่ยวกลางคืน สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน เล่นกีฬา เดินป่า ชื้อของ และทำธุรกิจและประชุม

6.3 สิ่งที่เป็นปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวในด้านจรรยาบรรณ มลภาวะ ความสะอาด การสื่อสาร ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า และปัญหาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ประสบปัญหา

เมื่อพิจารณาคำตอบเฉพาะแต่ละปัญหา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับรองลงไปประสบปัญหาเล็กน้อยด้านจรรยาบรรณ มลภาวะ ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า และประสบปัญหาปานกลางด้านความสะอาดและการสื่อสาร

6.4 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากด้านวัฒนธรรมและประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ประชาชนคนไทย และประทับใจปานกลางด้านชีวิตยามค่ำคืน การซื้อของ ราคาทัวร์ กีฬา ที่พัก และข้อมูลการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวแต่ละปัจจัย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับรองลงไปประทับใจมากที่สุดด้านอาหาร ประทับใจมากด้านชีวิตยามค่ำคืน ราคาทัวร์ กีฬา ที่พัก ข้อมูลการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ประทับใจปานกลางด้านวัฒนธรรมและประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ประชาชน และไม่ประทับใจมากด้านการซื้อของ

7. ข้อมูลและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด

7.1 นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดเที่ยวเกาะช้าง 1 วัน รองลงไปคือ 2 วัน และ 4 วัน ส่วนจำนวนวันสูงสุดที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวคือ 30 วัน

7.2 กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือ เที่ยวชายหาด รองลงไปตามลำดับคือ กินอาหาร เดินป่า สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้าน เที่ยวกลางคืน เล่นกีฬา ซื้อของ และทำธุรกิจและประชุม

7.3 สิ่งที่เป็นปัญหาและความไม่สะดวกของนักท่องเที่ยวในด้านจรรยาบรรณ มลภาวะ ความสะอาด การสื่อสาร ความไม่ซื่อสัตย์ ความปลอดภัย อากาศ บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า และปัญหาอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ประสบปัญหา

เมื่อพิจารณาคำตอบเฉพาะแต่ละปัญหา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับรองลงไปประสบปัญหาเล็กน้อยด้านจรรยาบรรณ มลภาวะ ความไม่ซื่อสัตย์ อากาศ ประสบปัญหาปานกลางด้านความสะอาด การสื่อสาร ความปลอดภัย บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า

7.4 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากที่สุดด้านวัฒนธรรมและประเพณี ประทับใจมากด้านสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ประชาชน ข้อมูลการท่องเที่ยว ประทับใจปานกลางด้านชีวิตยามค่ำคืน การซื้อของ ราคาทัวร์ กีฬา ที่พัก

เมื่อพิจารณาความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยวแต่ละปัจจัย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลำดับรองลงไปประทับใจมากที่สุดด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประทับใจมากด้าน วัฒนธรรมและประเพณี ชีวิตยามค่ำคืน ราคาทัวร์ ประทับใจปานกลางด้านอาหาร และอื่น ๆ ไม่ประทับใจมากด้านการซื้อของ และข้อมูลการท่องเที่ยว

6. อภิปรายผล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

1.1 นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางแบบนักท่องเที่ยวอิสระ การเดินทางมาครั้งนี้ ไม่ใช่ครั้งแรกและในการเดินทางนิยมใช้รถแท็กซี่

เนื่องจากภาคตะวันออกมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติอยู่มาก ประกอบกับกับราคาที่พัก อาหาร การเดินทางไม่แพง นักท่องเที่ยวจึงนิยมเดินทางมาแบบอิสระ สามารถปรับเปลี่ยนรายการท่องเที่ยวของตนเองได้ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วมากกว่า 1 ครั้ง จึงมีความคุ้นเคยกับสถานที่และประชาชน จนสามารถเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองได้ สิ่งที่น่าสนใจคือ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว มักจะกลับมาอีก สอดคล้องกับคำตอบในคำถามปลายเปิด ซึ่งระบุว่า จะกลับมาเที่ยวอีก

การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นักท่องเที่ยวส่วนมากจะใช้รถแท็กซี่ ซึ่งน่าจะหมายถึง รถสองแถว ซึ่งมีบริการทั่วไปจำนวนมาก ทำให้สะดวก ประกอบกับราคาไม่แพงจึงเป็นที่นิยมอย่างไรก็ตามมีคำตอบปลายเปิดระบุว่า มีรถจำนวนมากเกินไป และบริการไม่ดี อาจเกิดจากเมื่อมีรถจำนวนมาก ทำให้แย่งผู้โดยสารกัน และจราจรติดขัด ส่วนที่ระบุว่าบริการไม่ดี น่าจะเกิดจากการสื่อสารที่ไม่เข้าใจกัน และไม่ประทับใจในมารยาทในการจับฉิ่ง และการจอดรับส่งผู้โดยสาร

1.2 ก่อนเดินทางมาประเทศไทย นักท่องเที่ยวส่วนมากได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติและเพื่อน รองลงไปคือหนังสือนำเที่ยวและเอเจนซี่ทัวร์ น่าสังเกตว่านักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่สุดได้รับข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสถานทูต สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของเพ็ญแข แสงแก้ว และคณะ ซึ่งวิจัยเมื่อ พ.ศ. 2539 นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งระบุว่า นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาประเทศไทยหลายครั้ง แสดงถึงความประทับใจในการท่องเที่ยว และเป็นไปได้อย่างมากที่จะถ่ายทอดข้อมูลการท่องเที่ยวไปยังญาติและเพื่อน การได้รับข้อมูลจากญาติและเพื่อนจะเป็นแรงจูงใจอย่างสูง เนื่องจากเกิดจากประสบการณ์ตรงของผู้ให้ข้อมูลและสามารถซักถามเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ดังนั้นการสร้างความประทับใจแก่

นักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนอกจากจะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกแล้ว ยังทำให้นักท่องเที่ยวเป็นเสมือนผู้แทนของการท่องเที่ยวของไทย ชักชวนญาติเพื่อน และคนรู้จักให้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งมีสำนักงานสาขาประจำอยู่ในเมืองสำคัญ ๆ ของประเทศต่าง ๆ คงต้องประเมินแผนงานและกิจกรรมว่าควรแก้ไขอย่างไรให้สามารถทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวให้กว้างขวางและมีแรงจูงใจมากขึ้น

1.3 ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจอย่างมากต่อนักท่องเที่ยวคือ ธรรมชาติ อาหาร และประชาชนคนไทย สอดคล้องกับทัศนคติต่อปัจจัยการท่องเที่ยวที่ตีมากต่อธรรมชาติ และที่ดีต่อชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ ราคาทัวร์ อาหาร ประชาชนคนไทย และที่พัก

อาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับแรงจูงใจจากธรรมชาติที่งดงามของประเทศไทย อาหารไทย และอุปนิสัยใจอกที่เป็นมิตรของคนไทย นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยด้วยทัศนคติระดับตีมาก และระดับตี

2. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวชายหาดพัทยา

2.1 ปัญหาและความไม่สะดวก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีปัญหา ยกเว้นด้านความสะอาดเป็นปัญหาปานกลาง และหากนำคำตอบของนักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไปมาพิจารณาพบว่าสิ่งที่เป็นปัญหามากคือ การจราจรและปัญหาปานกลางคือ มลภาวะ และการสื่อสาร

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชลบุรี ฉะเชิงเทรา และสมุทรปราการ ของสำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวมักร้องเรียนเกี่ยวกับความสะอาดของอาหาร อาหารไม่ร้อนหรือมีสิ่งเจือปน

ถึงแม้เมืองเมืองพัทยาระดมรงค์ด้านความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในบริเวณชายหาด รวมทั้งจัดระเบียบร้านค้าและพ่อค้าแม่ค้าเร่ แต่เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากทั้งคนไทยและต่างประเทศมาเที่ยวพักผ่อนบริเวณชายหาด จึงอาจทำให้มีขยะทิ้งอยู่บนชายหาด ทำให้ดูสกปรก และการควบคุมความสะอาดร้านค้าเร่ แผงลอย ทำได้ยาก

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวบางส่วนยังประสบปัญหาจราจร มลภาวะ และการสื่อสาร เนื่องจากถนนเลียบริมชายหาดพัทยามักมีพาหนะต่าง ๆ วิ่งบนท้องถนนและมีผู้คนสัญจรจอแจอยู่เสมอ นอกจากนี้ผู้ขับขีพาหนะมักทำผิดกฎหมายรวมทั้งป้ายจราจรที่มักใช้ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษเท่านั้น นักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ อาจไม่เข้าใจ

สำหรับปัญหาหมอกควันนั้น น่าจะเป็นมลภาวะทางเสียงที่เกิดจากรถและเรือ สก๊อตเตอร์ มลภาวะทางน้ำเกิดจากน้ำทะเลสกปรก และมลภาวะทางอากาศเกิดจากท่อไอเสียของ ยานพาหนะชนิดต่าง ๆ

ส่วนปัญหาการสื่อสารนั้น สำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาอังกฤษไม่น่ามีปัญหา แต่นักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาอื่น ๆ อาจประสบปัญหาบ้างถึงแม้สถานบริการต่าง ๆ จะพยายามส่งเสริม ให้ผู้บริการฝึกฝนการใช้ภาษาต่าง ๆ แล้วยก็ตาม

2.2 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนมากประทับใจมากใน ด้านชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว การซื้อของ อาหาร ประชาชนและที่พัก

นับว่าชายหาดพัทยามีปัจจัยการท่องเที่ยวที่ดีเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว ชีวิตยามค่ำคืนบริเวณชายหาดพัทยาเต็มไปด้วยสีสัน และความมีชีวิตชีวา นอกจากนี้ยังมีร้าน จำหน่ายสินค้าและอาหาร ที่ตกแต่งด้วยบรรยากาศต่าง ๆ จำหน่ายสินค้าราคาไม่แพง และอาหาร อร่อย มีคุณภาพ ประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดพัทยาที่มีน้ำใจ ทำให้เกิดความประทับใจ ส่วนด้านที่พักก็สะดวกสบาย บริการดี และราคาไม่แพง

3. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวชายหาดจอมเทียน

3.1 ปัญหาและความไม่สะดวก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีปัญหา ยกเว้น ด้านความสะดวกเป็นปัญหาเล็กน้อย และหากนำคำตอบของนักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไปมา พิจารณาพบว่า สิ่งที่เป็นปัญหาปานกลางคือ การจราจร

เมื่อเปรียบเทียบกับความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อชายหาดพัทยา จะเห็นว่า คล้ายคลึงกัน แต่ปัญหาของชายหาดจอมเทียนเบากว่า

3.2 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมาก ด้านอาหาร ประชาชนคนไทย และที่พัก

ชายหาดจอมเทียนมีความสะอาด และสีสนน้อยกว่าหาดพัทยา แต่นักท่องเที่ยว ก็มีโอกาสรับประทานอาหารในโรงแรมและร้านอาหารที่มีเป็นจำนวนมาก มีโอกาสสัมผัสคนไทย ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น ซึ่งล้วนมีอัธยาศัยไมตรี และได้พักในที่พักหลากหลาย รูปแบบ หลากหลายราคา แต่ก็ล้วนสะดวกสบายและบริการดี ปัจจัยเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยว ประทับใจมาก

4. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวคลับ ผับ และคิสโก้ในพัทยา

4.1 ปัญหาและความไม่สะดวก นักท่องเที่ยวส่วนมากตอบว่าไม่ประสบปัญหา เมื่อพิจารณาความเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไปพบว่า มีปัญหาปานกลางด้านการจราจร ความสะอาด การสื่อสาร มลภาวะ ความปลอดภัย และราคาและคุณภาพสินค้า

เป็นที่น่ายินดีที่นักท่องเที่ยวส่วนมากตอบว่าไม่ประสบปัญหาใด ๆ ในการเที่ยวคลับ ผับ คิสโก้ แสดงว่าบริการ สถานที่ ราคาเป็นที่พึงพอใจ แต่นักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไปยังเห็นว่ามีปัญหาปานกลางในด้านการจราจร น่าจะเกิดจากความจอแจของชวดยานพาหนะ และผู้ใช้ถนน การทำผิดกฎจราจรของผู้ขับขี่ยานพาหนะ ด้านความสะอาด น่าจะหมายถึงความสะอาดของสถานที่และภาชนะ ด้านการสื่อสาร อาจเกิดจากความไม่เข้าใจกันเพราะต่างภาษา ซึ่งน่าจะเป็นภาษาอื่นนอกจากภาษาอังกฤษ มลภาวะเกิดจากเสียงชวดยานพาหนะ อากาศที่อาจอับทึบ และมีควันบุหรี่ ด้านความปลอดภัยเนื่องจากมักต้องเที่ยวเวลากลางคืน และมีการดื่มสิ่งมีเมา อาจทำให้เกิดอันตรายและมีการทะเลาะเบาะแว้งได้ง่าย และด้านราคาและคุณภาพสินค้า เนื่องจากสินค้าและบริการในคลับ ผับ คิสโก้ ย่อมมีราคาแพงกว่าราคาปกติ

4.2 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากด้านชีวิตยามค่ำคืน ประชาชน ที่พัก

ชีวิตยามค่ำคืนในคลับ ผับ คิสโก้ จะเต็มไปด้วยความสนุกสนาน และสิ่งปรนเปรอความต้องการไม่ว่าจะเป็นบรรยากาศ คนตรี เครื่องดื่ม และผู้ให้บริการ ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนมากประทับใจ ส่วนประชาชนนั้น เช่นเดียวกับที่กล่าวมาแล้วหลายครั้งในด้านความเป็นมิตรที่ทำให้ชาวต่างประเทศประทับใจ

สำหรับด้านที่พัก เข้าใจว่าผู้ตอบหมายถึง ที่พักในขณะที่มาท่องเที่ยว ไม่เกี่ยวกับคลับ ผับ คิสโก้

5. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวคาบารัตโซวี่ในพัทยา

5.1 ปัญหาและความไม่สะดวก นักท่องเที่ยวส่วนมากตอบว่าไม่ประสบปัญหา เมื่อพิจารณาความเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไปพบว่า มีปัญหาปานกลางด้านความสะอาด ราคาและคุณภาพ และอากาศ

การที่นักท่องเที่ยวส่วนมากตอบว่าไม่ประสบปัญหาใด ๆ ย่อมแสดงว่า สถานที่บรรยากาศ การแสดง เครื่องดื่ม และผู้ให้บริการอยู่ในระดับน่าพึงพอใจ แต่การที่นักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไประบุว่ามีปัญหาปานกลางด้านความสะอาดและราคาและคุณภาพสินค้า น่าจะเกิด

จากเหตุผลเดียวกันในคลับ ฟับ ดิสโก้ ส่วนปัญหาด้านอากาศนั้น น่าจะเกิดจากสถานที่ที่ค่อนข้างอับทึบ และมีผู้คนแออัดการระบายอากาศไม่ดี

5.2 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชีวิตยามค่ำคืน และอาหาร

เนื่องจากการแสดงในคาบาเรต์โชว์ ส่วนหนึ่งจัดรายการแสดงเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของไทยและต่างชาติ ซึ่งแสดงออกในเชิงประยุกต์ อย่างอลังการ และงดงามด้วยฉากเครื่องแต่งกาย ลีลาการแสดง ใช้ระบบแสงและเสียงที่มีคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจได้ง่าย

ในด้านชีวิตยามค่ำคืนและอาหาร น่าจะเกิดจากเหตุผลดังที่กล่าวแล้ว ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

6. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวสวน (park) และสวนสัตว์ในพัทยา

6.1 ปัญหาและความไม่สะดวก นักท่องเที่ยวส่วนมากตอบว่าไม่ประสบปัญหา เมื่อพิจารณาความเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไป พบว่าประสบปัญหาปานกลางด้านการสื่อสารและราคาและคุณภาพสินค้า

ในพัทยาและบริเวณใกล้เคียงมีสวนและสวนสัตว์หลายแห่งทุกแห่งต่างก็พยายามตกแต่ง และจัดการแสดงประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวส่วนมากระบุว่าไม่ประสบปัญหาในการเที่ยวชมสวนและสวนสัตว์ จึงเป็นสิ่งที่น่ายินดี

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไประบุว่า ประสบปัญหาปานกลางด้านการสื่อสาร และราคาและคุณภาพสินค้า น่าจะเกิดจากความยากลำบากในการสื่อสารของผู้ที่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษ สินค้าที่จำหน่ายในสวนและสวนสัตว์ อาจมีราคาสูงกว่าที่วางจำหน่ายภายนอก ทั้งๆ ที่คุณภาพเท่าๆ กัน

6.2 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชีวิตยามค่ำคืน สถานที่ท่องเที่ยว ราคาทัวร์ ประชาชน

สวนและสวนสัตว์ มักจะร่มรื่น สวยงาม มีพืชพันธุ์ไม้แปลกตา ตกแต่งงดงาม มีสัตว์หายาก ชวนสนใจ มีการแสดงของสัตว์และการแสดงศิลปวัฒนธรรม มีประชาชนเข้าชมจำนวนมาก นักท่องเที่ยวมีโอกาสสัมผัสกับความเป็นมิตรและมีน้ำใจของคนไทย ราคาเข้าชมไม่แพงเมื่อเทียบกับสิ่งที่จัดแสดง และบางแห่งเปิดให้ชมถึงเวลากลางคืน บางแห่งเวลากลางคืนยังสวยงาม ทั้งหมดนี้ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมาก

7. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

7.1 ปัญหาและความไม่สะดวก นักท่องเที่ยวส่วนมากตอบว่าไม่ประสบปัญหา เมื่อพิจารณาความเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไป พบว่าประสบปัญหาปานกลางด้านความสะดวก และการสื่อสาร

เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่สำคัญ เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ นักท่องเที่ยวส่วนมากตอบว่าไม่ประสบปัญหาในการท่องเที่ยวในแหล่งนี้ แสดงว่าผู้เกี่ยวข้องดำเนินการได้ดี

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไป พบว่ามีปัญหาปานกลางด้านความสะดวก อาจเกิดจากความสกปรกของน้ำทะเล ชายหาด ที่พัก นอกจากนี้ยังมีแมลงวันและยุง ตลอดจนมีการปล่อยให้มีสัตว์เลี้ยงเช่น สุนัข รบกวนนักท่องเที่ยว ส่วนด้านการสื่อสารนั้น ผู้ให้บริการควรปรับปรุงความสามารถให้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยภาษาอังกฤษได้ หากสามารถใช้ภาษาอื่น ๆ ได้ก็จะดียิ่งขึ้น

7.2 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากด้านวัฒนธรรมและประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร และประชาชนคนไทย

เกาะเสม็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชายหาดและทะเลสวยงาม สะอาด นักท่องเที่ยวสามารถชื่นชมธรรมชาติและรับประทานอาหารทะเลสด ๆ รสอร่อยได้ทุกวัน ประกอบกับผู้คนที่น่าอัศจรรย์และประกอบอาชีพอยู่ในเกาะเสม็ด ส่วนใหญ่เป็นคนพื้นเพดั้งเดิม มีวิถีชีวิตแบบไทย ๆ ดำรงรักษาวัฒนธรรมและประเพณี รวมทั้งลักษณะเด่นของคนไทยไว้ได้ดีพอควร สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้มาก

8. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด

8.1 ปัญหาและความสะดวก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ประสบปัญหา เมื่อพิจารณาความเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวนรองลงไป พบว่า ประสบปัญหาปานกลางด้านความสะดวก การสื่อสาร ความปลอดภัย บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า

เกาะช้าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งได้รับการพัฒนาถึงแก่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะตอบว่าไม่ประสบปัญหา แต่ก็ควรพิจารณาความเห็นของนักท่องเที่ยว จำนวนรองลงมาที่ระบุว่าประสบปัญหาปานกลางหลายด้านทั้งความสะดวก การสื่อสาร ความปลอดภัย บริการ ราคาและคุณภาพสินค้า

8.2 ความประทับใจต่อปัจจัยการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากที่สุดด้านวัฒนธรรมและประเพณี และประทับใจมากด้านสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ประชาชน และข้อมูลการท่องเที่ยว

บุคลิกภาพของผู้คนในเกาะช้างเหมือนกับของคนในเกาะเสม็ดในอดีต เพราะเริ่มจากการทำประมงมาสู่บริการท่องเที่ยว จึงยังคงลักษณะความจริงใจ ความเป็นมิตร และคงวิถีชีวิตไว้ได้มาก

น่าสังเกตว่าในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ 7 แหล่งเกาะช้างเป็นแหล่งเดียวที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากด้านข้อมูลการท่องเที่ยว

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.1 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาต่างๆ ในต่างประเทศควรเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเผยแพร่ไปถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด ด้วยวิธีต่างๆ

1.2 ผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา เกาะเสม็ด และเกาะช้าง ทั้งภาครัฐและเอกชน ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่อไปนี้ตามลำดับ

1.2.1 ความสะอาด

1.2.2 การจราจร

1.2.3 การสื่อสาร

1.2.4 มลภาวะ

1.2.5 ราคาและคุณภาพสินค้า

1.2.6 ความปลอดภัย

1.3 ผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา เกาะเสม็ด และเกาะช้าง ทั้งภาครัฐและเอกชน ควรร่วมมือกันเพื่อส่งเสริมปัจจัยที่นักท่องเที่ยวประทับใจ ดังนี้

1.3.1 ความมีอัธยาศัยของคนไทย แสดงออกด้วยไมตรีจิต ยินดีต้อนรับ ต้อนรับชาวต่างชาติ

1.3.2 ความสะอาด สะดวกสบายของที่พักร

1.3.3 ความสะอาดและรสชาติของอาหารไทย

1.3.4 ในแหล่งที่นักท่องเที่ยวใช้ชีวิตยามค่ำคืน ต้องเน้นด้านความปลอดภัยเป็นพิเศษ รวมทั้งกำหนดราคาค่าบริการให้เหมาะสมพอควร ไม่แพงจนเกินไป

1.3.5 แหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่ง ควรนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีไทยอย่าง
เหมาะสมพอสมควร เพื่อสร้างความประทับใจในวิถีชีวิตของคนไทย ซึ่งมีเอกลักษณ์แตกต่างจากชาติ
อื่น ๆ

1.4 ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวในด้าน
ต่อไปนี้

1.4.1 ความมีอัธยาศัยของคนไทย

1.4.2 อาหารไทย

1.4.3 ศิลปวัฒนธรรมไทย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การศึกษาครั้ง
ต่อไปควรมีการวิจัยทั่วทุกภาคของประเทศไทย และวิจัยในแต่ละส่วนองค์ประกอบของอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว เพื่อใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

2.2 ควรมีการวิจัยความเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา เกาะเสม็ด
และเกาะช้าง เพื่อให้ทราบนโยบาย แนวคิดในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและข้อเสนอแนะ อันจะ
นำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี. นปป.
- กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2542). โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว พุทธศักราช 2541.
- ชื่นใจ บุญธรรม. (2542). การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวบริเวณชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล (ว 354.3 ช 592 ก)
- ทรงพล ภูมิพัฒน์. (2540). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : SR Printing.
- บุษบา สุริธร และ ภัสวดี นิตินทรสุนทร. (2541). รายงานการวิจัยเรื่อง เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยือนประเทศไทย. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ.
- เพ็ญแข แสงแก้ว ยุพดี ศิริวรรณ ปารมี เจริญฤทธิวัฒน์ บุญชัย ฉัตรพิรุฬห์พันธุ์ ลำราญ มั่นทัพ. (2539). รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ.
- เพ็ญศรี บิสนุม. (2542ป). สภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางทะเลของจังหวัดสตูล. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ
- วินัย วีระพัฒนานนท์. (2530). สิ่งแวดล้อมศึกษา. กรุงเทพฯ : โอ. เอส. พรินติ้งเฮาส์.
- ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ปัญหาที่นักท่องเที่ยวมักประสบและแนวทางแก้ไข. นปป.
- สถาบันการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวนานาชาติ. (2537). รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาจัดทำแผนปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา.
- สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2534). รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาเบื้องต้นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา และสมุทรปราการ.
- สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เอกสารประกอบการประชุมเพื่อพิจารณาแนวทางการศึกษา. ทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา และจังหวัดระยอง จันทบุรี ตรัง (นปป.)
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2540). รายงานการวิจัยเรื่อง โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ.

- ลัทธินกร มานวน. (2543). *ศึกษาปัจจัยและกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอกไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สุชา จันทร์เอม. (2541). *จิตวิทยาทั่วไป*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช. (150 ส 758 จ)
- สุพล ศิริพรรณพร. (2538). *การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษาบริเวณชายฝั่งทะเลเมืองระยอง*. สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (ว 915.9374 ส 829 ก)
- สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์. (2532). ปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ *จตุสารการท่องเที่ยว*, 8 (1), หน้า 56 – 61.
- โสภณ ดันตโยทัย. (2537). ศักยภาพของนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาต่อตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย *จตุสารการท่องเที่ยว*, 13(3), หน้า 18 – 20 .
- Robert, Arthur, S. (1985). *The Renguin Dictionary of Psychology*. England : Prnguin Books Ltd.

ภาคผนวก



To the Tourist

Thank you for your co-operation in our research. We hope that through your valuable information we can improve our tourist facilities and your holiday experience for the future. Please answer the following questions to the best of your ability. Our students from Burapha University are willing to assist you with this questionnaire.

We appreciate your kind co-operation.

Tassanee Thantawanit

Associate Professor, Tassanee Thantawanit

Dean, Faculty of Humanities and social Sciences



Questionnaire

Study of Attitudes and Impressions of International Tourists visiting Eastern Thailand in 1998

Interviewer's name Date/...../.....
Survey Spot [] Tourist

1. What is your country?
2. Sex
[1] Male [2] Female
3. Age
[1] Less than 15 years [2] 15 - 24 years [3] 25 - 34 years
[4] 35 - 44 years [5] 45 - 54 years [6] 55 - 64 years
[7] 65 years and above
4. Marital status
[1] Single [2] Married [3] Divorced
[4] Seperated [5] Widowed
5. Occupation
[01] Professionals
[02] Government and Military Personnel
[03] Administrative and Managerial
[04] Clerical, Salesman and Commercial Personnel
[05] Agricultural Workers
[06] Laborers and Production Workers
[07] Service Workers
[08] Housewife or Unpaid Family Workers
[09] Student and Children
[10] Retired and Unemployed
[11] Other (specify)
6. Annual personal income before taxes
[01] less than US\$ 10,000 [02] US\$ 10,000 - 19,999
[03] US\$ 20,000 - 29,999 [04] US\$ 30,000 - 39,999
[05] US\$ 40,000 - 49,999 [06] US\$ 50,000 - 59,999
[07] US\$ 60,000 - 69,999 [08] US\$ 70,000 - 79,999
[09] US\$ 80,000 and above [10] No income
7. What is the Main purpose of your visit to Thailand?
(Check only one answer)
[1] Holiday [2] Business
[3] Convention/Cenference/Exhibitor [4] Official
[5] Incentive [6] Other (specify).....

8. With whom are you travelling? (Check as many as applicable)
 Alone With spouse With children
 With relatives With friends Other (specify).....
9. Number of days that you spent in the Eastern region days.
10. What kind of tour are you on?
 [1] Foreign Independent Tourist (FIT)
 [2] Group Tour
11. Is this your first visit to the Eastern region?
 [1] Yes, First visit [2] No, revisit time
12. Are you going to these places?
 Pattaya Beach
 Chom Tian Beach (Pattaya)
 Club/Pub/Disco (Pattaya)
 Cabaret Shows (Pattaya)
 Parks and Animal Parks
 Koh Samet (Rayong)
 Koh Chang (Trad)
13. In what type of vehicle have you travelled?
 Public bus Van Motorcycle
 Taxi Limousine Coach
 Ferry Jeep Other
14. Where did you get information about the Eastern region before coming here?
 (Check as many as applicable)
 Tour Agency TAT/Embassy Airline
 Relatives/Friends T.V. Magazine
 Guide book Printed Advertisement
 Internet Other (specify)

15. Before you came to the Eastern region, how many of the following motivated you for this trip?

Items	None	Little	Moderate	Much	Most
Nature					
Night Life					
Attractive Tourist Spots					
Shopping					
Cost of Tour					
Food					
People					
Sports					
Accommodation					
Safety					
Tourist Information					
Other (specify)					

16. Before your trip to the Eastern region, what was your attitude towards the following items in Thailand?

Items	Very Good	Good	Fair	Poor	Very Poor	None
Nature						
Night Life						
Attractive Tourist Spots						
Shopping						
Cost of Tour						
Food						
People						
Accommodation						
Safety						
Tourist Information						
Other (specify)						

21. Do you expect to come back to the Eastern region?

[1] Yes

[2] No

[3] Not sure

22. Do you have any suggestions for improving tourism in the Eastern region?

.....
.....
.....
.....
.....

Thank you for your kind cooperation.



観光客の皆様、

このアンケートは東部地方の観光に関する皆様の印象を調査するものです。皆様の東部地方での観光の現状を改善できればと思っております。お忙しいと思いますが、できるかぎり、御記入していただけるようよろしくお願い致します。

ご協力どうもありがとうございました。

Tassanee Thantawamit

タサニー・ターンタワニット

人文社会学部学部長



アンケート

1998年度外国人観光客のタイ東部地方旅行における観光形態調査

調査者氏名： _____ 日時： _____ 年 _____ 月 _____ 日
調査場所 _____

1. あなたが現在、御住まいの国はどちらですか。 _____
2. あなたの性別をお答え下さい。
[1] 男性 [2] 女性
3. あなたの年齢は、次のうちどの範囲に当たりますか。
[1] 15歳以下 [2] 15~24歳 [3] 25~34歳
[4] 35~44歳 [5] 45~54歳 [6] 55~64歳 [7] 65歳以上
4. あなたの家族身分は、次のうちどれに当たりますか。
[1] 独身 [2] 既婚 [3] 離婚
[4] 別居 [5] 配偶者と死別
5. あなたは職業上、次のうちどれに当たりますか。
[01] 専門職 [02] 国家公務員及び軍人
[03] 行政職、管理職 [04] 事務職、販売職、営業職
[05] 農業経営 [06] 現場作業員、製造従業員
[07] サービス従業員 [08] 主婦、家業手伝い
[09] 学生、未成年 [10] 退職者、失業者
[11] その他（具体的に _____）
6. あなたの年収は、税込みで次のどの範囲に当たりますか。
[01] \$10,000未満 [02] \$10,000-\$19,999
[03] \$20,000-\$29,999 [04] \$30,000-\$39,999
[05] \$40,000-\$49,999 [06] \$50,000-\$59,999
[07] \$60,000-\$69,999 [08] \$70,000-\$79,999
[09] \$80,000以上 [10] 年収なし
7. タイ国にいらした主な目的・動機は、次のうちどれに当たりますか。
（一つだけお選び下さい）
[01] 休暇 [02] ビジネス
[03] 会議 / 学会 / 見本市など [04] 公式訪問
[05] 興味・関心 [06] その他（具体的に _____）

8. 今回、タイに同伴なされたのはどなたですか。

(該当する項目をすべてお選び下さい。)

- [01] 同伴者なし [02] 配偶者 [03] 子供
[04] 親類 [05] 友人
[06] その他 (具体的に_____)

9. 今までで、どのぐらい東部地方にご滞在なさっていますか。 _____ 日間

10. どのような形で旅行されていますか。

- [01] 個人旅行 [02] 団体旅行

11. 今回、初めての東部地方訪問ですか。

- [01] はい [02] いいえ。今回は _____ 回目

12. 次の観光地へ行く予定はありますか。

- パタヤービーチ
 チョムティーンビーチ (パタヤー)
 クラブ/パブ/ディスコ (パタヤー)
 キャバレーショー (パタヤー)
 公園、動物園
 サメット島 (ラヨン県) チャーン島 (トラート県)

13. あなたはどんな乗り物を使いますか。

- 公共バス ワゴン車 モーターサイクル
 タクシー リムジン 観光バス
 船 ジープ その他

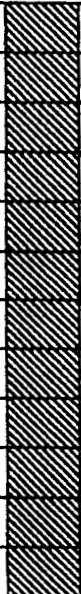
14. タイ入国以前に、どのような機関・メディアを通じて東部地方に関する情報を入手なさいましたか。(該当する項目をすべてお選び下さい。)

- 旅行代理店 タイ観光局・大使館 航空会社
 親類・友人 テレビ番組 雑誌
 旅行ガイドブック 広告その他の印刷物
 その他 (具体的に_____)

15. 次の項目で東部地方に来る前に、興味を持っていたことは何ですか。

項目	興味がなかった	少し興味があった	興味があった	とても興味があった	一番興味があった
自然					
夜の娯楽					
魅力的な観光名所					
ショッピング					
観光費用の手ごろさ					
料理					
人々					
スポーツ					
宿泊施設					
安全さ					
観光情報					
その他 ()					

16. 旅行をする前に、あなたの思っていた東部地方のイメージは次のうちどれに当たるか ○ をつけてください。

項目	とても良い	良い	普通	良くない	ぜんぜん良くない		イメージなし
自然							
夜の娯楽							
魅力的な観光名所							
ショッピング							
観光費用の手ごろさ							
料理							
人々							
宿泊施設							
安全さ							
観光情報							
その他 ()							

17. 次の各観光地にどのぐらい行かれますか。

観光名所	日間
パタヤービーチ	
チョムティーンビーチ (パタヤー)	
クラブ/ パブ / ディスコ (パタヤー)	
カパレーショー (パタヤー)	
公園、動物園 (パタヤー)	
サメット島 (ラヨン県)	
チャーン島 (トラート県)	

18. 御滞在になった各観光地で、どのように過ごされましたか。該当する欄に○をつけてください。

観光名所	会議/学会 / 見本市	ショッ ピング	夜の 娯楽	料理	地域文化 伝統行事	海水浴	トレッキング	スポーツ	その他
パタヤービーチ									
チョムティーン ビーチ (パタヤー)									
クラブ/ パブ / ディスコ (パタヤー)									
キャパレーション (パタヤー)									
公園、動物園 (パタヤー)									
サメット島 (ラヨン県)									
チャーン島 (トラート県)									

19. 御滞在になった各観光地で、どんな問題や不愉快さをどの程度体験なさいましたか。1から5までの数字で答えてください (1=問題なかった、2=あったがまれだった、3=我慢できる程度、4=問題だった、5=とてもひどかった)。

観光名所	交通	環境汚染	衛生	コミュニケー ション	現地の人 の正直さ	安全性	気候	サービス	商品の値段 又は質	その他(具 的に)
パタヤービーチ										
チョムティーン ビーチ (パタ ヤー)										
クラブ/ パブ / ディスコ (パタヤー)										
キャパレーショ ー (パタヤー)										
公園、動物園 (パタヤー)										
サメット島 (ラヨン県)										
チャーン島 (トラート県)										

20. 御滞在になった各観光地で、次に掲げる各項目に関してどの程度心に残りましたか。1から5までの数字で教えてください(1=なし、2=少し残った、3=まあまあ残った、4=心に強く残った、5=心にとても強く残った)。

観光名所	タイの 文化・ 自然 伝統	夜の 娯楽	魅力的な 観光名所	ショッピング	手ごろな 観光費用	タイ料理	土地の 人々	スポーツ	宿泊施設	観光 情報	その他 (具体的に)
バッテリービーチ											
チョムティーンビーチ (バッテリー)											
クラブ/ パブ / ディスコ (バッテリー)											
キャバレーショー (バッテリー)											
公園、動物園 (バッテリー)											
サメット島 (ラヨン県)											
チャーン島 (トラート県)											

21. あなたは再び東部地方へいらしやりたいと思いますか。

[1] はい [2] いいえ [3] まだ分かりません

22. 東部地方観光に関するご意見、御感想がありましたら、御記入ください。

本調査に快くご協力いただき、心より感謝申し上げます。

タイ国立ブラパー大学人文社会学部



這是對於外國游客來泰東旅游之意向及印象的調查問卷。調查結果對我校有助于研究工作。您是一位我需要請教的貴賓。希望給予合作，非常感謝。

Tassanee Thantawanit

塔莎妮 灘達瓦妮

院長

人文社會學院

東方大學



调查问卷

1998年外国游客来泰东旅游之意向及印象

調查人姓名 _____ 日期 _____

調查地點 _____

1、居住國 _____

2、性別

[1] 男 [2] 女

3、年齡

[1] 15歲以下 [2] 15-24歲 [3] 25-34歲
[4] 35-44歲 [5] 45-54歲 [6] 55-64歲
[7] 65歲以上

4、婚姻狀況

[1] 未婚 [2] 已婚 [3] 離婚
[4] 分居 [5] 寡居

5、職業

[1] 專業技術人員 [2] 國家公務員/軍人
[3] 企業管理人員 [4] 職員、商業人員、推銷員
[5] 農民 [6] 工人
[7] 傭人 [8] 家庭主婦
[9] 學生、兒童 [10] 退休人員或無勞人員
[11] 其他 (請注明) _____

6、年收入（未扣除稅款）

- | | |
|--------------------|--------------------|
| [1]低於10,000美元 | [2]10,000-19,999美元 |
| [3]20,000-29,999美元 | [4]30,000-39,999美元 |
| [5]40,000-49,999美元 | [6]50,000-59,999美元 |
| [7]60,000-69,999美元 | [8]70,000-79,999美元 |
| [9]80,000美元以上 | [10]無收入 |

7、來泰東主要因由（可選一項）

- | | |
|--------------|-----------------|
| [1]假日休息 | [2]從事商業活動 |
| [3]開會/參加商品展覽 | [4]公務員 |
| [5]從中旅遊獎或獎金 | [6]其他（請注明）_____ |

8、陪行者（可選多項）

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 無 | <input type="checkbox"/> 伴侶 | <input type="checkbox"/> 子女 |
| <input type="checkbox"/> 親戚 | <input type="checkbox"/> 朋友 | <input type="checkbox"/> 其他（請注明）_____ |

9、在泰東逗留期限_____天

10、使用什麼旅遊形式？

- [1]個人旅遊
- [2]隨旅行社組辦的旅遊團

11、是否首次來泰東？

- [1]是
- [2]否，已_____次

12、需要旅遊的地點

- 芭提雅海灘
- 忠天海濱（芭提雅）
- 酒吧/夜總會（芭提雅）
- 歌舞表演（芭提雅）
- 公園、動物園
- 沙陌島（羅勇府）
- 大象島（噠叻府）

13、在旅途中，使用什麼交通工具？

- 公共汽車 大篷車 摩托車
 出租汽車 轎車 長途公共汽車
 渡船 吉普車 其他

14、此次來泰東前，通過何種媒道了解到本地的情況？

(可選多項)

- 旅行社 TAT/大使館 航空公司
 親友 電視 刊物
 導游指南 印刷品 國際網絡
 其他(請注明) _____

15、來泰東旅行之前，下述因素對您有多少吸引力？

吸引因素	無	少許	一般	較大	最大
自然界					
夜生活					
旅遊點					
購物					
旅遊費用					
美食					
民衆					
住宿					
安全					
旅遊資訊					
其他(請注明)					

16、來泰東之前，您對下述各項內容的看法

項目	最好	好	一般	不好	較差	無意見
自然界						
夜生活						
旅遊點						
購物						
旅遊費用						
美食						
民衆						
住宿						
安全						
旅遊資訊						
其他（請注明）						

17、您在各地旅遊點逗留多長時間？

旅遊點	天數
芭提雅海灘	
忠天海濱（芭提雅）	
酒吧/夜總會（芭提雅）	
歌舞表演（芭提雅）	
公園、動物園（芭提雅）	
沙陌島（羅勇府）	
大象島（噠叻府）	

、您在各地旅游期間感到印象最深的是什麼？（請打分1-5分）

（1 = 最美，2 = 較差，3 = 一般，4 = 好，5 = 最好）

	文化风俗	夜生活	旅游点	购物	旅游 费用	美食	民众	体育 运动	住宿	旅游 资讯	其他 (請注明)
芭提雅海灘											
忘天海濱(芭提雅)											
酒吧、夜總會(芭提雅)											
歌舞表演(芭提雅)											
公園、動物園(芭提雅)											
沙陌島(羅勇府)											
大象島(哇叻府)											

、是否您想再來泰東旅游？

[1] 是

[2] 否

[3] 不一定

2、對於泰東旅游，你是否有所要補充的建議？

感謝合作
人文社會學院
東方大學



관광객 여러분께

귀하의 친절한 답변에 감사를 드립니다. 우리는 귀하가 이곳에서
관광 경험을 최대한 향상시킬 수 있도록 정보 제공을 희망합니다.
귀하께서는 최선을 다해서 이 설문지에 답변을 해 주시기 바랍니다.
학생들이 친절한 도움을 줄 것입니다.

귀하의 협조에 감사드립니다.

Tassane Thantawanit

타싸니 탄타와닐

부라파 대학교 인문사회대학 학장

(1) 예, 처음입니다. (2) 아니오, 재방문입니다. _____ 번째.

12. 다음의 장소에 가 보았습니까?

- () 팟타야 비치
- () 줘티엔 해수욕장 (팟타야)
- () 술집, 나이트 클럽, 디스코장 (팟타야)
- () 카바레 (팟타야)
- () 공원 및 동물원
- () 코사멧 (라영)
- () 코창 (트랏)

13. 귀하의 교통수단은?

- () 대중버스 () 밴 () 오토바이
- () 택시 () 리무진 () 대형버스
- () 페리 연락선 () 지프 () 기타

14. 이곳에 오기 전에 동부 지방에 대한 정보소스는?

(해당란에 모두 체크하십시오.)

- () 여행사 () 관광청 () 항공사
- () 친척친구 () 대사관 () 잡지
- () 안내책자 () 광고물
- () 인터넷 () 기타 (자세히 서술) _____

15. 이곳 동부 지방에 오기 전에 다음 중 몇가지 동기에 의해서 이번 여행을 하게 되셨습니까?

(다음 항목에 체크해주시기 바랍니다.)

<항목>	전혀 아니다	약간	보통	많이	가장 많이
* 자연	()	()	()	()	()
* 밤의 유흥	()	()	()	()	()
* 관광지의 매력	()	()	()	()	()
* 쇼핑	()	()	()	()	()
* 여행비	()	()	()	()	()
* 음식	()	()	()	()	()
* 국민	()	()	()	()	()
* 스포츠	()	()	()	()	()
* 편의 시설	()	()	()	()	()
* 안전	()	()	()	()	()
* 관광정보	()	()	()	()	()
* 기타	()	()	()	()	()

16. 이 동부 지방에 여행 오기전에, 다음 무엇이 당신의 태도를 결정하게 하였습니까?

<항목>	대단히 좋다	좋다	보통이다	나쁘다	대단히 나쁘다	전혀 아니다
* 자연	()	()	()	()	()	()
* 밤의 유흥	()	()	()	()	()	()
* 관광지의 매력	()	()	()	()	()	()

카바레쇼 () () () () () () () () ()
 공원 및 동물원 () () () () () () () () ()
 코스멧 (라영) () () () () () () () () ()
 코창 (뜨랏) () () () () () () () () ()

20. 귀하가 여행지에서 느낀 감명적인 것은? /// 1-5까지 등급을 매기시오.
 (1-나쁨 2-열등 3-평균 4-양호 5-우수)

<여행지> 태국문화풍습, 밤의유혹, 관광지매력, 쇼핑, 관광비용, 음식, 국민, 스포츠, 편의시설, 관광정보, 기타

팟야 비치 () () () () () () () () () () ()
 좀티엔 해변 () () () () () () () () () () ()
 클럽/술집/ () () () () () () () () () () ()
 디스코장
 카바레쇼 () () () () () () () () () () ()
 공원 및 동물원 () () () () () () () () () () ()
 코스멧 (라영) () () () () () () () () () () ()
 코창 (뜨랏) () () () () () () () () () () ()

21. 귀하는 이 동부지역에 또 다시 오시겠습니까?

(1) 예 (2) 아니오 (3) 잘 모르겠습니다

22. 귀하께서 이 동부지역의 발전을 위해서 건의하시고 싶은 것이 있으시다면?

귀하의 협조에 감사를 드립니다.

부라파 대학교 인문사회 대학



Madame, Monsieur

Nous vous remercions par avance de consacrer un peu de votre temps pour compléter au mieux ce questionnaire. Nous espérons que grâce aux informations ainsi recueillies nous pourrions dans un proche futur pouvoir améliorer notre accueil touristique. Nos étudiants seront heureux de répondre à vos questions éventuelles.

Merci pour votre aimable coopération

Tassanee Thantawanit

Tassanee Thantawanit

Doyen, La Faculté des Humanités et Sciences Sociales



Questionnaire

L' étude des attitudes et impressions de touristes internationaux visitées la région Est de la Thailandl 1998

nom de l'interviewé..... Date...../...../..... Lieu.....

1. Dans quel pays habitez-vous?

2. Sexe

[1] Masculin [2] Féminin

3. Age

[1] Moins de 15 ans [2] 15-24 ans [3] 25-34 ans [4] 35-44 ans
[5] 45-54 ans [6] 55-64 ans [7] 65 ans ou plus

4. Statut marital

[1] Célibataire [2] Marié [3] Divorcé [4] Séparé [5] Veuf

5. Profession

[01] Professionnel [02] Gouvernemental ou Militaire
[03] Administratif ou Directionnel [04] Employé, Représantant ou Commercial
[05] Agriculteur [06] Ouvrier, Travailleurs dans la production ou les services
[07] ménagère ou famille de travailleures sans revenu [08] Etudiant ou enfant
[09] Retraité ou chômeur [10] Autres (à préciser).....

6. Revenu annuel brut

[01] Moins de 10,000 USD [02] 10,000-19,999 USD [03] 20,000-29,999 USD
[04] 30,000-39,999 USD [05] 40,000-49,999 USD [06] 50,000-59,999 USD
[07] 60,000-69,999 USD [08] 70,000-79,999 USD [09] 80,000 USD ou plus

7. Quel est l' objet principal de votre visité en Thailand?

[01] Vacances [02] Affaires [03] Congrès/Conférence/Salon
[04] Visite Officielle [05] Motivation Personnelle [06] Autres (à préciser).....

8. Avec qui voyagez-vous? (plusieurs réponses possibles)

[] Seul [] avec épouse [] avec enfants
[] avec parents [] avec amis [] Autres (à préciser)

9. Nombre de jours passés dans la région Est.....jours
10. Quelle agence de voyages savez-vous choisir?
 Touriste étranger indépendant Voyage organisé
11. Est-ce la première fois que vous voyagez dans la région Est?
 Oui, c'est la première fois Non, c'est la.....fois
12. Allez-vous dans les endroits suivants?
 Plage de Pattaya Plage de Chom Tian Pattaya Club/Bistro/Discothèque (Pattaya)
 Cabaret (Pattaya) Parcs et Parcs animaux Ile de Samet (Rayong)
 Ile de Chang (Trad)
13. Quel est votre moyen de transport?
 Autobus Four – gonnette Motorcyclette
 Taxi Limousine Voiture
 Bac Jeep Autres
14. Avant ce voyage quelles sont vos sources d'informations sur la région Est? (plusieurs réponses possibles)
 Agence de voyages Office de Tourisme TAT/Ambassade Compagnies Aériennes
 Parents / Amis Télévision / Ambassade Magazines
 Guide de voyage Publicités Internet
 Autres (à préciser).....
15. Avant de venir en région Est, quelles sont vos motivations pour cette visite, dans les catégories suivantes?

Points	Aucun	Peu	Moyen	Beaucoup	Le plus
La vie Nocturne					
Points touristiques attractifs					
Shopping					
Nourriture					
Peuple					
Sports					
Logement					
Information touristique					
Autres (à préciser)					

16. Avant votre voyage pour cette région Est quelle opinion avez-vous sur les catégories suivantes?

Catégories	Très peu	Peu	Moyen	Bien	Très bien	Aucun
La vie nocturne						
Points touristiques attractifs						
Shopping						
Frais du voyage						
Nourriture						
Peuple						
Logement						
Sécurité						
Information touristique						
Autres (à préciser)						

17. Combien de temps avez-vous passé lors de votre visite dans chaque endroit touristique suivant?

Endroits touristiques	Nombre de jours
Plage de Pattaya	
Plage de Chom Tian (Pattaya)	
Club / Bistro / Discothèque (Pattaya)	
Cabaret (Pattaya)	
Parcs et Pares animaux (Pattaya)	
Ile de Samet (Rayong)	
Ile de Chang (Trad)	

20. Quelle impression avez-vous eu lors de votre voyage dans chaque endroit touristique suivant? Veuillez donner les points de 1 à 5 (1=aucune impression, 2=peu impression, 3=moyenne impression, 4=beaucoup impression, 5=le plus impression)

	Culture thaïe/tradition	Vie Nocturne	Points touristiques intéressants	Shopping	Frais du voyage	Nourriture thaï	Peuple	Sports	Logement	Information touristique	Autres (à préciser)
Plage de Pattaya											
Plage de Chom Tian (Pattaya)											
Club/Bistro/Discothèque (Pattaya)											
Cabaret (Pattaya)											
Parcs et Parcs animaux (Pattaya)											
Ile de Samet (Rayong)											
Ile de Chang (Trad)											

21. Souhaitez-vous revenir dans la région Est?

[1] Oui

[2] Non

[3] Ne Sait pas

22. Avez-vous des suggestions pour améliorer dans cette région Est ?

Merci beaucoup de vos co – opérations



An den Tourist

Danke für Ihre Zusammenarbeit bei unserer Forschung. Wir hoffen, durch Ihre wertvolle Information, unsere Touristsgelegenheiten und Ihre künftige Urlaubserfahrung verbessern zu können. Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen nach Ihren besten Kräften. Unsere Studenten von Burapha Universität werden Ihnen bereitwillig mit diesem Fragebogen helfen.

Es sei Ihnen an dieser Stelle nochmals für Ihre nette Zusammenarbeit gedankt.

Tassanee Thantawanit

außerordentlicher Professor Tassanee Thantawanit
Dekan, Fakultät der Humanität und Sozialwissenschaft

FAX : ๐๖๕๐๐๕๕



Fragebogen zur Umfrage über die Ausgaben der internationalen Touristen, die 1998 Ostthailand besuchten.

Name des Interviewers: Datum...../...../..... Umfrage
Stelle/ Ort.....

1. In welchem Land leben Sie?

2. Geschlecht

[1] männlich [2] weiblich

3. Alter

[1] jünger als 15 Jahre [2] 15-24 Jahre [3] 25-34 Jahre [4] 35-44 Jahre
[5] 45-54 Jahre [6] 55-64 Jahre [7] 65 Jahre und älter

4. Familienstand

[1] ledig [2] verheiratet [3] geschieden [4] getrennt
[5] verwitwet

5. Beruf

[01] Fachmann [02] Staatliches und militarisches Personal
[03] Verwaltung und Management [04] Büroarbeit, Verkäufer und kommerzielles Personal
[05] in der Landwirtschaft [06] Arbeiter, Produktionsangestellte
[07] Serviceangestellte [08] Hausfrau oder unbezahlter Haushalter
[09] Student und Kinder [10] Rentner und Arbeitslose
[11] Sonstige (bitte nennen!).....

6. Jährliches Bruttoeinkommen

[01] weniger als US \$ 10,000 [02] US \$ 10,000-19,999 [03] US \$ 20,000-29,999
[04] US \$ 30,000-39,999 [05] US \$ 40,000-49,999 [06] US \$ 50,000-59,999
[07] US \$ 60,000-69,999 [08] US \$ 70,000-79,999 [09] US \$ 80,000 und mehr
[10] kein Einkommen (das Einkommen aus Vermögen)

7. Was ist Ihr Hauptziel für die Reise nach Thailand? (Wählen Sie bitte nur eine Antwort!)

[01] Urlaub [02] Geschäftsreise [03] Tagung/Konferenz/Ausstellung
[04] Dienstreise [05] Anreiz [06] Sonstiges (bitte nennen!).....

8. Mit wem verreisen Sie? (mehrere Antworten sind möglich)

- allein mit dem Gatte/der Gattin mit Kindern
 mit Verwandten mit Freunden Sonstige (bitte nennen).....

9. Wie viele Tage waren Sie in Ostthailand?Tage

10. Was für eine Reise haben Sie gemacht/ genommen?

[1] auf selbständige Reise

[2] Gruppenreise

11. Ist dies Ihr erster Besuch in Thailand?

- [1] Ja, erster Besuch [2] Nein, Besuch

12. Gehen Sie auf diese Plätze?

[] Pattaya

[] Chom Tian Strand (Pattaya)

[] Klub/Wirtheis/Disco (Pattaya)

[] Kabarett Shows (Pattaya)

[] Park und Tierpark

[] Samet Insel (Rayong)

[] Chang Insel(Trad)

13. Was ist Ihr Fahrzeug?

[] öffentlicher Autobus [] Gepäckwagen [] Fahrrad

[] Taxi [] Limousine [] Coach

[] Fahrboot [] Jeep [] anderes

14. Woher haben Sie Information über östliches Thailand vor der Abreise bekommen?

(mehrere Antworten sind möglich)

[] Reisebüro [] TAT/Botschaft [] Fluggesellschaft [] Verwandte/Freunde

[] Fernseher [] Zeitschrift [] Reiseführer [] gedruckte Werbung

[] Internet [] Sonstiges (bitte nennen!).....

15. Vor der Reise nach Osten Thailands, wie groß war Ihr Interesse unter folgenden Gesichtspunkten?

Thema	keine	ein wenig	einigemaßen	viel	am meisten
Kultur und Tradition					
Natur					
Nachtleben					
attraktive touristische Orte					
Shopping					
Reisepreis					
Essen					
Leute					
Sport					
Unterkunft					
Touristinformation					
andere (angeben!)					

16. Vor der Reise nach Osten Thailands, wie war Ihre Einstellung zu folgenden Gesichtspunkten?

Thema	sehr gut	gut	einigemaßen	schlecht	sehr schlecht	keine
Kultur und Tradition						
Natur						
Nachtleben						
attraktive touristische Orte						
Shopping						
Reisepreis						
Essen						
Leute						
Sport						
Unterkunft						
Touristinformation						
andere (angeben!)						

20. Wie war Ihr Eindruck während Ihres Aufenthaltes in jedem Ort, den Sie besuchten? Geben Sie bitte in Punkten von 1-5 an! (1=nicht beeindruckt, 2=ein wenig, 3= einigermaßen, 4 = viel, 5 = am meisten beeindruckt)

	Thai Kultur/ Tradition	Nacht-leben	attraktive tourist-ische Orte	Shcp ping	Reise- preis	Thai Essen	Leute	Sport	Unter- Kunft	Tourist- informa- tion	andere (angeb en!)
Pattaya Strand											
Chom Tian Strand (Pattaya)											
Klub/Wirthausb/ Disco (Pattaya)											
Kabarett Shows (Pattaya)											
Park und Tierpark (Pattaya)											
Samet Insel (Rayong)											
Chang Insel (Trad)											

21. Wollen Sie noch einmal nach Osten Thailands kommen?

[1] Ja [2] Nein [3] nicht sicher

22.Haben Sie einige Empfehlungen für Tourismusverbesserung in dieser östlichen Region?

.....

.....

.....

.....

.....