การเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการมาเที่ยวชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต

จิตติมา แก้วแท้

DPU

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ 2549
ISBN 974-671-392-2

Acceptance of News, Expectation and Satisfaction of Thai Tourists Toward Patong Beach Tours, Phuket Province

Jittima Kaewtae

DPU

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master Arts (Communication)

Department of Business Communication

Graduate School, Dhurakij Pundit University

2006

ISBN 974-671-392-2

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความเมตตาจากหลายท่านที่อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง โดยเฉพาะผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ้กกิ้นส์ ที่คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้อย่างละเอียด รวมทั้งกรรมการในการสอบครั้งนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา วงศ์กะพันธ์ และท่านประธานการสอบอาจารย์อรุณ งามดี

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณนายวิระวงษ์ และนางพันทิพย์ แก้วแท้ บิดาและมารดา ที่ให้ความรัก ความห่วงใยตลอดจนเป็นกำลังใจอันสำคัญ และเป็นกำลังสนับสนุนในทุกๆด้านให้แก่ผู้เขียน และขอขอบคุณทุกคนในครอบครัว พี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ พี่อ้อ ผู้คอยชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผู้อยู่เบื้องหลังทุกคนที่คอยให้กำลังใจ คำแนะนำที่ดีตลอดมา รวมทั้งความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการศึกษาครั้งนี้

อนึ่ง หากวิทยานิพนธ์นี้มีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้สนใจ ผู้เขียนขออุทิศให้บุพการีและผู้มีพระคุณทุกท่าน

จิตติมา แก้วแท้

DPU

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ฆ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ
กิตติกรรมประกาศ..... ช
สารบัญตาราง..... ฎ
สารบัญภาพ..... ฐ

บทที่

1. บทนำ..... 1
   ความสำคัญและที่มาของปัญหา..... 1
   สมมุติฐานงานวิจัย..... 13
   ปัญหานำวิจัย..... 13
   วัตถุประสงค์การวิจัย..... 13
   กรอบแนวคิด..... 14
   ขอบเขตการวิจัย..... 14
   นิยามศัพท์..... 14
   ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 15

2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 16
   แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสาร..... 16
   ทฤษฎีว่าด้วยสื่อและประสิทธิภาพของสื่อ..... 27
   แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์..... 29
   ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง..... 34
   ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน..... 34
   งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 40

DPU

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3. ระเบียบวิธีวิจัย..... 42
รูปแบบการวิจัย..... 42
วิธีการสุ่มตัวอย่าง..... 42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 43
การประมวลผลข้อมูล..... 44

4. ผลการวิจัย..... 45
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา..... 45
1. ลักษณะประชากรศาสตร์..... 45
2. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว..... 45
3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง..... 48
4. ระดับความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการท่องเที่ยว..... 62
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน..... 68
สมมุติฐานข้อที่ 1..... 68
สมมุติฐานข้อที่ 2..... 71
สมมุติฐานข้อที่ 3..... 74
สมมุติฐานข้อที่ 4..... 77

5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 81
สรุปผลการวิจัย..... 81
ผลการทดสอบสมมุติฐาน..... 86
อภิปรายผล..... 86
ข้อเสนอแนะ..... 88

บรรณานุกรม..... 90

ภาคผนวก..... 94

ประวัติผู้เขียน..... 126

DPU

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ..... 45
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ..... 46
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพทางสังคม..... 46
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้/เดือน..... 47
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา..... 47
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของระยะเวลาในการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง..... 48
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของการเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองกับใคร..... 48
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสาเหตุสำคัญที่สุดที่เลือกเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง..... 49
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของการเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง..... 50
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของที่พัก..... 50
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของรับประทานอาหารในมื้อหลักที่ต้องรับประทานเอง..... 51
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชายหาดป่าตอง..... 51
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อทั่วไปในการเปิดรับข่าวสาร..... 52
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อทั่วไปในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง..... 53
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง/เดือน..... 54
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของแหล่งข่าวที่สำคัญที่สุดที่ชักจูงใจให้ท่านเดินทางมาเที่ยวชายหาดป่าตอง..... 56

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับก่อนการมาเที่ยว..... 57

4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อที่นักท่องเที่ยวคิดว่ามีความสำคัญมากที่สุดในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง..... 58

4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของสื่อที่ได้รับในระหว่างการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง..... 59

4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับชายหาดป่าตองควรมีมากในสื่อใด..... 60

4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของความคาดหวังที่ต้องการจากสื่อในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง..... 61

4.22 แสดงระดับความความคาดหวังที่มีต่อการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง..... 62

4.23 แสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง..... 63

4.24 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง..... 64

4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการกลับมาเที่ยวยังชายหาดป่าตองอีกครั้ง 67

4.26 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับการเปิดรับข้อมูลต่างๆจากสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง..... 68

4.27 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมกับการเปิดรับข้อมูลต่างๆจากสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง..... 71

4.28 แสดงความแตกต่างกันระหว่างเพศกับความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ..... 74

4.29 แสดงความแตกต่างกันระหว่างเพศกับความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง..... 75

4.30 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศต่อความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับ..... 75

4.31 แสดงความแตกต่างกันระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ..... 77

DPU

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

4.32 แสดงความแตกต่างกันระหว่างสถานภาพทางสังคมกับความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง 78

4.33 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพทางสังคมต่อความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับ..... 79

DPU

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่

1.1 แสดงองค์ประกอบหลักของคลัสเตอร์..... 7
1.2 แสดง Cluster การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต..... 8
1.3 แสดงรายได้จากการ่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต..... 10
2.1 Classification of Media-Related Needs…….…. 36

DPU

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการมาเที่ยวชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต
ชื่อผู้เขียน จิตติมา แก้วแท้
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ้กกิ้นส์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา 2548

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการมาเที่ยวชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างด้านเพศ และสถานภาพทางสังคม กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อชายหาดป่าตอง

การวิจัยครั้งนี้ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวมรวมข้อมูล ประชากรที่ทำการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง โดยในปีในช่วงเดือนมกราคม-เดือนมิถุนายนปี2548 มีจำนวนประมาณ 569,588 คน โดยใช้เกณฑ์กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จของทาโร ยามาเน (Taro Yamane)โดยคิดจากจำนวนประชากร 100,000 คนขึ้นไป ค่าระดับความเชื่อมั่นในการเลือกประมาณ 95 % กำหนดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ ไม่เกิน 5% เพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ปรากฏว่าได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistic) ใช้ค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเฉลี่ยในรูปแบบตาราง เพื่ออธิบายข้อมูลด้านประกรศาสตร์ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง การทดสอบสมมุติฐานใช้ค่า Chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างหรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ชายหาดป่าตองครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีระดับรายได้ 10001 – 20000 บาท / เดือน 10001 – 20000 บาทต่อเดือน มีระดับการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรีนักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 – 3 วัน โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาเที่ยวกับครอบครัว สาเหตุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว สาเหตุหลักคือ สิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดป่าตอง การเดินทางมาท่องเที่ยวนิยมใช้รถส่วนตัว และนิยมพักแรมที่โรงแรมสูงที่สุด รับประทานอาหาร

โดยทั่วไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารทั่วไป ค่าใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองโดยส่วนใหญ่ประมาณ 2001 – 4000 บาท

จากการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง ในด้านสื่อทั่วไปที่เปิดรับข่าวสาร ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง พบว่าสื่อโทรทัศน์ที่มีจำนวนการเปิดรับสื่อสูงที่สุด รองลงมา เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อนิตยสาร สื่อบุคคล สื่ออินเตอร์เน็ต สื่อเฉพาะกิจ และสื่อหอกระจายข่าวชุมชนตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมุติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร ที่ใช้ในการวิจัยพบว่า

1. เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตองแตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละเพศจะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ประมาณ 1- 2 ครั้ง ต่อเดือน

2. สถานะภาพที่แตกต่างกันทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตองแตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละสถานะภาพจะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ประมาณ 1- 2 ครั้ง ต่อเดือน

3. เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ แต่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตองและพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

4. เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตองและพบว่าสถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

Thesis Title : Acceptance of News, Expectation and Satisfaction of Thai Tourists Toward Patong Beach Tours, Phuket Provinec
Author : Jittima Kaewthae
Thesis Advisor : Asst Prof. Dr.Ousa Biggins,
Department : Business Communication
Academic year : 2005

ABSTRACT

The objectives of this thesis were to study the behavior on acceptance of news, expectation and satisfaction of Thai tourists toward their Patong Beach tours, Phuket Province to study the difference of genders and social status against the acceptance of news related to Patong Beach, expectation and satisfaction of Thai tourists toward Patong Beach.

This research were carried out by mean of Survey Research by using questionnaire for data compilation. The subjects are Thai tourists visiting patong Beach during January-June 2005 total 569,588 persons. The sample size were prescribed by suing readymade table of Taro Yamane based on 100,000 subjects onwards. The reliability value in selection were approx. 95 % with error not exceeding 5 % to revealed possible error as less as possible. Result selected sample group were 400 subject

The data analysis were carried out by using Descriptive Statistic and mean in table form to explain demographic data. General data of tourist on acceptance of news about Patong Beach, assumption test by mean of Chi-square for relation test.

Result of research were found that Thai Tourists visiting Patong Beach were mostly between 21-30 years of age and single, earning 10,001-20,000 baht/month, graduated Bachelor Degree, Most of them spend 2-3 days on tours with their families. The main reason in visiting Patong Beach were the attractive environment of Patong Beach. Traveling mean were by private care and mostly stay in hotels, eat in any general shops and expenses between Patong Beach tour were approx. 2,001-4,000 baht

DPU

From the survey of behavior on acceptance of new of Thai tourist visiting Patong Beach from general media, the most frequency on acceptance of news related to Patong Beach were from television, second were newspaper, radio, magazine, person, internet, specific purpose media and Community News Publicizing Center respectively.

Result of assumption test to find out correlation of 2 variables were found that :-

1. Different gender does not have different relation to the acceptance of news about Patong Beach, average in each gender shall receive news form several media approx. 1-2 times/month.

2. Different social status does not have different relation to the acceptance of news about Patong Beach, average in each status shall receive news from several media approx. 1-2 times/month.

3. Different genders were not related to expectation in increasing media but related to the expectation in presentation of media about Patong Beach and different gender misrelated to the satisfaction on news about Patong Beach.

4. Different genders were related to the expectation in increasing media but not related to the expectation in presentation of media about Patong Beach and different social status is not related to the satisfaction to the receiving news.

DPU

บทที่ 1
บทนำ

ที่มา และความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นภาคอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากรายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละปีสูงถึงหลายแสนล้านบาท ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสูงขึ้นด้วย (วรวิทย์ อริรุทธ์วรกุล ,2546 : 8)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างมากอัตราการเติบโตชะลอตัวลง แต่ประเทศไทยกลับมีอัตราการเติบโตของจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลก (อารัญ บุญชัย , 2546 : 11)

การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นตลาดใหญ่ติดอันดับต้นๆ ของภูมิภาคเอเชีย คือ มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวมากเป็นอันดับ 4 ของเอเชีย รองจากจีน ฮ่องกง และมาเลเซีย (อันดับที่ 21 ของโลก) และมีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับ 3 รองจากจีนและฮ่องกง (อันดับที่ 16 ของโลก) อันเป็นผลมาจากรายได้เฉลี่ยต่อหัว ของนักท่องเที่ยวสูงกว่าประเทศมาเลเซีย และอีกหลายประเทศในภูมิภาคอื่น สถานการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ที่ยังมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเห็นได้จากช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ และเหตุการณ์ก่อการร้ายในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างมาก อัตราการเติบโตชะลอตัวลง แต่ประเทศไทยกลับมีอัตราการเติบโตของจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงกว่าราคาเฉลี่ยของโลก ทำให้รัฐบาลใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ และปัจจุบันได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) (อารัญ บุญชัย , 2546 : 11)

การจัดอันดับประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว

อันดับประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด		อันดับประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด		อันดับประเทศที่มีรายได้ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด	
ประเทศ	**ล้านคน**	**ประเทศ**	**พันล้าน $US**	**ประเทศ**	**$US**
1.ฝรั่งเศส	76	1.สหรัฐอเมริกา	85	1.ออสเตรเลีย	1.705
2.สหรัฐอเมริกา	51	2.สเปน	31	2.สหรัฐอเมริกา	1.673
3.สเปน	48	3.ฝรั่งเศส	30	3.เกาหลี	1.242
4.อิตาลี	41	4.อิตาลี	27	5.อินโดนีเซีย	1.136
5.จีน	31	5.อังกฤษ	20	7.สิงคโปร์	921
14.ฮ่องกง	13	6.เยอรมัน	18	12.ไทย	749
18.มาเลเซีย	10	7.จีน	16		
21.ไทย	10	13.ฮ่องกง	8		
		16.ไทย	7		

ที่มา : วารสารเศรษฐกิจและสังคม,2546 : 11.

สถานการณ์การท่องเที่ยวของตลาดการท่องเที่ยวโดยรวม

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นตลาดกลุ่มเป้าหมายหลักของประเทศ ที่สามารถสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับสองรองจากการส่งออกคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์โดยในปี 2545 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 3.23 แสนล้านบาทจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 10.8 ล้านคน และหากรวมรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย 2.35 แสนล้านบาทจะทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 5.58 แสนล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 11 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ (GDP) โดยตลอดระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่าต่อเนื่องเฉลี่ยประมาณร้อยละ 8.0ต่อปีและนอกจากนี้ จากการศึกษาการจัดทำระบบบัญชีรายได้ประชาชาติด้านการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปรากฏว่า การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้ส่งผลต่อ GDP ในการช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มแก่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง (Multiplier Effect) ถึง 1.98 เท่า หรือคิดเป็นมูลค่ารวม 7.35 แสนล้านบาท โดยกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อเนื่องที่สำคัญคืออุตสาหกรรมการผลิต ร้านอาหาร การขนส่ง และโรงแรมและที่พัก รวมทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานโดยตรง4.2 แสนคน ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ย 164.100บาท/ปี หรือ 13.675 บาท/เดือน ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อเทียบ

กับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น คือต่ำกว่าค่าจ้างในอุตสาหกรรมปิโตเคมีเพียงอุตสาหกรรมเดียว โดยมีการจ้างงานในธุรกิจที่พักแรมมากที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือการขนส่งบริษัทนำเที่ยวและบันเทิง(อารัญ บุญชัย,2546: 12)

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวไทยในปี 2545 มีจำนวน 10.8 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ประมาณ 6.6 แสนคน หรือร้อยละ 7.33 สูงกว่าเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้คือ ร้อยละ 4.37 และอัตราเติบโตดังกล่าวใกล้เคียงกับตัวเลข การเติบโตของเอเชียแปซิฟิก แต่สูงกว่าการท่องเที่ยวโลกที่องค์การท่องเที่ยวโลก (WTO) คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยประมาณกว่าครึ่งหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก (มาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน เกาหลี สิงคโปร์ ไต้หวัน ฮ่องกง)รองลงมา คือ ยุโรป (สหราชอาณาจักรเยอรมนี ฝรั่งเศส สวีเดน) และอเมริกา (สหรัฐอเมริกา แคนาดา) อย่างไรก็ตามสถานการณ์ก่อการร้ายและการแพร่ระบาดของโรค SARS ในช่วงต้นปี 2546 ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดจำนวนลง โดยไตรมาสแรกของปี 2546 มีจำนวนลดลงเฉลี่ยร้อยละ 1.65 เมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปีที่ผ่านมา และเพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤตดังกล่าวรัฐบาลจึงได้ดำเนินแผนงานเร่งด่วนกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันหลังวิกฤตสงครามและโรค SARS ปี พ.ศ. 2546 เพื่อเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ และส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ของคนไทย (อารัญ บุญชัย , 2546: 12)

ผลจากการที่รัฐบาลได้หันมาใช้นโยบาย Dual Track เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งต่างประเทศและภายในประเทศตามโครงการ “เที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน” การจัดกิจกรรมงานประเพณี งานเทศกาลระดับชาติและนานาชาติ ฯลฯ ส่งผลให้คนไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นโดยในปี 2545 มีคนไทยเดินทางเที่ยวในประเทศ 61.82 ล้าน-ครั้งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 5.45 สร้างรายได้รวม 2.35 แสนล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.19) (อารัญ บุญชัย , 2546 : 12)

จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี 2541-2545

	2541	2542	2543	2544	2545
จำนวน(ล้านคน)	7.76	8.58	9.51	10.06	10.80
อัตราเพิ่ม	7.53	10.50	10.82	5.82	7.33
รายได้(พันล้านบาท)	242.18	253.02	285.27	299.05	323.48
อัตราเพิ่ม	9.70	4.48	12.75	4.83	8.17
ระยะเวลาพำนัก(วัน)	8.40	7.96	7.77	7.93	7.98
ค่าใช้จ่าย(บาท/คน/วัน)	3,713	3,705	3,861	3,748	3,754
อัตราเพิ่ม	1.12	-0.23	4.23	-2.93	0.16

ที่มา : วารสารเศรษฐกิจและสังคม ,2546 :13.

จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2541-2545

	2541	**2542**	**2543**	**2544**	**2545**
จำนวน(ล้านคน-ครั้ง)	51-68	53.65	54.74	58.62	61.82
อัตราเพิ่ม	-0.72	3.08	2.03	7.09	5.45
รายได้(พันล้านบาท)	187.90	203.18	210.52	223.73	235.34
อัตราเพิ่ม	4.16	7.42	3.61	6.28	5.19
ระยะเวลาพำนัก(วัน)	2.37	2.43	2.48	2.51	2.55
ค่าใช้จ่าย(บาท/คน/วัน)	1.513	1.523	1.718	1.703	1.689
อัตราเพิ่ม	3.18	2.26	12.79	-0.89	-0.77

ที่มา : วารสารเศรษฐกิจและสังคม ,2546 :13.

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมเช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักอาศัย ธุรกิจการเงินอุตสาหกรรมการผลิตของที่ระลึก และธุรกิจ MICE (MICE Meeting Incentive Convention) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่อยู่ในรูปของการประชุมการท่องเที่ยวเป็นรางวัลและจัดนิทรรศการ) เป็นต้น นอกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทที่สำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของประเทศอย่างเต็มศักยภาพ

DPU

แล้วการท่องเที่ยวยังเป็นสาขาการผลิตที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)รวมถึงอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง โดยในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา สามารถสร้างรายได้ให้ประเทศสูงเป็นอันดับ 2 ก่อให้เกิดการจ้างถึง 5.6 แสนคน (อารักษ์ โพธิธัต , 2546 : 12)

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การมีที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม เป็นเขตภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นจำนวนมากและหลากหลาย ตลอดจนมีวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีที่น่าสนใจ และประชากรมีเอกลักษณ์วามเป็นไทยที่อ่อนน้อมและเป็นมิตรในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ให้ตลอดทศวรรษที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว

สามเหลี่ยมอันดามันสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก

“ภูเก็ต พังงา กระบี่ สามเหลี่ยมอันดามันเป็นตัวอย่างการบริหารจัดการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก โดยให้ความสำคัญกับการบริหาจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงจุดเด่นและความเป็นเลิศของแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันให้สามารถรองรับและสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบไว้ได้อย่างลงตัว (กานดา ชูเชิด ,2546: 18)

สามเหลี่ยมอันดามัน แหล่งท่องเที่ยวไทยที่มีรายได้ 1 ใน 4 ของประเทศ

หากเราคิดถึงแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในประเทศไทย “ภูเก็ต พังงาและกระบี่” นับเป็นจังหวัดในอันดับต้น ๆ ที่เราจะคิดถึง เป็นกลุ่มจังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความโดดเด่น และทรัพยากรธรรมชาติยังคงความอุดมสมบูรณ์

ภูเก็ต เป็นจังหวัดท่องเที่ยวของไทยติดอันดับโลก ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ต่างหลงใหล และอยากมาเยือนมากที่สุดอีกแห่งหนึ่งของโลก จนได้รับสมญานามว่าเป็น “ไข่มุกแห่งอันดามัน” เลยที่เดียว ส่วนพังงา มีความโดดเด่นในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รักความเงียบสงบใฝ่หาที่จะมาเยี่ยมเยือนเพื่อการพักผ่อนเป็นการเฉพาะ อีกทั้งยังเป็นแหล่งดำน้ำ ดูปะการัง ที่เป็น “แดนสวรรค์ของนักดำน้ำติดอันดับโลก” ในขณะที่ กระบี่ มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียง

โดยเฉพาะเกาะพีพี นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกในความงดงามตามธรรมชาติ จนได้รับการขนานนามว่าเป็น “มรกตแห่งอันดามันสวรรค์เกาะพีพี”

ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มสามเหลี่ยมอันดามันนี่เองที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จนทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัด ในปี 2545 สูงถึง 95,031 ล้านบาท และคิดเป็นร้อยละ 25.53 ของรายได้จากการท่องเที่ยวของทั้งประเทศ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุดมาจากจังหวัดภูเก็ต จำนวน 72,599 ล้านบาท รองลงมาคือ กระบี่ จำนวน 15,593 ล้านบาท และพังงา จำนวน 6,839 ล้านบาทตามลำดับ (กานดา ชูเชิด ,2546 : 18)

ตารางแสดงเป้าประสงค์ด้านการท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน (ภูเก็ต พังงา และกระบี่)

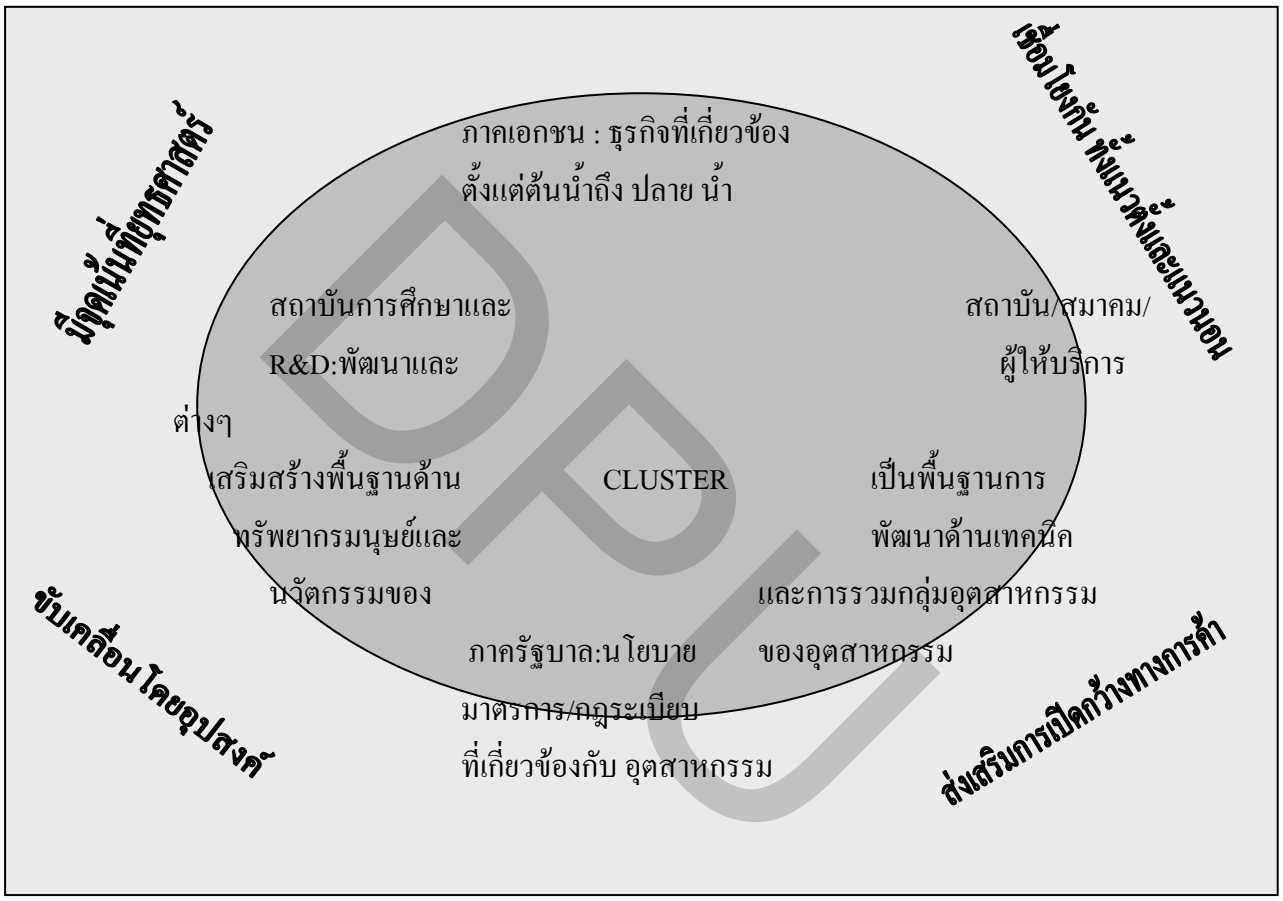
รายการ	ปี 2545	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	7,777,663	8,550,000	9,410,000	10,350,000	11,380,000
(เพิ่ม 10%ต่อปี)					
รายได้จากการท่องเที่ยว(ล้านบาท)	95,031.39	106,434.00	119,207.000	133,512.00	149,533.00
(เพิ่ม 12%ต่อปี)					
ระยะเวลาพำนัก (วัน)	4.26	5	6	6	6
อัตราการใช้จ่าย/คน/วัน(บาท)	2,627.76	3,000.00	3,400.00	3,800.00	4,200.00

ที่มา : ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน (ภูเก็ต พังงา แลกระบี่) การประชุมเพื่อเสนอยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดของผู้ว่า CEO ในการประชุมคณะรัฐมนตรี ครั้งที่ 44/2546 เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2546 ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล (อ้างถึงใน กานดา ชูเชิด, 2546 : 18)

“คลัสเตอร์” ตามความหมาย Prof Poter คือ กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวกันอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographical Proximity) และมีการเชื่อมโยงกันด้วยการมีปัจจัยที่ร่วมกัน(Commonality)และ การเสริมซึ่งกันและกัน(Complementarily) (วชิระชัย คูนำวัฒนา, 2546 : 21)

DPU

องค์ประกอบหลักของคลัสเตอร์

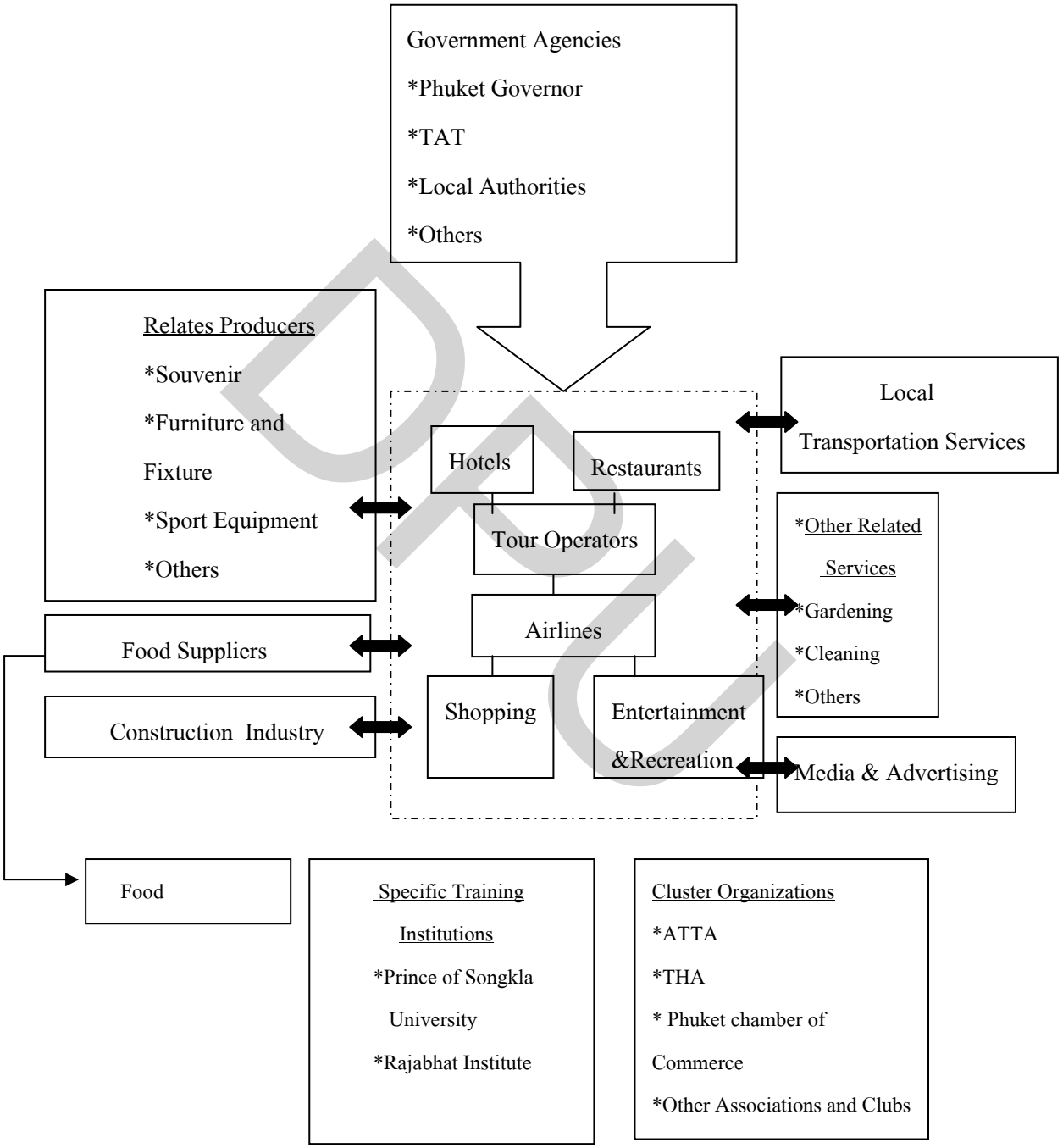


ภาพที่ 1.1 แสดงองค์ประกอบหลักของคลัสเตอร์

ที่มา : วารสารเศรษฐกิจและสังคม , 2546 : 20.

ลักษณะเฉพาะที่สำคัญของการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจได้ขึ้นอยู่กับความสะดวกสบายของที่พัก หรือบริการที่ดีของบริษัทเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่จะขึ้นอยู่กับ

ประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวม (Total experience) การมีโรงแรมที่พักที่สะดวกสบาย บริการดีเยี่ยม จะไม่มีความหมายเลย หากนักท่องเที่ยวเสียความรู้สึก



ภาพที่ 1.2 แผนภาพแสดง Cluster การท่องเที่ยวของจังหวัด ภูเก็ต

ที่มา : วารสารเศรษฐกิจและสังคม , 2546 : 21.

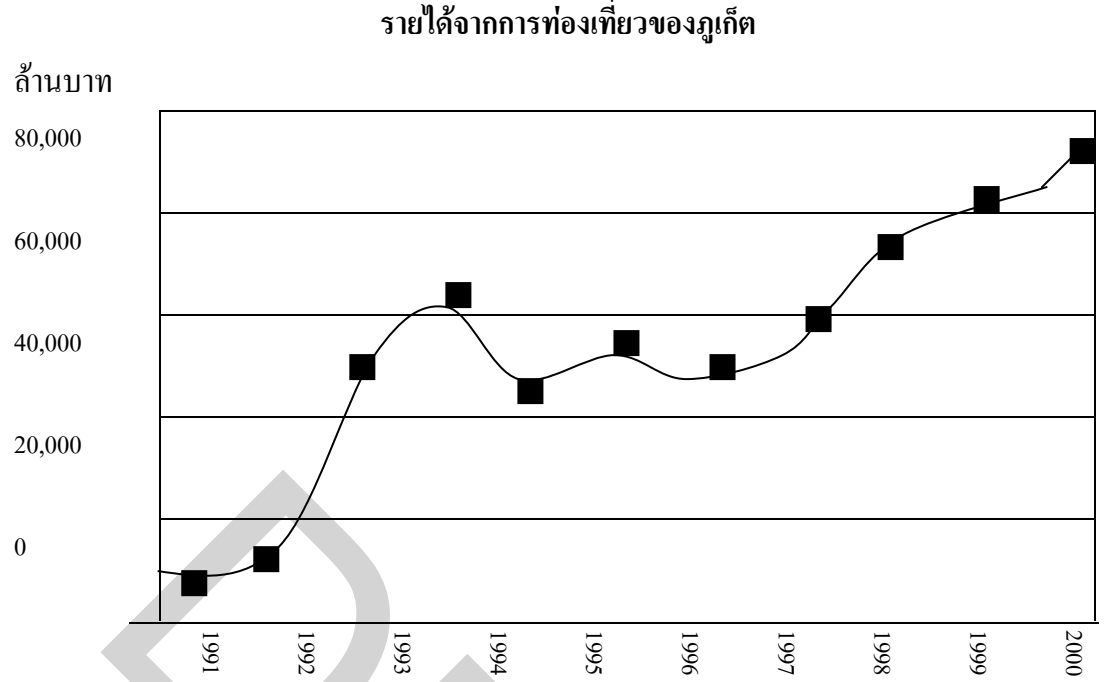
จากการถูกเอารัดถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการค้านค้า จากความยุ่งยากในการเดินทาง หรือจากชายหาดที่สกปรก เป็นต้น ดังนั้น การรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์เพื่อร่วมมือกันในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์การท่องเที่ยวภูเก็ตจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง

ในคลัสเตอร์การท่องเที่ยวของภูเก็ต ผู้ประกอบการหลักที่มีความสำคัญ ได้แก่

- ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก
- ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว
- สายการบิน
- ผู้ประกอบการร้านอาหารภัตตาคาร
- ผู้ประกอบการร้านค้าต่างๆ
- ผู้ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ

ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์ ผู้ประกอบการเหล่านี้ จะต้องปรับปรุงตัวเองในด้านคุณภาพในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และร่วมมือกันเพื่อตอบสนองความต้องการ และรักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการต่างๆ ในการวางกลยุทธ์เพื่อเจาะตลาดนักท่องเที่ยวสำหรับช่วงนอกฤดูกาล (Low season) เป็นต้น

นอกจากผู้ประกอบการหลัก ซึ่งเป็นแกนกลางของคลัสเตอร์แล้ว คลัสเตอร์การท่องเที่ยวภูเก็ตยังรวมถึงผู้เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ ผู้ให้บริการการเดินทางภายในภูเก็ตผู้ให้บริการด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผู้ผลิตสินค้าสถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยว สมาคมชมรมต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวสำนักงานจังหวัด สำนักงาน ททท. หน่วยงานราชการ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งผู้เกี่ยวข้องนี้ มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกันเลยในการสนับสนุนการเพิ่มคามสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวภูเก็ต



ภาพที่ 1.3 แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 4

Diamond Model สะท้อนปัจจัยเสริมและปัจจัยอุปสรรคของความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวภูเก็ต

การมีปัจจัยด้านปัจจัยการผลิตที่สมบูรณ์และมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอย่างมาก ภูเก็ตมีทรัพยากรทางวัฒนธรรม คืออัธยาศัยไมตรีที่ดีของคนไทย โดยเป็นปัจจัยอันดับแรก ๆ ที่นักท่องเที่ยวเลือกมายังภูเก็ต และเป็นปัจจัยอันดับแรก ๆ ที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด

นักท่องเที่ยวที่มาภูเก็ตโดยเฉลี่ยแล้วเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงโดยเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย ในปี 2543 นักท่องเที่ยวในไทย โดยเฉลี่ยใช้จ่ายประมาณวันละ 2,400 บาทเท่านั้น นอกจากนั้น ยังนักท่องเที่ยวของภูเก็ตเป็นกลุ่มที่มีเวลาพักยาวนาน เฉลี่ย 4.9 วัน (เทียบกับค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ ประมาณ 2 วัน) และมีส่วนมากที่เป็นมาเที่ยวเป็นประจำทุกปี (วชิระชัย คูนำวัฒนา ,2546: 22)

จังหวัดภูเก็ตเป็นเกาะตั้งอยู่ชายฝั่งตะวันตกทางภาคใต้ของประเทศไทยในทะเลอันดามันห่างจากกรุงเทพ โดยทางรถยนต์ประมาณ 14 ชั่วโมง หรือทางเครื่องบินประมาณ 1 ชั่งโมงภูเก็ต

DPU

เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยมีเกาะบริวาร 33 เกาะเกาะบริวารที่สำคัญได้แก่ เกาะสิหร่ เกาะแก้ว เกาะมะพร้าว เกาะไม้ท่อน เกาะเฮ เกาะโหลน เกาะนาคาใหญ่ เกาะรายาน้อย เกาะตะเภาใหญ่ และเกาะตะเภาน้อย เป็นต้น พื้นที่ของจังหวัดภูเก็ตมีประมาณ 570 ตารางกิโลเมตร เป็นพื้นที่เกาะร้อยละ 95.25 ที่เหลือเป็นพื้นที่ของเกาะบริวารคิดเป็นร้อยละ 1.4 ของพื้นที่จังหวัด เกาะภูเก็ตมีความยาวจากเหนือจดใต้ 48.7 กิโลเมตร ความกว้างจากตะวันออกจดตะวันตก 21.3 กิโลเมตร

จังหวัดภูเก็ตแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองภูเก็ต อำเภอถลาง และอำเภอกระทู้ ประชากรส่วนใหญ่ก็มีหลายชาติหลายภาษา ส่วนใหญ่เป็นคนไทย ภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่มี 2 ภาษา คือภาษาไทยกลาง และภาษาปักษ์ใต้ท้องถิ่น

สรุปข้อมูลผู้ที่มาเยี่ยมเยือนปี 2546

จังหวัดภูเก็ต

รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้ที่มาเยี่ยมเยือน	973,609	1,928,600	2,902,209
นักท่องเที่ยว	904,627	1,883,380	2,788,007
นักทัศนาจร	68,982	45,220	114,202
ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว(วัน)	3.58	5.49	4.90
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน/บาท	2,699.84	3,730.63	3,341.22
นักท่องเที่ยว	2,866.57	3,774.01	3,414.58
นักทัศนาจร	1,301.36	1,924.15	1,547.95
รายได้ (ล้านบาท)	8,977.84	39,103.83	48,081.87

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 4

จากสถิติสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดในจังหวัดภูเก็ตได้แก่ ป่าตอง จำนวน 1,912,684 คน รองลงมาคือ หาดกะตะ 941,395 คน และอันดับสาม เมืองภูเก็ต 940,003 คน (www.tat.or.th)

DPU

ชายหาดป่าตองอยู่ในเขตอำเภอกระทู้ ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 15 กิโลเมตร อยู่ระหว่างอ่าวกมลา และอ่าวกระรน เป็นอ่าวที่มีความโค้งมากหาดทรายสวยงามยาวถึง 3 กิโลเมตร ลักษณะหาดที่สวยงามเป็นอย่างยิ่งมีโขดหินเป็นแหลมยื่นออกไปในทะเลปิดท้ายหาด นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในปี 2546มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจำนวน 2,788,380 เป็นชาวต่างชาติ 1,883,380 คนเป็นชาวไทยจำนวน 904,627 คน เขตเทศบาลตำบลป่าตองมีจำนวนที่พัก 216 แห่ง ห้องพัก 9,702 คิดเป็นร้อยละ 36.36 ของจำนวนห้องพักในจังหวัดภูเก็ต

ชายหาดป่าตอง เป็นอ่าวที่มีความโค้งมากหาดทรายงดงามเป็นแนวยาว 3 กิโลเมตร น้ำทะเลใสสะอาดมากเหมาะแก่การเล่นน้ำเป็นที่สุด (www.tat.or.th)

ธรณีพิบัติและคลื่นยักษ์เมื่อ 26 ธันวาคม 2547 ซึ่งส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน ได้แก่ จังหวัดระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง และสตูล ประสบความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้เสียชีวิตรวมทั้งสิ้น5,395 คน บาดเจ็บ 8,457 คน และสูญหาย 2,995 คน (http://www.rta.mi.th/data/pdf/rta_tsunami.pdf)

นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ประเภท	มกราคม-มิถุนายน		
	2005	2004	^(%)
นักท่องเที่ยว	1,012,841	2,294,387	-55.86
ชาวไทย	569,588	667,471	-14.66
ชาวต่างชาติ	443,253	1,626,916	-72.76
ผู้แวะเยี่ยม	1,056,770	2,373,542	-55.48
ชาวไทย	602,725	708,973	-14.99
ชาวต่างชาติ	454,045	1,664,569	-72.72
นักทัศนาจร	43,929	79,155	-44.50
ชาวไทย	33,137	41,502	-20.16
ชาวต่างชาติ	10,792	37,653	-71.34
ค่าเฉลี่ยการพักแรม	4.07	4.51	
ชาวไทย	3.68	4.16	
ชาวต่างชาติ	4.58	4.65	

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 4

DPU

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต มีความเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วงต้นปีที่ผ่านมาช่วงเวลาเดียวกันหลังเกิดเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิโดยภาพรวมของจังหวัด ลดลงร้อยละ 55.86 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติทีมีจำนวนลดลงถึงร้อยละ 72.76 แต่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงเพียงร้อยละ 14.66

จากข้อมูลสถิติในด้านต่างๆจึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ตมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆอย่างไร นักท่องเที่ยวชาวไทยเหล่านั้นมีความคาดหวัง อย่างไรในการมาท่องเที่ยว และเมื่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวที่ชายป่าตองมีความพึงพอใจ หรือไม่อย่างไร

สมมุติฐานการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกันทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน
2. สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน
3. เพศที่แตกต่างกันทำให้ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน
4. สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แตกต่างกัน

ปัญหานำวิจัย

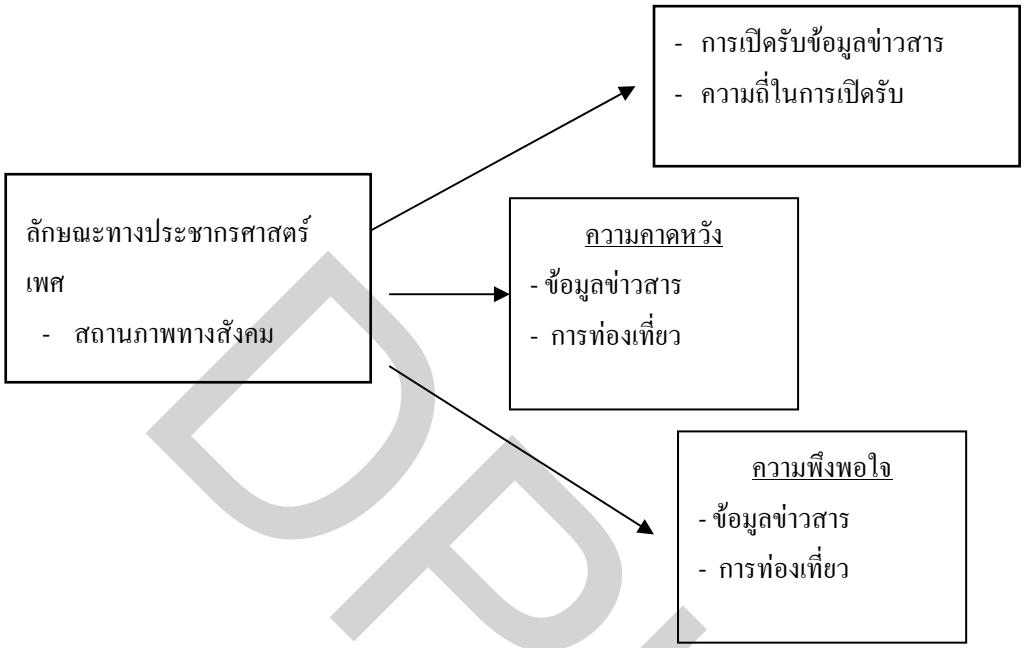
1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด อย่างไร
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังกับการมาท่องเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง อย่างไร
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจกับการมาเที่ยวชายหาดป่าตองหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชายหาดป่าตอง

DPU

กรอบแนวคิดการวิจัย



DPU

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษา การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่างๆ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต

นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษาและไม่เป็นคนท้องถิ่น ที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดที่เดินทางไป

ผู้เยี่ยมเยือน (Visitor) คือ บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ ซึ่งมิใช่ถิ่นพำนักถาวรของตนเองเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใดๆ โดยมิได้รับค่าจ้างในการ ดังกล่าวนั้น แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผู้เยี่ยมเยือนที่ค้างคืน กับผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่ค้างคืน

นักทัศนาจร (Excursionist) คือผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่พักค้างคืน

นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดนั้น โดยวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น

นักท่องเที่ยวชาวไทย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง โดยมีสัญชาติไทย และไม่ได้เป็นผู้ที่อยู่อาศัยที่ชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต

ที่พักแรม คือ สถานที่นักเดินทางใช้พักระหว่างเดินทาง ซึ่งอาจจำแนกเป็นประเภทต่างตามลักษณะการใช้

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร คือ ความถี่หรือความบ่อยครั้งตลอดจนปริมาณในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

สื่อมวลชน หมายถึง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร อินเตอร์เน็ตที่นำเสนอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายหาดป่าตอง

สื่อบุคคล หมายถึง พ่อ แม่ พี่น้อง คนในครอบครัว เจ้าหน้าประชาสัมพันธ์ บริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายหาดป่าตอง

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายกลางแจ้ง นิทรรศการ ศูนย์แนะนำการท่องเที่ยว ที่นำเสนอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชายหาดป่าตอง

ความคาดหวัง คือ ความมุ่งหวังของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองในด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมีการนำเสนอในสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และความคาดหวังในการมาท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมีการนำเสนอในสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว

ชายหาดป่าตอง คือ ชายหาดป่าตอง ร้านค้าและบริการต่างๆ ที่พัก การเดินทาง บริเวณหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1 เพื่อให้ทราบถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต

2 ทราบถึงความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวไทยที่มาเที่ยวชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ตผู้วิจัยได้นำทฤษฎีแนวความคิดที่เกี่ยวข้องมาศึกษาดังนี้

1. ทฤษฎีการเปิดรับสาร
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและประสิทธิภาพของสื่อ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
4. ทฤษฎีใช้การประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน
5. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร

ROGER และ SVENNING (1969:3) ขยายแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนให้กว้างขวางออกไปอีกโดยให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นหมายถึง สื่อ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนีในการวัด การเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้งสอง จึงต้องประกอบด้วย จำนวนรายการวิทยุ ที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่นๆ

สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อ คือ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับด้วย

CHARLS K ATKIN (1973 : 208) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

SCHRAMM (1973) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบด้านต่าง ๆในการรับข่าวสารของผู้รับดังนี้

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสาร แสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใด

3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกันทักษะ (Skill) จากการปฏิบัติจริง เช่น การอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสร้างความคิดเห็นร่วมกันของกลุ่มในเรื่องนั้นๆ (Attitude) โดยการให้ข่าวสารข้อมูลและความรู้เพื่อนำไปปฏิบัติ (Knowledge) ทำให้เกิดความเข้าใจ (Understanding) ได้อย่างถูกต้อง และนำไปปฏิบัติจนเกิดทัก (Skill)

แนวทาง M A K (means-attitude-knowledge) หมายถึง การจัดหาปัจจัยประกอบวิธีการที่จะให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการ (Means) เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) นำไปสู่ความรู้ในทางทฤษฎีและปฏิบัติต่อไป (Knowledge) เช่นวิธีการที่จะให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการ โดยการให้ความรู้ทางทฤษฎี การบรรยาย การใช้กรณีศึกษาเพื่อให้เกิดการจูงใจให้นำไปการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) ด้วยการอภิปรายแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge) นำไปสู่ปฏิบัติต่อไป

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้

กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น

1.1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งหรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

1.2 การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองชั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็ใช่ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน

DPU

1.3 กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

การแสวงหาข่าวสาร

แนววิธีการศึกษาในเรื่องการแสวงหาข่าวสารนี้ อาจจะจัดอยู่ในหัวข้อเดียวกับแนวทางการศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนได้ ทั้งนี้เพราะมุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคหรือเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน ในการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนั้นชี้ให้เห็นว่าปัจเจกบุคคลเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจต่างๆ ของตนเองสำหรับในการศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสารนี้ ได้เน้นในเรื่องของพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารว่า มีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงเริงใจด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

ผลจากการรับสื่อสามารถเกิดขึ้นได้ 3 ลักษณะด้วยกันคือ

1. การยินยอมปฏิบัติตา (Compliance) หมายถึงการยอมรับอิทธิพลหรืออำนาจของแหล่งสาร เพื่อมุ่งหมายรางวัลหรือเพื่อหลีกเลี่ยงการลงโทษหรือผลลัพธ์ในทางลบที่จะตามมา

2. การถือว่าเป็นพวกเดียวกัน (Identification) เกิดขึ้นเมื่อผู้รับสารปรารถนาจะมีคุณสมบัติหรือพฤติกรรมเหมือนกับแหล่งสาร โดยการเลียนแบบหรือยอมรับพฤติกรรมที่แหล่งสารแสดงออก เช่น การเลียนแบบการแต่งกายของดาราละคร เป็นต้น

3. การยอมรับ (Internalization) หรือการสร้างจิตสำนึก หมายถึง การที่ผู้รับสารยอมรับอิทธิพลของแหล่งสารอันเนื่องมาจากความต้องการและค่านิยมของตนเอง โดยยอมรับว่าทัศนคติและพฤติกรรมของแหล่งสารสอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจและค่านิยมของตนเอง

ปัจจัยในการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนของผู้รับสาร

มีปัจจัยหลายประการที่มีบทบาทกำหนดให้ผู้รับสารเปิดรับสารจากสื่อมวลชน โดยอาจเป็นปัจจัยที่มาจากผู้รับสารเอง เช่น ความต้องการประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อ ลักษณะของผู้รับสาร และความสามารถในการแปลความหมายของสาร นอกจากนั้น ยังมีปัจจัยด้านสื่อ ซึ่งประกอบด้วยประเภทของสื่อและลักษณะของสื่อนั้น ๆ

องค์ประกอบของการรับรู้

การรับรู้หรือที่ในภาษาอังกฤษเรียกว่า perception เป็นกระบวนการรับและตีความสิ่งเร้าด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของบุคคลโดยอาศัยประสบการณ์เดิมและความใส่ใจของบุคคลด้วย กล่าวคือเมื่อมีสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งมากระทบประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งซึ่งได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น หรือกาย ถ้าบุคคลมีความใส่ใจต่อสิ่งเร้านั้น และสามารถใช้ประสบการณ์เดิมแปลความหมายสิ่งเร้าที่มากระทบประสาทสัมผัสนั้นๆ ได้ การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งเร้านั้นจึงเกิดขึ้น เช่น สมมติว่า สมชายกำลังนั่งฟังเพลงอยู่ห้องหนึ่งในขณะที่ห้องข้างเคียงมีเสียงพูดคุยกันเดี่ยวกับตัวสมชายเอง แต่ด้วยภาษาถิ่นใต้ซึ่งสมชายเป็นคนกรุงเทพฯไม่เข้าใจคำพูดที่ได้ยิน เพียงแต่รู้ว่ามีชื่อของตนอยู่ในการพูดคุยนั้นด้วย แม้เสียงนี้จะมีความดังมากพอที่จะมากระทบโสตประสาทของสมชาย แต่ถ้าสมชายฟังเพลงอย่างเพลิดเพลินเขาก็จะไม่ใส่ใจต่อเสียงพูดคุย จนเมื่อได้ยินชื่อของเขาอยู่ในบทสนทนาเขาจึงสนใจเงี่ยหูฟังเสียง แต่เพราะสมชายไม่เข้าใจในคำพูดที่ได้ยิน สมชายจึงไม่สามารถรับรู้ถ้อยคำที่ได้ยินได้ ในกรณีการรับรู้เสียงพูดดังกล่าวนี้ เสียงที่พูดคุยกันเป็นสิ่งเร้า ซึ่งมากระทบ ประสาทสัมผัส ทางหู ชื่อของสมชายที่ปรากฏในเสียงพูดคุยเป็นสิ่งเร้า ที่มีอิทธิพลทำให้สมชายเกิด ความใส่ใจ แต่สมชายไม่สามารถรับรู้ถ้อยคำที่พูดคุยได้ เพราะ ขาดประสบการณ์เดิมคือความเข้าใจภาษาถิ่นใต้

ดังนั้นในการรับรู้ของบุคคล จึงเห็นได้ว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. สิ่งเร้าที่บุคคลจะรับรู้
2. อวัยวะสัมผัสและความรู้สึกสัมผัสของบุคคล
3. ลักษณะหรือสภาพของบุคคลขณะที่รับรู้

1. สิ่งเร้าที่บุคคลจะรับรู้ หมายถึงสิ่งที่มากระต้นให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาตอบสนองหรือแสดงพฤติกรรม แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ

1.1 สิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus)

1.2 สิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus)

1.1 สิ่งเร้าภายใน เป็นสิ่งเร้าที่อยู่ภายในร่างกายมนุษย์อันได้แก่อวัยวะและการทำงานของอวัยวะส่วนที่อยู่ภายในร่างกาย ความรู้สึก อารมณ์ ความต้องการ และความคิด เช่น การบีบตัวของลำไส้ใหญ่กระตุ้นให้บุคคลรู้สึกปวดท้อง ความรู้สึกร้อนทำให้บุคคลอยากอาบน้ำ อารมณ์โกรธทำให้บุคคลแสดงกิริยาก้าวร้าว ความหิวทำให้บุคคลต้องเดินไปหาอาหาร และความคิดเกี่ยวกับอนาคตทำให้บุคคลเกิดความวิตกกังวลจนนอนไม่หลับ เป็นต้น

1.2 สิ่งเร้าภายนอก เป็นสิ่งเร้าที่อยู่นอกร่างกายแต่อยู่ในสภาวะแวดล้อม สิ่งเร้าดังกล่าวนี้อาจเป็นสิ่งมีชีวิต ซึ่งได้แก่ คน สัตว์ พืช เป็นสิ่งไม่มีชีวิตซึ่งได้แก่ วัตถุ สิ่งของต่างๆ เป็นสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี หรือวัฒนธรรมในสังคมและอาจเป็นเหตุการณ์หรือสภาพการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้

2. อวัยวะสัมผัสและความรู้สึกสัมผัสของบุคคล หมายถึงทั้งส่วนที่อวัยวะ คือ หู ตา ลิ้น จมูก กาย และส่วนที่เป็นประสาทสัมผัสของอวัยวะนั้นๆ บุคคลทุกคนมีหู แต่ถ้าประสาทหูพิการก็ไม่สามารถรับฟังเสียงได้ บางคนตาบอดตาใสก็ไม่สามารถรับรู้ภาพที่ปรากฏได้

3. ลักษณะหรือสภาพของบุคคลขณะที่รับรู้ ที่สำคัญคือประสบการณ์เดิม และความเข้าใจต่อสิ่งเร้าที่มากระทบประสาทสัมผัส อย่างไรก็ตาม ความสนใจของบุคคลนี้ยังขึ้นอยู่กับความพร้อมหรือสภาพร่างกายของบุคคลขณะนั้น และขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งเร้าด้วย

เนื่องจากบุคคลในสภาพแวดล้อมที่มีสิ่งเร้าต่างๆมากมายหลายอย่าง ดังนั้นการเลือกรับรู้สิ่งเร้าที่มีอยู่รอบตัวจึงขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งเร้า และขึ้นอยู่กับลักษณะหรือสภาพของบุคคลในขณะนั้น ยกตัวอย่างเช่น เสียงพูดของคน 2 คน เสียงของคนที่พูดดังกล่าวมีลีลาการพูดที่น่าสนใจกว่า ย่อมจูงใจให้บุคคลที่ 3 รับรู้เสียงนั้นได้มากกว่า แต่ถ้าบุคคลที่ 3 อยู่ในลักษณะที่อ่อนเพลียและต้องการพักผ่อน เสียงทั้ง 2 เสียงข้างต้นก็อาจไม่สามารถทำให้บุคคลเกิดความใส่ใจที่จะรับรู้ได้

สิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งสาร

เมื่อบุคคลใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสาร ภาษาจัดเป็นสารที่บุคคลนำมาสื่อสารและถือได้ว่าเป็นสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสที่ผ่านตาหรือหูเกือบทั้งหมด อย่างไรก็ตามที่บุคคลจะรับสารที่เป็นภาษานั้น ย่อมขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งสาร คือสารหรือตัวภาษา ผู้ส่งสาร และสื่อหรือช่องทางที่ผู้ส่งสารใช้สื่อกับผู้รับสาร

ดังนั้น ในการกล่าวถึงสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งสาร จึงจะแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อคือ

1. สารหรือตัวภาษา
2. ผู้ส่งสาร
3. สื่อหรือช่องทางการส่งสาร

1. สารหรือตัวภาษา

ภาษาที่มนุษย์ใช้ติดต่อสื่อสารกัน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ภาษาที่ใช้ถ้อยคำหรือวัจนภาษา และภาษาที่ไม่ใช้ถ้อยคำหรือ อวัจนภาษา

ภาษาที่ไม่ใช้ถ้อยคำ เป็นกิริยาอาการและความรู้สึกที่บุคคลแสดงออกตามอวัยวะส่วนเรียกว่า ภาษาพูด และภาษาถ้อยคำที่ใช้สัญลักษณ์ต่างๆแทนเสียงพูดเป็นตัวอักษรหรือเป็นภาพซึ่งในที่นี้จะเรียกว่าภาษาเขียน

ภาษาที่ไม่ใช้ถ้อยคำ เป็นกิริยาอาการและความรู้สึกที่บุคคลแสดงออกตามอวัยวะส่วนต่างๆของร่างกายโดยอาจมี เวลา สถานที่ และวัตถุอยู่ใกล้ชิดตัวบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

1.1 ลักษณะของภาษาพูดที่มีผลต่อการรับรู้ของบุคคล ที่สำคัญ ได้แก่

1. คุณภาพของเสียงพูด ถ้าเป็นเสียงทุ้ม นุ่มนวลหรือแหลมแต่มีกังวาน อ่อนหวานย่อมจูงใจให้ผู้ฟังสนใจที่จะรับฟังมากกว่าเสียงห้าวใหญ่ แต่ห้วน หรือเสียงแหลมสูง และรัวเร็วหรือเสียงสั่นเครือ
2. ความเข้มของของเสียงพูด เสียงพูดที่มีขนาดความเข้มหรือความดังพอเหมาะย่อมชวนฟังมากกว่าเสียงพูดที่เบาหรือดังเกินไป และในสภาพแวดล้อมที่มีเสียงพูดมากกว่า 1 เสียง เสียงที่ดังกว่าย่อมจูงใจให้บุคคลเกิดการใส่ใจที่จะรับรู้มากกว่า
3. ระดับของเสียงพูด เสียงพูดที่อยู่ในระดับเดียวกันหมด จูงใจให้ผู้ฟังใส่ใจที่จะรับฟังได้นานน้อยกว่าเสียงพูดมีระดับสูง-ต่ำ เหมาะสมกับสาระ และลีลาขณะที่พูด
4. ความเร็ว-ช้า ของการพูด การพูดเร็ว-ช้าต่างกัน หรือเร็ว-ช้าเหมาะหรือไม่เหมาะกับสาระที่กำลังพูด ย่อมมีผลต่อการรับฟังเช่นกัน เช่น ถ้าพูดเร็วมากไปผู้ฟังก็จะฟังไม่ทันจับประเด็นไม่ได้ ถ้าพูดช้าไปผู้ฟังจะเบื่อหน่ายและขาดความสนใจ หรือถ้าพูดเร็วในสาระที่ควรจะต้องพูดให้ช้าเพื่อเน้น ก็จะทำให้การพูดไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ฯลฯ เป็นต้น
5. ศัพท์และสำนวนที่พูด ถ้ายากเกินไป วกวนมากเกินไป ขาดความชัดเจน ซับซ้อนจะทำให้ผู้รับไม่ใส่ใจที่จะรับรู้ หรือไม่สามารถรับรู้ได้

2. ผู้ส่งสาร

การที่ผู้ส่งสารจะรับรู้ภาษาที่ส่งไปให้ได้เร็ว-ช้าเพียงใดนอกจากจะขึ้นอยู่กับตัวภาษาแล้วลักษณะของผู้ใช้ภาษาคือผู้ส่งสารก็เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการรับรู้ภาษาด้วย ลักษณะสำคัญของผู้ส่งสารที่มีผลต่อการรับรู้ได้แก่

2.1 ความรู้ของผู้ส่งสารที่เกี่ยวกับสาระที่ต้องการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งสารมีความรู้ความสามารถมรสาระที่จะส่งเพียงพอ อาจทำให้การรับรู้ของผู้รับสารผิดพลาด หรืออาจไม่เข้าใจไม่รู้แน่ชัดว่าผู้ส่งสารต้องการสื่อสารในเรื่องใด

2.2 ความสามารถในการถ่ายทอดหรือกลวิธีในการนำเสนอ ผู้ส่งสารบางคนอาจมีความรู้เกี่ยวกับสาระดี แค่ถ้ามีกลวิธีในการนำเสนอที่ไม่เหมาะสมก็อาจทำให้บุคคลอื่นไม่สามารถรับรู้สารนั้นได้ดีเท่าที่ควร เช่น อาจใช้ภาษาท่าทางที่ไม่เหมาะสม ทำให้การรับรู้ผิดพลาด หรือสารบางอย่างควรนำเสนอด้วยภาษาที่เป็นทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน และภาษาท่าทาง แต่กลับใช้วิธีนำเสนอด้วยภาษารูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเพียงอย่างเดียว ก็ไม่สามารถกระตุ้นให้บุคคลอื่นเกิดการใส่ใจที่จะรับรู้ได้ หรืออาจรับรู้ได้ไม่ครบถ้วนตามที่ผู้ส่งสารต้องการ เป็นต้น

2.3 บุคลิกภาพของผู้ใช้ภาษา บุคลิกภาพในที่นี้หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏของบุคคลอันได้แก่ ลักษณะทางกาย เช่น รูปร่าง หน้าตา การแต่งกาย ฯลฯ ลักษณะทางอารมณ์ เช่น การแสดงกิริยาอาการอย่างใดอย่างหนึ่งเมื่อเกิดอารมณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ลักษณะทางสังคม เช่นการสร้างมนุษย์สัมพันธ์กับผู้อื่น และลักษณะทางสติปัญญา เช่นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคลิกภาพของผู้ส่งสารในขณะสื่อสารนี้หมายรวมถึงการแสดงออกในอวัจนภาษาด้วย นั่นคือถ้าผู้ใช้ภาษามีบุคลิกภาพที่ดี เช่น แต่งกายเหมาะสม รูปร่างได้สัดส่วน หน้าตาดี ยิ้มแย้มแจ่มใส แสดงท่าทีเป็นมิตรต่อผู้ที่ตนต้องการสื่อสารด้วย และสามารถใช้ภาษาทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาสื่อสารได้เหมาะกับวัยและความสามารถของผู้รับสารก็ย่อมเป็นสิ่งเร้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่กระตุ้นให้ผู้รับสารใส่ใจที่จะรับรู้ว่าผู้ส่งสารต้องการสื่อสารกับตนด้วยเรื่องใด

3. สื่อหรือช่องทางส่งสาร

ในแง่ของการรับรู้ภาษาของบุคคล ถ้าตัวภาษาเหมาะสม และผู้ส่งสารมีคุฯ,กษณะเหมาะสมกับภาษาที่ใช้สื่อหรือช่องทางใดในการส่ง ผู้รับย่อมรับได้ ดังนั้น ช่องทางในการส่งสารจึงไม่ได้ทำให้เกิดความแตกต่างกันในแง่ผลการรับรู้ของบุคคล แต่แตกต่างกันในแง่ปริมาณหรือจำนวนของบุคคลที่จะรับรู้มากกว่า เช่น ถ้าการใช้ภาษาสื่อสารมีเพียงมนุษย์เท่านั้น เป็นสื่อหรือช่องทางการส่งสาร ปริมาณผู้รับรู้ก็จะมีอยู่จำนวนหนึ่ง แต่ถ้าใช้อุปกรณ์อื่นเข้ามาช่วยเป็นสื่อหรือช่องทางในการส่งภาษาสื่อสาร เช่น เครื่องขยายเสียง วิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ปริมาณผู้รับรู้ก็จะมีจำนวนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในการใช้สื่อหรือช่องทางต่างกันนี้จะทำให้การรับรู้ต่างกันได้ถ้าผู้ส่งสารในแต่ละสื่อใช้ภาษาไม่เหมาะกับสื่อ เช่น ไปใช้ภาษาท่าทางประกอบการสื่อมากเกินไปในสื่อที่เป็นวิทยุกระจายเสียง ทำให้ภาษาพูดห้วนหรือสั้นเกินไป หรือใช้ภาษาพูดในสื่อที่

เป็นวิทยุโทรทัศน์มากเกินไปทั้งๆ ที่ควรจะใช้ภาษาท่าทางหรือภาพการเคลื่อนไหวที่มีความแปรเปลี่ยนมากๆ แทน หรือใช้ภาษาเขียนที่มีขนาดเล็กเกินไปในสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กแทนที่จะใช้ภาษาเขียนที่มีขนาดอักษรค่อนข้างโต ด้วยจำนวนคำแต่น้อยพร้อมใช้ภาพที่มีสีสัน และดูมีชีวิตชีวา ฯลฯ เป็นต้น

DPU

สื่อและสภาพของบุคคลเกี่ยวกับการรับสาร

การที่บุคคลจะรับรู้สารหรือรับสารอย่างใดอย่างหนึ่ง ย่อมมีส่วนที่เกี่ยวข้องสำคัญอีก 2 ประการที่นอกเหนือไปจากสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งสาร คือ สื่อหรือช่องทางในการ รับรู้สารของบุคคล และลักษณะหรือสภาพของบุคคลขณะนั้นที่รับรู้สารนั้น

1. สื่อหรือช่องทางในการรับรู้สารของบุคคล

ช่องทางในการรับรู้ของบุคคลโดยทั่วไปจะหมายถึงอวัยวะและประสาทสัมผัสทั้ง 5 อัน ได้แก่ ตา-ประสาทตา หู-ประสาทรับเสียง จมูก-ประสาทรับกลิ่น ลิ้น-ประสาทรับรส และกาย-ประสาทสัมผัสของร่างกาย สำหรับช่องทางในการรับรู้ภาษาทั้งที่เป็นวัจนภาษา และอวัจนภาษานั้น ส่วนใหญ่บุคคลใช้ ตา-ประสาทตา และหู-ประสาทรับเสียงเป็นช่องทางในการรับรู้

2. ลักษณะหรือสภาพของบุคคลขณะที่รับสาร

ลักษณะหรือสภาพของบุคคลขณะที่รับสาร ที่สำคัญ ได้แก่

2.1 ความใส่ใจและประสบการณ์เดิม

2.2 ความไวต่อการรู้สึก (sensitive) หรือที่ในหน่วย 1 ใช้ว่า “ความไหวรู้สึก”

2.3 ทัศนคติที่มีต่อผู้ส่งสาร

2.4 ความต้องการในขณะนั้น

2.1 ความใส่ใจและประสบการณ์เดิม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งของกระบวนการรับรู้ เพราะการรับรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ต้องมีองค์ประกอบทั้ง 4 ประการคือ สิ่งเร้าที่จะรับรู้ อวัยวะสัมผัสและความรู้สึกสัมผัส ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิมเกี่ยวกับสิ่งเร้าที่ได้สัมผัส และความใส่ใจหรือความตั้งใจที่จะรับรู้ดังได้กล่าวๆไว้แล้ว

2.2 ความไวต่อการรู้สึก เป็นลักษณะเฉพาะที่ทำให้บุคคลเกิดการรับรู้สิ่งเร้าต่างๆได้เร็ว-ช้าต่างกันทั้งๆ ที่มีความใส่ใจและประสบการณ์เดิมคล้ายคลึงกัน

2.3 ทัศนคติ (Attitude) เป็นสภาพจิตใจของบุคคลอันมีผลเนื่องมาจากการได้รับประสบการณ์ ที่ทำให้บุคคลมีท่าทีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างใดอย่างหนึ่ง อาจเป็นไปในทางบวกหรือลบก็ได้ ทัศนคตินี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้บุคคล กล่าวคือด้วนสิ่งเร้าชนิดเดียวกันหรือสภาพเดียวกันถ้าบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งเร้านั้นต่างกัน บุคคลก็จะรับรู้สิ่งเร้านั้นในลักษณะต่างกัน

2.4 ความต้องการ เป็นสภาพของบุคคลที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลอยู่ในสภาวะขาดสมดุล เช่น ต้องการอาหารเพราะร่างกายขาดอาหาร ต้องการนอนเพราะขาดการพักผ่อน ความต้องการของบุคคลมีส่วนช่วยให้หารรับรู้มีหรือไม่มีประสิทธิภาพได้ กล่าวคือถ้าสิ่งเร้านั้นปรากฏสอดคล้องกับความต้องการการรับรู้ก็จะเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว แต่ถ้าสิ่งเร้าปรากฏไม่สอดคล้องหรือตรงข้ามกับความต้องการขณะนั้น การรับรู้อาจต้องใช้เวลามากขึ้น เช่นในขณะที่ร่างกายกำลังต้องการกินอาหารอย่างมาก

และสิ่งเร้าที่ปรากฏก็คืออาหาร บุคคลรับรู้ได้ถูกต้องในลักษณะที่ต้องการอาหารอย่างมากเช่นกัน สิ่งเร้าที่ปรากฏไม่ใช่อาหารแต่อาจเป็นรูปจำลองที่มีลักษณะใกล้เคียงและกันไม่ได้ บุคคลอาจรับรู้สิ่งเร้านั้นว่าเป็นอาหารและพยายามจะกินให้ได้กว่าจะรับรู้ว่ากินไม่ได้ก็อาจต้องใช้เวลานาน เป็นต้น

1. ภาษาสัญญาณหรือภาษาสัญลักษณ์ (Sign Language) หมายความถึงสัญญาณต่างๆที่ถูกกำหนดขึ้นมาแทนความหมาย เช่น สัญญาณลูกเสือ สัญญาณมือ สัญญาณธง หรืออาจจะหมายความถึงสัญลักษณ์ต่างๆ ในลักษณะของธนาคารออมสินสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช หรืออาจจะมีความหมายไปในลักษณะของสัญลักษณ์ประเภทที่เป็นนามธรรม (symbol) เช่น พระพุทธรูป เป็นต้น
2. ภาษาการกระทำ (Action Language) หมายความถึงอากัปกิริยาต่างๆ ของมนุษย์ที่สื่อความหมายออกมาอาจจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เช่น การเดินอย่างรีบเร่ง การขมวดคิ้ว การใช้มือประกอบการพูด การจ้องหน้าบุคคลอื่น เป็นต้น ภาษาการกระทำส่วนใหญ่จะใช้ประกอบหารพูด ใช้ขยายความหรือเพิ่มเติมความหมายให้แก่คำพูด หรืออาจจะใช้แทนคำพูดเลยก็ได้
3. ภาษาวัตถุ (Object Language) หมายความถึงการที่เราสื่อสารให้บุคคลอื่นได้เข้าใจถึงความคิด ประสบการณ์ ค่านิยม หรือรสนิยมของเรา โดยผ่านทางสิ่งอื่นๆ ที่อยู่รอบๆตัวเรา เช่น การเลือกใช้เสื้อผ้าแบบหรือสีในลักษณะต่างๆ การเขียนด้วยลายมือหวัดหรือบรรจง การเลือกใช้น้ำหอม การเลือกเครื่องใช้ การเลือกดูภาพยนตร์หรือการเลือกอ่านหนังสือ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะสื่อสารให้คนภายนอกรู้จักเราดี โดยการแปลความหมายจากภาษาวัตถุ
4. ภาษากาลเทศะ (Time and Space Language) หมายความถึงการใช้เวลาของมนุษย์แต่ละคนจะให้ความสำคัญสำหรับเวลาแตกต่างกันไป เช่นบางคนต้องมาตรงเวลาหรือบางคนมาสาย การมาตรงเวลาหรือมาสายสามารถสื่อความหมายได้ว่าบุคคลนั้นเห็นความสำคัญต่องานหรือบุคคลอื่นมากน้อยเพียงใด หรือในเรื่องของระยะห่าง การอนุญาตให้เพื่อสนิทใกล้ชิดเรา หรือให้คนแปลกหน้าอยู่ห่างเรา ก็สามารถสื่อความหมายในเรื่องระยะห่างได้ นอกจากนี้ยังรวมถึงสภาพของห้องที่เราอยู่ว่ากว้างหรือแคบ รกรุงรังหรือโล่งโถงมากเพียงใด ระยะห่างก็มีบทบาทในการแปลความหมายได้เช่นเดียวกัน

ภาษาการกระทำ

ภาษาการกระทำนี้หมายความถึง พฤติกรรมต่างๆ ในการสื่อสารของมนุษย์ มนุษย์โต้ตอบกับสิ่งต่างๆที่อยู่รอบๆตัว โดยลักษณะท่าทาง สีหน้า สายตา หรือการแสดงออกอื่นๆ ความจริงการสื่อสารด้วยภาษาของการกรพทำที่เรียกว่าการใช้ท่าทางนี้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาตามธรรมชาติพร้อมกับมนุษย์และได้ยึดถือและปฏิบัติกันต่อๆมา การแสดงออกทางกิริยาท่าทางแม้แต่เพียงเล็กน้อยก็สามารถจะสื่อความหมายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อยังไม่มีการพัฒนาภาษาพูดและภาษาเขียนอย่างที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันนี้ ภาษาท่าทางเข้ามามีบทบาทในชีวิตของมนุษย์อย่างมาก เพราะการสื่อความหมายต่างๆนั้น จะอาศัยท่าทางเป็นส่วนใหญ่ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันมนุษย์จะสามารถสื่อสารได้ด้วยคำพูดและภาษาเขียน แต่ภาษาท่าทางก็ยังคงมีความสำคัญอยู่ เพราะเป็นภาษาที่ช่วยเพิ่มเติมคำพูดนั้นให้ได้ความหมายชัดเจนยิ่งขึ้น และในบางครั้งถึงแม้ว่าเราจะไม่เข้าใจในภาษาที่เขาพูดเลย แต่การสังเกตจากท่าทาง หรือการแสดงออกทางการกระทำนี้ บางครั้งก็ไม่ใช่สำหรับการพูดคุยสนทนาอย่างเดียวแม้แต่ในการแสดงออกทางศิลป์ก็สามารถสื่อความหมายได้ เราสามารถเข้าใจเรื่องราวของอุปรากรจีนได้โดยไม่จำเป็นต้องฟังภาษาจีนรู้เรื่อง ทั้งนี้เราใช้วิธีสังเกตจากการใช้ท่าทางของผู้แสดงเป็นหลัก

การสื่อสารด้วยภาษาท่าทางนี้ยังไม่ได้มีการระบุลงไปอย่างแน่ชัดว่า เกิดขึ้นเนื่องจากการถ่ายทอดของสภาพแวดล้อม หรือรับการสั่งสอน หรือเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติตามธรรมชาติเช่า เมื่อคนเราดีใจก็จะแสดงอาการเหมือนกันหมดคือยิ้ม แม้แต่คนตาบอดแต่กำเนิดทีไม่เคยมองเห็นพฤติกรรมนี้มาก่อนเลยก็แสดงความดีใจออกมาด้วยวิธีการยิ้มเหมือนกัน แต่การตอบรับหรือปฏิเสธของคนกลับแตกต่างกันไป เช่น พวกอินเดียจะตอบรับด้วยการสั่นหน้า ในขณะที่คนในชาติอื่นๆจำนวนมากใช้วิธีพยักหน้า ดังนั้นเราอาจจะกล่าวได้ว่า ภาษาท่าทางนี้อาจจะเกิดขึ้นได้เนื่องมาจากหลายสาเหตุเช่น

1. เป็นลักษณะที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ
2. เป็นลักษณะของการได้รับการอบรมสั่งสอน
3. เป็นลักษณะของประเพณีและสภาพแวดล้อม
4. เป็นลักษณะที่เกิดจากการเรียนรู้และการฝึกหัด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการับรู้ ได้แก่ รูปแบบตายตัว (stereotype) ความใกล้ (proximity)และบทบาท(role)

1. รูปแบบตายตัว (Stereotype) เป็นกระบวนการของการระบุหรือจำแนกสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือบุคคลหนึ่งบุคคลใดที่เราเกี่ยวข้องด้วย หรือในทางตรงกันข้ามจัดคนหรือสิ่งของที่เราเกี่ยวข้องใส่ลงในประเภทหรือมีเกณฑ์อยู่แล้ว

การมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ติดตัวเป็นความคิดที่ติดหรือนิ่งอยู่กับที่ ซึ่งขัดกับธรรมชาติของบุคคลที่มักเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและกาลเวลา จริงอยู่คนเราไม่สามารถเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง แต่การมองอย่าวางทัศนคติตายตัวเกี่ยวกับบุคคลหนึ่งบุคคลใดเป็นการปิดกั้นโอกาสในการรับรู้ธรรมชาติที่แท้จริงของบุคคลนั้น อีกทั้งยังไม่สามารถรับรู้และติดตามความเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับบุคคลนั้นด้วย

2. ความใกล้ (Proximity) ความใกล้ในฐานะเป็นปัจจัยในการรับรู้ประกอบไปด้วยความใกล้ตัว (physical proximity) กับความใกล้ใจ (psychological proximity) การที่เรามองดูคนที่อยู่ใกล้หรือไกลเราเป็นปัจจัยที่ทำให้เรามองเห็นบุคคลผู้นั้นชัดเจนหรือไม่

ความใกล้ตัวเป็นปัจจัยที่เปิดโอกาสให้เรารับรู้รายละเอียดได้มากกว่า การรับรู้อย่างละเอียดเป็นพื้นฐานของการสร้างแนวคิดและความเข้าใจ แต่ก็ไม่อาจกล่าวได้ว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสร้างความถูกต้องในการรับรู้ในการสื่อสารระหว่างบุคคล

3. บทบาท (Role) บทบาทเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความมุ่งหวัง ความต้องการ ทัศนคติและสถานการณ์ต่างๆ บทบาทเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการรับรู้ของเรา ในสถานการณ์ต่างๆ คนแต่ละคนมีบทบาทหลายอย่าง

การที่คนเรามีบทบาทหลายบทบาทย่อมทำให้การรับรู้ในแต่ละบทบาทแตกต่างกันไปด้วย การมีบทบาทมากเป็นแนวโน้มให้เรามีโอกาสรับรู้ได้มาก ในขณะเดียวกันถ้าเราไม่สามารถจัดระบบการรับรู้นั้นให้เป็นระบบระเบียบ ก็อาจเกิดปัญหาขัดแย้งจากการรับรู้ตามบทบาทนั้น ๆ ได้

แนวทางในการพัฒนาการรับรู้

เนื่องจากองค์ประกอบที่อิทธิพลต่อการรับรู้มีมากกมายและมีลักษณะการต่างๆ กัน ดังนั้นจึงไม่มีกฎใดที่สามารถระบุชี้ชัดลงไปได้ว่า องค์ประกอบใดจึงจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้มากที่สุดและเป็นอิทธิพลในลักษณะใด และองค์ประกอบใดจึงจะช่วยพัฒนาและรับรองความถูกต้องของการรับรู้ที่เกิดขึ้นได้ดีที่สุด อย่างไรก็ดี เพื่อช่วยให้การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถพัฒนาไปสู่ประสิทธิภาพอันสูงสุด เราอาจอาศัยวิธีการดังต่อไปนี้เพื่อเป็นปัจจัยเสริมสร้าง

การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร

การศึกษาในหัวข้อนี้พิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้รับวารในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จากผลการวิจัยที่ผ่านมาทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มผู้รับสาร แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับข่าวสารนี้อาจจะพิจารณาให้หัวข้อต่อไปนี้

1. การเลือกสรรในการรับสาร

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีกล่าวถึงบ่อยๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร นั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรร (selective processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่างๆ แม้ว่าจะได้รับการตระเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ตามความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

ทฤษฎีว่าด้วยสื่อและประสิทธิผลของสื่อ

สื่อ (Media) เป็นหนทางหรือวิธีการที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ (สนั่น ปัทมะทิน, 2520) เสถียร เชยประทับ (2528:17) จำแนกประเภทของสื่อออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media)

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งข่าวสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลสามารถที่จะส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป็นจำนวนมากและอยู่กันอย่างอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนที่ใช่ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

สื่อมวลชน (Mass Media) ในกระบวนการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไป ที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่น 2 ประการคือ

1.1 กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคม หรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นที่จะต้องเคยรู้จัก หรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

1.2 สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน จะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการ

ฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น และการฟัง (Audiovisual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

2. สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสาร จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ครูอาจารย์ ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

สำหรับประสิทธิผลของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่า สื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิผลมากกว่าในการชักจูงให้บุคคลมีทัศนคติในเรื่องนั้นๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง

ดังนั้นสามารถนำกลับมาสนับสนุนการศึกษาวิจัย เรื่องการเปิดรับเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

แคทซ์ และลาซาลเฟล (Katz and Lazarsfeld, 1955 : 27) เห็นพ้องต้องกันว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ฉะนั้น สื่อบุคคล จึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในขั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในขั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติ ในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

โรเจอร์ (Rogers,1978 : 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิผลของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลว่า ผลจากการวิจัยต่างๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มรประสิทธิผลมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่น หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของเบทติ้งเฮ้าส์ (Betting house, 1968 : 180-185) ที่ว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจาการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

ปรมะ สตะเวทิน (2527 : 59) ได้กล่าวว่า ประสิทธิผลของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่นๆ การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication Situation) ประสิทธิผลของการสื่อสารจะมีมาก

นอกจากสื่อสองประเภทที่กล่าวมา วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wibur Schramm, 1973 : 125) กล่าวว่า ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชนบุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (Printed Media) ส่วนสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา วีดีทัศน์ อินเตอร์เน็ต และโทรศัพท์ตอนรับอัตโนมัติ

อาดัมส์ (Adams : 1971) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจ ไว้ดังนี้ คือสื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่นวกรรม และข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจ เป็นการใช้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน

จากทฤษฎีว่าด้วยสื่อและประสิทธิผลของสื่อ เห็นได้ชัดเจนว่า สื่อเป็นพาหะที่จะนำข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย หากไม่มีสื่อเป็นตัวกลาง ก็จะไม่เกิดการสื่อสาร นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิผลในการชัดจูงใจ และสื่อเฉพาะกิจ มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ และทั้งหมดนี้สามารถนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

พจนานุกรม (Webster's New Collegiate) (1974) อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า "การประชาสัมพันธ์ คือ ธุรกิจที่ช่วยชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบ (GOODWILL) ต่อบุคคลหรือหน่วยงานสถาบันนั้น"

สมาคมนักประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (The International Public Relations Association) ซึ่งเป็นสมาคมของนักประชาสัมพันธ์นานาชาติให้แนวคิดของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดี มีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์ และธำรงรักษาความเข้าใจอันดีจากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยองค์กรจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินถึงประชามติ แล้วนำมาใช้เป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงาน และนโยบายขององค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็น และความต้องการของ

ประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้ง 2 ฝ่าย (อ้างถึงใน ขวัญรักษ์ วชิรยนเสถียร,2541) 2529)

ได้มีนักวิชาการทางด้านการประชาสัมพันธ์หลายคนได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2531 : 2) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้พอสรุปได้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ เป็นการพยายามที่จะมีการวางแผน และเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการกระทำสิ่งที่ดี มีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรมและบริการหรือผลผลิตของหน่วยงานนี้ และได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว

จอห์น อี มาร์ตัน (John E. Marston, 1979 : 3) กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจโดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ"

สมควร กวียะ (2537 : 33) ได้ให้ความหมายของ "การประชาสัมพันธ์" ได้ว่า "การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับประชาชนบนพื้นฐานของการสื่อสาร เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารและความรู้ที่ถูกต้องและเป็นไปในทางสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันต่อการดำรงอยู่และการพัฒนาของสังคม"

สก๊อต เอ็ม คัลลิปต์ (Scott M. Cutlip, 1987 : 28 อ้างถึงใน ขวัญรักษ์ วชิรยนเสถียร, 2541) ให้คำจำกัดความไว้ว่า "การประชาสัมพันธ์" คือ การติดต่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนทั้งหลายที่มีส่วนสัมพันธ์ ขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางตรวจสอบ ความคิดเห็น ความรู้ และความต้องการของประชาชน ให้หน่วยงานหรือองค์กรทราบเพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริง ให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

เสรี วงษ์มณฑา (2527 :71) ให้ความหมายว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนเหล่านั้น มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน ได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ

จากการให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ และนักวิชาการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมาทั้งหมด พอสรุปในความหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ 5 ประเด็น (พรทิพย์ วงกิจโภคาทร, 2536 : 16-17 อ้างถึงใน ขวัญรักษ์ วชิรยนเสถียร,2541) ดังนี้

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับประชาชน

2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุมรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผล

3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารสองทาง และเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

4. เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลทางความคิด และทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

วิรัช อภิรันตกุล (2538 : 145-148) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีจุดมุ่งหมายใหญ่ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงานและผลงานหรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรสถาบันให้ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับได้ว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวองค์กร สถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักเข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นด้านการแจ้งให้ทราบ และในด้านการให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน รวมทั้งการเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่การโฆษณาหรือการโฆษณาชวนเชื่อ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในตัวองค์กรสถาบัน ย่อมเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อสถาบัน ในด้านการได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน เพราะเมื่อเข้าใจโดยถ่องแท้แล้ว ประชาชนย่อมเลื่อมใสศรัทธาและให้ความร่วมมือด้วย

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะป้องกันเอาไว้ก่อนย่อมดีกว่ามาแก้ไขภายหลัง ซึ่งเป็นการป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน การป้องกันความเข้าใจผิด จึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ นับประชาสัมพันธ์ต้องพยายามค้นหาสาเหตุที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันเพื่อจะได้หาลู่ทางป้องกันไว้เสียก่อนที่จะมีความเข้าใจผิดเกิดขึ้น

3. สำรวจประชามติ หลักสำคัญอีกประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ คือจะต้องมีการสำรวจการวิจัยประชามติ เพราะองค์กรหรือสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน จะต้องทราบว่า ประชาชนต้องการอะไรขอบหรือไม่ชอบสิ่งไหน ตลอดจนท่าทีต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์กรสถาบันของเรา

เสรี วงษ์มณฑา (2540: 4-5) กล่าวถึง จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันสรุปได้ดังนี้

1. การให้ข้อมูลข่าวสารของการประชาสัมพันธ์จะเป็นการเพิ่มคุณค่า (Add Value) ให้กับผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการ

2. การสร้างภาพพจน์ (Image Building) เป็นการสร้างความรับความชื่นชมในตัว สินค้า และบริษัท รวมถึงความเข้าใจดีต่อกัน

3. การให้การศึกษา (Educate) ในปัจจุบันมีสินค้าและบริการใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายที่ผู้บริโภคอาจยังไม่ยอมรับหรือเป็นสิ่งใหม่ จึงต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย

4. การสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility Building) บางครั้งการโฆษณาอย่างเดียวไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้ เพราะการโฆษณาอาจมีภาพพจน์ที่ไม่ดีในสายตาผู้บริโภค

จากความหมายข้างต้น การประชาสัมพันธ์ จึงมิใช่กิจกรรมใดๆ เพียงกิจกรรมเดียวแต่แท้ที่จริง การประชาสัมพันธ์ หมายรวมถึง กิจกรรมทุกอย่างในกระบวนการสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร เกิดความเข้าใจ เสริมสร้างทัศนคติ ความน่าเชื่อถือ และมีความนิยมชมชอบต่อสถาบัน

แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ความเข้าใจ เสริมสร้างทัศนคติ ความน่าเชื่อถือ และมีความนิยมชมชอบต่อสถาบันนั้น ย่อมต้องอาศัยสื่อ (Media) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2537 : 30) แบ่งสื่อในการประชาสัมพันธ์ออกเป็นประเภทใหญ่ๆ 5 ประเภท ดังนี้

1. สื่อประเภทคำพูด ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เครื่องขยายเสียง แถบเสียง แผ่นเสียง

2. สื่อประเภทลายลักษณ์อักษร ได้แก่ เอกสารสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร วารสาร จุลสาร เอกสารแผ่นพับ หนังสือเล่มเล็ก โปสเตอร์ ใบปลิว รายงานประจำปี วารสารประชาสัมพันธ์ วิดีโอเทป โทรเลข โทรสาร รวมทั้งคอมพิวเตอร์

3. สื่อประเภทภาพและสัญลักษณ์ได้แก่ การแสดงภาพแผ่นป้าย โฆษณาริมทางหลวง ป้ายประชาสัมพันธ์หรือป้ายโฆษณาข้างรถประจำทางหรือท้ายรถประจำทาง ป้ายตามที่พักผู้โดยสารสารรถประจำทาง สถานีรถไฟ ป้ายตามสี่แยกและริมทางด่วน

4. สื่อประเภทภาพและเสียงหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวมทั้งวิทยุและโทรทัศน์ปัจจุบันสื่อโทรทัศน์เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีบทบาทมากที่สุด โดยเข้ามาแทนที่ ภาพยนตร์ และสื่อที่แตกแขนงต่อเนื่องจากโทรทัศน์ ก็คือเทปภาพทัศน์หรือวีดีโอ ซึ่งนอกจากจะเป็นสื่อในการให้ความบันเทิงแล้ว ยังเป็นสื่อสำหรับให้ข่าวสารแก่ผู้ชมอีกด้วย

5. สื่อเบ็ดเตล็ด ได้แก่ จดหมายส่งตรงไปยังผู้รับ แผ่นผ้า เครื่องใช้ ของชำร่วยต่างๆ เช่น ไม้ขีดไฟ กระเป๋าหรือถุงใส่ของ เสื้อยืด ปฏิทิน ฯลฯ สื่อประเภทนี้มักจะใช้ผสมกับสื่ออื่นๆ เพื่อเป็นการเตือนให้ระลึกหรือให้จำข่าวสารแก่ผู้ชมอีกด้วย

นอกจากการแบ่งสื่อออกเป็นประเภทตามข้างต้นแล้วยังพบว่ามีนักวิชาการอย่าง แฟรง เจฟกินส์ (Frank Jefkins, 1982 : 125-126 อ้างถึงใน ขวัญรักษ์ วชิรยนเสถียร,2541) ผู้เขียนหนังสือ Public Made Simple ได้แบ่งประเภทของสื่อออกเป็น 10 ประเภท ดังนี้

1. หนังสือและนิตยสาร

2. สื่อประเภทแพร่ภาพและกระจายเสียง (Broadcasting Media)

3. ภาพยนตร์สารคดีและสื่อโสตทัศน์

4. เอกลักษณ์ของสถาบัน อาทิสีหรือรูปลักษณะของอาคารหรือ Logo ของหน่วยงาน

5. เอกสารสิ่งพิมพ์ (Printed Material) ซึ่งมีความกว้างและแตกต่างจากวารสารหน่วยงาน ได้แก่ หัวกระดาษจดหมาย ปฏิทิน สมุดไดอารี เป็นต้น

6. การโฆษณาสถาบัน

7. การให้ความอุปถัมภ์

8. การประชุมและการสัมมนา

9. นิทรรศการ

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร(อ้างถึงใน ขวัญรักษ์ วชิรยนเสถียร,2541) กล่าวว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มี 2 ประเภท คือ

1. สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถควบคุมได้

1.1 สามารถควบคุมได้ทั้งการผลิต (เนื้อหา สาระ วิธีการนำเสนอ รูปแบบ เทคนิค ฯลฯ) และการเผยแพร่ (ถึงใคร เมื่อใด ความถี่ หรือจำนวนเท่าใด)

1.2 สื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์ได้ซื้อเนื้อที่ และเวลา เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ต้องการหรืออาจเป็นข้อตกลงกับสื่อมวลชน (Barter) ที่ใช้เนื้อที่และเวลาเพื่อเผยแพร่เหมือนกับการจ่ายเงินซื้อ

2. สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถควบคุมได้

2.1 สื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือในการเผยแพร่ ซึ่งปกตอจะมีความเป็นอิสระ มีพินิจเป็นของตนเองที่จะพิจารณาตัดสินว่าอะไรน่าจะเป็นข่าวได้

2.2 สื่อบุคคล ปกติบุคคลมีสิทธิส่วนตัว และมีอิสระไม่สามารถจะไปควบคุมได้ บุคคลที่เผยแพร่ข่าวสารออกไป และสาธารณชนให้ความเชื่อถือสูงนั้น นอกจากจะเป็นผู้นำทางความคิดแล้ว มักเป็นพนักงาน หรือผู้ร่วมกิจกรรม

DPU

ด้วยความแตกต่างของสื่อทั้ง 2 ประเภทนี้เอง ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ จึงต้องพยายามใช้สื่อดังกล่าวประสมกัน เพราะหากสื่อทั้งสองประเภทต่างก็เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกันแล้ว จะเป็นการเพิ่มความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือให้บังเกิดแก่ผู้รับสารได้มากขึ้นนั่นเอง

"สื่อ" (Channel หรือ Media) เป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการการสื่อสาร เพราะสื่อทำหน้าที่เป็นพาหนะหรือตัวกลาง ในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ ด้วยเหตุนี้เอง หากไม่มีสื่อเป็นตัวกลางนำสารไปยังผู้รับสารแล้ว การสื่อสารนั้นๆ ย่อมมิอาจบังเกิดขึ้น อย่างไรก็ดี "สื่อ" ที่ใช้ในความหมายของการติดต่อสื่อสารนั้น สามารถแปลความหมายได้อย่างกว้างขวางตามลักษณะและตามวัตถุประสงค์ในการจำแนกประเภทของสื่อ ซึ่งในบางครั้งก็มักจะมีความหมายซ้ำซ้อนกับ "สาร" หรือองค์ประกอบอื่นๆ ของการสื่อสารที่มีลักษณะบทบาทหน้าที่ที่คล้ายคลึงกัน

ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

อีแวน (Evan,1962 อ้างถึงในบุศรินทร์ หนุนภักดี, 2534) ได้ให้คำอธิบายความคาดว่า" ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการ"

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้รับสาร ที่ก่อให้เกิดความคาดหวังและพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกันของผู้รับสารนั้น โดยทั่วไปแล้วในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

1. ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์
2. ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนะคติและค่านิยมของตน
3. ต้องการประสบการณ์ใหม่
4. ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

ทฤษฎีใช้การประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (THE USES AND GRATIFICATION APPROACH)

แนวทางการศึกษา เรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน” เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่ม “ผู้รับสาร” (Audience) ในฐานะเป็น “ผู้กระทำการสื่อสาร” กล่าวคือ ตัวผู้รับสารจะเป็นผู้มีสิทธิ์เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสาร เพื่อสนองต่อความต้องการของตน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529:634)

ทฤษฎีหรือแนวทางการศึกษานี้ เป็นผลต่อเนื่องมาจากความเปลี่ยนแปลงของการศึกษาทางนิเทศศาสตร์ ซึ่งในยุคเริ่มแรกนั้นเป็นการศึกษาที่มุ่งเน้น “ผู้ส่งสาร” “สื่อ” และ “สาร” ว่ามีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างไร เกิด “ผลกระทบ” ต่อผู้รับสารเพียงใด เนื่องจากการสื่อสารในยุคนั้นมีปริบททางการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องมาก เพราะอยู่ในระหว่างเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 1 และที่ 2 (ค.ศ.1930-1950) ผู้ส่งสารมีอิทธิพลในการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์ทางการเมือง ผู้รับสารจึงเป็นเพียงผู้ถูก (Passive) ทำให้เกิดผลกระทบ การศึกษาในเวลาต่อมาได้เกิดแนวคิดใหม่โดยมุ่งเน้น “ผู้รับสาร” เป็นสำคัญ ในลักษณะที่ผู้รับสารมีความต้องการจำเป็น (Needs) อย่างใดอย่างหนึ่งจึงเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของตน โดยศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสารและความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยจะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงสื่อมวลชนให้ผลิตข่าวสารที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารอย่างแท้จริง

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน อยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่นักการศึกษาสื่อสารมวลชนเรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่ (หรือ Functional Perspective) การวิเคราะห์ในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนนี้ตั้งอยู่บนความเชื่อที่กล่าวว่า พฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมของมนุษย์ต่างก็มีความเกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน คือ มีความเกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทั้งแบบลูกโซ่และแบบวงจร ดังนั้น จึงอาจอธิบายได้ว่าเกิดขึ้นมาจากความต้องการจำเป็น (Needs) และความต้องการของมนุษย์จะมีที่มาแตกต่างกันไป พฤติกรรมการใช้สื่อของบุคคลจะเกิดขึ้น เพื่อสนองความต้องการจำเป็นของแต่ละบุคคล (ยุยล เยญจรงกิจ, 2534)

ในปี ค.ศ.1973 แคทซ์ (Katz) ได้ศึกษา “ความต้องการ” ของผู้ใช้สื่อมวลชนในประเทศอิสราเอล ทำให้เกิดความสนใจต่อวงการสื่อสารมวลชน และการวิจัยครั้งนี้ได้กลายเป็นต้นแบบของการศึกษา ทฤษฎีการใช้เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดย แคทซ์ (Katz) ได้สำรวจและพยายามสร้างเครื่องมือเพื่อในการวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของผู้รับสารมากกว่าเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใดๆ ผลจากการสัมภาษณ์ได้นำมาจัดเป็นองค์ประกอบ 3 ประการ ที่เรียกว่า “Classification of Media-Related Nedds” ดังแสดงในแผนภาพต่อไปนี้

ลักษณะความต้องการ	เป้าหมายการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก	บุคคลหรือสิ่งของที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่
1. ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น 2. ต้องการให้ลดน้อยลง 3. ต้องการให้ได้มา	1. การติดต่อเพื่อรับข่าวความรู้ 2. การติดต่อเพื่อความพอใจเพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ 3. การติดต่อเพื่อความเชื่อถือความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ 4. การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์	1. ตนเอง 2. ครอบครัว 3. เพื่อนฝูง 4. สังคม รัฐบาล 5. ธรรมเนียม วัฒนธรรม 6. โลก 7. สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายน้อย

ภาพที่ 2.1 Classification of Media-Related Needs

ที่มา : เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีเพื่อการสื่อสาร Principles and theories for communication หน่วยที่ 9 – 15.(หน้า 635).2539 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

จากองค์ประกออบทั้ง 3 นี้ แคทซ์ (Katz) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของผู้ใช้สื่อ 35 ข้อความ ได้ชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลที่จะใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตน

นอกจากจะแยกองค์ประกอบในรูปแบบดังแผนภาพที่ 1 แล้ว แคทซ์ (Katz) ยังได้นำเอาทั้ง 35 ข้อความมาแยกกลุ่มตามความต้องการลักษณะทาง Cognitive need, Affective Need, Integrative Need และ Escape Need ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. Cognitive need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับข่าวสารความรู้ และความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งต่าง ๆ

2. Affective Need ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมทั้งในเรื่องของความสวยงามหรือศิลปะต่าง ๆ

3. Integrative Need ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ

4. Escape Need ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification)

การเลือกรับสื่อและการตอบสนองต่อสื่อของบุคคล ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น แรงกระตุ้นในการเลือกชมรายการ ประสบการณ์ที่เคยมีกับสื่อแต่ละประเภท และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการรับสื่อ

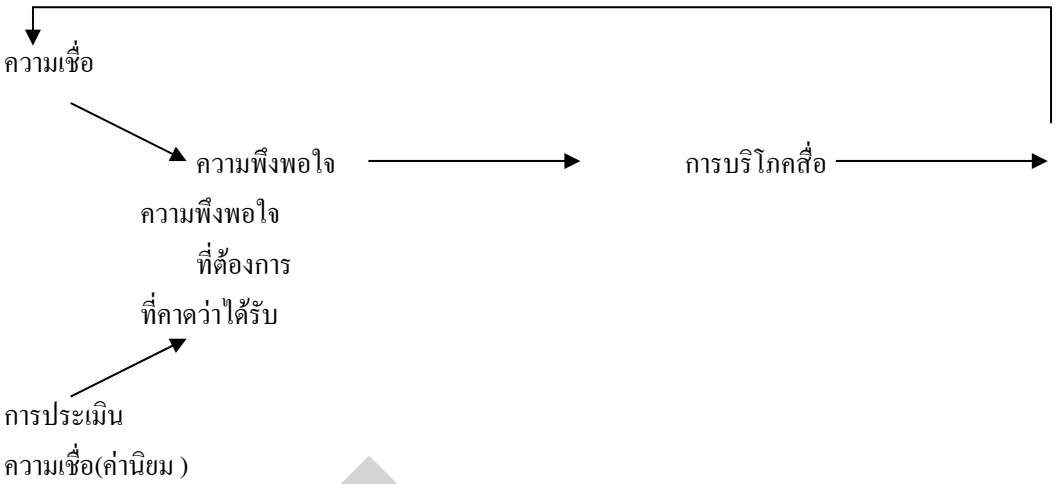
การเลือกรับสื่อและเนื้อหาที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับสารเช่นกัน ได้แก่ อายุ รายได้ การศึกษา เพศ ตลอดจนค่านิยมของผู้รับสารและบุคลิกภาพด้วย

แนวความคิดเรื่อง การใช้สื่อและความพึงพอใจจากการใช้สื่อ (Uses and Gratifications) มุ่งเน้นที่ผู้รับสารยิ่งไปกว่าข้อมูลข่าวสาร โดยมีแนวคิดว่าผู้รับสารเป็นผู้เลือกรับสื่อโดยมุ่งหวังผลที่จะได้รับจากการบริโภคสื่อนั้น ๆ บลูเมอร์และคาทซ์ เป็นนักวิจัยที่พัฒนาแนวความคิดดังกล่าว โดยมีข้อสรุปทางทฤษฎี 3 ประการคือ

1. ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนเป็นผู้ฉับไวและมีจุดมุ่งหมาย โดยมีบทบาทในการกำหนดว่าจะใช้สื่ออย่างไร
2. ผู้รับสารเป็นผู้รับผิดชอบในการเลือกสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตน
3. มีการแข่งขันระหว่างสื่อต่างๆ ในการให้ความพึงพอใจแก่ผู้รับสาร

ทฤษฎีนี้กล่าวว่า ผู้รับข่าวสารจะกำหนดความพึงพอใจที่ต้องการจากสื่อ นั่นคือความเชื่อที่ว่าสื่อแต่ละประเภทสามารถให้อะไรแก่ตนได้ และยังทำการประเมินเนื้อหาของสื่อนั้นๆ ด้วย เช่น ผู้บริโภคข่าวสารผู้หนึ่งเชื่อว่ารายการละครนั้นให้ความบันเทิง และยังประเมินว่าความบันเทิงนั้นเป็นสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้น ผู้บริโภคผู้นั้นจะค้นหาความพอใจด้านความบันเทิงที่ต้องการด้วยการรับชมละครในขณะเดียวกัน ผู้รับข่าวสารอีกผู้หนึ่งเชื่อว่ารายการละครเสนอภาพชีวิตที่ไม่เป็นจริง และประเมินเนื้อหารายการในทางลบ ดังนั้น เขาจะหลีกเลี่ยงการรับชมรายการละคร

โดยปกติแล้ว ผู้รับชมโทรทัศน์แต่ละคนจะมีความเชื่อหลากหลายเกี่ยวกับสื่อ (ประเภทของรายการ เนื้อหารายการ สื่อโดยรวม) และมีการประเมินความเชื่อนั้นโดยรวม และเมื่อผู้ชมได้รับประสบการณ์เพิ่มมากขึ้น อันเป็นผลมาจากการรับชมรายการดังกล่าว ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจะตอกย้ำความเชื่อที่อยู่เกี่ยวกับรายการนั้น ๆ กระบวนการดังกล่าวจะเกิดเป็นวัฏจักร



แบบจำลองของความพึงพอใจจากการบริโภคสื่อ

ที่มา : กุสุมา กูใหญ่. (2540). **การรับรู้ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการยอมรับของชาวมุสลิมในเขตหนองจอกต่อการพัฒนาชุมชนของอิหม่าม.** หน้า 43.

ความเชื่อและการประเมินความเชื่อที่มีต่อรายการหรือองค์ประกอบของรายการอาจเป็นบวกหรือลบก็ได้ในกรณีที่เป็นบวก ผู้ชมจะยังคงรับชมรายการดังกล่าวต่อไป และจะหลีกเลี่ยงการรับชมเมื่อความเชื่อและการประเมินความเชื่อนั้นเป็นลบ

ความเชื่อของผู้รับสื่อเกี่ยวกับรายการหรือองค์ประกอบรายการดังกล่าวข้างต้น ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยหลายประการด้วยกันคือ

1. วัฒนธรรมและสถาบันต่างๆ ในสังคม ซึ่งรวมถึงสื่อต่างๆ ด้วย
2. สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น การเข้าถึงสื่อต่างๆ
3. ตัวแปรด้านจิตวิทยาบางประเภท เช่น การแยกตัว-การเปิดเผยตัว (Introversion-Extroversion)

การประเมินความเชื่อหรือค่านิยมของผู้รับสารก็ได้รับผลกระทบจากปัจจัยอื่นๆ เช่นเดียวกัน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม
2. ความต้องการ
3. ตัวแปรด้านจิตวิทยาของบุคคล

ความเชื่อและการประเมินความเชื่อนั้นประกอบกันเข้าเป็นปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจที่ต้องการจากสื่อซึ่งมีบทบาทการกำหนดพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption

Behavior) ของบุคคล ผลที่ได้รับจากการบริโภคสื่อนั้นๆ จะส่งผลย้อนกลับมายังความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสื่อในภายหลัง

แนวคิดเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจจากการใช้สื่อ (Uses and Gratification) นี้ได้ปฏิเสธมุมมองที่ว่าผู้รับสื่อนั้นเฉื่อยชาและไม่กระตือรือร้น (Passive) ในทางตรงข้าม ผู้รับสื่อหรือผู้ชมโทรทัศน์เลือกรับข่าวสารเนื้อหารายการต่างๆ อย่างตั้งใจและกระตือรือร้น

ขั้นตอนของทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจจากการใช้สื่อมีดังนี้

(1) ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยาของบุคคลที่เกี่ยวกับ

(2) ความต้องการกระตุ้นให้เกิด

(3) ความคาดหวังที่มีต่อ

(4) สื่อสารมวลชนหรือแหล่งสารซึ่งนำไปสู่

(5)รูปแบบการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันออกไป (หรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอื่นที่แตกต่างกัน) ซึ่งส่งผลให้เกิด

(6) การตอบสนองความต้องการและ

(7) ผลกระทบอื่นๆ ที่โดยส่วนใหญ่แล้วอาจไม่ได้ตั้งใจให้เกิดขึ้น

ดังนั้น เหตุผลของการใช้สื่อของบุคคลมีรากฐานมาจากสภาวะด้านจิตวิทยาซึ่งทำให้บุคคลมองเห็นว่ามีปัญหาที่เกิดขึ้น การใช้สื่อจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการแก้ปัญหา เช่น เราเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาข่าวสาร เอกหารติดต่อกับสังคม เพื่อช่วยให้ลืมปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อการเรียนรู้จากสังคม และเพื่อการพัฒนา ถ้าบุคคลรับสื่อทั่วไปโดยไม่เลือก สื่อนั้นก็จะไม่มีบทบาทเป็นเครื่องมือของผู้รับสื่อในการแก้ปัญหาดังที่ผู้รับสื่อต้องการ

โดยสรุปแล้วจุดมุ่งหมายในการรับสื่อมีดังต่อไปนี้

1. เพื่อการเรียนรู้และรับข้อมูลข่าวสาร (Learning and Information)

2. เพื่อแสวงหาแนวความคิดของตนเอง และเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของตนเองขึ้น (Self-insight and Personal Identity)

3. เพื่อการติดต่อกับสังคม (Social Contact)

4. เพื่อช่วยให้ลืมปัญหาเฉพาะหน้า (Diversion)

5. เพื่อความบันเทิง (Entertainment)

6. เพื่อใช้เวลาให้หมดไป (Time-filling)

อย่างไรก็ตาม แนวความคิดของคาทซ์ (Katz) ยังไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมการรับสื่อของบุคคลได้เพียงพอจึงเกิดการพัฒนาแนวความคิดใหม่ที่อธิบายถึงการใช้สื่อของบุคคลดังต่อไปนี้

(1) สภาวะทางสังคมและสภาพทางจิตวิทยาของบุคคล มีอิทธิพลร่วมกันต่อ (2) ลักษณะนิสัยในการใช้สื่อ และต่อ (3) ความเชื่อตลอดจนความคาดหวังเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อ ซึ่งนำไปสู่ (4) การเลือกใช้และบริโภคสื่อ และตามมาด้วย (5) การประเมินคุณค่าของประสบการณ์ (อันอาจนำไปสู่การใช้สื่อในอนาคต)และอาจมี(6)การนำเอาประโยชน์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในประสบการณ์ด้านอื่นหรือกิจกรรมด้านสังคมอื่นๆ แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวังจากการใช้สื่อถูกอธิบายโดย “Expectancy-value Approach” โดยพาล์ม กรีน และเรยเบิร์น (Palmgreen & Rayburn) ซึ่งกล่าวว่าพฤติกรรมการใช้สื่อเกิดจากความเชื่อที่ว่า เนื้อหาของสื่อนั้น ๆ มีคุณสมบัติที่ก่อให้เกิดผลทางบวกหรือทางลบแก่ผู้รับสื่อ

พื้นฐานด้านสังคม (Social Background) ของผู้รับสื่อมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สื่อและการอบสนองต่อสื่อเช่นเดียวกัน บัณฑิตา ทองสิมา (2536) ศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรทัศน์เพื่อแสดงออกถึงความสามารถหรือความเหนือกว่า และเด็กที่มีผู้ปกครองประกอบอาชีพครูจะใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการเรียนรู้มากกว่าด้านอื่น นอกเหนือไปจากอิทธิพลของบุคลิกลักษณะของผู้รับสื่อแต่ละคนแล้ว การใช้สื่อ (Media Use) ยังถูกกำหนดและกระตุ้นโดยแรงผลักดันที่ซับซ้อนและเกี่ยวเนื่องกันในสังคม

ผู้รับสื่อมีแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้น (Motivation) ต่อสื่อและ/หรือเนื้อหารายการบางประเภทเป็นพิเศษอีกด้วย เช่น รายการละครหรือรายการที่แสดงออกถึงความรุนแรงและความตื่นเต้น นอกจากนั้นซิลแมน (Zillman) ยังพบว่า อารมณ์ของผู้รับสื่อมีผลต่อการเลือกรับสื่อ/รายการบางประเภทด้วย เช่น ผู้ที่โดยปกติแล้วต้องเผชิญกับความเครียดสูงจะเลือกรับสื่อ/รายการที่มีเนื้อหาเบาๆ ส่วนผู้ที่มักรู้สึกเบื่อหน่ายก็จะชอบรายการที่มีเนื้อหาตื่นเต้นเร้าใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา การรับรู้ข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจนองนักท่องเที่ยวไทยที่มาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ยังไม่พบว่ามีใครทำประเด็นนี้โดยตรงมีเพียงแต่การศึกษาในส่วนของการรับรู้ข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ต่อด้านต่างๆ ของประชากรซึ่งการศึกษาในทิศทางดังกล่าวพบว่ามีมาก ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนองานบางชิ้นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ในบางส่วน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ

เรืองศิลป์ แก้วดอนรี (2539) ศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารเรื่องการเอาประกันสังคมของผู้ประกันตน ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัยพบว่าความต้องการข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในด้านการได้รับข่าวสารในเรื่องการเอาประกันตน แต่ไม่มีความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารและความคาดหวัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสาร เรื่องการประกันตน

กุสุมา กูใหญ่ (2540) การรับรู้ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการยอมรับของชุมชนมุสลิมในเขตหนองจอก ต่อบทบาทการพัฒนาชุมชนอีหม่าม โดยผลการวิจัยพบว่าชาวชุมชนมีการรับรู้บทบาทที่เป็นข้อกำหนด และบทบาทของโต๊ะอิหม่าม ในระดับปานกลาง มีการรับรู้คุณลักษณะและพฤติกรรมการสื่อสารของอิหม่ามในระดับสูง มีความคาดหวังและพึงพอใจในบทบาทต่างๆ ของโต๊ะอิหม่ามในระดับสูง และมีการยอมรับโต๊ะอิหม่ามในระดับสูงเช่นกัน

อัญชลี รัชกุล (2541) การรับรู้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชนที่มีต่อบทบาทของชุมชนประจำตำบท ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารระหว่างตำรวจชุมชนกับประชาชนในระดับต่ำที่สุด สื่อที่ใช้คือสื่อบุคคล การรับรู้ภาระหน้าที่ยังต่ำอยู่ ส่วนการรับรู้การปฏิบัติงานจริงอยู่ในระดับปานกลาง ความคาดหวังในคุณลักษณะและการปฏิบัติหน้าที่อยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจในข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ช่องทางการสื่อสารที่ต้องการคือ ผ่านสื่อบุคคล ปัญหาของตำรวจชุมชนคือ การขาดงบประมาณ การขาดประสิทธิภาพของราษฎรอาสาสมัคร และสภาพปัญหาของบางพื้นที่เกินความสามารถของตำรวจ

DPU

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งนำความรู้ข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการมาเที่ยวชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ตโดยการใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างที่แน่นอนประกอบการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งก่อนที่จะดำเนินการสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยและตลอดจนตำราที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ถูกต้องสมบูรณ์ที่สุด

ประชากร

การศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสารความคาดหวัง และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต ประชากรที่ทำการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต ในช่วงเดือนมกราคม-เดือนมิถุนายนปี 2548 มีจำนวนประมาณ 569, 588 คน โดยวิธีเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane (อ้างถึง วิเชียร เกตุสิงห์, 2541 : 24) โดยคิดจากจำนวนประชากร 100,000 คนขึ้นไป ค่าระดับความเชื่อมั่นในการเลือกประมาณ 95 % กำหนดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ไม่เกิน 5% เพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ปรากฏว่าได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน การสำรวจจึงแบ่งเป็น เพศชาย 200 คน และเพศหญิง 200 คน

DPU

วิธีการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอย่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองโดยการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวตลอดแนวชายหาดป่าตองเป็นระยะทาง 3 กิโลเมตร โดยแบ่งเป็นเพศชาย และเพศหญิงอย่างละ 200 คน โดยการเก็บข้อมูลมีการกระจายของผู้ตอบแบบสอบถามตามความเหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งอาศัยโดยสร้างแนวความคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา และผู้วิจัยได้พยายามสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมทุกเรื่องที่ต้องการศึกษามีความง่ายต่อการอ่าน และการทำความเข้าใจเพราะกลุ่มเป้าหมายของผู้วิจัยนั้น มีความแตกต่างทางด้านการศึกษา ซึ่งแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านต่างๆ จะเป็นรูปแบบคำถามปลายปิด (Close – Ended Questionnaire)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ และความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและลักษณะการเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ตจะเป็นรูปแบบคำถามปลายปิด ถามถึงการได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ มีการติดตามข่าวสารอย่างไร

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการท่องเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อใช้สอบถามข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ชายหาดป่าตอง

ผู้วิจัยใช้หลักทฤษฎี หลักการ แนวคิด และเนื้อหาสาระภายในขอบข่ายที่กล่าวมาแล้วดำเนินการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยโดยปรับปรุงให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้อง และความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

DPU

2. นำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำไปทดลอง (Pretest) สัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 10 ชุด โดยการสัมภาษณ์ครอบคลุมนักท่องเที่ยวไทยที่เข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองครั้งแรก และมากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป แล้วจึงนำแบบสอบถามมาแก้ไข้ข้อบกพร่องก่อนออกเก็บข้อมูลจริง

การประมวลผลข้อมูล

หลังจากการเก็บข้อมูลครบถ้วนแล้วคณะผู้วิจัยตรวจแบบสอบถาม และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามด้วยตนเอง (Manual Editing) จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาทำการเข้ารหัส (Coding) แล้วนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS 14 FOR WINDOW เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)
   1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม
   1.2 ค่าเฉลี่ย (X) เพื่อศึกษาและวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
   1.3 หาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อหาความสอดคล้องของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน (Hypothesis testing Statistic) ได้แก่
   2.1 การวิเคราะห์ค่าสถิติ T test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย
   2.2 การวิเคราะห์ Cross tab เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัว

DPU

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการมาเที่ยวชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต ได้ใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 รายได้ทำการตรวจทานและนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ จำทำการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปได้แก่

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับสื่อต่างๆที่ได้รับเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

1.3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองที่มีต่อสื่อต่างๆ และการท่องเที่ยว

1.4 ผลการแจกแจงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองที่มีต่อสื่อต่างๆ และการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมุติฐานการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังแสดงในตารางที่ 4.1 - 4.5

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	200	50
หญิง	200	50
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 50 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 50

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	74	18.5
21 - 30 ปี	163	40.8
31 - 40 ปี	92	23.0
41 - 50 ปี	56	14.0
มากกว่า 50 ปี	15	3.8
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ40.8 เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี รองลงมาร้อยละ23.0คือกลุ่มที่มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ18.5 คือกลุ่มผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 14.0 อายุ 41–50 ปี ร้อยละ3.8 เป็นกลุ่มผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานะภาพทางสังคม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	220	55.0
แต่งงาน	142	35.5
หม้าย	22	5.5
หย่าร้าง	16	4.0
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ55.0เป็นผู้ที่มีสถานะภาพโสด รองลงมา 35.5 เป็นสถานะภาพแต่งงาน ร้อยละ5.5 เป็นหม้าย และร้อยละ4.0 เป็นกลุ่มผู้ที่หย่าร้าง

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้/เดือน

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5000 บาท	81	20.3
5001 - 10000 บาท	110	27.5
10001 - 20000 บาท	163	40.8
20001 - 30000 บาท	32	8.0
มากกว่า 30000 บาท	14	3.5
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ40.8 เป็นผู้ที่มีรายได้ 10001 - 20000 บาท / เดือนรองลงมาคือร้อยละ27.5 รายได้ 5001 – 10000 บาท / เดือน ร้อยละ20.3 รายได้ น้อยกว่า 5000 บาท / เดือน ร้อยละ 8.0 รายได้ 20001 – 30000 บาท / เดือนและ ร้อยละ 3.5 รายได้ มากกว่า 30000 บาท / เดือน

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	27	6.8
มัธยมศึกษา	124	31.0
ปริญญาตรี	235	58.8
ปริญญาโท	11	2.8
สูงกว่าปริญญาโท	3	.8
รวม	**400**	**400**

จากตารางที่ 4.5 พบว่าร้อยละ58.8 เป็นกลุ่มผู้ที่มีความรู้ระดับปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 31.0 เป็นกลุ่มผู้ที่มีความรู้ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ6.8 เป้นกลุ่มผู้ที่มีความรู้ระดับประถมศึกษา ร้อยละ2.8 ระดับปริญญาโท และ0.8 สูงกว่าปริญญาโท ซึ่งจากตารางผลที่ออกมาเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับระดับการศึกษาของไทย

DPU

2. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางที่ 4.6 – 4.11

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของระยะเวลาในการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
2 – 3 วัน	270	67.5
4 – 7 วัน	60	15.0
8 – 14 วัน	38	9.5
มากกว่า 14 วัน	**32**	**8.0**

จากตารางที่ 4.6 พบว่าร้อยละ67.5 มาเที่ยวเป็นระยะเวลา 2-3 วัน ร้อยละ15.0 เป็นเวลา 3-4 วัน ร้อยละ 9.5 เป็นเวลา 8-14 วัน ร้อยละ 8.0 เป็นเวลามากกว่า 14 วันตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของการเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองกับใคร

มาเที่ยวกับใคร	จำนวน	ร้อยละ
บริษัททัวร์จัดมาตามโปรแกรม	38	9.5
มาพักผ่อนคนเดียว	30	7.5
ครอบครัว	167	41.8
เป็นทางผ่านเพื่อไปยังสถานที่อื่น	15	3.8
มากับเพื่อนๆ	146	36.5
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.7 พบว่าร้อยละ 41.8 มาเที่ยวเป็นครอบครัว ร้อยละ 36.5 มาเที่ยวกับเพื่อน ร้อยละ 9.5 มากับโปรแกรมทัวร์ ร้อยละ7.5 มาพักผ่อนคนเดียว ร้อยละ 3.8 เป็นทางผ่านเพื่อไปยงสถานที่อื่นตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสาเหตุสำคัญที่สุดที่เลือกเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณาจากสื่อ	55	13.8
การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	63	15.8
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	17	4.3
ร้านค้าต่างๆ	20	5.0
สิ่งแวดล้อม	174	43.5
โรงแรมที่พัก	37	9.3
แหล่งซื้อของฝาก	13	3.3
การเดินทาง	20	5.0
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.8 พบว่าร้อยละ43.5 มาเที่ยวเพราะสิ่งแวดล้อม รองลงมาร้อยละ15.8 การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 13.8 การโฆษณาจากสื่อ ร้อยละ9.3 โรงแรมที่พัก ร้อยละ5.0 การเดินทาง ร้อยละ5.0 ร้านค้าต่างๆ ร้อยละ4.3 ร้านอาหารและภัตตาคารต่างๆ ร้อยละ3.3 แหล่งซื้อของฝากตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของการเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

การเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องบิน	40	10.0
รถโดยสาร	105	26.3
รถโบก	8	2.0
รถส่วนตัว	206	51.5
รถเช่า	37	9.3
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.9 พบว่าร้อยละ 51.5 เดินทางโดยรถส่วนตัว รองลงมาคือร้อยละ 26.3 รถโดยสาร ร้อยละ10.0 เครื่องบิน ร้อยละ 9.3 รถเช่า ร้อยละ 2.0 รถโบก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของที่พัก

ที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	194	48.5
บังกะโล	71	17.8
บ้านส่วนตัว	45	11.3
บ้านญาติ	45	11.3
ห้องพักแบ่งเช่า	38	9.5
วัด	7	1.8
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.10 พบว่าร้อยละ 48.5 พักที่โรงแรม รองลงมา17.3 พักที่บังกะโล ร้อยละ 11.3 พักที่บ้านญาติ และบ้านส่วนตัว ร้อยละ 9.5 พักที่ห้องพักแบ่งเช่า ร้อยละ 1.8 พักที่วัด ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของรับประทานอาหารในมื้อหลักที่ต้องรับประทานเอง

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหาร/ภัตตาคารขนาดใหญ่	111	27.8
ร้านอาหารริมถนนทั่วไป	191	47.8
ทำเองที่บ้านพัก	64	16.0
ซื้อสำเร็จจากห้างสรรพสินค้า	30	7.5
สั่งปิ่นโต	4	1.0
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.11 พบว่าร้อยละ 47.8 รับประทานอาหารที่ร้านอาหารริมถนนทั่วไป รองลงมาร้อยละ 27.8 ร้านอาหาร/ภัตตาคารขนาดใหญ่ ร้อยละ16.0 ทำเองที่บ้านพัก ร้อยละ7.5 ซื้อสำเร็จจากห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 1 สั่งปิ่นโตมารับประทานที่บ้านพักตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชายหาดป่าตอง

ค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2000 บาท	106	27.8
2001 – 4000 บาท	67	47.8
4001 – 6000 บาท	60	16.0
6001 – 8000 บาท	104	7.5
มากกว่า 8000 บาท	63	1.0
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.12 พบว่าร้อยละ 47.8 เสียค่าใช้จ่าย 2001 – 4000 บาท รองลงมาร้อยละ 27.8 ต่ำกว่า 2000 บาท ร้อยละ16.0 เสียค่าใช้จ่าย 4001 – 6000 บาท ร้อยละ 7.5 เสียค่าใช้จ่าย 6001 – 8000 บาท ร้อยละ1.0 มากกว่า 8000 บาท ตามลำดับ

DPU

3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป และการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ดังแสดงในตารางที่ 4.13 – 4.19

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสื่อทั่วไปในการเปิดรับข่าวสาร

ประเภทสื่อ	ไม่ได้เปิดรับข่าวสาร	ได้เปิดรับข่าวสาร
สื่อโทรทัศน์	48 (12.0)	352 (88.0)
สื่อนิตยสาร,วารสาร	245 (61.3)	155 (38.8)
สื่อวิทยุ	233 (58.3)	167 (41.8)
สื่อบุคคล	252 (63.0)	148 (37.0)
สื่อหนังสือพิมพ์	177 (44.2)	223 (55.8)
สื่ออินเตอร์เน็ต	284 (71.0)	116 (29.0)
สื่อเฉพาะกิจ	353 (88.0)	47 (11.8)
สื่อหอกระจายข่าวชุมชน	376 (94.0)	24 (6.0)

จากตารางที่ 4.13 พบว่าร้อยละ88.0 เป็นสื่อโทรทัศน์ที่มีจำนวนการเปิดรับสื่อสูงที่สุด รองลงมาร้อยละ 55.8 เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ41.8 เป็นสื่อวิทยุ ร้อยละ38.8 เป็นสื่อนิตยสาร ร้อยละ37.0 เป็นสื่อบุคคล ร้อยละ 29.0 เป็นสื่ออินเตอร์เน็ต ร้อยละ11.8 เป็นสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 6.0 เป็นสื่อหอกระจายข่าวชุมชน ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสื่อทั่วไปในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

ประเภทสื่อ	ไม่ได้เปิดรับข่าวสาร	ได้เปิดรับข่าวสาร	รวม
สื่อโทรทัศน์	113 (28.3)	287 (71.7)	400 (100)
สื่อนิตยสาร,วารสาร	222 (55.5)	178 (44.5)	400 (100)
สื่อวิทยุ	257 (64.3)	143 (35.7)	400 (100)
สื่อบุคคล	249 (62.2)	151 (37.8)	400 (100)
สื่อหนังสือพิมพ์	229 (57.2)	171 (42.8)	400 (100)
สื่ออินเตอร์เน็ต	295 (73.2)	105 (26.3)	400 (100)
สื่อหอกระจายข่าวชุมชน	345 (86.2)	55 (13.8)	400 (100)
แผ่นพับโบชัวร์ โปสเตอร์	369 (92.2)	31 (7.8)	400 (100)
หน่วยงานต่างๆ ของรัฐ	356 (89.0)	44 (11.0)	400 (100)
บริษัททัวร์	327 (81.7)	73 (18.3)	400 (100)

จากตารางที่ 4.14 พบว่าร้อยละ 71.7 เป็นสื่อโทรทัศน์ รองลงมาร้อยละ 44.5 เป็นสื่อวิทยุ ร้อยละ 42.8 เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 37.8 เป็นสื่อบุคคล ร้อยละ 35.7 เป็นสื่อวิทยุ ร้อยละ 26.3 เป็นสื่ออินเตอร์เน็ต ร้อยละ 18.3 เป็นสื่อบริษัททัวร์ ร้อยละ 13.8 เป็นสื่อหอกระจายข่าว ร้อยละ 11 เป็นสื่อหน่วยงานต่างๆของรัฐ ร้อยละ 7.8 เป็นสื่อแผ่นพับโบชัวร์ โปสเตอร์ ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง/เดือน

ประเภทของสื่อ	จำนวนการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับป่าตอง / เดือน					
	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง	ไม่ติดตาม	รวม
สื่อโทรทัศน์	73 (18.3)	166 (41.5)	93 (23.3)	50 (12.5)	18 (4.5)	400 (100)
สื่อวิทยุ	195 (48.8)	97 (24.3)	20 (5.0)	21 (5.3)	67 (16.8)	400 (100)
สื่อหนังสือพิมพ์	81 (20.3)	171 (42.8)	73 (18.3)	35 (8.8)	40 (10)	400 (100)
สื่อนิตยสาร,วารสาร	106 (26.5)	123 (30.8)	70 (17.5)	40 (10.0)	61 (15.3)	400 (100)
สื่ออินเตอร์เน็ต	112 (28.0)	93 (23.3)	38 (9.5)	31 (7.8)	126 (32.5)	400 (100)
เพื่อน	116 (29)	181 (45.3)	52 (13)	23 (5.8)	28 (7.0)	400 (100)
ญาติพี่น้อง	155 (38.8)	140 (35)	48 (12)	20 (5)	37 (9.3)	400 (100)
บุคคลในครอบครัว	161 (40.3)	136 (34)	44 (11)	15 (3.8)	44 (11)	400 (100)
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	160 (40)	99 (24.8)	16 (4)	12 (3)	113 (28.2)	400 (100)
บริษัทนำเที่ยว	135 (33.8)	117 (29.2)	29 (7.3)	13 (3.3)	106 (26.5)	400 (100)
โปสเตอร์	178 (44.5)	65 (16.3)	26 (6.5)	13 (3.3)	118 (29.5)	400 (100)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	จำนวนการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับป่าตอง / เดือน					
	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง	ไม่ติดตาม	รวม
ป้ายกลางแจ้ง	160 (40)	79 (19.8)	22 (5.5)	16 (4.0)	123 (30.7)	400 (100)
นิทรรศการ	141 (35.3)	112 (28)	32 (8)	7 (1.7)	108 (27)	400 (100)
ศูนย์แนะนำการท่องเที่ยว	127 (31.8)	135 (33.7)	36 (9.0)	8 (2)	94 (23.5)	400 (100)
เอกสารแนะนำงานเทศกาล	177 (44.2)	103 (25.8)	17 (4.3)	20 (5)	83 (20.8)	400 (100)

จากตารางที่ 4.15 พบว่าความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยแล้ว 1-2 ครั้ง/เดือนจากสื่อวิทยุร้อยละ 48.8 จากสื่อโปสเตอร์ร้อยละ 44.5 จากสื่อเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว ร้อยละ44.2 จากสื่อบุคคลในครอบครัว ร้อยละ40.3 จากสื่อเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 40 จากสื่อป้ายกลางแจ้ง ร้อยละ40 จากสื่อญาติ พี่น้อง ร้อยละ38.8 จากสื่อนิทรรศการ ร้อยละ35.3 จากสื่อบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ33.8 จากสื่อศูนย์แนะนำการท่องเที่ยว ร้อยละ31.8 จากสื่อเพื่อน ร้อยละ 29 จากสื่ออินเตอร์เน็ต ร้อยละ28.0 จากสื่อนิตยสาร,วารสาร ร้อยละ26.5 จากสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 20.3 จากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ18.3 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของแหล่งข่าวที่สำคัญที่สุดที่ชักจูงใจให้ท่านเดินทางมาเที่ยวชายหาดป่าตอง

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโทรทัศน์	153	38.3
สื่อนิตยสาร,วารสาร	75	18.3
สื่อวิทยุ	11	2.8
สื่อบุคคล	77	19.3
สื่อหนังสือพิมพ์	18	4.5
สื่ออินเตอร์เน็ต	31	7.8
สื่อเฉพาะกิจ	5	1.3
สื่อหอกระจายข่าวชุมชน	3	0.8
แผ่นพับโบชัวร์ โปสเตอร์	14	3.5
หน่วยงานต่างๆ ของรัฐ	13	3.3
บริษัททัวร์	400	100

จากตารางที่ 4.16 พบว่าร้อยละ38.3 เป็นสื่อโทรทัศน์ รองลงมาร้อยละ19.3 เป็นสื่อบุคคล ร้อยละ18.3 เป็นสื่อนิตยสาร ร้อยละ7.8 เป็นสื่ออินเตอร์เน็ต ร้อยละ4.5 เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ3.5 เป็นแผ่นพับ โบชัวร์ ร้อยละ3.3 เป็นสื่อหน่วยงานต่างๆของรัฐ ร้อยละ 2.8 เป็นสื่อวิทยุ ร้อยละ1.3 เป็นสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 0.8 เป็นสื่อหอกระจายข่าวชุมชน ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับก่อนการมาเที่ยว

ข้อมูล	ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร	ได้รับข้อมูลข่าวสาร	รวม
สถานที่ตั้ง	172	228	400
	(43)	(57)	(100)
กิจกรรมต่างๆ บริเวณชายหาด	274	126	400
	(68.5)	(31.5)	(100)
ราคาค่าใช้จ่าย	341	59	400
	(85.2)	(14.8)	(100)
การเดินทาง	265	135	400
	(66.2)	(33.8)	(100)
ที่พัก	276	124	400
	(69)	(31.0)	(100)

จากตารางที่ 4.17 พบจำนวนข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับในปริมาณมากที่สุดเป็นข้องมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง คือร้อยละ 57 รองลงมาร้อยละ 33.8 คือข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง ร้อยละ 31.5 คือข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆบริเวณชายหาด ร้อยละ 31.0 คือข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก ร้อยละ 14.8 คือข้อมูลเกี่ยวกับราคาค่าใช้จ่ายตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสื่อที่นักท่องเที่ยวคิดว่ามีความสำคัญมากที่สุดในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

ประเภทของสื่อ	ไม่สำคัญ	สำคัญมากที่สุด	รวม
สื่อโทรทัศน์	43	357	400
	(10.7)	(89.3)	(100)
สื่อนิตยสาร,วารสาร	123	277	400
	(30.7)	(69.3)	(100)
สื่อวิทยุ	194	206	400
	(48.5)	(51.5)	(100)
สื่อบุคคล	102	298	400
	(25.5)	(74.5)	(100)
สื่อหนังสือพิมพ์	143	257	400
	(35.7)	(64.3)	(100)
สื่ออินเตอร์เน็ต	259	141	400
	(64.7)	(35.3)	(100)
สื่อเฉพาะกิจ	327	73	400
	(81.3)	(18.3)	(100)
สื่อหอกระจายข่าวชุมชน	348	52	400
	(87.0)	(13.0)	(100)
แผ่นพับโบชัวร์ โปสเตอร์	252	148	400
	(63.0)	(37.0)	(100)
หน่วยงานต่างๆ ของรัฐ	344	56	400
	(86.0)	(14.0)	(100)
บริษัททัวร์	279	121	400
	(69.8)	(30.3)	(100)

จากตารางที่ 4.18 พบว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวคิดว่ามีความสำคัญมากที่สุดร้อยละ 89.3 คือ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาร้อยละ74.5 คือสื่อบุคคล ร้อยละ 69.3 คือสื่อนิตยสาร,วารสาร ร้อยละ 64.3 คือสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ51.5 คือสื่อวิทยุ ร้อยละ 37.0 คอสื่อแผ่นพับโบชัวร์ โปสเตอร์ ร้อยละ

DPU

35.3 คือสื่ออินเตอร์เน็ต ร้อยละ30.3 คือสื่อบริษัททัวร์ ร้อยละ18.3 คือสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ14.0 คือสื่อหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ ร้อยละ13.0 คือสื่อหอกระจายข่าวชุมชน

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสื่อที่ได้รับในระหว่างการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

ประเภทของสื่อ	ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร	ได้รับข้อมูลข่าวสาร	รวม
แผ่นพับ / วารสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง	127 (31.7)	273 (68.3)	400 (100)
เคเบิ้ลท้องถิ่น	221 (55.2)	273 (44.8)	400 (100)
หอกระจายข่าว / วิทยุชุมชน	295 (73.7)	105 (26.3)	400 (100)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	296 (74.0)	104 (26.0)	400 (100)

จากตารางที่ 4.19 พบว่านักท่องเที่ยวมีการรับข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับ/วารสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ร้อยละ 68.3 รองลงมา ร้อยละ44.8 เป็นสื่อเคเบิ้ลท้องถิ่น ร้อยละ26.3 เป็นสื่อหอกระจายข่าว / วิทยุชุมชน ร้อยละ 26 เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับชายหาดป่าตองควรมีมากในสื่อใด

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อมวลชน	289	72.3
สื่อบุคคล	43	10.8
สื่อเฉพาะกิจ	34	8.5
หน่วยงานของรัฐ	31	7.8
ไม่ต้องเพิ่มเติม	3	0.8
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.20 พบว่าร้อยละ72.3 ควรเพิ่มเติมในสื่อมวลชน รองลงมาร้อยละ 10.8คือสื่อบุคคล ร้อยละ 8.5 คือสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 7.8 คือสื่อหน่วยงานของรัฐ ร้อยละ 0.8 ไม่จำเป็นต้องเพิ่มเติม

DPU

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของความคาดหวังที่ต้องการจากสื่อในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

ประเภทของข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	188	47.0
มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ	101	25.3
มีปริมาณมาก	33	8.3
มีความละเอียดเฉพาะเจาะจง	78	19.5
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.21 พบว่าร้อยละ47.0 ต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ รองลงมาร้อยละ25.3 ต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ ร้อยละ19.5 ต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีปริมาณมาก ร้อยละ8.3 ต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีความละเอียดเฉพาะเจาะจง ตามลำดับ

DPU

4. ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจนองนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อข่าวสาร และต่อการเที่ยวที่ชาหาดป่าตอง ดังแสดงในตารางที่ 4.22 – 4.24

ตารางที่ 4.22 แสดงระดับความความคาดหวังที่มีต่อการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

ความคาดหวัง	ต่ำมาก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สูงมาก	รวม	X
การที่ท่านมาเที่ยวชายหาดป่าตอง จะทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ	1 (0.3)	14 (3.5)	120 (30.0)	195 (48.8)	70 (17.5)	400 (100)	3.74
ชายหาดป่าตองในปัจจุบันตรงกับชายหาดป่าตองในอุดมคติของท่าน	4 (1.0)	13 (3.3)	163 (40.8)	145 (36.3)	75 (18.8)	400 (100)	3.63
ท่านมีความคาดหวังให้ชายหาดป่าตองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ	4 (1.0)	8 (2.0)	92 (23.0)	163 (40.8)	133 (33.3)	400 (100)	3.98
การมาเที่ยวชายหาดป่าตองครั้งนี้สามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้มากกว่าการไปเที่ยวยังชายหาดอื่นๆ	2 (0.5)	36 (9.0)	117 (29.3)	175 (43.8)	70 (17.5)	400 (100)	3.64
ค่าเฉลี่ยความคาดหวังที่มีต่อการมาเที่ยว						**3.83**	

จากตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มนักท่องท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองในระดับสูงในด้านการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ รองลงมาร้อยละ 43.8คือความคาดหวังที่ชายหาดป่าตองสามารถตอบสนองความต้องการของท่องเที่ยวได้มากกว่าการไปเที่ยวยังชายหาดอื่นๆ ร้อยละ40.8 ความคาดหวังคือชายหาดป่าตองเป็น

แ ห ล่ ง
ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ร้อยละ36.3คือความคาดหวังว่าชายหาดป่าตองในปัจจุบันตรงกับชายหาดป่าตองในอุดมคติของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.23 แสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

ความพึงพอใจ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	X
มีความถูกต้อง	3 (0.8)	18 (4.5)	128 (32.0)	199 (49.8)	52 (13.0)	400 (100)	3.65
มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	0 (0)	17 (4.3)	121 (30.3)	201 (50.3)	61 (15.3)	400 (100)	3.71
มีปริมาณของข่าวสารมาก	5 1.3)	20 (5.0)	127 (31.8)	185 (46.3)	63 (15.8)	400 (100)	3.66
ตรงต่อความต้องการ	8 (2.0)	22 (5.5)	132 (33.0)	169 (42.3)	69 (17.3)	400 (100)	3.62
มีความน่าเชื่อถือ	0 (0)	14 (3.5)	153 (38.3)	152 (38.0)	81 (20.3)	400 (100)	3.70
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร						**3.67**	

จากตารางที่ 4.23 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ของข่าวสารสูงถึงร้อยละ 50.3 รองลงมาร้อยละ49.8 มีความพึงพอใจต่อความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ46.3 มีความพึงพอใจต่อปริมาณข่าวสารที่ได้รับ ร้อยละ 42.3มีความพึงพอใจต่อความตรงต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ร้อยละ 38.0 มีความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

ความพึงพอใจ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	X
ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดป่าตองที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคปัจจุบัน	2 (0.5)	12 (3.0)	130 (32.5)	163 (40.8)	93 (23.3)	400 (100)	3.78
ชายหาดป่าตองเป็นสถานที่ ที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ	0 (0)	10 (2.5)	87 (21.8)	203 (50.8)	100 (25.0)	400 (100)	3.93
ความสวยงามบริเวณชายหาดป่าตองเป็นเหตุผลให้ท่านเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง	0 (0)	15 (3.8)	118 (29.5)	177 (44.3)	90 (22.5)	400 (100)	3.81
ทิวทัศน์อันสวยงามและบรรยากาศอันสบายทำให้ท่านชื่นชอบชายหาดป่าตอง	0 (0)	17 (4.3)	100 (25.0)	193 (48.3)	90 (22.5)	400 (100)	3.84
การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชายหาดป่าตองเป็นที่ประทับใจและตรงกับความต้องการของท่าน	2 (0.5)	19 (4.8)	134 (33.5)	186 (46.5)	59 (14.8)	400 (100)	3.65
ชายหาดป่าตองเป็นสถานที่ ท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้อย่างครบถ้วน	11 (2.8)	18 (4.5)	126 (31.5)	172 (43.0)	73 (18.3	400 (100)	3.65

DPU

DPU

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	X
ชายหาดป่าตองได้สะท้อนภาพวัฒนธรรมและแสดงวิถีชีวิตความเป็นไทย	15 (3.8)	45 (11.3)	144 (36.0)	164 (41.0)	32 (8.0)	400 (100)	3.33
ชายหาดป่าตองเป็นสถานที่ ที่เหมาะสำหรับการเดินทางมาพักผ่อนเป็นครอบครัว	4 (1.0)	28 (7.0)	106 (26.5)	182 (45.5)	80 (20.0)	400 (100)	3.72
ระยะเวลาในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองมีความพอเพียงเหมาะสมต่อความต้องการของท่าน	4 (1.0)	21 (5.3)	147 (36.8)	165 (41.3)	63 (15.8)	400 (100)	3.60
ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองมีความเหมาะสมกับบริการที่ท่านได้รับ	15 (3.8)	29 (7.3)	136 (34.5)	163 (40.8)	55 (13.8)	400 (100	3.49
ท่านมีความรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สินของท่านในระหว่างการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง	0 (0)	20 (5.0)	144 (36.0)	177 (44.3)	59 (14.8)	400 (100)	3.64
ชายหาดป่าตองมีศักยภาพพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว	0 (0)	7 (1.8)	116 (29.0)	183 (45.8)	94 (23.5)	400 (100)	3.86
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยว						**3.69**	

จากตารางที่ 4.24 พบว่าร้อยละ50.8 มีความพึงพอใจต่อชายหาดป่าตองที่เป็นสถานที่ ที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา ร้อยละ48.3 มีความพึงพอใจต่อทิวทัศน์อันสวยงามและบรรยากาศอันสบายทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบชายหาดป่าตอง ร้อยละ 46.5 มีความ

DPU

พึงพอใจต่อการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชายหาดป่าตองเป็นที่ประทับใจและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 45.8 มีความพึงพอใจต่อ ชายหาดป่าตองที่มีศักยภาพพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว ร้อยละ45.5 มีความพึงพอใจต่อชายหาดป่าตองที่เป็นสถานที่ ที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางมาพักผ่อนเป็นครอบครัว ร้อยละ44.3 มีความพึงพอใจต่อความสวยงามบริเวณชายหาดป่าตองเป็นเหตุผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง และท่านมีความรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สินของท่านในระหว่างการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง ร้อยละ43.0 มีความพึงพอใจต่อชายหาดป่าตองที่เป็นสถานที่ ท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ร้อยละ 41.3 มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองมีความพอเพียงเหมาะสมต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 41.0 มีความพึงพอใจต่อชายหาดป่าตองได้สะท้อนภาพวัฒนธรรมและแสดงวิถีชีวิตความเป็นไทย ร้อยละ 40.8 มีความพึงพอใจต่อท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดป่าตองที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคปัจจุบัน และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองมีความเหมาะสมกับบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการกลับมาเที่ยวยังชายหาดป่าตองอีกครั้ง

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการ	**399**	**99.8**
ไม่ต้องการ	**1**	**0.2**
รวม	**400**	**100**

จากตารางที่ 4.25 พบว่าร้อยละ99.8 ต้องการกลับมาเที่ยวชายหาดป่าตองอีกครั้ง รองลงมาร้อยละ0.3 ไม่ต้องการกลับมาเที่ยวอีก

DPU

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมุติฐานการวิจัยดังแสดงในตารางที่ 4.26 – 4.36

สมมุติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

สมมุติฐานที่ 2 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

สมมุติฐานที่ 3 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

สมมุติฐานที่ 4 สถานะภาพทางสังคมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

สมมุติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับการเปิดรับข้อมูลต่างๆ จากสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง							
ประเภทของสื่อ	**เพศ**	**1-2 ครั้ง**	**3-4 ครั้ง**	**5-6 ครั้ง**	**มากกว่า6 ครั้ง**	**ไม่ติดตาม**	**รวม**
สื่อโทรทัศน์	ชาย	39	82	46	20	13	200
	หญิง	34	84	47	30	5	200
X^2 = 5.933 Significance = 0.204 (P>0.05)							
สื่อวิทยุ	ชาย	113	45	7	9	26	200
	หญิง	82	52	13	12	41	200
X^2 = 11.020 Significance = 0.026 (P<0.05)							
สื่อหนังสือพิมพ์	ชาย	51	81	32	12	24	200
	หญิง	30	90	41	23	16	200
X^2 = 12.085 Significance = 0.017 (P<0.05)							
สื่อนิตยสาร วารสาร	ชาย	64	60	27	14	35	200
	หญิง	42	63	43	26	26	200
X^2 = 13.224 Significance = 0.010 (P<0.05)							
สื่ออินเตอร์เน็ต	ชาย	68	41	17	7	67	200
	หญิง	44	52	21	24	59	200
X^2 = 16.696 Significance = 0.002 (P>0.05)							

การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ	เพศ	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า6 ครั้ง	ไม่ติดตาม	รวม
เพื่อน	ชาย	55	93	30	7	15	200
	หญิง	61	88	22	16	13	200
X^2 = 5.244 Significance = 0.254 (P>0.05)							
ญาติพี่น้อง	ชาย	80	64	27	7	22	200
	หญิง	75	76	21	13	15	200
X^2 = 5.064 Significance = 0.281 (P>0.05)							
บุคคลใน	ชาย	82	69	24	1	24	200
ครอบครัว	หญิง	79	67	20	14	20	200
X^2 = 12.079 Significance = 0.017 (P<0.05)							
เจ้าหน้าที่	ชาย	83	40	9	3	65	200
ประชาสัมพันธ์	หญิง	77	59	7	9	48	200
X^2 = 9.679 Significance = 0.046 (P<0.05)							

การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

ประเภทของสื่อ	เพศ	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5-6 ครั้ง	มากกว่า6 ครั้ง	ไม่ติดตาม	รวม
บริษัทนำเที่ยว	ชาย	65	59	17	7	52	200
	หญิง	70	58	12	6	54	200
X^2 = 1.170 Significance = 0.883 (P>0.05)							
โปสเตอร์	ชาย	89	37	17	5	52	200
	หญิง	89	28	9	8	66	200
X^2 = 6.061 Significance = 0.195 (P>0.05)							
ป้ายกลางแจ้ง	ชาย	86	38	11	5	60	200
	หญิง	74	41	11	11	63	200
X^2 = 3.337 Significance = 0.503 (P>0.05)							
นิทรรศการ	ชาย	76	44	19	2	59	200
	หญิง	65	68	13	5	49	200

DPU

X^2 = 9.338 Significance = 0.053 (P>0.05)

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง							
ประเภทของสื่อ	**เพศ**	**1-2 ครั้ง**	**3-4 ครั้ง**	**5-6 ครั้ง**	**มากกว่า6 ครั้ง**	**ไม่ติดตาม**	**รวม**
ศูนย์แนะนำการ	ชาย	67	61	17	3	52	200
ท่องเที่ยว	หญิง	60	74	19	5	42	200
X^2 = 3.313 Significance = 0.507 (P>0.05)							
เอกสารแนะนำ	ชาย	98	44	10	9	39	200
เทศกาล	หญิง	79	59	7	11	44	200
X^2 = 5.255 Significance = 0.262 (P>0.05)							

จากตารางที่ 4.26 พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่ทำให้การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตองแตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละเพศจะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ประมาณ 1- 2 ครั้ง ต่อเดือน

DPU

สมมุติฐานที่ 2 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานะภาพทางสังคมกับการเปิดรับข้อมูลต่างๆ จากสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง							
ประเภทของสื่อ	**สถานะภาพ**	**1-2 ครั้ง**	**3-4 ครั้ง**	**5-6 ครั้ง**	**มากกว่า6 ครั้ง**	**ไม่ติดตาม**	**รวม**
สื่อโทรทัศน์	โสด	34	97	48	33	8	
	แต่งงาน	28	56	34	14	10	
	หม้าย	3	8	8	3	0	
	หย่าร้าง	0	5	0	0	0	400
X^2 = 21.270 Significance = 0.047 (P<0.05)							
สื่อวิทยุ	โสด	106	60	14	15	25	
	แต่งงาน	63	34	3	5	37	
	หม้าย	13	3	2	1	3	
	หย่าร้าง	13	0	2	0	2	400
X^2 = 28.385 Significance = 0.005 (P>0.05)							
สื่อหนังสือพิมพ์	โสด	46	104	37	18	15	
	แต่งงาน	26	56	27	1	19	
	หม้าย	4	6	7	2	3	
	หย่าร้าง	5	5	2	1	3	400
X^2 = 13.024 Significance = 0.367 (P>0.05)							
สื่อนิตยสาร วารสาร	โสด	65	66	40	26	23	
	แต่งงาน	31	48	22	13	28	
	หม้าย	7	6	4	0	5	
	หย่าร้าง	3	3	4	1	5	400
X^2 = 16.670 Significance = 0.162 (P>0.05)							

DPU

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง							
ประเภทของสื่อ	**สถานะภาพ**	**1-2 ครั้ง**	**3-4 ครั้ง**	**5-6 ครั้ง**	**มากกว่า6 ครั้ง**	**ไม่ติดตาม**	**รวม**
สื่ออินเตอร์เน็ต	โสด	59	59	33	25	44	
	แต่งงาน	42	27	4	5	64	
	หม้าย	7	5	1	0	9	
	หย่าร้าง	4	2	1	1	9	400
X^2 = 49.273 Significance = 0.008 (P<0.05)							
เพื่อน	โสด	59	59	33	25	44	
	แต่งงาน	42	27	4	4	64	
	หม้าย	7	5	1	1	9	
	หย่าร้าง	4	2	0	0	9	400
X^2 = 13.681 Significance = 0.322(P>0.05)							
ญาติพี่น้อง	โสด	68	88	26	17	21	
	แต่งงาน	66	45	15	3	13	
	หม้าย	13	2	5	0	2	
	หย่าร้าง	8	5	2	0	1	400
X^2 = 24.933 Significance = 0.015 (P<0.05)							
บุคคลใน	โสด	79	83	26	14	18	
ครอบครัว	แต่งงาน	64	39	16	1	22	
	หม้าย	9	9	2	0	2	
	หย่าร้าง	9	5	0	0	2	400
X^2 = 21.118 Significance = 0.049 (P<0.05)							
เจ้าหน้าที่	โสด	91	62	12	9	46	
ประชาสัมพันธ์	แต่งงาน	48	34	4	3	53	
	หม้าย	14	2	0	0	6	
	หย่าร้าง	7	1	0	0	8	400
X^2 = 26.659 Significance = 0.009 (P<0.05)							

DPU

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง							
ประเภทของสื่อ	**สถานะภาพ**	**1-2 ครั้ง**	**3-4 ครั้ง**	**5-6 ครั้ง**	**มากกว่า6 ครั้ง**	**ไม่ติดตาม**	**รวม**
บริษัทนำเที่ยว	โสด	83	66	18	9	44	
	แต่งงาน	43	38	10	3	18	
	หม้าย	8	8	0	0	6	
	หย่าร้าง	1	5	1	1	8	400
X^2 = 29.288 Significance = 0.004 (P<0.05)							
โปสเตอร์	โสด	99	43	22	7	49	
	แต่งงาน	65	18	2	6	51	
	หม้าย	9	3	2	0	8	
	หย่าร้าง	5	1	0	0	10	400
X^2 = 26.736 Significance = 0.008 (P<0.05)							
ป้ายกลางแจ้ง	โสด	86	56	16	7	49	
	แต่งงาน	63	17	5	6	51	
	หม้าย	8	4	1	0	8	
	หย่าร้าง	3	2	0	0	10	400
X^2 = 26.736 Significance = 0.008 (P<0.05)							
นิทรรศการ	โสด	91	65	20	10	52	
	แต่งงาน	39	39	11	5	52	
	หม้าย	9	4	0	0	9	
	หย่าร้าง	2	4	1	1	10	400
X^2 = 30.546 Significance = 0.002 (P<0.05)							
ศูนย์แนะนำการ	โสด	78	81	17	5	39	
ท่องเที่ยว	แต่งงาน	3	45	17	1	52	
	หม้าย	7	5	2	0	9	
	หย่าร้าง	4	4	0	1	8	400
X^2 = 20.846 Significance = 0.053 (P>0.05)							

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

เอกสารแนะนำ	โสด	103	62	12	11	32	
เทศกาล	แต่งงาน	60	35	4	7	36	
	หม้าย	9	4	1	1	7	
	หย่าร้าง	5	2	0	1	8	400
X^2 = 18.884 Significance = 0.091 (P>0.05)							

จากตารางที่ 4.27 พบว่าสถานะภาพที่แตกต่างกันไม่ทำให้การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตองแตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละสถานะภาพจะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ประมาณ 1- 2 ครั้ง ต่อเดือน

สมมุติฐานที่ 3 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ดังแสดงในตารางที่ 4.28 – 4.30

ตารางที่ 4.28 แสดงความแตกต่างกันระหว่างเพศกับความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ

ความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ					
เพศ	**สื่อมวลชน**	**สื่อบุคคล**	**สื่อเฉพาะกิจ**	**หน่วยงานต่างๆของรัฐ**	**รวม**
ชาย	139	29	17	15	200
	(34.8)	(6.5)	(4.3)	(3.8)	(50)
หญิง	150	17	17	16	200
	(37.5)	(4.3)	(4.3)	(4.0)	(50)
รวม	**289**	**43**	**34**	**31**	**400**
	(72.3)	**(10.8)**	**(8.5)**	**(7.8)**	**(100)**
X^2 = 5.335 Significance = 0.225 (P>0.05)					

จากตารางที่ 4.28 พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อแตกต่างกันแต่เพศชายและเพศหญิงต้องการให้มีการเพิ่มขึ้นในสื่อมวลชนมากว่าสื่อชนิดอื่น รองลงมาคือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ หน่วยงานของรัฐตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงความแตกต่างกันระหว่างเพศกับความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

ความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง					
เพศ	**มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์**	**มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ**	**มีปริมาณมาก**	**มีความละเอียดเฉพาะเจาะจง**	**รวม**
ชาย	91 (22.8)	53 (13.6)	21 (5.3)	35 (8.8)	200 (50)
หญิง	97 (24.3)	48 (12)	12 (3)	43 (10.8)	200 (50)
รวม	**188 (47.0)**	**101 (25.3)**	**33 (8.3)**	**78 (19.5)**	**400 (100)**
X^2 = 3.714 Significance = 0.229 (P>0.05)					

จากตารางที่ 4.29 พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตองแตกต่างกัน เพศชายและเพศหญิงต้องการให้สื่อมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ รองลงมาคือ มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ มีความละเอียดเฉพาะเจาะจง มีปริมาณมากตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศต่อความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับ

ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสาร							
ความพึงพอใจ	**เพศ**	**น้อยที่สุด**	**น้อย**	**ปานกลาง**	**สูง**	**สูงมาก**	**รวม**
มีความถูกต้อง	ชาย	3 (0.8)	11 (2.8)	57 (14.3)	103 (25.8)	26 (6.5)	200 (50)
	หญิง	0 (0)	7 (1.8)	71 (17.8)	96 (24)	26 (6.5)	200 (50)
X^2 = 5.666 Significance = 0.225 (P>0.05)							

DPU

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสาร							
ความพึงพอใจ	**เพศ**	**น้อยที่สุด**	**น้อย**	**ปานกลาง**	**สูง**	**สูงมาก**	**รวม**
มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	ชาย	10 (2.5	51 (12.8)	109 (27.3)	30 (7.5)	10 (2.5)	200 (50)
	หญิง	7 (1.8)	70 (17.5)	92 (23)	31 (7.8)	7 (1.7)	200 (50)
X^2 = 4.967 Significance = 0.174 (P>0.05)							
มีปริมาณของข่าวสารมาก	ชาย	3 (0.8)	9 (2.3)	58 (14.5)	95 (23.8	35 (8.8)	200 (50)
	หญิง	2 (0.5)	11 (2.8)	69 (17.3)	90 (22.5)	28 (7)	200 (50)
X^2 = 2.226 Significance = 0.687 (P>0.05)							
ตรงต่อความต้องการ	ชาย	6 (1.5)	10 (2.5)	58 (14.5)	89 (22.3)	37 (9.3)	200 (50)
	หญิง	2 (0.5)	12 (3)	74 (18.5)	80 (20	32 (8)	200 (50)
X^2 = 4.963 Significance = 0.291 (P>0.05)							
มีความน่าเชื่อถือ	ชาย	7 (1.8)	76 (19)	77 (19.3)	40 (10)	7 (1.7)	200 (50)
	หญิง	7 (1.7)	77 (19.3)	75 (18.8)	41 (10.3)	7 (1.7)	200 (50)
X^2 = 0.45 Significance = 0.997(P>0.05)							

จากตารางที่ 4.30 พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความแตกต่างต่อความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง คือมีความพึงพอใจสูง ในเพศชายมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ สูงที่สุด รองลงมาคือความถูกต้อง ปริมาณของข่าวสารมาก ตรงต่อความต้องการ มีความน่าเชื่อถือ และ เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อความถูกต้องสูงที่สุด รองลงมาคือความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ปริมาณของข่าวสารมาก ตรงต่อความต้องการ ความน่าเชื่อถือ

สมมุติฐานที่ 4 สถานะภาพทางสังคมที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ดังแสดงในตารางที่ 4.31 – 4.33

ตารางที่ 4.31 แสดงความแตกต่างกันระหว่างสถานะภาพทางสังคมกับความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ

ความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ					
สถานะภาพ	**สื่อมวลชน**	**สื่อบุคคล**	**สื่อเฉพาะกิจ**	**หน่วยงานต่างๆของรัฐ**	**รวม**
โสด	156 (39)	20 (5)	23 (5.75)	20 (5)	220 (55)
แต่งงาน	104 (26)	19 (4.75)	8 (2)	9 (2.25)	142 (38.5)
หม้าย	18 (4.5)	2 (0.5)	1 (0.25)	1 (0.25)	22 (5.5)
หย่าร้าง	11 (2.75)	2 (0.5)	2 (0.5)	1 (0.25)	16 (4)
รวม	**289** **(72.5)**	**43** **(10.75)**	**34** **(8.5)**	**31** **(7.75)**	**400** **(100)**
X^2 = 7.602 Significance = 0.815 (P>0.05)					

จากตารางที่ 4.31 พบว่าสถานะภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ความคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อแตกต่างกันแต่พบว่าสถานะภาพโสดต้องการให้มีการเพิ่มขึ้นในสื่อมวลชนมากว่าสื่อชนิดอื่นรองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล หน่วยงานของรัฐตามลำดับ สถานะภาพแต่งงานต้องการให้มีการเพิ่มขึ้นในสื่อมวลชนมากว่าสื่อชนิดอื่นรองลงมาคือ สื่อบุคคล หน่วยงานของรัฐและสื่อเฉพาะกิจ ตามลำดับ สถานะภาพหม้ายต้องการให้มีการเพิ่มขึ้นในสื่อมวลชนมากว่าสื่อชนิดอื่นรองลงมาคือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ หน่วยงานของรัฐตามลำดับ สถานะภาพหย่าร้างต้องการให้มีการเพิ่มขึ้นในสื่อมวลชนมากว่าสื่อชนิดอื่นรองลงมาคือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ หน่วยงานของรัฐตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 4.32 แสดงความแตกต่างกันระหว่างสถานะภาพทางสังคมกับความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

ความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง					
สถานะภาพ	**มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์**	**มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ**	**มีปริมาณมาก**	**มีความละเอียดเฉพาะเจาะจง**	**รวม**
โสด	107 (26.75)	50 (12.5)	20 (5)	43 (10.75)	220 (55)
แต่งงาน	64 (16	39 (9.75)	11 (2.75)	28 (7)	142 (38.5)
หม้าย	11 (2.75)	8 (2)	0 (0)	3 (0.75)	22 (5.5)
หย่าร้าง	6 (1.5)	4 (1)	2 (0.5)	4 (1)	16 (4)
รวม	**188 (47)**	**101 (25.25)**	**33 (4.25)**	**78 (19.5)**	**400 (100)**
X^2 = 5.531 Significance = 0.786 (P>0.05)					

จากตารางที่ 4.32 พบว่าสถานะภาพทางสังคมที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตองแตกต่างกันทุกสถานะภาพต้องการให้สื่อมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ รองลงมาคือ มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ มีความละเอียดเฉพาะเจาะจง มีปริมาณมาก

DPU

ตารางที่ 4.33 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานะภาพทางสังคมต่อความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับ

ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสาร							
ความพึงพอใจ	**สถานะภาพ**	**น้อยที่สุด**	**น้อย**	**ปานกลาง**	**สูง**	**สูงมาก**	**รวม**
มีความถูกต้อง	โสด	2 (0.5)	10 (2.5	72 (13)	109 (27.25)	27 (6.75)	220 (55)
	แต่งงาน	1 (0.25)	7 (1.75)	46 (11.5)	69 (17.25)	19 (4.75)	142 (38.5)
	หม้าย	0 (0)	0 (0)	6 (1.5)	14 (3.5)	2 (0.5)	22 (5.5)
	หย่าร้าง	0 (0)	1 (0.25)	4 (1)	7 (1.75)	4 (1)	16 (4)
X^2 = 5.108 Significance = 0.954 (P>0.05)							
มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	โสด	0 (0)	12 (3)	70 (17.5)	115 (28.75)	23 (5.75)	220 (55)
	แต่งงาน	0 (0)	4 (1)	45 (11.25)	64 (16)	29 (7.25)	142 (38.5)
	หม้าย	0 (0)	0 (0)	4 (1)	12 (3)	6 (2.5)	22 (5.5)
	หย่าร้าง	0 (0)	1 (0.25)	2 (0.5)	10 (2.5)	3 (0.75)	16 (4)
X^2 = 15.043 Significance = 0.090 (P>0.05)							
มีปริมาณของข่าวสารมาก	โสด	3 (0.75)	14 (3.5)	71 (17.75)	96 (24)	36 (9)	220 (55)
	แต่งงาน	0 (0)	5 (1.25)	48 (12)	67 (16.75)	22 (5.5)	142 (38.5)
	หม้าย	1 (0.25)	1 (0.25)	4 (1)	14 (3.5)	2 (0.5)	22 (5.5)
	หย่าร้าง	1 (0.25)	0 (0)	4 (1)	8 (2)	3 (0.75)	16 (4)
X^2 = 13.487 Significance = 0.335 (P>0.05)							

DPU

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสาร							
ความพึงพอใจ	**สถานะภาพ**	**น้อยที่สุด**	**น้อย**	**ปานกลาง**	**สูง**	**สูงมาก**	**รวม**
ตรงต่อความต้องการ	โสด	3 (0.75)	14 (3.5)	75 (18.75)	90 (22.5)	38 (9.5)	220 (55)
	แต่งงาน	4 (1)	7 (1.75)	49 (12.25)	58 (14.5)	24 (6)	142 (38.5)
	หม้าย	1 (0.25)	0 (0)	4 (1)	13 (3.25)	4 (1)	22 (5.5)
	หย่าร้าง	0 (0)	1 (0.25)	4 (1)	8 (2)	3 (0.75)	16 (4)
X^2 = 7.418 Significance = 0.829 (P>0.05)							
มีความน่าเชื่อถือ	โสด	0 (0	11 (2.75)	73 (18.25)	88 (22)	48 (12)	220 (55)
	แต่งงาน	0 (0)	3 (0.75)	66 (14)	52 (13)	21 (5.25)	142 (38.5)
	หม้าย	0 (0)	0 (0)	7 (1.75)	8 (2)	7 (1.75)	22 (5.5)
	หย่าร้าง	0 (0)	0 (0)	7 (1.75)	4 (1)	5 (1.25)	16 (4)
X^2 = 13.679 Significance = 0.134 (P>0.05)							

จากตารางที่ 4.33 พบว่าสถานะภาพทางสังคมที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่างๆที่ได้รับเกี่ยวกับชายหาดป่าตองแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในระดับสูง

DPU

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการมาเที่ยวชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต” เป็นการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง ความพึงพอใจ ดังกล่าวเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่ชาดหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวมรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งแบบสอบถามซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ และความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและลักษณะการเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ชายหาดป่าตอง

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/Window โดยใช้ตารางแสดงจำนวนร้อยละในการแจกแจงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ความคาดหวัง และความพึงพอใจ และใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi Square) และ T – Test ในการทดสอบสมมุติฐานที่วางไว้โดยผลจากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างหรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.8 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 55.0 มีระดับรายได้ 10001 – 20000 บาท / เดือน คิดเป็นร้อยละ 40.8 มีระดับการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.8

2. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง พบว่า นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2 – 3 วันคิดเป็นร้อยละ 67.5 โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาเที่ยวกับครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 41.8 สาเหตุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว สาเหตุหลักคือสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดป่าตอง คิดเป็นร้อยละ43.5 การเดินทางมาท่องเที่ยวนิยมใช้รถส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 51.5 และมีการพักแรมที่โรงแรมสูงที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 48.5 การรับประทานอาหารโดยทั่วไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารทั่วไป ร้อยละ 47.8 ค่าใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองประมาณ 2001 – 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.8

3. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร จากสื่อต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

จากการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง ในด้านสื่อทั่วไปที่เปิดรับข่าวสาร ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง พบว่า

สื่อโทรทัศน์ที่มีจำนวนการเปิดรับสื่อสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ88.0 รองลงมาร้อยละ 55.8 เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ41.8 เป็นสื่อวิทยุ ร้อยละ38.8 เป็นสื่อนิตยสาร ร้อยละ37.0 เป็นสื่อบุคคล ร้อยละ 29.0 เป็นสื่ออินเตอร์เน็ต ร้อยละ11.8 เป็นสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ6.0 เป็นสื่อหอกระจายข่าวชุมชนตามลำดับ

ส่วนข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง โดยส่วนใหญ่ทราบข้อมูลต่างๆ สื่อโทรทัศน์ สูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 71.7 เป็น รองลงมาร้อยละ 44.5 เป็นสื่อวิทยุ ร้อยละ 42.8 เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 37.8 เป็นสื่อบุคคล ร้อยละ 35.7 เป็นสื่อวิทยุ ร้อยละ 26.3 เป็นสื่ออินเตอร์เน็ต ร้อยละ 18.3 เป็นสื่อบริษัททัวร์ ร้อยละ 13.8 เป็นสื่อหอกระจายข่าว ร้อยละ 11 เป็นสื่อหน่วยงานต่างๆของรัฐ ร้อยละ 7.8 เป็นสื่อแผ่นพับโบชัวร์ โปสเตอร์ตามลำดับ

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง มีความบ่อยครั้ง 1- 2 ครั้งต่อเดือน โดยรับจากสื่อวิทยุเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 จากสื่อโปสเตอร์ร้อยละ 44.5 จากสื่อเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว ร้อยละ44.2 จากสื่อบุคคลในครอบครัว ร้อยละ40.3 จากสื่อเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 40 จากสื่อป้ายกลางแจ้ง ร้อยละ40 จากสื่อญาติ พี่น้อง ร้อยละ38.8 จากสื่อนิทรรศการ ร้อยละ35.3 จากสื่อบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ33.8 จากสื่อศูนย์แนะนำการท่องเที่ยว ร้อยละ31.8 จากสื่อเพื่อน ร้อยละ 29 จากสื่ออินเตอร์เน็ต ร้อยละ 28.0 จากสื่อนิตยสาร,วารสาร ร้อยละ26.5 จากสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 20.3 จากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ18.3 ตามลำดับ

แหล่งข่าวที่มีความสำคัญที่สุด ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาป่าตองคือ สื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ38.3 รองลงมาร้อยละ19.3 เป็นสื่อบุคคล ร้อยละ18.3 เป็นสื่อนิตยสาร ร้อยละ7.8 เป็นสื่ออินเตอร์เน็ต ร้อยละ4.5 เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ3.5 เป็นแผ่นพับ โบชัวร์ ร้อยละ3.3 เป็นสื่อหน่วยงานต่างๆของรัฐ ร้อยละ 2.8 เป็นสื่อวิทยุร้อยละ1.3 เป็นสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 0.8 เป็นสื่อหอกระจายข่าวชุมชน ตามลำดับ ข่าวสารด้านต่างๆ ที่ได้รับเกี่ยวกับชายหาดป่าตองพบว่านักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ตั้งในปริมาณมากที่สุด คิดเป็นร้อยละร้อยละ 57 รองลงมาร้อยละ 33.8 คือข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง ร้อยละ 31.5 คือข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆบริเวณชายหาด ร้อยละ 31.0 คือข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก ร้อยละ 14.8 คือข้อมูลเกี่ยวกับราคาค่าใช้จ่ายตามลำดับ ในระหว่างการเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองสื่อที่นัดท่องเที่ยวได้รับในปริมาณมากที่สุดคือ สื่อแผ่นพับ / วารสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง คิดเป็นร้อยละร้อยละ 68.3 รองลงมา ร้อยละ44.8 เป็นสื่อเคเบิ้ลท้องถิ่น ร้อยละ26.3 เป็นสื่อหอกระจายข่าว / วิทยุชุมชน ร้อยละ 26 เป็นสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ตามลำดับ

4. ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และต่อการมาเที่ยว

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร ที่นักท่องเที่ยวคิดว่าควรมีการเพิ่มเติมคือสื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ72.3 รองลงมาร้อยละ 10.8คือสื่อบุคคล ร้อยละ 8.5 คือสื่อเฉพาะกิจ ร้อยละ 7.8 คือสื่อหน่วยงานของรัฐ ร้อยละ 0.8 ไม่จำเป็นต้องเพิ่มเติม

สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากข่าวสารในการนำเสนอของสื่อ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตองคือ ต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ คิดเป็นร้อยละ47.0 รองลงมาร้อยละ25.3 ต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ ร้อยละ 19.5 ต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีปริมาณมาก ร้อยละ8.3 ต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีความละเอียดเฉพาะเจาะจง ตามลำดับ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีความคาดหวังในระดับสูงในด้านการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ รองลงมาร้อยละ 43.8คือความคาดหวังที่ชายหาดป่าตองสามารถตอบสนองความต้องการของท่องเที่ยวได้มากกว่าการไปเที่ยวยังชายหาดอื่นๆ ร้อยละ40.8 ความคาดหวังคือชายหาดป่าตองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ร้อยละ36.3คือความคาดหวังว่าชายหาดป่าตองในปัจจุบันตรงกับชายหาดป่าตองในอุดมคติของนักท่องเที่ยว

ค่าเฉลี่ยความคาดหวังที่มีต่อการมาเที่ยวคือ 3.83 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองค่อนข้างสูงจากการวิจัยดังกล่าวควรมีการปรับปรุงสถานที่

ท่องเที่ยว ให้ดี มีคุณภาพและมีสิ่งแปลกใหม่แตกต่างจาก สถานที่ท่องเที่ยวอื่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเห็นสิ่งที่แตกต่างกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ และเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ

5. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และต่อการมาเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ของข่าวสารสูงถึงร้อยละ 50.3 รองลงมาร้อยละ49.8 มีความพึงพอใจต่อความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ46.3 มีความพึงพอใจต่อปริมาณข่าวสารที่ได้รับ ร้อยละ 42.3มีความพึงพอใจต่อความตรงต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ร้อยละ 38.0 มีความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการข้อมูลข่าวสาร คือ 3.67 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ของข่าวสารที่ได้รับ แต่นักท่องเที่ยวยังคงต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือมากกว่านี้ อาจให้แหล่งที่มาเพื่ออ้างอิงข่าวสารที่นำเสนอจะทำให้ข่าวสารนั้นมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวชายหาดป่าตองมีความพึงพอใจต่อมีความพึงพอใจต่อชายหาดป่าตองที่เป็นสถานที่ ที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ50.8รองลงมา ร้อยละ48.3 มีความพึงพอใจต่อทิวทัศน์อันสวยงามและบรรยากาศอันสบายทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบชายหาดป่าตอง ร้อยละ 46.5 มีความพึงพอใจต่อการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชายหาดป่าตองเป็นที่ประทับใจและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 45.8 มีความพึงพอใจต่อ ชายหาดป่าตองที่มีศักยภาพพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว ร้อยละ45.5 มีความพึงพอใจต่อชายหาดป่าตองที่เป็นสถานที่ ที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางมาพักผ่อนเป็นครอบครัว ร้อยละ44.3 มีความพึงพอใจต่อความสวยงามบริเวณชายหาดป่าตองเป็นเหตุผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง และท่านมีความรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สินของท่านในระหว่างการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง ร้อยละ43.0 มีความพึงพอใจต่อชายหาดป่าตองที่เป็นสถานที่ ท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน ร้อยละ 41.3 มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองมีความพอเพียงเหมาะสมต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 41.0 มีความพึงพอใจต่อชายหาดป่าตองได้สะท้อนภาพวัฒนธรรมและแสดงวิถีชีวิตความเป็นไทย ร้อยละ 40.8 มีความพึงพอใจต่อท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดป่าตองที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคปัจจุบัน และค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองมีความเหมาะสมกับบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการมาเที่ยวคือ 3.69 แสดงว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ ค่อนข้างสูง และมีความพึงพอใจต่อสถานที่ที่ท่องเที่ยวที่ชายหาดป่าตองในด้าน

สิ่งแวดล้อมแต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงต้องการให้ชายหาดป่าตองพัฒนาในเรื่องของค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางมาเที่ยวและพัฒนาในเรื่องของการเปลี่ยน แปลงของชายหาดที่เกิดขึ้นไปตามยุคสมัย

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

จากทดสอบสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ 4 ข้อสรุปผลได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกันทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตองแตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละเพศจะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ประมาณ 1- 2 ครั้ง ต่อเดือน

สรุปคือ ผลการวิจัยที่ได้จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 2 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

พบว่าสถานะภาพที่แตกต่างกันทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตองแตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละสถานะภาพจะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ประมาณ 1- 2 ครั้ง ต่อเดือน

สรุปคือ ผลการวิจัยที่ได้จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 3 เพศที่แตกต่างกันทำให้ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน

แบ่งออกเป็นสมมุติฐานย่อย 2 สมมุติฐานคือ

3.1 เพศที่แตกต่างกันทำให้ความคาดหวังต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน

พบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

3.2 เพศที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน

พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

สมมุติฐานที่ 4 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แตกต่างกัน

แบ่งออกเป็นสมมุติฐานย่อย 2 สมมุติฐานคือ

4.1 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันกันทำให้ความคาดหวังต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน

พบว่าสถานภาพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับคาดหวังในการเพิ่มขึ้นของสื่อ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการนำเสนอของสื่อเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

4.2 สถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันกันทำให้ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน

พบว่าสถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร และปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะทราบว่านักท่องเที่ยวรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อใด และให้ความสำคัญกับสื่อใด นักท่องเที่ยวมีความ คาดหวัง และความพึงพอใจ ต่อข้อมูลข่าวสาร และต่อการมาเที่ยวอย่างไร

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มที่อายุตั้งแต่ 21 – 30 ปีเป็นกลุ่มที่มีการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่บรรลุนิติภาวะ สามารถท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง เป็นสถานะภาพโสดเนื่องจากเป็นผู้ที่มีความคล่องตัวในการทำกิจกรรมต่างๆ การเดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมเดินทางมาเที่ยวเป็นครอบครัว หรือมาเที่ยวกับเพื่อนฝูงมากกว่าการเดินทางมาเที่ยวคนเดียว และการเดินทางมาเที่ยวนั้นโดยส่วนใหญ่มีการวางแผนที่จะไปสถานที่นั้น โดยไม่ได้เป็นทางผ่านไปยังสถานที่อื่นๆ ว่านักท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นสำคัญ ประกอบกับการบริการ และการอำนวยความสะดวก เนื่องจากสิ่งแวดล้อมที่ดี กับการบริการ และการอำนวยความสะดวก สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวอีกครั้ง การเดินทางโดยรถส่วนตัวสามารถให้ความสะดวกสบายในการเดินทางมากกว่าการเดินทางประเภทอื่นๆ ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถนำอุปกรณ์สัมภาระส่วนตัวไปได้ด้วย และหากสถานที่ท่องเที่ยวใดที่มีสนามบิน นักท่องเที่ยวก็สามารถใช้เป็นตัวเลือกอีกตัวหนึ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยว

โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมเปิดรับสื่อ จากโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่ให้ความเหมือนจริงมีทั้งภาพและเสียง ประสิทธิผลของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่นเดียวกับการสื่อสารอื่นๆ การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication Situation) ประสิทธิผลจะมีมาก (ปรมะ สตเวทิน, 2527:59)

การที่ผู้บริโภคเปิดรับสื่อจากวิทยุได้มากเป็นอันดับสูงสุด เนื่องมาจากสื่อวิทยุเป็นสื่อที่สามารถติดตามได้ง่าย สามารถรับฟังขณะทำงานในระหว่างวันได้และสื่อโทรทัศน์ ถึงแม้จะเป็นสื่อที่มีการรับชมข่าวสารสูงสุด แต่เป็นสื่อที่มีความจำกัดในการรับชม โดยสื่อโทรทัศน์ และสื่อนิตยสารมีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้มาก ส่วนสื่อหอกระจายข่าวชุมชนค่อนข้างมีความสำคัญในการชักจูงใจน้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ผู้รับสารมีความต้องการจำเป็น (Needs) อย่างใดอย่างหนึ่งจึงเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของตน โดยศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสารและความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยจะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงสื่อมวลชนให้ผลิตข่าวสารที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารอย่างแท้จริงทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน อยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่นักการศึกษาสื่อสารมวลชนเรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่ (หรือ Functional Perspective) การวิเคราะห์ในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนนี้ตั้งอยู่บนความเชื่อที่กล่าวว่า พฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมของมนุษย์ต่างก็มีความเกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน คือ มีความเกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทั้งแบบลูกโซ่และแบบวงจร ดังนั้น จึงอาจอธิบายได้ว่าเกิดขึ้นมาจากความต้องการจำเป็น (Needs) และความต้องการของมนุษย์จะมีที่มาแตกต่างกันไป พฤติกรรมการใช้สื่อของบุคคลจะเกิดขึ้น เพื่อสนองความต้องการจำเป็นของแต่ละบุคคล (ยุยล เยญจรงกิจ, 2534)

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองมีความคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ ชายหาดป่าตองสามารถตอบสนองความต้องการของท่องเที่ยวได้มากกว่าการไปเที่ยวยังชายหาดอื่นๆ ความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวมีต่อชายหาดป่าตองเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการ (Evan,1962อ้างถึงในบุศรินทร์ หนุนภักดี, 2534)

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ของข่าวสารที่ได้รับ แต่นักท่องเที่ยวยังคงต้องการให้ข่าวสารที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือมากกว่านี้ อาจให้แหล่งที่มาเพื่ออ้างอิงข่าวสารที่นำเสนอจะทำให้ข่าวสารนั้นมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ ค่อนข้างสูง และมีความพึงพอใจต่อสถานที่ที่ท่องเที่ยวที่ชายหาดป่าตองในด้านสิ่งแวดล้อมแต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงต้องการให้ชายหาดป่าตองพัฒนาในเรื่องของค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางมาเที่ยวและพัฒนาในเรื่องของการเปลี่ยน แปลงของชายหาดที่เกิดขึ้นไปตามยุคสมัย โดยสาเหตุสำคัญที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองเกิดจากความพึงพอใจเป็นสาเหตุหลักไม่ได้เกิดจากการโฆษณาจากสื่อ และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ต้องการกลับมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองอีกครั้ง

ทั้งเพศหญิง และเพศชายมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และทั้งเพศหญิงและเพศชายต้องการให้ข่าวสารมีความน่าเชื่อถือมากกว่านี้โดยในสถานะภาพโสดมีการติดตามจากสื่อวิทยุ สูงที่สุด รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อเอกสารแนะนำการท่องเที่ยวตามลำดับ สถานะภาพแต่งงานมีการติดตามจากสื่อบุคคลสูงที่สุด รองลงมาคือสื่อโปสเตอร์ สื่อป้ายกลางแจ้ง และสื่อวิทยุ และสื่อเอกสารแนะนำการท่องเที่ยวตามลำดับ สถานะภาพหม้ายมีการติดตามจากสื่อบุคคลคือเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือสื่อวิทยุ และญาติพี่น้อง ในสถานะภาพหย่าร้างมีการติดตามจากสื่อวิทยุสูงที่สุด รองลงมาคือสื่อบุคคลได้แก่ บุคคลในครอบครัว และญาติพี่น้อง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง พบว่าชายหาดป่าตองเป็นสถานที่ ที่เหมาะสมต่อการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตองค่อนข้างสูง และส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ดังนั้นจึงเป็นการดีที่ ทางชายหาดป่าตองจะพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในด้านข่าวสารและ สถานที่ท่องเที่ยว ในส่วนของข้อมูลข่าวสาร ยังมีนักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วน ยังขาดในเรื่องของความเชื่อถือในตัวข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับ น่าจะมีการปรับปรุงในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารและควรมีการเพิ่มเติมในสื่อมวลชน โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ความสำคัญอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง ยังมีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่ความคิดเห็นว่าชายหาดป่าตอง ควรมีการปรับปรุงในด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายต่อการมาเที่ยวค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับการบริการที่ได้รับ

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

จากการศึกษา เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง พบว่าชายหาดป่าตองถือว่าเป็นสถานที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นสถานที่ ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวโดยเฉลี่ยสูงกว่าสถานที่อื่นๆ งานวิจัยครั้งนี้ของผู้วิจัย ได้มุ่งเน้นศึกษาเพียงนักท่องเที่ยวชาวไทย ยังมีการศึกษาที่น่าสนใจอีกหลายด้านเช่น

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ต่อการมาเที่ยวชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต

2. การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

3. แรงจูงใจที่มีผลให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาเที่ยวทางทะเล ในจังหวัดทางภาคใต้ของไทยหลังเกิดเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ

DPU

บรรณานุกรม

DPU

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

ประสาท หลักศิลา. (2539). **สังคมวิทยา.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ก้าวหน้า.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). **คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : เจริญผล.

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. (2531). **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุทัย หิรัญโต. (2540). **สังคมวิทยาประยุกต์.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์.

เอกสารการสอนชุดวิชาภาษาเพื่อการสื่อสาร Language for communication หน่วยที่ 1 – 7. สาขานิเทศศาสตร์: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีเพื่อการสื่อสาร Principles and theories for communication หน่วยที่ 1 – 8. สาขานิเทศศาสตร์ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีเพื่อการสื่อสาร Principles and theories for communication หน่วยที่ 9 – 15. สาขานิเทศศาสตร์ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมการสื่อสาร communication Behavior หน่วยที่ 9 - 15. สาขานิเทศศาสตร์ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บทความ

กานดา ชูเชิด. (2546, พฤศจิกายน-ธันวาคม). “สามเหลี่ยมอันดามัน.” **วารสารเศรษฐกิจและสังคม**, หน้า 18.

วชิระชัย คูนำวัฒนา. (2546,พฤศจิกายน-ธันวาคม). “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว.” **วารสารเศรษฐกิจและสังคม 5,** หน้า 21-22.

วรวิทย์ อริรุทธ์. (2546,พฤศจิกายน-ธันวาคม). “แนวโน้มการตลาดท่องเที่ยวไทย.” **วารสารเศรษฐกิจและสังคม 5,** หน้า 8.

อารัญ บุญชัย.(2546 ,พฤศจิกายน-ธันวาคม). “บทบาทการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย.” **วารสารเศรษฐกิจและสังคม,** หน้า 11-13.

อารักษ์ โพธิทัต. (2546,พฤศจิกายน-ธันวาคม). “ตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์.” **วารสารเศรษฐกิจและสังคม,** หน้า 32.

วิทยานิพนธ์

กุสุมา กูใหญ่. (2540). **การรับรู้ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการยอมรับของชาวมุสลิมในเขตหนองจอกต่อการพัฒนาชุมชนของอิหม่าม.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญธรรม คำพอ. (2527). **ความคิดเห็นของข้าราชการที่มีต่อโครงการจัดหน่วยบริการอำเภอเคลื่อนที่ศึกษากรณีข้าราชการจังหวัดบุรีรัมย์.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุศรินทร์ หนุนภักดี. (2543). **ความพึงพอใจของประชนที่มีต่อการติดต่อสื่อวารกับพนักงานเทศบาล เมืองจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทัศนัย สุนทรวิภาค. (2532). **พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับการมาท่องเที่ยวเองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พวงบุหงา ภูมิพานิช. (2532). **การจัดนำเที่ยว.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณ มาดา แสงนิ่มนวล. (2543). **การรับรู้ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ต่อการดำเนินการของกรุงเทพมหานคร ในปี 2539 – 2543.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณวิสา คำแฝง. (2543). **การรับรู้ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการยอมรับของประชาชนต่อการปฏิบัติงานของนักพัฒนาชุมชนในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันทนา สุรชีวิน. (2541). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยว 2541 – 2542.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เรืองศิลป์ แก้วดอนรี. (2539). **ความต้องการข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารเรื่องการเอาประกันสังคมของผู้ประกันตน ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัญชลี รัชนิกุล. (2543). **การรับรู้ ความคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบทบาทของตำรวจในชุมชนประจำตำบล.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (2548). จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต.สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2548.

เว็บไซต์สนุก, (2548). ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต.สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2548.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 1672

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

Best, JW . (1977). **Research in education** (3 rd ed.). Englewood cliffs, new jersey : Prentice Hall, Inc.

Engle, T.L and L. Snellgrove. (1969). **psychology : Its Principle and Application.** (5th. ed.) New York : Harcomt Branch and world, Inc.

Foster, C.R. (1952). **Psychology for life adjustment.** Chicago : America technical Society.

Koiasa, B.J.(1969). **Introduction to behavior Science for business.** New York : john Wiley and sons.

Kolensnilk, W.L. (1970). **Education Psychology** (2 nd ed.). New York : McGrew-hill bookcompany.

Mogan, C.T. and R.a King. (1971). **Introduction to Psychology** (4 th ed.). New York : McGrew-hill book company.

DPU

Renner, H.H. (1954). **Introduction to opinion and attitude measurement**. New York : harper and Brothers Publisher.

Shaw,M.E. and J.m.wright. (1967). **Scale For measurement off attitude.** New York : Alfred A. Knope Inc.

DPU

ภาคผนวก

DPU

แบบสอบถามการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการมาเที่ยวชายหาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต

<u>คำชี้แจง</u>

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิตย์ สาขาวิชาธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวของไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามนี้ทุกข้อโดยขอรับรองว่าข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบจะเป็นความลับ และจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะรวมๆ เท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือและเห็นแก่ประโยชน์ในการศึกษา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน □ ที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด

<u>ส่วนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม</u>

1. เพศ

□ ชาย □ หญิง

2. อายุ

□ ต่ำกว่า 20 ปี □ 20 - 30 ปี

□ 31 - 40 ปี □ 41 - 50 ปี

□ มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

□ โสด □ แต่งงาน

□ หม้าย □ หย่าร้าง

4. รายได้ / เดือน

□ ต่ำกว่า 5,000 บาท □ 5,001 - 10,000 บาท

□ 10,001 - 20,000 บาท □ 20,001 - 30,000 บาท

□ มากกว่า 30,001 บาท

DPU

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลเมืองป่าตอง

เทศบาลเมืองป่าตอง เป็นหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต เป็นที่ตั้งของหาดป่าตอง ซึ่งเป็นชายหาดที่มีความสวยงาม มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมากในแต่ละปี

เดิมเทศบาลเมืองป่าตอง มีฐานะเป็นเทศบาลตำบลป่าตอง ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2537 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่ม 111 ตอนที่ 12 ก ลงวันที่ 1 เมษายน 2537 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2537 เป็นต้นไป ต่อมาบ้านเมืองมีสภาพความเจริญเติมโตทางเศรษฐกิจและสังคมเพิ่มขึ้น สมควรเปลี่ยนแปลงฐานะเป็นเทศบาลเมืองป่าตอง จึงได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลเมืองป่าตอง พ.ศ. 2545 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่มที่ 119 ตอนที่ 100 ก ลงวันที่ 4 ตุลาคม 2545 ให้เปลี่ยนแปลงฐานะ “เทศบาลตำบลป่าตอง” เป็น “เทศบาลเมืองป่าตอง” มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม 2545 เป็นต้นไป

สภาพทั่วไป

ที่ตั้งและอาณาเขต

เทศบาลเมืองป่าตอง มีพื้นที่รับผิดชอบ 16.4 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ในอำเภอกะทู้ทางฝั่งตะวันตกของเกาะภูเก็ตมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม คือ หาดป่าตองมีความยาวประมาณ 3 กิโลเมตร อยู่ระหว่างหาดกมลา และหาดกะรน ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 16 กิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 และทางหลวงจังหวัดหมายเลข 402 รวมระยะทาง 877 กิโลเมตร มีอาณาเขต ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับตำบลกมลา และตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้
ทิศใต้	ติดต่อกับตำบลกะรน อำเภอเมือง
ทิศตะวันตก	ติดต่อทะเลอันดามัน

ประชากร

จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 30 กันยายน 2547 จำนวน 15,629 คน เป็นชาย 7,699 คน หญิง 7,930 คน จำนวนครัวเรือน 2,198 ครัวเรือน จำนวนบ้าน 9,521 หลัง ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ 952.99 คน : ตารางกิโลเมตร

DPU

นอกจากนี้ เนื่องจากเขตเทศบาลเมืองป่าตอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดภูเก็ต เป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงไปทั่วโลก จึงมีผู้เข้ามาอยู่อาศัยมาประกอบอาชีพ ที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประชากรแฝงที่ไม่มีการย้ายชื่อ หรือแจ้งการย้ายที่อยู่ตามกฎหมายทะเบียนราษฎรจำนวนมาก ถ้าคำนวณตามจำนวนขยะมูลฝอยที่เทศบาลต้องจัดเก็บแต่ละวัน ประมาณวันละ 50-60 ตัน จะสะท้อนให้เห็นว่ามีประชากรแฝงอยู่ประมาณ 36,000 – 46,000 คน (คำนวณจากปริมาณขยะมูลฝอย 1 คน/1 ก.ก./วัน) ส่วนในช่วงที่เป็น High Season ของการท่องเที่ยวหาดป่าตอง ระหว่างเดือนพฤศจิกายน – มีนาคม ของทุกปี จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวนมาก ปริมาณขยะมูลฝอยจะเพิ่มขึ้น เป็น 70-80 ตัน/วัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ามีประชากรแฝงที่เป็นประเภทนักท่องเที่ยวอีก อย่างต่ำ 56,000-66,000 คน/วัน

สถิติจำนวนประชากร จำนวนบ้าน จำนวนครอบครัวและจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ของเทศบาลเมืองป่าตอง

พ.ศ.	จำนวนประชากร			จำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง			จำนวน	จำนวน
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ครัวเรือน	บ้าน
2544	6,599	6,687	13,286	4,478	4,691	9,169	2,185	8,653
2545	7,380	7,417	14,797	4,195	5,174	9,369	2,195	9,273
2546	7,270	7,331	14,601	4,752	5,036	9,788	2,198	9,521

ที่มา : งานทะเบียนราษฎร สำนักปลัดเทศบาล
(ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม ของแต่ละปี)

โครงสร้างพื้นฐาน

การคมนาคม/สภาพการจราจร ตำบลป่าตองสามารถติดต่อกับเมืองภูเก็ต และอำเภอกะทู้ได้โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4020 และ 4029 และสามารถติดต่อกับหาดกระรนและหาดกมลาได้โดยถนนสายรอบเกาะซึ่งมีจุดเริ่มต้นอยู่ที่หาดสุรินทร์เชื่อมโยงหาดต่างๆ ทางฝั่งตะวันตกของเกาะภูเก็ตไปสิ้นสุดที่หาดราไวย์ รวมระยะทาง 40.55 กิโลเมตร

ส่วนภายในชุมชนมีถนนสายสำคัญ คือ ถนนพระบารมีต่อจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4020 ไปบรรจบกับถนนทวีวงศ์ ผ่านย่านที่พักสิ่งอำนวยความสะดวกถึงสุดเขตกมลา ถนนพิศิษฎ์กรณีย์แยกจากถนนพระบารมีผ่านชุมชนตอนในมาบรรจบกับถนนไสน้ำเย็น และถนนนาใน ถนนสวัสดิรักษ์เป็นถนนที่แยกจากถนนราษฎร์อุทิศ 200 ปี ไปบรรจบกับถนนทวีวงศ์

DPU

นอกจากนั้น ยังมีถนนสายอื่นๆ คือ ถนนห้าสิบปี ถนนราชปาทานุสรณ์ ถนนเฉลิมพระเกียรติ ถนนหาดป่าตอง ถนนบางลา ถนนร่วมใจ ถนนประชานุเคราะห์ ถนนสิริราชย์ ถนนหมื่นเงิน ถนนเพชรกูด และถนนผังเมืองสาย ก. รวมถนนในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง 18 สาย และซอย 34 สาย ลักษณะถนนและซอยเป็น ค.ส.ล. 18.616 กม. เป็นแอสฟัลท์ 16.938 กม. เป็นดิน 9.140 กม. และมีสะพาน ค.ส.ล. 7 แห่ง

การจราจรตามถนนสายต่างๆ ในเขตเทศบาลส่วนใหญ่จะแออัดบางช่วงเวลา ช่วงเวลา 07.00-08.30 น. และเวลา 17.00-20.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ที่ทำงานในโรงแรม หรือสถานบริการต่างๆ ผลัดเปลี่ยนเข้าปฏิบัติงาน การจราจรจะหนาแน่นมากบริเวณ ถนนพระบารมี ถนนราษฎร์อุทิศ ถนนทวีวงศ์ ถนนพิศิษฐ์กรณีย์ ส่วนช่วงเวลา 09.00-15.00 น. จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้า-ออก การจราจรหนาแน่นด้วยยวดยานขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก เช่น รถทัวร์ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้เช่าชนิดต่างๆ ในเส้นทางถนนพระบารมี ถนนทวีวงศ์ และถนนราษฎร์อุทิศ 200 ปี

สำหรับการจัดระบบขนส่งมวลชน ยังเป็นการรับสัมปทานเส้นทางเดินรถของเอกชนสายย่อย ระหว่างเตเทศบาลเมืองป่าตองกับเขตเทศบาลนครภูเก็ต

การประปา

การให้บริการน้ำประปาในเขตเทศบาล ดำเนินการโดยการประปาส่วนภูมิภาค ใช้แหล่งน้ำดิบที่ใช้ผลิตน้ำประปา คือ เขื่อนบางวาด ขุมเหมืองสรรพสามิต และน้ำตกกะทู้

ปัจจุบันสำนักงานประปาภูเก็ต มีอัตรากำลังผลิตน้ำประปา 24,000 ลบ.ม./วัน น้ำประปาที่ใช้ในเขตตำบลป่าตองเฉลี่ 8,725 ลบ.ม./วัน จำนวนผู้ใช้น้ำประปาในเขตป่าตองรวม จำนวน 3,100 ราย

2.2.3ไฟฟ้า

การบริการด้านไฟฟ้ารวมในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง ดำเนินการโดยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต จากแหล่งผลิตไฟฟ้าพลังน้ำจากเขื่อนรัชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยระบบสายส่งศักย์สูง 115 กิโลวัตต์ ผ่านสถานีไฟฟ้าย่อยจังหวัดพังงาและโรงไฟฟ้าดีเซล กำลังการผลิต 10.6 เมกะวัตต์ ให้บริการครอบคลุมทั้งเกาะภูเก็ต

สำหรับในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคป่าตอง มีจำนวนมิเตอร์ที่ใช้ไฟฟ้า จำนวน 6,921 ราย พื้นที่ได้รบบริการเกือบ 100% ยกเว้นบริเวณถนนห้าสิบปี บ้านเพชรกูด จำนวน 32 ครัวเรือน บ้านสวนแยกต้นไทร จำนวน 19 ครัวเรือน ที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

ไฟฟ้าสาธารณะมี จำนวน 1,156 ดวง ครอบคลุมถนน 18 สาย และซอย 34 สาย

การสื่อสาร (ข้อมูล ณ 8 ก.พ. 47)

จำนวนโทรศัพท์พื้นฐานในพื้นที่รวม 5,132 เลขหมายจำนวนโทรศัพท์สาธารณในเขตพื้นที่รวม 219 เลขหมายจำนวนชุมสายโทรศัพท์ในเขตพื้นที่รวม 1 ชุมสาย และจำนวนเลขหมายที่สามารถให้บริการได้สูงสุด จำนวน 5,980 เลขหมาย

ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขที่ให้บริการด้านไปรษณีย์ในพื้นที่ จำนวน 1 แห่ง คือ ไปรษณีย์โทรเลขป่าตอง

ลักษณะการใช้ที่ดินพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลเมืองป่าตอง 16.40 ตารางกิโลเมตร หรือ 10,250 ไร่ การใช้ประโยชน์ 5 อันดับแรก คือ

พื้นที่พักอาศัยประมาณ 4,060.02 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 39.60 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่เกษตรกรรมประมาณ 3,870.95 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 37.77 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่พาณิชยกรรมประมาณ 1,291.50 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 12.60 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่ว่าประมาณ 620.12 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 6.04 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่ปศุสัตว์ประมาณ 174.75 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.70 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่ทั้งหมด 10,250 ไร่ = 100%

ลักษณะการใช้ที่ดินในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง

ประเภท/ลักษณะการใช้ประโยชน์	เนื้อที่ (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของเนื้อที่ทั้งหมด (%)	หมายเหตุ
1. พื้นที่พักอาศัย	ประมาณ 4,060.02 ไร่	39.60%	
2. พื้นที่พาณิชยกรรม	ประมาณ 1,291.50 ไร่	12.60%	
3. พื้นที่เกษตรกรรม	ประมาณ 3,870.95 ไร่	37.77%	
4. พื้นที่ปศุสัตว์	ประมาณ 174.75 ไร่	1.70%	
5. พื้นที่ตั้งหน่วยงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	ประมาณ 49 ไร่	0.48%	
6. สวนสาธารณะ/พื้นที่นันทนาการ	ประมาณ 42 ไร่	39.60%	
7. พื้นที่สถานศึกษา	ประมาณ 35 ไร่	12.60%	
8. พื้นที่ว่าง	ประมาณ 620.12 ไร่	37.77%	
9. พื้นที่อุตสาหกรรม	ประมาณ 15.10 ไร่	1.70%	
10. อื่นๆ (ระบุ)ที่วัด/สำนักสงฆ์/ป่าช้าอิสลาม	ประมาณ 93 ไร่	0.48%	

ที่มา : งานแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน กองคลัง, สำนักงานเทศบาลเมืองป่าตอง

DPU

ด้านเศรษฐกิจ

โครงสร้างทางเศรษฐกิจ/รายได้ประชากรภาวะเศรษฐกิจของป่าตอง ขึ้นอยู่กับรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้า และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว

ข้อมูลประเภทของการประกอบกิจการในตำบลป่าตอง

1.โรงแรม ภัตตาคาร ธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวน	333	ราย
2.กิจการซื้อมาขายไป	จำนวน	490	ราย
3.สถานบันเทิง	จำนวน	94	ราย
4.ให้เช่า	จำนวน	630	ราย
5.อาหาร-เครื่องดื่ม	จำนวน	251	ราย
6.รับเหมาก่อสร้าง	จำนวน	14	ราย
7.ตัดเย็บเสื้อผ้า	จำนวน	120	ราย
8.การขนส่ง	จำนวน	16	ราย
9.เสริมสวย นวดแผนโบราณ	จำนวน	78	ราย
10.ซัก อบรีด	จำนวน	35	ราย
11.อื่นๆ	จำนวน	550	ราย
รวม	จำนวน	2,611	ราย

หมายเหตุ อื่นๆ (อินเตอร์เนท นักร้อง นักดนตรี ซ่อมรถ วาดภาพ ภาพวาด คอมพิวเตอร์ โฆษณา ฯลฯ)

ที่มา : สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขากะทู้ จังหวัดภูเก็ต

การเกษตรกรรม

การประกอบอาชีพของเกษตรกรตำบลป่าตอง ส่วนมากจะทำการเกษตรแบบผสมผสานและการเกษตรแบบสวนเดี่ยว มีกลุ่มสถาบันต่างๆ เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรตำบลป่าตองมีพื้นที่การเกษตร จำนวน 11,227 ไร่ มีจำนวนครัวเรือนภาคการเกษตร จำนวน 561 ครัวเรือน ผลผลิตภาคการเกษตรเรียงลำดับความสำคัญ คือ ยางพารา ไม้ผล สะตอ จำปาดะ ทุเรียนพื้นเมือง ส้มแขก

มูลค่าผลผลิตทางการเกษตร รวม 18,221,644 บาท/ปี แยกเป็น

1.ยางพารา	มูลค่า	14,028,000	บาท/ปี
2.ทุเรียน	มูลค่า	969,864	บาท/ปี

DPU

3.สะตอ	มูลค่า	938,400	บาท/ปี
4.มะพร้าวอ่อน	มูลค่า	627,200	บาท/ปี
5.มะพร้าวแก่	มูลค่า	138,000	บาท/ปี
6.ลองกอง	มูลค่า	36,780	บาท/ปี
7.ส้มแขก	มูลค่า	72,000	บาท/ปี
8.ไม้ผลอื่นๆ	มูลค่า	690,000	บาท/ปี
9.ผักเหมียง	มูลค่า	350,400	บาท/ปี
10.กล้วย	มูลค่า	84,000	บาท/ปี
11.พืชผัก	มูลค่า	287,000	บาท/ปี

การปศุสัตว์

พื้นที่สำหรับการปศุสัตว์ประมาณ 174.75 ไร่ ซึ่งผลผลิตทางการปศุสัตว์ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อการบริโภคภายในครัวเรือน ได้แก่ ไก่ เป็ด และสุกร เป็นต้น

ข้อมูลด้านปศุสัตว์ ประจำปี 2545 ตำบลป่าตอง

จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ (คน)	จำนวนพื้นที่ทำการเกษตร (ไร่)	โค (ตัว)	กระบือ (ตัว)	สุกร (ตัว)	แพะ (ตัว)	ไก่ (ตัว)	เป็ด (ตัว)	แมว (ตัว)	สุนัข (ตัว)
32	174.75	4	23	458	5	1,656	140	99	316

ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดภูเก็ต สำรวจ ณ เดือนมกราคม 2546

การอุตสาหกรรม

ลักษณะการประกอบการด้านอุตสาหกรรมในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เช่น ผลิตน้ำแข็ง ทำผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสม และซักรีดเสื้อผ้า เป็นต้น

การท่องเที่ยว

หาดป่าตองตั้งอยู่ระหว่างอ่าวกมลาและอ่าวกะรน เป็นอ่าวที่มีความโค้งมากกว่า และมีหาดทรายสวยงามความยาวถึง 3 กิโลเมตร ลักษณะที่สร้างความสวยงามให้แก่หาดป่าตองเป็นอย่างยิ่ง มีโขดหินเป็นแหลมยื่นออกไปในทะเลปิดหัวท้ายหาด นักท่องเที่ยวส่วนมาก เป็นชาวต่างชาติ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 2,788,007 คน เป็นชาวต่างประเทศ จำนวน 1,883,380

คน เป็นชาวไทย จำนวน 904,627 คน เขตเทศบาลเมืองป่าตองมีจำนวนที่พัก 216 แห่ง ห้องพัก 9,702 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 36.36 ของจำนวนห้องพักในจังหวัดภูเก็ต

ข้อมูลการอุตสาหกรรมในเขตตำบลป่าตอง

ลำดับที่	ชื่อสถานประกอบการ	ลักษณะการประกอบกิจการ	จำนวนคนงาน (คน)
1	บริษัทโรงน้ำแข็งทุ่งทอง จำกัด	ผลิตน้ำแข็งก้อนเล็ก	7
2	บริษัทคอนกรีตผสมเสร็จซีแพค (ภาคใต้) จำกัด	ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ	3
3	บริษัทฉลองคอนกรีตรีดดี้มิกซ์ จำกัด	ทำผลิตภัณฑ์คอนกรีต และผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสม	4
4	ป่าตองรวมช่าง	ทำประตู-หน้าต่างเหล็กดัด	10
5	ห้างหุ้นส่วนจำกัด สายน้ำเย็นซักรีด	ซักรีดเสื้อผ้า	38
6	บริษัท ไดมอนด์ คลิฟ จำกัด	ซักรีดเสื้อผ้า	22

ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดภูเก็ต

สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนปี 2546

จังหวัดภูเก็ต

รายการข้อมูล	**ไทย**	**ต่างประเทศ**	**รวม**
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	973,609	1,928,600	2,902,209
นักท่องเที่ยว	904,627	1,833,380	2,788,007
นักทัศนาจร	68,982	45,220	114,202
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)	3.58	5.49	4.90
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน/(บาท)	2,669.84	3,730.63	3,341.22
นักท่องเที่ยว	2,866.57	3,774.01	3,414.58
นักทัศนาจร	1,301.36	1,924.15	1,547.95
รายได้ (ล้านบาท)	8,977.84	39,103.83	48,081.87

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 4

การพาณิชยกรรมและการบริการ

ประชาชนในท้องถิ่นของป่าตองส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจการค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีการลงทุนด้านธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และบ้านเช่าสูง ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้จากการให้เช่าห้องพักหรือบ้านพัก บริการรถเช่า เรือเช่า นำเที่ยว ค้าขายทั่วไป

สถานประกอบการด้านพาณิชยกรรม

สถานีบริการน้ำมัน 1 แห่ง

ศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า 2 แห่ง

ตลาดนัดเอกชน 2 แห่ง

ร้านค้าทั่วไป 350 แห่ง

สถานประกอบการเทศพาณิชย์

สถานธนานุบาล 1 แห่ง

สถานประกอบการด้านบริการ

โรงแรม 180 แห่ง จำนวนห้องพักรวม 4,500 ห้อง

ธนาคาร 8 แห่ง

สถานที่จำหน่ายอาหารตาม พรบ. สาธารณสุข 700 แห่ง

2.4ด้านสังคม

2.4.1 ชุมชน เทศบาลเมืองป่าตอง มีชุมชนทั้งหมด 7 ชุมชน โดยข้อมูลประชากรในชุมชน มีดังนี้

ชุมชนชายวัด มีบ้าน 300 หลัง 250 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 650 คน

ชุมชนบ้านมอญ มีบ้าน 620 หลัง 386 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 1,544 คน

ชุมชนบ้านไสน้ำเย็น มีบ้าน 379 หลัง 112 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 560 คน

ชุมชนบ้านนาใน มีบ้าน 930 หลัง 479 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 1,916 คน

ชุมชนบ้านโคกมะขาม มีบ้าน 847 หลัง 509 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 2,036 คน

ชุมชนบ้านกะหลิม มีบ้าน 225 หลัง 120 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 610 คน

ชุมชนหาดป่าตอง มีบ้าน 6,152 หลัง 426 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่ อาศัย 7,235 คน

ศาสนา

ประชาชนตำบลป่าตอง ร้อยละ 80 นับถือศาสนาพุทธ โดยมีวัด 1 แห่ง คือ วัดสุวรรณคีรีวงศ์ มีสำนักสงฆ์ 1 แห่ง นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 16 มีมัสยิด 3 แห่ง นับถือศาสนาคริสต์ ร้อยละ 3 และนับถือศาสนาอื่น ร้อยละ 1

DPU

วัฒนธรรม

ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงรักษาวัฒนธรรมของคนไทยในชนบทอยู่ แต่เนื่องจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวทำให้สภาพทางสังคมเปลี่ยนไปเป็นสังคมเมือง โดยบางส่วนเป็นสังคมแบบตะวันตก โดยเฉพาะบริเวณที่เป็นแหล่งบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านประเพณีของชาวป่าตองดั้งเดิมก็เหมือนกับภาคอื่นๆ ของประเทศ เช่น ลอยกระทง สงกรานต์ เทศกาลกินเจ เป็นต้น ประเพณีและเทศกาลอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนป่าตอง ได้ร่วมกันถือปฏิบัติสืบต่อมา เช่น งานประเพณีรำลึกราชปาทานุสรณ์ งานเทศกาลเปิดฤดูการท่องเที่ยว

ราชปาทานุสรณ์

ราชปาทานุสรณ์ หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อระลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณ ถวายแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งได้เสด็จเป็นการส่วนพระองค์ถึงตำบลป่าตอง เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2502 เวลา 12.05 น. ยังความปลื้มปิติในพระมหากรุณาธิคุณแก่ประชาชนตำบลป่าตองเป็นอันมาก จึงได้ร่วมใจกันสร้างอนุสรณ์แห่งรอยพระบาทประดิษฐานตรงรอยประทับซึ่งตั้งอยู่ ณ หมู่ที่ 2 ตำบลป่าตองปัจจุบัน คือ บริเวณถนนพิศิษฐ์กรณีย์ ชุมชนบ้านมอญ เขตเทศบาลเมืองป่าตอง นับแต่นั้นมาได้จัดให้มีงานสมโภชในวันที่ 11 มีนาคมของทุกปี สำหรับปี 2547 นับเป็นครั้งที่ 46 โดยปีนี้มีการจัดงานสมโภชระหว่างวันที่ 7-12 มีนาคม 2547

2.4.3.2งานเทศกาลเปิดฤดูการท่องเที่ยว

ตรงกับวันที่ 1พฤศจิกายน ของทุกปี โดยเริ่มจัดงานครั้งแรกเมื่อปี 2528 ณ หาดป่าตอง เพื่อต้อนรับฤดูการท่องเที่ยวที่เวียนมาถึงอีกครั้ง และเป็นการส่งเสริมความสามัคคีระหว่างผู้ประกอบธุรกิจสาขาต่างๆ หน่วยงานราชการและประชาชน โดยมีกิจกรรมต่างๆ เช่น พิธีทำบุญตักบาตร การแข่งขันกีฬาทางน้ำ การประกวดเทพีนานาชาติ เป็นต้น สำหรับปี 2547 นับเป็นครั้งที่ 18

2.4.4การศึกษา

เขตเทศบางเมืองป่าตองมีโรงเรียนภาครัฐบาลระดับประถมศึกษา 3 แห่ง สังกัดสำนักงานประถมศึกษา คือ

โรงเรียนบ้านกะหลิม มีนักเรียน 142 คน จำนวนครู 6 คน

ครู : นักเรียน = 1 : 24

โรงเรียนวัดสุวรรณคีรีวงศ์ มีนักเรียน 650 คน จำนวนครู 25 คน

ครู : นักเรียน = 1 : 26

โรงเรียนบ้านไสน้ำเย็น มีนักเรียน 142 คน จำนวนครู 6 คน

ครู : นักเรียน = 1 : 24

โรงเรียนอนุบาลเทศบาลเมืองป่าตอง มีนักเรียน 320 คน จำนวนครู 15 คน

ครู : นักเรียน = 1 : 21

มีศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 1 แห่ง สังกัดเทศบาลเมืองป่าตอง คือ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเทศบาลมัสยิดป่าตอง มีเด็กเล็ก 80 คน จำนวนครู 8 คน ครู : นักเรียน = 1 : 8

2.4.5กีฬา นันทนาการ/พักผ่อน

เนื่องจากเขตเทศบาลเมืองป่าตอง เป็นเมืองท่องเที่ยวพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์ธุรกิจการท่องเที่ยว จึงค่อนข้างจะมีพื้นที่การกีฬาและนันทนาการน้อย ส่วนสถานที่พักผ่อนมีชายหาดป่าตองเป็นหลัก โดยมีข้อมูลด้านกีฬาและนันทนาการ ดังนี้

สนามฟุตบอล (ไม่ได้มาตรฐาน) 1 แห่ง

สวนสาธารณะ 1 แห่ง

ห้องสมุดประชาชน 1 แห่ง (สังกัดกรมการศึกษานอกโรงเรียน)

2.4.6สาธารณสุข

โรงพยาบาลในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองป่าตอง มีจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลป่าตอง สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เตียงคนไข้ จำนวน 60 เตียงศูนย์บริการสาธารณสุข จำนวน 1 แห่ง สังกัดเทศบาลเมืองป่าตองบุคลากรทางการแพทย์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงพยาบาลป่าตองและศูนย์บริการสาธารณสุข

- แพทย์ จำนวน 6 คน
- พยาบาล จำนวน 64 คน
- ทันตแพทย์ จำนวน 2 คน
- เภสัชกร จำนวน 5 คน
- พนักงานสาธารณสุขชุมชน จำนวน 5 คน
- อสม. จำนวน 119 คน

(4) ผู้เข้ารับการรักษาในสถานพยาบาลปี พ.ศ. 2546โรงพยาบาลป่าตอง สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ผู้ป่วยใน 5,533 คน ผู้ป่วยนอก 65,057 คน

(5) ประเภทการเจ็บป่วยที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล

- เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลป่าตอง สังกัดกระทรวงสาธารณสุข 5 อันดับแรก คือ

1. โรคระบบหายใจ จำนวน 10,384 คน
2. โรคระบบย่อยอาหาร จำนวน 7,143 คน รวมโรคในช่องปาก
3. โรคติดเชื้อและปรสิต จำนวน 3,307 คน
4. โรคสาเหตุจากภายนอกอื่นๆ จำนวน 2,552 คนที่ทำให้ป่วยหรือตาย
5. โรคระบบไหลเวียนเลือด จำนวน 2,417 คน

DPU

2.4.7การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยสถิติเพลิงไหม้ในรอบปี 2546 (1ม.ค.-31ธ.ค.) 14 ครั้งความสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินจากเหตุเพลิงไหม้ในรอบปีที่ผ่านมา คิดเป็นผู้เสียชีวิต – คน บาดเจ็บ – คน

รถยนต์ดับเพลิง จำนวน 4 คัน แยกเป็น(แยกตามขนาดจุน้ำ)

คันที่1 จุน้ำได้ 4000 ลิตร ซื้อเมื่อ 23 มกราคม

คันที่2 จุน้ำได้ 2000 ลิตร ซื้อเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2535

คันที่3 จุน้ำได้ 4000 ลิตร ซื้อเมื่อ 22 ตุลาคม 2535

คันที่4 จุน้ำได้ 4000 ลิตร ซื้อเมื่อ 19 ธันวาคม 2541

รถบรรทุกน้ำ จำนวน 4 คัน แยกเป็น (แยกตามขนาดความจุน้ำ)

คันที่1 จุน้ำได้ 12000 ลิตร ซื้อเมื่อ 25 มีนาคม 2535

คันที่2 จุน้ำได้ 6000 ลิตร ซื้อเมื่อ 15 กันยายน 2535

คันที่3 จุน้ำได้ 12000 ลิตร ซื้อเมื่อ 9 มกราคม 2540

คันที่4 จุน้ำได้ 12000 ลิตร ซื้อเมื่อ 16 ตุลาคม 2544

รถยนต์ตรวจการณ์ 2 คัน รถยนต์กู้ภัยอเนกประสงค์ 1 คัน

เครื่องดับเพลิงชนิดหาบหาม จำนวน 3 เครื่อง

พนักงานดับเพลิง จำนวน 50 คน

การฝึกซ้อมบรรเทาสาธารณภัย ปี พ.ศ. 2546 ทางโรงแรมในเขตเทศบาลเมืองป่าตองได้ขอความอนุเคราะห์ทางเทศบาลเมืองป่าตองให้จัดเจ้าหน้าที่มาให้การอบรมอัคคีภัยและการฝึกซ้อมการป้องกันระงับอัคคีภัยให้กับทางโรงแรมอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง ซึ่งงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเข้าทำการอบรมเป็นประจำทุกปี และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีตลอดมา

2.4.8. อาชญากรรม

เนื่องจากป่าตองเป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติ ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ต่างเดินมาท่องเที่ยวจำนวนมาก เป็นเหตุให้เหล่ามิจฉาชีพแฝงตัวเข้ามาก่ออาชญากรรมต่างๆ ซึ่งคดีที่ก่อความเสียหายให้แก่รัฐมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือคดีที่เกี่ยวกับการกพนันต่างๆ คดีที่รองลงมาอันดับสองคือคดีปรามการค้าประเวณี และอันดับสามคือคดีที่เกี่ยวกับยาเสพติดให้โทษ

ประเภทความผิด	ม.ค.-ธ.ค. 45		ม.ค.-ธ.ค. 45		+ เพิ่ม - ลด	% จับกุม	คดีค้างเก่า	หมายเหตุ
	รับแจ้ง	จับ	รับแจ้ง	จับ				
1. คดีอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญ	4	2	4	3	0	75		
1.1 ฆ่าผู้อื่นโดยเจตนา	-	-	3	2	+3	66.66		
1.2 ชิงทรัพย์	-	-	1	-	+1	-		
1.3 วางเพลิง								
รวม	4	2	8	5	+4	62.50		
2. คดีเกี่ยวกับชีวิต ร่างกายและเพศ								
2.1 ฆ่าผู้อื่นโดยเจตนา	4	2	4	3	0	75		
2.2 ฆ่าผู้อื่นโดยไม่เจตนา	-	-	1	-	+1	-		
2.3 กระทำให้ตายโดยประมาท	-	-	1	-	+1	-		
2.4 พยายามฆ่า	8	7	11	9	+3	81.81		
2.5 ทำร้ายร่างกาย	62	56	69	51	+7	73.91		
2.6 ข่มขืนกระทำชำเรา	3	3	3	1	0	33.33		
รวม	77	68	89	64	+12	71.9		
3. คดีประทุษร้ายต่อทรัพย์								
3.1 ลักทรัพย์	76	68	97	64	+21	65.97		
3.2 วิ่งราวทรัพย์	4	4	10	7	+6	70		
3.3 กรรโชกทรัพย์	1	1	-	-	-1	-		
3.4 ปล้นทรัพย์	-	-	-	-	-	-		
3.5 รับของโจร	1	1	3	3	+2	100		
3.6 ทำให้เสียทรัพย์	14	9	13	8	-1	61.53		
รวม	96	83	123	82	+27	66.66		
4. คดีอาญาน่าสนใจ								
4.1โจรกรรมรถจักรยานยนต์	10	9	20	11	+10	55		
	-	-	1	-	+1	-		

DPU

4.2 โจรกรรมรถยนต์	16	11	19	8	+3	42.10		
4.3 ฉ้อโกง	20	8	15	2	-5	13.33		
4.4 ยักยอก								
รวม	46	28	55	21	+9	38.18		
5. คดีที่รัฐเป็นผู้เสียหาย								
5.1 อาวุธปืน								
- ธรรมดา	16	19	6	6	-10	100		
- สงคราม	1	-	2	2	+1	100		
5.2 การพนัน								
- ทั่วไป	345	1,028	230	676	-115	293.91		
- ทายผลการแข่งขันฟุตบอล	-	-	-	-	-	-		
- สลากกินรวบ								
- หวยหุ้น	256	259	173	174	-83	100.57		
5.3 ยาเสพติดให้โทษ	-	-	-	-	-	-		
5.4 ปรามการค้าประเวณี	406	417	238	275	-168	155.54		
5.5 มีและเผยแพร่วัตถุ	289	289	437	437	+148	100		
ลามก	9	8	9	8	0	88.88		
รวม	1,322	2,020	1,098	1,578	-227	144.10		

2.5 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.5.1 ภูมิอากาศ (ปี 2546)

อุณหภูมิสูงสุด 36.2 องศาเซลเซียส ต่ำสุด 22.3 องศาเซลเซียส

อุณหภูมิเฉลี่ยเดือน มี.ค.-มิ.ย. 29.3 องศาเซลเซียส

อุณหภูมิเฉลี่ยเดือน ก.ค.-ต.ค. 27.6 องศาเซลเซียส

อุณหภูมิเฉลี่ยเดือน พ.ย.-ก.พ. 28.5 องศาเซลเซียส

ปริมาณน้ำฝนสูงสุด พ.ศ. 2514 ปริมาณน้ำฝนต่ำสุด พ.ศ.2535

ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยเดือน มี.ค.-มิ.ย. 135.7 มิลลิเมตร

ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยเดือน ก.ค.-ต.ค. 439.7 มิลลิเมตร

ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยเดือน พ.ย.-ก.พ. 40.4 มิลลิเมตร

ทิศทางลมในแต่ละฤดู

DPU

จังหวัดภูเก็ต มีลักษณะภูมิอากาศแบบเขตศูนย์สูตร อยู่ในเขตอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ และมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ มี 2 ฤดู ประกอบด้วยฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน ถึงเดือนพฤศจิกายน อยู่ในอิทธิพลของตะวันตกเฉียงใต้ และลมตะวันตก ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม ถึงเดือนมีนาคม อยู่ในอิทธิพลของลมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมตะวันออก

2.5.2 แหล่งน้ำ ปัจจุบันภายในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง มีคลองจำนวน 7 แห่ง ได้แก่ คลองปากหลัก คลองวังขี้อ้อน คลองบางต้นข้าว คลองท่อสูง คลองปากบาง คลองบางวัด และคลองบางพรุเรียน

2.5.3 น้ำเสีย

ปริมาณน้ำเสีย 7000-8000 ลบ.ม./วัน

ระบบบำบัดน้ำเสียที่ใช้ คลองวนเวียน รวม 1 แห่ง (4 คลอง)

น้ำเสียที่บำบัดได้ จำนวน 5250 ลบ.ม./วัน

ค่า BOD ของน้ำเสียเข้าระบบน้ำเสีย 50 มก. /ลิตร

2.5.4 ขยะ

ปริมาณขยะ 50-60 ตัน/วัน อัตราเพิ่มของขยะเฉลี่ยปีละ 5.8-6%

รถยนต์ที่ใช้เก็บขยะ รวม 10 คัน แยกเป็น (แยกตามขนาดความจุขยะ)

รถยนต์คันที่ 1 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 3.05 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2538

รถยนต์คันที่ 2 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2539

รถยนต์คันที่ 3 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2540

รถยนต์คันที่ 4 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2540

รถยนต์คันที่ 5 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 19 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2541

รถยนต์คันที่ 6 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2542

รถยนต์คันที่ 7 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2543

รถยนต์คันที่ 8 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 12 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2544

รถยนต์คันที่ 9 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2545

รถยนต์คันที่ 10 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 3.05 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2546

ขยะที่เก็บขนได้ จำนวน 50-60 ตัน/วัน

ขยะที่กำจัดได้ จำนวน 50-60 ตัน/วัน

กำจัดขยะโดยวิธีเผาในเตาเผาขยะ ที่เตาเผาขยะของเทศบาลเมืองภูเก็ตปัจจุบันเทศบาลเมืองป่าตอง ไม่มีที่กำจัดขยะที่ถูกสุขลักษณะ ต้องนำขยะไทกำจัดในเขตเทศบาลเมืองภูเก็ต ห่างจากเขตเทศบาลเมืองป่าตอง 19 กม. ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นประมาณ 50-60 ตัน/วัน เทศบาลมีรถเก็บ

ขยะจำนวน 10 คัน พนักงานเก็บขนขยะ 43 คน พนักงานเก็บกวาดขยะ 24 คน มีความสามารถในการเก็บขนขยะ 50-60 ตัน/วัน นอกจากนี้ยังมีงานที่เกี่ยวเนื่องกับการรักษาความสะอาด อื่นๆ เช่น การดูดสิ่งปฏิกูล มีรสดูดสิ่งปฏิกูล จำนวน 2 คัน มีรถกวาดหาด จำนวน 1 คัน มีรถดูดฝุ่น จำนวน 1 คันและรถสุขาเคลื่อนที่ จำนวน 1 คัน สำหรับในปีงบประมาณ 2547 จะจัดซื้อรถบรรทุกขยะขยะแบบเทท้าย ชนิด 6 ล้อ จำนวน 2 คัน และรถดูดฝุ่นขนาดเล็กแบบมีหลังคาสำหรับกวาดทางเท้า จำนวน 1 คัน

2.6 ด้านการเมือง - การบริหาร

2.6.1 องค์กรบริหาร และส่วนการบริหาร

2.6.1.1 องค์กรบริหารของเทศบาลเมืองป่าตอง ประกอบด้วย

1.สภาเทศบาล ทำหน้าที่นิติบัญญัติ และควบคุมฝ่ายบริหารประกอบด้วย สมาชิกซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยราษฎรผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาล จำนวน 18 คน อยู่ในตำแหน่งคราวละ 4 ปี สภาเทศบาลมีประธานสภาคนหนึ่ง และรองประธานคนหนึ่ง ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจากสมาชิกสภาเทศบาลตามมติของสภาเทศบาล

2.นายกเทศมนตรี ทำหน้าที่ควบคุมและรับผิดชอบในการบริหารราชการของเทศบาล และเป็นผู้บังคับบัญชาพนักงานเทศบาลและลูกจ้างเทศบาล ซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของราษฎร ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาล อยู่ในตำแหน่งคราวละ 4 ปี และนายกเทศมนตรีเป็นผู้แต่งตั้งรองนายก เทศมนตรี ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี และเลขานุการนายกเทศมนตรี โดยมีรองนายกเทศมนตรีเป็นผู้ช่วยเหลือในการบริหารราชการของเทศบาลตามที่นายกเทศมนตรีมอบหมาย เทศบาลเมืองป่าตองมี รองนายกเทศมนตรี 3 คน ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี 2 คน และเลขานุการนายกเทศมนตรี 1 คน

เนื่องจากพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลเมืองป่าตอง พ.ศ. 2545 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่มที่ 119 ตอนที่ 100 ก ลงวันที่ 4 ตุลาคม 2545 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม 2545 เป็นต้นไป ทำให้ฐานะของเทศบาลตำบลป่าตองเปลี่ยนแปลงเป็น “เทศบาลเมืองป่าตอง” อีกทั้งเป็นระยะเวลาที่ครบวาระการดำรงตำแหน่งของคณะเทศมนตรีและสมาชิกสภาเทศบาลชุดเดิม (วันที่ 3 ตุลาคม 2545) ประกอบกับพระราชบัญญัติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2543 มาตรา 21(2) บัญญัติว่า ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงฐานะเทศบาลตำบลแห่งใดเป็นเทศบาลเมือง ก่อนถึงวันที่ 1 มกราคม 2550 ให้ดำเนินการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรี ตามบทที่ 2 ทวิ นายกเทศมนตรีในคราวเดียวกัน ทำให้เทศบาลเมืองป่าตองต้องจัดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรี (การเลือกตั้งทั่วไป) ในวันเสาร์ที่ 16 พฤศจิกายน 2545 หลังจากประกาศผลการเลือกตั้งแล้วได้มีการร้องคัดค้านต่อศาลจังหวัดภูเก็ตว่าได้รับเลือกตั้งนั้นได้รับ

เลือกตั้งโดยมิชอบ และศาลศาลจังหวัดภูเก็ตได้มีคำสั่ง เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2546 ว่า นายกเทศมนตรีเมืองป่าตองและสมาชิกสภาเทศบาลได้รับการเลือกตั้งโดยมิชอบ ทำให้สมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรีเมืองป่าตองที่ได้รับการเลือกตั้งครั้งนั้นทุกคนสิ้นสุดสมาชิกภาพลง จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เทศบาลเมืองป่าตองจำเป็นต้องจัดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรีเมืองป่าขึ้นใหม่ ตามพระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ.2545 มาตรา ๗ กำหนดว่าการเลือกตั้งต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จ ภายใน 60 วัน หลังจากสมาชิกสภาท้องถิ่น หรือผู้บริหารท้องถิ่นพ้นจากตำแหน่งเพราะเหตุอื่นนอกจากออกตามวาระ แต่ในวรรคสองของมาตรานี้ กำหนดให้คณะกรรมการเลือกตั้งอาจมีคำสั่งให้ขยายหรือย่นระยะเวลาได้ ในครั้งนี้คณะกรรมการการเลือกตั้งได้กำหนดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรีเมืองป่าตอง หลังประกาศเขตเลือกตั้งเรียบร้อยแล้ว 60 วัน โดยเทศบาลเมืองป่าตองได้จัดให้มีการเลือกตั้งขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 8 กุมภาพันธ์ 2547 แต่ปรากฏว่าคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ไม่รับรองผลการเลือกตั้งและได้กำหนดให้เทศบาลเมืองป่าตองจัดให้มีการเลือกตั้งใหม่ในวันที่ 20 มิถุนายน 2547 ซึ่งกกต.ได้รับรองผลการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2547 สมาชิกสภาเทศบาลเมืองป่าตองยุคปัจจุบัน

1.นายรักษ์ศักดิ์	หนูเชต	ประธานสภาเทศบาล
2.นายเจริญ	ขวัญยืน	รองประธานสภาเทศบาล
3.นายมานะ	พันธ์ฉลาด	สมาชิกสภาเทศบาล
4.นายมาโนด	ทองหอม	สมาชิกสภาเทศบาล
5.นายสุรศักดิ์	จำนงรักษ์	สมาชิกสภาเทศบาล
6.นายอัมรินทร์	ศรัยสกุล	สมาชิกสภาเทศบาล
7.นายธานินทร์	อรรถทรัพย์	สมาชิกสภาเทศบาล
8.นายประสบ	ประทีป ณ กลาง	สมาชิกสภาเทศบาล
9.นายประสิทธิ์	ช่างเหล็ก	สมาชิกสภาเทศบาล
10.นายพฤษภาคม	เศรษฐ์ทอง	สมาชิกสภาเทศบาล
11.นายวีระพงศ์	ทองหอม	สมาชิกสภาเทศบาล
12.นายทวิช	โสพส	สมาชิกสภาเทศบาล
13.นายมานพ	เถื่อนถิ่น	สมาชิกสภาเทศบาล
14.นายสุทธิกาญจน์	กาญจนะ	สมาชิกสภาเทศบาล
15.นางสาวบรรยงค์	เก็บทรัพย์	สมาชิกสภาเทศบาล

PPU

16.นายศิริพงษ์	กิจดำเนิน	สมาชิกสภาเทศบาล
17.นายมานิจ	อยู่เย็น	สมาชิกสภาเทศบาล
18.นายสายชล	สมบัติ	สมาชิกสภาเทศบาล

นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรี ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี
และเลขานุการนายกเทศมนตรี ของเทศบาลเมืองป่าตองยุคปัจจุบัน

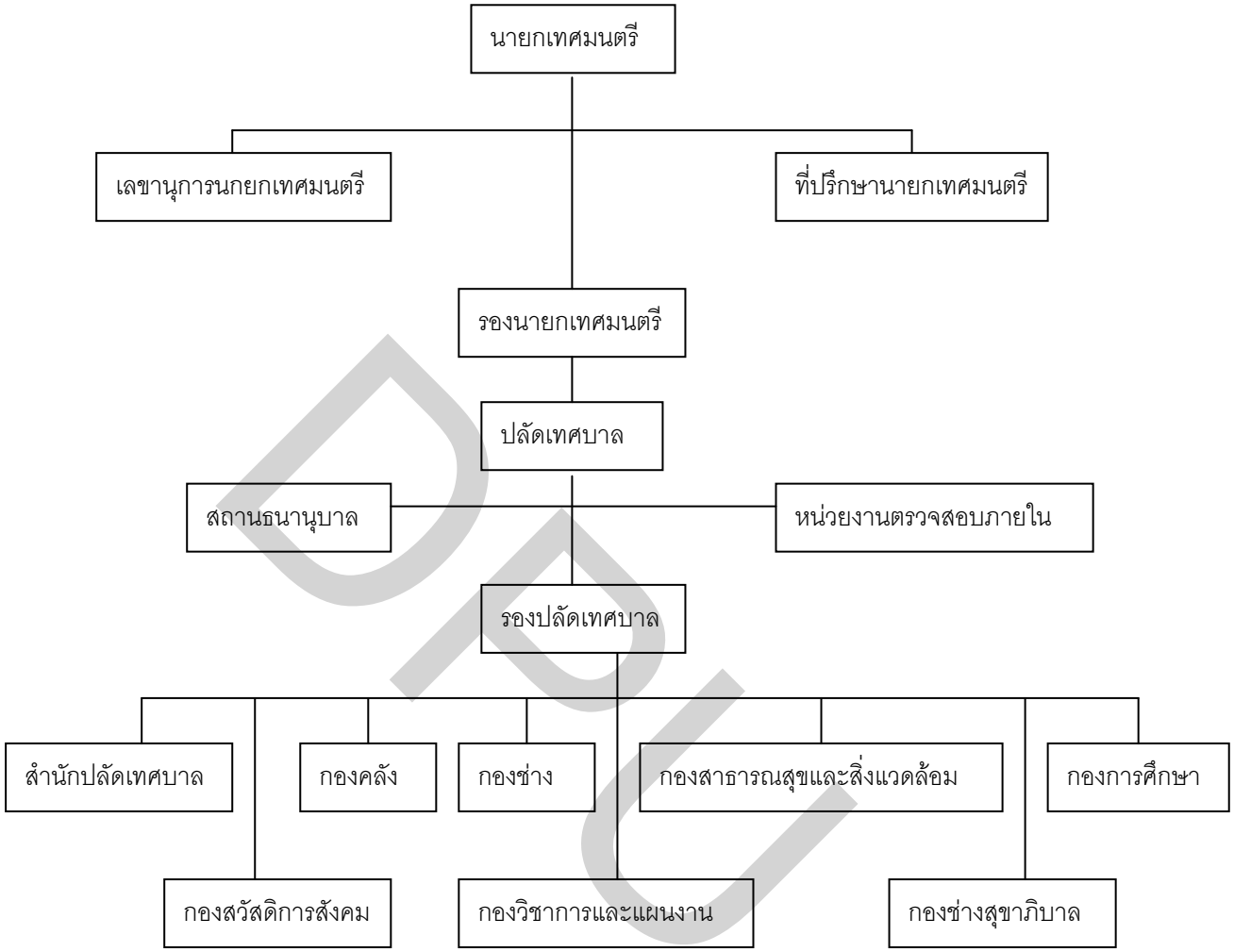
1.นายเปี่ยน	กี่สิ้น	นายกเทศมนตรี
2.นายสมชาย	บุรารักษ์	รองนายกเทศมนตรี
3.นายชัยรัตน์	สุขบาล	รองนายกเทศมนตรี
4.นายวรนาถ	ทองย่น	รองนายกเทศมนตรี
5.นางอัมพร	มณีศรี	ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี
6.นายสมชาติ	สมนาม	ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี
7.นางสาวอุทุมพร	ชูแก้ว	เลขานุการนากยกเทศมนตรี

2.6.2 โครงการและอัตรากำลังในการบริหารงานของเทศบาลเมืองป่าตอง

ส่วนการบริหารของเทศบาลเมืองป่าตอง แบ่งเป็น สำนักปลัดเทศบาล กองวิชาการและแผนงาน กองคลัง กองช่าง กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม กองการศึกษา กองสวัสดิการสังคม กองช่างสุขาภิบาล และหน่วยงานตรวจสอบภายใน มีเทศพาณิชย์ 1 แห่ง คือ สถานธนานุบาล ทั้งนี้มีปลัดเทศบาลเป็นผู้บังคับบัญชา และรับผิดชอบงานประจำทั่วไปของเทศบาล

DPU

โครงสร้างการบริหารเทศบาลเมืองป่าตอง



DPU

ที่มา : สำนักปลัดเทศบาล เทศบาลเมืองป่าตอง

ปัจจุบันมีอัตรากำลังทั้งสิ้น 362 คน แบ่งเป็นพนักงานเทศบาล 79 คน ลูกจ้างประจำ 38 คน และลูกจ้างชั่วคราว 245 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กันยายน 2547)

2.6.3 การคลัง ของเทศบาลเมืองป่าตอง

ในปีงบประมาณ 2546 เทศบาลเมืองป่าตอง มีรายรับทั้งสิ้น 216,980,111.60 บาท แยกเป็นรายรับที่ได้จากภาษีอากรที่จัดเก็บโดยท้องถิ่น 42,456,982.17 บาท รายรับที่ได้จากภาษีอากรที่รัฐบาลจัดเก็บแล้วจัดสรรให้ 80,387,990.26 บาท รายรับที่ไม่ใช่ภาษีอากร 16,107,957.75 บาท รายรับที่เป็นเงินอุดหนุนจากภาครัฐ 63,278,623.12 บาท และเงินได้อื่นๆ 14,748,558.30 บาท ใน

ส่วนของรายจ่ายจริงในปีงบประมาณ 2546 เทศบาลเมืองป่าตองมีรายจ่ายทั้งสิ้น 156,952,007.64 บาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบรายรับและรายจ่ายระหว่างปีงบประมาณต่างๆ ที่ผ่านมาของเทศบาลเมืองป่าตองแล้วจะเห็นได้ว่าอยู่ในสัดส่วนที่น่าพอใจ

- รายรับ การบริหารรายรับในปีงบประมาณที่ผ่านมา ปีงบประมาณ 2546 เปรียบเทียบกับปีงบประมาณ 2544 และปีงบประมาณ 2545 รายละเอียดตามตาราง

ตารางเปรียบเทียบรายรับของเทศบาลเมืองป่าตอง ปีงบประมาณ 2544-2546

รายการ	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546
ภาษีอากรที่จัดเก็บโดยท้องถิ่น			
1. ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	32,736,617.10	37,425,196.55	38,479.691.50
2. ภาษีบำรุงท้องที่	66,136.71	153,498.45	60,373.67
3. ภาษีป้าย	3,513,986.00	3,749,814.00	3,916,917.00
รวม	36,316,739.81	41,328,509.00	42,456,982.17
ภาษีอากรที่จัดเก็บแล้วจัดสรร			
1. ภาษีมูลค่าเพิ่ม	813,200.00	9,667,868.54	38,800,487.90
2. ภาษีสรรพสามิต	2,008,951.00	2,352,669.37	4,008,156.99
3. ภาษีสุรา	472,674.00	720,819.77	1,096,904.77
4. ภาษีและค่าธรรมเนียมรถยนต์และ	15,774,877.00	15,157,074.97	9,315,564.98
ล้อเลื่อน	21,983,433.00	23,157,074.97	27,086,590.00
5. ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติ	-	727.50	-
กรรมที่ดิน	-	24,726.27	46,801.99
6. ค่าบำรุงเทศบาล	-	19,538.59	33,483.63
7. ค่าภาคหลวงปิโตรเลียม			
8. ค่าภาคหลวงแร่			
รวม	41,008,135.00	51,476,533.22	80,387,990.26
รายได้ที่ไม่ใช่ภาษีอากร			
1. ค่าธรรมเนียม ค่าปรับ ค่าใบอนุญาต	7,671,957.43	11,361,981.62	13,051,797.70
2. รายได้จากทรัพย์สิน	3,539,425.12	799,103.96	929,890.91
3. รายได้เบ็ดเตล็ด	1,446,636.10	1,354,897.00	2,115,216.00

DPU

4. รายได้จากสาธารณูปโภคและการพาณิชย์	-	-	11,053.14
รวม	12,658,018.65	13,515,982.58	16,107,57.75
รวมรายรับที่ไม่รวมเงินอุดหนุน	89,982,893.46	106,321,024.80	138,952,930.18
เงินอุดหนุนจากภาครัฐ			
1. เงินอุดหนุนทั่วไป 2. เงินอุดหนุนเฉพาะกิจเทศบาล	2,992,150.00 637,909.00	40,109,327.46 14,470,000.00	30,195,079.12 33,083,544.00
รวม	28,788,961.35	54,668,302.46	63,278,623.12
รวมรายรับที่รวมเงินอุดหนุน	118,771,954.81	160,989,327.26	202,231,553.30
เงินได้อื่นๆ			
1. เงินกู้	-	-	-
2. เงินสะสมจ่ายขาด	29,277,777.00	15,541,700.00	14,748,558.30
รวม	29,277,777.00	15,541,700.00	14,748,558.30
รวมรายรับทั้งสิ้น	148,049,631.81	176,531,027.26	216,980,111.60

ที่มา : กองคลัง เทศบาลเมืองป่าตอง

- รายจ่าย จากข้อมูลรายจ่ายที่ผ่านมา เทศบาลมีงบประมาณเพื่อการลงทุนเปรียบเทียบกับรายจ่ายประจำอยู่ในสัดส่วนที่น่าพอใจ โดยมีรายละเอียดรายจ่ายประเภทต่างๆ ตามตาราง

ตารางแสดงรายจ่ายประเภทต่างๆ ของเทศบาลเมืองป่าตอง พ.ศ. 2544-2546

ประเภทรายจ่าย	พ.ศ. 2544	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546
1. รายจ่ายงบกลาง	3,318,839.63	8,819,752.79	7,307,507.59
2. เงินเดือน, ค่าจ้างประจำและค่าจ้างชั่วคราว	19,896,308.45	23,021,466.35	23,600,889.12
3. ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย และค่าวัสดุ	22,088,249.92	26,660,972.77	37,125,186.32
4. ค่าครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง	6,875,584.00	8,820,345.40	6,325,368.20
5. เงินอุดหนุนเงินอื่นๆ และสาธารณูปโภค	2,437,709.71	4,252,473.96	4,985,946.14
6. รายจ่ายพิเศษ (รายจ่ายอื่น)	57,704,857.23	66,616,465.08	77,607,110.27

DRU

6.1 เงินอุดหนุนเฉพาะกิจ	24,353,627.00	14,470,000.00	32,663,472.97
6.2 เงินสะสม (จ่ายขาด)	29,277,777.00	15,541,700.00	14,748,558.30
6.3 เงินกู้	-	-	-
6.4 อื่นๆ เงินอุดหนุนทั่วไป	2,630,268.88	36,515,790.08	30,195,079.00
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	112,321,548.94	138,191,476.35	156,952,007.64

ที่มา : กองคลัง เทศบาลเมืองป่าตอง

ตารางเปรียบเทียบรายรับ-รายจ่าย ระหว่างปีงบประมาณ 2544-2546
ของเทศบาลเมืองป่าตอง

ปีงบประมาณ ประเภท	2544	2545	2546	หมายเหตุ
1. รายรับ	148,049,631.81	176,531,027.26	216,980,111.60	
2. รายจ่าย	112,321,548.94	138,191,476.35	156,952,007.64	

2.6.4 การดำเนินกิจการพาณิชย์ของเทศบาลเมืองป่าตอง

เทศบาลเมืองป่าตอง มีสถานธนานุบาล จำนวน 1 แห่ง ซึ่งเปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2545 เพื่อเป็นการช่วยเหลือคนยากจน จะได้ไม่ต้องไปกู้ยืมเงินจากเอกชนโดยเสียดอกเบี้ยในอัตราสูง และเป็นการช่วยเหลือสงเคราะห์ประชาชนผู้มีรายได้น้อยได้มีเงินทุนหมุนเวียนการใช้จ่ายโดยในปีงบประมาณ 2546 ใช้เงินทุนหมุนเวียนรับจำนำ-ไถ่ถอน มีดังนี้

ทรัพย์รับจำนำ จำนวน 9,103 ราย เป็นเงิน 50,250,450.00 บาท
ทรัพย์ไถ่ถอน จำนวน 7,409 ราย เป็นเงิน 41,061,450.00 บาท
ดอกเบี้ยรับจำนำ เป็นเงิน 1,294,914.50 บาท
กำไรจากการจำหน่ายทรัพย์หลุดเป็นสิทธิ เป็นเงิน 365,647.00 บาท
สรุปงบดุล กำไรสะสมปี 2546 เป็นเงิน 732,068.04 บาท

ในขณะนี้ สถานธนานุบาลฯ ใช้เงินทุนหมุนเวียนจำนวน 20,000,000 บาท โดยเฉลี่ยประชาชนที่มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นทุกปี และในปีงบประมาณ 2548 สถานธนานุบาลฯ จะต้องเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนในการรับจำนำ จำนวน 5,000,000 บาท จึงจะเพียงพอ โดยยืมจาก เงินสะสมเทศบาล

ผลที่ได้รับจากกิจการสถานธนานุบาลฯประชาชนได้ใช้บริการโรงรับจำนำในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกช่วยบรรเทาความเดือนร้อนรวมทั้งแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ประชาชนเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานบุคคลและการบริหารกิจการสถานธนานุบาลให้มีประสิทธิผลเพิ่มขึ้นกำไรสะสมจากการดำเนินกิจการ จะกลับมาพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไป

บทบาทการมีส่วนร่วมทางการเมือง

จากสถิติการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรีเมืองป่าตองเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2547 มีผู้มาสมัครสมาชิกสภาเทศบาลเขตเลือกตั้งที่ 1 จำนวน 12 คน เขตเลือกตั้งที่ 2 จำนวน 14 คน เขตเลือกตั้งที่ 3 จำนวน 13 คน และมีผู้สมัครนายกเทศมนตรีจำนวน 2 คน จำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด 9,213 คน จำนวนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้ง 5,997 คน คิดเป็นร้อยละ 65.09 ของจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด ผู้ได้รับเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลที่ได้คะแนนสูงสุด เขตเลือกตั้งที่ 1 จำนวน 1,139 คะแนน เขตเลือกตั้งที่ 2 จำนวน 873 คะแนน เขตเลือกตั้งที่ 3 จำนวน 749 คะแนน ผู้ได้รับเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลที่ได้คะแนนต่ำสุดเขตเลือกตั้งที่ 1 จำนวน 780 คะแนน เขตเลือกตั้งที่ 2 จำนวน 38 คะแนน เขตเลือกตั้งที่ 3 จำนวน 47 คะแนน ผู้ได้รับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีที่ได้คะแนนสูงสุด จำนวน 2,934 คะแนน ผู้ได้รับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีที่ได้คะแนนต่ำสุดจำนวน 2,787 คะแนน

จำนวนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้ง 5,997 คน คิดเป็นร้อยละ 65.09 แยกเป็น

จำนวนบัตรเสีย 153 บัตร คิดเป็นร้อยละ 2.55

จำนวนผู้มาแสดงตนขอใช้สิทธิ แต่ไม่ลงคะแนน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 2.05

ที่มา : สำนักปลัดเทศบาล เทศบาลเมืองป่าตอง

2.6.6 การอำนวยการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และสวัสดิการของประชาชนเทศบาลเมืองป่าตอง มีงานรักษาความสงบเรียบร้อยและความมั่นคง (งานเทศกิจ) งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยสังกัดสำนักปลัดเทศบาล เป็นหน่วยงานหลักในการอำนวยความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ร่วมกับตำรวจจากสถานีตำรวจภูธรอำเภอกะทู้ตำรวจท่องเที่ยว โดยมีสายตรวจองเทศกิจดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเขตเทศบาล การจัดระเบียบชายหาดป่าตอง มีการจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริเวณชายหาดร่วมกับสำนักตรวจคนเข้าเมืองตำรวจท่องเที่ยวเป็นต้น นอกจากนี้ในฤดูมนสุม เทศบาลร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ตได้จัดโครงการป้องกันและแก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวจมน้ำในช่วงฤดูมรสุม (Beach Guard) เพื่อดูแลความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในการลงเล่นน้ำบริเวณหาดป่าตองด้วย

5. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา

☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท

☐ สูงกว่าปริญญาโท

<u>ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร</u>

คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน

6. โดยปรกติท่านรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ โทรทัศน์ ☐ นิตยสาร, วารสาร

☐ วิทยุ ☐ สื่อบุคคล

☐ หนังสือพิมพ์ ☐ อินเตอร์เน็ต

☐ สื่อเฉพาะกิจ ☐ หอกระจายข่าว หรือวิทยุชุมชน

คำถามการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

7. ท่านทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับชายหาดป่าตองจากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ โทรทัศน์ ☐ นิตยสาร, วารสาร

☐ วิทยุ ☐ สื่อบุคคล

☐ หนังสือพิมพ์ ☐ อินเตอร์เน็ต

☐ หอกระจายข่าว หรือวิทยุชุมชน ☐ แผ่นพับ , โบชัวร์โปสเตอร์

☐ หน่วยงานต่างๆ ของรัฐ ☐ บริษัททัวร์

☐ อื่นๆ ระบุ……..

สื่อต่างๆที่ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง	**จำนวนการเปิดรับสื่อ / เดือน**				
	1-2 ครั้ง	**3-4 ครั้ง**	**5-6 ครั้ง**	**มากกว่า 6 ครั้ง**	**ไม่ติดตาม**
สื่อมวลชน 8. สื่อโทรทัศน์					
9. สื่อวิทยุ					
10. สื่อหนังสือพิมพ์					
11. สื่อนิตยสาร,วารสาร					
12. สื่ออินเตอร์เน็ต					

DPU

สื่อบุคคล 13. เพื่อน					
14. ญาติ,พี่น้อง					
15. บุคคลในครอบครัว					
16. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์					
17. บริษัทนำเที่ยว					
เฉพาะกิจ 18. โปสเตอร์					
19. ป้ายกลางแจ้ง					
20. นิทรรศการ					
21. ศูนย์แนะนำการท่องเที่ยว					
22. เอกสารแนะนำงานเทศกาล					

23. แหล่งข่าวใดเป็นแหล่งข่าวสำคัญที่สุดที่ชักจูงใจให้ท่านเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

☐	โทรทัศน์	☐	นิตยสาร, วารสาร
☐	วิทยุ	☐	สื่อบุคคล
☐	หนังสือพิมพ์	☐	อินเตอร์เน็ต
☐	สื่อเฉพาะกิจ	☐	หอกระจายข่าว หรือวิทยุชุมชน
☐	แผ่นพับ, โบชัวร์โปสเตอร์	☐	หน่วยงานต่างๆ ของรัฐ
☐	บริษัททัวร์	☐	อื่นๆ ระบุ……..

24. ก่อนการเดินทางมาเที่ยวชายหาดป่าตองท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับอะไรบ้าง

☐	สถานที่ตั้ง	☐	ทราบจากสื่อใด.....	☐	ไม่ทราบ
☐	กิจกรรมต่างๆ บริเวณหาด	☐	ทราบจากสื่อใด.....	☐	ไม่ทราบ
☐	ราคาค่าใช้จ่าย	☐	ทราบจากสื่อใด.....	☐	ไม่ทราบ
☐	การเดินทาง	☐	ทราบจากสื่อใด.....	☐	ไม่ทราบ
☐	ที่พัก	☐	ทราบจากสื่อใด.....	☐	ไม่ทราบ
☐	อื่นๆโปรดระบุ.....	☐	ทราบจากสื่อใด.....	☐	ไม่ทราบ

DPU

25. ท่านคิดว่าในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองสื่อใดมีความสำคัญมากที่สุด 5 อันดับแรก

☐ โทรทัศน์ ☐ นิตยสาร, วารสาร
☐ วิทยุ ☐ สื่อบุคคล
☐ หนังสือพิมพ์ ☐ อินเตอร์เน็ต
☐ สื่อเฉพาะกิจ ☐ หอกระจายข่าว หรือวิทยุชุมชน
☐ แผ่นพับ, โบชัวร์โปสเตอร์ ☐ หน่วยงานต่างๆ ของรัฐ
☐ บริษัททัวร์ ☐ อื่นๆ ระบุ……..

26. ในระหว่างการมาเที่ยวชายหาดป่าตองท่านได้รับสื่อดังต่อไปนี้ หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ แผ่นพับ หรือ วารสาร เกี่ยวกับชายหาดป่าตอง
☐ เคเบิ้ลท้องถิ่น
☐ หอกระจายข่าว หรือ วิทยุชุมชน
☐ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

27. ท่านใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่ชายหาดป่าตองนานเท่าใด

☐ 2 - 3 วัน ☐ 4 - 7 วัน
☐ 8 - 14 วัน ☐ มากกว่า 14 วัน

28. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่ชายหาดป่าตองกับใคร

☐ บริษัททัวร์จัดมาตามโปรแกรม ☐ มาพักผ่อนคนเดียว
☐ ครอบครัว ☐ เป็นทางผ่านเพื่อไปยังสถานที่อื่น
☐ มากับเพื่อนๆ ☐ อื่นๆ ระบุ……

29. สาเหตุสำคัญที่สุดที่ท่านเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่ป่าตอง

☐ การโฆษณาจากสื่อ ☐ การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก
☐ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร ☐ ร้านค้าต่างๆ
☐ สิ่งแวดล้อม ☐ โรงแรมที่พัก
☐ แหล่งซื้อของฝาก ☐ การเดินทาง
☐ อื่นๆ ระบุ.....

DPU

30. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่ชายหาดป่าตองโดยวิธีการใด

☐ เครื่องบิน ☐ รถโดยสาร

☐ รถโบก ☐ รถส่วนตัว

☐ รถเช่า ☐ อื่นๆ ระบุ**.....**

31. ท่านพักที่ใด

☐ โรงแรม ☐ บังกะโล

☐ บ้านส่วนตัว ☐ บ้านญาติ

☐ ห้องพักแบ่งเช่า ☐ อื่นๆ ระบุ……..

32. โดยส่วนใหญ่มื้อที่ท่านต้องรับประทานเองท่านรับประทานอาหารที่ใด

☐ ร้านอาหาร/ภัตตาคารขนาดใหญ่ ☐ ร้านอาหารริมถนนทั่วไป

☐ ทำเองที่บ้านพัก ☐ ซื้อสำเร็จจากห้างสรรพสินค้า

☐ สั่งปิ่นโต ☐ อื่นๆ ระบุ……..

33. การมาเที่ยวชายหาดป่าตองครั้งนี้ท่านเสียค่าใช้จ่ายประมาณเท่าได

☐ ต่ำกว่า 2000 บาท ☐ 2001 - 4000 บาท

☐ 4001 - 6000 บาท ☐ 6001 - 8000 บาท

☐ 8001 - ขึ้นไป

<u>ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวัง และพึงพอใจในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต</u>

ความคาดหวังที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร

1. ท่านคิดว่าข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับเกี่ยวกับชายหาดป่าตองควรมีเพิ่มมากขึ้นในสื่อใด

☐ สื่อมวลชน ☐ สื่อบุคคล

☐ สื่อเฉพาะกิจ ☐ หน่วยงานต่างๆ ของรัฐ

☐ อื่นๆ ระบุ……..

DPU

2. ข้อใดเป็นความคาดหวังที่มากที่สุดที่ท่านต้องการจากสื่อในการนำเสนอเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง

☐ มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ☐ มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ

☐ มีปริมาณมาก ☐ มีความละเอียดเฉพาะเจาะจง

☐ อื่นๆระบุ.....

ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว

คำถาม	สูงที่สุด	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำมาก
1. การที่ท่านมาเที่ยวชายหาดป่าตอง จะทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ					
2. ชายหาดป่าตองในปัจจุบันตรงกับชายหาดป่าตองในอุดมคติของท่าน					
3. ท่านมีความคาดหวังให้ชายหาดป่าตองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ					
4. การมาเที่ยวชายหาดป่าตองครั้งนี้สามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้มากกว่าการไปเที่ยวยังชายหาดอื่นๆ					

ความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร

ความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับเกี่ยวกับชายหาดป่าตอง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีความถูกต้อง					
2. มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์					
3. มีปริมาณของข่าวสารมาก					
4. ตรงต่อความต้องการ					
5. มีความน่าเชื่อถือ					

DPU

ความพึงพอใจที่มีต่อการมาเที่ยว

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบริเวณชายหาดป่าตองที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคปัจจุบัน					
2. ชายหาดป่าตองเป็นสถานที่ ที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ					
3. ความสวยงามบริเวณชายหาดป่าตองเป็นเหตุผลให้ท่านเดินทางมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง					
4. ทิวทัศน์อันสวยงามและบรรยากาศอันสบายทำให้ท่านชื่นชอบชายหาดป่าตอง					
5. การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชายหาดป่าตองเป็นที่ประทับใจและตรงกับความต้องการของท่าน					
6. ชายหาดป่าตองเป็นสถานที่ ท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้อย่างครบถ้วน					
7. ชายหาดป่าตองได้สะท้อนภาพวัฒนธรรมและแสดงวิถีชีวิตความเป็นไทย					
8. ชายหาดป่าตองเป็นสถานที่ ที่เหมาะสำหรับการเดินทางมาพักผ่อนเป็นครอบครัว					
9. ระยะเวลาในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองมีความพอเพียงเหมาะสมต่อความต้องการของท่าน					
10. ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวชายหาดป่าตองมีความเหมาะสมกับบริการที่ท่านได้รับ					

DPU

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
11. ท่านมีความรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สินของท่านในระหว่างการมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง					
12. ชายหาดป่าตองมีศักยภาพพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว					

ท่านต้องการที่กลับมาเที่ยวที่ชายหาดป่าตอง

☐ ต้องการ ☐ ไม่ต้องการ

ท่านมีข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ชายหาดป่าตอง

.....

.....

DPU

ส่วนที่ 2

DPU

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลเมืองป่าตอง

เทศบาลเมืองป่าตอง เป็นหน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต เป็นที่ตั้งของหาดป่าตอง ซึ่งเป็นชายหาดที่มีความสวยงาม มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมากในแต่ละปี

เดิมเทศบาลเมืองป่าตอง มีฐานะเป็นเทศบาลตำบลป่าตอง ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต พ.ศ. 2537 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่ม 111 ตอนที่ 12 ก ลงวันที่ 1 เมษายน 2537 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2537 เป็นต้นไป ต่อมาบ้านเมืองมีสภาพความเจริญเติมโตทางเศรษฐกิจและสังคมเพิ่มขึ้น สมควรเปลี่ยนแปลงฐานะเป็นเทศบาลเมืองป่าตอง จึงได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลเมืองป่าตอง พ.ศ. 2545 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่มที่ 119 ตอนที่ 100 ก ลงวันที่ 4 ตุลาคม 2545 ให้เปลี่ยนแปลงฐานะ “เทศบาลตำบลป่าตอง” เป็น “เทศบาลเมืองป่าตอง” มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม 2545 เป็นต้นไป

สภาพทั่วไป

ที่ตั้งและอาณาเขต

เทศบาลเมืองป่าตอง มีพื้นที่รับผิดชอบ 16.4 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ในอำเภอกะทู้ทางฝั่งตะวันตกของเกาะภูเก็ตมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม คือ หาดป่าตองมีความยาวประมาณ 3 กิโลเมตร อยู่ระหว่างหาดกมลา และหาดกะรน ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 16 กิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 และทางหลวงจังหวัดหมายเลข 402 รวมระยะทาง 877 กิโลเมตร มีอาณาเขต ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับตำบลกมลา และตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้
ทิศใต้	ติดต่อกับตำบลกะรน อำเภอเมือง
ทิศตะวันตก	ติดต่อทะเลอันดามัน

ประชากร

จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 30 กันยายน 2547 จำนวน 15,629 คน เป็นชาย 7,699 คน หญิง 7,930 คน จำนวนครัวเรือน 2,198 ครัวเรือน จำนวนบ้าน 9,521 หลัง ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่ 952.99 คน : ตารางกิโลเมตร

DPU

นอกจากนี้ เนื่องจากเขตเทศบาลเมืองป่าตอง เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดภูเก็ต เป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงไปทั่วโลก จึงมีผู้เข้ามาอยู่อาศัยมาประกอบอาชีพ ที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประชากรแฝงที่ไม่มีการย้ายชื่อ หรือแจ้งการย้ายที่อยู่ตามกฎหมายทะเบียนราษฎรจำนวนมาก ถ้าคำนวณตามจำนวนขยะมูลฝอยที่เทศบาลต้องจัดเก็บแต่ละวัน ประมาณวันละ 50-60 ตัน จะสะท้อนให้เห็นว่ามีประชากรแฝงอยู่ประมาณ 36,000 – 46,000 คน (คำนวณจากปริมาณขยะมูลฝอย 1 คน/1 ก.ก./วัน) ส่วนในช่วงที่เป็น High Season ของการท่องเที่ยวหาดป่าตอง ระหว่างเดือนพฤศจิกายน – มีนาคม ของทุกปี จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวนมาก ปริมาณขยะมูลฝอยจะเพิ่มขึ้น เป็น 70-80 ตัน/วัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ามีประชากรแฝงที่เป็นประเภทนักท่องเที่ยวอีก อย่างต่ำ 56,000-66,000 คน/วัน

สถิติจำนวนประชากร จำนวนบ้าน จำนวนครอบครัวและจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งของเทศบาลเมืองป่าตอง

พ.ศ.	จำนวนประชากร			จำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง			จำนวนครัวเรือน	จำนวนบ้าน
	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม		
2544	6,599	6,687	13,286	4,478	4,691	9,169	2,185	8,653
2545	7,380	7,417	14,797	4,195	5,174	9,369	2,195	9,273
2546	7,270	7,331	14,601	4,752	5,036	9,788	2,198	9,521

ที่มา : งานทะเบียนราษฎร สำนักปลัดเทศบาล
(ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม ของแต่ละปี)

โครงสร้างพื้นฐาน

การคมนาคม/สภาพการจราจร ตำบลป่าตองสามารถติดต่อกับเมืองภูเก็ต และอำเภอกะทู้ได้โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4020 และ 4029 และสามารถติดต่อกับหาดกระรนและหาดกมลาได้โดยถนนสายรอบเกาะซึ่งมีจุดเริ่มต้นอยู่ที่หาดสุรินทร์เชื่อมโยงหาดต่างๆ ทางฝั่งตะวันตกของเกาะภูเก็ตไปสิ้นสุดที่หาดราไวย์ รวมระยะทาง 40.55 กิโลเมตร

ส่วนภายในชุมชนมีถนนสายสำคัญ คือ ถนนพระบารมีต่อจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4020 ไปบรรจบกับถนนทวีวงศ์ ผ่านย่านที่พักสิ่งอำนวยความสะดวกถึงสุดเขตกมลา ถนนพิศิษฎ์กรณีย์แยกจากถนนพระบารมีผ่านชุมชนตอนในมาบรรจบกับถนนไสน้ำเย็น และถนนนาใน ถนนสวัสดิรักษ์เป็นถนนที่แยกจากถนนราษฎร์อุทิศ 200 ปี ไปบรรจบกับถนนทวีวงศ์

นอกจากนั้น ยังมีถนนสายอื่นๆ คือ ถนนห้าสิบปี ถนนราชปาทานุสรณ์ ถนนเฉลิมพระเกียรติ ถนนหาดป่าตอง ถนนบางลา ถนนร่วมใจ ถนนประชานุเคราะห์ ถนนสิริราชย์ ถนนหมื่นเงิน ถนนเพชรกูด และถนนผังเมืองสาย ก. รวมถนนในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง 18 สาย และซอย 34 สาย ลักษณะถนนและซอยเป็น ค.ส.ล. 18.616 กม. เป็นแอสฟัลท์ 16.938 กม. เป็นดิน 9.140 กม. และมีสะพาน ค.ส.ล. 7 แห่ง

การจราจรตามถนนสายต่างๆ ในเขตเทศบาลส่วนใหญ่จะแออัดบางช่วงเวลา ช่วงเวลา 07.00-08.30 น. และเวลา 17.00-20.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ที่ทำงานในโรงแรม หรือสถานบริการต่างๆ ผลัดเปลี่ยนเข้าปฏิบัติงาน การจราจรจะหนาแน่นมากบริเวณ ถนนพระบารมี ถนนราษฎร์อุทิศ ถนนทวีวงศ์ ถนนพิศิษฐ์กรณีย์ ส่วนช่วงเวลา 09.00-15.00 น. จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้า-ออก การจราจรหนาแน่นด้วยยวดยานขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก เช่น รถทัวร์ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ ให้เช่าชนิดต่างๆ ในเส้นทางถนนพระบารมี ถนนทวีวงศ์ และถนนราษฎร์อุทิศ 200 ปี

สำหรับการจัดระบบขนส่งมวลชน ยังเป็นการรับสัมปทานเส้นทางเดินรถของเอกชนสายย่อย ระหว่างเตเทศบาลเมืองป่าตองกับเขตเทศบาลนครภูเก็ต

การประปา

การให้บริการน้ำประปาในเขตเทศบาล ดำเนินการโดยการประปาส่วนภูมิภาค ใช้แหล่งน้ำดิบที่ใช้ผลิตน้ำประปา คือ เขื่อนบางวาด ขุมเหมืองสรรพสามิต และน้ำตกกะทู้

ปัจจุบันสำนักงานประปาภูเก็ต มีอัตรากำลังผลิตน้ำประปา 24,000 ลบ.ม./วัน น้ำประปาที่ใช้ในเขตตำบลป่าตองเฉลี่ 8,725 ลบ.ม./วัน จำนวนผู้ใช้น้ำประปาในเขตป่าตองรวม จำนวน 3,100 ราย

2.2.3ไฟฟ้า

การบริการด้านไฟฟ้ารวมในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง ดำเนินการโดยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดภูเก็ต จากแหล่งผลิตไฟฟ้าพลังน้ำจากเขื่อนรัชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยระบบสายส่งศักย์สูง 115 กิโลวัตต์ ผ่านสถานีไฟฟ้าย่อยจังหวัดพังงาและโรงไฟฟ้าดีเซล กำลังการผลิต 10.6 เมกะวัตต์ ให้บริการครอบคลุมทั้งเกาะภูเก็ต

สำหรับในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคป่าตอง มีจำนวนมิเตอร์ที่ใช้ไฟฟ้า จำนวน 6,921 ราย พื้นที่ได้รบบริการเกือบ 100% ยกเว้นบริเวณถนนห้าสิบปี บ้านเพชรกูด จำนวน 32 ครัวเรือน บ้านสวนแยกต้นไทร จำนวน 19 ครัวเรือน ที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

ไฟฟ้าสาธารณะมี จำนวน 1,156 ดวง ครอบคลุมถนน 18 สาย และซอย 34 สาย

การสื่อสาร (ข้อมูล ณ 8 ก.พ. 47)

จำนวนโทรศัพท์พื้นฐานในพื้นที่รวม 5,132 เลขหมายจำนวนโทรศัพท์สาธารณในเขตพื้นที่รวม 219 เลขหมายจำนวนชุมสายโทรศัพท์ในเขตพื้นที่รวม 1 ชุมสาย และจำนวนเลขหมายที่สามารถให้บริการได้สูงสุด จำนวน 5,980 เลขหมาย

ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขที่ให้บริการด้านไปรษณีย์ในพื้นที่ จำนวน 1 แห่ง คือ ไปรษณีย์โทรเลขป่าตอง

ลักษณะการใช้ที่ดินพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลเมืองป่าตอง 16.40 ตารางกิโลเมตร หรือ 10,250 ไร่ การใช้ประโยชน์ 5 อันดับแรก คือ

พื้นที่พักอาศัยประมาณ 4,060.02 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 39.60 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่เกษตรกรรมประมาณ 3,870.95 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 37.77 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่พาณิชยกรรมประมาณ 1,291.50 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 12.60 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่ว่าประมาณ 620.12 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 6.04 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่ปศุสัตว์ประมาณ 174.75 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.70 ของพื้นที่ทั้งหมด

พื้นที่ทั้งหมด 10,250 ไร่ = 100%

ลักษณะการใช้ที่ดินในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง

ประเภท/ลักษณะการใช้ประโยชน์	เนื้อที่ (ไร่)	คิดเป็นร้อยละของเนื้อที่ทั้งหมด (%)	หมายเหตุ
1. พื้นที่พักอาศัย	ประมาณ 4,060.02 ไร่	39.60%	
2. พื้นที่พาณิชยกรรม	ประมาณ 1,291.50 ไร่	12.60%	
3. พื้นที่เกษตรกรรม	ประมาณ 3,870.95 ไร่	37.77%	
4. พื้นที่ปศุสัตว์	ประมาณ 174.75 ไร่	1.70%	
5. พื้นที่ตั้งหน่วยงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	ประมาณ 49 ไร่	0.48%	
6. สวนสาธารณะ/พื้นที่นันทนาการ	ประมาณ 42 ไร่	39.60%	
7. พื้นที่สถานศึกษา	ประมาณ 35 ไร่	12.60%	
8. พื้นที่ว่าง	ประมาณ 620.12 ไร่	37.77%	
9. พื้นที่อุตสาหกรรม	ประมาณ 15.10 ไร่	1.70%	
10. อื่นๆ (ระบุ)ที่วัด/สำนักสงฆ์/ป่าช้าอิสลาม	ประมาณ 93 ไร่	0.48%	

ที่มา : งานแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน กองคลัง, สำนักงานเทศบาลเมืองป่าตอง

DPU

ด้านเศรษฐกิจ

โครงสร้างทางเศรษฐกิจ/รายได้ประชากรภาวะเศรษฐกิจของป่าตอง ขึ้นอยู่กับรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้า และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว

ข้อมูลประเภทของการประกอบกิจการในตำบลป่าตอง

1. โรงแรม ภัตตาคาร ธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวน	333	ราย
2. กิจการซื้อมาขายไป	จำนวน	490	ราย
3. สถานบันเทิง	จำนวน	94	ราย
4. ให้เช่า	จำนวน	630	ราย
5. อาหาร-เครื่องดื่ม	จำนวน	251	ราย
6. รับเหมาก่อสร้าง	จำนวน	14	ราย
7. ตัดเย็บเสื้อผ้า	จำนวน	120	ราย
8. การขนส่ง	จำนวน	16	ราย
9. เสริมสวย นวดแผนโบราณ	จำนวน	78	ราย
10. ซัก อบรีด	จำนวน	35	ราย
11. อื่นๆ	จำนวน	550	ราย
รวม	จำนวน	2,611	ราย

หมายเหตุ อื่นๆ (อินเตอร์เนท นักร้อง นักดนตรี ซ่อมรถ วาดภาพ ภาพวาด คอมพิวเตอร์ โฆษณา ฯลฯ)

ที่มา : สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขากะทู้ จังหวัดภูเก็ต

การเกษตรกรรม

การประกอบอาชีพของเกษตรกรตำบลป่าตอง ส่วนมากจะทำการเกษตรแบบผสมผสานและการเกษตรแบบสวนเดี่ยว มีกลุ่มสถาบันต่างๆ เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรตำบลป่าตองมีพื้นที่การเกษตร จำนวน 11,227 ไร่ มีจำนวนครัวเรือนภาคการเกษตร จำนวน 561 ครัวเรือน ผลผลิตภาคการเกษตรเรียงลำดับความสำคัญ คือ ยางพารา ไม้ผล สะตอ จำปาดะ ทุเรียนพื้นเมือง ส้มแขก

มูลค่าผลผลิตทางการเกษตร รวม 18,221,644 บาท/ปี แยกเป็น

1. ยางพารา	มูลค่า	14,028,000	บาท/ปี
2. ทุเรียน	มูลค่า	969,864	บาท/ปี

DPU

3. สะตอ	มูลค่า	938,400	บาท/ปี
4. มะพร้าวอ่อน	มูลค่า	627,200	บาท/ปี
5. มะพร้าวแก่	มูลค่า	138,000	บาท/ปี
6. ลองกอง	มูลค่า	36,780	บาท/ปี
7. ส้มแขก	มูลค่า	72,000	บาท/ปี
8. ไม้ผลอื่นๆ	มูลค่า	690,000	บาท/ปี
9. ผักเหมียง	มูลค่า	350,400	บาท/ปี
10. กล้วย	มูลค่า	84,000	บาท/ปี
11. พืชผัก	มูลค่า	287,000	บาท/ปี

การปศุสัตว์

พื้นที่สำหรับการปศุสัตว์ประมาณ 174.75 ไร่ ซึ่งผลผลิตทางการปศุสัตว์ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อการบริโภคภายในครัวเรือน ได้แก่ ไก่ เป็ด และสุกร เป็นต้น

ข้อมูลด้านปศุสัตว์ ประจำปี 2545 ตำบลป่าตอง

จำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ (คน)	จำนวนพื้นที่ทำการเกษตร (ไร่)	โค (ตัว)	กระบือ (ตัว)	สุกร (ตัว)	แพะ (ตัว)	ไก่ (ตัว)	เป็ด (ตัว)	แมว (ตัว)	สุนัข (ตัว)
32	174.75	4	23	458	5	1,656	140	99	316

ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดภูเก็ต สำรวจ ณ เดือนมกราคม 2546

การอุตสาหกรรม

ลักษณะการประกอบการด้านอุตสาหกรรมในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เช่น ผลิตน้ำแข็ง ทำผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสม และซักรีดเสื้อผ้า เป็นต้น

การท่องเที่ยว

หาดป่าตองตั้งอยู่ระหว่างอ่าวกมลาและอ่าวกะรน เป็นอ่าวที่มีความโค้งมากกว่า และมีหาดทรายสวยงามความยาวถึง 3 กิโลเมตร ลักษณะที่สร้างความสวยงามให้แก่หาดป่าตองเป็นอย่างยิ่ง มีโขดหินเป็นแหลมยื่นออกไปในทะเลปิดหัวท้ายหาด นักท่องเที่ยวส่วนมาก เป็นชาวต่างชาติ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 2,788,007 คน เป็นชาวต่างประเทศ จำนวน 1,883,380

คน เป็นชาวไทย จำนวน 904,627 คน เขตเทศบาลเมืองป่าตองมีจำนวนที่พัก 216 แห่ง ห้องพัก 9,702 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 36.36 ของจำนวนห้องพักในจังหวัดภูเก็ต

ข้อมูลการอุตสาหกรรมในเขตตำบลป่าตอง

ลำดับที่	ชื่อสถานประกอบการ	ลักษณะการประกอบกิจการ	จำนวนคนงาน (คน)
1	บริษัทโรงน้ำแข็งทุ่งทอง จำกัด	ผลิตน้ำแข็งก้อนเล็ก	7
2	บริษัทคอนกรีตผสมเสร็จซีแพค (ภาคใต้) จำกัด	ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ	3
3	บริษัทฉลองคอนกรีตรีดดี้มิกซ์ จำกัด	ทำผลิตภัณฑ์คอนกรีต และผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสม	4
4	ป่าตองรวมช่าง	ทำประตู-หน้าต่างเหล็กดัด	10
5	ห้างหุ้นส่วนจำกัด สายน้ำเย็นซักรีด	ซักรีดเสื้อผ้า	38
6	บริษัท ไดมอนด์ คลิฟ จำกัด	ซักรีดเสื้อผ้า	22

ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดภูเก็ต

สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนปี 2546
จังหวัดภูเก็ต

รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	973,609	1,928,600	2,902,209
นักท่องเที่ยว	904,627	1,833,380	2,788,007
นักทัศนาจร	68,982	45,220	114,202
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)	3.58	5.49	4.90
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน/(บาท)	2,669.84	3,730.63	3,341.22
นักท่องเที่ยว	2,866.57	3,774.01	3,414.58
นักทัศนาจร	1,301.36	1,924.15	1,547.95
รายได้ (ล้านบาท)	8,977.84	39,103.83	48,081.87

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 4

การพาณิชยกรรมและการบริการ

ประชาชนในท้องถิ่นของป่าตองส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจการค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีการลงทุนด้านธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และบ้านเช่าสูง ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้จากการให้เช่าห้องพักหรือบ้านพัก บริการรถเช่า เรือเช่า นำเที่ยว ค้าขายทั่วไป

สถานประกอบการด้านพาณิชยกรรม

สถานีบริการน้ำมัน 1 แห่ง

ศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า 2 แห่ง

ตลาดนัดเอกชน 2 แห่ง

ร้านค้าทั่วไป 350 แห่ง

สถานประกอบการเทศพาณิชย์

สถานธนานุบาล 1 แห่ง

สถานประกอบการด้านบริการ

โรงแรม 180 แห่ง จำนวนห้องพักรวม 4,500 ห้อง

ธนาคาร 8 แห่ง

สถานที่จำหน่ายอาหารตาม พรบ. สาธารณสุข 700 แห่ง

2.4 ด้านสังคม

2.4.1 ชุมชน เทศบาลเมืองป่าตอง มีชุมชนทั้งหมด 7 ชุมชน โดยข้อมูลประชากรในชุมชน มีดังนี้

ชุมชนชายวัด มีบ้าน 300 หลัง 250 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 650 คน

ชุมชนบ้านมอญ มีบ้าน 620 หลัง 386 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 1,544 คน

ชุมชนบ้านไสน้ำเย็น มีบ้าน 379 หลัง 112 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 560 คน

ชุมชนบ้านนาใน มีบ้าน 930 หลัง 479 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 1,916 คน

ชุมชนบ้านโคกมะขาม มีบ้าน 847 หลัง 509 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 2,036 คน

ชุมชนบ้านกะหลิม มีบ้าน 225 หลัง 120 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่อาศัย 610 คน

ชุมชนหาดป่าตอง มีบ้าน 6,152 หลัง 426 ครัวเรือน จำนวนผู้อยู่ อาศัย 7,235 คน

ศาสนา

ประชาชนตำบลป่าตอง ร้อยละ 80 นับถือศาสนาพุทธ โดยมีวัด 1 แห่ง คือ วัดสุวรรณคีรีวงศ์ มีสำนักสงฆ์ 1 แห่ง นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 16 มีมัสยิด 3 แห่ง นับถือศาสนาคริสต์ ร้อยละ 3 และนับถือศาสนาอื่น ร้อยละ 1

DPU

วัฒนธรรม

ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงรักษาวัฒนธรรมของคนไทยในชนบทอยู่ แต่เนื่องจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวทำให้สภาพทางสังคมเปลี่ยนไปเป็นสังคมเมือง โดยบางส่วนเป็นสังคมแบบตะวันตก โดยเฉพาะบริเวณที่เป็นแหล่งบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านประเพณีของชาวป่าตองดั้งเดิมก็เหมือนกับภาคอื่นๆ ของประเทศ เช่น ลอยกระทง สงกรานต์ เทศกาลกินเจ เป็นต้น ประเพณีและเทศกาลอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนป่าตอง ได้ร่วมกันถือปฏิบัติสืบต่อมา เช่น งานประเพณีรำลึกราชปาทานุสรณ์ งานเทศกาลเปิดฤดูการท่องเที่ยว

ราชปาทานุสรณ์

ราชปาทานุสรณ์ หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อระลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณ ถวายแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งได้เสด็จเป็นการส่วนพระองค์ถึงตำบลป่าตอง เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2502 เวลา 12.05 น. ยังความปลื้มปิติในพระมหากรุณาธิคุณแก่ประชาชนตำบลป่าตองเป็นอันมาก จึงได้ร่วมใจกันสร้างอนุสรณ์แห่งรอยพระบาทประดิษฐานตรงรอยประทับซึ่งตั้งอยู่ ณ หมู่ที่ 2 ตำบลป่าตองปัจจุบัน คือ บริเวณถนนพิศิษฐ์กรณีย์ ชุมชนบ้านมอญ เขตเทศบาลเมืองป่าตอง นับแต่นั้นมาได้จัดให้มีงานสมโภชในวันที่ 11 มีนาคมของทุกปี สำหรับปี 2547 นับเป็นครั้งที่ 46 โดยปีนี้มีการจัดงานสมโภชระหว่างวันที่ 7-12 มีนาคม 2547

2.4.3.2งานเทศกาลเปิดฤดูการท่องเที่ยว

ตรงกับวันที่ 1พฤศจิกายน ของทุกปี โดยเริ่มจัดงานครั้งแรกเมื่อปี 2528 ณ หาดป่าตอง เพื่อต้อนรับฤดูการท่องเที่ยวที่เวียนมาถึงอีกครั้ง และเป็นการส่งเสริมความสามัคคีระหว่างผู้ประกอบธุรกิจสาขาต่างๆ หน่วยงานราชการและประชาชน โดยมีกิจกรรมต่างๆ เช่น พิธีทำบุญตักบาตร การแข่งขันกีฬาทางน้ำ การประกวดเทพีนานาชาติ เป็นต้น สำหรับปี 2547 นับเป็นครั้งที่ 18

2.4.4 การศึกษา

เขตเทศบางเมืองป่าตองมีโรงเรียนภาครัฐบาลระดับประถมศึกษา 3 แห่ง สังกัดสำนักงานประถมศึกษา คือ

โรงเรียนบ้านกะหลิม มีนักเรียน 142 คน จำนวนครู 6 คน

ครู : นักเรียน = 1 : 24

โรงเรียนวัดสุวรรณคีรีวงศ์ มีนักเรียน 650 คน จำนวนครู 25 คน

ครู : นักเรียน = 1 : 26

โรงเรียนบ้านไสน้ำเย็น มีนักเรียน 142 คน จำนวนครู 6 คน

ครู : นักเรียน = 1 : 24

โรงเรียนอนุบาลเทศบาลเมืองป่าตอง มีนักเรียน 320 คน จำนวนครู 15 คน

ครู : นักเรียน = 1 : 21

มีศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 1 แห่ง สังกัดเทศบาลเมืองป่าตอง คือ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเทศบาลมัสยิดป่าตอง มีเด็กเล็ก 80 คน จำนวนครู 8 คน ครู : นักเรียน = 1 : 8

2.4.5 กีฬา นันทนาการ/พักผ่อน

เนื่องจากเขตเทศบาลเมืองป่าตอง เป็นเมืองท่องเที่ยวพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์ธุรกิจการท่องเที่ยว จึงค่อนข้างจะมีพื้นที่การกีฬาและนันทนาการน้อย ส่วนสถานที่พักผ่อนมีชายหาดป่าตองเป็นหลัก โดยมีข้อมูลด้านกีฬาและนันทนาการ ดังนี้

สนามฟุตบอล (ไม่ได้มาตรฐาน) 1 แห่ง

สวนสาธารณะ 1 แห่ง

ห้องสมุดประชาชน 1 แห่ง (สังกัดกรมการศึกษานอกโรงเรียน)

2.4.6 สาธารณสุข

โรงพยาบาลในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองป่าตอง มีจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลป่าตอง สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เตียงคนไข้ จำนวน 60 เตียงศูนย์บริการสาธารณสุข จำนวน 1 แห่ง สังกัดเทศบาลเมืองป่าตองบุคลากรทางการแพทย์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงพยาบาลป่าตองและศูนย์บริการสาธารณสุข

- แพทย์ จำนวน 6 คน
- พยาบาล จำนวน 64 คน
- ทันตแพทย์ จำนวน 2 คน
- เภสัชกร จำนวน 5 คน
- พนักงานสาธารณสุขชุมชน จำนวน 5 คน
- อสม. จำนวน 119 คน

(4) ผู้เข้ารับการรักษาในสถานพยาบาลปี พ.ศ. 2546โรงพยาบาลป่าตอง สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ผู้ป่วยใน 5,533 คน ผู้ป่วยนอก 65,057 คน

(5) ประเภทการเจ็บป่วยที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล

- เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลป่าตอง สังกัดกระทรวงสาธารณสุข 5 อันดับแรก คือ

1. โรคระบบหายใจ จำนวน 10,384 คน
2. โรคระบบย่อยอาหาร จำนวน 7,143 คน รวมโรคในช่องปาก
3. โรคติดเชื้อและปรสิต จำนวน 3,307 คน

4. โรคสาเหตุจากภายนอกอื่นๆ จำนวน 2,552 คนที่ทำให้ป่วยหรือตาย

5. โรคระบบไหลเวียนเลือดจำนวน 2,417 คน

2.4.7 การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยสถิติเพลิงไหม้ในรอบปี 2546 (1ม.ค.-31ธ.ค.) 14 ครั้งความสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินจากเหตุเพลิงไหม้ในรอบปีที่ผ่านมา คิดเป็นผู้เสียชีวิต – คน บาดเจ็บ – คน

รถยนต์ดับเพลิง จำนวน 4 คัน แยกเป็น(แยกตามขนาดจุน้ำ)

คันที่1 จุน้ำได้ 4000 ลิตร ซื้อเมื่อ 23 มกราคม

คันที่2 จุน้ำได้ 2000 ลิตร ซื้อเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2535

คันที่3 จุน้ำได้ 4000 ลิตร ซื้อเมื่อ 22 ตุลาคม 2535

คันที่4 จุน้ำได้ 4000 ลิตร ซื้อเมื่อ 19 ธันวาคม 2541

รถบรรทุกน้ำ จำนวน 4 คัน แยกเป็น (แยกตามขนาดความจุน้ำ)

คันที่1 จุน้ำได้ 12000 ลิตร ซื้อเมื่อ 25 มีนาคม 2535

คันที่2 จุน้ำได้ 6000 ลิตร ซื้อเมื่อ 15 กันยายน 2535

คันที่3 จุน้ำได้ 12000 ลิตร ซื้อเมื่อ 9 มกราคม 2540

คันที่4 จุน้ำได้ 12000 ลิตร ซื้อเมื่อ 16 ตุลาคม 2544

รถยนต์ตรวจการณ์ 2 คัน รถยนต์กู้ภัยอเนกประสงค์ 1 คัน

เครื่องดับเพลิงชนิดหาบหาม จำนวน 3 เครื่อง

พนักงานดับเพลิง จำนวน 50 คน

การฝึกซ้อมบรรเทาสาธารณภัย ปี พ.ศ. 2546 ทางโรงแรมในเขตเทศบาลเมืองป่าตองได้ขอความอนุเคราะห์ทางเทศบาลเมืองป่าตองให้จัดเจ้าหน้าที่มาให้การอบรมอัคคีภัยและการฝึกซ้อมการป้องกันระงับอัคคีภัยให้กับทางโรงแรมอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง ซึ่งงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเข้าทำการอบรมเป็นประจำทุกปี และได้รับการตอบรับเป็นอย่างวดีตลอดมา

2.4.8. อาชญากรรม

เนื่องจากป่าตองเป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติ ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ต่างเดินมาท่องเที่ยวจำนวนมาก เป็นเหตุให้เหล่ามิจฉาชีพแฝงตัวเข้ามาก่ออาชญากรรมต่างๆ ซึ่งคดีที่ก่อความเสียหายให้แก่รัฐมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือคดีที่เกี่ยวกับการกพนันต่างๆ คดีที่รองลงมาอันดับสองคือคดีปรามการค้าประเวณี และอันดับสามคือคดีที่เกี่ยวกับยาเสพติดให้โทษ

ประเภทความผิด	ม.ค.-ธ.ค. 45		ม.ค.-ธ.ค. 45		+ เพิ่ม - ลด	% จับกุม	คดีค้างเก่า	หมายเหตุ
	รับแจ้ง	จับ	รับแจ้ง	จับ				
1. คดีอุกฉกรรจ์และ สะเทือนขวัญ	4	2	4	3	0	75		
1.1 ฆ่าผู้อื่นโดยเจตนา	-	-	3	2	+3	66.66		
1.2 ชิงทรัพย์	-	-	1	-	+1	-		
1.3 วางเพลิง								
รวม	4	2	8	5	+4	62.50		
2. คดีเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ								
2.1 ฆ่าผู้อื่นโดยเจตนา	4	2	4	3	0	75		
2.2 ฆ่าผู้อื่นโดยไม่เจตนา	-	-	1	-	+1	-		
2.3 กระทำให้ตายโดย ประมาท	-	-	1	-	+1	-		
2.4 พยายามฆ่า	8	7	11	9	+3	81.81		
2.5 ทำร้ายร่างกาย	62	56	69	51	+7	73.91		
2.6 ข่มขืนกระทำชำเรา	3	3	3	1	0	33.33		
รวม	77	68	89	64	+12	71.9		
3. คดีประทุษร้ายต่อทรัพย์								
3.1 ลักทรัพย์	76	68	97	64	+21	65.97		
3.2 วิ่งราวทรัพย์	4	4	10	7	+6	70		
3.3 กรรโชกทรัพย์	1	1	-	-	-1	-		
3.4 ปล้นทรัพย์	-	-	-	-	-	-		
3.5 รับของโจร	1	1	3	3	+2	100		
3.6 ทำให้เสียทรัพย์	14	9	13	8	-1	61.53		
รวม	96	83	123	82	+27	66.66		

DPU

ประเภทความผิด	ม.ค.-ธ.ค. 45		ม.ค.-ธ.ค. 45		+ เพิ่ม - ลด	% จับกุม	คดีค้างเก่า	หมายเหตุ
	รับแจ้ง	จับ	รับแจ้ง	จับ				
4. คดีอาญาน่าสนใจ								
4.1โจรกรรม	10	9	20	11	+10	55		
รถจักรยานยนต์	-	-	1	-	+1	-		
4.2 โจรกรรมรถยนต์	16	11	19	8	+3	42.10		
4.3 ฉ้อโกง	20	8	15	2	-5	13.33		
4.4 ยักยอก								
รวม	46	28	55	21	+9	38.18		
5. คดีที่รัฐเป็นผู้เสียหาย								
5.1 อาวุธปืน								
- ธรรมดา	16	19	6	6	-10	100		
- สงคราม	1	-	2	2	+1	100		
5.2 การพนัน								
- ทั่วไป	345	1,028	230	676	-115	293.91		
- ทายผลการแข่งขันฟุตบอล	-	-	-	-	-	-		
- สลากกินรวบ	256	259	173	174	-83	100.57		
- หวยหุ้น	-	-	-	-	-	-		
5.3 ยาเสพติดให้โทษ	406	417	238	275	-168	155.54		
5.4 ปรามการค้าประเวณี	289	289	437	437	+148	100		
5.5 มีและเผยแพร่วัตถุลามก	9	8	9	8	0	88.88		
รวม	1,322	2,020	1,098	1,578	-227	144.10		

2.5 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.5.1 ภูมิอากาศ (ปี 2546)

อุณหภูมิสูงสุด 36.2 องศาเซลเซียส ต่ำสุด 22.3 องศาเซลเซียส

อุณหภูมิเฉลี่ยเดือน มี.ค.-มิ.ย. 29.3 องศาเซลเซียส

อุณหภูมิเฉลี่ยเดือน ก.ค.-ต.ค. 27.6 องศาเซลเซียส

อุณหภูมิเฉลี่ยเดือน พ.ย.-ก.พ. 28.5 องศาเซลเซียส

ปริมาณน้ำฝนสูงสุด พ.ศ. 2514 ปริมาณน้ำฝนต่ำสุด พ.ศ.2535

DPU

ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยเดือน มี.ค.-มิ.ย. 135.7 มิลลิเมตร

ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยเดือน ก.ค.-ต.ค. 439.7 มิลลิเมตร

ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยเดือน พ.ย.-ก.พ. 40.4 มิลลิเมตร

ทิศทางลมในแต่ละฤดู

จังหวัดภูเก็ต มีลักษณะภูมิอากาศแบบเขตศูนย์สูตร อยู่ในเขตอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ และมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ มี 2 ฤดู ประกอบด้วยฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน ถึงเดือนพฤศจิกายน อยู่ในอิทธิพลของตะวันตกเฉียงใต้ และลมตะวันตก ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม ถึงเดือนมีนาคม อยู่ในอิทธิพลของลมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมตะวันออก

2.5.2 แหล่งน้ำ ปัจจุบันภายในเขตเทศบาลเมืองป่าตอง มีคลองจำนวน 7 แห่ง ได้แก่ คลองปากหลัก คลองวังขี้อ้อน คลองบางต้นข้าว คลองท่อสูง คลองปากบาง คลองบางวัด และคลองบางพรุเรียน

2.5.3 น้ำเสีย

ปริมาณน้ำเสีย 7000-8000 ลบ.ม./วัน

ระบบบำบัดน้ำเสียที่ใช้ คลองวนเวียน รวม 1 แห่ง (4 คลอง)

น้ำเสียที่บำบัดได้ จำนวน 5250 ลบ.ม./วัน

ค่า BOD ของน้ำเสียเข้าระบบน้ำเสีย 50 มก. /ลิตร

2.5.4 ขยะ

ปริมาณขยะ 50-60 ตัน/วัน อัตราเพิ่มของขยะเฉลี่ยปีละ 5.8-6%

รถยนต์ที่ใช้เก็บขยะ รวม 10 คัน แยกเป็น (แยกตามขนาดความจุขยะ)

รถยนต์คันที่ 1 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 3.05 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2538

รถยนต์คันที่ 2 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2539

รถยนต์คันที่ 3 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2540

รถยนต์คันที่ 4 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2540

รถยนต์คันที่ 5 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 19 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2541

รถยนต์คันที่ 6 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2542

รถยนต์คันที่ 7 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2543

รถยนต์คันที่ 8 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 12 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2544

รถยนต์คันที่ 9 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 10 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2545

รถยนต์คันที่ 10 รถเก็บขนขยะ ขนาดความจุ 3.05 ลบ.ม. ซื้อเมื่อ พ.ศ. 2546

DPU

ขยะที่เก็บขนได้ จำนวน 50-60 ตัน/วัน

ขยะที่กำจัดได้ จำนวน 50-60 ตัน/วัน

กำจัดขยะโดยวิธีเผาในเตาเผาขยะ ที่เตาเผาขยะของเทศบาลเมืองภูเก็ตปัจจุบันเทศบาลเมืองป่าตอง ไม่มีที่กำจัดขยะที่ถูกสุขลักษณะ ต้องนำขยะไทกำจัดในเขตเทศบาลเมืองภูเก็ต ห่างจากเขตเทศบาลเมืองป่าตอง 19 กม. ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นประมาณ 50-60 ตัน/วัน เทศบาลมีรถเก็บขยะจำนวน 10 คัน พนักงานเก็บขนขยะ 43 คน พนักงานเก็บกวาดขยะ 24 คน มีความสามารถในการเก็บขนขยะ 50-60 ตัน/วัน นอกจากนี้ยังมีงานที่เกี่ยวเนื่องกับการรักษาความสะอาด อื่นๆ เช่น การดูดสิ่งปฏิกูล มีรสดูดสิ่งปฏิกูล จำนวน 2 คัน มีรถกวาดหาด จำนวน 1 คัน มีรถดูดฝุ่น จำนวน 1 คันและรถสุขาเคลื่อนที่ จำนวน 1 คัน สำหรับในปีงบประมาณ 2547 จะจัดซื้อรถบรรทุกขยะขยะแบบเทท้าย ชนิด 6 ล้อ จำนวน 2 คัน และรถดูดฝุ่นขนาดเล็กแบบมีหลังคาสำหรับกวาดทางเท้า จำนวน 1 คัน

2.6 ด้านการเมือง - การบริหาร

2.6.1 องค์กรบริหาร และส่วนการบริหาร

2.6.1.1 องค์กรบริหารของเทศบาลเมืองป่าตอง ประกอบด้วย

1.สภาเทศบาล ทำหน้าที่นิติบัญญัติ และควบคุมฝ่ายบริหารประกอบด้วย สมาชิกซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยราษฎรผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาล จำนวน 18 คน อยู่ในตำแหน่งคราวละ 4 ปี สภาเทศบาลมีประธานสภาคนหนึ่ง และรองประธานคนหนึ่ง ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจากสมาชิกสภาเทศบาลตามมติของสภาเทศบาล

2.นายกเทศมนตรี ทำหน้าที่ควบคุมและรับผิดชอบในการบริหารราชการของเทศบาล และเป็นผู้บังคับบัญชาพนักงานเทศบาลและลูกจ้างเทศบาล ซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของราษฎร ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาล อยู่ในตำแหน่งคราวละ 4 ปี และนายกเทศมนตรีเป็นผู้แต่งตั้งรองนายก เทศมนตรี ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี และเลขานุการนายกเทศมนตรี โดยมีรองนายกเทศมนตรีเป็นผู้ช่วยเหลือในการบริหารราชการของเทศบาลตามที่นายกเทศมนตรีมอบหมาย เทศบาลเมืองป่าตองมี รองนายกเทศมนตรี 3 คน ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี 2 คน และเลขานุการนายกเทศมนตรี 1 คน

เนื่องจากพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลเมืองป่าตอง พ.ศ. 2545 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่มที่ 119 ตอนที่ 100 ก ลงวันที่ 4 ตุลาคม 2545 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม 2545 เป็นต้นไป ทำให้ฐานะของเทศบาลตำบลป่าตองเปลี่ยนแปลงเป็น “เทศบาลเมืองป่าตอง” อีกทั้งเป็นระยะเวลาที่ครบวาระการดำรงตำแหน่งของคณะเทศมนตรีและสมาชิกสภาเทศบาลชุดเดิม (วันที่ 3 ตุลาคม 2545) ประกอบกับพระราชบัญญัติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2543 มาตรา

21(2) บัญญัติว่า ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงฐานะเทศบาลตำบลแห่งใดเป็นเทศบาลเมือง ก่อนถึงวันที่ 1 มกราคม 2550 ให้ดำเนินการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรี ตามบทที่ 2 ทวิ นายกเทศมนตรีในคราวเดียวกัน ทำให้เทศบาลเมืองป่าตองต้องจัดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรี (การเลือกตั้งทั่วไป) ในวันเสาร์ที่ 16 พฤศจิกายน 2545 หลังจากประกาศผลการเลือกตั้งแล้วได้มีการร้องคัดค้านต่อศาลจังหวัดภูเก็ตว่าได้รับเลือกตั้งนั้นได้รับเลือกตั้งโดยมิชอบ และศาลศาลจังหวัดภูเก็ตได้มีคำสั่ง เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2546 ว่านายกเทศมนตรีเมืองป่าตองและสมาชิกสภาเทศบาลได้รับการเลือกตั้งโดยมิชอบ ทำให้สมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรีเมืองป่าตองที่ได้รับการเลือกตั้งครั้งนั้นทุกคนสิ้นสุดสมาชิกภาพลง จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เทศบาลเมืองป่าตองจำเป็นต้องจัดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรีเมืองป่าขึ้นใหม่ ตามพระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ.2545 มาตรา ๗ กำหนดว่าการเลือกตั้งต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จ ภายใน 60 วัน หลังจากสมาชิกสภาท้องถิ่น หรือผู้บริหารท้องถิ่นพ้นจากตำแหน่งเพราะเหตุอื่นนอกจากออกตามวาระ แต่ในวรรคสองของมาตรานี้ กำหนดให้คณะกรรมการเลือกตั้งอาจมีคำสั่งให้ขยายหรือย่นระยะเวลาได้ ในครั้งนี้คณะกรรมการการเลือกตั้งได้กำหนดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรีเมืองป่าตอง หลังประกาศเขตเลือกตั้งเรียบร้อยแล้ว 60 วัน โดยเทศบาลเมืองป่าตองได้จัดให้มีการเลือกตั้งขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 8 กุมภาพันธ์ 2547 แต่ปรากฏว่าคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ไม่รับรองผลการเลือกตั้งและได้กำหนดให้เทศบาลเมืองป่าตองจัดให้มีการเลือกตั้งใหม่ในวันที่ 20 มิถุนายน 2547 ซึ่งกกต.ได้รับรองผลการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2547 สมาชิกสภาเทศบาลเมืองป่าตองยุคปัจจุบัน

1.นายรักษ์ศักดิ์	หนูเชต	ประธานสภาเทศบาล
2.นายเจริญ	ขวัญยืน	รองประธานสภาเทศบาล
3.นายมานะ	พันธ์ฉลาด	สมาชิกสภาเทศบาล
4.นายมาโนด	ทองหอม	สมาชิกสภาเทศบาล
5.นายสุรศักดิ์	จำนงรักษ์	สมาชิกสภาเทศบาล
6.นายอัมรินทร์	ศรัยสกุล	สมาชิกสภาเทศบาล
7.นายธานินทร์	อรรถทรัพย์	สมาชิกสภาเทศบาล
8.นายประสบ	ประทีป ณ กลาง	สมาชิกสภาเทศบาล
9.นายประสิทธิ์	ช่างเหล็ก	สมาชิกสภาเทศบาล
10.นายพฤษภาคม	เศรษฐ์ทอง	สมาชิกสภาเทศบาล
11.นายวีระพงศ์	ทองหอม	สมาชิกสภาเทศบาล

12.นายทวิช โสพส สมาชิกสภาเทศบาล
13.นายมานพเถื่อนถิ่น สมาชิกสภาเทศบาล
14.นายสุทธิกาญจน์ กาญจนะ สมาชิกสภาเทศบาล
15.นางสาวบรรยงค์ เก็บทรัพย์ สมาชิกสภาเทศบาล
16.นายศิริพงษ์ กิจดำเนิน สมาชิกสภาเทศบาล
17.นายมานิจ อยู่เย็น สมาชิกสภาเทศบาล
18.นายสายชล สมบัติ สมาชิกสภาเทศบาล

นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรี ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี และเลขานุการนายกเทศมนตรี ของเทศบาลเมืองป่าตองยุคปัจจุบัน

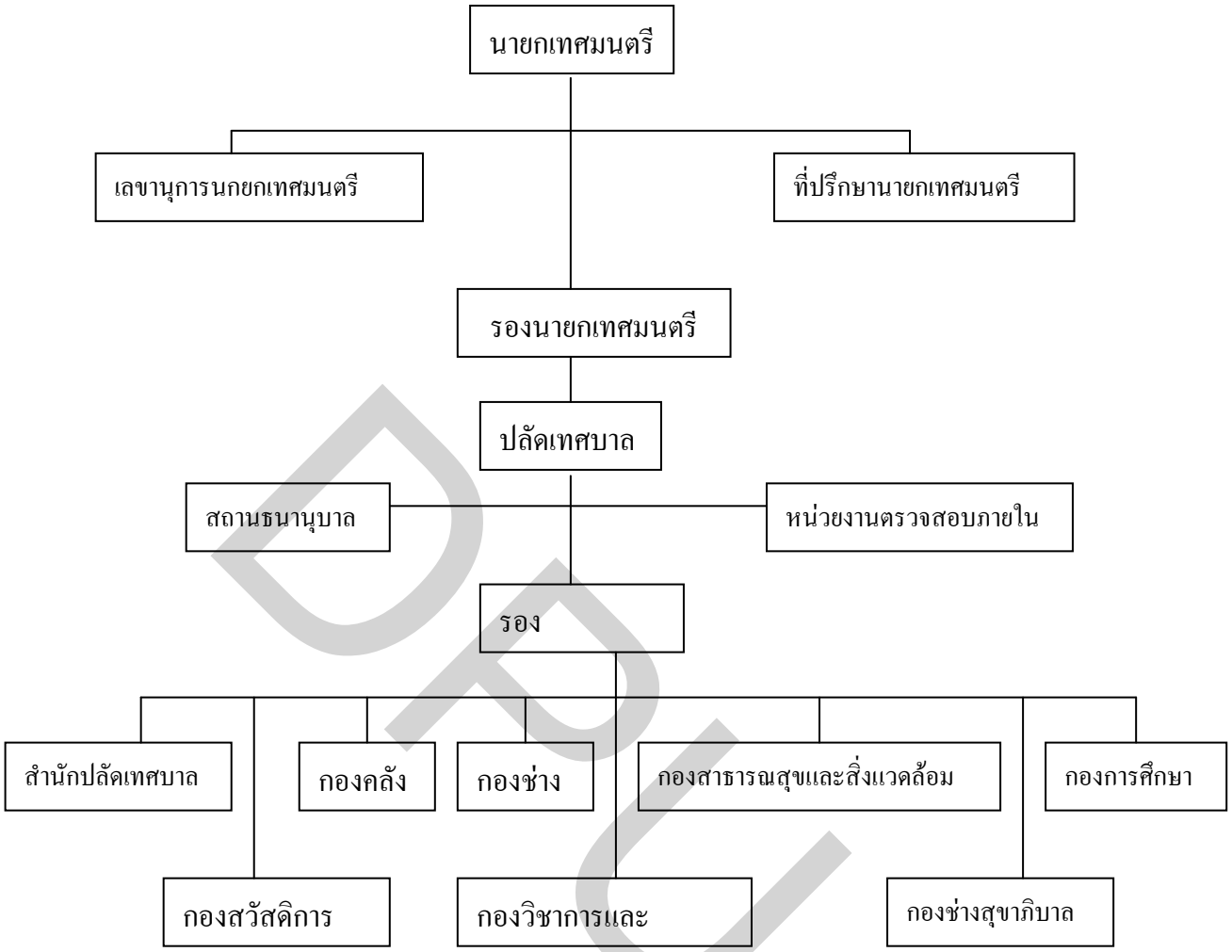
1.นายเปี่ยน กี่สิ้น นายกเทศมนตรี
2.นายสมชาย บุรารักษ์ รองนายกเทศมนตรี
3.นายชัยรัตน์สุขบาล รองนายกเทศมนตรี
4.นายวรนาถ ทองย่น รองนายกเทศมนตรี
5.นางอัมพร มณีศรี ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี
6.นายสมชาติ สมนาม ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี
7.นางสาวอุทุมพร ชูแก้ว เลขานุการนากยกเทศมนตรี

2.6.2 โครงการและอัตรากำลังในการบริหารงานของเทศบาลเมืองป่าตอง

ส่วนการบริหารของเทศบาลเมืองป่าตอง แบ่งเป็น สำนักปลัดเทศบาล กองวิชาการและแผนงาน กองคลัง กองช่าง กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม กองการศึกษา กองสวัสดิการสังคม กองช่างสุขาภิบาล และหน่วยงานตรวจสอบภายใน มีเทศพาณิชย์ 1 แห่ง คือ สถานธนานุบาล ทั้งนี้ มีปลัดเทศบาลเป็นผู้บังคับบัญชา และรับผิดชอบงานประจำทั่วไปของเทศบาล

DPU

โครงสร้างการบริหารเทศบาลเมืองป่าตอง



ที่มา : สำนักปลัดเทศบาล เทศบาลเมืองป่าตอง

ปัจจุบันมีอัตรากำลังทั้งสิ้น 362 คน แบ่งเป็นพนักงานเทศบาล 79 คน ลูกจ้างประจำ 38 คน และลูกจ้างชั่วคราว 245 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กันยายน 2547)

2.6.3 การคลัง ของเทศบาลเมืองป่าตอง

ในปีงบประมาณ 2546 เทศบาลเมืองป่าตอง มีรายรับทั้งสิ้น 216,980,111.60 บาท แยกเป็นรายรับที่ได้จากภาษีอากรที่จัดเก็บโดยท้องถิ่น 42,456,982.17 บาท รายรับที่ได้จากภาษีอากรที่รัฐบาลจัดเก็บแล้วจัดสรรให้ 80,387,990.26 บาท รายรับที่ไม่ใช่ภาษีอากร 16,107,957.75 บาท รายรับที่เป็นเงินอุดหนุนจากภาครัฐ 63,278,623.12 บาท และเงินได้อื่นๆ 14,748,558.30 บาท ในส่วนของรายจ่ายจริงในปีงบประมาณ 2546 เทศบาลเมืองป่าตองมีรายจ่ายทั้งสิ้น 156,952,007.64

บาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบรายรับและรายจ่ายระหว่างปีงบประมาณต่างๆ ที่ผ่านมาของเทศบาลเมืองป่าตองแล้วจะเห็นได้ว่าอยู่ในสัดส่วนที่น่าพอใจ

- รายรับ การบริหารรายรับในปีงบประมาณที่ผ่านมา ปีงบประมาณ 2546 เปรียบเทียบกับปีงบประมาณ 2544 และปีงบประมาณ 2545 รายละเอียดตามตาราง

ตารางเปรียบเทียบรายรับของเทศบาลเมืองป่าตอง ปีงบประมาณ 2544-2546

รายการ	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546
ภาษีอากรที่จัดเก็บโดยท้องถิ่น			
1. ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	32,736,617.10	37,425,196.55	38,479.691.50
2. ภาษีบำรุงท้องที่	66,136.71	153,498.45	60,373.67
3. ภาษีป้าย	3,513,986.00	3,749,814.00	3,916,917.00
รวม	36,316,739.81	41,328,509.00	42,456,982.17
ภาษีอากรที่จัดเก็บแล้วจัดสรร			
1. ภาษีมูลค่าเพิ่ม	813,200.00	9,667,868.54	38,800,487.90
2. ภาษีสรรพสามิต	2,008,951.00	2,352,669.37	4,008,156.99
3. ภาษีสุรา	472,674.00	720,819.77	1,096,904.77
4. ภาษีและค่าธรรมเนียมรถยนต์และล้อเลื่อน	15,774,877.00	15,157,074.97	9,315,564.98
5. ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม	21,983,433.00	23,157,074.97	27,086,590.00
ที่ดิน	-	727.50	-
6. ค่าบำรุงเทศบาล	-	24,726.27	46,801.99
7. ค่าภาคหลวงปิโตรเลียม	-	19,538.59	33,483.63
8. ค่าภาคหลวงแร่			
รวม	41,008,135.00	51,476,533.22	80,387,990.26
รายได้ที่ไม่ใช่ภาษีอากร			
1. ค่าธรรมเนียม ค่าปรับ ค่าใบอนุญาต	7,671,957.43	11,361,981.62	13,051,797.70
2. รายได้จากทรัพย์สิน	3,539,425.12	799,103.96	929,890.91
3. รายได้เบ็ดเตล็ด	1,446,636.10	1,354,897.00	2,115,216.00
4. รายได้จากสาธารณูปโภคและการพาณิชย์	-	-	11,053.14
รวม	12,658,018.65	13,515,982.58	16,107,57.75
รวมรายรับที่ไม่รวมเงินอุดหนุน	89,982,893.46	106,321,024.80	138,952,930.18

DPU

เงินอุดหนุนจากภาครัฐ			
1. เงินอุดหนุนทั่วไป	2,992,150.00	40,109,327.46	30,195,079.12
2. เงินอุดหนุนเฉพาะกิจเทศบาล	637,909.00	14,470,000.00	33,083,544.00
รวม	28,788,961.35	54,668,302.46	63,278,623.12
รวมรายรับที่รวมเงินอุดหนุน	118,771,954.81	160,989,327.26	202,231,553.30
เงินได้อื่นๆ			
1. เงินกู้	-	-	-
2. เงินสะสมจ่ายขาด	29,277,777.00	15,541,700.00	14,748,558.30
รวม	29,277,777.00	15,541,700.00	14,748,558.30
รวมรายรับทั้งสิ้น	148,049,631.81	176,531,027.26	216,980,111.60

ที่มา : กองคลัง เทศบาลเมืองป่าตอง

- รายจ่าย จากข้อมูลรายจ่ายที่ผ่านมา เทศบาลมีงบประมาณเพื่อการลงทุนเปรียบเทียบกับรายจ่ายประจำอยู่ในสัดส่วนที่น่าพอใจ โดยมีรายละเอียดรายจ่ายประเภทต่างๆ ตามตาราง

ตารางแสดงรายจ่ายประเภทต่างๆ ของเทศบาลเมืองป่าตอง พ.ศ. 2544-2546

ประเภทรายจ่าย	พ.ศ. 2544	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546
1. รายจ่ายงบกลาง	3,318,839.63	8,819,752.79	7,307,507.59
2. เงินเดือน, ค่าจ้างประจำและค่าจ้างชั่วคราว	19,896,308.45	23,021,466.35	23,600,889.12
3. ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย และค่าวัสดุ	22,088,249.92	26,660,972.77	37,125,186.32
4. ค่าครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง	6,875,584.00	8,820,345.40	6,325,368.20
5. เงินอุดหนุนเงินอื่นๆ และสาธารณูปโภค	2,437,709.71	4,252,473.96	4,985,946.14
6. รายจ่ายพิเศษ (รายจ่ายอื่น)	57,704,857.23	66,616,465.08	77,607,110.27
6.1 เงินอุดหนุนเฉพาะกิจ	24,353,627.00	14,470,000.00	32,663,472.97
6.2 เงินสะสม (จ่ายขาด)	29,277,777.00	15,541,700.00	14,748,558.30
6.3 เงินกู้	-	-	-
6.4 อื่นๆ เงินอุดหนุนทั่วไป	2,630,268.88	36,515,790.08	30,195,079.00
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	112,321,548.94	138,191,476.35	156,952,007.64

ที่มา : กองคลัง เทศบาลเมืองป่าตอง

DPU

ตารางเปรียบเทียบรายรับ-รายจ่าย ระหว่างปีงบประมาณ 2544-2546
ของเทศบาลเมืองป่าตอง

ปีงบประมาณ ประเภท	2544	2545	2546	หมายเหตุ
1. รายรับ	148,049,631.81	176,531,027.26	216,980,111.60	
2. รายจ่าย	112,321,548.94	138,191,476.35	156,952,007.64	

2.6.4 การดำเนินกิจการพาณิชย์ของเทศบาลเมืองป่าตอง

เทศบาลเมืองป่าตอง มีสถานธนานุบาล จำนวน 1 แห่ง ซึ่งเปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2545 เพื่อเป็นการช่วยเหลือคนยากจน จะได้ไม่ต้องไปกู้ยืมเงินจากเอกชนโดยเสียดอกเบี้ยในอัตราสูง และเป็นการช่วยเหลือสงเคราะห์ประชาชนผู้มีรายได้น้อยได้มีเงินทุนหมุนเวียน การใช้จ่ายโดยในปีงบประมาณ 2546 ใช้เงินทุนหมุนเวียนรับจำนำ-ไถ่ถอน มีดังนี้

ทรัพย์รับจำนำ จำนวน 9,103 ราย เป็นเงิน 50,250,450.00 บาท
ทรัพย์ไถ่ถอน จำนวน 7,409 ราย เป็นเงิน 41,061,450.00 บาท
ดอกเบี้ยรับจำนำ เป็นเงิน 1,294,914.50 บาท
กำไรจากการจำหน่ายทรัพย์หลุดเป็นสิทธิ เป็นเงิน 365,647.00 บาท
สรุปงบดุล กำไรสะสมปี 2546 เป็นเงิน 732,068.04 บาท

ในขณะนี้ สถานธนานุบาลฯ ใช้เงินทุนหมุนเวียนจำนวน 20,000,000 บาท โดยเฉลี่ยประชาชนที่มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นทุกปี และในปีงบประมาณ 2548 สถานธนานุบาลฯ จะต้องเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนในการรับจำนำ จำนวน 5,000,000 บาท จึงจะเพียงพอ โดยยืมจาก เงินสะสมเทศบาล

ผลที่ได้รับจากกิจการสถานธนานุบาลฯประชาชนได้ใช้บริการโรงรับจำนำในอัตราดอกเบี้ยที่ถูกช่วยบรรเทาความเดือนร้อนรวมทั้งแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ประชาชนเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานบุคคลและการบริหารกิจการสถานธนานุบาลให้มีประสิทธิผลเพิ่มขึ้นกำไรสะสมจากการดำเนินกิจการ จะกลับมาพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไป

บทบาทการมีส่วนร่วมทางการเมือง

จากสถิติการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรีเมืองป่าตองเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2547 มีผู้มาสมัครสมาชิกสภาเทศบาลเขตเลือกตั้งที่ 1 จำนวน 12 คน เขตเลือกตั้งที่ 2 จำนวน 14 คน เขตเลือกตั้งที่ 3 จำนวน 13 คน และมีผู้สมัครนายกเทศมนตรีจำนวน 2 คน จำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด 9,213 คน จำนวนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้ง 5,997 คน คิดเป็นร้อยละ 65.09 ของจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด ผู้ได้รับเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลที่ได้คะแนนสูงสุด เขตเลือกตั้งที่ 1 จำนวน 1,139 คะแนน เขตเลือกตั้งที่ 2 จำนวน 873 คะแนน เขตเลือกตั้งที่ 3 จำนวน 749 คะแนน ผู้ได้รับเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลที่ได้คะแนนต่ำสุดเขตเลือกตั้งที่ 1 จำนวน 780 คะแนน เขตเลือกตั้งที่ 2 จำนวน 38 คะแนน เขตเลือกตั้งที่ 3 จำนวน 47 คะแนน ผู้ได้รับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีที่ได้คะแนนสูงสุด จำนวน 2,934 คะแนน ผู้ได้รับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีที่ได้คะแนนต่ำสุดจำนวน 2,787 คะแนน

จำนวนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้ง 5,997 คน คิดเป็นร้อยละ 65.09 แยกเป็น

จำนวนบัตรเสีย 153 บัตร คิดเป็นร้อยละ 2.55

จำนวนผู้มาแสดงตนขอใช้สิทธิ แต่ไม่ลงคะแนน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 2.05

ที่มา : สำนักปลัดเทศบาล เทศบาลเมืองป่าตอง

2.6.6 การอำนวยการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และสวัสดิการของประชาชนเทศบาลเมืองป่าตอง มีงานรักษาความสงบเรียบร้อยและความมั่นคง (งานเทศกิจ) งานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยสังกัดสำนักปลัดเทศบาล เป็นหน่วยงานหลักในการอำนวยความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ร่วมกับตำรวจจากสถานีตำรวจภูธรอำเภอกะทู้ตำรวจท่องเที่ยว โดยมีสายตรวจองเทศกิจดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเขตเทศบาล การจัดระเบียบชายหาดป่าตอง มีการจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริเวณชายหาดร่วมกับสำนักตรวจคนเข้าเมืองตำรวจท่องเที่ยวเป็นต้น นอกจากนี้ในฤดูมนสุม เทศบาลร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ตได้จัดโครงการป้องกันและแก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวจมน้ำในช่วงฤดูมรสุม (Beach Guard) เพื่อดูแลความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในการลงเล่นน้ำบริเวณหาดป่าตองด้วย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล จิตติมาแก้วแท้

ประวัติการศึกษา มัธยมศึกษา
โรงเรียนสตรีวัดระฆัง

ปริญญาตรี (ศิลปศาสตรบัณฑิต)
สาขานิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต

DPU