หัวข้อวิทยานิพนธ์	การรับรู้คุณค่าและทัศนคติของประชาชนที่มีต่ออัตลักษณ์และสัญลักษณ์ประจำเมืองพัทยา
คำสำคัญ	การรับรู้คุณค่า / ทัศนคติ / อัตลักษณ์เมือง / สัญลักษณ์เมือง / พัทยา / อาร์ตทอย
ชื่อนักศึกษา	ธนพัฒน์ ล้อสิริไพบูลย์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริยา อาห์ลุวาเลีย
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการรับรู้คุณค่าและทัศนคติต่ออัตลักษณ์และสัญลักษณ์ของเมืองพัทยา และเพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณค่าอัตลักษณ์เมืองพัทยาที่มีต่อทัศนคติต่ออัตลักษณ์เมืองพัทยา เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองพัทยาอย่างน้อย 1 ปี จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การทดสอบความแปรปรวนจำแนกทางเดียว One-Way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอย Regression Analysis เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.00 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 27.75 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.50 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 26.50 และอาศัยอยู่ในพื้นที่ 1-3 ปี ร้อยละ 34.75

ในส่วนของผลการศึกษาการรับรู้และทัศนคติ พบว่า การรับรู้คุณค่าอัตลักษณ์เมืองพัทยาในภาพรวมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านภูมิทัศน์และธรรมชาติ, ด้านวัฒนธรรมและประเพณี, ด้านความบันเทิงและวิถีชีวิต, ด้านประวัติศาสตร์และรากเหง้า หรือด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม ล้วนอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านประวัติศาสตร์และรากเหง้า และด้านภูมิทัศน์และธรรมชาติ ได้รับการรับรู้คุณค่าสูงที่สุด ด้านทัศนคติต่ออัตลักษณ์เมืองพัทยา โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด คือ การชูอีเวนต์ศิลปะและการแสดงร่วมสมัย ในส่วนของการรับรู้คุณค่าสัญลักษณ์ประจำเมืองพัทยา พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างรับรู้คุณค่าต่อสัญลักษณ์ที่เป็นแลนด์มาร์กสำคัญของเมืองสูงที่สุด สำหรับทัศนคติต่อสัญลักษณ์เมืองพัทยา พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งสะท้อนการตอบรับที่ดีมาก

SPU CHONBURI

โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการพัฒนาของที่ระลึกในรูปแบบอาร์ตทอย ซึ่งได้รับคะแนนทัศนติในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสูงที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณค่าอัตลักษณ์เมืองพัทยา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่ออัตลักษณ์เมืองพัทยา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณค่าสัญลักษณ์ประจำเมืองพัทยา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อสัญลักษณ์ประจำเมืองพัทยา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 5) การรับรู้คุณค่าอัตลักษณ์เมืองพัทยามีอิทธิพลต่อทัศนคติต่ออัตลักษณ์เมืองพัทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นผลเชิงบวก

SPU CHONBURI

Thesis Title	Perceived value and attitude of people toward identity and symbolic of pattaya city
Keywords	Perceived Value / Attitudes / City Identity / City Symbols / Pattaya / Art Toy
Student	Thanapat Lorsiripaiboon
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Pariya Ahluwalia
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2025

ABSTRACT

The objective of this research was to study the differences among demographic characteristics regarding perceived value and attitudes towards Pattaya City's identity and symbols, and to study the influence of the perceived value of Pattaya's identity on attitudes towards Pattaya's identity. It was quantitative research. Data were collected by survey research from 400 participants who have resided in Pattaya City for at least one year. Statistics used to analyze the data included One-Way ANOVA and Regression Analysis to test the hypotheses.

The findings revealed that most were male or 52.00 percent, most of them were between 31-40 years old or 27.75 percent, most of them were educated at the bachelor's level or 53.50 percent, most of them were employed as employees of private companies or 26.50 percent, and most of them had lived in the area for 1-3 years or 34.75 percent.

The perception of the value of Pattaya's identity in all aspects, including landscape and nature, culture and traditions, entertainment and lifestyle, history and roots, and infrastructure and transportation, was found to be at a high level. Specifically, the aspects of history and roots and landscape and nature received the highest perceived value. Attitudes towards Pattaya's identity were generally at a level of agreement. The promotion of contemporary art and performance events was the issue with the strongest agreement. The perceived value of Pattaya's city symbols was found to be at a high level overall, with key city landmarks receiving the highest perceived value. Attitudes towards the city symbols were found to be at a strong agreement level overall. This reflected a very

SPU CHONBURI

good response, especially for the development of souvenirs in the form of art toys, which received the highest agreement score.

The results of the hypothesis testing revealed that 1) The sample groups with different demographic characteristics had different perceptions of the value of Pattaya's identity, with statistical significance at the 0.05 level, 2) The sample groups with different demographic characteristics had different attitudes towards Pattaya's identity, with statistical significance at the 0.05 level, 3) The sample groups with different demographic characteristics had different perceptions of the value of Pattaya's city symbols, with statistical significance at the 0.05 level, 4) The sample groups with different demographic characteristics had different attitudes towards Pattaya's city symbols, with statistical significance at the 0.05 level, and 5) The perceived value of Pattaya's identity had a positive influence on attitudes towards Pattaya's identity with statistical significance at the 0.05 level.

SPU CHONBURI