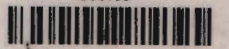




ห้องสมุดการทองเที่ยว

T06753



หอการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ลงทุน

ผลการศึกษา และวิเคราะห์ที่สถาบันการลงโฆษณา

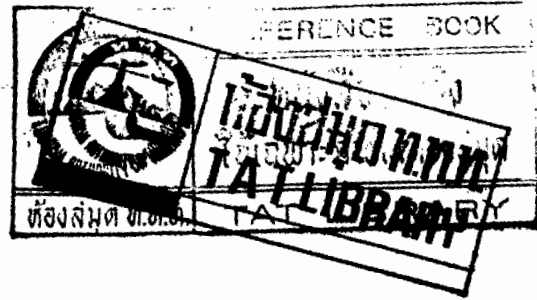
ธุรกิจการพิมพ์ไทย

ภาคแรก

โดย

ดร. รุ่งเรือง วัฒนศิริประเสริฐ

เลขที่ 2533



ผลการศึกษา และวิเคราะห์สถานการณ์การลงทุนของ  
ธุรกิจการท่องเที่ยว  
ภาคเหนือ

เสนอต่อ  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โดย  
สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ร่วมกับ  
บริษัท ซี.เอส.เอ็น. แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด

เมษายน 2533

	หน้า
บทนำ	
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	
จังหวัด เชียงใหม่	1-33
1. ลักษณะโดยทั่วไปของจังหวัด	1
1.1 ลักษณะทางกายภาพ	
1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม	
2. บทบาทของจังหวัดเชียงใหม่	5
2.1 การเป็นศูนย์กลางความเจริญ	
2.2 ดัชนีภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	
3. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	6
3.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ	
3.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อสารมวลชน	
4. สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	19
4.1 จากการประมาณการ	
4.2 จากการสำรวจ	
5. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดเชียงใหม่	30
5.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	
5.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูล การวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ	
5.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดเชียงใหม่	

## สารบัญ

	หน้า
จังหวัด เชียงราย	34-68
1. ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัด	34
1.1 ลักษณะทางกายภาพ	
1.2 ระบบ โครงข่ายคมนาคม	
2. บทบาทของจังหวัด เชียงราย	36
2.1 การเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ	
2.2 ศักยภาพและข้อจำกัด ในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	
3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว	37
4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	38
4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ	
4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อมวลชน	
5. สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงราย	53
5.1 จากการประมาณการ	
5.2 จากการสำรวจ	
6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัด เชียงราย	64
6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	
6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูล การวางแผน และการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ	
6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัด เชียงราย	

สารบัญ

	หน้า
จังหวัด สุโขทัย	69-109
1. ลักษณะโดยทั่วไปของจังหวัด	69
1.1 ลักษณะทางกายภาพ	
1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม	
2. บทบาทของจังหวัดสุโขทัย	72
2.1 การเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ	
2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	
3. นโยบาย เป้าหมาย และรูปแบบของการพัฒนา	74
4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	73
4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ	
4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อสารมวลชน	
5. สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย	93
5.1 จากการประมาณการ	
5.2 จากการสำรวจ	
6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดสุโขทัย	106
6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	
6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูล การวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ	
6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดสุโขทัย	

## สารบัญ

	หน้า
จังหวัด พิษณุโลก	149-180
1. ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัด	149
1.1 ลักษณะทางกายภาพ	
1.2 ระบบ โครงข่ายคมนาคม	
2. บทบาทของจังหวัดพิษณุโลก	152
2.1 การ เป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ	
2.2 ศักยภาพและข้อจำกัด ในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	
3. นโยบาย เป้าหมาย และรูปแบบของการพัฒนา	153
4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	155
4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ	
4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อสารมวลชน	
5. สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก	167
5.1 จากการประมาณการ	
5.2 จากการสำรวจ	
6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดพิษณุโลก	177
6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	
6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูล การวางแผน และการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ	
6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดพิษณุโลก	

## คำอธิบายความหมาย

### 1. ธุรกิจที่พักแรม

- : ขนาด A = ที่พักแรมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 200 คน
- ขนาด B = ที่พักแรมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 200 คน
- ขนาด C = ที่พักแรมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 100 คน

### 2. ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

- : ขนาด A = รองรับลูกค้าได้มากกว่า 200 คน
- ขนาด B = รองรับลูกค้า 101-200 คน
- ขนาด C = รองรับลูกค้าไม่เกิน 100 คน

### 3. ธุรกิจขายของที่ระลึก

- : ขนาด A = ร้านที่มีขนาดมากกว่า 2 คูหา
- ขนาด B = ร้านที่มีขนาด 2 คูหา
- ขนาด C = ร้านที่มีขนาด 1 คูหา

### 4. ธุรกิจจัดนำเที่ยว

- : ขนาด A = ธุรกิจที่มีจำนวนไกด์ประจำตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป
- ขนาด B = ธุรกิจที่มีจำนวนไกด์ประจำตั้งแต่ 3-9 คน
- ขนาด C = ธุรกิจที่มีจำนวนไกด์ประจำน้อยกว่า 3 คน

### 5. ธุรกิจสินค้านานาชาติ

- : ขนาด A = ธุรกิจที่รองรับคนได้ตั้งแต่ 200 คนขึ้นไป
- ขนาด B = ธุรกิจที่รองรับคนได้ตั้งแต่ 100-199 คน
- ขนาด C = ธุรกิจที่รองรับคนได้น้อยกว่า 100 คน

## บทนำ

บทบาทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยค่อนข้างสูง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่นำเงินตราเข้ามาสู่ประเทศในเกณฑ์ที่สูงเสมอมา โดยเฉพาะ ในช่วงที่ประเทศไทยต้องประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากการที่ภาวะเศรษฐกิจของโลกโดยทั่วไปตกต่ำสินค้าส่งออกของประเทศทั้งในภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมต้องประสบปัญหาหนี้บวการ ทำให้การส่งออกของสินค้าลดลงเป็นจำนวนมากทั้งในทางปริมาณและมูลค่าแต่ในขณะเดียวกัน รายได้จากการท่องเที่ยวกลับเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ในฐานะที่เป็นแหล่งรายได้ที่นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสูงที่สุด

รัฐบาลได้เล็งเห็นบทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยส่วนรวม ซึ่งนอกจากความสำคัญในการช่วยลดปัญหาทางด้านดุลการค้าและการชำระเงินของประเทศแล้ว ยังมีความสำคัญในทางการสร้างงานอาชีพ การกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ท้องถิ่นด้วย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2530-2535) ซึ่งเป็นฉบับที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ได้บรรจุเรื่องการพัฒนาและขยายบทบาทของการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาระบบการผลิต การตลาด และการสร้างงาน โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ประการ คือ "บรรเทาปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลบัญชีเดินสะพัด" และ "เพิ่มการหารายได้เงินตราต่างประเทศ และเพิ่มโอกาสการจ้างงานให้ผู้มีการศึกษาในเมือง"

ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนอกจากการรณรงค์เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศ และการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวในประเทศ เดินทางท่องเที่ยวให้มากขึ้นแล้วยังจำเป็นที่จะต้องพยายามชักจูงให้นักท่องเที่ยวพำนักอยู่นานวันขึ้น และมีการใช้จ่ายมากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาอุปทานทางการท่องเที่ยวไว้คอยอำนวยความสะดวกสนองความต้องการและรสนิยมของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นระบบที่ครบวงจรและมีรูปแบบที่เหมาะสมสามารถสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ



เพื่อให้เป็นการตอบสนองแนวทางในการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ที่มุ่งจะปรับปรุงโครงสร้างการผลิตของประเทศ โดยมุ่งแก้ไขสภาพมิให้ชุมชนแต่ละชุมชนพึ่งพิงรายได้จากผลผลิตการเกษตรแต่เพียงอย่างเดียว แต่พยายามใช้ทรัพยากรหรือความสามารถที่มีอยู่แล้วในแต่ละท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ตลอดจนสนับสนุนการเพิ่มรายได้และการจ้างงานให้กับประชาชนด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงมีความประสงค์ที่จะทำการสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีการลงทุนในกิจการประเภทต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ และเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มากขึ้น จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาข้อมูล และหาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นความรู้พื้นฐานในการกำหนดแนวทาง และรูปแบบในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความจำเป็น และความต้องการ และสอดคล้องกับรสนิยมของนักท่องเที่ยว ตลอดจนความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจบางประเภทที่กำลังมีบทบาทสำคัญเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการสนับสนุนและให้การปรึกษาแนะนำแก่ภาคเอกชน ที่มีกำลังความสามารถและมีความสนใจที่จะลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว

รายงานวิจัยนี้ สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับ บริษัท ซี. เอส. เอ็น. แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด จัดทำขึ้นเพื่อรองรับวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยรายงานวิจัยนี้ ประกอบด้วยการศึกษา 2 เล่ม กล่าวคือ เล่มแรกเกี่ยวกับการสำรวจและรวบรวมข้อมูลของธุรกิจการท่องเที่ยวที่อยู่ในปัจจุบัน และเล่มที่สอง เป็นรายงานผลการศึกษา และวิเคราะห์การลงทุนของธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญ

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ บริษัท ซี. เอส. เอ็น. แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด ขอขอบคุณการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องที่ได้มอบความไว้วางใจ ให้ได้มีส่วนร่วมในภารกิจที่สำคัญนี้ และขอขอบคุณบรรดาหน่วยงานในภาครัฐบาล และภาคเอกชน ที่ได้ช่วยอนุเคราะห์ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เพื่อให้ได้ความรู้พื้นฐานในการกำหนดแนวทาง และรูปแบบของการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับบริบทและความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจที่กำลังมีบทบาทสำคัญเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการสนับสนุนให้การปรึกษาแนะนำการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวของภาคเอกชนต่อไป การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมีดำริให้จัดทำโครงการวิจัยรวบรวมและศึกษาสถานะการลงทุนของธุรกิจท่องเที่ยวที่สำคัญขึ้น โดยกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

### I วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- เพื่อรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดของธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในแต่ละภูมิภาค โดยครอบคลุมด้านการบริหารและสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภท ที่ดำเนินอยู่แล้วโดยภาคเอกชนอย่างชัดเจน และจัดเป็นหมวดหมู่ ตามขนาดของธุรกิจแต่ละประเภท
- เพื่อศึกษาศักยภาพ และความเป็นไปได้เบื้องต้นทางด้านการลงทุน ตลอดจนแนวโน้มรูปแบบการลงทุน ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการชี้แนะ และสนับสนุนการลงทุนแก่ภาคเอกชน ให้มีระดับมาตรฐานตรงต่อความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่องในระยะยาว
- เพื่อสนับสนุนแนวทางการพัฒนาประเทศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ที่มุ่งจะปรับปรุงโครงสร้างการผลิตของประเทศ โดยมีมุ่งแก้ไขสภาพ มีให้ชุมชนแต่ละชุมชน มีรายได้จากผลผลิตทางการเกษตรแต่เพียงอย่างเดียว

## II ขอบเขตของการศึกษา

1. พื้นที่การศึกษาจะต้องคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละภูมิภาค ดังนี้

ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร พัทธยา/ชลบุรี ระยอง กาญจนบุรี เพชรบุรี  
ประจวบคีรีขันธ์ ออยุธยา

ภาคเหนือ เชียงใหม่ เชียงราย พะเยาโลก สุโขทัย กำแพงเพชร

ภาคใต้ภูเก็ต หาดใหญ่/สงขลา สุราษฎร์ธานี สุโข่งโลก

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี สุกุมราชธานี

2. ประเภทของธุรกิจที่จะทำการศึกษา

สถานที่พักแรม

ภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ธุรกิจการผลิต และจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก

ธุรกิจการจัดนำเที่ยว

ธุรกิจการขนส่ง

ธุรกิจเพื่อการสนทนากาการ

ธุรกิจประเภทอื่น ๆ

### III. ภาพรวมของการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ในภาคเหนือ

ภาคเหนือ ประกอบด้วยจังหวัดท่องเที่ยวทางธรรมชาติของป่าเขา และศิลปวัฒนธรรมมากมาย ภาพรวมของสถานะการลงทุนตลอดจนทิศทางแนวโน้มของธุรกิจท่องเที่ยวแต่ละประเภท แสดงได้ ดังนี้

#### 1. ธุรกิจประเภทที่พักแรม

ในปัจจุบันที่พักแรมในเขตภาคเหนือนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมในระดับ B และ C เกินกว่า 60% อยู่ในระดับ C นอกจากนั้นเป็นประเภทเกสต์เฮาส์ ซึ่งมีอยู่ในตัวเมือง โรงแรมในระดับ A นั้น ยังไม่ปรากฏในจังหวัดใดในภาคเหนือ ระดับ B พอมีย่างใน เชียงใหม่ และเชียงราย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พอใจในธุรกิจของตนและดำเนินการมา มากกว่า 5 ปีขึ้นไปทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมเหล่านี้มีพอประมาณทั้งในระบบ การสื่อสารและสาธารณูปโภค รวมทั้งมีโครงการที่จะปรับปรุงทางด้านบริการให้ดีขึ้นด้วย

แนวโน้มการลงทุนธุรกิจนี้ในภาคเหนือควรเป็นการลงทุนในแง่โรงแรมระดับ B และ A ให้มากขึ้น ทั้งนี้ภาคเหนือเป็นภาคที่กำลังพัฒนาอย่างมากในแง่ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการคมนาคมขนส่ง และบริการต่าง ๆ มีการสร้างสนามบินพาณิชย์ที่สามารถให้นักท่องเที่ยวบินไปมาได้โดยตรง ซึ่งเป็นจุดใหญ่ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรายได้สูงเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะเชียงใหม่ และเชียงราย

#### 2. ธุรกิจร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารในภาคเหนือ ปัจจุบันธุรกิจระดับ A มีอยู่บ้างทั่วไป โดยเฉพาะในจังหวัดใหญ่ เช่น เชียงใหม่ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่ค่อยเพียงพอกับความต้องการนัก ในขณะที่ธุรกิจระดับ B และ C ซึ่งมีขายอาหารไทยเป็นหลัก และมีอยู่ค่อนข้างมาก

แนวโน้มจากลู่ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคเหนือ แสดงให้เห็นแนวโน้มที่ดีของความต้องการร้านอาหาร โดยเฉพาะในระดับที่ค่อนข้างได้มาตรฐาน บริการอาหารหลายประเภท ทั้งไทย จีน ฝรั่งเศส และร้านอาหารประเภทสวนอาหาร ยังมีลู่ทางดีมากในเกือบทุกจังหวัดทาง ภาคเหนือ

### 3. ธุรกิจขนส่ง

ในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจนี้ในภาคเหนือมีอยู่บ้าง แต่ยังคงอยู่ในระดับคุณภาพที่ไม่น่าพอใจนัก ส่วนใหญ่จะเป็นการให้เช่าจักรยานยนต์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักจะนำพาหุระของตนเองมา

แนวโน้มของธุรกิจนี้จึงไม่ค่อยแจ่มใสสัก อย่างไม่ก็ตามถ้าต้องการลงทุนในธุรกิจนี้การให้เช่ารถจี๊ป หรือรถขนาดเล็ก รวมไปถึงรถจักรยานยนต์จะมีโอกาสดีกว่าประเภทอื่น ๆ

### 4. ธุรกิจจัดนำเที่ยว

ปัจจุบันภาคเหนือมีผู้ดำเนินธุรกิจนี้ค่อนข้างน้อยมาก จนในบางจังหวัด เช่น กำแพงเพชร เหมือนเป็นการผูกขาด ในด้านจังหวัดใหญ่ เช่น เชียงใหม่ หรือ เชียงราย นิคมโลก ก็ยังมีบ้าง แต่ยังไม่เพียงพอกับความต้องการนัก โดยเฉพาะธุรกิจนำเที่ยวที่มีมัคคุเทศก์ที่ชำนาญการ

แนวโน้มของธุรกิจนี้ค่อนข้างจะแจ่มใส ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเนื่องอื่น ๆ อันส่งผลกระทบให้เกิดการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และเป็นนักท่องเที่ยวในระดับรายได้ค่อนข้างสูง

### 5. ธุรกิจสินทนาการ

ปัจจุบันยังมีธุรกิจประเภทนี้จำนวนไม่มากนัก อีกทั้งคุณภาพการให้บริการก็ยังไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้ผู้เข้าใช้บริการไม่พึงใจนัก และมักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับรายได้ปานกลาง ถึงค่อนข้างต่ำ

แนวโน้มของธุรกิจนี้มีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะสถานสินทนาการระดับมาตรฐานจนถึงสูง ในเขตอำเภอเมือง เพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้น และมักจะไม่มีอะไรทำในตอนกลางคืน

เพื่อให้ให้นักลงทุนได้ทราบถึงความเป็นไปได้ สำหรับการลงทุนในธุรกิจประเภทต่าง ๆ ของแต่ละจังหวัด จึงได้มีการกำหนดระดับความสามารถ (Rating) ของแนวโน้มในการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ โดยปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการกำหนด Rating มีทั้งหมด 11 ตัว แบ่งเป็นปัจจัยที่สนับสนุนการลงทุน 9 ตัว และเป็นปัจจัยที่มีผลเสียต่อการลงทุน 2 ตัว ซึ่งรายละเอียดในการให้น้ำหนักและการให้คะแนน แสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง แสดงการให้น้ำหนักและการให้คะแนนในปัจจัยที่ใช้กำหนด

ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน	ระดับน้ำหนัก	ระดับคะแนน				
		ต่ำ	ค่อนข้างต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้างสูง	สูง
1. อัตรากำไร	16	3.2	6.4	9.6	12.8	16.0
2. อุตสาหกรรมต่อเนื่อง	13	2.6	5.2	7.8	10.4	13.0
3. อุปสงค์ (Demand)	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
4. การคมนาคม	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
5. สาธารณูปโภค	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
6. วัฒนธรรมของชาวบ้าน	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
7. ท่าเลที่ตั้ง	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
8. บริการสนับสนุน	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
9. แผนการสนับสนุน	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
10. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	40	-8.0	-16.0	-24.0	-32.0	-40.0
11. ผลกระทบต่อภูมิทัศน์	10	-2.0	-4.0	-6.0	-8.0	-10.0

- หมายเหตุ :
1. สมมติให้น้ำหนักทางปัจจัยที่สนับสนุนและปัจจัยที่ผลเสียต่อการลงทุน มีน้ำหนักเท่ากัน คือ = 50
  2. เครื่องหมายระดับคะแนนของปัจจัยที่สนับสนุนการลงทุน เป็นเครื่องหมายบวก ส่วนปัจจัยที่เป็นผลเสียต่อการลงทุน เครื่องหมายเป็นลบ

หากพิจารณาถึงความเหมาะสมในการลงทุนธุรกิจประเภทต่าง ๆ ของภาคเหนือ โดยแยกพิจารณาเป็นรายจังหวัด สามารถจัดเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละธุรกิจได้ด้วย ตารางการตัดสินใจ (Decision Matrix) ที่พิจารณาร่วมกันจากผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน โดยการกำหนดน้ำหนักของปัจจัยต่าง ๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อการลงทุน จำนวน 11 ปัจจัย ตามวิธีการ Delphi Method รายละเอียดจะกล่าวถึงต่อไปซึ่งตารางแสดงการตัดสินใจในการลงทุน มีดังนี้

ตารางแสดงการตัดสินใจ ( Decision Matrix ) ในการลงทุนธุรกิจต่าง ๆ ของภาคเหนือ

จังหวัด	ประเภทธุรกิจ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการลงทุน											คะแนนรวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
เชียงใหม่	1. ธุรกิจที่พักแรม ตั้งแต่ขนาด B ขึ้นไป	11.2	7.8	2.1	2.7	2.1	1.8	2.4	1.8	2.1	-16.0	-5.0	13.0
	2. ธุรกิจขนส่ง โดยเฉพาะการให้เช่ารถเก๋ง หรือรถจี๊ป และควารเปิดเส้นทางบินสายเชียงใหม่-เวียงจันทน์ และเชียงใหม่-ย่างกุ้ง	9.0	6.5	1.8	1.8	1.2	0.9	1.2	1.5	2.1	-16.0	-3.0	7.0
เชียงราย	1. ธุรกิจที่พักแรม ในทุกขนาด	12.8	5.2	2.4	2.4	2.1	1.8	1.2	1.8	3.0	-16.0	-6.0	10.7
	2. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร โดยเป็นร้านที่มีอาหารหลาย ๆ ประเภทให้เลือก	14.4	2.6	2.0	1.8	3.0	3.0	1.2	3.0	1.8	-16.0	-3.0	13.8
	3. ธุรกิจขนส่ง ควรขยายเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะเส้นทางเชียงราย-ลี้บสองป็นนา และเชียงราย-กัญดิน	12.8	2.1	2.4	3.0	1.8	1.8	1.2	2.4	2.7	-16.0	-2.0	12.2
	4. ธุรกิจจัดนำเที่ยว โดยการล่องโขง บริเวณสามเหลี่ยมทองคำ	12.8	6.4	2.4	1.8	1.2	1.8	1.8	2.4	2.1	-24.0	-2.0	6.7
กำแพงเพชร	1. ธุรกิจที่พักแรม ขนาด C <sub>1</sub>	9.6	10.4	1.8	1.8	1.2	1.8	2.4	1.2	1.2	-16.0	-4.0	11.4
	2. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร โดยเฉพาะในรูปของสวนอาหาร และมีอาหารหลายประเภทให้เลือก	12.8	10.4	1.2	1.2	1.8	1.8	1.2	1.2	2.4	-12.0	-6.0	16.0
	3. ธุรกิจจัดนำเที่ยว โดยเฉพาะบริการที่มีมัคเทศก์	12.8	9.1	2.4	2.4	1.2	1.8	2.4	0.6	0.6	-16.0	-4.0	13.3
	4. ธุรกิจเนือการสัมมนา ควรที่เพิ่มมากขึ้น	12.8	10.4	1.8	1.8	1.8	1.2	1.2	2.4	2.4	-24.0	-4.0	7.8
สุโขทัย	1. ธุรกิจที่พักแรม ขนาด C <sub>1</sub>	9.6	7.8	2.4	1.2	1.8	1.2	1.8	1.8	1.8	-12.0	-3.0	14.4
	2. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร โดยเฉพาะเป็นร้านที่มีอาหาร ให้เลือกหลายชนิด	12.8	5.2	2.1	1.8	1.2	1.2	1.2	1.8	1.2	-8.0	-2.0	16.5

ตารางแสดงการตัดสินใจ ( Decision Matrix ) ในการลงทุนธุรกิจต่าง ๆ ของภาคเหนือ

จังหวัด	ประเภทธุรกิจ	ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน										คะแนนรวม	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
พิษณุโลก	1. ธุรกิจที่มีแฟรน ขนาด C <sub>1</sub> และ B	9.6	5.2	1.8	1.8	1.2	1.8	1.8	1.8	1.2	-10.0	-2.0	14.2
	2. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร โดย เฉพาะในรูปของส่วนอาหาร	12.8	5.2	2.4	1.2	1.2	1.8	1.8	1.8	1.2	-12.0	-4.0	13.4



## ข้อสรุปภาคเหนือ

จังหวัดเชียงใหม่ เชียงใหม่มีเส้นทางของการขยายตัวทางธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากทำให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจที่พักแรมมีขนาดที่แจ่มใสและนำลงทุนที่สุด จากตารางการตัดสินใจได้คะแนนสูงสุด ทั้งนี้ควรเป็นที่พักแรมในระดับโรงแรมชั้นสูง มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อันดับรองเป็นธุรกิจขนส่ง โดยเฉพาะการให้เช่ารถเก๋งและรถจี๊ป ซึ่งได้คะแนนเป็นอันดับรอง

จังหวัดเชียงราย ธุรกิจที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร โดยเฉพาะร้านที่มีอาหารหลายประเภทให้เลือก ธุรกิจที่ได้คะแนนอันดับสอง คือ ธุรกิจขนส่ง ซึ่งควรจะต้องเพิ่ม โดยเฉพาะเส้นทาง เชียงราย-สิบสองปันนา และ เชียงราย-กู่หลิน ธุรกิจอื่น ๆ ได้รับคะแนนลดหลั่นกันลงมา มีธุรกิจที่พักแรม และธุรกิจจัดนำเที่ยว

จังหวัดกำแพงเพชร ธุรกิจเด่นที่ได้รับคะแนนสูงสุดของกำแพงเพชร คือ ธุรกิจร้านอาหาร หรือภัตตาคาร โดยเฉพาะในรูปของสวนอาหารที่มีอาหารจำหน่ายหลายประเภท อันดับสองคือ ธุรกิจจัดนำเที่ยว โดยเฉพาะบริการที่มีมรดกเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง เป็นธุรกิจที่มีขนาดดีเช่นกัน นอกเหนือจากนี้ก็ได้แก่ธุรกิจที่พักแรม และธุรกิจเพื่อการสังสรรค์ ซึ่งได้คะแนนเรียงลำดับกันมา

จังหวัดสุโขทัย ธุรกิจร้านอาหาร และภัตตาคาร ได้รับคะแนนสูงสุดสำหรับจังหวัดนี้ โดยเฉพาะเป็นร้านที่มีอาหารให้เลือกหลายชนิด นอกจากธุรกิจร้านอาหารก็ได้แก่ธุรกิจที่พักแรม ซึ่งได้คะแนนเป็นอันดับสอง

จังหวัดพิษณุโลก ธุรกิจที่พักแรมได้คะแนนสูงสุด การลงทุนของธุรกิจนี้สำหรับพิษณุโลกควรจะเป็นโรงแรมในระดับ C<sub>1</sub> และ B ส่วนอันดับสองจะเป็นธุรกิจร้านอาหาร และภัตตาคาร โดยเฉพาะในรูปของสวนอาหาร ซึ่งมีการแสดงหรือดนตรีดึงดูดใจบรรดานักท่องเที่ยว

## BACKGROUND OF THE STUDY

### I. THE OBJECTIVE OF THE STUDY

The objectives of the study as defined by the Terms of Reference are :

- (1) To compile information relating to the major tourist sites within each region. Information coverage includes profile of services and facilities that are currently existing.
- (2) To assess potential for investment as well as the forms of investment. Findings will be used as guidelines for investment decision making of the private sector in order to ensure consistency of supplies with both immediate and long term demand.
- (3) To support the development strategy that is consistent with the broader guidelines of the Sixth National Economic and Social Development Plan particularly in view of the need to generate employment opportunities outside of the agricultural sector.

### III. ASSESSMENT OF INVESTMENT POTENTIAL FOR TOURISM AND RELATED INDUSTRIES IN THE NORTHERN REGION

#### 1. Hotel Business

1.1. Over 60 % of the hotel establishment in the Northern region are C standard types. The second largest category is the standard B type of establishment most of which are normally located in town areas. No standard A type establishments have been identified. All of the operators included in the sample have been in business for more than 5 years most of whom declare that they are satisfied with the performance of this business. Basic services and facilities are considered to be of a satisfactory level. Operators appear to be responsive and aware of the need to undertake measures for improvement of their services in order to capture the boom in demand. In this connection many have indicated that they have plans for improvement level and quality of services provided.

1.2 The Northern region is an area with a fast developing economy. Among factors contributing to the rapid growth is the success in the promotion of its tourism industries through improvement, renovation and excavation of many of its cultural, historic and scenic sites. Other contributors of growth also include the improvement of road transport network and the construction of many new commercial airports particularly in major tourist towns such as Chiang Mai and Chiang Rai. The improvement of the performance of the service sector has also been a significant contribution to regional economic growth.

#### 2. Restaurants/Food shops

2.1. There is a significant shortage in food shops and restaurants of standard A type are mostly concentrated in major tourist towns such as Chiang Mai. Standard B and C which are larger in number tend to specialize only in Thai food.

2.2. In view of the expansion of tourism industry particularly of the increase in number of international tourists, it is therefore essential to generate additional investment on food shops and restaurants of higher standards offering a wider range of both Thai, Chinese, European and Indian cuisine.

## II. THE SCOPE OF THE STUDY

### 2.1. The Study Area

2.1.1. Areas covered by this study are as follows :

- (1) Central Region: Bangkok, Pattaya/Chon Buri, Rayong, Kanchanaburi, Phetburi, Prachuab Khiri Khan, Ayudhhaya
- (2) Northern Region: Chiang Mai, Chiang Rai, Phitsanulok, Sukhothai, Kamphaeng Phet
- (3) Southern Region: Phuket, Surat Thani, Songkhla and Narathiwat
- (4) Northeastern Region: Nakhon Ratchasima, Khon Kaen, Udon Thani and Ubon Ratchathani

### 2.2. Activities Covered

Tourism related activities covered by this study can be divided into 6 categories:

- (1) Hotel
- (2) Food shops and restaurant
- (3) Souvenirs
- (4) Tour agents
- (5) Entertainment
- (6) Others

Details in the following section provide a summary profile of the types of business in each region as well as results of decision matrix which contain information of investment potential by business type and by province.

### 3. Transport

Results from survey indicates that operators in the transport business are few in numbers. Review of operational profile indicate that the dominant type of business transaction is motor cycle rental. Car rental is uncommon as tourists tend to come either by own private car, or with package tours which is inclusive of all transport services. Prospects may however, exist for business in jeep or for small vehicles rental.

### 4. Tourism

4.1 Tour organizations in the provinces of the Northern region appear to be few in number. A greater number of operators organizing tours can be found in the major tourist towns such as Chiang Mai, Chiang Rai and Phitsanulok but still insufficient. There is still a high demand for services of organized tours especially standard tours which provide qualified and experience tour guides.

4.2 In view of current supplies of services of this type, a general conclusion can be reached that there is still a large scope for further expansion. Moreover, regional growth realised through development of its industries, tourism and service sector is likely to lead to increase in income of the local population. These developments are likely to have a positive effect on increasing the demand for tourism and recreational activities enhancing further still demand for increase in tour organizations to cater for the need of domestic tourists.

### 5. Entertainment

Survey results indicate that entertainment establishment are still few in number most of which cater to the needs of medium to low income group. Quality of service in general is still generally of below standard. There is much room for expansion of this type of business especially those of higher standard.

### Summary results of Decision Making Matrix

For the investment possibility in each type of business and in each area basing on 9 advantage variables and 2 disadvantage variables as the following table :

Scoring and weighting system of variables affecting development potential of tourism related business sectors

Factors affecting Investment	Total scores	Assigned weights				
		Low	Fairly Low	Average	Fairly High	High
1. Rate of profit	16	3.2	5.4	9.6	12.8	16.0
2. Linkage effect	13	2.6	5.2	7.8	10.4	13.0
3. Demand	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
4. Trasport	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
5. Amenities	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
6. Local culture	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
7. Location	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
8. Supporting services	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
9. Developmental plan	3	0.6	1.2	1.8	2.4	3.0
10. Environmental impact	40	-8.0	-16.0	-24.0	-32.0	-40.0
11. Visual impact	10	-2.0	-4.0	-6.0	-8.0	-10.0

Decision matrix for investment in the Northern Region

Province	Business Type	Weight of investment potential											Total Scores
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Chiang Mai	1. Hotel establishments standard B or higher	11.2	7.8	2.1	2.7	2.1	1.8	2.4	1.8	2.1	-16.0	-5.0	+13.0
	2. Transport: car or jeep rentals. Also opening up new air routes Bangkok-Rangoon.	9.0	6.5	1.8	1.8	1.2	0.9	1.2	1.5	2.1	-16.0	-3.0	+ 7.0
Chiang Rai	1. Hotel establishments of all standards.	12.8	5.2	2.4	2.4	2.1	1.8	1.2	1.8	3.0	-16.0	-6.0	+10.7
	2. Food shops and restaurants	14.4	2.6	2.0	1.8	3.0	3.0	1.2	3.0	1.8	-16.0	-3.0	+13.8
	3. Transportation: Increase network between Chiang Rai-Sip Song Panna, and Chiang Rai-Kuilin.	12.8	2.1	2.4	3.0	1.8	1.8	1.2	2.4	2.7	-16.0	-2.0	+12.2
	4. Tour trips: Cruising along the Mekong and trips to the Golden triangle.	12.8	6.4	2.4	1.8	1.2	1.8	1.8	2.4	2.1	-24.0	-2.0	+ 6.7
Kamphaeng	1. Hotel establishment standard C1	9.6	10.4	1.8	1.8	1.2	1.8	2.4	1.2	1.2	-16.0	-4.0	+11.4
Phet.	2. Food shops and restaurants: should be organized as food garden offering a wide range of food varieties.	12.8	10.4	1.2	1.2	1.8	1.8	1.2	1.2	2.4	-12.0	-6.0	+16.0

Province	Business Type	Weight of investment potential											Total Scores
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
	3. Arranged tour trips with qualified tour guides	12.8	9.1	2.1	2.4	1.2	1.8	2.4	0.6	0.6	-16.0	-4.0	+13.3
	4. Entertainment	12.8	10.4	1.8	1.8	1.8	1.2	1.2	2.4	2.4	-24.0	-4.0	+ 7.8
Sukhothai	1. Hotel establishments type C	9.6	7.8	2.4	1.2	1.8	1.2	1.8	1.8	1.8	-12.0	-3.0	+14.4
	2. Food shops and restaurants	12.8	5.2	2.1	1.8	1.2	1.2	1.2	1.8	1.2	-8.0	-2.0	+18.5
Phitsanulok	1. Hotel establishments standard C and B	9.6	5.2	1.8	1.8	1.2	1.8	1.8	1.8	1.2	-10.0	-2.0	+14.2
	2. Food shops and restaurants: should be organized as food garden offering a wide range of food varieties	12.8	5.2	2.4	1.2	1.2	1.8	1.8	1.8	1.2	-12.0	-4.0	+13.4



Drawing conclusion from the Decision Matrix together with the consideration of the experts using the Delphi method as above, we can come up with the result as follows:

1. Chiang Mai

According to the results of the decision matrix, area of development potential in order of priority are high class hotels offering comprehensive and standard services, transportation services particularly car and jeep rental.

2. Chian Rai

Areas of development potential in this in order of priority are food shops and restaurants, and improvement of transportation network particularly the route connecting Chiang Rai-Sip Song Panna, Chiang Rai-Kui Lin. Other activities cited although attached with lower importance include increase in number of hotel facilities and tour agents.

3. Kam Phaeng Phet

Activities which have been identified are food shops and restaurants and increase in numbers of services of tour agents particularly those which offer services of qualified tour guides. Also recognized is the need to increase number of hotel establishments and ranges of entertainment activities.

4. Sukhothai

Identified as being to most important area for investment is the increase in number of food shops and restaurants. According to the decision matrix of this province, of second highest priority is the need for increase in number of hotel.

5. Phitsanulok

Being a priority area is the increase in number of hotel establishments especially standard C1 and B. Mostly recommended is the increase in the number of food shops and restaurants particularly food garden types of establishments.

เชียงใหม่ .

---

## จังหวัดเชียงใหม่

### 1. ลักษณะ โดยทั่วไปของ เชียงใหม่

#### 1.1 ลักษณะทางกายภาพ

##### 1.1.1 ที่ตั้ง

เชียงใหม่เป็นจังหวัดตั้งอยู่ทางตอนเหนือของประเทศไทย มีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 750 กิโลเมตร มีพื้นที่ 22,993 ตร.กม. ซึ่งมีพื้นที่มากที่สุดใภาคเหนือ มีประชากร ประมาณ 1,300,000 คน อัตราการเพิ่มของประชากร ร้อยละ 0.83

ทิศเหนือ ติดต่อกับรัฐฉานของสาธารณรัฐสังคมนิยมสหภาพพม่า

ทิศตะวันออกเฉียง ติดต่อกับจังหวัดเชียงราย ลำพูน ลำปาง

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอปาย ชุนขวม และแม่ละเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอสามเงา จังหวัดตาก และจังหวัดลำพูน

##### 1.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะที่เด่นชัด คือ

ลักษณะที่หนึ่ง เป็นพื้นที่ภูเขาที่มีความสูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 500 เมตร ซึ่งเป็นเนื้อที่ร้อยละ 80 ของเนื้อที่จังหวัด และเป็นพื้นที่ป่าต้นน้ำลำธารไม่เหมาะสมต่อการเกษตร ส่วนใหญ่อยู่ทางด้านทิศเหนือ และตะวันตกของจังหวัด ได้แก่ เทือกเขาแดนลาว, เทือกเขาถนนธงชัย และเทือกเขาพิปูนน้ำ

ลักษณะที่สอง เป็นพื้นที่ราบลุ่มน้ำ และที่ราบเชิงเขา กระจายอยู่ระหว่างหุบเขามิรุปร่างยาวรี, ตั้งแต่เหนือจดใต้ เป็นพื้นที่ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมในการทำการเกษตรกรรม พื้นที่ราบลุ่มน้ำที่มีบริเวณกว้างขวางที่สุด คือ ที่ราบลุ่มแม่น้ำปิงตอนกลาง ที่ราบลุ่มน้ำฝาง และที่ราบลุ่มแม่น้ำจัดตามลำดับ

##### 1.1.3 ภูมิอากาศ

จังหวัดเชียงใหม่ในฤดูหนาวอากาศจะหนาวเย็นมากในช่วงระยะเดือนธันวาคม มกราคม ซึ่งเป็นฤดูท่องเที่ยว ของภาคเหนือโดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนในฤดูร้อนช่วงที่ร้อนจัดคือเดือนเมษายน ฤดูฝนตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงตุลาคม

#### 1.1.4 - ทรัพยากรธรรมชาติ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว เป็นอันมาก ซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

ก. ทรัพยากรป่าไม้ มีการอนุรักษ์พื้นที่ป่าที่เป็นต้นน้ำลำธาร และป่าสงวนแห่งชาติ โดยมีพื้นที่ป่าสงวนทุกอำเภอยกเว้นอำเภอสารภี ปัจจุบันได้ประกาศเป็นป่าสงวน 23 ป่า รวมเนื้อที่ทั้งหมด 16,171.10 ตร.กม. มีอุทยานแห่งชาติ 3 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เนื้อที่ 482.4 ตร.กม., อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ 100 ตร.กม. และอุทยานแห่งชาติแม่ปิง 170 ตร.กม.

ข. สัตว์ป่า ในจังหวัดเชียงใหม่มีเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอยู่ 2 ป่า คือ เขตรักษาพันธุ์ป่าดอยเชียงดาว 421 ตร.กม. และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอมก๋อย 500 ตร.กม.

ค. แหล่งน้ำ แม่น้ำสายใหญ่ที่สุดคือ แม่น้ำปิง ในจังหวัดเชียงใหม่ได้มีโครงการชลประทานอยู่มากมาย ประกอบด้วยโครงการชลประทานหลวง 6 โครงการ คือโครงการแม่แฝด เป็นฝายทดน้ำกั้นลำน้ำปิง โดยคลองสายใหญ่ความยาว 36 กม., โครงการแม่แดงเป็นฝายทดน้ำกั้นลำน้ำแม่แดงยาว 74 กม., โครงการแม่กวง เป็นฝายทดน้ำกั้นลำน้ำแม่กวง, โครงการแม่ปิงเก่า ทดน้ำเข้าฝั่งซ้ายของลำน้ำปิงยาว 13.80 กม., โครงการแม่สาว, โครงการแม่จัด, โครงการเขื่อนแม่กวง โครงการขนาดกลางอีก 6 โครงการ โครงการชลประทานราษฎร์มีเนื้อที่ในจังหวัดเชียงใหม่ 64,300 ไร่ โครงการประหยัชน้ำลุ่มน้ำปิง 420,000 ไร่ นอกจากโครงการชลประทานดังกล่าวข้างต้นก็ยังมีอ่างเก็บน้ำ ฝายน้ำล้น และชลประทานขนาดเล็ก กระจายอยู่ในพื้นที่อีกประมาณ 160 แห่ง

ง. ทรัพยากรด้านแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสมบูรณ์ด้วยองค์ประกอบของทรัพยากรที่มีคุณค่าทางด้านธรรมชาติ ได้แก่ภูมิประเทศที่งดงาม ประกอบด้วยป่าไม้ ภูเขา และน้ำตกที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะวัฒนธรรมท้องถิ่นและความเป็นอยู่ของชาวไทยภาคเหนือที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว และรวมทั้งเป็นแหล่งที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์เป็นระยะเวลาอันยาวนาน ซึ่งปรากฏในรูปแบบของสถาปัตยกรรมศิลปวัฒนธรรมที่เด่นชัด ได้มีการแบ่งกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยวไว้ 8 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองใหม่ กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในตัวเมืองเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหนาแน่นที่สุดและ ที่ได้รับความสนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เป็นอย่างสูง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านศิลปวัตถุ โบราณสถาน วัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติพอสมควร แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ คือ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน คูเมืองและสภาพแวดล้อมคูเมืองทางเข้าสู่สายสำคัญ คลองแม่ข่าฯ กำแพงดินรวมไปถึง ศูนย์สินค้าพื้นเมืองที่เป็นจุดเด่นของจังหวัด

2. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอโยธยา เป็นกลุ่มที่อยู่ใกล้ตัวเมืองเชียงใหม่มาก แห่งหนึ่งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมาก ซึ่งนับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีส่วนประกอบที่สมบูรณ์สำหรับการท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ความงดงามของ ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

3. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอโยธยาอินทนนท์ อยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดเชียงใหม่ 60 กม. เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้แก่ น้ำตกแม่ยะ น้ำตกแม่กลาง ถ้ำบริจิน น้ำตกชรรษา แมวลิงวิภูมียอดดอยอินทนนท์ รวมทั้งน้ำตกอีก 14 แห่ง และหมู่บ้านชาวเขาอีกกว่า 4 แห่ง และมีวัดพระธาตุดรีจอมทองวรวิหาร เป็นสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีสถาปัตยกรรมที่งดงามด้วย

4. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวทำดอน ที่สำคัญคือ วัดทำดอนและบริเวณชุมชนเก่าของเมืองเชียงใหม่

5. กลุ่มท่องเที่ยวสูบน้ำตกแม่สา ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ 16 กม. ตามเส้นทางเชียงใหม่-ฝาง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยแหล่งท่องเที่ยวนี้ได้รับการพัฒนาโดยเอกชนเป็นส่วนใหญ่ โดยมีร้านอาหารภัตตาคาร ซึ่งเป็นที่แวะรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ด้วย

6. กลุ่มท่องเที่ยวสันกำแพง เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม, งานทางด้านหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศไทย

7. กลุ่มท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว ห่างจากเมืองเชียงใหม่ตามเส้นทางเชียงใหม่-ฝาง ประมาณ 72 กม. ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่รวมทั้งธรรมชาติศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรมโดยตลอดเส้นทาง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ถ้ำเชียงดาว ไโรธาระมิงค์ วัดพระธาตุเมืองงาย หมู่บ้านแม่หัวยลิก

8. กลุ่มท่องเที่ยวอโยธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ นักท่องเที่ยวสนใจมีอ่างเก็บน้ำอโยธยา และพระธาตุดอยแก้ว

## 1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม

1.2.1 การคมนาคมในจังหวัดเชียงใหม่มีเส้นทางการคมนาคมที่สำคัญ 3 เส้นทาง คือ ทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

### 1. การคมนาคมทางบก

ก. ทางรถไฟ จังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานีปลายทางของเส้นทางรถไฟสายเหนือ รถไฟเป็นพาหนะที่สำคัญในการขนส่งสินค้า และผู้โดยสาร ที่สถานีรถไฟที่สำคัญคือ สถานีรถไฟเชียงใหม่และสถานีสารภี

ข. ทางรถยนต์ มีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 750 กม. และมีทางหลวงแผ่นดินที่สามารถติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง โดยอ้างสะดวก คือ

-ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 11 ติดต่อกับจังหวัดลำปาง โดยผ่านจังหวัดลำพูน

-ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 106 ติดต่อกับจังหวัดลำพูน โดยผ่านอำเภอสารภี

-ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 408 ติดต่อกับจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยผ่านอำเภอ

ทางดง สันป่าตอง จอมทอง ฮอด และแม่สะเรียง

-ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1019 ติดต่อกับจังหวัดเชียงราย โดยผ่านอำเภอ

ดอยสะเก็ดและเวียงป่าเป้า

-ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1095 ติดต่อกับจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยผ่านอำเภอ

แม่ริม อำเภอป่า

-ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 109 ติดต่อกับ จ. เชียงราย ผ่าน อ. แม่สรวย

-ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1150 ติดต่อกับ จ. เชียงรายผ่าน อ. เวียงป่าเป้า

-ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1263 ติดต่อกับ อ. ขุนยวม จ. แม่ฮ่องสอน

-ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1266 ติดต่อกับ อ. แม่ลาน้อย จ. แม่ฮ่องสอน

-ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1015 ติดต่อกับ จ. ลำพูน ผ่าน อ. สันป่าตอง

-ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1103 ติดต่อกับ อ. ลี้ จ. ลำพูน

### 2. การคมนาคมทางน้ำ

การคมนาคมทางน้ำใช้สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อชมทัศนียภาพของธรรมชาติ โดยไว้สำหรับการล่องแพจาก อ่างน้ำเหนือเขื่อนภูมิพล ณ. จังหวัดตากมายังดอยเต่าของจังหวัดเชียงใหม่ และลำน้ำกกในจังหวัดเชียงราย

### 3. การคมนาคมทางอากาศ

สนามบิน จ. เชียงใหม่ เป็น ท่าอากาศยานนานาชาติ สามารถเดินทางในประเทศโดยอย่างสะดวก และมีเที่ยวบินกรุงเทพ-เชียงใหม่ทุก ๆ วัน นับว่า การคมนาคมทางอากาศจังหวัดเชียงใหม่มีความสะดวกที่สุดของภาคเหนือ

#### 2. บทบาทของจังหวัดเชียงใหม่

##### 2.1 เป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือและความสำคัญทั้งด้านสภาพภูมิศาสตร์ ด้านการเมืองของประเทศ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เชียงใหม่ถูกกำหนดเป็นเมืองหลักในการพัฒนาภาคเหนือ

##### 2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

###### 2.2.1 ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอยู่ในขณะนี้ประกอบด้วย

(1) จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ เศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่จึงพึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

(2) ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จึงมีความพร้อมทั้งทางด้านการคมนาคมขนส่ง และทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างพร้อมมูล

2.2.2 ข้อจำกัดทางกายภาพที่ทำให้เป็นปัญหาแก่การท่องเที่ยว แม้ว่าเชียงใหม่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดในภาคเหนือก็ตาม แต่ก็มีปัญหาที่สามารถแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

(1) ด้านการคมนาคม ผู้เดินทางโดยรถไ้มักประสบปัญหาการเดินทางในบางช่วง เพราะตึ้นถนนชั้น 1 และชั้น 2 มีจำกัด, นักท่องเที่ยวที่พิกนออกตัวเมืองเวลาค่ำคืนจะเดินทางเข้ามาเที่ยวในเมืองลำบากเพราะการบริการของรถโดยสารมีจำกัด การจราจรในเมืองก็มีปัญหา ความแออัดและรถติด

(2) สินค้าของจังหวัดเชียงใหม่ คุณภาพของสินค้าพื้นเมืองหรือของที่ระลึกหลายประเภทอยู่ในระดับต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่อยากจะซื้อสินค้านั้นอีก เช่น เสื้อผ้าสีตกหรือหดง่าย สินค้าบางประเภททำให้นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าเป็นของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากมีโรงงานทำอยู่ในกรุงเทพฯ

(3) การเอาวัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ของพ่อค้าแม่ค้าและคนขับรถ บางกลุ่มเรียกราคาแพงเกินไปสำหรับนักท่องเที่ยว

(4) การขาดความรับผิดชอบต่อการนำเที่ยว และมีประสบการณ์นักท่องเที่ยวที่ชอบประเภทเดินป่า

(5) ความปลอดภัย การจับปล้น วึ่งรวานักท่องเที่ยว ในบางกรณีไม่มีตำรวจท่องเที่ยวเพียงพอ

### 3. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

#### 3.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ

##### 3.1.1 ธุรกิจประเภทที่พักแรม

(1) ประเภท-ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกของธุรกิจ จากการสำรวจ มีตัวอย่างที่ได้ศึกษาเป็นธุรกิจประเภทที่พักแรมในตัวอำเภอมีถึง 136 แห่ง นอกจากนั้นมีที่ดอยอ่างขางเพียง 1 แห่งเท่านั้น รวมเป็น 137 แห่ง ธุรกิจที่พักแรมส่วนใหญ่มีขนาด C3 (ค่าที่พักตั้งแต่ 400 บาทลงมา) ซึ่งมีถึงร้อยละ 74 ของที่พักแรมทั้งหมด ส่วนขนาด C2 (ราคาห้องพัก 400-999 บาท) มีร้อยละ 18 ขนาด C1 (ค่าห้องพัก 1,000-1,499 บาท) มีเพียง ร้อยละ 5.8 โรงแรมขนาด B (ราคาห้องพัก 1,500-2,500 บาท) มีเพียง 1 แห่งเท่านั้น หากพิจารณาถึงประเภทธุรกิจที่พักแรมพบว่า เป็นธุรกิจประเภทโรงแรมมีอยู่ร้อยละ 49.64 เกสเฮาส์ ร้อยละ 46.72 และบังกาโลเพียงร้อยละ 3.65 (ตารางที่ 1) จากการเปรียบเทียบสัดส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในที่พักแรม พิจารณาจากขนาดของธุรกิจ พบว่า อัตราการมีลิฟต์, ลิฟท์, ที่จอดรถ ลดหลั่นกันไปตามขนาดของธุรกิจ (ตารางที่ 2) ส่วนบริการอื่น ๆ เช่น สระว่ายน้ำ ลวนหย่อมก็ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมเป็นสำคัญ การบริการอย่างอื่น เช่น ตู้นิรภัย (Safty box) แท็กซี่ บริการซัก-รีด ภายในโรงแรม สำนักงานชั่วคราว การสื่อสารเทเล็กซ์ / เทเลเฟกซ์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่ายิ่งธุรกิจมีขนาดใหญ่การให้ความสะดวกก็จะสมบูรณ์กว่าธุรกิจขนาดเล็กที่ลดหลั่นลงมา (ตารางที่ 3)

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จากตัวอย่างที่สำรวจเห็นได้ว่าธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่จะเปิดดำเนินการในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ที่พักแรมขนาดเล็กเพิ่มในอัตราสูงมาก คือประมาณร้อยละ 50 (ตารางที่ 4) และการขยายตัวของธุรกิจที่พักแรมมีบทบาทต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ใน 2 ปีที่ผ่านมา



(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ พบว่าประมาณร้อยละ 15.56 ของโรงแรมทั้งหมดที่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วโรงแรมประมาณร้อยละ 51.11 จะมีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 80 และลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจประมาณร้อยละ 20 (ตารางที่ 5) โรงแรมมีผู้เข้าพักปะปนกันไป ซึ่งมีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีเพียงร้อยละ 20 ของโรงแรมทั้งหมดที่มีเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าพัก หรือเป็นร้อยละ 2.22 ที่ผู้เข้าพักเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยล้วน และถ้าคิดตามอัตราส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพัก ณ. โรงแรมทั่วไปคือ 1:7 สำหรับรายได้ของผู้เข้าพักในโรงแรมส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มมีรายได้ต่ำ และรายได้ปานกลาง จากการสำรวจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ของโรงแรมทั้งหมดร้อยละ 60 ของโรงแรมทั้งหมดต่อผู้มาพักเดินทางมาเองเกินกว่าร้อยละ 60 ของผู้ที่เข้ามาพักในแต่ละโรงแรม นอกจากนั้นจะเป็นผู้เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์

(4) อัตราการเข้าพัก จำนวนการเข้าพักแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ตามขนาดของที่พักระดับ B ถึง C3 จาก 1 ตัวอย่างของโรงแรมระดับ B ในช่วง Low season (นอกฤดูกาลท่องเที่ยว) จะเข้ามาพักในโรงแรมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40-60 ของจำนวนห้องพักในขณะที่ช่วง high season (ในฤดูกาลท่องเที่ยว) จะมีแขกเข้ามาพักในโรงแรมตั้งแต่ร้อยละ 60-80 ของจำนวนห้องพัก

สำหรับที่พักขนาด C1 มีทั้งหมด 4 โรงแรม ที่ตอบว่านอกฤดูกาลท่องเที่ยวมีอยู่ 3 โรงแรม มีผู้เข้าพักร้อยละ 41-60 ของห้องพัก ส่วนอีก 1 โรงแรมมีผู้เข้าพักร้อยละ 61-80 ของห้องพัก ส่วนในฤดูกาลท่องเที่ยวที่ตอบว่ามีผู้เข้าพักร้อยละ 61-80 มีอยู่ 2 โรงแรม และมีผู้เข้าพักมากกว่าร้อยละ 80 มีอยู่ 2 โรงแรมที่ที่พักขนาด C2 ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่ที่พักจะเต็มหรือไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ของห้องพัก โรงแรมนั้น ๆ มีเพียง 3 โรงแรม และที่แขกเข้าพักเพียงร้อยละ 21-60 ส่วนนอกฤดูกาลท่องเที่ยวที่ที่พักส่วนใหญ่จะมีผู้เข้าพักอยู่ในช่วงร้อยละ 40-80 ที่ที่พักขนาด C3 นอกฤดูกาลท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีผู้เข้าพักอยู่ในช่วงร้อยละ 21-60 ในฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีผู้เข้าพักในช่วงตั้งแต่ร้อยละ 41-100 มีที่พักเต็มประมาณร้อยละ 26 ของจำนวนโรงแรมทั้งหมด หากพิจารณาถึงอัตราการเข้าพักในแต่ละแห่งพบว่า ที่พักแรมในบริเวณตอย่างขางมีอัตราการเข้าพักแรมในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวอยู่ระหว่างร้อยละ 81-99 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด ส่วนในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีอัตราการเข้าพักแรมอยู่ระหว่างร้อยละ 1-20 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด สำหรับที่พักแรมในบริเวณอำเภอเมืองเชียงใหม่ นั้น โรงแรมประมาณร้อยละ 79.54 มีอัตราการเข้าพักแรมเกินกว่าร้อยละ 61.00 ส่วนในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวพบว่า โรงแรมประมาณร้อยละ 65.18 มีอัตราการเข้าพักแรมต่ำกว่าร้อยละ 60.00 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด (ตารางที่ 6)

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจที่พักแรม นิจารณาสภานแวดล้อมและที่ตั้งของธุรกิจ จากการสำรวจมาร้อยละ 99 ธุรกิจที่ตั้งอยู่ในตัวอำเภอเมือง เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ มีสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อยู่รอบ ๆ ตัวอำเภอเมือง และไม่ห่างไกลกันมากนักทำให้ เชียงใหม่ จึงมีที่พักแรมส่วนใหญ่อยู่ในตัวเมือง เพราะมีความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวทั้งด้านการคมนาคม สื่อสาร การเที่ยวกลางคืน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

(6) การตลาดของธุรกิจ จากตัวอย่างที่สัมภาษณ์โรงแรมขนาด B เพียงแห่งเดียวซึ่ง เป็นโรงแรมที่สามารถกำหนดราคาในอัตราที่สูงได้ ในขณะที่โรงแรมขนาดเล็กมีการเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ คือขนาด C1 ถึง C3 ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงและ การตัดราคากัน และโรงแรมขนาด C1-C3 มีบางแห่งที่บริการแบ่งพื้นที่ให้ผู้อื่นเช่า แต่โรงแรมขนาด B จะไม่มีบริการในเรื่องการแบ่งพื้นที่ให้ผู้อื่นเช่า

เกี่ยวกับเทคนิคหรือวิธีการส่งเสริมด้านตลาด พบว่าในช่วง High season โรงแรมต่าง ๆ ร้อยละ 29.51 ใช้วิธีการโฆษณาทางสื่อมวลชนในหลายรูปแบบเช่น โฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นป้ายโฆษณา ฯลฯ รวมถึงการจัดโปรแกรมพิเศษ/โปรแกรมโชว์ และมีการขายบริการผ่านทางบริษัททัวร์ ส่วนวิธีอื่นก็มีไม่มากนัก สำหรับช่วง Low season มีวิธีการทางการตลาดคล้ายกับในช่วง High season แต่โรงแรมที่มีการส่งเสริมการตลาดมีจำนวนน้อยลง เหลือเพียงร้อยละ 20

(7) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากการสำรวจพบว่าโรงแรมขนาดยิ่งใหญ่ขึ้นความต้องการห้องพักของนักท่องเที่ยวก็มากขึ้น ห้องพักรับรองโรงแรมขนาด c1 และ B จะไม่ค่อยเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ส่วนห้องพักของโรงแรมขนาด c2, c3 นับว่าเพียงพอ สำหรับบริการด้านล็อบบี้ ห้องประชุม บาเบียร์/ดิสโก้เทค และสถานที่ออกกำลังกาย โรงแรมมีบริการด้านนี้อยู่เพียงพอแล้ว

(8) ปัญหาของธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มากกว่า ร้อยละ 60 ขึ้นไป มีความพอใจต่อการดำเนินธุรกิจของตน ส่วนที่ไม่ค่อยพอใจกับธุรกิจของตนทั้งหมดจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กและยังไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาของโรงแรมมักจะเป็นปัญหาด้านการบริหารงานบุคคล ประมาณร้อยละ 22.47 รองลงมาคือ ปัญหาด้านสาธารณูปการ คือปัญหาน้ำใช้ ไฟฟ้า ไม่เพียงพอ การประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ลูกจ้างมักจะเลือกทำงานในธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่า ปัญหาด้านการขนส่งยังไม่ดีพอ อีกทั้งนโยบายของรัฐยังล้าสมัยอยู่ (ตารางที่ 7)

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจพบว่าร้อยละ 44 ของผู้ประกอบการมีความเห็นว่าจะขยายจำนวนห้องพักให้มากขึ้น ร้อยละ 14.7 คาดว่าจะปรับปรุงบริการภายในโรงแรมให้ดีขึ้น ร้อยละ 35 คาดว่าจะเพิ่มบริการและความสะดวกภายในโรงแรมมากขึ้น

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ร้อยละ 62.22 ของผู้ประกอบการธุรกิจคาดว่า อัตราการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมจะยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อไป ร้อยละ 17.78 คาดว่ายังคงอยู่ได้ต่อไปเรื่อย ๆ มีเพียงร้อยละ 8.89 เท่านั้น ที่คาดว่าแนวโน้มของธุรกิจที่พักแรมยังมีความ

ไม่แน่นอน และร้อยละ 2.2 ของผู้ประกอบการที่คาดว่าโรงแรมขนาดใหญ่ยังได้เปรียบมากกว่าโรงแรมขนาดเล็ก (ตารางที่ 8)

### 3.1.2 ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

(1) ประเภท-ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จำนวนธุรกิจ จากการสำรวจมี 159 แห่ง มีจำนวนมากที่สุดในอำเภอเมือง 127 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา คือสันกำแพง/บ่อสร้างร้อยละ 6 น้ำตกแม่สารร้อยละ 5 น้ำตกแม่กลางร้อยละ 4 ถ้ำเขียงดาวร้อยละ 3 และห้วยน้ำแดง 1 แห่ง ร้อยละ (0.6 ) ลักษณะร้านอาหารมีมากกว่าภัตตาคาร หรือคอฟฟี่ช็อป คิดคิดเป็นร้อยละ 89.31 การบริการสำหรับนักท่องเที่ยวในด้านการแสดงโชว์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ดนตรีรำไทย ฯลฯ จากการสำรวจพบว่า ระดับธุรกิจขนาดรับนักท่องเที่ยวได้เกิน 100 คน แต่ไม่เกิน 200 คน (ธุรกิจขนาด B) จะมีบริการประเภทนี้มากกว่าธุรกิจขนาดอื่น สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สถานที่จอดรถ สนาม ไทโรคันท์ ธุรกิจขนาด B มีความพร้อมสูงกว่าธุรกิจขนาดอื่น ธุรกิจขนาด C (รับนักท่องเที่ยวไม่เกิน 100 คน) มีบริการอำนวยความสะดวกด้านนี้น้อยที่สุด จังหวัดเชียงใหม่มีธุรกิจขนาด A ซึ่งรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 200 คน มีจำนวน 16 แห่ง ขนาด B มี 37 แห่ง และขนาด C มากที่สุด 106 แห่ง

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ในช่วง 1 หรือ 2 ปีนี้เป็นช่วงที่ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารเกิดขึ้นมากที่สุด เพิ่มจาก 3-4 ปีที่แล้วจากร้านอาหารที่เปิดใหม่เมื่อ 3-4 ปีที่แล้ว 26 แห่ง และเมื่อ 1-2 ปีนี้เพิ่มขึ้นเป็น 64 แห่ง แสดงว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 146 เป็นอัตราการเพิ่มที่สูงมาก สำหรับในตัวอำเภอเมืองแล้วเพิ่มขึ้นจาก 3-4 ปีที่แล้วถึง 30 แห่ง ในขณะที่น้ำตกแม่กลาง, ถ้ำเขียงดาว และสันกำแพง/บ่อสร้าง เพิ่มขึ้น 1, 2 และ 4 แห่ง ตามลำดับ (ตารางที่ 9)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจในร้านจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นส่วนใหญ่ ส่วนชาวต่างประเทศก็มีบ้างคิดเป็นประมาณ ร้อยละ 13 ของลูกค้าทั้งหมด จากการสำรวจ 53 ร้านพบว่าร้านอาหารที่มีชาวต่างประเทศล้วน ๆ มีอยู่ 1 ร้าน และเป็นร้านอาหารที่มีคนไทยล้วน ๆ 5 ร้าน นอกนั้นก็ปะปนกัน ส่วนระดับรายได้ของลูกค้า โดยทั่วไปแล้วร้อยละ 80 เป็นผู้มียาได้ระดับปานกลางร้อยละ 85 เป็นผู้เดินทางกันมาเอง

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจร้อยละ 35.91 ของธุรกิจร้านอาหารที่มีความเห็นว่าคุณภาพและลักษณะของอาหารมีส่วนสำคัญที่ทำให้มีผู้เข้ามารับประทานอาหารในร้านของตนร้อยละ 20.15 เห็นว่าราคามีผลต่อการเข้ามารับประทานอาหารของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ร้อยละ 17.11, 11.51, 9.62 และ 2.33 ของร้านผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าสถานที่ตั้ง, การบริการ, การตกแต่งภายในร้าน และการแสดงโชว์เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าสนใจมากกว่าตามลำดับ

(5) การตลาดธุรกิจ ธุรกิจอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ จากการสอบถาม 53 ร้านจาก 7 จุด คือ อำเภอเมือง, น้ำตกแม่กลาง, น้ำตกแม่สา, น้ำตกแม่ยะ, ห้วยน้ำดัง, ถ้ำเชียงรายและสันกำแพง/บ่อสร้าง พบว่าธุรกิจมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง การตั้งราคาสูงกว่าแหล่งอื่นมีเฉพาะในตัวอำเภอเท่านั้น คือ 2 แห่งจากตัวอย่างร้านที่สอบถามในอำเภอ 34 แห่ง นับว่าน้อยมาก ทั้ง 7 จุดที่สำรวจจะเห็นว่ามิลักษณะการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการอยู่ในระดับที่เท่ากันถึงร้อยละ 58.49 (ตารางที่ 10) ส่วนระดับราคาต่ำกว่าคู่แข่งชั้นในระดับเดียวกัน มีถึง ร้อยละ 37.74 เพราะมีการแข่งขันกันสูงมากเห็นได้ว่าในฤดูกาลท่องเที่ยว ร้านอาหารต่าง ๆ จะมีการเน้นวิธีการบริการและเรื่องความสะดวกภายในร้านมากกว่าคือ มีถึงร้อยละ 15.09 ถ้าพิจารณาจากนอกฤดูกาลท่องเที่ยวแล้วเห็นว่ามีเพียงร้อยละ 7.55 เท่านั้น นอกจากนี้แล้วยังมีการจัดรายการพิเศษและมีการลดราคาเพิ่มขึ้นกว่าเดิมอีกมากด้วย

(6) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจนี้ได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนเรื่องธุรกิจที่มีอยู่ในพื้นที่แต่ละแห่งของบริเวณที่สำรวจพบว่าปริมาณร้านอาหารในแต่ละจุดมีอยู่ค่อนข้างมากแล้ว ถือว่าเพียงพอแล้ว ทุก ๆ จุดทั้ง 7 จุดจะไม่มีปัญหาความไม่เพียงพอของธุรกิจด้านนี้เลย ส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะค่อนข้างมากและมากเกินไป (ตารางที่ 11)

(7) ปัญหาของธุรกิจ ผลจากการสำรวจและสอบถามผู้ประกอบการพบว่า ส่วนใหญ่มีความพอใจระดับปานกลาง ถึงระดับมากในธุรกิจนี้ สำหรับผลกำไรของธุรกิจประเภทนี้ จะเห็นได้ว่าธุรกิจส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 69.81 จะมีอัตรากำไรอยู่ในช่วงร้อยละ 1-30 (ตารางที่ 12) (มีอยู่ร้อยละ 16.98 ของธุรกิจที่ไม่ได้ระบุ) ปัญหาของธุรกิจประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกี่ยวกับพนักงานมีไม่เพียงพอ ซึ่งมีประมาณร้อยละ 15.09 ของธุรกิจทั้งหมดที่ระบุอยู่ ส่วนปัญหาการลดลงมาคือ ปัญหาการขาดสภาพคล่อง และปัญหาเรื่องน้ำคิดเป็นร้อยละ 9.43 และร้อยละ 5.66 ตามลำดับ ส่วนปัญหาด้านอื่น ๆ ก็ไม่มีมาก

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ทางผู้ประกอบการร้อยละ 32.08 มีความเห็นว่าแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจของตนควรปรับปรุงในด้านรูปแบบและบริการของอาหารที่มี อาจจะเป็นไปในทางการเพิ่มรายการอาหาร และบริการที่มีขึ้น ร้อยละ 13.21 เห็นว่าควรปรับปรุงเฉพาะในด้านบริการเท่านั้น สำหรับรูปแบบของอาหารมีเพียงร้อยละ 9.04 ที่เห็นว่าควรปรับปรุง และไม่มีระบุ ร้อยละ 60.38

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการ ร้อยละ 33.96 มีความเห็นว่าแนวโน้มของธุรกิจยังคงขยายตัวต่อไปได้อีกในอนาคต (ตารางที่ 14) แต่มีเพียงจำนวนน้อยที่มีความเห็นว่าธุรกิจประเภทนี้มีการแข่งขันกันมาก คือประมาณร้อยละ 5.66 ส่วนที่ไม่แน่ใจในการขยายตัวของธุรกิจด้านนี้มีเพียงร้อยละ 7.55 เท่านั้น และอีกจำนวนร้อยละ 26.42 ที่เห็นว่าธุรกิจประเภทนี้ในอนาคตมีแนวโน้มค่อนข้างคงที่ (ไม่ได้ระบุร้อยละ 26.42 )

### 3.1.3 ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ ประเภทของธุรกิจจัดแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ จัดแบ่งตามลักษณะการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นร้านที่ทั้งผลิตและจำหน่ายหรือจำหน่ายเพียงอย่างเดียว อีกอย่างหนึ่งคือจัดแบ่งตามประเภทสินค้า ได้แก่ สินค้าที่เป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับ รูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (รายละเอียดดูตารางที่ 15-18) จำนวนร้านที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่สำรวจและสัมภาษณ์ได้มี 159 แห่ง ในอำเภอเมือง 37 แห่ง ลันก้าแวง/บ่อสร้าง 113 แห่ง, น้ำตกแม่กลาง 4 แห่ง, น้ำตกแม่ลา 3 แห่ง, ถ้ำเชียงดาว 1 แห่ง และหัวน้ำดง 1 แห่ง 1 ปีที่ผ่านมาการเพิ่มขึ้นของร้านขายสินค้าที่ระลึกเพิ่มมากขึ้น มากกว่า 2 ปีที่แล้วถึง 2 เท่ากว่า คือเมื่อ 2 ปีที่แล้วมีธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึกเกิดขึ้น 11 แห่ง 1 ปีมานี้เกิดขึ้น 28 แห่ง ซึ่งขนาดของธุรกิจตั้งแต่ 1 ถึงมากกว่า 2 คูหา เพิ่มขึ้นในอัตราที่ใกล้เคียงกัน แต่ส่วนใหญ่หลักการเกิดธุรกิจร้านค้าที่ระลึกเพิ่มขึ้นมากในตัวอำเภอเมืองและลันก้าแวง/บ่อสร้าง คือในอำเภอเมืองเพิ่มจาก 2 ปีที่แล้วถึง 11 แห่ง ลันก้าแวง/บ่อสร้างเพิ่มขึ้น 9 แห่ง ที่เหลือเป็นน้ำตกแม่กลาง 2 แห่ง น้ำตกแม่ลา 1 แห่ง ร้านในอำเภอเมืองเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าเกือบทุกชนิด ยกเว้นเครื่องถมเท่านั้นที่เป็นเพียงผู้จำหน่ายเท่านั้น ที่ต่อยสุเทพและตอยอ่างขวางไม่มีธุรกิจประเภทนี้เลย น้ำตกแม่กลางส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจผ้ลทอมือซึ่งมีทั้งผลิตและจำหน่าย น้ำตกแม่ลาส่วนใหญ่เป็นธุรกิจค้าขายเสื้อผ้า จำหน่ายเครื่องประดับกาย, เครื่องประดับบ้าน ถ้ำเชียงดาวมีธุรกิจประเภทนี้มีเฉพาะจำหน่ายผ้าผ้าย/บาติก เท่านั้น ส่วนในลันก้าแวง/บ่อสร้าง เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกครบทุกชนิด และมีการจำหน่ายอยู่มากกว่าที่อื่น ๆ ทั้งหมด รูปแบบการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกทุก ๆ ขนาดไม่ว่าจะเป็น 1 คูหาหรือมากกว่าส่วนใหญ่จะมีการให้บริการรับบัตรเครดิต, ให้บริการจัดส่งสินค้าและรับคำสั่งซื้อพิเศษคิดเป็นร้อยละ 56.18 ของร้านค้าสินค้าที่ระลึก ส่วนในด้านสถานที่จอดรถและอื่น ๆ จัดว่ามีน้อยคือคิดเพียงร้อยละ 5.6 เท่านั้น

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่าร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกส่วนใหญ่เปิดมาแล้วมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.30 และรองลงมาคือเพิ่งเปิดมาเมื่อปีที่แล้วคิดเป็นร้อยละ 17.61 (ตารางที่ 19) แสดงให้เห็นว่าเมื่อปีที่แล้วธุรกิจด้านนี้มีผู้สนใจทำมากขึ้น

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้าที่แวะเข้ามาซื้อของในร้านและเข้ามาชมสินค้าครั้งต่อครั้งเป็นชาวต่างประเทศ (ตารางที่ 20) ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวมีทุกระดับปานกลางคละกันไป และจะมีอายุในระหว่าง 21-30 ปีส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเพศหญิงนิยมเข้าร้านของที่ระลึกมากกว่าเพศชาย คือเพศหญิงประมาณร้อยละ 61 ในขณะที่เพศชายมีเพียงร้อยละ 39 เท่านั้น การเดินทางเข้าร้านส่วนมากจะมากันเอง

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ ส่วนใหญ่แล้วการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่มักจะอาศัยการขายตรงให้แก่ลูกค้า การขายผ่านพ่อค้าคนกลาง

มีรูปแบบเป็นการขายปลีก, บริษัทนำเที่ยวและไกด์เป็นสำคัญ

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกส่วนใหญ่ที่ทำกันมักจะมีสินค้าหลาย ๆ อย่างให้เลือก มักจะเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับกาย เครื่องประดับบ้าน เพราะการขายสินค้าหลาย ๆ อย่างจะทำการขายได้ดีกว่าขายเพียงสินค้าชนิดเดียว รวมทั้งจังหวัดเชียงใหม่มีข้อได้เปรียบเนื่องจากมีชื่อเสียงทางด้านหัตถกรรมมาก่อน

(6) การตลาดของธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้ด้านการผลิตและการจำหน่าย มีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ น้อยมาก ทั้งในฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว จะมองไม่เห็นความแตกต่างกันของการส่งเสริมการตลาดเลย ในด้านราคาขายตามร้านต่าง ๆ จะไม่มีความแตกต่างกันของราคามากนัก ส่วนใหญ่ราคาจะเท่ากันเนื่องจากการแข่งขันในธุรกิจด้านนี้ของจังหวัดเชียงใหม่มีมาก

(7) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจ มีความเห็นว่าธุรกิจประเภทนี้มีเพียงพอแล้ว ร้อยละ 28.57 ค่อนข้างมากร้อยละ 42.86 และมากเกินไปร้อยละ 16.33 ส่วนที่ให้ผู้สัมภาษณ์ว่าไม่คอยเพียงพอมีเพียง ร้อยละ 12.24

(8) ปัญหาของธุรกิจ แม้ธุรกิจประเภทนี้ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการจะมีความพึงพอใจ เนื่องจาก ร้อยละ 53.06 ของผู้ให้สัมภาษณ์มีกำไรอยู่ในช่วงร้อยละ 6-20 และที่มีกำไรมากกว่า ร้อยละ 35 มีอยู่ร้อยละ 16.33 ของธุรกิจ (ตารางที่ 21) แต่ก็ยังมีปัญหาบางอย่างที่มีผู้ให้ความเห็นว่าควรปรับปรุงให้ดีขึ้น ที่เป็นปัญหาหลัก ๆ อยู่ คือมีการแข่งขันของตลาดสูง ขาดสภาพคล่องทางธุรกิจ, ปัญหาทรัพยากรหรือวัตถุดิบเป็นต้น สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ไม่มีปัญหามีอยู่ประมาณร้อยละ 42.86 (ตารางที่ 22)

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ จากการสอบถาม 49 รายของธุรกิจ พบว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะปรับปรุงให้มากที่สุด คือ เรื่องของสถานที่ และคุณภาพของสินค้า ส่วนเรื่องอื่น ๆ ปัญหาที่ต้องปรับปรุงมีน้อย

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าแนวโน้มของธุรกิจมีโอกาสที่จะเพิ่มขึ้นอีกคือ ร้อยละ 42.86 ของผู้ให้สัมภาษณ์ และคิดว่ายังทรงตัวอยู่ได้ ร้อยละ 28. ที่เห็นว่าจะแยลงมีเพียง ร้อยละ 10.20 เท่านั้น (ตารางที่ 23)

### 3.1.4 ธุรกิจนำเที่ยว

(1) ประเภท-ขนาดและบริการในธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า มีธุรกิจด้านนี้ 44 แห่ง และเป็นธุรกิจในตัวอำเภอเมืองทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางคือมีไกด์ตั้งแต่ 3-9 คน มีอยู่ 25 แห่งคิดเป็น ร้อยละ 56.81 ของธุรกิจประเภทนี้ ส่วนธุรกิจขนาดเล็กที่มีไกด์น้อยกว่า 3 คน และธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีไกด์มากกว่า 3 คน มี 12 และ 7 แห่งคิดเป็น ร้อยละ 27.27 และ ร้อยละ 16 ตามลำดับ (ตารางที่ 24) ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ

ประมาณร้อยละ 84.09 ส่วนที่เหลือเป็นการนำเที่ยวภายในและต่างประเทศประมาณร้อยละ 13.64 และธุรกิจจัดหาและส่งนักท่องเที่ยวให้กับธุรกิจนำเที่ยวโดยตรงประมาณร้อยละ 15.18 (ตารางที่ 25) ลักษณะบริการหลัก คือ Package Tour เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 46.98) รองลงมาคือ Sight seeing/Option Tour (ร้อยละ 41.27) ที่เหลือเป็น Land Arrangement การบริการจะอยู่ในรูปของการจำหน่ายตั๋วเดินทาง, ให้เช่าพาหนะ เป็นส่วนใหญ่

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ร้อยละ 52 ของธุรกิจเป็นธุรกิจที่เพิ่งเริ่มเข้ามาเมื่อไม่เกิน 2 ปีที่แล้ว (ตารางที่ 24) แสดงว่าธุรกิจประเภทนี้เพิ่งเริ่มในช่วงที่การท่องเที่ยวได้รับการส่งเสริมในประเทศไทย

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้ามีทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ส่วนใหญ่แล้วลูกค้าเป็นผู้มีรายได้ออยู่ในระดับสูง และร้อยละ 42 เป็นลูกค้าที่ยังเป็นวัยหนุ่มสาว คือช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 19 เป็นลูกค้าที่มีอายุในช่วง 31-40 ปี สำหรับวิธีการจัดหานักท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว พบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวจะมาติดต่อที่บริษัทเอง มีนักท่องเที่ยวเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่มีบริษัทแม่จัดส่งมาให้หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากความร่วมมือกับบริษัทท่องเที่ยวในระดับต่าง ๆ (เช่น ในท้องถิ่น ในต่างจังหวัดและในต่างประเทศ) ดังแสดงในตารางที่ 26

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ ในบรรดาธุรกิจนำเที่ยวที่ประกอบกิจการเอง ความสามารถที่จะจัดนำเที่ยวให้แก่ลูกค้าได้สูงสุดไม่เกิน 100 คน/วัน โดยเฉลี่ย 65 คน/วัน ซึ่งถ้าเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการกันเต็มที่ แต่ถ้าช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวร้อยละ 63 ของธุรกิจจะมีผู้มาใช้บริการเพียง ร้อยละ 55 อีกร้อยละ 37 จะมีผู้มาใช้บริการไม่ถึง ร้อยละ 13 ของธุรกิจนี้ทั้งหมด

(5) การตลาดธุรกิจ การกำหนดอัตราค่าบริการมักจะอยู่ในระดับเดียวกันเมื่อเทียบกับบริษัทนำเที่ยวอื่น ๆ ในระดับเดียวกัน กล่าวคือ ประมาณร้อยละ 62.50 ของธุรกิจดังกล่าวมีการกำหนดอัตราค่าบริการในระดับที่เท่ากัน มีธุรกิจเพียงร้อยละ 25.00 และ 12.50 เท่านั้น ที่กำหนดอัตราค่าบริการในระดับที่ต่ำกว่าและสูงกว่า ตามลำดับ (ตารางที่ 27) หากพิจารณาในด้านอัตรากำไรของธุรกิจ จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประมาณร้อยละ 75.00 มีอัตรากำไรอยู่ในช่วงร้อยละ 1-40 (ตารางที่ 28)

(6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ ผู้ประกอบการของธุรกิจชนิดนี้ร้อยละ 75.00 เห็นว่าบริการนำเที่ยวที่เป็นอยู่ในขณะนี้ มีปริมาณค่อนข้างมากหรือมากเกินไป (ตารางที่ 29) สำหรับผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของผู้ประกอบการธุรกิจ มีแนวโน้มเป็นที่น่าพอใจ

(7) ปัญหาของธุรกิจ ปัญหาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการมีด้านารคมานาคม, ด้านเงินทุน, สาธารณูปโภค แต่ปัญหาใหญ่สุดคือปัญหาด้านการแข่งขันทางการตลาด เนื่องจากมีบริษัทหรือธุรกิจประเภทนี้กันมากจนถือว่าเพียงพอแล้ว ปัญหาด้านนี้มีบริษัทตอบถึง ร้อยละ 80 ของธุรกิจประเภทนี้ทั้งหมด

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทร้อยละ 33.33 มีแนวโน้มที่จะปรับปรุงด้านบริการให้ดีขึ้น ส่วนด้านการปรับปรุงสถานที่และบุคลากรมีแนวโน้มร้อยละ 22.22 สำหรับการคิดปรับปรุงด้านอุปกรณ์ต่าง ๆ มีเพียงร้อยละ 11 เท่านั้น

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจด้านนี้ร้อยละ 50 เห็นว่าธุรกิจชนิดนี้ยังมีโอกาสและการขยายตัวได้อีกมาก มีเพียงร้อยละ 16 เท่านั้นที่มีความเห็นว่าธุรกิจประเภทนี้ไม่ดีขึ้นและมีการแข่งขันมากเกินไป

### 3.1.5 ธุรกิจการขนส่ง

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า มีธุรกิจประเภทนี้เฉพาะในตัวอำเภอเมืองเท่านั้น มีทั้งหมด 14 แห่ง ลักษณะของกิจการร้อยละ 85.7 มียานพาหนะเป็นของตนเอง มีเพียงประมาณ ร้อยละ 20 เท่านั้นที่ร่วมทุนกัน ยานพาหนะในธุรกิจร้อยละ 80 เป็นกิจการประเภทรถจักรยานยนต์ให้เช่า เป็นรถจี๊ป ร้อยละ 3.7 นอกนั้นเป็นรถตู้เช่าเหมา รถเก๋งเช่าเหมา และรถจักรยานถึง ร้อยละ 6.2

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้ค่อนข้างใหม่มาก สำหรับจังหวัดเชียงใหม่คือร้อยละ 35.7 เริ่มดำเนินการมาเมื่อ 2 ปีที่แล้ว ร้อยละ 50 ของธุรกิจเพิ่งเริ่มดำเนินการมาเมื่อปีที่แล้ว ส่วนที่ดำเนินการมาเมื่อ 10 ปีที่แล้วมีเพียงร้อยละ 7.1 เท่านั้น

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ จากจำนวน 7 ตัวอย่างจาก 14 รายที่สำรวจได้ กลุ่มลูกค้าของธุรกิจเหล่านี้มีเพียงประเภทเด็ชวคือประเภทของกลุ่มบุคคล ซึ่งร้อยละ 72 เป็นแขกที่มาจากยุโรป มีเพียงร้อยละ 15 ที่เป็นคนไทย ส่วนตะวันออกกลางมีเพียงร้อยละ 3.5 เท่านั้น

(4) อัตราค่าบริการ ใช้อัตราค่าบริการในลักษณะค่าเช่าเหมาจ่าย โดยมีราคาแตกต่างกันไปตามประเภทของยานพาหนะ และความพอใจของผู้ให้เช่าในแต่ละแห่ง แต่โดยทั่วไปแล้วค่าเช่าจะใกล้เคียงกันมากในทุก ๆ แห่ง อย่างเช่นมอเตอร์ไซด์ให้เช่ามักจะมีอัตราค่าเช่าอยู่ในช่วง 100-150 บาท/วัน ระยะเวลาในการให้เช่าโดยปกติไม่เกิน 20 วัน รถจี๊ปอัตราค่าเช่าอยู่ในช่วง 500-1200 บาท/วัน ระยะเวลาไม่เกิน 20 วัน ส่วนรถตู้ รถเก๋งเช่าเหมา อัตราค่าเช่าอยู่ในช่วง 500-1200 บาท/วัน ระยะเวลาในการให้เช่าไม่แน่นอนอาจเป็น 2 วันหรือไม่เกิน 20 วัน จักรยานอัตราค่าเช่า 20 บาท/วัน ระยะเวลาในการให้เช่า 15 วัน

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้เพิ่งมีขึ้นและการให้เช่าเหมา ยานพาหนะ ส่วนใหญ่แล้วเป็นการให้เช่าจักรยานยนต์ ธุรกิจตั้งอยู่ในเฉพาะตัวอำเภอเมืองเท่านั้น



(6) การตลาดธุรกิจ การติดต่อทางการตลาดมากกว่า ร้อยละ 95 มีการติดต่อลูกค้าด้วยตัวเอง มีเพียงบางธุรกิจเท่านั้นที่ผ่านตัวกลางคือโกดัง และโรงแรม การผ่านตัวกลางธุรกิจให้ผลตอบแทนแก่ตัวกลางในรูปของการแบ่งเปอร์เซ็นต์หรือค่าคอมมิชชันให้ ร้อยละ 10-30 การแข่งขันของธุรกิจประเภทนี้ก็มีมากพอสมควรถ้าพิจารณาจากการกำหนดอัตราค่าเช่า แล้วจะเห็นได้ว่าระดับอัตราค่าจ้างของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 7 รายมีการกำหนดอัตราค่าเช่าในระดับเดียวกัน

(7) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ จากการสัมภาษณ์พบว่าระดับความเพียงพออยู่ในระดับปานกลาง และค่อนข้างน้อย แสดงว่าธุรกิจประเภทนี้ยังไม่เพียงพอความพอใจในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา ผู้ประกอบการพอใจในระดับค่อนข้างสูง

(8) ปัญหาของธุรกิจ ปัญหาที่ผู้ประกอบการได้ตอบมาอยู่ในระดับที่เท่า ๆ กัน คือปัญหาด้านการตลาด, ปัญหาด้านการบริการ และปัญหาด้านความเข้มงวดของระบบราชการ

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ผู้ประกอบการมีความประสงค์ที่จะปรับปรุงในด้านบริการ และรองลงมาคือต้องการปรับปรุงในด้านกิจกรรมทางการตลาด

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการเกือบทั้งหมดมีความเห็นว่าธุรกิจประเภทนี้มีแนวโน้มที่ดี ขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เห็นว่าธุรกิจประเภทนี้ไม่ค่อยแน่นอนเพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ

### 3.1.6 ธุรกิจเพื่อสหภาพการ

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่าธุรกิจนี้มีจำนวน 37 แห่งทั้งหมดอยู่ที่อำเภอเมือง ขนาดของธุรกิจร้อยละ 54 เป็นธุรกิจขนาดเล็กระดับ C (จุได้น้อยกว่า 100 คน) มีธุรกิจขนาดใหญ่เพียง 13.5 เท่านั้น ที่เหลือเป็นธุรกิจขนาด B (ตารางที่ 30) สำหรับประเภทของธุรกิจสหภาพการนั้นพบว่า ร้อยละ 67.57 ของธุรกิจทั้งหมดเป็นธุรกิจประเภทบาร์เบียร์ ร้อยละ 16.22 เป็นธุรกิจเกี่ยวกับไนท์คลับและดิสโก้เฮด ที่เหลือเป็นธุรกิจอาบอบนวด (ตารางที่ 31)

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจสหภาพการนับว่าเป็นธุรกิจค่อนข้างใหม่ เพราะร้อยละ 70.28 เป็นธุรกิจที่เพิ่งดำเนินมาได้ไม่เกิน 3 ปี (ตารางที่ 30)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 45 ของธุรกิจจะมีผู้ใช้บริการเป็นชาวต่างประเทศ ลูกค้าต่างประเทศส่วนใหญ่มักจะใช้บริการประเภทของธุรกิจบาร์เบียร์ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชายคือร้อยละ 74 อายุอยู่ในระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็น ร้อยละ 41 ของลูกค้า รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 คิดเป็น ร้อยละ 24 ระดับรายได้ของลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง มีร้อยละ 53 รองลงมาคือลูกค้าระดับรายได้ระดับสูงร้อยละ 34 ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ต่ำมีเพียงประมาณ ร้อยละ 10 เท่านั้น ร้อยละ 87 เป็นลูกค้าที่เดินทางมาเอง

(4) อัตราค่าบริการ การกำหนดอัตราค่าบริการมักจะอยู่ในอัตราที่เท่ากัน หรือต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกัน แสดงว่ามีการแข่งขันกันมาก (ตารางที่ 32)

(5) ความพอใจในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจเพื่อสันนาการทางผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าธุรกิจที่ดำเนินการอยู่เป็นที่น่าพอใจ จะเห็นได้ว่า ร้อยละ 46.15 ของผู้ให้สัมภาษณ์มีความพอใจในระดับปานกลาง และพอใจค่อนข้างมากถึง ร้อยละ 30.77

(6) การตลาดธุรกิจ ธุรกิจสันนาการในจังหวัดเชียงใหม่ ค่อนข้างตื่นตัว และมีการแข่งขันกันค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นในหรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ธุรกิจเป็นจำนวนมากที่มีการส่งเสริมในด้านการตลาดด้วยวิธีการต่าง ๆ คือฤดูกาลท่องเที่ยวธุรกิจต่าง ๆ ใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ และมีการจัดกิจกรรมและบริการพิเศษไว้บริการแก่ลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ และมีบางรายที่จัดลมนาคแก่ลูกค้า ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมักจะใช้ การจัดกิจกรรมและบริการพิเศษเตรียมไว้แก่ลูกค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาคือลดราคาค่าบริการ การแข่งขันมีมากจึงมีการตั้งราคาต่ำเพื่อดึงดูดลูกค้า

(7) ความพร้อมด้านบริการธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้ในจังหวัดเชียงใหม่ เพียงพอ และค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากมีผู้ใช้บริการกันมากทำให้ความพอใจในผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่พอใจมาก

(8) ปัญหาของธุรกิจ ปัญหาที่สำคัญที่สุดในการดำเนินการคือปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงานเนื่องจากคุณภาพของแรงงาน และปัญหาโครงสร้างพื้นฐานคือด้านการคมนาคมพบว่าทางแคบถนนไม่ค่อยดี ปัญหาอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากนี้ เช่น ด้านน้ำประปา ไฟฟ้าดับบ่อย ปัญหาทำเลที่ตั้ง เป็นต้น

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้ผู้ประกอบการเน้นปรับปรุงสถานที่คือตกแต่งหน้าร้านและปรับปรุงภายในร้านใหม่ รองลงมาคือต้องการขยายกิจการด้านนี้ต่อไปอีก

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการประเภทนี้จำนวนมากเห็นว่าธุรกิจประเภทนี้จะต้องดีขึ้น คือ ร้อยละ 66 มีความเห็นว่าธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น มีเพียง ร้อยละ 22 เท่านั้นที่เห็นว่าธุรกิจประเภทนี้เปิดกันมากจนทำให้รายได้ตกต่ำลง ส่วน ร้อยละ 11 เห็นว่าคงที่

### 3.2 แหล่งที่มาจากรเอกสารข้อมูลและสื่อสารมวลชน

เมื่อราวปี 2511 ทางองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ อสท. เห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญรองจากกรุงเทพฯ คือถ้าสามารถส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางออกไปท่องเที่ยวนอกกรุงเทพฯ ได้ไกล ๆ ก็จะเป็นการดี ทำให้ยึดเวลาว่างของนักท่องเที่ยวต่อไปได้อีกนาน ทำให้การใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวมีมากขึ้น เป็นผลดีต่อประเทศ

ด้านรายได้ แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีอยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นวัดวาอาราม โบราณวัตถุสถาน วิถีชีวิตชาวเชียงใหม่ ความงามตามด้านจิตใจของชาวเชียงใหม่ สิ่งเหล่านี้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากมาย ดังนั้น การลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ที่เป็น การหารายได้มาจากการท่องเที่ยว จึงมีขึ้นตั้งแต่ธุรกิจบริการด้านที่พัก อาหาร การขนส่ง การนำเที่ยว การเพื่ออำนวยความสะดวกและการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยและมีผลต่อการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ได้มีการส่งเสริมและพัฒนาไปในหลาย ๆ รูปแบบ

3.2.1. ด้านการบริการทางการเงิน เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางการเงินขนาดใหญ่และสำคัญของภาคเหนือตอนบน โดยมีสถาบันทางการเงินอยู่เป็นจำนวนมากทั้งธนาคารพาณิชย์ ธนาคารรัฐบาล สถาบันการเงินของเอกชน หลาย ๆ สถาบันมักจะจัดตั้งสำนักงานเขตในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีธนาคารพาณิชย์ 40 แห่ง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ 1 แห่ง ธนาคารออมสิน 12 แห่ง การมีสถาบันการเงินเพียงพอทำให้สภาพคล่องมีมากขึ้น ระบบการเงินมีความจำเป็นกับการลงทุน จะเห็นว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในปี 2529 มีรายได้ 3.8 พันล้านบาท ปี 2530 มีรายได้ 4.6 พันล้านบาท และปี 2531 มีรายได้ 5.3 พันล้านบาท

3.2.2 สถานภาพการเคลื่อนไหวด้านนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมของภาครัฐบาลและเอกชน จดจรรยาของข่าวของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาเชียงใหม่พบว่า ในปี 32 นี้ จะนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ไม่ต่ำกว่า 3.5 ล้านคน โดยในช่วงครึ่งปีแรกพบว่า มีนักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วกว่า 2 ล้านคน จึงสามารถหารายได้มากกว่าทุกปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่มาใช้จ่ายในด้านที่พักอาศัย ค่าอาหาร ของของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ส่งผลให้เศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ดีขึ้นตามลำดับคาดว่าอนาคตจังหวัดเชียงใหม่จะมีผลกระทบด้านด้านการท่องเที่ยวออกไปอีก สถิติการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา พบว่าปี 2529 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวทั้งหมดประมาณ 1.6 ล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1.3 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 3 แสนคนเศษ ปี 2530 นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเพิ่มมากขึ้นรวม 2.47 ล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 2.1 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 3.7 แสนคน และในปี 2531 ปริมาณนักท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นโดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามา 2.93 ล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 2.5 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 4.3 แสนคน

ทางภาครัฐบาลได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ ด้วยการจัดให้มีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในชุมชนเมืองและในแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและเพียงพอเหมาะสม

ของแหล่งนั้น ๆ มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนฟื้นฟูและอนุรักษ์สถานที่เหล่านั้น นอกจากนี้ยังเพิ่มความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรมที่มีชื่อ ในชุมชน และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้รู้จักกว้างขวางขึ้น นโยบายตอบสนองการขยายตัว ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยววัตถุประสงค์เพื่อช่วยแก้ปัญหาการขาดดุลชำระเงินระหว่างประเทศ และเป็นฐานเศรษฐกิจในส่วนภูมิภาคที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมต่อเนื่องกัน เป็นแหล่งจ้างงาน และการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค

3.2.3 ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับสภาวะการลงทุนทางการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ในระยะ ช่วงนี้ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับอาคารสร้างโรงแรมขนาดใหญ่ โดยมีนักลงทุนทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศหลายกลุ่มด้วยกัน เช่น กลุ่มชั้นบริหารจากต่างประเทศ ซึ่งมีผู้ถือหุ้นเป็นคนไทย ร้อยละ 51 กลุ่มเซ็นทรัลพลาซ่าสร้างที่ถนนนอกเมืองมี 500 ห้อง กลุ่มดุสิตธานี เป็นต้น นอกจากกลุ่มต่าง ๆ แล้วยังมีเจ้าของโครงการสร้างโรงแรมในเชียงใหม่อีกเป็นจำนวนมากดังนี้ คือ กลุ่มโรงแรมลิตเติ้ลดีค 1,000 ห้อง บริเวณเชียงใหม่สงจังหวัด โครงการโรงแรมของ นายกนกสุวรรณ วิสูตร อดีตรัฐมนตรีโรงแรมทั่วไปของเชียงใหม่ออกคิด จำนวน 350 ห้อง โครงการ ของนายอนุวรรต วงศ์วรรณ ก่อสร้างขนาด 200 ห้อง โครงการของเจ้าไชยสุรวงศ์ เชียงใหม่ จำนวน 200 ห้อง โครงการของกลุ่มสุราทิพย์ 500 ห้อง และกลุ่มรอยัลการ์เด้นที่มีโครงการ สร้างตรงโรงแรมขนาด 500 ห้องบริเวณแม่ริม สาเหตุที่มีการสร้างโรงแรมระดับ A ดาวมากขึ้น ในจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากเล็งเห็นว่าโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีห้องพักกว่า 8,000 ห้อง นั้น ไม่มีอีกทั้งสภาพของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ขณะนี้ส่วนมากกว่าเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย กว่า ร้อยละ 50 ที่มาในลักษณะของทัวร์ให้รางวัล หรือทัวร์การประชุมคาดว่าจะอีกสองปีข้างหน้า จะมีห้องพักเพิ่มขึ้นมากกว่า 5,000 ห้องอย่างแน่นอน

3.2.4 ความเคลื่อนไหวด้านการลงทุนพัฒนาสนามบินจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเพิ่มความพร้อม ล้ำหรับทุกด้าน การพัฒนาสนามบินจังหวัดเชียงใหม่ปี 2533 ทุ่มงบประมาณ 200 ล้านบาท เป็นแผนระยะ ลื่นเร่งด่วนต้องรีบทำให้เสร็จภายในปีหน้า มีทั้งโครงการขยายรันเวย์ สะพานเทียบและลานจอด เครื่องบิน

#### 4. สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

##### 4.1 จากการประมาณการ

4.1.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคตมีความสำคัญต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ในปัจจุบันได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งทำให้การประมาณการทำได้สะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวที่พักแรมที่สถานพักแรม ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางที่ไปพักแรมและอยู่ในท้องถิ่นซึ่งไม่ใช่แหล่งที่อยู่ของตนเอง ไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เข้ามเยียนญาติมิตร ติดต่อบุรุษกิจหรือติดต่อบุรุษการ

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวไทย

1) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้ข้อมูลระหว่าง พ.ศ. 2531 มาใช้ในการวิเคราะห์วิเคราะห์แบบแนวโน้มตามกาลเวลา (Time Trend) เพื่อหาอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยจะมีจำนวน 5.7 ล้านคน ใน พ.ศ. 2534 และเพิ่มเป็น 8.5 ล้านคน ใน พ.ศ. 2539 (ตารางที่ 5.1) โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9 ต่อปี

ตารางที่ 4.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

หน่วย : ล้านคน

พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว
2532 <sup>1</sup>	4.8
2533	5.2
2534	5.7
2535	6.2
2536	6.8
2537	7.4
2538	8.1
2539	8.5

หมายเหตุ : <sup>1</sup> จากการประมาณการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดต่าง ๆ นั้น จะประมาณการโดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้าพักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดต่าง ๆ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 โดยสมมติให้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแยกตามจังหวัดคงที่ ซึ่งใน พ.ศ. 2530 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ เท่ากับร้อยละ 10.12 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

2) นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แต่ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มีย้อนหลังไม่มากนัก จึงยังไม่สามารถนำมาประมาณการโดยตรงได้ การศึกษาครั้งนี้จึงได้ตั้งสมมติฐานว่า รายได้จากสาขาบริการของผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น (GPP) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละจังหวัด ซึ่งจากข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น พ.ศ. 2526-2530 พบว่ารายได้จากสาขาบริการโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 7.0 ต่อปี

จากการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ บปรากฏว่า ในพ.ศ. 2534 และ พ.ศ. 2539 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวเป็นจำนวน 1,199,848 คน และ 1,764,362 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่

หน่วย : คน

พ.ศ	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2532	544,159	485,760	1,029,919
2533	582,250	526,240	1,108,490
2534	623,008	576,840	1,199,848
2535	666,609	627,440	1,294,059
2536	713,282	688,160	1,401,442
2537	763,212	748,880	1,512,092
2538	816,637	819,720	1,636,357
2539	873,802	890,560	1,764,362

ที่มา : จากการคำนวณ

4. 1. 2 การประมาณการจำนวนห้องพักแรมของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในอนาคต โดยทำการประมาณการในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนห้องพักที่ต้องการในปีต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลประกอบที่จำเป็นต่อการคำนวณมีดังนี้

- 1) จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักในสถานพักแรม จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งที่ผ่านมาช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีระยะเวลา 6 เดือน และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนเท่ากับร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งปี
- 2) จำนวนผู้เข้าพักแรมเฉลี่ยต่อห้อง จากการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อห้องเท่ากับ 1.6 ในทุกจังหวัด
- 3) ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย กำหนดให้มีค่าคงที่โดยเท่ากับระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน พ.ศ. 2530
- 4) จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณ ในการศึกษาจะคิดจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นรายเดือน ดังนั้นจำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณเท่ากับ 30 วัน
- 5) อัตราการเข้าพักเฉลี่ย กำหนดให้อัตราการเข้าพักที่เหมาะสมเท่ากับร้อยละ 85 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามกลุ่มที่พัก จะใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มคูณจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้าพักแรมในจังหวัด โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม พ.ศ. 2530 ในการคำนวณ (ตารางที่ 4.3) และสมมุติว่าสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวนี้คงที่ ผลปรากฏว่าใน พ.ศ. 2534 มีผู้เข้าพักแรมตามกลุ่มต่าง ๆ คือ กลุ่ม 2 (ราคาห้องพักเที่ยวตั้งแต่ 701-1,000 บาท) 362,000 คน กลุ่ม 3 (ราคาห้องพักเที่ยวตั้งแต่ 401-700 บาท) 271,000 คน กลุ่ม 4 (ราคาห้องพักเที่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท) 223,000 คน กลุ่ม 5 (ราคาห้องพักเที่ยวตั้งแต่ 200 บาทลงมา) 187,000 คน เกสต์เฮ้าส์ 157,000 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.3 แสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและระยะเวลาพักเฉลี่ย พ.ศ. 2530

กลุ่มที่พักแรม	สัดส่วนนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)	ระยะเวลาพักเฉลี่ย (วัน)
กลุ่มที่ 2 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 701-1,000 บาท	30.14	2.51
กลุ่มที่ 3 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 701-1,000 บาท	22.59	2.91
กลุ่มที่ 4 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 701-1,000 บาท	18.58	3.07
กลุ่มที่ 5 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 701-1,000 บาท	15.60	2.94
เกสต์เฮาส์	13.09	3.94
รวม	100.00	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 4.4 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในแต่ละกลุ่ม

หน่วย : ล้านคน

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
กลุ่ม 2	.310	.334	.362	.390	.422	.456	.493	.532
กลุ่ม 3	.233	.250	.271	.292	.317	.342	.370	.399
กลุ่ม 4	.191	.206	.223	.240	.260	.281	.304	.328
กลุ่ม 5	.161	.173	.187	.202	.219	.236	.255	.275
เกสต์เฮาส์	.135	.145	.157	.169	.183	.198	.214	.231

ที่มา : จากการคำนวณ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาประมาณจำนวนห้องพักแรมที่ต้องการในแต่ละปี โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

$$R_i = \frac{T_i \times L}{100}$$



โดยที่	Ri	=	จำนวนความต้องการห้องพักในปีที่จะคำนวณ
	Ti	=	จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด
	L	=	ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว
	N	=	จำนวนคนเฉลี่ยต่อห้อง
	O	=	อัตราการเข้าพักเฉลี่ย

จำนวนห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการจำแนกตามกลุ่มที่พักแรมแสดงในตารางที่ 4.5. ซึ่งจะพบว่าใน พ.ศ. 2534 ความต้องการห้องพักทั้งสิ้นจะเท่ากับ 8,701 ห้อง จำแนกเป็น กลุ่ม 2 จำนวน 2,225 ห้อง กลุ่ม 3 จำนวน 1,933 ห้อง กลุ่ม 4 จำนวน 1,677 ห้อง กลุ่ม 5 จำนวน 1,349 ห้อง และ เกสต์เฮาส์ 1,517 ห้อง และใน พ.ศ. 2539 ความต้องการห้องพักในจังหวัด เชียงใหม่จะเท่ากับ 12,794 ห้อง

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนห้องพักที่ต้องการ

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
รวมทุกกลุ่ม	7,469	8,038	8,701	9,384	10,163	10,965	11,865	12,794
กลุ่ม 2	1,910	2,055	2,225	2,399	2,599	2,804	3,034	3,271
กลุ่ม 3	1,659	1,786	1,933	2,085	2,258	2,436	2,636	2,843
กลุ่ม 4	1,440	1,550	1,677	1,809	1,959	2,114	2,288	2,467
กลุ่ม 5	1,158	1,246	1,349	1,455	1,575	1,700	1,839	1,983
เกสต์เฮาส์	1,302	1,401	1,517	1,636	1,772	1,911	2,068	2,230

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัด เชียงใหม่กับจำนวนห้องพักที่มีอยู่เดิมใน พ.ศ. 2530 จะพบว่า ในช่วง พ.ศ. 2531-2532 จะมีความต้องการขยายห้องพักเพิ่มขึ้น 1,105 ห้อง โดยแยกเป็นกลุ่ม 2 กลุ่ม 3 กลุ่ม 4 และเกสต์เฮาส์ เป็นจำนวน 314 ห้อง 465 ห้อง 127 ห้อง 3 ห้องและ 176 ห้อง ตามลำดับ และเมื่อถึง พ.ศ. 2539 ความต้องการขยายห้องพักจะเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2538 เท่ากับ 929 ห้อง (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดเชียงใหม่

หน่วย: ห้อง

พ.ศ.	จำนวนที่มีอยู่เดิม		จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น 1 ปี		
	2530	2532 <sup>2</sup>	2534	2536	2539
<b>รวมทุกกลุ่ม</b>	6,364	1,105	663	779	929
กลุ่ม 2	1,596	314	170	200	237
กลุ่ม 3	1,174	485	147	173	207
กลุ่ม 4	1,313	127	127	150	179
กลุ่ม 5	1,155	3	103	120	144
เกสต์เฮาส์	1,126	176	116	136	162

หมายเหตุ : <sup>2</sup>จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2530

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2 จากการสำรวจ4.2.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์ร้อยละ 46.15 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 53.84 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่สัมภาษณ์เจาะจงเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อวัตถุประสงค์ของการมาเที่ยวหรือพักผ่อน จากการสำรวจพบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือร้อยละ 66.78 เป็นเพศชายและร้อยละ 33.21 เป็นเพศหญิง ลักษณะของการเดินทางมาเที่ยวส่วนมากจะมากับเพื่อนหรือครอบครัวมากกว่ามากับกรุ๊ปทัวร์หรือมาลำพังคนเดียว

อายุโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นหนุ่มสาวที่อายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 31-40 ปี สถานภาพเป็นโสดมากกว่าสมรส และนักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์ส่วนมากจัดได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่ได้ทำงาน และกลุ่มที่ทำงานแล้ว และมีประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือทำงานบริษัทมากกว่ารับราชการ ส่วนที่ยังศึกษาอยู่ก็มีบ้างแต่ไม่

มากนัก ระดับการศึกษาสำหรับนักท่องเที่ยวยุโรปส่วนใหญ่เรียนระดับปริญญาตรี พาณิชย์/อาชีวศึกษา และมีรายได้อยู่ในอัตราใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะศึกษาระดับปริญญาตรี สำหรับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่อเดือนของนักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 67.15 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศรายได้จะสูงกว่า 10,000 บาท/เดือนทั้งหมด ซึ่งร้อยละ 33.33 มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000-50,000 บาท/เดือน และที่มีรายได้มากกว่าเดือนละ 100,000 บาท มีถึง ร้อยละ 7.50 ส่วนที่ไม่ได้ระบุ ร้อยละ 44.17

#### 4.2.2 ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

การสำรวจของคณะวิจัย ได้ออกสำรวจบริเวณพื้นที่สำหรับศึกษาสำหรับจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งพื้นที่สำรวจเป็น 14 พื้นที่ คือ

- ในตัวอำเภอเมือง
- ดอยสุเทพ
- น้ำตกแม่กลาง
- คอยอ่างขาง
- น้ำตกแม่สา
- เอรಾವังวิสุรวิทย์
- น้ำตกแม่ยะ
- ห้วยน้ำดัง
- ถ้ำเชียงดาว
- สันกำแพง/บ่อสร้าง
- พระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์
- ดอกปุย
- อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์
- น้ำมูร้อน

จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจของจังหวัดเชียงใหม่ 260 คน ผลปรากฏว่า บริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวมากที่สุดคือ ในตัวอำเภอเมือง ซึ่ง นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเที่ยวตัวเมืองถึง ร้อยละ 65 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศนิยม ร้อยละ 100 รองลงมาคือน้ำตกแม่กลางที่ทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศตั้งใจไปเที่ยวถึง ร้อยละ 65 จุดที่มีนักท่องเที่ยวไปน้อยที่สุดคือห้วยน้ำดังคือเป็น ร้อยละ 3 เท่านั้น ถ้าคิดตามลำดับที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1. อำเภอเมือง 2. ดอยสุเทพ 3. สันกำแพง/

บ่อสร้าง 4. เอรಾವัฒริสอรัท 5. น้ำตกแม่ลา 6. ถ้ำเชียงดาว 7. น้ำตกแม่กลางและดอยอ่างขาง  
8. อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ 9. พระตำหนักหิงค์ราชนิเวศน์และน้ำพุร้อน 10. น้ำตกแม่ยะ  
11. ห้วยน้ำดัง

สำหรับในบริเวณจุดสำรวจทั้ง 14 จุดนี้พบว่า นักท่องเที่ยวใช้เวลาในแต่ละ  
แห่งแตกต่างกันไป (ตารางที่ 33) กล่าวคือ

- ในอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลา 1-2 วัน ถึงร้อยละ 48.35  
ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้เวลา มากกว่า 2 วัน  
ถึง ร้อยละ 45.63 นักท่องเที่ยวจะมาพักแรมเพื่อไปท่องเที่ยวในท้อง  
ที่อื่น ของจังหวัดและให้เวลาที่อยู่ในจังหวัดเพื่อซื้อของที่ระลึกหรือเพื่อ  
สนทนากาการเท่านั้น
- ดอยสุเทพ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศใช้เวลา 1-2  
ชม. เป็นส่วนใหญ่ คือร้อยละ 41.56 และครึ่งวันร้อยละ 30.57  
ไม่มีนักท่องเที่ยวอยู่เกิน 1 วัน
- สันกำแพง/บ่อสร้าง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาแวะจ่ายจ่ายใช้สอยและซื้อ  
ของที่ระลึกจึงใช้เวลาไม่มากนักส่วนใหญ่ 1-2 ชม. คิดเป็นร้อยละ 47.54
- เอรಾವัฒริสอรัท นักท่องเที่ยวใช้เวลาเพียงเพื่อเที่ยวชมสถานที่ที่วัดซึ่ง  
ส่วนใหญ่ 1-2 ชม. และครึ่งวัน
- น้ำตกแม่ลา ส่วนใหญ่ใช้เวลา 1-2 ชม.
- ถ้ำเชียงดาว ส่วนใหญ่ใช้เวลา 1-2 ชม.
- น้ำตกแม่กลางใช้เวลา 1-2 ชม. ส่วนดอยอ่างขางใช้เวลาในการ  
ท่องเที่ยว 1 วันถึง 71.24%

ซึ่งส่วนใหญ่แล้วสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นักท่องเที่ยวจะเสียเวลากับการ  
ท่องเที่ยว 1-2 ชม. และครึ่งวัน นอกจากตัวอำเภอเมืองเท่านั้นที่มีนักท่องเที่ยวใช้เวลา 1-2 วัน  
และมากกว่านั้นเนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวอยู่รอบ ๆ ตัวอำเภอเมือง และไม่  
ไกลเกินไปนัก นักท่องเที่ยวจึงใช้ตัวอำเภอเมืองเป็นที่พำนักก่อนที่จะไปเที่ยวชมสถานที่อื่น ๆ เพราะ  
เป็นการสะดวกกว่านอกตัวอำเภอเมือง

#### 4. 2. 3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจต่าง ๆ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

##### (1) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม

การพักแรมในพื้นที่ศึกษาทั้ง 14 จุดนั้น ตัวอำเภอเมืองมัตถกยภาพในการแวะพักได้มากกว่าที่อื่น ๆ มีเพียงบางแห่งเท่านั้นที่ไม่มีผู้แวะพัก ซึ่งเป็นแต่เพียงแวะซื้อของหรือชมทิวทัศน์ สถานที่ เช่น น้ำตกแม่กลาง น้ำตกแม่ยะ พระที่นั่งภูผิงศรีราชาบริเวณน้ำพุร้อน การสำรวจพบว่า ที่แวะในตัวเมืองทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศพักโรงแรมมากที่สุดคือประมาณร้อยละ 47.94 ส่วนเกสที่มีผู้พักมารองลงมาเที่ยวในตัวอำเภอจะพักเกสต์เฮาส์ส่วนที่อื่น ๆ ผู้คนพักน้อยกว่าในตัวอำเภอ ส่วนใหญ่จะเป็นการพักแรมโดยพักบังกลาโหมมากกว่าในโรงแรม เช่น ดอยอ่างขาง เอราวัลริสอร์ท ห้วยน้ำดัง และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เป็นต้น (ตารางที่ 34)

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่พักแรมที่ตนไปพักนั้น ทั้งที่พักแรมในตัวเมืองหรือนอกเมืองนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกือบทั้งหมดจะมีความพอใจ จะมีน้อยมากที่ชาวต่างประเทศไม่พอใจ ซึ่งเป็นเฉพาะในตัวอำเภอเมืองเท่านั้นซึ่งเป็นแค่ ร้อยละ 4.27 ของนักท่องเที่ยวที่พักในตัวอำเภอเมืองเท่านั้น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยก็เช่นกัน ส่วนใหญ่จะมีความพอใจกับที่พักมาก มีเพียงตัวอำเภอเมือง, ดอยอ่างขาง และ เอราวัลริสอร์ท เท่านั้นที่มีปัญหาอยู่บ้างแต่ก็ไม่มาก เมื่อเทียบกับอัตราผู้เข้าพักทั้งหมดคือมีผู้ไม่พอใจเพียงประมาณร้อยละ 6 เท่านั้น

##### (2) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ร้านอาหารมีอยู่ทั่วไปในตัวอำเภอ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้คนผ่านไปมามากกว่าสถานที่อื่น แต่ก็มีร้านอาหารประเภทต่าง ๆ อยู่ที่สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แตกต่างกันไป ประเภทร้านอาหารมีทั้ง ภัตตาคาร ร้านอาหาร/คอนฟีซอฟ รถเข็น/หาบเร่ ร้านอาหารในโรงแรม เป็นต้น ในตัวอำเภอเมืองมีร้านอาหารทุกประเภทที่กล่าวมา ส่วนตามสถานที่ท่องเที่ยว 14 แห่งนั้นร้านอาหารบางประเภทไม่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปใช้บริการเลย ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวได้รับบริการซึ่งมีประเภทร้านอาหาร/คอนฟีซอฟมากที่สุด รองลงมา คือประเภทภัตตาคารในตัวอำเภอเมือง ร้อยละ 63.74 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างไทยรับประทานอาหารตามร้านอาหาร/คอนฟีซอฟ และร้อยละ 42.50 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศก็รับประทานอาหารตามร้านอาหาร/คอนฟีซอฟเหมือนกัน รองลงมาคือ ภัตตาคารมีนักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 14 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 42.50 ส่วนอาหารประเภทเบิงฮาย มีนักท่องเที่ยว

ชาวไทย ร้อยละ 11 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 32.50 สถานที่สำรวจตัวอำเภอ  
ออกไป นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานอาหารตามที่เพิงชาย พอ ๆ กับตามร้านอาหาร/คอฟฟี่ชอป  
ส่วนตามภัตตาคารนักท่องเที่ยวจะนิยมรองลงมา (ตารางที่ 35)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่ได้รับการร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารในเมือง นัก  
ท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพอใจเท่า ๆ กับนักท่องเที่ยวชาวไทย สำหรับบริการของร้าน  
อาหารบนดอยสุเทพนักท่องเที่ยวที่รู้สึกพอใจน้อยกว่าสถานที่อื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกัน  
แต่ส่วนใหญ่แล้วก็ยังคงพอใจในการบริการ คือมีเพียง ร้อยละ 5.72 เท่านั้นที่ไม่ค่อยพอใจบริการ  
อาหารบนดอยสุเทพ สำหรับสถานที่อื่น ๆ ก็เท่ากัน

(3) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจสังฆนาคกรและบันเทิง

ประเภทของแหล่งบันเทิงหรือสังฆนาคกรของพื้นที่ศึกษามีอยู่ในตัวอำเภอ  
เมืองเป็นส่วนใหญ่ การใช้บริการของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ  
เห็นได้ว่าในตัวอำเภอเมือง นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 70.33 ไม่ได้ใช้บริการ ส่วนนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างประเทศมีเพียง ร้อยละ 37.50 ที่ใช้บริการ ส่วนนอกอำเภอเมืองออกไปมีนักท่องเที่ยว  
ที่ใช้บริการธุรกิจสังฆนาคกรและบันเทิงกันน้อยมาก ในตัวอำเภอเมืองนั้นการใช้บริการส่วน  
ใหญ่เป็นประเภทเบียร์ริง ร้อยละ 13.19 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 35.93 เป็นนัก  
ท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ รองลงมาคือ ดิสโก้เทคนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ  
เฉลี่ย ร้อยละ 16.48 สำหรับการแสดงโชว์มิวึใช้แหล่งบันเทิงประเภทนี้เป็นชาวต่างประเทศเฉลี่ย  
ส่วนใหญ่ในทุก ๆ ที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมการแสดงโชว์มึน้อยมาก (ตารางที่ 36)

ความพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อแหล่งบันเทิงที่  
ได้รับอยู่ในระดับปานกลางและค่อนข้างสูง

(4) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

จะเห็นได้ว่า ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกมีมากในตัว  
อำเภอเมืองและสันกำแพง/บ่อสร้าง คือ ถึง ร้อยละ 68.42 และ ร้อยละ 60.21 ตามลำดับ  
ตามสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งที่สำรวจอื่น ๆ ความนิยมในการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วง  
ร้อยละ 20.30 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักจะนิยมซื้อสินค้าที่ระลึกมากกว่านักท่องเที่ยว  
ชาวไทยถึง ร้อยละ 10.71 ถ้าพิจารณาจากการซื้อสินค้าที่ระลึกในอำเภอเมืองและสันกำแพง/

บัตรร่าง จะเห็นได้ว่า ร้อยละ 36.46 นิยมนั่งจากร้านค้า รองลงมาคือ ที่ตั้งเพิง แผงลอย  
ประมาณร้อยละ 16.42 แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะในตัวเมืองเพียงอย่างเดียว เด็ชวักท่องเที่ยวที่จะซื้อสินค้า  
ที่ระลึกจากร้านค้าประเภท พลาซ่า/ศูนย์การค้ามากที่สุด คือ ร้อยละ 30.52 และรองลงมาคือ  
จากร้านค้า ร้อยละ 28.75 (ตารางที่ 37)

ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อสินค้าที่ระลึกค่อนข้างมีความ  
ความพอใจมากกว่าลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนใหญ่แล้ว จะความพอใจอยู่ในระดับ  
ปานกลางและระดับสูง

#### (5) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจการขนส่ง

เกี่ยวกับยานพาหนะหรือบริการขนส่ง ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทาง  
ในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งของจังหวัดเชียงใหม่ พิจารณาจากตัวอำเภอเมือง นักท่องเที่ยว  
ชาวไทยส่วนมากจะไปเที่ยวโดยใช้รถส่วนตัว คือ 57.14% ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมัก  
จะไปโดยสารรถรับจ้างสาธารณะ เช่น แท็กซี่, ตุ๊กตุ๊ก. เป็นต้น ถึง ร้อยละ 38.33 จากแหล่งท่องเที่ยว  
เที่ยวทั้ง 14 แห่ง นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวส่วนมากจะไปโดยสารส่วนบุคคล รองลงมาคือ  
ไปโดยสารรถรับจ้างเที่ยวและรถขนส่งเช่า การไปกับรถรับจ้างเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมไปรถรับจ้างเที่ยว  
มากกว่าคนไทย เพราะไม่ค่อยรู้แหล่งท่องเที่ยวและสำหรับการเดินทางโดยสารรถรับจ้าง และรถเช่า  
นักท่องเที่ยวต่างประเทศก็มักจะใช้บริการมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย (ตารางที่ 38)

ในด้านความพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากบริการขนส่งหรือยานพาหนะที่ใช้  
สำหรับการเดินทางในตัวอำเภอเมือง จะอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ  
ส่วนมากมีความพอใจอยู่ในระดับสูง มีเพียงแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างห่างซึ่งมีเฉพาะนักท่องเที่ยว  
ชาวไทยที่มีความพอใจค่อนข้างน้อยอยู่บ้าง คือ คิดเป็น 4.5% ของนักท่องเที่ยวที่ไปที่นี่ และที่  
น้ำตกแม่สาบก็มีเพียงชาวต่างประเทศแค่ 2.6% เท่านั้นของนักท่องเที่ยวที่มีความพอใจค่อนข้างน้อย  
สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยทั่วไปแล้วระดับความพอใจของการบริการขนส่งจะมีอยู่ในระดับ  
ที่ค่อนข้างสูง

#### 4. 2. 4 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในจังหวัดเชียงใหม่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงเรื่องการขนส่งเป็นอันดับแรก (ตารางที่ 39) ส่วนที่รองลงมาคือด้านบริการข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการเดินทางไปตามแหล่งท่องเที่ยว จากสภาพของที่เป็นภูเขา และบางแห่งขาดความสะดวกนักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการให้ปรับปรุงด้านการขนส่งมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ เช่น การรักษาความสะอาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามสถานที่น้ำตก และการอนุรักษ์ธรรมชาติจำเป็นอย่างมาก เช่น บดอยต่าง ๆ เพื่อให้เปรียบเทียบความเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อความเพียงพอของธุรกิจต่าง ๆ ในขณะที่กับศักยภาพของแต่ละบริเวณสามารถรองรับได้ พอสรุปได้ว่า ในอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวต้องการให้อำเภอเมืองเชียงใหม่คงอยู่ในลักษณะเดิมคืออยู่แล้ว ให้อนุรักษ์วัฒนธรรมไว้สำหรับเป็นเมืองนักท่องเที่ยวไม่ควรให้เป็นเมืองธุรกิจ ควรจะมีการปรับปรุงเรื่องการรักษาความสะอาดให้มาก การลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ ถือว่าเพียงพอแล้ว และมีสถานที่ให้ความบันเทิงมากจนเกินไป ตามสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ก็เช่นกันการลงทุนเพียงพอแล้วแต่ที่มีอยู่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น บางสถานที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าไม่ควรไปลงทุนอะไรเลย เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ควรไว้ซึ่งธรรมชาติ เช่นดอยสุเทพ ความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการลงทุนเพิ่มขึ้น ในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีน้อยมาก ส่วนใหญ่ความเห็นจะเป็นในบางที่ควรจะให้พัฒนาสิ่งที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร สันทนาการซึ่งมีมากเกินไป แต่มีเพียงพอแห่งเท่านั้น เช่น ที่เอราวัณรีสอร์ทและดอยสุเทพ อาหารมีราคาแพง ควรจะเพิ่มจำนวนร้านอาหารให้เพียงพอที่น้ำพุร้อนมีที่พักชั่วคราวจำนวนน้อยไม่เพียงพอ สันกำแพง/บ่อสร้าง ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางสินค้าที่ระลึกนักท่องเที่ยวมีความเห็นให้แก้ไข เพื่อให้การท่องเที่ยวเจริญขึ้น ที่สำคัญที่สุดคือ เรื่องการเดินทางของนักท่องเที่ยวควรให้ปรับปรุงถนน การให้ข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ด้านความสะอาด การอนุรักษ์ธรรมชาติ ส่วนการลงทุนนับว่าเพียงพอแล้ว ปรับปรุงหรือเพิ่มในบางสถานที่เท่านั้น

#### 5. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดเชียงใหม่

##### 5. 1 แนวทางการลงทุนจากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใน 14 บริเวณของจังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบและความสามารถที่จะลงทุนประเภทต่าง ๆ ปรากฏว่าการลงทุนที่มีผู้เสนอมากที่สุดคือ ธุรกิจร้านอาหาร ส่วนธุรกิจที่พักแรมได้มีการเสนอให้ปรับปรุงที่พักแรมให้ดีขึ้น และให้มีการรักษาธรรมชาติเอาไว้เพื่อเป็นเมืองท่องเที่ยว สิ่งสำคัญที่ควรได้รับ



การปรับปรุงและพัฒนา คือ ธุรกิจขนส่ง และ โครงสร้างพื้นฐานด้านบริการคมนาคมขนส่งถนน และ รถทั้งภายในและนอกอำเภอเมือง

5.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูลการวางแผน และ การศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ

(1) การลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม: จากข้อมูลการศึกษาและทัศนคติที่สำรวจได้ จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคเหนือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก และ แหล่งบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวทุกระดับ สภาพธุรกิจที่จังหวัดเชียงใหม่ ที่พักแรมส่วนใหญ่เป็นธุรกิจระดับ C3 ระดับโรงแรมขนาดใหญ่ที่รองรับนักท่องเที่ยวได้ยังมีน้อย สำหรับที่พักขนาดเล็กนี้ ไม่น่าจะลงทุนเพิ่มเพราะที่มีอยู่เพียงพอ เพียงแต่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นเท่านั้น ดังนั้นจึงควร จะลงทุนในธุรกิจโรงแรมที่เป็นโรงแรมเกรด A โดยขนาดห้องพักตั้งแต่ 200 ห้องขึ้นไป และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สมบูรณ์ เช่น บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว บริการด้าน ไทโรคมนาคมประเภท ไทโรคัมภ์ทางไกลเพื่อรองรับแขกที่มาพัก และมีรถรับส่งให้นักท่องเที่ยว

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอแนะนี้

1. จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ และเป็น ศูนย์กลางในการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นของภาคเหนือทั้งหมด
2. โครงการลงทุนของกลุ่มนักลงทุนทั้งชาวไทยและต่างประเทศหลายโครงการที่ล้วนแล้วแต่เป็นธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ เนื่องจากความต้องการที่พักแรมระดับเกรด A ที่เพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้สามารถอำนวยความสะดวกและมีบริการที่ดีขึ้น
3. โครงการปรับปรุงอำนวยความสะดวกทั้งทางบกและทางอากาศสามารถบริการแก่นักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นในอนาคต และจากการทุ่มเงินงบราว 200 ล้านบาท พัฒนาสนามบิน จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้การคมนาคมมีความสะดวกมากขึ้นนับเป็นความเหมาะสมที่สนับสนุนให้มีการ สร้างโรงแรมขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากแนวโน้มระดับวีไอพีต้องการมาพักเพิ่มขึ้น
4. จากการคาดการณ์ว่าปริมาณนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นในอนาคต นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้สูงจะเพิ่มมากขึ้น

(2) การลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจขนส่ง จากการสำรวจธุรกิจประเภทนี้ ในจังหวัดเชียงใหม่ นับว่าเป็นธุรกิจที่เฟื่องฟูขึ้นมาเพราะมากกว่า ร้อยละ 80 ของธุรกิจนี้เฟื่องฟู ขึ้นมาไม่เกิน 2 ปีมานี้เอง การให้เช่ายานพาหนะโดยมากเป็นการให้เช่ามอเตอร์ไซด์ ลักษณะ การไปเช่ารถในจังหวัดเชียงใหม่มีรูปแบบการไปเช่าแตกต่างกันไปแล้วแต่สะดวกอย่างเช่น การ

ขึ้นต่อยกก็สามารถเช่ารถจากรถ 2 แถวที่วิ่งอยู่ทั่ว ๆ ไปได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นรูปแบบของรูปแบบธุรกิจการให้เช่า ดังนั้นการให้เช่ารถควรจะให้เช่ารถเป็นรถส่วนตัวมากขึ้นอาจจะเป็นรถเก๋ง รถจี๊ป เพิ่มขึ้น

**เหตุผลที่สนับสนุนในการลงทุนธุรกิจประเภทนี้**

1. พิจารณาจากรูปแบบของธุรกิจและความต้องการของนักท่องเที่ยว เห็นว่าผู้ที่ไปเที่ยวเป็นกลุ่มเมื่อไปถึงจังหวัด เชียงใหม่ มักจะไม่ค่อยไปกับบริษัทให้เช่ารถที่เป็นรูปแบบ แต่จะไปกับรถสองแถวหรือรถเมล์สาธารณะ แต่ถ้าไปเป็นลักษณะของบุคคลอาจจะ 1-4 คน ความต้องการในรูปการเช่ารถเป็นการส่วนตัวจะมีมากจึงควรให้บริการในรูป car rent

2. จากแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นในจังหวัด เชียงใหม่ อีกทั้งธุรกิจด้านนี้ยังมีไม่มากนักซึ่งยังไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว

3. การลงทุนในรูปแบบการให้เช่ารถส่วนบุคคล ยังมีโอกาสที่จะขยายตัวได้เพิ่มขึ้น การมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแกระดับ VIP มีจำนวนไม่น้อยที่ต้องการเดินทางขับรถไปเองแบบอิสระเพื่อท่องเที่ยว ณ สถานที่ต่าง ๆ เพราะสะดวกสบาย และคล่องตัวกว่าไปกับบริษัทนำเที่ยวหรือรถที่ไปเป็นกลุ่ม ที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัด เชียงใหม่ก็ไม่ได้ไกลตัวอำเภอเมืองมากนัก การแวะพักหรือจอดพักที่คณียภาพของผู้ขับรถจะสามารถสนองความต้องการได้มากกว่า

4. พิจารณาจากนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าครึ่งหนึ่งจะเดินทางโดยใช้รถส่วนตัว ส่วนชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่โดยรถรับจ้างสาธารณะ เช่น ตุ๊ก ตุ๊ก, แท็กซี่ ฉะนั้นนักท่องเที่ยวต่างประเทคน่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดของตลาดที่ใหญ่ สำหรับธุรกิจประเภทการให้เช่ารถ

**5.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัด เชียง ใหม่**

จากข้อเสนอแนะทางการลงทุนในจังหวัด เชียง ใหม่ พิจารณาสภาพการณ์ของจังหวัด เชียง ใหม่ที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ และเป็นศูนย์รวมติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ทางภาคเหนือ ทำให้การลงทุนที่เกี่ยวข้องเนื่องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญเพื่อที่จะรองรับความต้องการในรูปแบบต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการที่พัก อาหาร ความบันเทิง ความสะดวกในการเดินทางและการใช้จ่ายใช้สอย เป็นต้น ซึ่งการสนองตอบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละรูปแบบ อาจจะเกิดขึ้นมานานแล้ว หรือกำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะเวลานี้ อย่างเช่นธุรกิจที่เคยบูมมากจะตกต่ำในช่วงนี้

คือธุรกิจสหธนาคาร เมื่อมีการแข่งขันกันสูง การลงทุนในธุรกิจประเภทนี้จึงเกิดภาวะการขาดทุนในบางแห่งถึงต้องเลิกกิจการไป และธุรกิจบางอย่างมีเพียงพอลำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึกก็หาได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไปจังหวัดเชียงใหม่ ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารก็มีเพียงพอลำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งหาได้ไม่ยาก ซึ่งก็เช่นเดียวกับธุรกิจนำเที่ยวที่ในปัจจุบันก็มีมากเพียงพอ ฉะนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำคัญคือการให้ข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวในด้านแผนที่และการอำนวยความสะดวกเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดีขึ้นรวมทั้งความสะดวกในด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สามารถช่วยสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

สำหรับการพิจารณาการลงทุนเพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้น ต้องดูทั้งสภาพการณ์ของนักท่องเที่ยวและผลตอบแทนที่ได้ว่าจะคุ้มกันหรือไม่ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรมขนาดใหญ่และธุรกิจเช่ารถส่วนตัวเพื่อท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่น่าจะมีเหตุผลสนับสนุนและมีน้ำหนักกว่าการลงทุนประเภทอื่น ๆ

ภาคผนวก

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของธุรกิจที่ฝึกนรม

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของที่ฝึกนรม	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
โรงแรม	49.64	50.00	0.00
เกสต์เฮ้าส์	46.72	47.06	0.00
บังกาโล	3.65	2.94	100.00
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 อาเภอเมือง  
จุดที่ 2 ดอยอย่างขาง



ตารางที่ 3 แสดงบริการในด้านต่าง ๆ ของที่พักแรม

หน่วย : แห่ง

ประเภทของบริการ	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3	รวม
ตู้บริการ	51	0	1	7	14	29	0
	(37.23)	(0.00)	(100.00)	(87.50)	(56.00)	(28.43)	(0.00)
บริการเรียกรถ	83	0	1	7	15	60	0
	(60.59)	(0.00)	(100.00)	(87.50)	(60.00)	(58.82)	(0.00)
บริการซักผ้า	109	0	1	7	21	79	1
	(79.56)	(0.00)	(100.00)	(87.50)	(84.00)	(77.45)	(100.00)
บริการจัดเตียง/ประชุมชน	31	0	1	5	13	12	0
	(22.63)	(0.00)	(100.00)	(62.50)	(52.00)	(11.76)	(0.00)
ลาพนักงานชั่วคราว	18	0	0	4	4	10	0
	(13.14)	(0.00)	(0.00)	50.00)	(16.00)	(9.80)	(0.00)
เทเล็กซ์/โทรเลข	23	0	1	4	9	9	0
	(16.79)	(0.00)	(100.00)	50.00)	(36.00)	(8.82)	(0.00)
อื่น ๆ	15	0	0	3	2	10	0
	(10.95)	(0.00)	(0.00)	(37.50)	(8.00)	(9.80)	(0.00)
ไม่มีบริการ	20	0	0	0	4	16	0
	(14.60)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(16.00)	(15.69)	(0.00)
รวม	137	0	1	8	25	102	1
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 4 แสดงระยะเวลาในการดำเนินการของธุรกิจโรงแรม

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3	รวม
1 ปี	36 (26.28)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (37.50)	3 (12.00)	30 (29.41)	0 (0.00)
2 ปี	17 (12.41)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (12.50)	5 (20.00)	11 (10.78)	0 (0.00)
3 ปี	8 (5.84)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.00)	7 (6.86)	0 (0.00)
4 ปี	5 (3.65)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (4.90)	0 (0.00)
5 ปี	6 (4.38)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.00)	5 (4.90)	0 (0.00)
6 ปี	3 (2.19)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (2.94)	0 (0.00)
7 ปี	4 (2.92)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.00)	3 (2.94)	0 (0.00)
8 ปี	5 (3.65)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (12.00)	2 (1.96)	0 (0.00)
9 ปี	3 (2.19)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (2.94)	0 (0.00)
10 ปี	10 (7.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (12.50)	3 (12.00)	6 (5.88)	0 (0.00)
มากกว่า 10 ปี	34 (24.62)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (37.50)	8 (32.00)	22 (21.57)	1 (100.00)
รวม	6 (4.36)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (4.90)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	137 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	8 (100.00)	25 (100.00)	102 (100.00)	1 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ



ตารางที่ 5 แสดงลักษณะกลุ่มลูกค้าของที่พักแรม

หน่วย : ร้อยละ

กลุ่มของลูกค้า	จำนวนของที่พักแรม
นักท่องเที่ยว	
นักธุรกิจและอื่น ๆ	15.56
1-20	31.11
21-40	20.00
41-60	20.00
61-80	8.89
81-99	4.44
รวม	100.00

ตารางที่ 6 แสดงอัตราการเข้าพักในโรงแรมในช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season)

หน่วย : ร้อยละ

อัตราการเข้าพัก	จุดที่ 1	จุดที่ 2
1-20	0.00 (13.64)	0.00 (100.00)
21-40	4.55 (20.45)	0.00 (0.00)
41-60	6.82 (34.09)	0.00 (0.00)
61-80	36.36 (20.45)	0.00 (0.00)
81-99	15.91 (2.27)	100.00 (0.00)
100	27.27 (0.00)	0.00 (0.00)
ไม่ระบุ	9.09 (9.09)	0.00 (0.00)
รวม	100.00 (100.00)	100.00 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 อ่าเภอเมือง

จุดที่ 2 ดอยอ่างขาง

( ) หมายถึงอัตราการเข้าพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)

ตารางที่ 7 แสดงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจที่ฝึกแรม

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
พนักงานไม่พอ	8.89	9.09	0.00
ขาดแคลนพนักงานที่มีคุณภาพ	8.89	9.09	0.00
มีการแข่งขันสูง	6.67	6.82	0.00
บริการและถึงอำนวยความสะดวกมีไม่เพียงพอ	4.44	4.55	0.00
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	2.22	2.27	0.00
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	8.89	9.09	0.00
ขาดแคลนไฟฟ้า	2.22	2.27	0.00
ขาดแคลนน้ำประปา	2.22	2.27	0.00
ยานพาหนะมีไม่เพียงพอ	2.22	2.27	0.00
การคมนาคมไม่สะดวก	2.22	2.27	0.00
ข้อจำกัดของระเบียบราชการ	8.89	9.09	0.00
อื่น ๆ	2.22	2.27	0.00
ไม่ระบุ	60.00	59.09	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 อ่าเภอเมือง  
จุดที่ 2 ตอยอ่างขาง

ตารางที่ 8 แสดงแนวโน้มของธุรกิจที่พักแรม

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
ยังสามารถขยายตัวได้อีก	62.22	61.36	100.00
คงที่	17.78	18.15	0.00
ไม่แน่นอน	8.89	9.09	0.00
โรงแรมขนาดใหญ่ยังได้เปรียบมากกว่าโรงแรมขนาดเล็ก	2.22	2.27	0.00
ไม่ระบุ	8.89	9.09	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 อากาศเมือง  
จุดที่ 2 ดอยอ่างขาง

ตารางที่ 9 แสดงระยะเวลาในการคาเก็บธุรกิจของภัตตาคารและร้านอาหาร

หน่วย : ไร่

ระยะเวลา	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4	จุดที่ 5	จุดที่ 6	จุดที่ 7
1-2 ปี	64 (40.25)	52 (40.94)	2 (33.33)	1 (12.50)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	5 (50.00)
3-4 ปี	26 (16.35)	22 (17.32)	1 (16.67)	1 (12.50)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	1 (10.00)
5-6 ปี	15 (9.43)	14 (11.02)	0 (0.00)	1 (12.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
7-8 ปี	7 (4.40)	4 (3.15)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	1 (10.00)
9-10 ปี	11 (6.92)	8 (6.30)	0 (0.00)	2 (25.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (10.00)
11-12 ปี	6 (3.77)	4 (3.15)	0 (0.00)	1 (12.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
มากกว่า 12 ปี	29 (18.24)	22 (17.32)	3 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	2 (20.00)
รวมระบุ	1 (0.63)	1 (0.79)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	159 (100.00)	127 (100.00)	6 (100.00)	8 (100.00)	2 (100.00)	1 (100.00)	5 (100.00)	10 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อากาศเมือง เชียงใหม่  
 จุดที่ 2 = น้ำตกแม่กลาง  
 จุดที่ 3 = น้ำตกแม่ตา  
 จุดที่ 4 = น้ำตกแม่ยะ  
 จุดที่ 5 = ห้วยน้ำตึง  
 จุดที่ 6 = ก้าเชียงดาว  
 จุดที่ 7 = สันกำแพง / ปอลร้าง  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 10 แสดงการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ชนานระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4	จุดที่ 5	จุดที่ 6	จุดที่ 7
สูงกว่า	3.77	5.88	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เท่ากัน	58.49	50.00	100.00	66.67	100.00	100.00	100.00	50.00
ต่ำกว่า	37.74	44.12	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00	50.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอเมืองเชียงใหม่  
 จุดที่ 2 = น้ำตกแม่กลาง  
 จุดที่ 3 = น้ำตกแม่ลา  
 จุดที่ 4 = น้ำตกแม่ยะ  
 จุดที่ 5 = ห้วยน้ำดัง  
 จุดที่ 6 = ก้าเชียงใหม่  
 จุดที่ 7 = สันกาแพง / บ่อสร้าง

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านอาหารที่รองรับนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4	จุดที่ 5	จุดที่ 6	จุดที่ 7
มากเกินไป	22.64	26.47	0.00	0.00	0.00	100.00	50.00	12.50
ค่อนข้างมาก	37.74	32.35	100.00	100.00	0.00	0.00	50.00	25.00
เพียงพอ	33.96	32.35	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	62.50
ไม่เพียงพอ	1.89	2.94	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ไม่เพียงพอ	1.89	2.94	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ไม่ระบุ	1.89	2.94	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมืองเชียงใหม่  
 จุดที่ 2 = น้ําตกแม่กลาง  
 จุดที่ 3 = น้ําตกแม่ตา  
 จุดที่ 4 = น้ําตกแม่ยะ  
 จุดที่ 5 = ห้วยน้ำดัง  
 จุดที่ 6 = ก้ําเชียงดาว  
 จุดที่ 7 = สันกําแพง /ป๋อสร้าง

ตารางที่ 12 แสดงผลการเรสุทธิของฐาภิจรำนอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
1-10	22.61
11-20	30.19
21-30	16.98
31-40	5.66
41-50	3.77
51-60	1.89
61-70	1.89
ไม่ระบุ	16.98
รวม	100.00



ตารางที่ 13 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
พนักงานไม่เพียงพอ	15.09
พนักงานไม่มีคุณภาพ	3.77
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	3.77
ขาดแคลนวัตถุดิบ	3.77
การแข่งขันสูง	1.89
สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการมีไม่เพียงพอ	3.77
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	9.43
เสียภาษีสูง	3.77
ข้อจำกัดของระเบียบราชการ	1.89
การคมนาคมไม่สะดวก	5.66
ขาดแคลนน้ำประปา	5.66
ขาดแคลนไฟฟ้า	3.77
อื่น ๆ	1.89
ไม่ระบุ	56.49

ตารางที่ 14 แสดงแนวโน้มของธุรกิจประเภทร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	จำนวน
ยังคงสามารถขยายตัวได้อีก	33.96
มีการแข่งขันกันมาก	5.66
ไม่แน่นอน (ขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลและปัจจัยทางเศรษฐกิจ)	7.55
คงที่	26.42
ไม่ระบุ	26.42
รวม	100.00

ตารางที่ 15 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้า

หน่วย : ล้านบาท

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5		จุดที่ 6		จุดที่ 7	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
ผ้าไหม	4	9	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0		8
	(7.41)	(16.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(25.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(33.33)	(0.00)	(0.00)		(8.25)
ผ้าฝ้าย/บาติก	2	10	0	0	0	0	0	0	1	3	0	1		14
	(3.70)	(18.52)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(100.00)	(0.00)	(100.00)		(14.43)
ผ้าทอถือ	2	11	0	0	2	2	0	0	1	2	0	0		12
	(3.70)	(20.37)	(0.00)	(0.00)	(50.00)	(50.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(66.67)	(0.00)	(0.00)		(12.37)
รวม	54	54	0	0	4	4	0	0	3	3	1	1		97
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)		(100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อําเภอเวียงเชียงจําหน
- จุดที่ 2 = วัดพระบรมธาตุตอยตุเทพ
- จุดที่ 3 = น้ําดกแม่ถาง
- จุดที่ 4 = ตอยอํางขาง
- จุดที่ 5 = น้ําดกแม่ถา
- จุดที่ 6 = ก้ําเชียงดาว
- จุดที่ 7 = สันกําแพง / บ่อสําร้าง
- ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 16 แสดงเงินห้าที่ระดมประเภทเครื่องประดับกาย

หน่วย : ล้านบาท

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5		จุดที่ 6		จุดที่ 7	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	11	27	0	0	1	1	0	0	0	2	0	0	6	16
	(20.37)	(50.00)	(0.00)	(00.00)	(25.00)	(25.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(66.67)	(0.00)	(0.00)	(6.19)	(16.49)
อัญมณี (เช่น พลอย/ไข่มุก)	1	12	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	4
	(1.85)	(22.22)	(0.00)	(00.00)	(0.00)	(25.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(0.00)	(0.00)	(1.03)	(4.12)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0	7	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	4
	(0.00)	(12.96)	(0.00)	(00.00)	(0.00)	(00.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(4.12)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	1	12	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	8
	(1.85)	(22.22)	(0.00)	(00.00)	(0.00)	(00.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(0.00)	(0.00)	(1.03)	(8.25)
เครื่องถม	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4
	(0.00)	(3.70)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(1.03)	(4.12)
อื่น ๆ	0	2	0	0	1	4	0	0	0	1	0	0	1	7
	(0.00)	(3.70)	(0.00)	(0.00)	(25.00)	(100.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(0.00)	(0.00)	(1.03)	(7.22)
จำนวนผู้ตอบ	54	54	0	0	0	0	0	0	3	3	1	1	97	97
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อําเภอเมือง เชียงใหม่
- จุดที่ 2 = วัดพระบรมธาตุคอกยตุแห
- จุดที่ 3 = น้ําตกแม่กลาง
- จุดที่ 4 = คอกฮ้างขาง
- จุดที่ 5 = น้ําตกแม่ลา
- จุดที่ 6 = ก้ําเชียงดาว
- จุดที่ 7 = สันกําแหง / บ่อดร้ํา
- ( ) หมายถึงตัวเลขแสดง ร้อยละ

ตารางที่ 17 แสดงสินค้าของที่ระเือกประเภทเครื่องบรรดบ้าน/เครื่องใช้

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5		จุดที่ 6		จุดที่ 7	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	5	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	9
	(9.26)	(29.63)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(4.12)	(9.28)
เบือกหอม/จา/ปะการัง	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	(0.00)	(3.70)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(3.12)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	2	14	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	15
	(3.70)	(25.93)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(66.67)	(0.00)	(0.00)	(1.03)	(15.46)
เครื่องถม	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	(1.85)	(1.85)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(2.06)
ไม้/หวาย	8	26	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	49	42
	(14.81)	(48.15)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(0.00)	(0.00)	(19.59)	(43.30)
เครื่องเขิน	4	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	13
	(7.41)	(27.78)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(5.15)	(13.40)
ผ้า	3	9	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	13	19
	(5.56)	(16.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(25.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(0.00)	(0.00)	(13.40)	(19.59)
เครื่องหนัง	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	8
	(1.85)	(9.26)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(5.15)	(8.25)
อื่น ๆ	5	10	0	0	0	2	0	0	1	1	0	0	18	38
	(9.26)	(18.52)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(50.00)	(0.00)	(0.00)	(33.33)	(33.33)	(0.00)	(0.00)	(18.56)	(39.18)
จำนวนผู้ตอบ	54	54	0	0	4	4	0	0	3	3	1	1	97	97
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อาเภอเมือง เชียงใหม่
- จุดที่ 2 = วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ
- จุดที่ 3 = น้ำตกแม่กลาง
- จุดที่ 4 = ดอยอ่างขาง
- จุดที่ 5 = น้ำตกแม่ถา
- จุดที่ 6 = ก้าเชียงดาว
- จุดที่ 7 = สันกาแหง /บ่อสร้าง
- ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 18 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทรูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ

หน่วย : ล้านบาท

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5		จุดที่ 6		จุดที่ 7	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
รูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ	3 (5.56)	7 (12.96)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (3.09)	5 (8.25)
อื่น ๆ	1 (1.85)	2 (3.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (66.67)	0 (0.00)	1 (100.00)	6 (6.19)	17 (17.53)
จำนวนผู้ตอบ	54 (100.00)	54 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	4 (100.00)	4 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	3 (100.00)	3 (100.00)	1 (100.00)	1 (100.00)	97 (100.00)	97 (100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อําเภอเมือง เชียงใหม่
- จุดที่ 2 = วัดพระบรมธาตุต๋อยสุเทพ
- จุดที่ 3 = น้ำตกแม่กลาง
- จุดที่ 4 = ต๋อยอําปาง
- จุดที่ 5 = น้ำตกแม่ลา
- จุดที่ 6 = กําแพงเมืองเก่า เชียงดาว
- จุดที่ 7 = ถนนกาหลง / ปลอดภัย
- ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 19 แสดงระยะเวลาในการดำเนินการกิจการค้าของที่ดิน

หน่วย : ไร่

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปีหรือน้อยกว่า 1 ปี	28 (17.61)	8 (18.18)	8 (14.81)	12 (19.67)
2 ปี	11 (6.92)	2 (4.55)	5 (9.26)	4 (6.65)
3 ปี	9 (5.66)	2 (4.55)	3 (5.56)	4 (6.65)
4 ปี	8 (5.03)	1 (2.27)	2 (3.70)	5 (8.20)
5 ปี	19 (11.95)	7 (15.91)	5 (9.26)	7 (11.48)
6 ปี	9 (5.66)	2 (4.55)	4 (7.41)	3 (4.92)
7 ปี	6 (3.77)	3 (6.82)	1 (1.85)	.2 (3.28)
8 ปี	5 (3.14)	2 (4.55)	2 (3.70)	1 (1.64)
9 ปี	3 (1.89)	0 (0.00)	2 (3.70)	1 (1.64)
10 ปี	10 (6.29)	2 (4.55)	1 (1.85)	7 (11.48)
มากกว่า 10 ปี	45 (28.30)	14 (31.82)	19 (35.19)	12 (19.67)
รวมระบุ	6 (3.77)	1 (2.27)	2 (3.70)	3 (4.92)
จำนวนผู้ตอบ	159 (100.00)	44 (100.00)	54 (100.00)	61 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A เป็นร้านที่มีขนาดมากกว่า 2 คูหา  
 ขนาด B เป็นร้านที่มีขนาด 2 คูหา  
 ขนาด C เป็นร้านที่มีขนาด 1 คูหา  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 20 แสดงส่วนแบ่งของลูกจ้างชาวพม่าในธุรกิจสินค้าของทีระศึก

หน่วย : ร้อย

จำนวนร้าน	
1-10	16.33
11-20	14.29
21-30	14.29
31-40	2.04
41-50	6.12
51-60	6.12
61-70	8.16
71-80	16.33
81-90	6.12
91-100	4.08
ไม่มี	6.12
รวม	100.00



ตารางที่ 21 แสดงการสุทธิเฉลี่ยในธุรกิจสินค้าของทีระศึก

หน่วย : ร้อย

การ	จำนวนร้อย
1-5	4.08
6-10	28.57
11-15	6.12
16-20	18.37
21-25	6.12
26-30	10.20
มากกว่า 35	16.33
ไม่ระบุ	10.20
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 22 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจสินค้าของพี่ระลึก

หน่วย : ร้อย

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวนร้าน
ขาดแคลนแรงงาน	10.20
แรงงานไม่มีคุณภาพ	6.12
ตลาดมีการแข่งขันสูง	26.53
ไม่มีบุคลากรห้องเก็บยา	2.04
ที่ตั้งของธุรกิจไม่ดี	2.04
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	18.37
หนีภาษี	2.04
ขาดแคลนวัตถุดิบ	24.49
อัตราภาษีที่ค่อนข้างสูง	4.08
ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล	14.29
ปัญหาทางด้านเทคนิค	10.20
ไม่มีปัญหา	42.86

ตารางที่ 23 แสดงแนวโน้มมาตรฐานสินค้าของทีระถัก

หน่วย : ร้อยละ

ทิศทางของแนวโน้ม	จำนวนร้าน
ดีขึ้น	42.86
แย่ลง	10.20
คงที่	28.57
ไม่แน่นอน	8.16
ไม่ทราบ	10.20
รวม	100.00

ตารางที่ 24 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานของธุรกิจมาเดี่ยว

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
1 ปี	10 (22.73)	2 (28.57)	4 (16.00)	4 (33.33)
2 ปี	13 (29.55)	0 (0.00)	7 (28.00)	6 (50.00)
3 ปี	4 (9.09)	1 (14.29)	3 (12.00)	0 (0.00)
4 ปี	3 (6.82)	2 (28.57)	1 (4.00)	0 (0.00)
5 ปี	1 (2.27)	0 (0.00)	1 (4.00)	0 (0.00)
6 ปี	4 (9.09)	0 (0.00)	4 (16.00)	0 (0.00)
7 ปี	2 (4.55)	0 (0.00)	2 (8.00)	0 (0.00)
8 ปี	1 (2.27)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
10 ปี	3 (6.82)	0 (0.00)	3 (12.00)	0 (0.00)
มากกว่า 10 ปี	3 (6.82)	2 (28.57)	0 (0.00)	1 (8.33)
จำนวนผู้ตอบ	44 (100.00)	7 (100.00)	25 (100.00)	12 (100.00)

หมายเหตุ :

ขนาด A = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป  
 ขนาด B = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคตั้งแต่ 3-9 คน  
 ขนาด C = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคน้อยกว่า 3 คน

( ) หมายถึง ดัง เลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 25 แสดงประเภทของธุรกิจนาเดี่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของธุรกิจ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
จัดนาเดี่ยวในประเทศ	84.09	85.71	88.00	75.00
จัดนาเดี่ยวทั้งในและต่างประเทศ	13.64	14.29	16.00	8.33
จัดหาและส่งพนักงานเดี่ยวให้กับธุรกิจนาเดี่ยวโดยตรง	18.18	14.29	12.00	33.33
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ :  
 ขนาด A = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป  
 ขนาด B = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคตั้งแต่ 3-9 คน  
 ขนาด C = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคน้อยกว่า 3 คน

ตารางที่ 26 แสดงวิธีการจัดหาพนักงานเดี่ยวของบริษัทฯ

หน่วย : ร้อยละ

วิธีการต่าง ๆ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
พนักงานเดี่ยวมาติดต่อที่บริษัทเอง	100.00	0.00	100.00	100.00
บริษัทแม่จัดส่งพนักงานเดี่ยวมาห้	12.50	0.00	14.29	0.00
ร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	25.00	0.00	28.57	0.00
ร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวต่างจังหวัด	12.50	0.00	14.29	0.00
ร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวต่างประเทศ	25.00	0.00	28.57	0.00
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ :  
 ขนาด A = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป  
 ขนาด B = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคตั้งแต่ 3-9 คน  
 ขนาด C = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคน้อยกว่า 3 คน

ตารางที่ 27 การกำหนดอัตราค่าบริการแรงงานเดี่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่น ๆ ที่อยู่ในระดับเดียวกัน  
หน่วย : ร้อยละ

อัตราค่าบริการ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
สูงกว่า	12.50	0.00	14.29	0.00
เท่ากัน	62.50	0.00	71.43	0.00
ต่ำกว่า	25.00	0.00	14.29	100.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ :  
 ขนาด A = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนลูกจ้างตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป  
 ขนาด B = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนลูกจ้างตั้งแต่ 3-9 คน  
 ขนาด C = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนลูกจ้างน้อยกว่า 3 คน

ตารางที่ 28 แสดงอัตราการของธุรกิจนาเดี่ยว

หน่วย : ร้อยละ

อัตราการ	จำนวนร้าน
1-20	37.50
21-40	37.50
41-60	12.50
61-80	12.50
รวม	100.00

ตารางที่ 29 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอานธุรกิจนาเดี่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	จำนวนร้าน
มีมากเกินบ	12.50
ค่อนข้างมาก	62.50
ค่อนข้างเพียงพอ	12.50
เพียงพอ	12.50
รวม	100.00



ตารางที่ 30 แสดงระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจสหกรณ์การ

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปี	17 (45.95)	2 40.00	4 (33.33)	11 (55.00)
2 ปี	6 (16.22)	0 (0.00)	3 (25.00)	3 (15.00)
3 ปี	3 (8.11)	1 (20.00)	1 (8.33)	1 (5.00)
4 ปี	1 (2.70)	0 (0.00)	1 (8.33)	0 (0.00)
7 ปี	2 (5.41)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (10.00)
8 ปี	1 (2.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.00)
10 ปี	2 (5.41)	0 (0.00)	2 (16.67)	0 (0.00)
มากกว่า 10 ปี	3 (8.11)	1 (20.00)	0 (0.00)	2 (10.00)
ไม่ระบุ	2 (5.41)	1 (20.00)	1 (8.33)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	37 (100.00)	5 (100.00)	12 (100.00)	20 (100.00)

หมายเหตุ : A = ธุรกิจที่รองรับลูกค้าได้ตั้งแต่ 200 คนขึ้นไป

B = ธุรกิจที่รองรับลูกค้าได้ 100-199 คน

C = ธุรกิจที่รองรับลูกค้าได้น้อยกว่า 100 คน

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 31 แสดงประเภทของธุรกิจสำนักงาน

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของธุรกิจ	จุดที่ 1
สติกเกอร์	2.70
บาร์เบียร์	67.57
ดีลักซ์/น็อคเอาท์	16.22
อาบอบนวด	13.51
รวม	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอเชียงใหม่

ตารางที่ 32 แสดงอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับร้านในระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	บาร์เบียร์	ดีลักซ์/น็อคเอาท์	อาบอบนวด
สูงกว่า	15.38	11.11	33.33	0.00
เท่ากัน	53.85	66.67	0.00	100.00
ต่ำกว่า	30.77	22.22	66.67	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 33 ผลตอบแทนจากการถือครองสินทรัพย์ระยะยาวที่ซื้อคืน

หน่วย : ล้านบาท

	ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5		ปีที่ 6		ปีที่ 7	
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
สินทรัพย์ถือครอง														
เมื่อเริ่มรายการ	15.68	26.67	76.92	39.13	100.00	100.00	100.00	71.13	96.88	95.00	96.00	94.14	100.00	100.00
เมื่อเลิกโครงการ	9.39	43.00	60.44	71.74	4.55	11.11	0.00	0.00	0.00	5.00	2.00	0.00	0.00	0.00
เมื่อเริ่มรายการตาม/														
มาตรา 34	5.49	40.00	61.54	75.00	4.55	11.11	0.00	23.37	0.00	5.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เพราะการเดินทางสะดวก	72.53	38.33	45.05	15.22	63.64	11.11	8.33	0.00	62.50	5.00	54.00	16.67	14.29	0.00
เพราะการถือครองตาม														
สัญญา	65.93	50.00	23.08	3.28	40.91	0.00	12.50	0.00	28.13	5.00	28.00	5.58	14.29	0.00
อื่น ๆ	1.10	4.17	0.00	2.17	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ระยะยาวที่ดำเนินการคืน														
น้อยกว่า 1 ปี	4.40	0.00	17.55	14.13	22.73	22.22	4.17	14.29	31.25	0.00	14.00	0.00	14.29	25.00
1-2 ปี	11.29	5.00	48.35	34.78	50.00	11.11	4.17	0.00	43.75	30.00	50.00	39.59	42.56	50.00
3 ปี	27.47	5.53	25.27	35.67	27.27	44.44	9.33	0.00	21.88	50.00	32.00	50.00	42.56	50.00
1 ปี	20.58	13.33	9.79	15.22	0.00	22.22	70.53	71.13	3.13	15.00	2.00	5.58	0.00	0.00
2 ปี	12.09	30.00	0.00	0.00	0.00	0.00	12.50	0.00	0.00	5.00	0.00	0.00	0.00	0.00
มากกว่า 2 ปี	20.58	45.93	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	14.29	0.00	0.00	2.00	5.58	0.00	0.00
รวม (บาท)	91	120	91	92	22	9	24	7	32	20	50	18	7	4

	ปีที่ 8		ปีที่ 9		ปีที่ 10		ปีที่ 11		ปีที่ 12		ปีที่ 13		ปีที่ 14	
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
	100.00	50.00	92.59	66.67	32.00	17.54	87.50	35.71	100.00	60.00	100.00	100.00	81.52	50.00
	0.00	0.00	33.33	33.33	60.00	70.15	62.50	71.43	33.33	60.00	62.56	15.15	9.09	10.50
	0.00	50.00	40.74	25.00	12.00	6.77	25.00	26.57	4.76	20.00	21.43	0.00	0.00	0.00
	0.00	0.00	62.96	8.33	60.00	22.81	25.00	14.29	14.29	0.00	57.14	0.00	36.36	0.00
	0.00	0.00	25.93	8.33	32.00	12.25	0.00	0.00	9.52	0.00	25.57	0.00	27.27	0.00
	0.00	0.00	0.00	5.33	0.00	10.53	0.00	7.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	10.00
	0.00	0.00	18.52	0.00	20.00	10.53	25.00	50.00	14.29	20.00	7.14	9.09	54.55	40.00
	33.33	0.00	48.15	50.00	60.00	35.09	50.00	35.71	47.62	0.00	35.71	36.36	36.36	40.00
	16.67	50.00	25.93	33.33	20.00	40.35	25.00	14.29	14.29	35.10	35.71	36.36	9.09	10.00
	33.33	50.00	7.41	9.33	0.00	12.25	0.00	0.00	0.00	0.06	21.43	9.09	0.00	10.00
	16.67	0.00	0.00	0.00	0.00	1.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.09	0.00	0.00
	0.00	0.00	0.00	8.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	6	2	27	12	25	57	8	14	21	5	14	11	11	10

หมายเหตุ : บาท = ล้านบาทบาท บาท = ล้านบาทบาท

- ปีที่ 1 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 2 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 3 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 4 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 5 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 6 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 7 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 8 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 9 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 10 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 11 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 12 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 13 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์
- ปีที่ 14 = ค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 7	
	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.
ประเภทสถานที่พักผ่อน														
น้ำเค็ม/น้ำจืด	23.08	1.67	55.71	100.00	90.91	100.00	16.67	71.43	81.25	95.00	74.00	94.44	100.00	100.00
รวม	45.05	50.93	2.20	0.00	4.55	0.00	4.17	0.00	3.13	0.00	2.00	0.00	0.00	0.00
เกาะ/หาด/บ้านพัก	4.40	0.00	1.10	0.00	4.55	0.00	75.00	28.57	6.25	5.00	14.00	5.56	0.00	0.00
แพ	0.00	0.53	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เกสเฮาส์	5.49	45.93	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	21.98	0.53	10.99	0.00	0.00	0.00	4.17	0.00	9.38	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	91	120	91	92	22	9	24	7	32	20	50	18		7

แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 9		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 10		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 11		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 12		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 13		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 14	
ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.
66.67	100.00	77.75	91.67	92.00	95.25	100.00	100.00	65.71	100.00	92.56	81.62	100.00	100.00
0.00	0.00	7.41	0.00	4.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
16.67	0.00	3.70	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9.09	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
16.67	0.00	11.11	0.00	4.00	0.00	0.00	0.00	14.29	0.00	7.14	9.09	0.00	0.00
6	2	27	12	25	57	6	14	21	5	14	11	11	10

หมายเหตุ : ไทย = ผู้ท่องเที่ยวชาวไทย สพท. = ผู้ท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าวเคอเมืองเชียงใหม่
- จุดที่ 2 = วัดพระบาทมณฑลอยุธยา
- จุดที่ 3 = วัดกษัตริย์
- จุดที่ 4 = หอขอมโบราณ
- จุดที่ 5 = วัดกษัตริย์
- จุดที่ 6 = เอร่าวัดศรีสุท
- จุดที่ 7 = วัดกษัตริย์
- จุดที่ 8 = หอขอมโบราณ
- จุดที่ 9 = วัดกษัตริย์
- จุดที่ 10 = สวนกษัตริย์/บ่อน้ำร้อน
- จุดที่ 11 = พระราชวังมณฑลอยุธยา
- จุดที่ 12 = หอขอมโบราณ
- จุดที่ 13 = อุทยานแห่งชาติอ่าวไทย
- จุดที่ 14 = วัดกษัตริย์

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 7	
	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.
นมเลี้ยงใช้บริการ	9.99	1.67	50.55	61.96	31.92	44.44	45.93	71.43	31.25	50.00	54.00	35.59	71.43	100.00
สัตว์ค่าง	14.29	69.17	4.40	7.61	0.00	11.11	0.00	14.29	0.00	10.00	5.00	27.75	0.00	0.00
ร้านอาหาร/คอฟฟี่ช็อป	63.74	42.50	21.98	22.93	31.52	11.11	33.33	14.29	34.75	5.00	26.00	16.67	0.00	0.00
เลี้ยงอาหาร	10.99	32.50	19.76	9.79	36.36	22.22	4.17	0.00	25.00	35.00	10.00	16.67	25.57	0.00
รถเข็น/หามใบ	4.40	10.83	7.69	3.26	0.00	11.11	0.00	0.00	0.00	10.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ร้านอาหารบนเรือแพรม	16.48	22.50	1.10	2.17	0.00	0.00	16.67	0.00	3.13	0.00	4.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้รอบ (คน)	91	120	91	92	22	9	24	7	32	20	50	19	7	4

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 8		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 9		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 10		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 11		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 12		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 13		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 14	
	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.	ไทย	สปป.
	53.33	50.00	33.33	50.00	64.00	56.14	75.00	71.43	66.67	100.00	64.29	63.64	45.45	60.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	15.79	0.00	7.14	4.76	0.00	0.00	9.09	0.00	10.00
	0.00	0.00	37.04	9.33	24.00	21.05	12.50	7.14	14.29	0.00	21.43	0.00	36.36	20.00
	0.00	50.00	19.52	25.00	6.00	5.26	12.50	7.14	19.05	0.00	14.29	0.00	15.15	10.00
	0.00	0.00	7.14	16.67	4.00	1.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	27.27	0.00	0.00
	0.00	0.00	7.14	0.00	0.00	0.00	0.00	7.14	7.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	16.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	6	2	27	12	25	57	6	14	21	5	14	11	11	10

หมายเหตุ : ไทย = จุดท่องเที่ยวไทย สปป. = จุดท่องเที่ยวลาวประเทศ

- จุดที่ 1 = ฐานท่องเที่ยวเรือดำ
- จุดที่ 3 = ฐานกลาง
- จุดที่ 5 = ฐานนอก
- จุดที่ 7 = ฐานฝั่ง
- จุดที่ 9 = ฐานเรือดำ
- จุดที่ 11 = พระราชวังหลวงเวียงจันทน์
- จุดที่ 13 = อุทยานแห่งชาติผานาน

- จุดที่ 2 = ฐานพระบรมธาตุเวียงจันทน์
- จุดที่ 4 = ฐานอาหาร
- จุดที่ 6 = ฐานเรือดำ
- จุดที่ 8 = ฐานฝั่ง
- จุดที่ 10 = ฐานแพ/รถราง
- จุดที่ 12 = ฐาน
- จุดที่ 14 = ฐาน

ตารางที่ 36 ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการศึกษาเชิงปริมาณ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 7	
	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.
น้ำเสีย	70.33	37.50	94.51	94.57	100.00	100.00	100.00	100.00	93.75	55.00	94.00	83.33	100.00	100.00
กลิ่น	1.10	4.17	0.00	2.17	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.56	0.00	0.00
น้ำ	13.19	35.53	1.10	3.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.56	0.00	0.00
อากาศ	16.48	16.67	2.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.00	0.00	0.00	0.00	0.00
การจราจร	1.10	22.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.13	0.00	4.00	5.56	0.00	0.00
การก่อสร้าง	3.30	2.50	2.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.13	10.00	2.00	0.00	0.00	0.00
เสียง	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	1.10	0.83	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	91	120	91	92	22	9	24	7	32	20	50	18	7	1

แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 9		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 10		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 11		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 12		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 13		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 14	
ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.
100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	94.74	100.00	100.00	95.24	100.00	100.00	100.00	100.00	90.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.76	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
6	2	27	12	25	57	6	14	21	5	14	11	11	10

หมายเหตุ : ไทย = ผู้ท่องเที่ยวชาวไทย สพท. = ผู้ท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อ่างเก็บน้ำเขื่อนลพบุรี

จุดที่ 3 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 5 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 7 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 9 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 11 = พระตำหนักสมเด็จพระสังฆราช

จุดที่ 13 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 14 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 2 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 4 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 6 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 8 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 10 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 12 = วัดป่าแก้ว

จุดที่ 14 = วัดป่าแก้ว

ตารางที่ 37 แสดงรายละเอียดของร้านขายของที่ระลึกที่ตึกท่องเที่ยวเรือ  
แยกตามแหล่งท่องเที่ยวระดับจุด

หน่วย : ไร่ยก

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 7	
	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.
ไม่ใช่อี้อ	40.66	22.50	76.92	77.17	56.36	95.99	93.33	28.57	87.50	65.00	99.00	66.67	100.00	50.00
ร้านแม่กลอง/เดิม	5.49	35.53	6.59	11.96	4.55	11.11	4.17	71.43	9.33	15.00	4.00	16.67	0.00	50.00
หามแร่	2.20	14.17	2.20	2.17	0.00	0.00	8.33	0.00	0.00	10.00	2.00	16.67	0.00	0.00
ร้านค้า	24.18	33.33	10.99	8.70	9.09	0.00	4.17	0.00	3.13	10.00	6.00	0.00	0.00	0.00
ศูนย์การค้า/พลาซ่า	31.57	29.17	3.30	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	91	120	91	92	22	9	24	7	32	20	50	18	7	4

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 8		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 9		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 10		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 11		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 12		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 13		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 14	
	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.	ไทย	สพท.
	93.33	100.00	65.59	53.33	46.00	31.56	87.50	75.57	66.67	100.00	92.56	100.00	51.52	60.00
	16.67	0.00	3.70	16.67	4.00	19.30	12.50	7.14	9.52	0.00	0.00	0.00	0.00	10.00
	0.00	0.00	3.70	0.00	0.00	7.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	10.00
	0.00	0.00	3.70	0.00	46.00	40.35	0.00	14.29	23.51	0.00	7.14	0.00	15.15	20.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	6	2	27	12	25	57	6	14	21	5	14	11	11	10

หมายเหตุ : ไทย = ตึกท่องเที่ยวชาวไทย สพท. = ตึกท่องเที่ยวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อาคารเมืองสยามใหม่

จุดที่ 3 = ตลาดแม่กลอง

จุดที่ 5 = ตลาดแม่กลอง

จุดที่ 7 = ตลาดแม่กลอง

จุดที่ 9 = ตลาดสยามดาว

จุดที่ 11 = พระราชวังสนามจันทร์

จุดที่ 13 = อุทยานแห่งชาติอ่าวใหญ่

จุดที่ 2 = วัดพระบาทมิ่งเมือง

จุดที่ 4 = ลอยน้ำบาง

จุดที่ 6 = เขื่อนลำนางรอง

จุดที่ 8 = ห้วยน้ำดัง

จุดที่ 10 = สวนนกแม่กลอง

จุดที่ 12 = ลอยน้ำ

จุดที่ 14 = ห้วยน้ำดัง

ตารางที่ 38 แสดงประเภทพาหนะที่ติดห้องเที่ยวรายเที่ยวรายแบริดจ์เที่ยววันแต่ละแห่ง

หน่วย : ร้อยละ

	แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 1		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 2		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 3		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 4		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 5		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 6		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 7	
	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.
รถรับจ้างสาธารณะ	4.40	35.33	10.99	40.22	4.55	11.11	0.00	0.00	0.00	10.00	0.00	5.56	0.00	0.00
รถเช่า	12.09	14.17	14.29	17.39	9.09	44.44	33.33	29.57	29.13	50.00	16.00	50.00	14.29	25.00
รถประจำทาง	6.79	10.53	1.10	2.17	0.00	11.11	0.00	14.29	0.00	5.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รถส่วนบุคคล	57.14	5.53	53.85	6.52	66.18	0.00	54.17	42.86	53.13	5.00	62.00	16.67	55.71	50.00
รถทัวร์	14.29	30.53	15.38	33.70	13.64	33.33	12.50	14.29	15.63	30.00	19.00	27.78	0.00	25.00
อื่น ๆ	3.30	0.00	4.40	0.00	4.55	0.00	0.00	0.00	3.13	0.00	4.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	91	120	91	92	22	9	24	7	32	20	50	18	7	4

	แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 8		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 9		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 10		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 11		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 12		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 13		แบริดจ์เที่ยว จุดที่ 14	
	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.	ไทย	ส.พ.
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	17.54	0.00	64.29	0.00	0.00	0.00	9.09	0.00	30.00
	33.33	100.00	14.91	33.33	20.00	14.04	12.50	7.14	19.05	60.00	21.43	54.55	27.27	30.00
	0.00	0.00	3.70	0.00	0.00	1.75	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	66.67	0.00	59.26	9.33	44.00	10.53	75.00	7.14	61.90	0.00	64.29	9.09	9.09	10.00
	0.00	0.00	22.22	55.33	36.00	56.14	12.50	21.43	14.29	40.00	7.14	27.27	54.55	30.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.76	0.00	7.14	0.00	0.09	0.00
	6	2	27	12	25	57	8	14	21	5	14	11	11	10

หมายเหตุ : ไทย = ติดห้องเที่ยวชาวไทย ส.พ. = ติดห้องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = รถโดยสารประจำทาง

จุดที่ 3 = รถแท็กซี่

จุดที่ 5 = รถจักรยานยนต์

จุดที่ 7 = รถจักรยาน

จุดที่ 9 = รถตุ๊กตุ๊ก

จุดที่ 11 = รถรับจ้างส่วนบุคคล

จุดที่ 13 = รถรับจ้างส่วนบุคคล

จุดที่ 14 = รถรับจ้างส่วนบุคคล

จุดที่ 2 = รถประจำทางสายพิเศษ

จุดที่ 4 = รถโดยสารประจำทาง

จุดที่ 6 = รถจักรยานยนต์

จุดที่ 8 = รถจักรยานยนต์

จุดที่ 10 = รถจักรยานยนต์/รถรับจ้าง

จุดที่ 12 = รถจักรยานยนต์

จุดที่ 14 = รถจักรยานยนต์



	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2551	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2552	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2553	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2554	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2555	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2556	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2557
1. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1.42	1.09	3.32	9.68	3.35	2.94	9.09
2. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	0.47	1.09	0.00	9.68	1.92	2.94	9.09
3. ค่าใช้จ่ายในการพัฒนา	0.95	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
4. ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์	1.42	1.64	0.00	0.00	0.00	1.47	0.00
5. ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	3.32	3.93	9.68	29.03	3.35	4.41	13.13
6. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.47	0.55	0.00	3.23	1.92	0.00	0.00
7. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เกี่ยวเนื่อง	8.16	2.73	0.00	0.00	5.77	2.94	0.00
8. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	1.42	0.55	3.23	8.45	5.77	2.94	9.09
9. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.47	1.09	3.23	0.00	1.92	1.47	0.00
10. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.00	0.00	0.00	0.00	1.92	0.00	0.00
11. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.00	0.00	0.00	3.23	0.00	0.00	0.00
12. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.95	0.55	0.00	0.00	0.00	9.00	0.00
13. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	1.42	4.92	3.23	0.00	3.35	2.94	9.09
14. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.00	0.00	0.00	3.23	1.92	0.00	0.00
15. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	93.75	63.06	87.10	34.54	73.03	92.35	63.64
จำนวนโครงการ (คน)	211	153	31	31	52	86	11

แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2556	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2557	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2558	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2559	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2560	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2561	แผนปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
37.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
12.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.00
0.00	2.56	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	1.22	4.55	0.00	0.00	0.00
0.00	5.13	0.00	4.55	23.05	0.00	9.52
0.00	0.00	1.22	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	5.13	1.22	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	0.00	0.00	3.85	0.00	9.52
0.00	0.00	1.22	0.00	0.00	0.00	4.76
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	2.56	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	0.00	2.44	0.00	0.00	0.00	0.00
0.00	7.69	1.22	0.00	0.00	0.00	4.00
0.00	5.13	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
62.50	76.92	91.46	90.91	80.77	92.00	85.71
6	39	62	22	26	25	21

หมายเหตุ : รายชื่อโครงการและรายละเอียดโครงการจะปรากฏในเอกสารแนบ

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| ข้อ 1 = ค่าใช้จ่ายในการบริหาร                   | ข้อ 2 = ค่าใช้จ่ายในการศึกษา         |
| ข้อ 3 = ค่าใช้จ่ายในการพัฒนา                    | ข้อ 4 = ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ |
| ข้อ 5 = ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง                    | ข้อ 6 = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน     |
| ข้อ 7 = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เกี่ยวเนื่อง | ข้อ 8 = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน     |
| ข้อ 9 = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน                | ข้อ 10 = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน    |
| ข้อ 11 = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน               | ข้อ 12 = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน    |
| ข้อ 13 = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน               | ข้อ 14 = ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน    |

ตารางที่ 40 ผลการประเมินการดำเนินงานเกี่ยวกับห้องเรียนวิชาการ

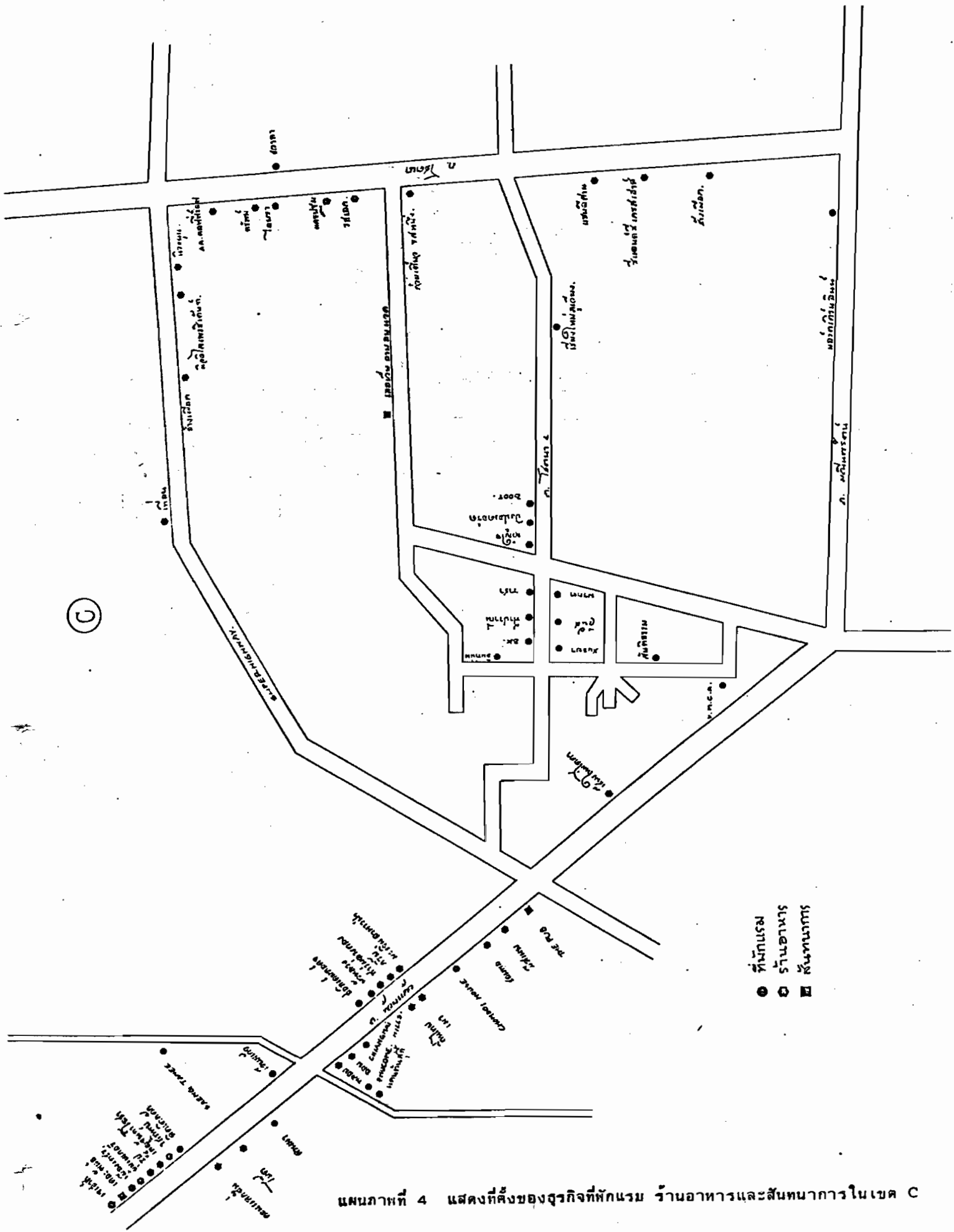
หน่วย : ร้อย

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 7	
	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.
งบดำเนินงาน	54.62	54.17	50.22	54.35	56.36	44.44	75.00	55.71	90.65	55.00	50.00	55.56	100.00	30.00
งบอุดหนุน	2.20	10.00	1.10	10.57	0.00	22.22	4.17	0.00	3.23	10.00	2.00	11.11	0.00	25.00
งบอุดหนุนเฉพาะกิจ	10.99	33.33	17.58	34.78	13.64	33.33	20.83	14.29	16.13	30.00	19.00	33.33	0.00	25.00
งบอุดหนุนรายหัว	2.20	2.50	1.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	91	120	91	92	22	9	24	7	31	20	50	18	7	

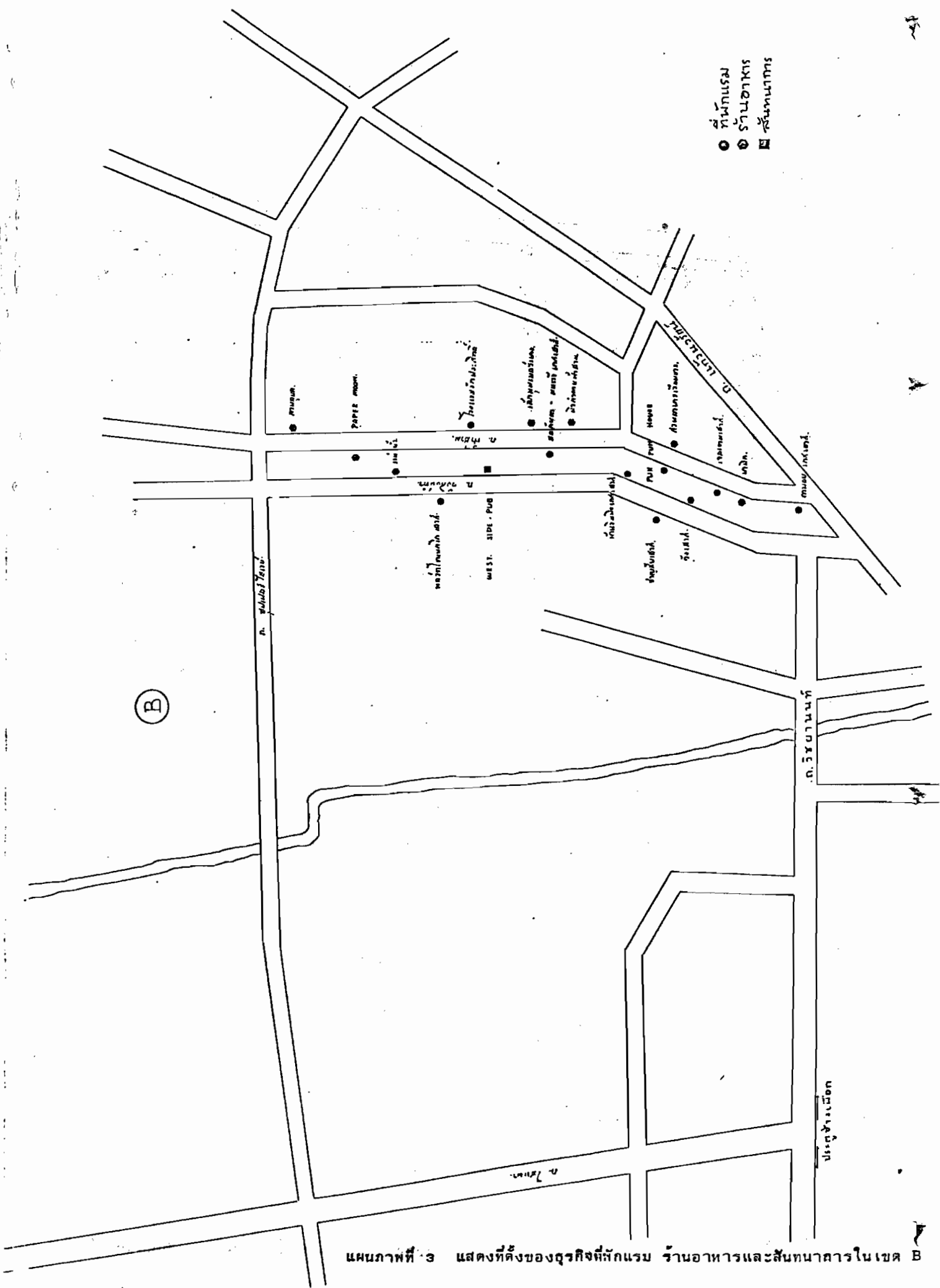
	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 8		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 9		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 10		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 11		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 12		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 13		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 14	
	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.	ทช.	คท.
งบดำเนินงาน	93.33	100.00	74.07	33.33	64.00	35.09	57.50	57.14	76.19	20.00	55.71	63.64	36.36	40.00
งบอุดหนุน	0.00	0.00	0.00	5.33	0.00	7.02	0.00	14.29	4.76	40.00	0.00	9.09	0.00	20.00
งบอุดหนุนเฉพาะกิจ	16.67	0.00	25.93	59.33	36.00	57.59	12.50	25.57	19.05	40.00	14.29	27.27	63.64	40.00
งบอุดหนุนรายหัว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	6	2	27	12	25	57	6	14	21	5	14	11	11	10

หมายเหตุ : ทช. = ผู้ท่องเที่ยวทางทช. คท. = ผู้ท่องเที่ยวทางคท.

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| จุดที่ 1 = อ่างเก็บน้ำเขื่อนลำนางรอง | จุดที่ 2 = วัดพระบรมธาตุวัดอภัยภูเบศร     |
| จุดที่ 3 = วัดสวนโมกขพลาราม          | จุดที่ 4 = ศาลเจ้าพ่อเสือ                 |
| จุดที่ 5 = วัดสวนกุหลาบ              | จุดที่ 6 = เขื่อนลำนางรอง                 |
| จุดที่ 7 = วัดสวนมะลิ                | จุดที่ 8 = เขื่อนลำนางรอง                 |
| จุดที่ 9 = เขื่อนลำนางรอง            | จุดที่ 10 = เขื่อนลำนางรอง/เขื่อนลำนางรอง |
| จุดที่ 11 = เขื่อนลำนางรอง           | จุดที่ 12 = เขื่อนลำนางรอง                |
| จุดที่ 13 = เขื่อนลำนางรอง           | จุดที่ 14 = เขื่อนลำนางรอง                |

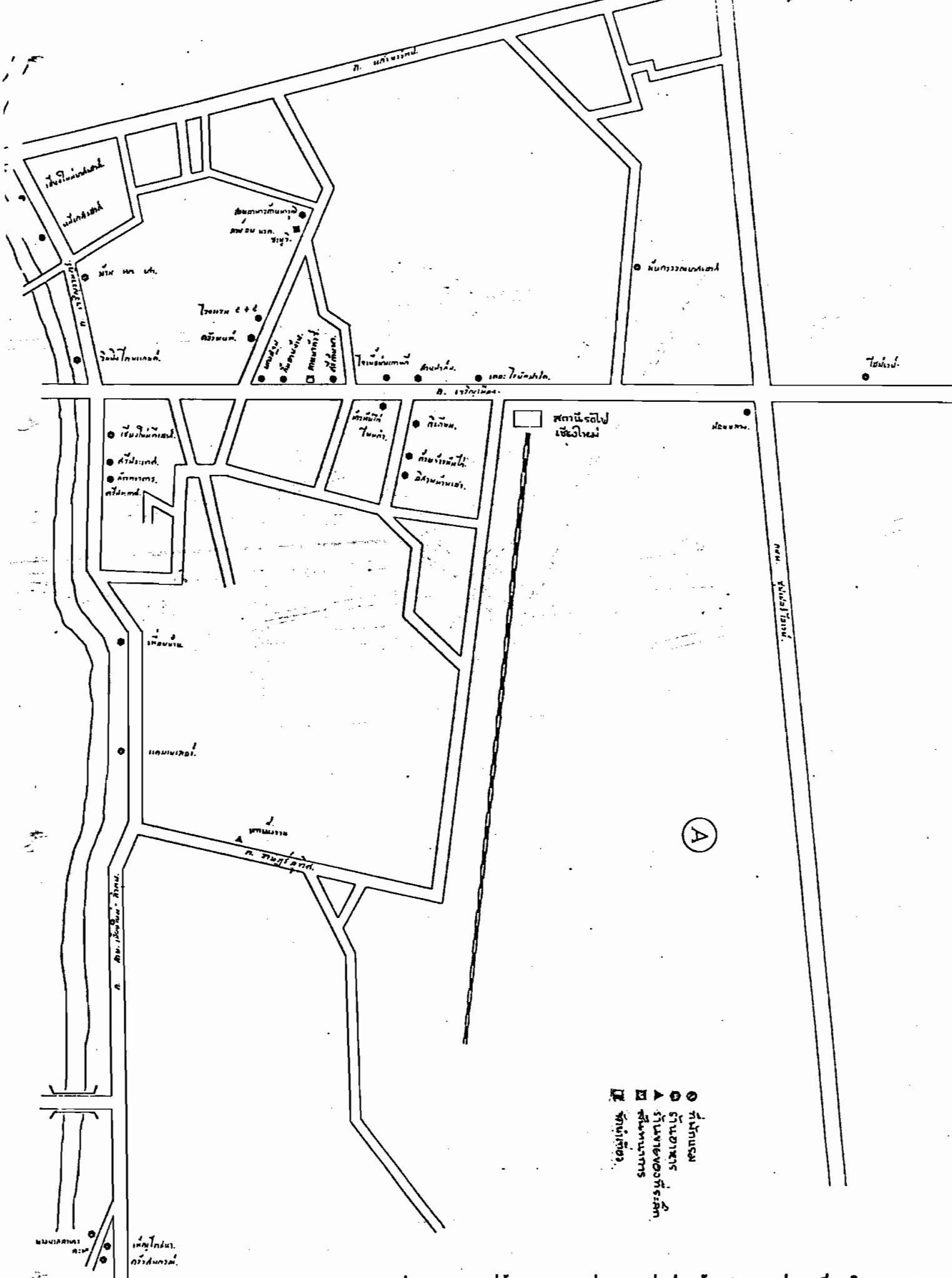


แผนภาพที่ 4 แสดงที่ตั้งของธุรกิจที่โรงแรม ร้านอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกในเขต C



- ที่บาร์
- ร้านอาหาร
- ▭ โรงแรม

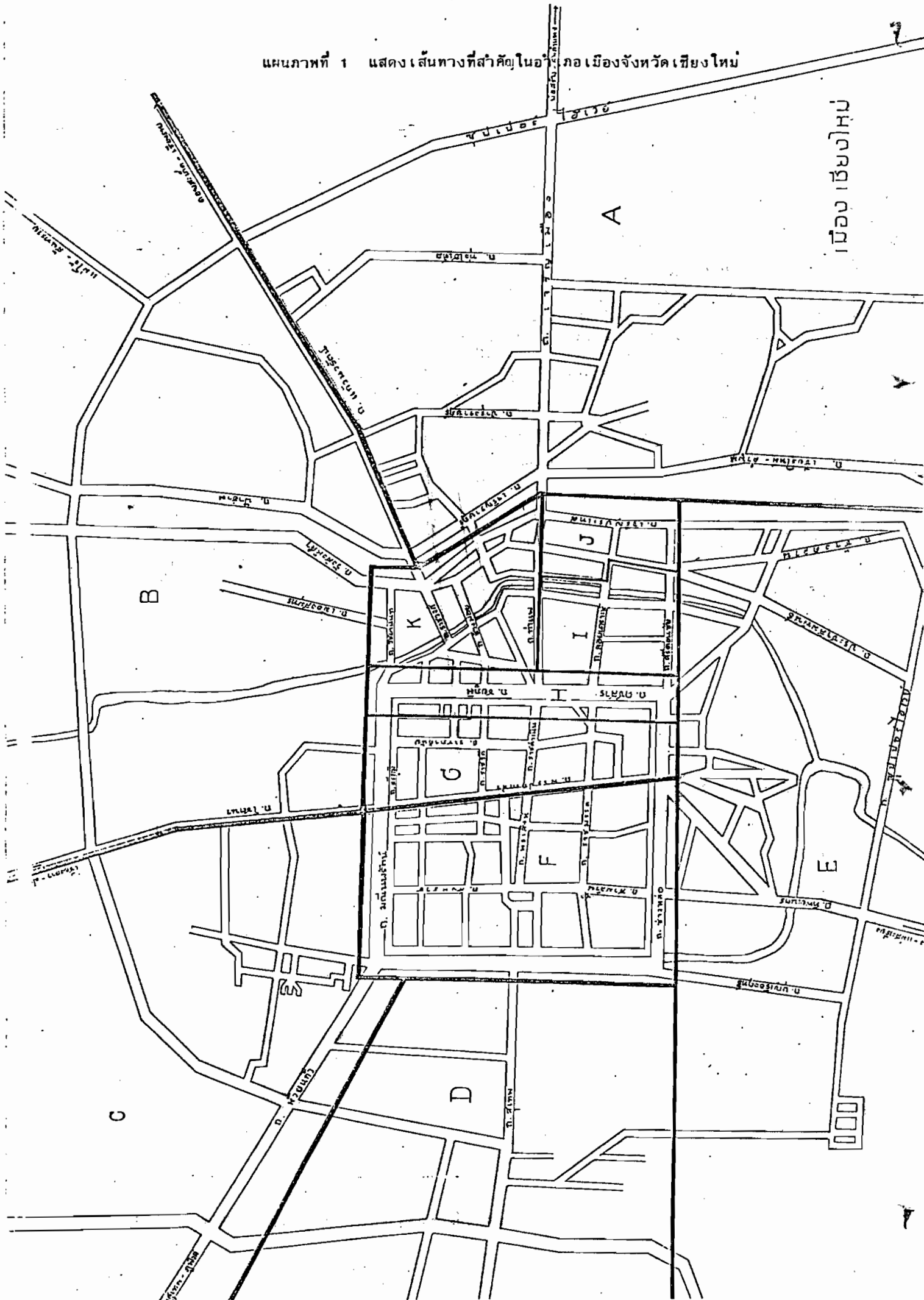
แผนภาพที่ ๑ แสดงที่ตั้งของธุรกิจที่บาร์ ร้านอาหารและสินทนาการในเขต B



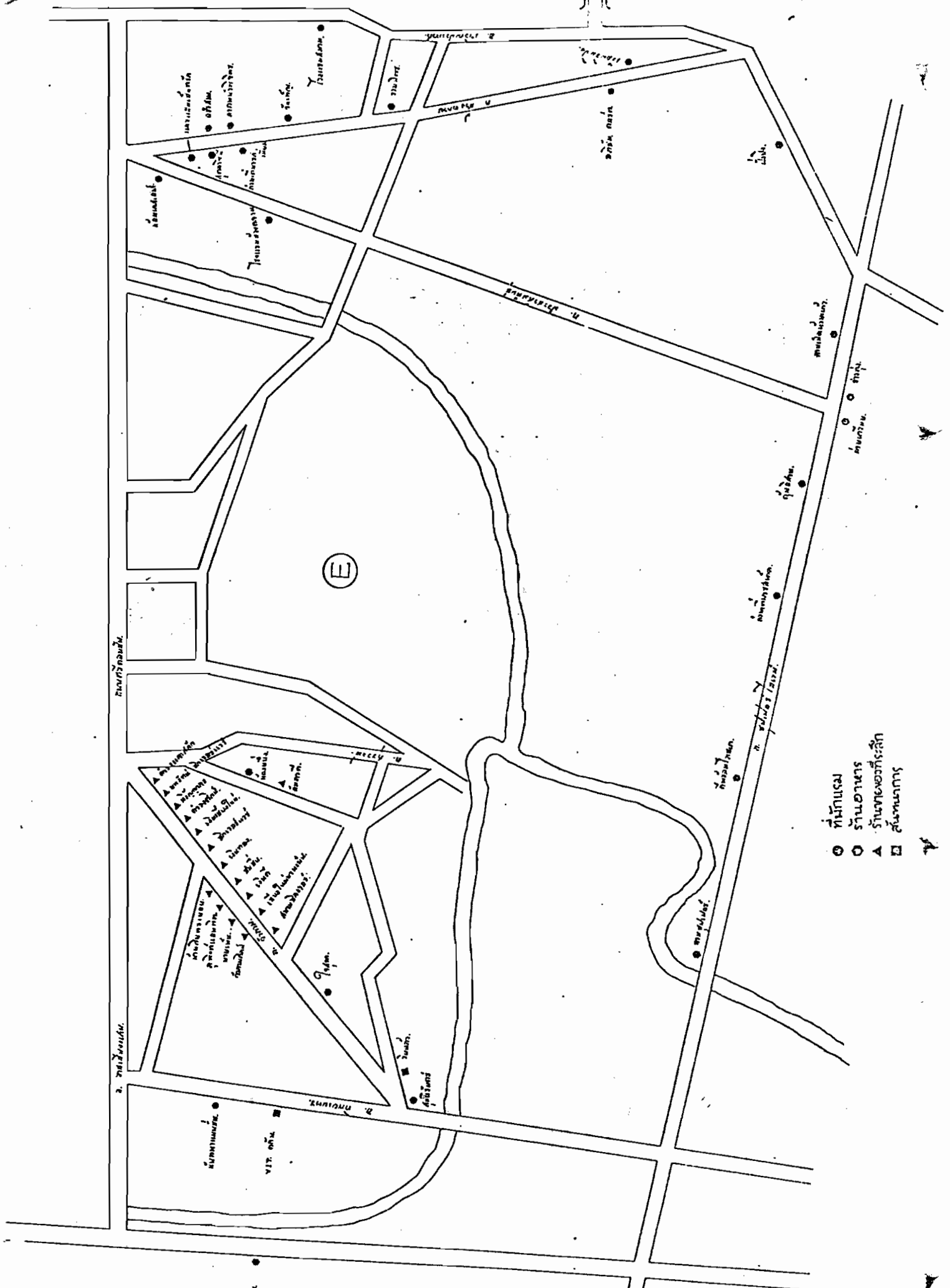
แผนภาพที่ 2 แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขต A

แผนภาพที่ 1 แสดงเส้นทางที่สำคัญในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

เมืองเชียงใหม่



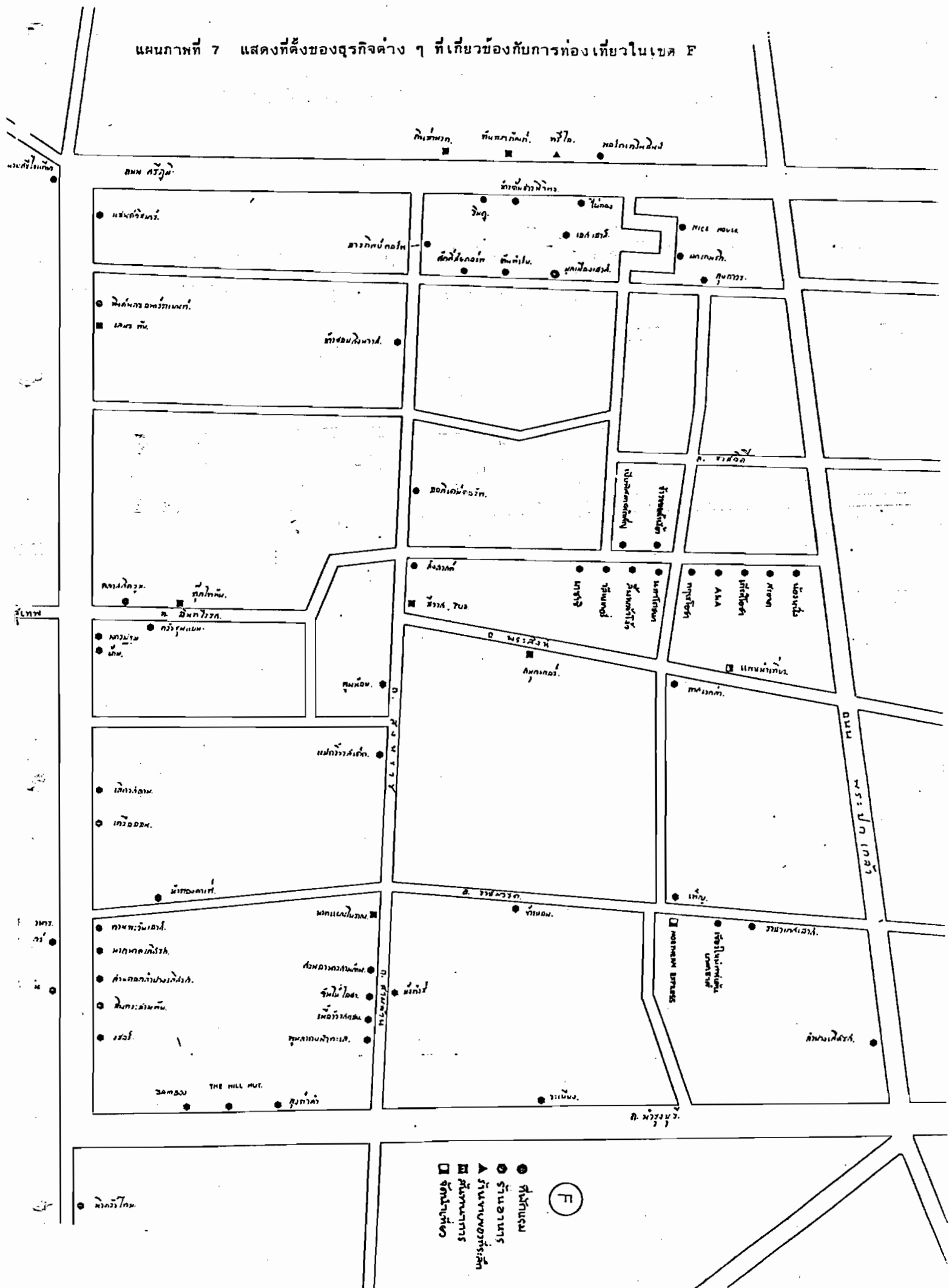




แผนภาพที่ ๖ แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกาการท่องเที่ยวในเขต E



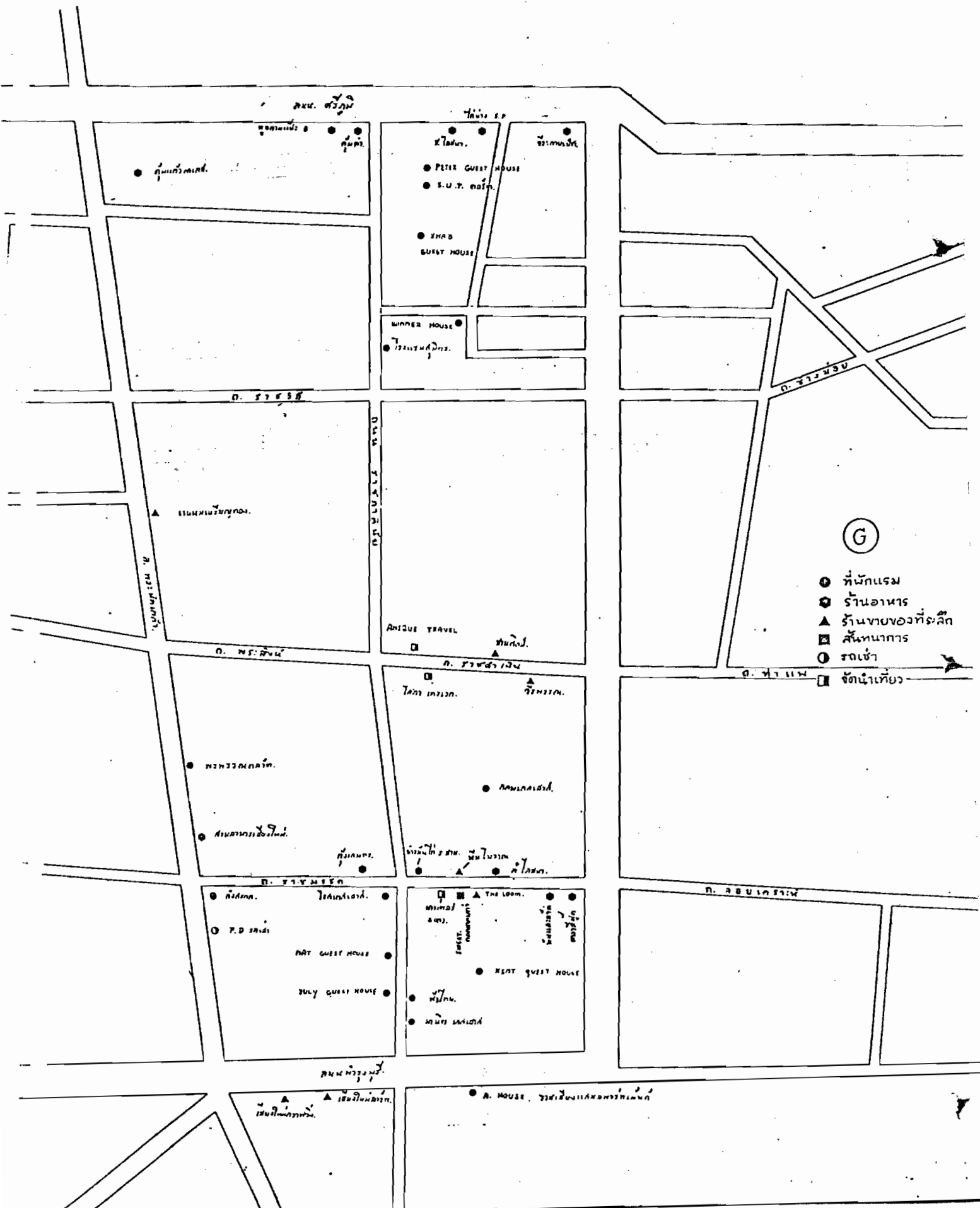
แผนภาพที่ 7 แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขต F



- ที่โรงแรม  
 ● ร้านอาหาร  
 ▲ ศูนย์การค้า  
 ■ ศูนย์บริการ  
 □ ศูนย์บริการ

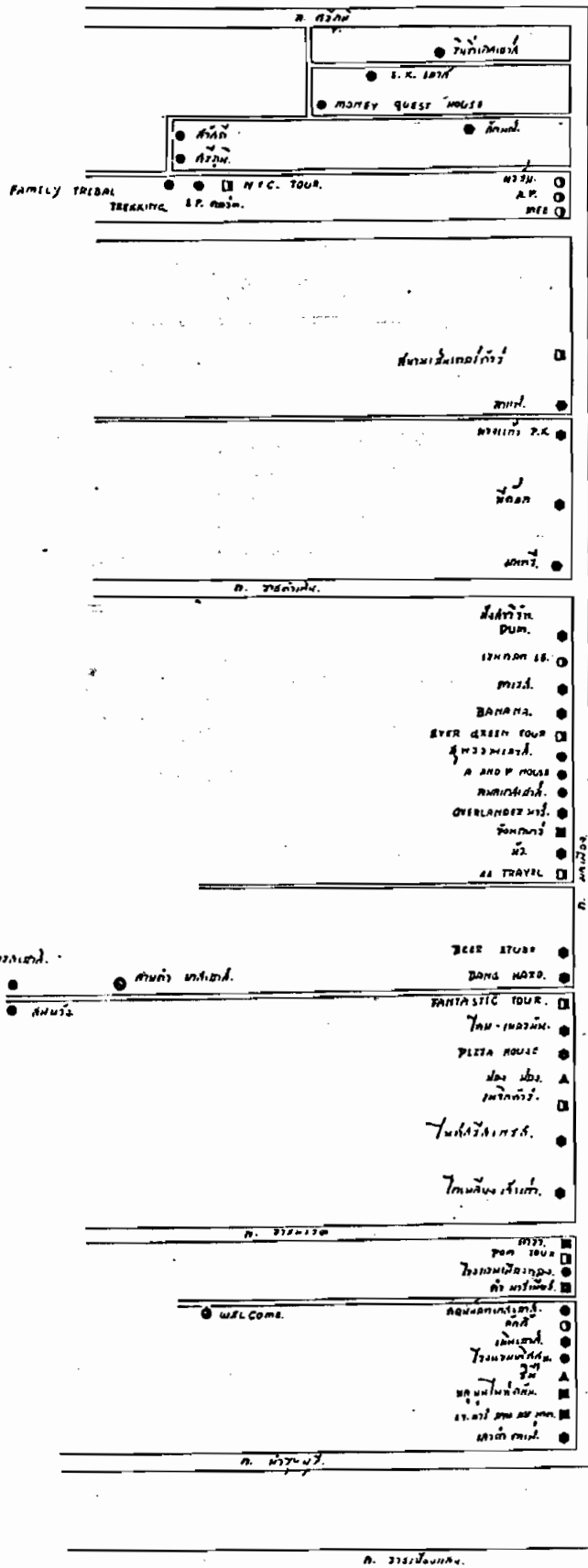
F

แผนภาพที่ 8 แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขต G



G

- ที่นักรแรม
- ★ ร้านอาหาร
- ▲ ร้านขายของชำที่ระลึก
- สันทนาการ
- รถเช่า
- ขีตนำเที่ยว



- ๙๙๙๙
- ๙. ๙. ๙ ๙๙๙
- ๙๙๙ ๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙

๙. ๙๙๙๙๙

- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙

๙. ๙๙๙๙๙

- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙

๙. ๙๙๙๙๙

- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙



- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙

- ▲ ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙

๙. ๙๙๙๙๙๙๙

- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙

- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙

- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙

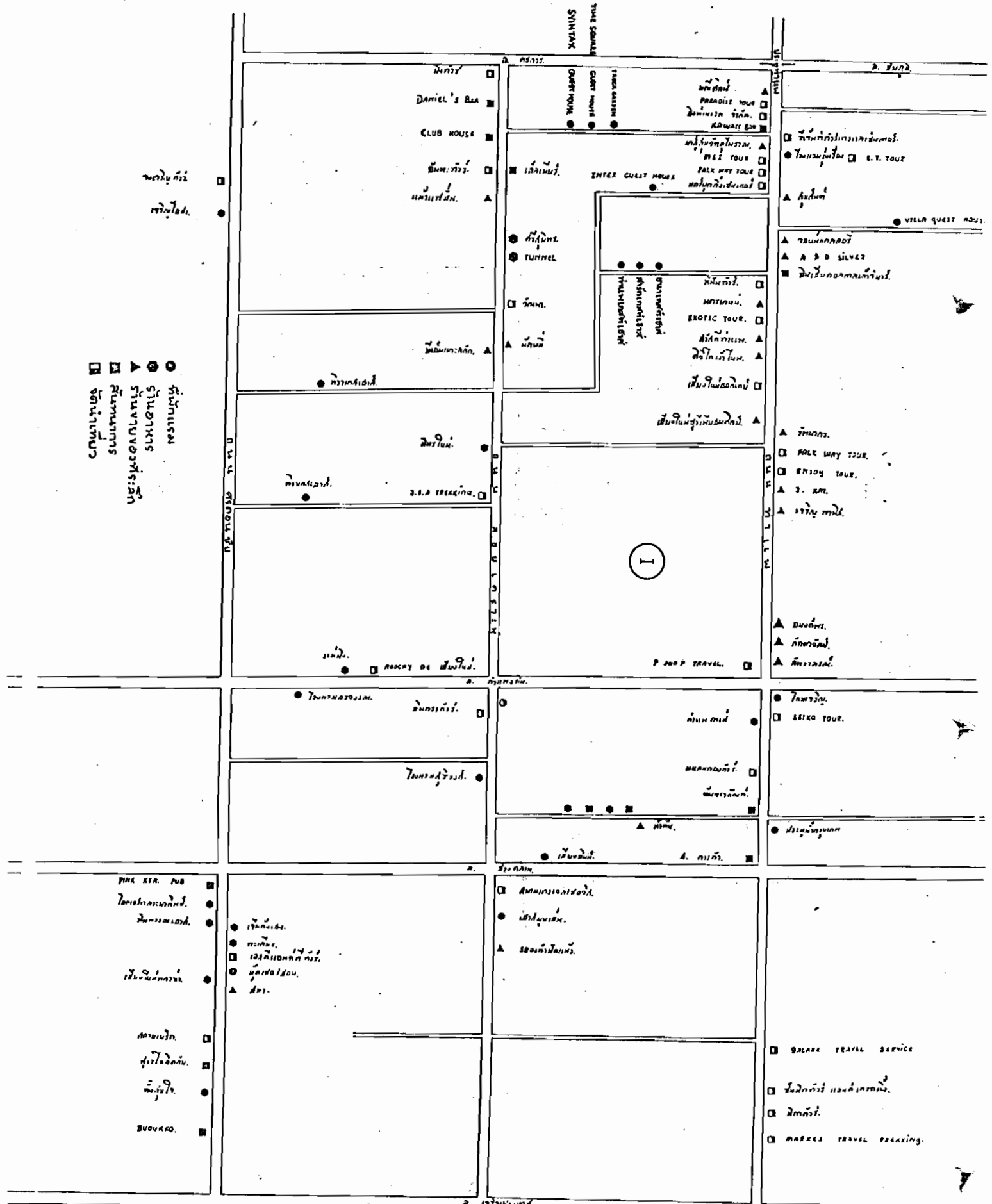
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙
- ๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙

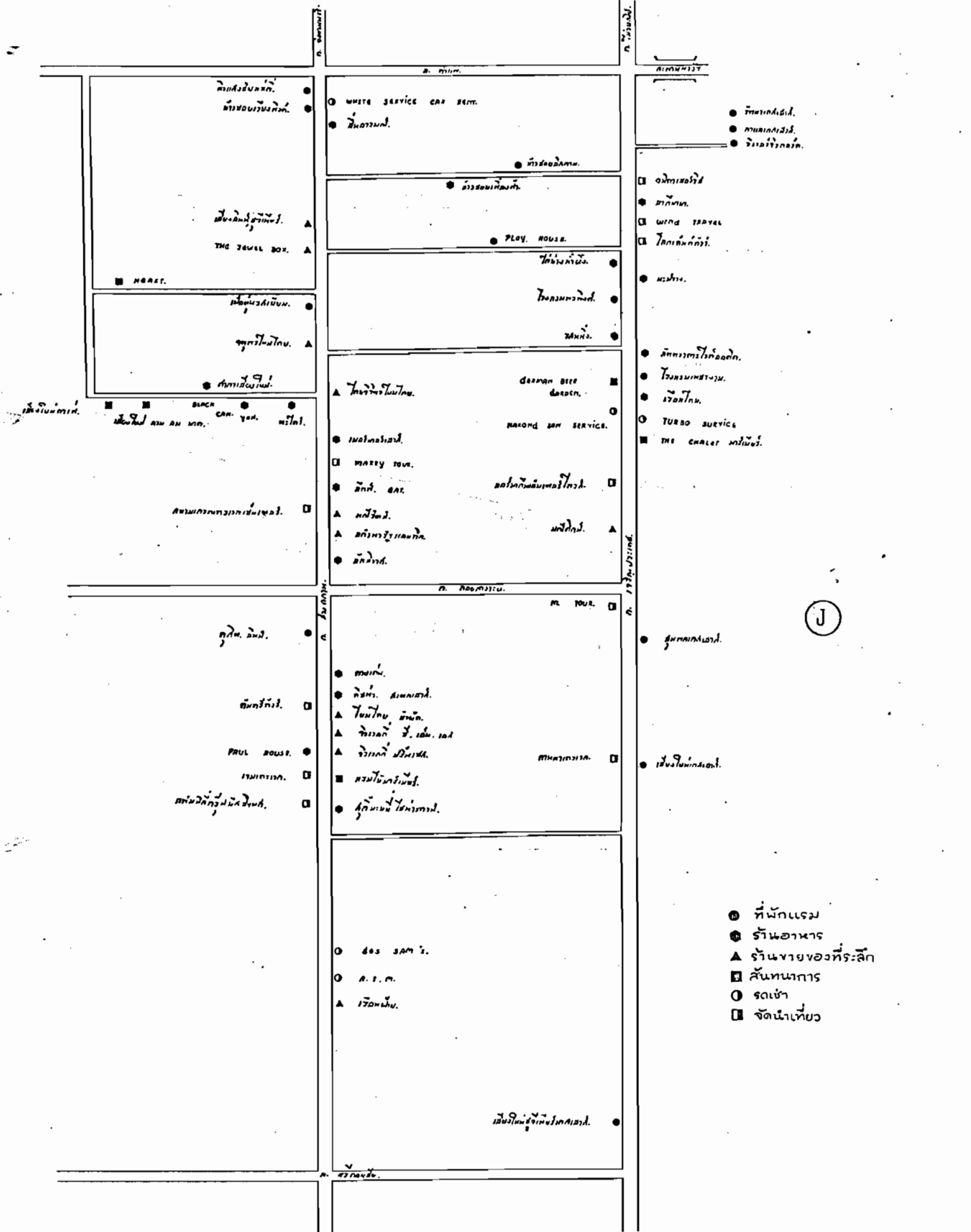
๙. ๙๙๙๙๙๙๙

- ที่นั่งแรม
- ร้านอาหาร
- ▲ ร้านขายของที่ระลึก
- ชั้นธนาคาร
- รถเช่า
- จัดนำเที่ยว

แผนภาพที่ ๙ แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขต H

แผนภาพที่ 10 แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขต I





- วิทยาลัย
- มหาวิทยาลัย
- โรงเรียน

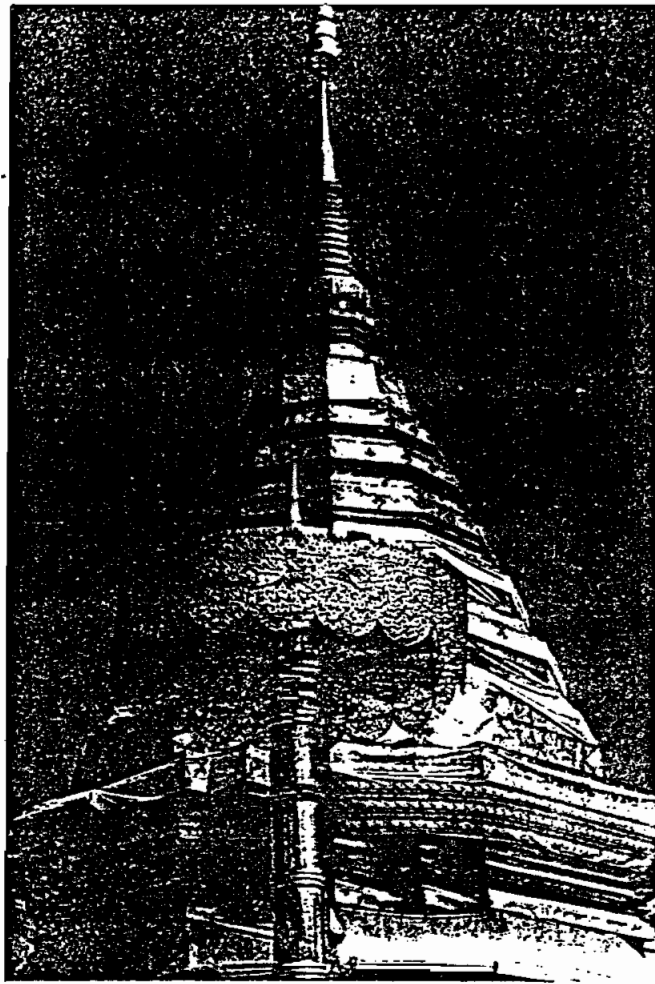
- อาคาร
- ประตู
- WING TRAVEL
- โรงเรียน
- สนาม
- อาคาร
- โรงเรียน
- โรงเรียน
- TURBO SERVICE
- THE CHARLOT HOTEL

- สนาม
- โรงเรียน

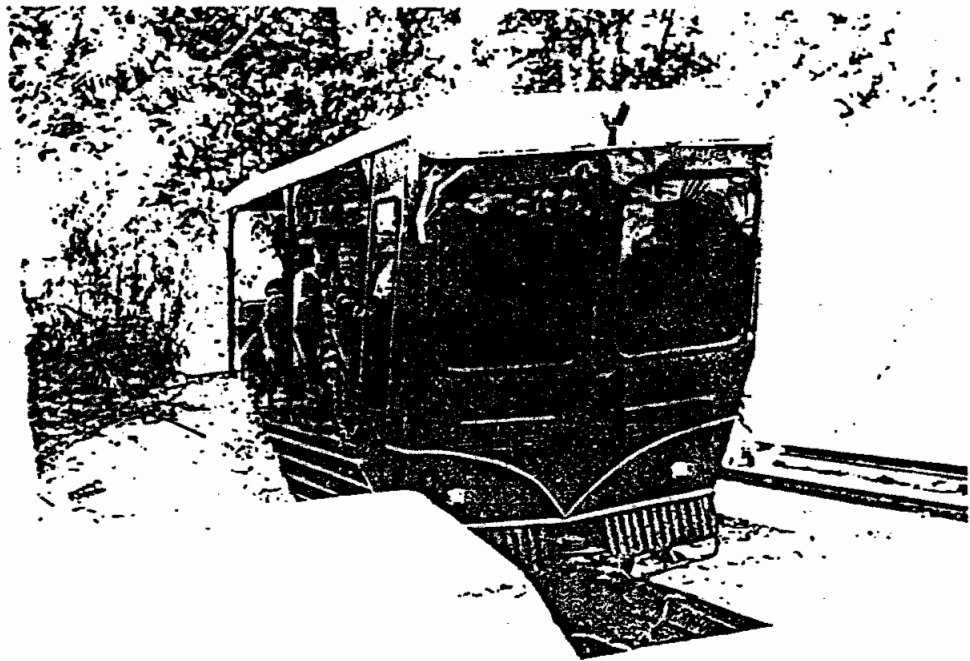
- ที่นั่ง
- ร้านอาหาร
- ▲ ร้านขายของที่ระลึก
- สันทนาการ
- รถเช่า
- จัดนำเที่ยว

แผนภาพที่ 11 แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาคารท่องเที่ยวในเขต 3

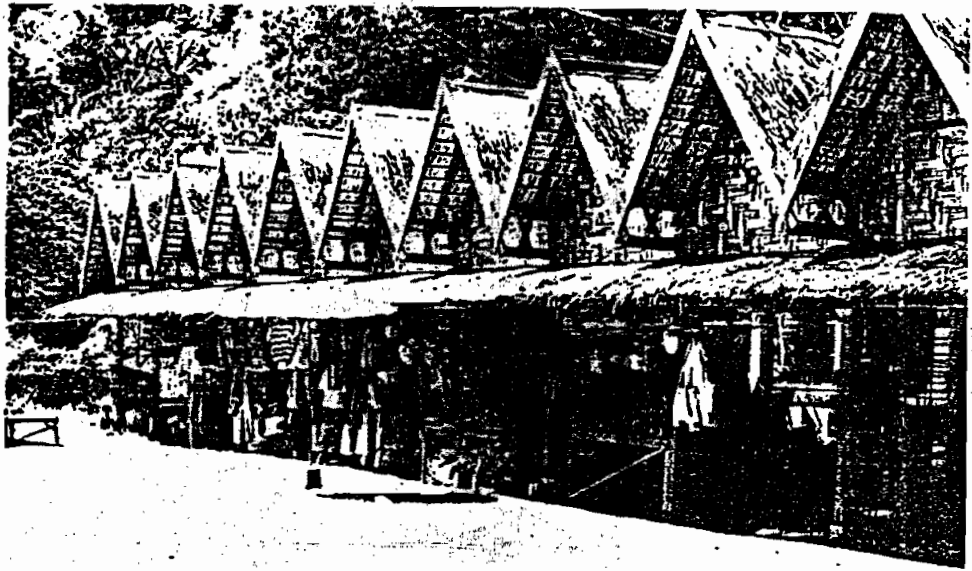




วัดพระบรมธาตุคอยสุเทพ วัดที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่



รถรางขึ้นคอยสุเทพ

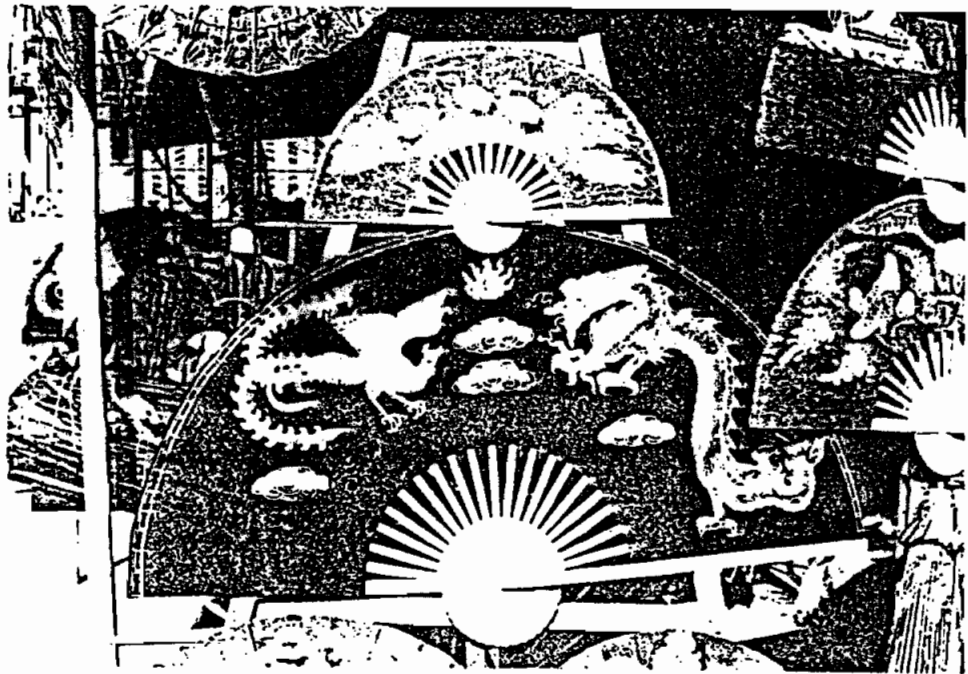


ร้านขายของที่ระลึก ซึ่งมีอยู่ทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่





สถานที่พักแรมท่ามกลางธรรมชาติ มีอยู่ทั่วไปใน เชียงใหม่



ร่มกระดาษ ลินคำพื้นเมืองที่มีชื่อของชาวบ้านบ่อสร้าง



ขุนเขาใหญ่กับความสมบูรณ์ของป่า เป็นแหล่งกำเนิดน้ำตกแม่ยะ

เขียนรวม

## จังหวัดเชียงราย

### 1. ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัดเชียงราย

#### 1.1 ลักษณะทางกายภาพ

1.1.1 ที่ตั้ง เชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือ ตั้งอยู่บริเวณเหนือสุดของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 840 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งสหภาพพม่าและ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดเชียงใหม่
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดพะเยาและลำปาง

#### 1.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูงและภูเขา อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย 394 เมตร มีภูเขาสูงสลับซับซ้อนอยู่ทางด้านตะวันออก และตะวันตกของจังหวัด วางตัวในแนวเหนือ-ใต้ โดยจะมีความสูงระหว่าง 1,500-2,000 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง ส่วนที่ราบที่ใช้ในการเพาะปลูก จะเป็นที่ราบระหว่างหุบเขาและที่ราบลุ่มน้ำที่สำคัญ ได้แก่ ลุ่มน้ำกก ลุ่มน้ำอิง ลุ่มน้ำแม่ลาว และลุ่มน้ำคำ

#### 1.1.3 ภูมิอากาศ

จังหวัดเชียงรายมีลักษณะภูมิอากาศแบบมรสุมเมืองร้อน สามารถแบ่งออกเป็น 3 ฤดูกาล คือ ฤดูร้อน เริ่มเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม ฤดูฝนเริ่มเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนตุลาคม และฤดูหนาว ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์

เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่ในบริเวณเทือกเขาสูงในทวีป (Continental Highlands) จึงมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 24.6 องศาเซลเซียส ฝนตกชุกในฤดูฝน ฤดูหนาวจะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะพัดเอาความหนาวเย็นมาให้ โดยเฉพาะในเดือนมกราคมของทุกปีจะมีอากาศหนาวเย็นมาก ส่วนฤดูร้อนอากาศไม่ร้อนจัด

#### 1.1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของจังหวัดเชียงรายมีดังนี้ คือ

ก. ป่าไม้ จังหวัดเชียงรายมีพื้นที่ป่าเป็นจำนวนมาก มีพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติทั้งหมด 31 ป่า คิดเป็นร้อยละ 62.80 ของพื้นที่จังหวัด แต่ในปัจจุบันนี้ป่าสงวนฯ ดังกล่าว ถูกบุกรุกทำลายไปเหลือพื้นที่ป่าที่มีสภาพสมบูรณ์ประมาณร้อยละ 43.92 ของพื้นที่จังหวัด

ข. แหล่งน้ำ ประกอบด้วยแม่น้ำ ลำคลอง ห้วย หนองบึงต่าง ๆ มากมาย ซึ่งที่สำคัญได้แก่ แม่น้ำโขง แม่น้ำกก แม่น้ำลาว แม่น้ำอิง และแม่น้ำคำ เป็นต้น

ค. แร่ธาตุ ได้แก่ แร่ดีบุก อีไลต์ โพลีซิลิเกต ดินขาว และ มังกานีส เป็นต้น

ง. แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายทั้งในด้านประวัติศาสตร์ธรรมชาติและวัฒนธรรม ในด้านประวัติศาสตร์นั้น เนื่องจากเชียงรายเคยเป็นที่ตั้งของเมืองลำคิย ฯ ของชาติไทยก่อนที่จะถึงยุคกรุงสุโขทัย มีเอกลักษณ์ทางด้านศิลปะของอาณาจักรลานนาที่เด่นชัด มีวัดและโบราณสถานอยู่มากมาย ในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางด้านความสวยงามตามธรรมชาตินั้น ประกอบด้วยน้ำตก ถ้ำ ภูเขาที่สวยงามอยู่หลายแห่ง ส่วนทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีชนกลุ่มน้อย เป็นชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ซึ่งยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมนิยมประเพณีและความเชื่อของตนเอง

#### 1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม

##### 1.2.1 เชียงราย มีการคมนาคมที่สำคัญ 2 รูปแบบ คือ ทางถนนและทางอากาศ

(1) ทางถนน ประกอบด้วยทางหลวงแผ่นดิน ทางหลวงจังหวัด ทางมาตรฐาน ร.พ.ช. โดยมีทางหลวงสายหลักที่สำคัญคือ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 และ 110 ซึ่งเป็นเส้นทางที่สำคัญที่สุดตัดผ่านบริเวณตอนกลางของจังหวัดในแนวเหนือ-ใต้ ผ่านชุมชนที่สำคัญ ๆ ของจังหวัด เช่น ชุมชนเมืองพาน ชุมชนเมืองเชียงราย ชุมชนเมืองแม่จันและชุมชนเมืองแม่สาย นอกจากนี้ยังมีทางหลวงจังหวัดสายต่าง ๆ เช่น ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1020, 1019 และ 1016 เป็นต้น

(2) ทางอากาศ มีท่าอากาศยาน 1 แห่ง เป็นสนามบินวันสอง มีเครื่องบินติดต่อระหว่างเชียงรายกับเชียงใหม่ เป็นเครื่องบินขนาดเล็ก (SHORT-330) ของบริษัทเดินอากาศไทย

สำหรับการคมนาคมทางน้ำ นิยมใช้กันมากในบริเวณแม่น้ำกก ในบริเวณตั้งแต่ท่าเรือ อำเภอเมืองเชียงราย ถึงท่าดอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

## 2. บทบาทของจังหวัดเชียงราย

### 2.1 การเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ

2.1.1 ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ได้กำหนดให้เชียงรายเป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญที่จะเริ่มเตรียมการพัฒนาของภาคเหนือตอนบน โดยมีบทบาทเป็นศูนย์กลางการตลาดสินค้าเกษตรและบริการระดับท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับเชียงใหม่

### 2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2.2.1 จังหวัดเชียงรายมีทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวอุดมสมบูรณ์แห่งหนึ่งในภาคเหนือ เนื่องจากมีภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ทำให้เกิดเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะทางด้านศิลปะสถาปัตยกรรมที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น นอกจากนี้ยังมีชนกลุ่มน้อยอีกหลายกลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มยังคงยึดแนวทางการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมของกลุ่มอย่างเหนียวแน่น เช่น ชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ส่วนทางด้านแหล่งท่องเที่ยว เชียงรายมีชื่อเสียงในหมู่นักท่องเที่ยวที่นิยมชมชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานตากอากาศบนที่สูง ป่าไม้ น้ำตก และการล่องแก่ง

จากการศึกษาของกองวางแผนและพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายออกเป็น 4 กลุ่มคือ

- กลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูงมากมี 2 แห่ง คือ แม่น้ำกก และท่าขี้เหล็ก
- กลุ่มที่มีความสำคัญค่อนข้างสูงมี 8 แห่ง คือ สามเหลี่ยมทองคำ หนองบงกช ฝาง น้ำร้อน หมู่บ้านเทอดไทย ดอยแม่สลอง วัดพระแก้ว พระธาตุดอยตุง
- กลุ่มที่มีความสำคัญปานกลาง 10 แห่ง
- กลุ่มที่มีความสำคัญค่อนข้างต่ำอีก 15 แห่ง

นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวอีกหลายแห่งที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ทั้ง ๆ ที่มีความสวยงามตามธรรมชาติพร้อมที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดได้ในอนาคต

2.2.2 ข้อจำกัดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนี้คือ ปัญหาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวซึ่งไม่สะดวกในบางจุด ขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกบางประการ เช่น ที่พักแรม นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับสวัสดิการและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาการทำลายสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

### 3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

#### 3.1 ความสำคัญของจังหวัดเชียงราย

3.1.1 เชียงราย เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งในด้านความงามตามธรรมชาติ ด้านแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรม และที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังมีที่ตั้งใกล้เคียงกับจังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นเมืองศูนย์กลาง หลังทางด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ภาคเหนือ ประกอบกับมีการคมนาคมที่ค่อนข้างสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่พร้อมมูล เช่น ที่พัก และร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

#### 3.2 แนวทางและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยว

##### 3.2.1 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

- (1) บูรณะและปรับปรุงโบราณสถาน และโบราณวัตถุที่ทรุดโทรมให้อยู่ในสภาพที่ดี
- (2) ทำการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
- (3) จัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยหน่วยงานของรัฐ และธุรกิจของเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เข้าไปมีส่วนร่วมและมีการประสานงานอย่างใกล้ชิด
- (4) ปรับปรุงเส้นทางคมนาคมเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดี

##### 3.2.2 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

- (1) ยกกระดับมาตรฐานร้านค้า ร้านอาหารในชุมชนเมืองและบริเวณแหล่งท่องเที่ยว
- (2) ส่งเสริมการลงทุนด้านกิจการโรงแรม ที่พักแรม และธุรกิจความบันเทิงต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐาน
- (3) เพิ่มมาตรการการรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ
- (4) ปรับปรุงและเพิ่มขีดความสามารถในการบริการด้านการสื่อสาร โทรคมนาคมรูปแบบต่าง ๆ

### 3.2.3 การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว

(1) ทำการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับความสวยงามตามธรรมชาติ สิ่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงราย และให้มีการฟื้นฟูงานประเพณีเก่าแก่ และการจัดงานในเทศกาลต่าง ๆ โดยผ่านสื่อมวลชนทุกประเภทที่มีอยู่

(2) ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมคริวเรือน ที่ผลิตสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

(3) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การล่องแพ และการจัดกิจกรรมพักผ่อนเป็นหมู่คณะ สำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยมธรรมชาติ เป็นต้น

## 4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

### 4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ

#### 4.1.1 ธุรกิจประเภทที่พักแรม

(1) ประเภทที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก จากการสำรวจพบว่า มีธุรกิจประเภทที่พักแรมในอำเภอเมือง 30 แห่ง ที่แม่สาย 6 แห่ง ดอยแม่สลองและสามเหลี่ยมทองคำ 5 แห่ง และ 3 แห่ง ตามลำดับ ที่พักแรมในจังหวัดเชียงรายมักจะเป็นประเภทเกสต์เฮาส์ โดยมีจำนวนร้อยละ 47.73 ของที่พักแรมทั้งหมด ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 38.64 และร้อยละ 13.64 เป็นโรงแรมและบังกาโลตามลำดับ (ตารางที่ 1)

เมื่อพิจารณาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักแรมในจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ จะพบว่า ที่พักแรมในเมืองมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าที่อื่น ๆ โดยเกือบทุกแห่งจะมีที่จอดรถ และนอกจากนี้ยังมีลิฟท์ สระว่ายน้ำ และลิฟท์ในบางแห่ง ส่วนที่อื่น ๆ จะไม่มีสระว่ายน้ำ และลิฟท์ เนื่องจากที่พักมักจะเป็นบังกาโล หรือเกสต์เฮาส์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นั้น จะมีมากชนิดในที่พักแรมที่มีระดับราคาห้องพักสูง ๆ แต่ในจังหวัดเชียงรายที่พักล้วนใหญ่จะมีระดับราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาท ดังนั้นที่พักแรมระดับ C3 จึงไม่มีลิฟท์และสระว่ายน้ำเลย มีแต่ที่จอดรถเป็นส่วนใหญ่ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 69.47 ส่วนที่พักแรมขนาด B และ C2 จะมีที่จอดรถทุกแห่ง (ตารางที่ 2)

สำหรับบริการต่าง ๆ ที่สถานที่พักแรมมีให้ นั้น พบว่า ส่วนใหญ่จะมีบริการจัดรถเช่าคิดเป็นร้อยละ 70.45 ของที่พักแรมทั้งหมด รองลงมาได้แก่บริการเรียกรถซึ่งมีจำนวนร้อยละ 56.82 นอกจากนี้บางแห่งก็มีบริการอื่น ๆ อีก เช่น ตู้โทรศัพท์ ห้องจัดเลี้ยง/



ประชุม และเทเล็กซ์/เทเลแฟกซ์ เป็นต้น (ตารางที่ 3) และเมื่อพิจารณาบริการต่าง ๆ ตามที่  
 ฟักแรมในจัดท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีบริการจัดรถเช่า ที่ฟักแรมบริเวณสามเหลี่ยมทองคำ  
 จึงส่วนใหญ่เป็นเกสต์เฮ้าส์ที่จะไม่มีบริการในที่ฟักแรม

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ โดยทั่ว ๆ ไปแล้วที่ฟักแรมมากกว่า  
 ครึ่งหนึ่ง คือร้อยละ 59.1 เปิดกิจการมาตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 36.37 ของที่ฟักแรม  
 ดำเนินงานตั้งแต่ 10 ปี ขึ้นไป ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงที่การท่องเที่ยวในประเทศไทย  
 เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวจึงได้มีการขยายตัวในด้านธุรกิจที่ฟักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดย  
 ได้มีการเปิดกิจการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 14 แห่ง (ตารางที่ 4)

(3) ลักษณะลูกค้าของที่ฟักแรม ลูกค้าที่ฟักแรมส่วนใหญ่จะมีทั้งนักท่องเที่ยว  
 และนักธุรกิจปนกัน มีเพียงร้อยละ 29.63 ของธุรกิจที่ฟักแรมที่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยว  
 ทั้งหมด (ตารางที่ 5) สถานที่ฟักแรมที่มีลูกค้าเป็นคนไทยล้วนมีร้อยละ 7.4 หรือที่มีลูกค้าเป็น  
 ชาวต่างประเทศอย่างเดียวกัมีร้อยละ 7.4 และเมื่อพิจารณาถึงรายได้ของแขกที่ฟักแรมพบว่า  
 แขกที่มาพักจะมีรายได้ระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการเดินทางไปเที่ยวจังหวัดเชียงราย  
 ของลูกค้านั้น ส่วนใหญ่เกินกว่าครึ่งหนึ่งของลูกค้าที่ฟักแรมจะเดินทางโดยลำพังมากกว่าที่จะเดินทาง  
 แบบเป็นกลุ่มทัวร์

(4) อัตราการเข้าพัก เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว  
 และช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยแยกตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ จะพบว่า ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว  
 ที่ฟักแรมในเมืองร้อยละ 40 จะมีอัตราการเข้าพักระหว่างร้อยละ 61-80 ส่วนที่ฟักแรมที่มี  
 อัตราการเข้าพักร้อยละ 100 มีจำนวนร้อยละ 13.33 ของจำนวนที่ฟักแรม ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้ว  
 อัตราการเข้าพักในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะเท่ากับร้อยละ 76 ส่วนช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ธุรกิจ  
 ที่ฟักแรมในเมืองร้อยละ 46.67 มีอัตราการเข้าพักระหว่างร้อยละ 41-60 ที่แม่สายในช่วง  
 ฤดูกาลท่องเที่ยว ที่ฟักแรมที่มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 100 มีจำนวนถึงครึ่งหนึ่ง ส่วนอีกร้อยละ  
 33.33 ของที่ฟักแรมที่แม่สาย มีอัตราการเข้าพักระหว่างร้อยละ 61-80 ส่วนนอกฤดูกาลท่องเที่ยว  
 ครึ่งหนึ่งของจำนวนธุรกิจที่ฟักแรมมีอัตราการเข้าพักอยู่ในช่วงร้อยละ 41-60 จุดท่องเที่ยว  
 ที่สุดคือ ดอยแม่สลอง ในฤดูกาลท่องเที่ยว ที่ฟักแรมที่มีอัตราการเข้าพักเต็มที่ร้อยละ 100  
 มีจำนวนถึงร้อยละ 75 ของที่ฟักแรมบนดอยแม่สลอง และแม้จะเป็นนอกฤดูกาลท่องเที่ยวที่ฟักแรม  
 จำนวนครึ่งหนึ่งก็ยังมีอัตราการเข้าพักระหว่างร้อยละ 61-80 จุดท่องเที่ยวสุดท้ายคือ ที่สามเหลี่ยม  
 ทองคำ ธุรกิจที่ฟักแรมจำนวนครึ่งหนึ่งมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 81-99 ส่วนอีกครึ่งหนึ่งมีอัตรา  
 การเข้าพักร้อยละ 61-80 (ตารางที่ 6)

เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักแยกตามระดับราคาห้องพักพบว่า ที่ฟัก  
 แรมขนาด B มีเพียงแห่งเดียวในบริเวณพื้นที่ที่ทำการสำรวจ มีอัตราการเข้าพักประมาณร้อยละ  
 60 ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ที่ฟักแรมขนาด C2 จำนวนครึ่งหนึ่งมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 100  
 ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และร้อยละ 41-60 ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ส่วนที่ฟักแรมร้อยละ

25 มีอัตราการเข้าพักระหว่างร้อยละ 81-99 ทั้งในฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ที่เหลืออีกร้อยละ 25 มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 61-80 ไม่ว่าจะ เป็นช่วงเวลาไหนก็ตาม ส่วนที่พักรวมขนาด C3 ซึ่งมีจำนวนที่พักมากที่สุดนั้น ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่พักรวมที่มีอัตราเข้าพักร้อยละ 100 มีจำนวนร้อยละ 27.27 ที่พักรวมจำนวนร้อยละ 36.36 มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 61-80 ส่วนนอกฤดูกาลท่องเที่ยวที่พักรวมร้อยละ 36.36 มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 41-60 ที่พักรวมจำนวนร้อยละ 22.73 มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 21-40 และไม่มีที่พักแรมแห่งใดที่มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 80 ขึ้นไป

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ สิ่งสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้บริการที่พักรวมนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของห้องพักรวม รongลงมาได้แก่ ทำเลที่ตั้งของที่พักรวม และการตกแต่งภายในหรือบรรยากาศที่ดีในการพักผ่อน นักท่องเที่ยวที่ไปพักรวมในเมืองและที่แม่สายจะคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ก่อน ส่วนที่ดอยแม่สลอง นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับบรรยากาศและสภาพห้องพักรวมมากกว่า แต่ที่ลามาเลเซียमतongคำผู้มาพักรวมจะให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งเป็นอันดับแรก เนื่องจากส่วนใหญ่ต้องการไปชมบริเวณติดต่อระหว่าง 3 ประเทศ นอกจากนั้นยังให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายของห้องพักรวมและบรรยากาศอีกด้วย

(6) การตลาดของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจด้านที่พักแรมเกี่ยวกับการกำหนดอัตราค่าบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับสถานที่พักรวมในระดับเดียวกันพบว่า ที่พักแรมขนาด B กำหนดอัตราค่าบริการในระดับราคาเดียวกัน ส่วนที่พักขนาด C2 มักจะไม่มีบริการในด้านเช่าพื้นที่และการจัดเลี้ยง ในด้านราคาห้องพักและราคาอาหาร ร้อยละ 50 ของที่พักแรมขนาด C2 กำหนดราคาเท่ากัน นอกจากนั้นบางแห่งก็กำหนดราคาสูงกว่าที่อื่นบ้าง บางแห่งก็ต่ำกว่าที่อื่น และเมื่อหันมาพิจารณาที่พักขนาด C3 ซึ่งมีเป็นจำนวนมากในจังหวัดเชียงราย จะพบว่าร้อยละ 54.55 ของที่พักขนาด C3 คิดราคาห้องพักเท่ากัน ร้อยละ 36.36 คิดราคาต่ำกว่า สำหรับบริการด้านอาหารมีเพียงร้อยละ 55 ของสถานที่พักรวมระดับ C3 ที่มีบริการในด้านนี้ ซึ่งส่วนใหญ่จะกำหนดค่าอาหารในราคาเท่ากัน แต่ก็มีบ้างบางแห่งที่กำหนดราคาต่ำกว่ากัน ส่วนบริการด้านการเช่าพื้นที่และการจัดเลี้ยงประชุมส่วนใหญ่เกือบทุกแห่งจะไม่มีบริการในด้านนี้ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่พักขนาดเล็ก

เมื่อพิจารณาวิธีการส่งเสริมการตลาดปรากฏว่า ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะไม่ค่อยมีการส่งเสริมการตลาดโดยเฉพาะที่ดอยแม่สลอง เนื่องจากนักท่องเที่ยวขึ้นไปเที่ยวกันมากอยู่แล้ว ส่วนที่อื่น ๆ ก็มีการส่งเสริมด้านการตลาดบ้าง เช่น มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ มีการจัดรายการพิเศษ หรืออาจจะมีการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว ส่วนในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นจากช่วงฤดูท่องเที่ยว โดยมีการลดราคาห้องพัก เพื่อดึงดูดใจให้มีคนมาพักเพิ่มขึ้น

(7) ความพร้อมในบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่พักรวมส่วนมากจะไม่มีสำนักงานชั่วคราว สระว่ายน้ำ และเทเล็กซ์/เทเลแฟกซ์ ยิ่งถ้าเป็นที่กระดับ

C3 สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งมีน้อยลงไป เหลือแต่บริการที่จำเป็นเท่านั้น เช่น ห้องพัก ห้องรับแขก ห้องอาหารและที่จอดรถ เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่หักระดับ B พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีเพียงพอกับความต้องการแล้ว ยกเว้นสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างที่ยังไม่เคยมีมาก่อน ส่วนที่หักขนาด C พบว่า ห้องพักยังมีไม่เพียงพอกับความต้องการ

(8) ปัญหาของธุรกิจ ในการดำเนินธุรกิจที่หักอาศัยในจังหวัดเชียงราย นั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 85 ห่วงใจในการดำเนินงานที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจที่หักก็ประสบปัญหาบางอย่างเหมือนกัน กล่าวคือ ผู้ประกอบการร้อยละ 18.52 บอกว่า มีปัญหาเกี่ยวกับพนักงานไม่มีคุณภาพ การคมนาคมไม่สะดวก และข้อจำกัดของระเบียบราชการ ร้อยละ 7.41 บอกว่ามีปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียนต่ำ และมีการแข่งขันสูง นอกจากนี้ก็มีปัญหาอื่น ๆ อีก เช่น พนักงานไม่เพียงพอ หนี้สูญ และขาดแคลนน้ำประปา เป็นต้น (ตารางที่ 7)

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ผู้ประกอบการประมาณครึ่งหนึ่งคือ ร้อยละ 51.85 เห็นว่าจะทำการปรับปรุงกิจการด้วยการเพิ่มห้องพักให้มากขึ้น ร้อยละ 40.74 จะเพิ่มบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายก็คิดว่าจะปรับปรุงบริการที่มีอยู่ให้ดีขึ้น หรืออาจจะนำบริการใหม่ ๆ มาใช้ในที่หักแรม

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจที่หักแรมส่วนใหญ่ร้อยละ 77.78 มีความเห็นว่า ธุรกิจที่หักแรมในจังหวัดเชียงรายจะยังคงขยายตัวต่อไป ร้อยละ 3.70 เห็นว่า ในอนาคตธุรกิจที่หักแรมขนาดใหญ่จะได้เปรียบกว่าธุรกิจขนาดเล็ก (ตารางที่ 8)

#### 4.1.2 ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

(1) ประเภทของธุรกิจและสิ่งอำนวยความสะดวก ภัตตาคารและร้านอาหารในอำเภอเมืองมีทั้ง 59 แห่ง ที่อำเภอแม่สายมี 15 แห่ง ดอยตุง 3 แห่ง ดอยแม่สลองและลางเหลียมทองคำมี 8 แห่ง และ 2 แห่ง ตามลำดับ ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจประเภทร้านอาหารมากกว่าจะเป็นประเภทภัตตาคารหรือคอมฟู้ซ็อฟ จึงคิดเป็นร้อยละ 87 ของธุรกิจด้านอาหาร และเมื่อนิยามประเภทของอาหารจะพบว่า ส่วนใหญ่จะบริการอาหารไทยเป็นหลัก แต่บางร้านอาจจะมีอาหารจีนหรืออาหารฝรั่งด้วย ที่ดอยตุงจะบริการอาหารไทยเป็นหลักไม่มีอาหารจีนและยุโรป ส่วนที่สามเหลียมทองคำจะบริการอาหารไทยและจีนทั้ง 2 ร้าน

ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น ส่วนใหญ่จะมีที่จอดรถและโทรทัศน์ไว้บริการ ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของร้านว่าจะรองรับลูกค้าได้เพียงไร กล่าวคือ ธุรกิจขนาด A ซึ่งรับลูกค้าได้มากกว่า 200 คน จะมีที่จอดรถและโทรทัศน์ทุกแห่ง ธุรกิจขนาด B รับลูกค้าได้ไม่เกิน 200 คน ส่วนใหญ่จะมีที่จอดรถและโทรทัศน์ ส่วนธุรกิจขนาด C ซึ่งรับลูกค้าได้ไม่เกิน 100 คน ประมาณครึ่งหนึ่งจะมีที่จอดรถ สำหรับโทรทัศน์นั้นมีเพียงร้อยละ 40 ที่มีบริการโทรทัศน์

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 56 ดำเนินธุรกิจได้ 1-4 ปี แต่เมื่อพิจารณาตามขนาดจะพบว่า ธุรกิจขนาด A ร้อยละ 47 ดำเนินธุรกิจมานานตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ส่วนธุรกิจขนาด B และ C หึ่งดำเนินกิจการมาได้ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.45 ตามลำดับ ธุรกิจที่ดำเนินงานนานกว่า 12 ปี มีจำนวนร้อยละ 9.09 และ 8.51 ตามลำดับ (ตารางที่ 9)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้าของร้านอาหารส่วนใหญ่จะมีรายได้ปานกลาง ที่เหลือจะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูงและรายได้น้อย กล่าวคือ ร้อยละ 51.11 ของร้านอาหารจะมีลูกค้าร้อยละ 61-100 ที่มีรายได้ปานกลาง ร้อยละ 40 บอกว่า ลูกค้าร้อยละ 1-10 เป็นผู้มียาได้น้อย ร้อยละ 47 บอกว่าลูกค้าของตนร้อยละ 1-40 เป็นผู้มียาได้สูง นอกจากนี้ไม่มีร้านใดเลยที่บอกว่าลูกค้าของตนมีรายได้ต่ำทั้งหมด

ลูกค้าที่ไปรับประทานอาหารนั้นมีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 15.52 ของร้านอาหารทั้งหมด บอกว่ามีแต่ลูกค้าชาวไทยเท่านั้น ส่วนร้านอาหารที่เหลือจะมีลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศปนกัน กล่าวคือ ร้านอาหารร้อยละ 31.11 บอกว่า ร้อยละ 1-20 ของลูกค้าของตนเป็นชาวต่างประเทศ ร้านอาหารร้อยละ 20 และร้อยละ 22.22 มีลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศ ร้อยละ 21-40 และร้อยละ 41-60 ตามลำดับ และนอกจากนี้ร้านอาหารบางแห่ง ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 2.22 ของร้านอาหารทั้งหมด บอกว่า ลูกค้าของตนเป็นชาวต่างประเทศทั้งหมด - เมื่อหันมาพิจารณาลักษณะการเดินทางมาใช้บริการของลูกค้า จะพบว่า ร้อยละ 44.44 ของร้านอาหารทั้งหมด ลูกค้ามากันตามลำพังไม่ได้มาแบบเป็นกลุ่มทัวร์ ร้อยละ 11.11 และร้อยละ 24.44 ของธุรกิจร้านอาหาร บอกว่า มีลูกค้าที่มาคนเดียวถึงร้อยละ 81-99 และร้อยละ 61-80 ตามลำดับ ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ลูกค้าที่มารับประทานอาหารส่วนใหญ่จะเป็นประเภทมากันเอง โดยลำพังไม่ได้มากับกลุ่มทัวร์

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้อยละ 44.44 ให้ความเห็นว่า ลักษณะของอาหาร รสชาติของอาหาร เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกที่ทำให้ลูกค้าเข้าร้านของตน ร้อยละ 26.67 เห็นว่าความสำคัญประการแรกคือ การตกแต่งภายในและบรรยากาศของร้าน ส่วนสิ่งดึงดูดใจรองลงมาเห็น ร้อยละ 24.44 ของธุรกิจร้านอาหารตอบว่า สถานที่ตั้งของร้านเป็นสิ่งสำคัญรองลงมาในการเลือก ร้อยละ 17.78 ตอบว่า ราคาอาหารและบริการที่ได้รับเป็นสิ่งจูงใจอันดับสอง

เมื่อพิจารณาตามสถานที่ตั้งของร้านอาหารจะพบว่า ไม่ว่าจะ เป็นที่อำเภอเมือง แม่สาย ดอยตุง หรือดอยแม่สลอง ผู้ประกอบการล้วนแล้วแต่ลงความเห็นเห็นว่า รสชาติและลักษณะของอาหารเป็นสิ่งสำคัญประการแรกดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้าร้าน มีเพียงที่สามเหลี่ยมทองคำเท่านั้นที่สิ่งจูงใจประการแรกเป็นในด้านสถานที่ตั้งทำเลของร้าน และการตกแต่งภายในหรือบรรยากาศของร้าน ซึ่งอาจจะ เป็นเพราะมีร้านอาหารให้เลือกเพียง 2 ร้านเท่านั้น และลักษณะของอาหารก็เหมือน ๆ กัน คือ บริการอาหารไทยและจีน

(5) การตลาดของธุรกิจ ธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่ จะกำหนดราคาอาหารเท่ากัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 60 ของร้านอาหารทั้งหมด ส่วนผู้ประกอบการ ร้อยละ 33.33 บอกว่าตนกำหนดราคาต่ำกว่าร้านอื่น ๆ มีเพียงร้อยละ 6.67 ที่กำหนดราคา สูงกว่าร้านอื่น ๆ แสดงว่าธุรกิจร้านอาหารในเชียงรายมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง จึงตั้งราคาให้ ใกล้เคียงกับร้านอื่น ๆ หรืออาจจะตั้งราคาให้ต่ำกว่าร้านอื่น เพื่อเป็นการจูงใจให้มีผู้มาอุดหนุน ร้านของตนเพิ่มขึ้น (ตารางที่ 10)

เมื่อมีธุรกิจมีการแข่งขันกันมาก บางร้านอาจจะมีการนำวิธีการส่งเสริม การตลาดมาใช้ ซึ่งวิธีที่มีผู้นิยมใช้กันมากคือ การโฆษณาผ่านทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ หรืออาจจะเป็น แผ่นพับ ใบปลิวต่าง ๆ เป็นต้น โดยกระทำทั้งในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และนอกฤดูกาลท่องเที่ยว นอกจากนี้อาจมีการจัดรายการพิเศษบ้าง ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว สำหรับนอกฤดูกาลท่องเที่ยวก็ อาจมีการกำหนดราคาเป็นพิเศษ มีการลดราคา เป็นต้น

(6) ความเพียงพอของธุรกิจร้านอาหาร โดยส่วนรวมแล้วผู้ประกอบการ เห็นว่า ธุรกิจร้านอาหารที่มีอยู่ในปัจจุบันมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการ กล่าวคือ ร้อยละ 13.33 ของผู้ประกอบการร้านอาหาร เห็นว่า ร้านอาหารมีเป็นจำนวนมากแล้ว ร้อยละ 33.33 เห็นว่า มีร้านอาหารค่อนข้างมาก ส่วนร้อยละ 31.11 ตอบว่า ร้านอาหารมีเพียงพอแล้ว แต่ อย่างไรก็ตาม ควรจะพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้งของร้านด้วย ซึ่งจะพบว่าแม้โดยทั่ว ๆ ไปร้าน อาหารจะมีเพียงพอแล้ว แต่ต่อขงมีผู้ประกอบการที่ให้ความเห็นว่า มีร้านอาหารน้อยไปเมื่อ เทียบกับความต้องการ (ตารางที่ 11)

(7) ปัญหาของธุรกิจ เมื่อสอบถามถึงการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ผู้ ประกอบการส่วนใหญ่จะพอใจในผลการดำเนินงาน จากการสอบถามในเรื่องนี้ปรากฏว่า ผู้ ประกอบการร้อยละ 31.11 พอใจในการขายอาหารมาก ร้อยละ 24.44 ค่อนข้างจะพอใจใน ผลการดำเนินงานของตน ส่วนอีกร้อยละ 35.56 บอกว่าพอใจ กิจกรรมดำเนินไปได้เรื่อย ๆ มี เพียงร้อยละ 8.89 ที่ไม่ค่อยจะพอใจในกิจการร้านอาหารเท่าใดนัก เมื่อพิจารณาในเรื่อง การทำกำไรของกิจการพบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 22.22 มีกำไรจากการขายอาหารอยู่ในช่วง ร้อยละ 1-10 ร้อยละ 33.33 ของผู้ประกอบการสามารถทำกำไรได้ร้อยละ 11-20 ร้อยละ 15.56 มีกำไรจากกิจการในช่วงร้อยละ 21-30 ส่วนผู้ประกอบการที่ทำกำไรได้ร้อยละ 51-60 มีจำนวนอยู่เพียงร้อยละ 2.22 เท่านั้น (ตารางที่ 12)

แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานทุกอย่างย่อมต้องพบกับปัญหาหรืออุปสรรค บ้างไม่มากนักน้อย สำหรับธุรกิจร้านอาหารนั้นร้อยละ 24.44 ของเจ้าของกิจการประสบกับปัญหา ด้านการเงินคือ เงินทุนหมุนเวียนไม่ดี สภาพคล่องต่ำ ร้อยละ 17.78 บอกว่าอุปสรรคในการค้าขาย คือ ต้องเสียภาษีให้รัฐมากเกินไป ส่วนปัญหาด้านบุคคลของร้านอาหารนั้นได้แก่ พนักงานมีไม่ เพียงพอ และพนักงานมีคุณภาพไม่ดีเท่าที่ควร ซึ่งมีผู้ประกอบการที่พบกับปัญหานี้เป็นจำนวนร้อยละ 22.22 และร้อยละ 20.00 ตามลำดับ นอกจากนี้แล้วยังมีปัญหาอื่น ๆ อีก เช่น การคมนาคม

ไม่สะดวก มีการแข่งขันกันมากในธุรกิจร้านอาหาร และปัญหาภาวะเบียดเบียนของรัฐ เป็นต้น (ตารางที่ 13)

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 48.89 ให้ความเห็นว่า จะปรับปรุงในด้านบริการ และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากขึ้น ร้อยละ 17.78 บอกว่า จะเพิ่มบริการและปรับปรุงบริการที่มีอยู่ให้ดีขึ้น ส่วนร้อยละ 4.44 ตอบว่า จะปรับปรุงในด้านรสชาติของอาหาร และประเภทของอาหารให้เลือกรับประทานได้หลาย ๆ อย่าง ที่เหลือนอกจากนั้นอีกร้อยละ 44.44 ไม่ได้ตอบว่าจะปรับปรุงกิจการของตนในด้านใด

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ธุรกิจร้านอาหารยังคงขยายตัวต่อไปอีกในอนาคต ซึ่งคิดเป็นจำนวนร้อยละ 62.22 ของผู้ตอบทั้งหมด ร้อยละ 6.67 เห็นว่าธุรกิจในด้านนี้มีการแข่งขันสูงมาก มีเพียงร้อยละ 2.22 ที่ไม่มั่นใจในอนาคตข้างหน้า ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลว่าจะเป็นไปในทิศทางใดและภาวะทางเศรษฐกิจในอนาคต ส่วนอีกร้อยละ 15.56 บอกว่า การดำเนินธุรกิจในด้านนี้จะทรงตัวไปได้เรื่อย ๆ ไม่ขยายตัวอย่างรวดเร็วหรือประสบกับภาวะซบเซาจนเกินไป (ตารางที่ 14)

#### 4.1.3 ธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก

(1) ประเภท ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ การจัดแบ่งประเภทของธุรกิจกระทำใน 2 ลักษณะคือ แบ่งตามลักษณะการดำเนินธุรกิจว่า เป็นร้านที่ทำการผลิตและจำหน่ายทั้ง 2 อย่าง หรือจำหน่ายเพียงอย่างเดียว หรือแบ่งตามประเภทของสินค้าคือแบ่งเป็นประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับกาย เครื่องประดับบ้าน และรูปภาพหรือโปสการ์ดหรือหนังสือพิมพ์ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

จำนวนธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึกที่ทำการสำรวจและสัมภาษณ์ทั้งหมด 63 แห่ง ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง 20 แห่ง อำเภอแม่สาย 12 แห่ง ที่ดอยแม่สลอง และสามเหลี่ยมทองคำจำนวน 17 แห่ง และ 14 แห่ง ตามลำดับ เมื่อพิจารณาร้านขายสินค้าที่ระลึกแยกตามประเภทของสินค้าจะพบว่า สินค้าที่ระลึกประเภทเสื้อผ้า ในเขตอำเภอเมืองร้อยละ 20 ของร้านทั้งหมด ผลิตผ้าประเภทผ้าทอมือ และร้อยละ 70 เป็นร้านจำหน่ายผ้าทอมือ ที่อำเภอแม่สาย ร้อยละ 33 เป็นร้านจำหน่ายผ้าทอมือ ส่วนที่ดอยแม่สลองและสามเหลี่ยมทองคำนั้น ร้านส่วนใหญ่ก็จำหน่ายผ้าทอมือเหมือนกัน คิดเป็นร้อยละ 47.06 และร้อยละ 71.43 ตามลำดับ (ตารางที่ 15) ส่วนสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับกายจะพบว่า ร้านส่วนใหญ่จะขายเครื่องประดับที่ทำด้วยโลหะไม่ว่าจะเป็นสถานที่แห่งใดในเชียงราย รองลงมาจะเป็นเครื่องประดับกายประเภทอัญมณีต่าง ๆ (ตารางที่ 16) ในด้านของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับบ้านร้านที่เป็นผู้ผลิตจะมีจำนวนน้อย แต่ร้านที่ทำการจำหน่ายจะมีหลายแห่ง ส่วนสินค้าที่ขายก็มีหลายแบบ มีทั้งทำจาก

โลหะ ทำจากไม้หรืออาจจะเป็นผ้า และยังมีเครื่องประดับประเภทเครื่องเงินต่าง ๆ อีกด้วย (ตารางที่ 17) สินค้าที่ระลึกอีกประเภทหนึ่งนอกเหนือจากที่กล่าวมาคือ พวงรูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือต่าง ๆ ร้านที่ทำการผลิตสินค้าประเภทนี้มีเฉพาะร้านในอำเภอเมืองเท่านั้น นอกจากนั้น เป็นร้านที่จำหน่ายเพียงอย่างเดียวดังแสดงในตารางที่ 18

เมื่อหันมาพิจารณาในด้านขนาดของร้านพบว่า ส่วนใหญ่ร้านของสินค้าที่ระลึก จะมีขนาด C หรือ 1 คูหา ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 45 แห่ง ขนาด B จำนวน 17 แห่งและขนาด A หรือมากกว่า 2 คูหา มีจำนวนเพียงแห่งเดียว ส่วนในเรื่องรูปแบบของบริการที่ร้านสินค้าที่ระลึก มีไว้บริการลูกค้านั้น ร้านขนาด A จะมีบริการบัตรเครดิต บริการรับสั่งซื้อสินค้าพิเศษ และบริการที่จอดรถ ส่วนร้านขนาด B และ C มักจะไม่ค่อยมีที่จอดรถไว้บริการ ร้านขนาด B มีบริการรับสั่งซื้อพิเศษร้อยละ 52.94 ร้านขนาด C ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีบริการให้แก่ลูกค้าหรือไม่ได้ระบุ จึงคิดเป็นร้อยละ 55.56

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่แล้วร้านค้าเหล่านี้ดำเนินธุรกิจเมื่อไม่นานมานี้เอง กล่าวคือ ร้อยละ 60.32 ของร้านขายของที่ระลึกทั้งหมดเปิดกิจการมาได้ไม่เกิน 3 ปี ธุรกิจขนาด A เริ่มเริ่มกิจการได้ 2 ปี ในขณะที่ร้อยละ 47.06 ของธุรกิจขนาด B ดำเนินงานมาไม่เกิน 1 ปี (ตารางที่ 19)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 12.82 ของร้านขายสินค้าที่ระลึก บอกว่ามีลูกค้าเป็นชาวไทยร้อยละ 1-10 ร้านค้าร้อยละ 30.77 บอกว่ามีลูกค้าคนไทยประมาณ ร้อยละ 11-20 ส่วนอีกร้อยละ 23.08 มีลูกค้าเป็นคนไทยร้อยละ 21-30 (ตารางที่ 20) เมื่อเปรียบเทียบกับลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศแล้ว ร้านค้าร้อยละ 69.23 ตอบว่ามีลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศมากกว่าร้อยละ 61 ขึ้นไป จึงอาจกล่าวได้ว่า ส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างประเทศ ที่นิยมซื้อสินค้าที่ระลึก

ในด้านระดับรายได้ของลูกค้าที่ร้อยละ 30.77 ของร้านขายสินค้าที่ระลึกบอกว่า กลุ่มลูกค้าของตนเป็นผู้มีรายได้สูงร้อยละ 11-30 ร้านค้าร้อยละ 28.21 บอกว่าไม่มีลูกค้าที่มีรายได้สูง ที่เหลือนอกจากนี้ก็เป็นร้านที่บอกว่ามีลูกค้าที่มีระดับรายได้สูงในจำนวนต่าง ๆ กัน ส่วนรายได้ระดับปานกลาง ร้อยละ 46.15 ของร้านค้าบอกว่า มีลูกค้าที่มีรายได้ปานกลางร้อยละ 51-100 และเมื่อพิจารณารายได้ระดับต่ำจะพบว่า ร้อยละ 46.15 ของร้านมีลูกค้ารายได้ระดับต่ำร้อยละ 1-20 ร้านค้าจำนวนร้อยละ 46.15 บอกว่าไม่มีลูกค้าที่มีรายได้ระดับต่ำ

เมื่อหันมาดูในเรื่องอายุของลูกค้าจะพบว่า ลูกค้าจะมีอายุกระจายกันออกไป ไม่มีกลุ่มอายุใดที่มาซื้อสินค้ามากเป็นพิเศษ ในด้านเพศของลูกค้าก็พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงนิยมมาซื้อสินค้าในจำนวนใกล้เคียงกัน ลักษณะของการมาซื้อสินค้านั้นมีทั้งมากันเอง โดยลำพัง กับเดินทางมากับกลุ่มทัวร์ ซึ่งมีจำนวนพอ ๆ กัน

(4) ลักษณะการขายสินค้า ธุรกิจร้านสินค้าของที่ระลึกส่วนใหญ่จะขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง ซึ่งคิดเป็นจำนวนร้อยละ 74.36 ที่ขายโดยตรงถึงร้อยละ 91-100 นอกจากนั้นก็เป็นการขายผ่านคนกลาง โดยที่ร้อยละ 60 ของคนกลางจะเป็นพวกโกดัง ร้อยละ 20 จะเป็นพวกผู้ค้าปลีก ส่วนอีกร้อยละ 10 จะเป็นบริษัททัวร์

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ร้านขายสินค้าที่ระลึกโดยทั่วไปจะมีสินค้าหลาย ๆ ประเภทบนกัน แต่จากการสำรวจสินค้าที่ทำการรายได้ให้กับผู้ประกอบการอันดับแรกคือสินค้าประเภทเครื่องประดับกาย รองลงมาได้แก่ เสื้อผ้า และเครื่องประดับบ้านตามลำดับ

(6) การตลาดของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจประเภทนี้ส่วนใหญ่จะไม่มี การส่งเสริมการตลาด ไม่ว่าจะเป็นในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว หรือช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวก็ตาม แต่ก็มีบ้างที่ทำการส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา จัดรายการพิเศษหรือตกแต่งร้านใหม่ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน ในเรื่องการตั้งราคาสินค้า ร้อยละ 79.49 กำหนดราคาสินค้าของตน เท่า ๆ กับร้านอื่น ๆ มีเพียงร้อยละ 20.51 ที่กำหนดราคาต่ำกว่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจในด้านนี้มีการแข่งขันกันสูง จึงต้องตั้งราคาให้เหมือนกับร้านอื่น หรือต้องลดราคาลงมาเพื่อดึงดูดลูกค้า

(7) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้อยละ 46.15 ตอบว่า ธุรกิจด้านนี้มีจำนวนค่อนข้างมากแล้ว ในขณะที่ร้อยละ 35.90 ตอบว่ามีจำนวนร้านค้าอยู่พอสมควร ส่วนอีกร้อยละ 15.38 ตอบว่า ร้านที่มีอยู่ในปัจจุบันยังมีน้อยเกินไปไม่เพียงพอกับความต้องการ

(8) ปัญหาของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการจะมีความพอใจในการดำเนินงานของตน มีเพียงร้อยละ 2.56 ที่ไม่ค่อยพอใจในธุรกิจที่ตนทำอยู่ และมีผู้ที่ไม่ระบุร้อยละ 10.26 ผลกำไรที่ได้รับนั้นผู้ประกอบการร้อยละ 38.46 สามารถทำกำไรได้ร้อยละ 16-20 ผู้ประกอบการร้อยละ 17.95 มีกำไรสูงกว่าร้อยละ 35 ขึ้นไป (ตารางที่ 21) สำหรับในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานนั้น ร้อยละ 56.41 ของร้านขายสินค้าที่ระลึก บอกว่าไม่มีปัญหาในการดำเนินงาน ส่วนร้านที่มีปัญหานั้นร้อยละ 15.38 บอกว่า มีปัญหาด้านขาดแคลนวัตถุดิบ ร้อยละ 12.82 มีปัญหาในเรื่องเงินทุนหมุนเวียนต่ำ นอกจากนั้นก็ยังมีปัญหาในด้านอื่น ๆ เช่น ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ตลาดมีการแข่งขันสูง เป็นต้น (ตารางที่ 22)

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ผู้ประกอบการร้อยละ 25.64 ให้ความเห็นว่า จะหาสินค้าใหม่ ๆ มาเสนอขาย ร้อยละ 20.51 บอกว่าจะพยายามปรับปรุงสถานที่ให้เป็นที่น่าสนใจมากขึ้น ร้อยละ 10.26 บอกว่าจะปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น นอกจากนี้ร้อยละ 43.59 ไม่ได้ให้ความเห็นอะไร

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้อยละ 46.72 ให้ความเห็นว่า ในอนาคตธุรกิจสินค้าของที่ระลึกจะขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20.51 เห็นว่าคงที่อยู่ในระดับที่เป็นอยู่นี้ ร้อยละ 5.13 เห็นว่า ธุรกิจนี้ยังไม่แน่นอนหรืออาจจะแปลงด้วยซ้ำไป ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 20.51 ตอบว่าไม่ทราบว่าจะเป็นอย่างไร (ตารางที่ 23)



#### 4.1.4 ธุรกิจนำเที่ยว

(1) ประเภท-ขนาด และบริการที่มีในธุรกิจ จากการสำรวจธุรกิจ นำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย 16 แห่ง พบว่าร้อยละ 87.50 เป็นธุรกิจที่จัดนำเที่ยวภายในประเทศ ร้อยละ 6.25 เป็นธุรกิจจัดนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 6.25 เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นนายหน้าหานักท่องเที่ยวให้บริษัทจัดนำเที่ยวอีกต่อหนึ่ง (ตารางที่ 24) บริการที่ธุรกิจจัดนำเที่ยวมีให้ลูกค้านั้นร้อยละ 56.25 มีบริการให้เช่ารถเพื่อขับเที่ยว ร้อยละ 50.00 ของธุรกิจนำเที่ยวมีบริการจองห้องพัก ร้อยละ 18.75 มีบริการตั๋วเครื่องบินทั้งทางรถและทางอากาศ และนอกจากนี้บางบริษัทอาจมีบริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอีกด้วย

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจจัดนำเที่ยวเกินกว่าครึ่งหนึ่งที่เพิ่งเริ่มดำเนินการเมื่อ 2 ปีนี้เอง ซึ่งร้อยละ 43.75 เปิดกิจการได้ไม่เกิน 1 ปี ร้อยละ 12.50 ดำเนินกิจการได้ 2 ปี ส่วนที่ดำเนินธุรกิจมานานมากกว่า 10 ปี มีเพียงแห่งเดียว เท่านั้น (ตารางที่ 25)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้อยละ 63.63 มีลูกค้าเป็นกลุ่มผู้มียรายได้สูงอยู่ประมาณร้อยละ 1-40 เป็นกลุ่มผู้มียรายได้ปานกลางประมาณร้อยละ 41-80 นอกจากนี้ก็มีผู้มียรายได้น้อยอยู่บ้าง ในด้านอายุของผู้ใช้บริการจัดนำเที่ยว ปรากฏว่า ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี

(4) การตลาดของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจในด้านนี้ร้อยละ 90.91 กำหนดอัตราค่าบริการในราคาเดียวกัน มีเพียงร้อยละ 9.09 ที่ตั้งราคาค่าบริการต่ำกว่าอื่น ซึ่งอาจจะทำให้เป็นสิ่งจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการของตน (ตารางที่ 26) ส่วนผลกำไรที่ได้รับนั้นธุรกิจจัดนำเที่ยวร้อยละ 45.45 ไม่ได้ตอบคำถามนี้ ส่วนผู้ที่ตอบนั้น ร้อยละ 18.18 มีกำไรร้อยละ 1-20 และร้อยละ 18.18 เท่ากัน มีกำไรในช่วงร้อยละ 21-40 (ตารางที่ 27)

ในด้านวิธีการจัดหาลูกค้า ธุรกิจจัดนำเที่ยวทุกแห่งจะมีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง และบางแห่งจะมีการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศและบริษัทนำเที่ยวจากต่างประเทศ นอกจากนี้ก็มีบางแห่งที่ได้รับลูกค้าโดยทางสำนักงานใหญ่จัดส่งมาให้ (ตารางที่ 28)

(5) ความเพียงพอของธุรกิจจัดนำเที่ยว ผู้ประกอบการในธุรกิจด้านนี้เห็นว่าบริการนำเที่ยวที่มีอยู่ในขณะนี้มีความเพียงพอแล้ว ซึ่งผู้ประกอบการร้อยละ 27.27 เห็นว่าธุรกิจในด้านนี้มีมากแล้ว ส่วนร้อยละ 9.09 เห็นว่ามีมากเกินไปด้วยซ้ำ (ตารางที่ 29) แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็พอใจในผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

(6) ปัญหาของธุรกิจ ผู้ประกอบการเกือบทั้งหมดเห็นว่า ในปัจจุบันมีการแข่งขันในด้านการตลาดมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันด้านราคา ซึ่งจะเห็นได้ว่าบริษัทต่าง ๆ ได้พยายามกำหนดราคาให้เท่ากับของบริษัทอื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างในความรู้สึกของ

ลูกค้านอกจากนี้ก็มีปัญหาในด้านการเงินคือ ขาดเงินทุนหมุนเวียนบ้าง ในบางเวลาที่นักท่องเที่ยวน้อย

(7) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ เพื่อให้กิจการเจริญก้าวหน้าผู้ประกอบการบางรายก็คิดที่จะปรับปรุงกิจการของตน โดยบางรายก็จะเพิ่มรถตู้ที่จะบริการลูกค้า บางรายจะขยายเนื้อที่ของพื้นที่ให้กว้างขวางขึ้น และอาจจะมีร้านขายอาหารด้วยนอกจากนี้ก็จะมีการตกแต่งบริษัทใหม่ แต่ก็มีบางรายที่ยังไม่คิดจะปรับปรุงอะไรในตอนนี้

(8) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้อยละ 72.72 เห็นว่า ธุรกิจในด้านนี้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากว่ามีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น บางรายเห็นว่า จะมีการแข่งขันในด้านราคาต่อไป นอกจากนี้บางรายคิดว่า ต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจด้วย

#### 4.1.5 ธุรกิจขนส่ง

(1) ประเภท-ขนาดและที่ตั้งของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจขนส่งที่สำรวจพบเกือบทั้งหมดจะอยู่ในเขตอำเภอเมือง ซึ่งมีอยู่ 4 แห่ง ส่วนอีกแห่งหนึ่งอยู่ที่แม่สลอง การประกอบธุรกิจมักจะมียานพาหนะเป็นของตนเอง แต่บางรายก็เป็นเจ้าของพาหนะร่วมกับผู้อื่น ธุรกิจขนส่ง 3 แห่ง มีรถแท็กซี่และรถตู้ให้บริการลูกค้า ธุรกิจขนส่งที่มีเพียงรถมอเตอร์ไซด์ให้บริการมีเพียงรายเดียว ส่วนธุรกิจขนส่งอีกทั้งรายนั้น เป็นการขนส่งทางน้ำโดยมีเรือหางยาวคอยบริการลูกค้า

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจขนส่งที่มีรถแท็กซี่และรถตู้ 2 ราย เปิดดำเนินกิจการมาแล้ว 3 ปี อีกรายหนึ่งทำธุรกิจได้ 4 ปีแล้ว ธุรกิจที่มีรถมอเตอร์ไซด์ให้บริการมีเพียงรายเดียว ส่วนธุรกิจขนส่งทางน้ำนั้นได้ดำเนินกิจการมานานแล้วคือ 18 ปี ซึ่งเมื่อก่อนการเดินทางไปจังหวัดเชียงรายสามารถล่องเรือไปตามแม่น้ำกก ซึ่งเป็นที่นิยมมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

(3) ลักษณะของลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการรถแท็กซี่และรถตู้จะเป็นชาวไทยและชาวตะวันตก (พวกฝรั่งยุโรป และอเมริกา) ส่วนรถมอเตอร์ไซด์จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 10 ที่ใช้บริการ นอกจากนั้นเป็นชาวต่างประเทศ ในด้านบริการเรือหางยาวลูกค้าเกือบทั้งหมดคือ ประมาณร้อยละ 97 จะเป็นชาวต่างประเทศโดยเฉพาะแถบประเทศทางตะวันตก

(4) อัตราค่าบริการ ธุรกิจประเภทนี้จะคิดอัตราค่าบริการเป็นรายวัน ถ้าเป็นประเภทการคมนาคมทางบก โดยปกติค่าเช่ารถแท็กซี่หรือรถตู้ประมาณวันละ 600-1,000 บาท รถมอเตอร์ไซด์วันละ 150-200 บาท และจะมีบริการหมวกกันน็อคให้ด้วย ส่วนการคมนาคมทางน้ำจากท่าตอนไปจังหวัดเชียงรายจะมีบริการเรือหางยาวโดยเสียค่าบริการคนละ 160 บาท

(5) การตลาดของธุรกิจ เนื่องจากจำนวนธุรกิจที่สำรวจได้ มีจำนวนน้อย จึงมองในด้านการแข่งขันได้ไม่ชัดเจน การแข่งขันก็มีได้เพียงธุรกิจขนส่งที่บริการด้วยรถแท็กซี่

และรอดู ซึ่งการกำหนดราคาก็จะพอ ๆ กัน เรือทางยาวก็เป็นการทำธุรกิจแบบร่วมกันทำให้สามารถกำหนดราคาไว้ได้แน่นอน

ในด้านวิธีที่จะติดต่อกับลูกค้า ก็มีทั้งผ่านตัวกลางและติดต่อเองโดยตรง ถ้าติดต่อเองโดยตรง ถ้าติดต่อผ่านตัวกลาง เช่น บริษัททัวร์ต่าง ๆ โกดหรือโรงแรม ก็จะมีผลตอบแทนแก่ตัวกลางนั้น ๆ ในรูปของค่าคอมมิชชั่นประมาณร้อยละ 10 การส่งเสริมด้านการตลาด จะทำทั้งในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยการติดต่อผ่านตัวกลาง จัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ตลอดจนการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

(6) ความเพียงพอในด้านบริการขนส่ง ผู้ประกอบการ 3 ราย เห็นว่ามีภาระเพียงพอกับการให้บริการแล้ว ส่วนอีกรายหนึ่งเห็นว่าน่าจะพออยู่แล้ว นอกจากนี้อีก 1 รายไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องนี้ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการทุกรายก็พอใจในผลการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา

(7) ปัญหาของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนส่ง ผู้ประกอบการได้ให้ความคิดเห็นว่าการดำเนินธุรกิจก็มีปัญหาเกิดขึ้นบ้าง เช่น ปัญหาทางด้านการตลาด และปัญหาการคมนาคมยังไม่สะดวกเท่าที่ควร เป็นต้น

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ผู้ประกอบการต่าง ๆ ได้สนใจที่จะปรับปรุงธุรกิจของตนให้ดีขึ้น โดยเห็นว่าจะปรับปรุงในด้านสถานที่ และปรับปรุงในด้านบริการต่าง ๆ ให้ดีขึ้น

(9) แนวโน้มธุรกิจขนส่ง ผู้ประกอบการเห็นว่าธุรกิจในด้านนี้จะขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากในอนาคตจำนวนผู้ใช้บริการจะขยายตัว

#### 4.1.6 ธุรกิจสันตนาการ

(1) ประเภท-ขนาดและที่ตั้งของธุรกิจ จากการสำรวจและสามารถสอบถามได้ พบว่า ธุรกิจสันตนาการจะมีอยู่ในเขตอำเภอเมืองเท่านั้น มีเพียงแห่งเดียวที่เป็นธุรกิจขนาด A อีก 3 แห่งเป็นธุรกิจขนาด B ส่วนประเภทในการดำเนินธุรกิจก็แตกต่างกันออกไปในแต่ละรายคือ มีธุรกิจประเภทอาบอบนวด นั่งฟังเพลง สนุกเกอร์ และนวดแบบโบราณ

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจสันตนาการเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่ในบางประเภท เช่น อาบอบนวด มิวสิค เลาจน์ และนวดแบบโบราณ ซึ่งเพิ่งเริ่มเปิดดำเนินการได้ไม่เกิน 1 ปี ส่วนสนุกเกอร์คลับนั้นเป็นธุรกิจที่มีมานานแล้ว โดยเปิดกิจการมาได้ 41 ปี แล้ว

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นคนไทยมากกว่า กล่าวคือ ธุรกิจสนุกเกอร์ ร้อยละ 98 เป็นคนไทย ธุรกิจมิวสิคเลาจน์ อาบอบนวดและนวดแบบโบราณจะเป็นลูกค้าคนไทยร้อยละ 70, ร้อยละ 50 และร้อยละ 40 ตามลำดับ ลูกค้าเหล่านี้

ส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายมากกว่าหญิง มักจะมีอายุระหว่าง 31-40 ปี และเป็นกลุ่มที่มีรายได้ในระดับปานกลาง ซึ่งลูกค้าทั้งหมดจะเป็นประเภทเดินทางมาคนเดียว ไม่ได้มากับกลุ่มทัวร์

(4) การตลาดของธุรกิจ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจสันตนาการก็ทำอยู่บ้าง เช่น มีของสมนาคุณพิเศษให้ และมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับตัวแทน เป็นต้น ธุรกิจสันตนาการที่มีอยู่ในเชียงรายมีหลายประเภทแตกต่างกันไป และมีจำนวนน้อยรายจึงทำให้ไม่ค่อยมีการแข่งขันกันนัก ธุรกิจส่วนใหญ่ก็พอใจในการดำเนินงานที่ผ่านมา

(5) ปัญหาของธุรกิจ ปัญหาที่ผู้ประกอบการประสบในการทำธุรกิจนั้นคือปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีคุณภาพ

(6) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้ ผู้ประกอบการมุ่งที่จะปรับปรุงในด้านสถานที่เป็นอันดับแรก แต่บางรายก็ยังไม่คิดจะปรับปรุงกิจการ

#### 4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อมวลชน

4.2.1 จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 35 แห่ง แต่แหล่งท่องเที่ยวที่เด่นชัดสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปคือ พระธาตุดอยตุง แม่ฟ้าหลวง สามเหลี่ยมทองคำ แม่สาย เชียงแสน ดอยแม่สลอง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะสนใจที่จะมาชมวิถีชีวิตชาวเขาที่สามเหลี่ยมทองคำ และล่องแม่น้ำกก

นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงรายมากที่สุด ในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน และเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน เนื่องจากเป็นช่วงปิดภาคเรียน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมากในช่วงเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส จะมาเชียงรายมากที่สุด รองลงไปได้แก่ อิตาลี และเยอรมัน

4.2.2 ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ได้มีการปล่อยสินเชื่อเพื่อการลงทุนในธุรกิจด้านนี้มาก เช่น มีการปล่อยสินเชื่อด้านการสร้างเกสต์เฮ้าส์ สร้างโรงแรมใหม่ ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์ต่างก็พยายามเปิดสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพื่อบริการแลกเปลี่ยนเงินให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปเที่ยวอีกด้วย

เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ก็มีการลงทุนโครงการใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การสร้างโรงแรม ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกเพิ่มขึ้น จากการสำรวจของหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่ง พบว่า มีโรงแรมที่กำลังอยู่ในระหว่างการก่อสร้างถึง

7 แห่ง โดยจะทยอยเปิดในปลาย พ.ศ. 2532 และต้น พ.ศ. 2533 ถึงกว่า 1,000 ห้อง เริ่มจากโรงแรมริมกกริสอร์ท ในเดือนธันวาคม 2532 จะเปิดบริการ 150 ห้อง พร้อมคอฟฟี่ช็อป และห้องจัดเลี้ยง และประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ 2533 จะเปิดให้ครบ 350 ห้อง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ส่วนโรงแรมลิตเติ้ลดีค เชียงรายนั้น เริ่มเปิดบริการก่อน 350 ห้อง ในเดือนธันวาคม 2532 ส่วนอีก 250 ห้อง พร้อมแหล่งบันเทิงและสิ่งอำนวยความสะดวก จะเปิดบริการในเดือนมกราคม 2533 สำหรับโรงแรมดุสิตไฮล์แลนด์ริสอร์ท เชียงราย จะเปิดบริการทั้งโครงการในเดือนกุมภาพันธ์ 2533 โดยมีจำนวนห้องพัก 286 ห้อง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ยังมีโครงการโรงแรมบ้านโบราณ ที่สามเหลี่ยมทองคำ ซึ่งมีจำนวนห้องพัก 110 ห้อง จะเปิดบริการเดือนกุมภาพันธ์ 2533 และโรงแรมแสนภู จำนวนห้องพัก 104 ห้อง จะเปิดบริการในเดือนมกราคม 2533 ซึ่งจะเน้นลูกค้ากลุ่มทัวร์จากยุโรปและญี่ปุ่น

4.2.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่ง ในปัจจุบัน ในการประชุมคณะรัฐมนตรีส่วนภูมิภาคที่จังหวัดเชียงใหม่เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2532 ที่ผ่านมา นอกจากการพิจารณาถึงภาพรวมของการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของภาคเหนือแล้ว จังหวัดเชียงรายดูเหมือนจะได้รับความสนใจเป็นพิเศษในการเร่งรัดพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ล้าสมัยอีกแห่งหนึ่งของภาคเหนือ เพื่อเป็นไปตามความพยายามที่จะทำให้ 3 จังหวัด ภาคเหนือคือ เชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอนเป็นศูนย์กลางรวมของการท่องเที่ยวภาคเหนือ รวมถึงความพยายามที่จะพัฒนาในจุดดังกล่าวเป็นประตูเปิดไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้นในการประชุมคณะรัฐมนตรีครั้งนี้ จึงได้มีการพิจารณาถึงการพัฒนาด้านต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงรายกันเป็นพิเศษ

ในด้านการคมนาคม กระทรวงคมนาคมได้ดำเนินการ ดังนี้

1. กรมการบินพาณิชย์ได้จัดซื้อที่ดินบางส่วนเพื่อปรับปรุงสนามบินเชียงราย และได้ออกประกาศพระราชกฤษฎีกากำหนดเขตที่ดินในบริเวณที่จะเวนคืนไปแล้ว รวมทั้งได้แต่งตั้งคณะกรรมการกำหนดราคาเบื้องต้นและจำนวนเงินค่าทดแทนเพื่อดำเนินการจัดหาที่ดินให้สำเร็จโดยด่วน

สำหรับการปรับปรุงสนามบินเชียงราย กรมการบินพาณิชย์ได้ดำเนินการใน 2 แนวทางคือ

1.1 ทำการปรับปรุงสนามบินพาณิชย์เชียงรายแห่งเดิมให้มีขีดความสามารถรับผู้โดยสารได้มากขึ้น คาดว่าจะสามารถรองรับผู้โดยสารได้ไม่ต่ำกว่า 200 คนโดยจะทำการขยายอาคารท่าอากาศยานเดิมให้กว้างขวางพร้อมทั้งปรับปรุงลานจอดรถ ให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น ซึ่งงบประมาณการปรับปรุงประมาณ 1-2 ล้านบาท

1.2 ทำการสร้างสนามบินพาณิชย์เชียงรายแห่งที่ 2 ขึ้นอยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 6 กิโลเมตร อยู่ในเส้นทางไปแม่สาย ขนาดสนามบิน 1 x 5 ตารางกิโลเมตร ใช้งบประมาณการก่อสร้างประมาณ 350 ล้านบาท จะดำเนินการระหว่างปีงบประมาณ 2533-2535

2. กรมทางหลวง ได้จัดทำแผนการซ่อมบำรุงไว้เป็นกรณีเร่งด่วน สำหรับทางสายบ้านห้วยไคร้-บ้านพระธาตุคุดขุดจุง รวมทางแยกเข้าตำหนักคุดขุดจุงจนถึงเดือนมกราคม 2532 ได้ก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 25.6 ของงาน

3. บริษัทการบินไทย จำกัด ได้เช่าเครื่องบินจากประเทศอังกฤษ แบบ BAE 146-300 ความจุ 110 ที่นั่ง จำนวน 2 เครื่อง เข้ามาเสริมในเส้นทางสายหลักและเส้นทางสายรองแล้ว และบริษัทฯ ได้วางแผนทำการบินตรงไป-กลับ กรุงเทพฯ-เชียงราย เพิ่มขึ้นสัปดาห์ละ 4 เที่ยวบิน จากเดิมกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ (แอร์บัส) สัปดาห์ละ 49 เที่ยวบิน และเชียงใหม่-เชียงราย (ฮอร์ท) สัปดาห์ละ 19 เที่ยวบิน และหลังจากที่มีการปรับปรุงสนามบินเชียงรายเพื่อรองรับเครื่องบินแบบลำตัวกว้างเรียบร้อยแล้ว บริษัทฯจะพิจารณาใช้เครื่องบินแบบแอร์บัสหรือ B 737-400 แทน BAE 146-300 และพร้อมที่จะเพิ่มจำนวนเที่ยวของเที่ยวบินให้เพียงพอกับความต้องการ

นอกจากนี้แล้ว คณะรัฐมนตรียังรับทราบรายงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ปีงบประมาณ 2533-2535 สนามบินพาณิชย์เชียงรายแห่งที่ 2 ก็จะสร้างเสร็จ ซึ่งสนามบินนี้จะรับเครื่องบินโบอิ้งได้ ทำให้ผู้โดยสารและนักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายยิ่งขึ้น และในเดือนพฤษภาคม 2532 เป็นต้นไป จะมีบริการสายการบินภายในประเทศ ระหว่างกรุงเทพฯ-เชียงราย โดยมีทั้งเที่ยวบินโดยตรงจากกรุงเทพฯไปเชียงราย และเที่ยวบินที่แวะผ่านเชียงใหม่ รวมทั้งหมดจะมีบริการเที่ยวบินไม่ต่ำกว่า 20 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

2. เส้นทางขึ้นดอยตุง คือ ทางหลวงหมายเลข 1149 ซึ่งมีสภาพชำรุดมากจนกระทรวงคมนาคมได้มีการปรับปรุงถนนทางขึ้นดอยตุง โดยใช้แนวถนนเส้นใหม่ เพราะแนวถนนเก่ามีสภาพสูงชันมาก ความยาวถนนที่จะปรับปรุงใหม่มีระยะทาง 24 กิโลเมตร เป็นถนนลาดยางกว้าง 4.5 เมตร ไหล่ทางกว้างข้างละ 1.75 เมตร ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 167.4 ล้านบาท ระยะเวลาดำเนินโครงการอยู่ในช่วงปีงบประมาณ 2531-2533 ปัจจุบันมีความคืบหน้าของการดำเนินโครงการล่าช้ากว่าที่กำหนดไว้ เนื่องจากประสบปัญหาจากการพังทลายของดินเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม หน่วยงานที่รับผิดชอบได้เร่งดำเนินการแก้ไขปัญหานี้แล้ว

3. จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่มากแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวล่องแม่น้ำกก เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างประเทศและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีจุดเด่นของการท่องเที่ยวล่องน้ำกกก็คือ สภาพธรรมชาติเกาะแก่งในแม่น้ำ และสภาพริมฝั่งแม่น้ำซึ่งประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ เช่น หมู่บ้านชาวเขา แหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เชิงริมฝั่งน้ำ เช่น บ่อน้ำพุร้อน

ถ้า เป็นต้น จึงจำเป็นที่จะต้องรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมสองฝั่งแม่น้ำกกให้คงความงามตามสภาพธรรมชาติให้ยืนนานตลอดไป แนวทางประการหนึ่งในการดำเนินการเรื่องนี้ ก็คือ การเร่งเว้นการอนุญาตจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมบริเวณริมฝั่งแม่น้ำกกโดยเด็ดขาด

## 5. สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

### 5.1 จากการประมาณการ

5.1.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคตมีความสำคัญต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ในปัจจุบันได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งทำให้การประมาณการทำได้สะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรม ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางที่ไปพักแรมและอยู่ในท้องถิ่นซึ่งไม่ใช่แหล่งที่อยู่ของตนไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เชื่อม ขียนญาติมิตร ติดต่อธุรกิจหรือติดต่อราชการ

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ใช้ข้อมูลระหว่าง พ.ศ. 2521-2531 มาใช้ในการวิเคราะห์โดยวิธีวิเคราะห์แบบแนวโน้มตามกาลเวลา (Time Trend) เพื่อหาอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยจะมีจำนวน 5.7 ล้านคน ในพ.ศ. 2534 และเพิ่มเป็น 8.8 ล้านคน ในพ.ศ. 2539 (ตารางที่ 5.1) โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9 ต่อปี

ตารางที่ 5.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย  
หน่วย : ล้านคน

พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว
2532	4.8
2533	5.2
2534	5.7
2535	6.2
2536	6.8
2537	7.4
2538	8.1
2539	8.8

หมายเหตุ : <sup>1</sup> จากการประมาณการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดต่าง ๆ นั้น จะประมาณการโดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไปพักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดต่าง ๆ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 โดยสมมติให้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแยกตามจังหวัดคงที่ ซึ่งใน พ.ศ. 2530 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดเชียงราย เท่ากับร้อยละ 3.44 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

2) นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แต่ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มีข้อหลังไม่มากนัก จึงยังไม่สามารถนำมาประมาณการโดยตรงได้ การศึกษาครั้งนี้จึงได้ตั้งสมมติฐานว่า รายได้จากสาขาบริการของผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น (GPP) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละจังหวัด ซึ่งจากข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น พ.ศ. 2525-2530 พบว่ารายได้จากสาขาบริการโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 7.7 ต่อปี

ผลจากการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดเชียงราย ปรากฏว่า ในพ.ศ. 2534 และพ.ศ. 2539 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวเป็นจำนวน 383,976 คน และ 568,727 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.2



ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดเชียงราย

หน่วย : คน

พ.ศ.	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2532	163,504	165,120	328,624
2533	175,276	178,880	354,156
2534	187,896	196,080	383,976
2535	201,425	213,280	414,705
2536	215,928	233,920	449,848
2537	231,475	254,560	486,035
2538	248,141	278,640	526,781
2539	266,007	302,720	568,727

ที่มา : จากการคำนวณ

5.1.2 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวต้องการ  
ในอนาคต ได้ทำการประมาณการในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
ฉบับที่ 7 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการในปีต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลประกอบที่จำเป็นต่อการ  
คำนวณมีดังนี้

1) จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักในสถานพักแรม จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยว  
โดยเฉลี่ยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งที่ผ่านมาช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีระยะเวลา 6 เดือน  
และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยว  
เฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนเท่ากับร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งปี

2) จำนวนผู้เข้าพักเฉลี่ยต่อห้อง จากการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า จา  
นวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ย/ต่อห้องเท่ากับ 1.6 ในทุกจังหวัด

3) ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย กำหนดให้มีค่าคงที่โดยเท่ากับระยะเวลาพำนัก  
เฉลี่ยของข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในพ.ศ 2530

4) จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณ ในการศึกษาครั้งนี้คิดจำนวนนักท่องเที่ยว  
เป็นรายเดือน ดังนั้นจำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณเท่ากับ 30 วัน

5) อัตราการเข้าพักเฉลี่ย กำหนดให้อัตราการเข้าพักที่เหมาะสมเท่ากับ  
ร้อยละ 75 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามกลุ่มที่พัก จะใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้าพักแรมในจังหวัด โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม พ.ศ. 2530 (ตารางที่ 5.3) ในการคำนวณและสมมติว่าสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวนี้คงที่ ผลปรากฏว่า ในพ.ศ. 2534 จะมีนักท่องเที่ยวเข้าพักแรมในกลุ่มที่ 3 (ราคาห้องพักเที่ยวตั้งแต่ 401-700 บาท) จำนวน 148,000 คน กลุ่ม 5 (ราคาห้องพักเที่ยวตั้งแต่ 200 บาทลงมา) 150,000 คน และเกสต์เฮาส์ 86,000 คน ใน พ.ศ. 2539 นักท่องเที่ยวจะเข้าพักแรมในกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ 5 และเกสต์เฮาส์ เป็นจำนวน 219,000 คน 222,000 คน และ 127,000 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.3 แสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและระยะเวลาพำนักเฉลี่ย พ.ศ. 2530

กลุ่มที่พักแรม	สัดส่วนนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)	ระยะเวลาพำนัก เฉลี่ย(วัน)
กลุ่มที่ 3 ราคาห้องพักเที่ยวตั้งแต่ 401- 700 บาท	38.50	1.67
กลุ่มที่ 5 ราคาห้องพักเที่ยวตั้งแต่ 200 บาทลงมา	39.10	1.80
เกสต์เฮาส์	22.40	1.84
รวม	100.00	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 5.4 จำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในแต่ละกลุ่ม

หน่วย : ล้านคน

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
กลุ่ม 3	.127	.136	.145	.160	.173	.187	.203	.219
กลุ่ม 5	.128	.138	.150	.162	.176	.190	.206	.222
เกสต์เฮาส์	.073	.079	.056	.093	.101	.109	.118	.127

ที่มา: จากการคำนวณ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาประมาณจำนวนห้องพักแรมที่ต้องการในแต่ละปี โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

$$R_i = \frac{T_i \times L}{N \times O \times 30}$$

โดยที่  $R_i$  = จำนวนความต้องการห้องพักในปีที่จะคำนวณ  
 $T_i$  = จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด  
 $L$  = ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว  
 $N$  = จำนวนคนเฉลี่ยต่อห้อง  
 $O$  = อัตราการเข้าพักเฉลี่ย

จำนวนห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการจำแนกตามกลุ่มที่พักแรม ดังแสดงในตารางที่ 5.5 ซึ่งจะพบว่าใน พ.ศ. 2534 จำนวนความต้องการห้องพักทั้งสิ้นเท่ากับ 1,877 ห้อง จำแนกเป็นกลุ่ม 3 จำนวน 686 ห้อง กลุ่ม 5 จำนวน 751 ห้อง และเกสต์เฮาส์จำนวน 440 ห้อง และใน พ.ศ. 2539 จะมีความต้องการห้องพักรวมทั้งสิ้น 2,779 ห้อง

ตารางที่ 5.5 แสดงจำนวนห้องพักที่ต้องการ

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
รวมทุกกลุ่ม	1,605	1,730	1,877	2,027	2,197	2,374	2,574	2,779
กลุ่ม 3	587	633	686	741	803	868	941	1,016
กลุ่ม 5	642	692	751	811	879	950	1,030	1,112
เกสต์เฮาส์	376	405	440	475	515	556	603	651

ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดเชียงรายกับจำนวนห้องพักที่มีอยู่เดิมในพ.ศ. 2530 พบว่า ในช่วง พ.ศ. 2531-2532 ความต้องการขยายห้องพักเพิ่มขึ้นเท่ากับ 252 ห้อง โดยแยกเป็นกลุ่ม 3 จำนวน 106 ห้อง กลุ่ม 5 จำนวน 43 ห้อง และ เกสต์เฮ้าส์ 103 ห้อง และใน พ.ศ. 2539 ความต้องการห้องพักจะเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2538 เป็นจำนวน 205 ห้อง (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดเชียงราย

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	จำนวนที่มีอยู่เดิม		จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น/ปี		
	2530	2532 <sup>2</sup>	2534	2536	2539
<b>รวมทุกกลุ่ม</b>	1,353	252	147	170	205
กลุ่ม 3	481	106	53	62	75
กลุ่ม 5	599	43	59	68	82
เกสต์เฮ้าส์	273	103	35	40	48

หมายเหตุ : <sup>2</sup> จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2530

ที่มา: จากการคำนวณ

## 5.2 จากการสำรวจ

### 5.2.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวที่ได้ไปทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด 110 คน เป็นคนไทย 65 คน ชาวต่างประเทศ 45 คน ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งหมดนี้มีจุดมุ่งหมายในการเดินทางไปจังหวัด เชียงราย เพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนเท่านั้น ส่วนลักษณะในการเดินทาง จากการสัมภาษณ์ พบว่า ร้อยละ 42.73 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด เดินทางไปกับเพื่อน ร้อยละ 25.45 ไปกับกลุ่มทัวร์ ร้อยละ 23.64 ไปกับครอบครัวหรือญาติพี่น้อง โดยที่นักท่องเที่ยวร้อยละ 37.27 ใช้เวลาในการท่องเที่ยวเพียง 1 วัน ร้อยละ 23.64 วางแผนเพียง 2 วัน ร้อยละ 9.09 จะเที่ยวเป็นเวลา 4 วัน ร้อยละ 22.73 คาดว่าจะใช้เวลาเที่ยวตั้งแต่ 5 วันขึ้นไป

จากการสำรวจ ณ แหล่งท่องเที่ยว 5 แห่ง คือ อำเภอเมือง อำเภอแม่สาย ดอยตุง ดอยแม่สลอง และ สามเหลี่ยมทองคำ พบว่า ในทุกจุดท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วจะมีนักท่องเที่ยวเพศชายเป็นจำนวนร้อยละ 78.46 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด นักท่องเที่ยวส่วนมากจะมีอายุระหว่าง 20-40 ปี รองลงมาคือ กลุ่มอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดในด้านสภาพสมรสของนักท่องเที่ยวพบว่า ร้อยละ 55.38 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะสมรสแล้ว อีก ร้อยละ 41.54 ยังเป็นโสดอยู่ ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 68.89 จะเป็นโสด ส่วนอีกร้อยละ 22.22 ทำการสมรสแล้ว ที่เหลือไม่ได้ระบุลักษณะของอาชีพก็แตกต่างกันออกไป สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะมีอาชีพรับราชการและทำธุรกิจส่วนตัว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน นอกจากนี้ก็มีพวกรักเรียน นักศึกษา ในด้านระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับการศึกษาตั้งแต่ชั้นประถมไปจนถึงระดับปริญญาตรีในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (มีตั้งแต่ชั้นประถม มัธยม อาชีวศึกษา และปริญญาตรี) ส่วนระดับที่สูงกว่าปริญญาตรีมีเพียงจำนวนน้อย แต่สำหรับชาวต่างประเทศแล้ว นักท่องเที่ยวเกินกว่าครึ่งหนึ่งคือ ร้อยละ 67.44 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป

เมื่อพิจารณาในด้านระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว จะพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 73.85 มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน อีกร้อยละ 18.46 มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ต่อเดือน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นประมาณครึ่งหนึ่งที่ไม่ได้ให้คำตอบ ส่วนที่ตอบนั้นพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนร้อยละ 4.44 และร้อยละ 28.89 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีรายได้ระหว่าง 10,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนที่มีรายได้มากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนร้อยละ 2.22

### 5.2.2 ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

ในการสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวตั้งใจจะไปจำนวน 5 แห่ง นั้นพบว่า ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวจะไปอำเภอแม่สาย คิดเป็นจำนวนร้อยละ 92.73 ไปที่สามเหลี่ยมทองคำร้อยละ 63.64 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังไปอำเภอเมือง ดอยแม่สลองและดอยตุง คิดเป็นจำนวนร้อยละ 54.55, ร้อยละ 48.18 และร้อยละ 44.55 ตามลำดับ

สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกไปอำเภอเมืองเนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายครบครัน คิดเป็นร้อยละ 76.92 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือร้อยละ 36.84 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เหตุผลรองลงมา ได้แก่ มีการคมนาคมสะดวกสบายง่ายแก่การเดินทาง ทั้งยังเป็นสถานที่ที่เต็มไปด้วยธรรมชาติเหมาะแก่การท่องเที่ยว จุดท่องเที่ยวต่อมาคือที่อำเภอแม่สาย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 68.29 มาเที่ยวที่นี่เพราะว่าได้รับความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 51.22 เห็นว่ามีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่พร้อม ส่วนอีกร้อยละ 48.78 และร้อยละ 34.15 ให้ความเห็นว่าเป็นสถานที่ที่เป็นธรรมชาติและมรดกศิลปวัฒนธรรมให้ชม ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นร้อยละ 41.38 ไปแม่สาย เพราะต้องการชื่นชมกับธรรมชาติร้อยละ 27.59 ต้องการชมโบราณสถานและสถานที่เที่ยวทางประวัติศาสตร์ นอกจากนั้น ก็เห็นว่า การเดินทางสะดวก และยังเป็นสถานที่ที่มีศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นอยู่ เป็นต้น จุดท่องเที่ยวที่สำคัญอีก 3 แห่ง คือดอยตุงดอยแม่สลอง และสามเหลี่ยมทองคำ ซึ่งจากถวสารสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจะพบว่า ส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดที่ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทั้งสามนี้ ก็เพื่อต้องการสัมผัสกับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติเป็นประการสำคัญ นอกจากนั้นก็เหตุผลรอง ๆ ลงไป เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดี การเดินทางไม่ลำบากนัก เป็นต้น ส่วนในด้านการใช้เวลาในสถานที่นั้น ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวใช้เวลาแตกต่างกันไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ กล่าวคือ ในอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 38.46 ใช้เวลาอยู่ 1 วัน ร้อยละ 23.09 ใช้เวลาครึ่งวัน ร้อยละ 15.39 ใช้เวลาไม่เกิน 2 ชั่วโมง ส่วนอีกร้อยละ 23.07 ใช้เวลาอยู่ในอำเภอเมืองตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น เกินกว่าครึ่งหนึ่งคือร้อยละ 55.27 อยู่ในอำเภอเมืองตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป ร้อยละ 31.58 ใช้เวลาไม่เกินครึ่งวัน ที่แม่สายนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เวลาอยู่ที่นั่นไม่เกินครึ่งวัน มีนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 4.88 หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 10.35 เท่านั้นที่อยู่ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป ที่ดอยตุง ดอยแม่สลอง และสามเหลี่ยมทองคำ นักท่องเที่ยวเกินกว่าครึ่งหนึ่งมักใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ไม่เกินครึ่งวัน (ตารางที่ 30)

เมื่อพิจารณาในด้านความต้องการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในอนาคต นักท่องเที่ยววางแผนที่จะไปดอยตุงเป็นอันดับแรก ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวในอันดับรอง ๆ ลงมาที่นักท่องเที่ยวจะไป ได้แก่ ดอยแม่สลองและแม่สาย

### 5.2.3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจต่าง ๆ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

#### (1) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม

นักท่องเที่ยวที่ไปจังหวัดเชียงรายมักจะนิยมพักแรมในอำเภอเมืองมากกว่าพักตามแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จากการสำรวจจะพบว่า นักท่องเที่ยวเกินกว่าครึ่งหนึ่งขึ้นไปจะไปเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยจะไม่ทำการพักแรม ณ สถานที่นั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นที่แม่สาย ดอยตุง ดอยแม่สลองหรือสามเหลี่ยมทองคำก็ตาม ส่วนในอำเภอเมืองนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 30.77 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 10.53 ไม่ได้ค้างแรม ส่วนที่เหลือนอกจากนี้ก็มีการพักแรมตามสถานที่พักแรมประเภทต่าง ๆ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 46.15 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 31.58 พักตามโรงแรมต่าง ๆ ร้อยละ 15.35 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพักตามบังกาโล ส่วนที่เหลือพักในเกสท์เฮ้าส์ต่าง ๆ ซึ่งจะเห็นว่าแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมพักเกสท์เฮ้าส์กันมาก โดยคิดเป็นจำนวนถึงร้อยละ 57.89 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด (ตารางที่ 31)

ในด้านความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสถานที่พักแรม ส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวจะพอใจกล่าวคือ สำหรับที่พักแรมในเมือง นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 44.44 พึงพอใจในที่พักแรม ในขณะที่ร้อยละ 22.22 ค่อนข้างพอใจทีเดียว และร้อยละ 22.22 รู้สึกพอใจมากในบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 26.47 รู้สึกพอใจ ร้อยละ 62.77 ค่อนข้างพอใจมากต่อสถานที่พักแรม ส่วนที่พักแรมตามสถานที่อื่น ๆ ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวก็รู้สึกพอใจ

#### (2) ความนิยมและทัศนคติที่นักท่องเที่ยวมีต่อบริการเจ้าหน้าที่ และบริการขนส่ง

จากการสำรวจเกี่ยวกับการใช้บริการเจ้าหน้าที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการในด้านนี้ ส่วนที่เหลือก็มักจะใช้บริการเจ้าหน้าที่ และมีความพึงพอใจ ซึ่งในอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 23.08 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 23.68 ใช้บริการเจ้าหน้าที่ที่สามเหลี่ยมทองคำนักท่องเที่ยวก็นิยมใช้บริการเจ้าหน้าที่

เหมือนกันโดย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 38.46 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 37.50 (ตารางที่ 32) .

ในด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากบริการเจ้าหน้าที่เขี้ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจในบริการในระดับปานกลาง แต่ในคำถามข้อนี้ มีนักท่องเที่ยวตอบไม่มากนัก ซึ่งเป็นเพราะส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการด้านนี้ จึงเป็นการยากที่จะวิเคราะห์ในเรื่องนี้

เมื่อพิจารณาในด้านบริการขนส่งที่นักท่องเที่ยวใช้ จะพบว่าในเขตอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 30.77 นิยมใช้รถส่วนตัวในการเดินทาง ร้อยละ 23.08 ใช้รถทัวร์ และร้อยละ 15.38 ใช้รถรับจ้างสาธารณะ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 57.89 จะใช้บริการรถรับจ้างสาธารณะ อีกร้อยละ 26.32 ใช้รถทัวร์ ที่แม่สาย นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้รถทัวร์ และรถส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 31.71 และ 24.39 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้รถบัส รถทัวร์และเช่ารถขับเอง เป็นจำนวนร้อยละ 41.38 , ร้อยละ 24.14 และร้อยละ 20.69 ตามลำดับ ส่วนที่ดอยตุงนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 30.00 นิยมใช้รถส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมใช้การเช่ารถและรถรับจ้างสาธารณะคิดเป็นจำนวนร้อยละ 40.00 เท่ากัน ซึ่งการเช่ารถหรือใช้รถรับจ้างสาธารณะเป็นพาหนะนี้เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศที่ดอยแม่สลอง และที่สามเหลี่ยมทองคำด้วย แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลับนิยมใช้รถส่วนตัวหรือไม่ก็ใช้บริการรถทัวร์มากกว่า (ตารางที่ 33)

ในส่วนของความพึงพอใจในบริการที่ได้รับนั้น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะพอใจตั้งแต่ระดับปานกลาง ไปจนถึงพอใจมาก แต่ก็มีบางส่วนที่ไม่ได้ระบุบอกความพอใจที่ได้รับ ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวใช้รถส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง

### (3) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านอาหาร

ในการแวะรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยว ณ จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ พบว่า ในตัวอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 38.46 รับประทานอาหาร หรือคอฟฟี่ช็อป ร้อยละ 15.38 ทางตามภัตตาคารส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 34.21 ใช้บริการของภัตตาคาร ร้อยละ 23.68 ทานที่ร้านอาหารหรือคอฟฟี่ช็อป ร้อยละ 26.32 ทานตามแผงขายอาหาร ส่วนที่จุดท่องเที่ยวอื่น ๆ คือ แม่สาย ดอยตุง ดอยแม่สลอง และสามเหลี่ยมทองคำ นักท่องเที่ยวชาวไทยมักนิยมรับประทานอาหารตามร้านอาหาร ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมเข้าทานอาหารตามร้านประเภทต่าง ๆ กันไป กล่าวคือ ที่แม่สาย ชาวต่างประเทศร้อยละ 34.48 ทานอาหารที่ภัตตาคาร ร้อยละ 17.24 และร้อยละ 10.34 ทานตามร้านอาหารและแผงขายอาหาร ตามลำดับ ที่ดอยตุงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่คือร้อยละ



60 ไม่ได้แวะรับประทานอาหาร ส่วนที่เหลือทานตามแผงขายอาหารที่ดอยแม่สลองร้อยละ 33.33 ทานตามแผงขายอาหาร ส่วนที่บริเวณสามเหลี่ยมทองคำนั้น ส่วนใหญ่ร้อยละ 70.83 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ไม่ได้แวะรับประทานอาหาร (ตารางที่ 34)

ทางด้านทัศนคติและความพอใจในบริการที่ได้รับจากธุรกิจร้านอาหาร นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เกินกว่าครึ่งหนึ่งพอใจในบริการที่ได้รับในระดับปานกลาง และระดับที่ค่อนข้างพอใจทีเดียว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นส่วนใหญ่จะให้ความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทุกจุดท่องเที่ยวทั้ง 5 แห่ง ซึ่งอาจจะเป็นการพอใจในการมีอิสระอาศัยและการต้อนรับเป็นอย่างดีจากคนไทย

(4) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจสินค้านานาชาติ และการบันเทิง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมด ไม่ได้ใช้บริการนี้ในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ยกเว้นในอำเภอเมือง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่แม่สาย ดอยตุงและสามเหลี่ยมทองคำไม่ได้ใช้บริการในด้านนี้เลย ส่วนที่ดอยแม่สลองก็มีเพียงร้อยละ 9.09 เท่านั้นที่ไปดิสโก้ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศก็ไม่ได้ใช้บริการนี้เลยที่ดอยตุง และดอยแม่สลอง สำหรับในอำเภอเมืองนั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 61.54 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 68.42 ไม่ได้ใช้บริการในด้านนี้ ส่วนผู้ที่นิยมการสินค้านานาชาติและการบันเทิง ร้อยละ 23.08 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และร้อยละ 26.32 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นิยมไปนั่งที่บาร์เบียร์ นอกจากนี้ก็มีไปดิสโก้บ้าง ไปดูการแสดงโชว์บ้างเล็กน้อย(ตารางที่ 35)

ในด้านความรู้สึกพอใจในบริการเพียงใดนั้น มีนักท่องเที่ยวที่ตอบคำถามนี้ไม่มากนัก แต่ในจำนวนที่ตอบมากก็รู้สึกพอใจในบริการอย่างน้อยครึ่งหนึ่งขึ้นไป

(5) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปแล้วไม่ค่อยนิยมซื้อของที่ระลึกมากนัก (ตารางที่ 36) ส่วนนักท่องเที่ยวที่ซื้อนั้น ในอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 23.08 ซื้อตามพลาซ่า/ร้านสรรพสินค้า ร้อยละ 15.38 ซื้อที่ร้านค้า ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 21.05 ซื้อที่ร้านค้า ร้อยละ 13.16 และร้อยละ 10.53 ซื้อตามพลาซ่า/ร้านสรรพสินค้า และซื้อตามแผงต่าง ๆ ตามลำดับ ส่วนจุดท่องเที่ยวอื่น ๆ ก็จะได้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มักนิยมซื้อสินค้าที่ระลึกตามร้านค้าและแผงหรือแผงลอยต่าง ๆ เนื่องจากตามจุด

ท้องเที่ยวต่าง ๆ มักไม่มีร้านขนาดใหญ่ ๆ บริการ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็มักต้องการไปสัมผัสและชื่นชมกับธรรมชาติมากกว่า

ในด้านความพึงพอใจเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจากร้านขายของที่ระลึกพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบคำถามนี้ส่วนใหญ่ก็พอใจในบริการที่ได้รับในทุก ๆ จุดของแหล่งท่องเที่ยว

#### 5.2.4 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวในจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ 5 แห่งพบว่า ในอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวร้อยละ 86.57 ไม่ได้แสดงความคิดเห็น สำหรับในส่วนที่แสดงความคิดเห็น นักท่องเที่ยวร้อยละ 3.92 เห็นว่าควรลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจสปา นอกจากนี้ก็มีความเห็นว่าควรปรับปรุงในด้านการขนส่งเพิ่มบริการด้านข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว รักษาความสะอาด และรักษาศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นเอาไว้ เป็นต้น ที่แม่สาย นักท่องเที่ยวร้อยละ 72.86 ไม่แสดงความคิดเห็น ส่วนที่แสดงความคิดเห็นนั้น ร้อยละ 10.00 ออกความเห็นว่าจะปรับปรุงระบบการขนส่งให้ดีขึ้น ร้อยละ 8.57 บอกว่าควรเพิ่มบริการในเรื่องอาหาร ร้อยละ 5.71 เห็นว่าควรรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ในจุดท่องเที่ยวต่อมาคือที่ต๋อยตุง นักท่องเที่ยวประมาณครึ่งหนึ่งคือร้อยละ 52.00 เห็นว่าควรปรับปรุงและมีบริการร้านอาหารให้มากขึ้น ร้อยละ 20.00 บอกว่าควรปรับปรุงด้านการขนส่งและบริการสาธารณะ เช่น น้ำ ไฟฟ้า เป็นต้น สำหรับที่ต๋อยแม่สลองมีนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ออกความคิดเห็นร้อยละ 64.71 ส่วนที่ออกความเห็น ร้อยละ 8.82 บอกว่า ควรปรับปรุงและเพิ่มร้านอาหารและที่พักแรมให้เพียงพอกับความต้องการ เป็นต้น ในจุดสุดท้ายคือบริเวณสามเหลี่ยมทองคำ ร้อยละ 78.38 ไม่ออกความเห็นว่าจะปรับปรุงหรือเพิ่มเติมในสิ่งใด (ตารางที่ 37)

### 6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดเชียงราย

#### 6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงราย เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบและความสามารถที่จะลงทุนในธุรกิจประเภทต่าง ๆ นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ควรจะมีการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารเพิ่มขึ้น แม้ว่าในด้านผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจะให้ความเห็นว่า ร้านอาหารมีเพียงพอแล้วก็ตามในปัจจุบัน แต่ในอนาคตผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ก็เห็นว่า ธุรกิจในด้านนี้จะขยายตัวต่อไปอีกเนื่องจาก

ปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังเห็นว่า ควรจะมีการลงทุนในด้านธุรกิจขนส่ง เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ให้ได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ และเมื่อการท่องเที่ยวขยายตัวก็ควรมีที่พักแรมไว้รองรับให้เพียงพอด้วย ซึ่งในปัจจุบันโดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่พักแรมตามแหล่งท่องเที่ยวมักจะมีเต็ม ต้องจองล่วงหน้านาน ๆ เช่น ที่ดอยแม่สลอง เป็นต้น ส่วนแนวการลงทุนในด้านอื่น ๆ ที่ควรได้รับการพิจารณาคือ ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีความเห็นอีกว่า เพื่อเป็นการส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยว ก็ควรจะช่วยกันรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อีกด้วย

## 6.2 แนวทางธุรกิจที่ได้จากการศึกษา เปรียบเทียบกับข้อมูลการวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษา และแผนพัฒนาของรัฐ

(1) การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม ในปัจจุบันการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังมีความบริสุทธิ์ ซึ่งไม่ถูกทำลายเหมือนแหล่งท่องเที่ยวในบางแห่ง และการคมนาคมก็เริ่มมีความสะดวกสบายในการเดินทางมากขึ้น เชียงรายจึงเป็นจุดหมายปลายทางของบรรดานักท่องเที่ยวทั้งหลาย เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ความต้องการในด้านที่พักแรมตามมา ที่พักแรมที่มีอยู่ในปัจจุบันเกือบครึ่งหนึ่งจะเป็นประเภทเกสต์เฮาส์ ซึ่งมีราคาห้องพักในราคาประหยัด หรือไม่ก็เป็นบังกาโลโรงแรมขนาด C2 ซึ่งมีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการต่าง ๆ จึงมีจำกัด การที่สถานที่พักแรมมีขนาดเล็ก ทำให้มีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาแบบเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ และ เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มลูกค้าของธุรกิจที่พักแรมในปัจจุบัน จากการสำรวจภาคสนามจะเห็นว่า มักจะเป็นผู้ที่มีรายได้ระดับปานกลาง ในอนาคต ถ้ามีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ก็ควรจะลงทุนในด้านที่พักแรมมากขึ้น ซึ่งจะลงทุนในที่พักแรมขนาดกลาง หรือประเภทเกสต์เฮาส์ก็ได้ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับปานกลางหรือระดับต่ำ หรือจะลงทุนเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ครบครันก็ได้หรืออาจจะ เป็นแบบรีสอร์ท มีที่พักแรมอยู่ท่ามกลางสวนดอกไม้ และต้นไม้ขนาดใหญ่ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับสูง เพราะผู้ที่มีรายได้ในระดับนี้ย่อมต้องการที่พักที่ให้ความสะดวกสบายมาก ๆ มีบริการอย่างดี ซึ่งถ้ามีการสร้างที่พักประเภทนี้ขึ้น ย่อมเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ที่มีรายได้ระดับสูง ๆ มาเที่ยวที่เชียงรายเพิ่มขึ้น

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอแนะ มีดังนี้

1) มีการสร้างสนามบินเชียงรายแห่งที่ 2 ซึ่งอยู่ห่างจากกตัวเมืองประมาณ 6 กิโลเมตร ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จใน พ.ศ. 2535 สนามบินแห่งนี้สามารถรับเครื่องบินขนาด

แอร์บัลได้ และในปัจจุบันได้มีการเพิ่มเที่ยวบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ โดยมทั้งเที่ยวบินโดยตรง กรุงเทพฯ-เชียงใหม่ และเที่ยวบินที่แวะผ่านเชียงใหม่ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่โดยเครื่องบินได้มากขึ้น และยังเป็น การสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีรายได้อ่อนเดินทางไปเชียงใหม่ได้สะดวกสบายขึ้น ดังนั้นที่โรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและมีบริการอย่างดี จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะมีไว้รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

2) การเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่จากจังหวัดเชียงใหม่ทางน้ำกระทำได้โดยล่องแพหรือนั่งเรือหางยาวจากท่าดอน จังหวัดเชียงใหม่ ไปยังจังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจุบันได้มีการตัดถนนเพิ่มคือ เส้นทางท่าดอนไปดอยแม่สลองของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการเพิ่มความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ไปดอยแม่สลอง ทำให้ไปจุดท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น

3) จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ที่เห็นว่าอนาคตของธุรกิจที่พักแรมจะยังคงขยายตัวต่อไป เนื่องจากจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

4) จังหวัดเชียงใหม่ยังมีความงดงามตามธรรมชาติอยู่ และกำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่นิยมธรรมชาติแบบภูเขาและป่าไม้ นอกจากนี้ยังได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางภาคเหนืออีกแห่งหนึ่ง ดังนั้นจึงจูงใจให้คนอยากไปพักผ่อนที่เชียงใหม่เพิ่มขึ้น

(2) การลงทุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจะพบว่า ธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้สูงในจุดท่องเที่ยวแต่ละแห่งแม้ว่าผู้ประกอบการด้านนี้อาจจะเห็นว่าไม่เพียงพอในปัจจุบัน แต่เมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ร้านอาหารอาจไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ร้านอาหารในปัจจุบันมักบริการอาหารไทยเป็นหลัก แต่มีอาหารจีนและฝรั่งบนอยู่บ้างในบางร้าน ในการลงทุนทำร้านอาหารควรจะมีอาหารหลาย ๆ ประเภทให้เลือก ที่สำคัญคือควรเน้นในด้านความสะดวกของร้านด้วย ส่วนร้านอาหารที่มีอยู่เดิมก็ควรปรับปรุงกิจการให้ดีขึ้น เช่น ปรับปรุงในด้านการให้บริการ เป็นต้น นอกจากนี้อาจจะลงทุนในรูปของสวนอาหาร เพื่อให้ดูเป็นธรรมชาติ จูงใจให้คนเข้ามารับประทาน

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอแนะ มีดังนี้

1) แนวโน้มในอนาคตที่จะมีนักท่องเที่ยวไปจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการมีความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง มีการสร้างสนามบิน การตัดถนนใหม่ ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ก็ควรเพิ่มร้านอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งอาหารนับเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีพที่ทุกคนต้องบริโภคทุกวัน ฉะนั้นจึงควรที่จะมีการลงทุนเพิ่มตามการขยายตัวของนักท่องเที่ยว

2) จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่ให้การสนับสนุนในการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารเพิ่มขึ้น

(3) การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจขนส่ง ในจังหวัดเชียงรายมีบริการให้เช่ารถบรรทุก รถตู้ และรถมอเตอร์ไซด์ ถ้านักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอนาคต ธุรกิจด้านนี้ก็ควรขยายตัวตามไปด้วย เพื่อรองรับความต้องการที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต นักท่องเที่ยวสามารถมียานพาหนะไว้ใช้ในระหว่างพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงราย สะดวกในการเดินทางไปที่เที่ยวโดยไม่ต้องนำรถส่วนตัวไปเอง ในการสำรวจก็พบว่าผู้ประกอบธุรกิจในด้านนี้ไม่มากนัก จึงยังสามารถลงทุนในธุรกิจด้านนี้ได้

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอแนะ มีดังนี้

- 1) จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการในธุรกิจด้านนี้ และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เห็นว่า การขนส่งจะขยายตัวในอนาคตเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น
- 2) จำนวนธุรกิจขนส่งในจังหวัดเชียงรายยังมีไม่มากนัก
- 3) การคมนาคมสะดวกสบายขึ้น เนื่องจากมีการตัดถนนเพิ่ม รวมทั้งปรับปรุงถนนที่เป็นเส้นทางสู่แหล่งท่องเที่ยว ทำให้การใช้รถสะดวก ปลอดภัยขึ้น

(4) การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจสังฆนาคกร ธุรกิจสังฆนาคกรในจังหวัดเชียงรายมีจำนวนไม่มากนัก ในอนาคตเชียงรายจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งจึงควรมีการลงทุนและปรับปรุงกิจการในด้านนี้ โดยเหมาะสมอย่างซึ่งในตัวอำเภอเมือง เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมในยามราตรี ส่วนตามจุดท่องเที่ยวอื่น ๆ นั้นควรจะรักษาสภาพธรรมชาติเอาไว้ ไม่ควรมีธุรกิจประเภทนี้มากนัก เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติอย่างแท้จริง

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอแนะ มีดังนี้

- 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนขึ้น จึงมีธุรกิจในด้านสังฆนาคกรเพิ่มขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนหาความสำราญในยามราตรี
- 2) ธุรกิจในด้านนี้ยังมีจำนวนไม่มากนัก และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็มีความเห็นว่าธุรกิจสังฆนาคกรจะขยายตัวได้อีก

### 6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดเชียงราย

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็ได้ถูกคาดการณ์ว่าจะมีการขยายตัวเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเชียงรายมีทรัพยากรธรรมชาติทางด้านการท่องเที่ยวหลายแห่ง ซึ่งยังคงสภาพตามธรรมชาติ ไม่ถูกทำลายไปเหมือนกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ประกอบการคมนาคมเป็นไปอย่างสะดวกสบายขึ้น จึงเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยวมากขึ้น จุดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปกันคือ แม่ฟ้าหลวง ดอยตุง สามเหลี่ยมทองคำ แม่สาย เชียงแสนและดอยแม่สลอง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจะได้ชมความงามของธรรมชาติประเภทภูเขาแล้ว ยังได้สัมผัสกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเขาเผ่าต่าง ๆ อีกด้วย

สำหรับข้อเสนอแนะทางการลงทุนสำหรับจังหวัดเชียงรายนั้น เป็นเพียงแนวทางการลงทุนสำหรับธุรกิจที่คณะศึกษาเห็นว่า มีศักยภาพและลำดับความสำคัญสูง ซึ่งจากการศึกษาและจากสภาพการณ์ในปัจจุบัน ธุรกิจที่สมควรแก่การสนับสนุนและลงทุนได้แก่ ธุรกิจที่หนักแรม ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจขนส่งและธุรกิจสินค้านการ ส่วนธุรกิจอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเหมือนกัน แต่บางประเภทก็มีอยู่พอสมควรแล้วในปัจจุบัน การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายอยู่ในภาวะที่กำลังขยายตัว ฉะนั้นธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญตามไปด้วย

อนาคตทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายยังสดใสอยู่ จึงควรร่วมมือกันพัฒนาจังหวัดเชียงรายอย่างเป็นระเบียบแบบแผน และรักษาสภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ที่มีอยู่เดิมไว้ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่นำมาซึ่งรายได้แก่ประชาชนท้องถิ่นและประเทศชาติสืบต่อไป

ภาคผนวก

---

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของธุรกิจศึกษา

หน่วย: ร้อยละ

ประเภทของศึกษา	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
รวม	38.64	40.00	66.67	20.00	0.00
เกษตร	47.73	50.00	16.67	40.00	100.00
พาณิชยกรรม	13.64	10.00	16.67	40.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ่างทอง  
 จุดที่ 2 = นครราชสีมา  
 จุดที่ 3 = นครสวรรค์  
 จุดที่ 4 = กรุงเทพมหานคร



ตารางที่ 2 แสดงถึงอำนาจความแตกต่างของที่พักแรม

หน่วย: แห่ง

ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
ถนนปี/ห้องรับแขก	23 (52.27)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (50.00)	19 (50.00)
ลิฟท์	2 (4.55)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	0 (0.00)
ห้องตรวจ	40 (90.91)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	5 (100.00)	34 (89.47)
สถานธรรมชาติ	14 (31.82)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	11 (28.95)
สระว่ายน้ำ	2 (4.55)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	0 (0.00)
อื่น ๆ	7 (15.91)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	5 (13.16)
ไม่มีบริการ	1 (2.27)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.63)
<b>รวม</b>	<b>44 (100.00)</b>	<b>0 (100.00)</b>	<b>1 (100.00)</b>	<b>0 (100.00)</b>	<b>5 (100.00)</b>	<b>38 (100.00)</b>

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 3 แสดงบริการในด้านต่าง ๆ ของที่พักแรม

หน่วย : แห่ง

ประเภทของบริการ	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
ผู้บริการ	8 (18.18)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	6 (15.79)
บริการเรือกรก	25 (56.82)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (50.00)	21 (55.26)
บริการซักรีด	31 (70.45)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	4 (80.00)	26 (68.42)
บริการจัดเตียง / ประชุม	7 (15.91)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	3 (7.89)
สถานีงานชั่วคราว	2 (4.55)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	1 (2.63)
เทคโนโลยี / เทคโนโลยี	6 (13.64)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (60.00)	3 (7.89)
อื่น ๆ	7 (15.91)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	6 (15.79)
หน่วยบริการ	22 (51.14)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	19 (51.14)
รวม	44 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	0 (100.00)	5 (100.00)	38 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 4 แสดงระยะเวลาในการดำเนินการของธุรกิจโรงแรม

หน่วย : แห่ง

	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
1 ปี	9 (20.45)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (60.00)	6 (15.79)
2 ปี	2 (4.55)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (5.26)
3 ปี	3 (6.82)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (7.89)
4 ปี	3 (6.82)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (5.26)
5 ปี	7 (15.91)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (26.00)	6 (15.79)
6 ปี	2 (4.55)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (5.26)
8 ปี	1 (2.27)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.63)
10 ปี	3 (6.82)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (7.59)
มากกว่า 10 ปี	13 (29.55)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	12 (31.58)
ไม่ระบุ	1 (2.27)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.63)
จำนวนคู่ตอบ	44 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	0 (100.00)	5 (100.00)	38 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละกลุ่มลูกค้าของทีพีแรม

หน่วย : ร้อยละ

กลุ่มลูกค้า	จำนวนของทีพีแรม
นักท่องเที่ยว	29.63
นักธุรกิจและอื่น ๆ	
1-20	11.11
21-40	18.52
41-60	18.52
61-80	11.11
81-100	11.11
รวม	100.00

ตารางที่ 6 แสดงอัตราการเข้าฝึกกรรมานช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season)

อัตราการเข้าฝึก	หน่วย : ร้อยละ			
	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
1-20	0.00 (6.67)	0.00 (16.67)	0.00 (25.00)	0.00 (50.00)
21-40	6.67 (26.67)	0.00 (0.00)	0.00 (25.00)	0.00 (0.00)
41-60	6.67 (46.67)	0.00 (50.00)	25.00 (0.00)	0.00 (0.00)
61-80	40.00 (13.33)	33.33 (0.00)	0.00 (50.00)	50.00 (50.00)
81-99	26.67 (0.00)	0.00 (16.67)	0.00 (0.00)	50.00 (50.00)
100	13.33 (10.00)	50.00 (0.00)	75.00 (0.00)	0.00 (0.00)
ไม่ระบุ	6.67 (6.67)	16.67 (16.67)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
	100.00 (100.00)	100.00 (100.00)	100.00 (100.00)	100.00 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อากะโวกเมืองเชียงราย  
 จุดที่ 2 = แม่สาย  
 จุดที่ 3 = ดอยแม่สลอง  
 จุดที่ 4 = ตามเหนือห้วยทองคำ  
 ( ) หมายถึงอัตราการเข้าฝึกกรรมานช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season)

ตารางที่ 7 - แสดง ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจที่ศึกษ

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
พนักงานไม่เพียงพอ	3.70	0.00	0.00	25.00	0.00
พนักงานไม่มีความรู้	18.52	20.00	16.67	25.00	0.00
การขนส่ง	7.41	6.67	0.00	25.00	0.00
สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการไม่เพียงพอ	3.70	6.67	0.00	0.00	0.00
ไม่มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญ	3.70	0.00	0.00	25.00	0.00
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	7.41	6.67	0.00	0.00	50.00
หนี้สิน	3.70	0.00	16.67	0.00	0.00
ขาดแคลนน้ำ	3.70	6.67	0.00	0.00	0.00
การคมนาคมไม่สะดวก	18.52	20.00	0.00	50.00	0.00
ข้อจำกัดความของระเบียบราชการ	18.52	13.33	33.33	0.00	50.00
อื่น ๆ	7.41	13.33	0.00	0.00	0.00
ไม่ระบุ	37.04	33.33	66.67	25.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อำเภอเมือง เชียงราย  
 จุดที่ 2 = แม่สาย  
 จุดที่ 3 = ดอยแม่สลอง  
 จุดที่ 4 = สามเหลี่ยมทองคำ

ตารางที่ 8 แสดงแนวโน้มของธุรกิจที่ผิดกรม

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
ยังกล่าวกรกขมายตัวได้อีก	77.78	80.00	75.00	75.00	50.00
คงที่	11.11	13.33	0.00	0.00	0.00
ไม่แน่นอน	7.41	0.00	25.00	25.00	50.00
โรงแรมขนาดใหญ่มากกว่าโรงแรมขนาดเล็ก	3.70	0.00	0.00	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมือง เชียงราย  
 จุดที่ 2 = แอ่สายน  
 จุดที่ 3 = ดอยแม่สกกอง  
 จุดที่ 4 = สวามเหนือมทองคํา

ตารางที่ 9 แสดงระยะเวลาในการชำระเงินธุรกิจของภัตตาคารและร้านอาหาร

หน่วย : ล้านบาท

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1-2 ปี	37 (42.53)	2 (25.57)	15 (45.45)	20 (42.55)
3-4 ปี	12 (13.79)	0 (0.00)	4 (12.12)	5 (17.02)
5-6 ปี	9 (10.34)	1 (14.29)	4 (12.12)	4 (8.51)
7-8 ปี	11 (12.64)	0 (0.00)	2 (6.06)	9 (19.15)
9-10 ปี	5 (5.75)	0 (0.00)	3 (9.09)	2 (4.26)
11-12 ปี	4 (4.60)	2 (25.57)	2 (6.06)	0 (0.00)
มากกว่า 12 ปี	9 (10.34)	2 (25.57)	3 (9.09)	4 (8.51)
จำนวนผู้ตอบ	57 100.00	7 100.00	33 100.00	47 100.00

หมายเหตุ : ขนาด A รองรับลูกค้าได้มากกว่า 200 คน  
 ขนาด B รองรับลูกค้า 101-200 คน  
 ขนาด C รองรับลูกค้าไม่เกิน 100 คน  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ



ตารางที่ 10 แสดงการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่ระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4	จุดที่ 5
สูงกว่า	6.67	3.57	14.29	50.00	0.00	0.00
เท่ากัน	60.00	57.14	57.14	50.00	83.33	50.00
ต่ำกว่า	33.33	39.29	28.57	0.00	16.67	50.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

- หมายเหตุ :
- จุดที่ 1 = อาเภอเมือง เชียงราย
  - จุดที่ 2 = แม่สาย
  - จุดที่ 3 = ดอยตุง
  - จุดที่ 4 = ดอยแม่สลอง
  - จุดที่ 5 = สามเหลี่ยมทองคำ

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านอาหารที่รองรับนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4	จุดที่ 5
มากเกินไป	13.33	21.43	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่อนข้างมาก	33.33	32.14	42.86	0.00	16.67	100.00
เพียงพอ	31.11	21.43	42.86	50.00	66.67	0.00
ไม่เพียงพอ	17.78	21.43	14.29	0.00	16.67	0.00
ไม่เพียงพอ	4.44	3.57	0.00	50.00	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองเชียงราย  
 จุดที่ 2 = แม่สาย  
 จุดที่ 3 = ดอยตุง  
 จุดที่ 4 = ดอยแม่ลลอง  
 จุดที่ 5 = ตามเหมี่ยมทองคำ

ตารางที่ 12 แสดงผลการสุ่มหรือธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
1-10	22.22
11-20	33.33
21-30	15.56
31-40	11.11
41-50	6.67
51-60	2.22
ไม่ระบุ	8.89
รวม	100.00

ตารางที่ 13 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
พนักงานไม่เพียงพอ	22.22
พนักงานไม่มีคุณภาพ	20.00
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	2.22
ขาดแคลนวัตถุดิบ	4.44
การแข่งขันสูง	5.59
สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่มีไม่เพียงพอ	2.22
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	24.44
หนี้สูง	2.22
เสียภาษีสูง	17.78
ข้อจำกัดของระเบียบราชการ	8.89
การคมนาคมไม่สะดวก	6.67
อื่น ๆ	11.11
ไม่ระบุ	31.11

ตารางที่ 14 แสดงแนวโน้มของธุรกิจประเภทร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	จำนวน
ยังสามารถขยายตัวได้อีก	62.22
มีการแข่งขันกันมาก	6.67
ไม่แน่นอน (ขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลและปัจจัยทาง เศรษฐกิจ)	2.22
คงที่	15.56
ไม่ระบุ	13.33
รวม	100.00

ตารางที่ 15 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้า

หน่วย : ไร่

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
ผ้าไหม	2 (10.00)	6 (30.00)	0 (0.00)	1 (8.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.88)	1 (5.88)	0 (0.00)	3 (21.43)
ผ้าฝ้าย/บาติก	2 (10.00)	8 (40.00)	0 (0.00)	2 (16.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.88)	1 (5.88)	1 (7.14)	5 (35.71)
ผ้าทอเรือ	4 (20.00)	14 (70.00)	0 (0.00)	4 (33.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (35.29)	8 (47.06)	1 (7.14)	10 (71.43)
รวม	20 (100.00)	20 (100.00)	12 (100.00)	12 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	17 (100.00)	17 (100.00)	14 (100.00)	14 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมืองเชียงราย  
 จุดที่ 2 = แง่ถาย  
 จุดที่ 3 = คบแดง  
 จุดที่ 3 = คอยแม่กลอง  
 จุดที่ 5 = กามเหยียงทองคำ  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 16. แสดงสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับกาย

หน่วย : ไร่

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	2 (10.00)	10 (50.00)	0 (0.00)	8 (66.67)	0 (0.00)	2 (11.67)	2 (11.76)	15 (88.24)	0 (0.00)	8 (57.14)
อัญมณี (เช่น พลอย/ไข่มุก)	0 (0.00)	6 (30.00)	1 (8.33)	8 (66.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (17.65)	0 (0.00)	7 (50.00)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0 (0.00)	5 (25.00)	0 (0.00)	2 (16.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (42.86)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	1 (5.00)	5 (25.00)	0 (0.00)	2 (16.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.14)
เครื่องถม	0 (0.00)	3 (15.00)	0 (0.00)	1 (8.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	5 (25.00)	0 (0.00)	2 (16.67)	0 (0.00)	2 (11.67)	2 (11.76)	4 (23.53)	0 (0.00)	2 (14.29)
จำนวนผู้ตอบ	20 (100.00)	20 (100.00)	12 (100.00)	12 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	17 (100.00)	17 (100.00)	14 (100.00)	14 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมือง เชียงราย  
 จุดที่ 2 = นมโถง  
 จุดที่ 3 = ดอยตุง  
 จุดที่ 3 = ดอยแม่ฮ่อง  
 จุดที่ 5 = ตามเหลี่ยมทองคำ  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 17 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับบ้าน/เครื่องใช้

หน่วย : บาท

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	0	3	0	4	0	0	1	5	0	3
	(0.00)	(15.00)	(0.00)	(33.33)	(0.00)	(0.00)	(5.88)	(29.41)	(0.00)	(21.43)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0	1	0	1	0	0	0	0	0	3
	(0.00)	(5.00)	(0.00)	(8.33)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(21.43)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0	1	0	1	0	0	0	1	0	6
	(0.00)	(5.00)	(0.00)	(8.33)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(5.88)	(0.00)	(42.86)
เครื่องถม	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(16.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)
ไม้/หวาย	1	10	1	5	0	0	0	6	0	2
	(5.00)	(50.00)	(8.33)	(41.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(35.29)	(0.00)	(14.29)
เครื่องเขิน	0	7	0	5	0	0	0	1	0	5
	(0.00)	(35.00)	(0.00)	(41.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(5.88)	(0.00)	(35.71)
ผ้า	3	9	0	8	0	0	0	0	0	10
	(15.00)	(45.00)	(0.00)	(66.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(71.43)
เครื่องหนัง	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)
อื่น ๆ	1	8	0	2	0	0	1	2	0	9
	(5.00)	(40.00)	(0.00)	(16.67)	(0.00)	(0.00)	(5.88)	(11.76)	(0.00)	(64.29)
จำนวนผู้ตอบ	20	20	12	12	0	0	17	17	14	14
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ :  
 จุดที่ 1 = อําเภอเมืองเชียงใหม่  
 จุดที่ 2 = แม่ฮ่องสอน  
 จุดที่ 3 = ดอยตุง  
 จุดที่ 3 = ดอยแม่สลอง  
 จุดที่ 5 = สามเหลี่ยมทองคำ  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 18 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทรูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ

หน่วย : ล้านบาท

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
รูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ	1 (5.00)	3 (15.00)	0 (0.00)	2 (16.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (28.57)
อื่น ๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (8.33)	3 (25.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (11.76)	2 (11.76)	1 (7.14)	3 (21.43)
จำนวนผู้ตอบ	20 (100.00)	20 (100.00)	12 (100.00)	12 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	17 (100.00)	17 (100.00)	14 (100.00)	14 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อากาศเมือง เชียงราย  
 จุดที่ 2 = แอ่ถาย  
 จุดที่ 3 = ดอยตุง  
 จุดที่ 3 = ดอยแม่ถอง  
 จุดที่ 5 = สยามเหลี่ยมทองคำ  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ



ตารางที่ 19 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจสินค้าของที่จะถึง

หน่วย : ร้าน

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปีหรือน้อยกว่า 1 ปี	22 (34.92)	0 (0.00)	8 (47.06)	14 (31.11)
2 ปี	7 (11.11)	1 (100.00)	0 (0.00)	6 (13.33)
3 ปี	9 (14.29)	0 (0.00)	1 (5.88)	8 (17.78)
4 ปี	6 (9.52)	0 (0.00)	1 (5.88)	5 (11.11)
5 ปี	8 (12.70)	0 (0.00)	2 (11.76)	6 (13.33)
6 ปี	1 (1.59)	0 (0.00)	1 (5.88)	0 (0.00)
7 ปี	1 (1.59)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.22)
8 ปี	3 (4.76)	0 (0.00)	1 (5.88)	4 (4.44)
10 ปี	3 (4.76)	0 (0.00)	2 (11.76)	1 (2.22)
มากกว่า 10 ปี	1 (1.59)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.22)
ไม่ระบุ	2 (3.17)	0 (0.00)	1 (5.88)	1 (2.22)
จำนวนผู้ตอบ	63 (100.00)	1 (100.00)	17 (100.00)	45 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A เป็นร้านที่มีขนาดมากกว่า 2 คูหา  
 ขนาด B เป็นร้านที่มีขนาด 2 คูหา  
 ขนาด C เป็นร้านที่มีขนาด 1 คูหา  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 20 แสดงส่วนแบ่งของลูกค้าชาวาทยานธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

ส่วนแบ่ง	จำนวนร้าน
1-10	12.82
11-20	30.77
21-30	23.08
41-50	12.82
51-60	5.13
61-70	2.56
71-80	5.13
81-90	2.56
91-100	2.56
ไม่ทราบ	2.56
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 21 แสดงการกระจายเจ้านานธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

กาาร	จำนวนร้าน
1-5	2.56
6-10	12.82
16-20	38.46
21-25	2.56
26-30	12.82
มากกว่า 35	17.95
ไม่ระบุ	12.82
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 22 แสดงปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินงานธุรกิจสินค้าของทีระศึก

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวนร้าน
ตลาดมีการแข่งขันสูง	7.69
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	2.56
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	12.82
หนี้สูง	5.13
ขาดแคลนวัตถุดิบ	15.38
อัตราภาษีที่ค่อนข้างสูง	2.56
ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล	10.26
ปัญหาทางด้านเทคนิค	2.56
อื่น ๆ	2.56
ไม่มีปัญหา	56.41

ตารางที่ 23 แสดงแนวโน้มงานธุรกิจสินค้าของทีระศึก

หน่วย : ร้อยละ

ทิศทางของแนวโน้ม	จำนวนร้าน
ดีขึ้น	46.72
แย่ลง	5.13
คงที่	20.51
ไม่แน่นอน	5.13
ไม่ทราบ	20.51
รวม	100.00

ตารางที่ 24 แสดงประเภทของธุรกิจนาเดี่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของธุรกิจ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
จัดนาเดี่ยวในประเทศ	87.50	0.00	66.67	92.31
จัดนาเดี่ยวทั้งในและต่างประเทศ	6.25	0.00	33.33	0.00
จัดหาและส่งพนักงานเดี่ยวให้กับธุรกิจนาเดี่ยวโดยตรง	6.25	0.00	0.00	7.69
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ :  
 ขนาด A = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป  
 ขนาด B = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคตั้งแต่ 3-9 คน  
 ขนาด C = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนภาคน้อยกว่า 3 คน

ตารางที่ 25 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานของธุรกิจเดี่ยว

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
1 ปี	7 (34.75)	0 (0.00)	2 (66.67)	5 (38.46)
2 ปี	2 (12.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (15.38)
4 ปี	3 (18.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (23.08)
5 ปี	1 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
6 ปี	1 (6.25)	0 (0.00)	1 (33.33)	0 (0.00)
มากกว่า 10 ปี	1 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
ไม่ระบุ	1 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
จำนวนผู้ตอบ	16 (100.00)	0 (100.00)	3 (100.00)	13 (100.00)

หมายเหตุ :  
 ขนาด A = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนลูกค้าตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป  
 ขนาด B = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนลูกค้าตั้งแต่ 3-9 คน  
 ขนาด C = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนลูกค้าน้อยกว่า 3 คน

( ) หมายถึง ตง เลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 26 การกำหนดอัตราค่าบริการงานธุรการเดี่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทเดี่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ในระดับเดียวกัน  
หน่วย : ร้อยละ

อัตราค่าบริการ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
เท่ากัน	90.91	0.00	100.00	88.89
ต่ำกว่า	9.09	0.00	0.00	11.11
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ :  
 ขนาด A = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนากตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป  
 ขนาด B = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนากตั้งแต่ 3-9 คน  
 ขนาด C = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนากค้้น้อยกว่า 3 คน

ตารางที่ 27 แสดงอัตราการของธุรกิจนาเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

อัตราการ	จำนวนร้าน
1-20	18.18
21-40	18.18
41-60	9.09
61-80	9.09
ไม่ระบุ	45.45
รวม	100.00

ตารางที่ 28 แสดงวิธีการจัดหานักท่องเที่ยวของบริษัทฯ

หน่วย : ร้อยละ

วิธีการต่าง ๆ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
มีนักท่องเที่ยวมาติดต่อที่บริษัทเอง	100.00	0.00	100.00	100.00
จัดตั้ง เคา์นเตอร์ของตนเองตามโรงแรม	9.09	0.00	0.00	11.11
บริษัทแม่จัดส่งนักท่องเที่ยวให้	45.45	0.00	50.00	44.44
ร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวอื่นท้องถิ่น	27.27	0.00	50.00	22.22
ร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวต่างจังหวัด	18.18	0.00	50.00	11.11
ร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวต่างประเทศ	18.18	0.00	0.00	22.22
อื่น ๆ	9.09	0.00	0.00	11.11
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ :  
 ขนาด A = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป  
 ขนาด B = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวตั้งแต่ 3-9 คน  
 ขนาด C = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่า 3 คน



ตารางที่ 29 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอานธุรกิจนาเกี่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	จำนวนร้าน
มีมากเกินไป	9.09
ค่อนข้างมาก	27.27
ค่อนข้างเพียงพอ	54.55
เพียงพอ	9.09
รวม	100.00

ตารางที่ 30 แสดงเหตุผลในการเลือกสถานที่และระยะเวลาที่เข้าพักในสถานที่นั้น

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
<b>สาเหตุที่เลือก</b>										
เพื่อชมธรรมชาติ	23.08	34.21	48.78	41.38	95.00	100.00	100.00	91.67	93.31	83.33
เพื่อชมศิลปวัฒนธรรม	0.00	23.68	34.15	17.24	40.00	40.00	0.00	41.67	23.08	25.00
เพื่อชมโบราณสถาน/ ประวัติศาสตร์	7.69	28.68	4.88	27.59	65.00	20.00	0.00	16.67	23.08	50.00
เพราะการเดินทางสะดวก	69.23	34.21	68.29	20.69	65.00	0.00	50.00	0.00	53.85	25.00
เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อม	79.92	36.84	51.22	10.34	35.00	0.00	36.36	0.00	38.46	0.00
อื่น ๆ	0.00	2.63	0.00	20.69	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.17
<b>ระยะเวลาที่เข้าพักในสถานที่นั้น</b>										
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	7.69	0.00	2.44	6.90	10.00	20.00	9.09	0.00	53.85	25.00
1-2 ชั่วโมง	7.69	13.16	31.71	24.14	20.00	40.00	50.00	16.67	23.08	33.33
ครึ่งวัน	23.08	18.42	48.78	37.93	60.00	40.00	9.09	33.33	23.08	12.50
1 วัน	38.46	13.16	12.20	20.69	0.00	0.00	13.82	41.67	0.00	16.67
2 วัน	7.69	26.32	4.88	6.90	0.00	0.00	0.00	8.33	0.00	4.17
มากกว่า 2 วัน	15.38	28.95	0.00	3.45	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	8.33
<b>จำนวนผู้ตอบ (คน)</b>	<b>13</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>20</b>	<b>5</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>24</b>

หมายเหตุ : ไทย = นิกท่องเที่ยวไทย ตปท. = นิกท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อากาศเมืองเชียงใหม่
- จุดที่ 2 = แม่สาย
- จุดที่ 3 = ดอยตุง
- จุดที่ 4 = ดอยแม่สลอง
- จุดที่ 5 = สามเหลี่ยมทองคำ

ตารางที่ 31 แสดงประเภทสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ประเภทสถานที่พักแรม										
ไม่จัดค้างแรม	30.77	10.53	78.05	62.07	85.00	100.00	77.27	66.67	53.85	83.33
โรงแรม	46.15	31.58	4.88	6.90	0.00	0.00	4.55	0.00	15.38	8.33
บังกาโล/บ้านพัก	15.38	0.00	2.44	0.00	5.00	0.00	9.09	8.33	0.00	0.00
แพ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เกสต์เฮ้าส์	7.69	57.89	2.44	27.59	0.00	0.00	0.00	25.00	15.38	8.33
อื่น ๆ	0.00	0.00	12.20	3.45	10.00	0.00	9.09	0.00	15.38	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	13	38	38	41	20	5	22	12	13	24

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองเวียงจันทน์
- จุดที่ 2 = แม่สาย
- จุดที่ 3 = ดอยดง
- จุดที่ 4 = ดอยแม่สลอง
- จุดที่ 5 = ลามเหลียมทองคำ

ตารางที่ 32 แสดงประเภทธุรกิจจัดนาเที่ยวที่ฝึกท่องเที่ยวบริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5	
	ไทย	คบท.	ไทย	คบท.	ไทย	คบท.	ไทย	คบท.	ไทย	คบท.
มาได้ใช้บริการ	69.23	60.53	65.85	65.52	80.00	100.00	77.27	75.00	46.15	41.67
มีคฤเทศก์อิสระ	7.69	15.79	7.32	10.34	0.00	0.00	13.64	8.33	15.38	20.83
บริการจัดนาเที่ยว	23.08	23.68	26.83	24.14	20.00	0.00	9.09	16.67	38.46	37.50
บริการจองตั๋ว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.55	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	13	38	38	41	20	5	22	12	13	24

หมายเหตุ : ไทย = ฝึกท่องเที่ยวไทย คบท. = ฝึกท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองเชียงรราย
- จุดที่ 2 = แม่ส่าย
- จุดที่ 3 = ตอยตุง
- จุดที่ 4 = ตอยแม่สกลอง
- จุดที่ 5 = สามเหลี่ยมทองคำ

ตารางที่ 33 แสดงประเภทพาหนะที่ฝึกห้องเดี่ยวฯ ๕ เที่ยวบินแหล่งห้องเดี่ยวแต่ละแห่ง

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 1		แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 2		แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 3		แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 4		แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 5	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
รถรับจ้างสาธารณะ	15.38	57.89	2.44	13.79	25.00	40.00	0.00	33.33	7.69	33.33
รถเช่า	0.00	7.89	2.44	20.69	10.00	40.00	4.55	33.33	7.69	20.83
รถประจำทาง	7.69	5.26	17.07	41.38	0.00	20.00	4.55	0.00	15.38	8.33
รถส่วนบุคคล	30.77	0.00	24.39	6.90	30.00	0.00	59.09	8.33	15.38	0.00
รถทัวร์	23.08	26.32	31.71	24.14	25.00	0.00	13.64	16.67	38.46	37.50
อื่น ๆ	23.08	5.26	24.39	0.00	10.00	0.00	18.18	8.33	15.38	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	13	38	38	41	20	5	22	12	13	24

หมายเหตุ : ไทย = ฝึกห้องเดี่ยวไทย ตบท. = ฝึกห้องเดี่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อากาศยานเมืองเชียงราย
- จุดที่ 2 = แม่สาย
- จุดที่ 3 = ดอยตุง
- จุดที่ 4 = ดอยแม่สลอง
- จุดที่ 5 = สามเหลี่ยมทองคำ

ตารางที่ 34 แสดงประเภทธุรกิจร้านอาหารที่ฝึกห้องเดี่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว		แหล่งท่องเที่ยว		แหล่งท่องเที่ยว		แหล่งท่องเที่ยว		แหล่งท่องเที่ยว	
	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
มาค้าบริการ	7.69	13.16	26.83	31.03	70.00	60.00	27.27	16.67	38.46	70.83
ภัตตาคาร	15.38	34.21	2.44	34.48	0.00	0.00	13.64	25.00	23.08	12.50
ร้านอาหาร/คอฟฟี่ชอป	38.46	23.68	60.98	17.24	5.00	0.00	45.45	8.33	53.85	12.50
เคิงขายอาหาร	7.69	26.32	7.32	10.34	25.00	40.00	9.09	33.33	0.00	08.33
รถเข็น/หาบเร่	7.69	10.53	2.44	0.00	0.00	0.00	4.55	0.00	0.00	0.00
ร้านอาหารในโรงแรม	30.77	10.53	2.44	3.45	0.00	0.00	4.55	16.67	0.00	4.17
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	3.45	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	13	38	38	41	20	5	22	12	13	24

หมายเหตุ : ไทย = ฝึกห้องเดี่ยวไทย ตบท. = ฝึกห้องเดี่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อากาศเมืองเชียงใหม่
- จุดที่ 2 = แง่ตลาด
- จุดที่ 3 = คอยตุง
- จุดที่ 4 = คอยแม่ต๋อง
- จุดที่ 5 = ตามเหลี่ยมทองคำ

ตารางที่ 35 แสดงประเภทธุรกิจสหภาพการที่ฝึกท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
รายได้ค่าบริการ	61.54	68.42	100.00	86.21	100.00	100.00	90.91	100.00	100.00	95.83
ส่วนตน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
บาร์เบียร์	23.08	26.32	0.00	10.34	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.17
ติสโก้	15.38	7.89	0.00	3.45	0.00	0.00	9.09	0.00	0.00	0.00
การแสดงโชว์	0.88	5.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
สถานสัตว์	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เครื่องเล่นทางน้ำ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	13	38	41	29	20	5	22	12	13	24

หมายเหตุ : ไทย = ฝึกท่องเที่ยวไทย ตบท. = ฝึกท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองเขียงราย
- จุดที่ 2 = แวงสาย
- จุดที่ 3 = คอยคอง
- จุดที่ 4 = คอยแม่สลอง
- จุดที่ 5 = สามเหลี่ยมทองคำ

ตารางที่ 36 แสดงประเภทของร้านขายของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อ  
แยกตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
ไม่ได้อธิบาย	61.54	57.89	43.90	51.72	85.00	80.00	59.09	66.67	61.54	58.33
ร้านแม่กลอง/เฟิง	0.00	10.53	24.38	31.03	0.00	20.00	9.09	16.67	23.08	33.33
หาบเจี๊ยะ	0.00	0.00	7.32	3.45	0.00	0.00	0.00	8.33	7.69	4.17
ร้านค้า	15.38	21.05	26.83	10.34	5.00	0.00	31.82	16.67	7.69	8.33
ศูนย์การค้า/พลาซ่า	23.08	13.16	0.00	3.45	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	13	38	41	29	20	5	22	12	13	24

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมือง เชียงราย
- จุดที่ 2 = แม่สาย
- จุดที่ 3 = ดอยตุง
- จุดที่ 4 = ดอยแม่สลอง
- จุดที่ 5 = สามเหลี่ยมทองคำ

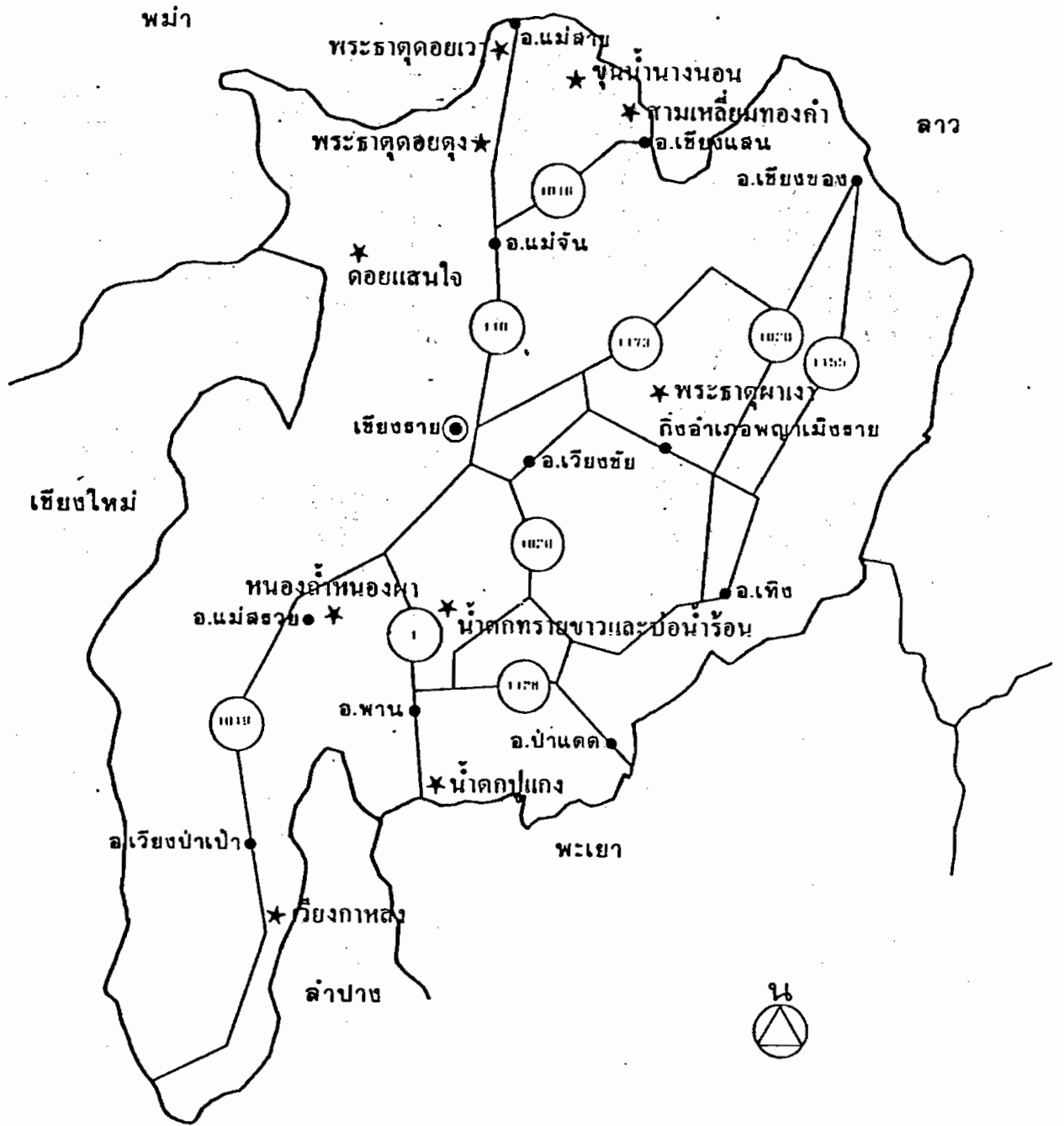


ตารางที่ 37 แสดงทัศนคติของนิสิตห้องเดี่ยวที่มีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ควรลงทุนเพิ่ม

หน่วย : ร้อยละ

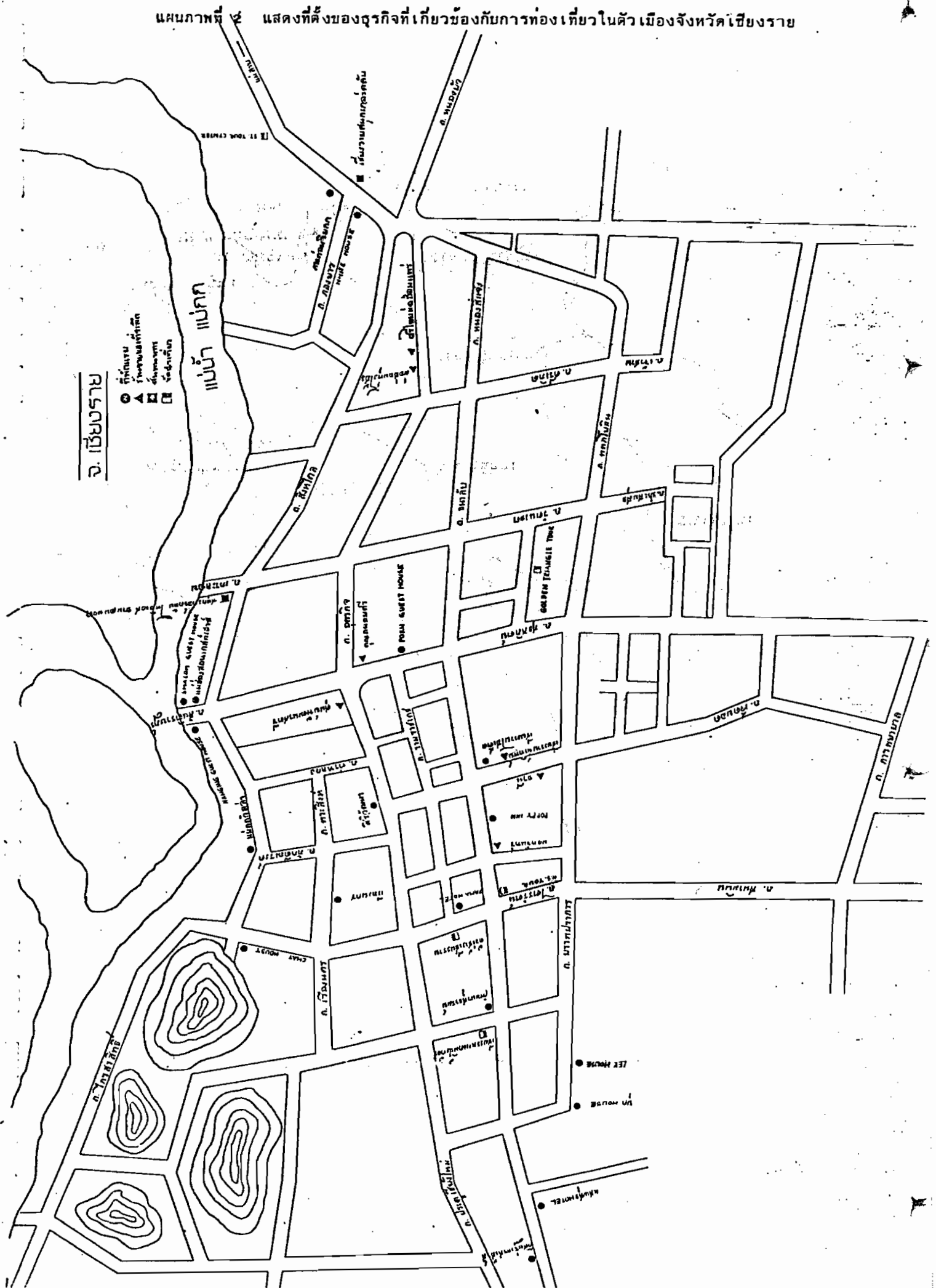
	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5
1.บริการด้านอาหาร	3.92	8.57	52.00	8.82	2.71
2.บริการด้านที่พัก	3.92	2.86	16.00	8.82	5.41
3.บริการด้านสินค้าทางการ	3.92	1.43	0.00	2.94	2.70
4.บริการด้านผลิตภัณฑ์ระลึก	0.00	4.29	8.00	2.94	0.00
5.บริการด้านการขนส่ง	1.96	10.00	20.00	5.88	5.41
6.การอาชีพพยากรณ์ภัยเกิดประชุณ	1.96	1.43	20.00	0.00	0.00
7.บริการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว	1.96	1.43	0.00	2.94	0.00
8.ปรับปรุงจุดแวะพัก	0.00	0.00	4.00	5.88	2.70
9.การรักษาความปลอดภัย	1.96	5.71	0.00	0.00	0.00
10.บริการนำเที่ยว	0.00	0.00	0.00	0.00	2.70
11.การรักษาเสถียรภาพ และความปลอดภัย	0.00	1.43	0.00	0.00	0.00
12.การอนุรักษ์ศิลปและวัฒนธรรม	1.96	1.43	4.00	2.94	0.00
13.การรักษาสภาพธรรมชาติ	0.00	0.00	0.00	2.94	0.00
14.การพัฒนาด้านอื่น ๆ	1.96	2.86	0.00	2.94	2.70
15.ไม่ระบุ	86.27	72.86	24.00	64.71	78.38
จำนวนผู้ตอบ (คน)	51	70	25	34	37

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองเวียงจาง  
 จุดที่ 2 = แม่ถาย  
 จุดที่ 3 = ดอยตง  
 จุดที่ 4 = ดอยแม่ถอง  
 จุดที่ 5 = ตามเหลี่ยมทองคา



แผนภาพที่ 1 แสดงแผนที่เส้นทางต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงราย

แผนภาพที่ ๒ แสดงที่ตั้งของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในตัวเมืองจังหวัดเชียงราย



ที่ตั้งร้านค้า  
ที่ตั้งโรงแรม  
ที่ตั้งร้านอาหาร  
ที่ตั้งบาร์  
ที่ตั้งสถานที่ท่องเที่ยว

บ้านแขก

บ้านแขก

ท่าเรือท่าเตียน

ท่าเรือท่าอิฐ

ท่าเรือท่ากุ่ม

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

ท่าเรือท่าเตียน

ท่าเรือท่าอิฐ

ท่าเรือท่ากุ่ม

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

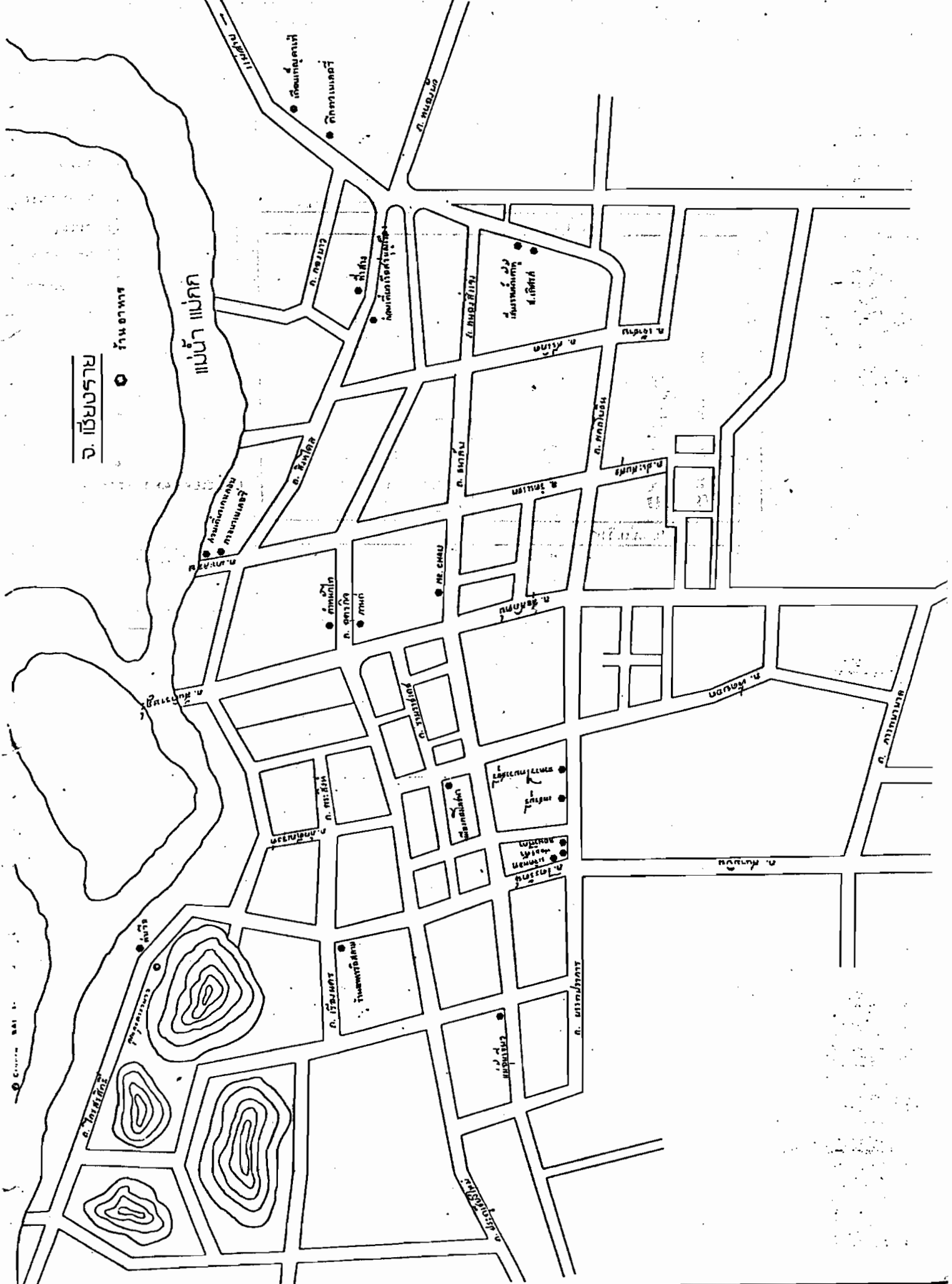
ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

ท่าเรือท่าดอกคำใต้

ท่าเรือท่าดอกคำเหนือ

แผนภาพที่ 3 แสดงที่ตั้งของธุรกิจร้านอาหารบริเวณตัวเมืองจังหวัดเชียงราย



จ. เชียงราย

● ร้านอาหาร

แม่น้ำแม่จอก

จ. อินทนิล

จ. ขวัญเมือง

จ. อดุลยเดชวิกรม

จ. ดอยช้าง

จ. แม่จอก

จ. เวียงสา

จ. สบปราบ

จ. ทุ่งกุ่ม

จ. ทรายมูล

จ. เรณู

จ. ไผ่ล้อม

จ. สบเมว

จ. เวียงเชียงรุ้ง

จ. ฝาง

จ. ฟ้าก๊าก

จ. สบปราบ

จ. ทุ่งกุ่ม

จ. ทรายมูล

จ. เรณู

จ. ไผ่ล้อม

จ. สบเมว

จ. เวียงเชียงรุ้ง

จ. ฝาง

จ. ฟ้าก๊าก

จ. สบปราบ

จ. ทุ่งกุ่ม

จ. ทรายมูล

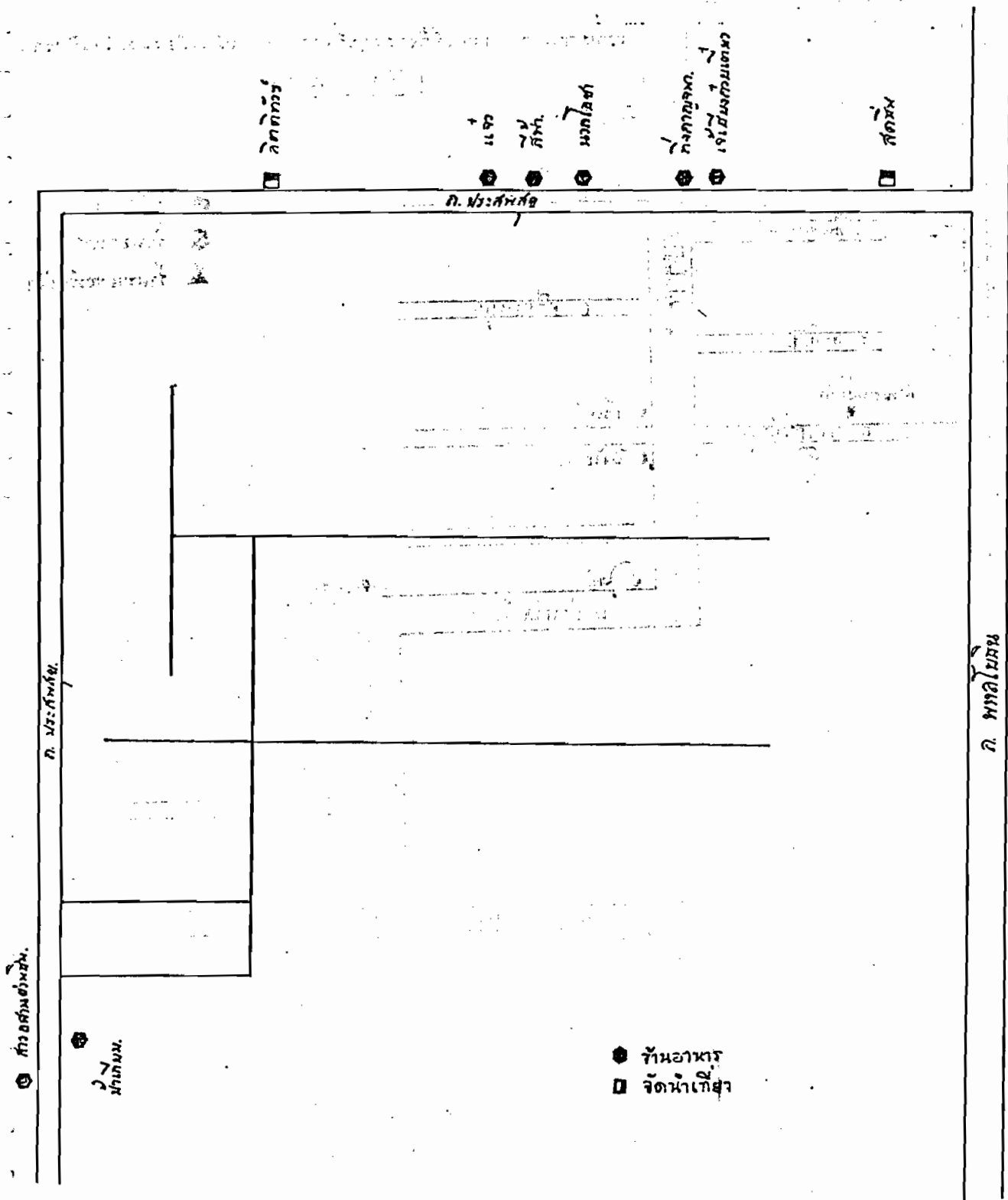
จ. เรณู

จ. ไผ่ล้อม

จ. สบเมว







แผนภาพที่ 6 แสดงที่ตั้งของธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจจัดน้ำเที่ยวบริเวณถนนประจักษ์

# เชียงราย

- ที่พักแรม
- ร้านอาหาร
- ▲ ร้านขายของที่ระลึก

ไอ้ควีนพาทย์ ▲

กงเต็ง ●

กงเต็งหมก ●

น้มนักไต๋ ●

ส่วนอาหารหมัก ●

ม. หมัก

ไปสาย →

SUPER HIGHWAY

← มาที่นี่

▲ ศูนย์จัดการมหรันนาเชียงราย

● (ตม) GUEST HOUSE

แควฟาย ●

กขตมหารา ●

หตุ ●

รามทา ●

ก. แควฟาย

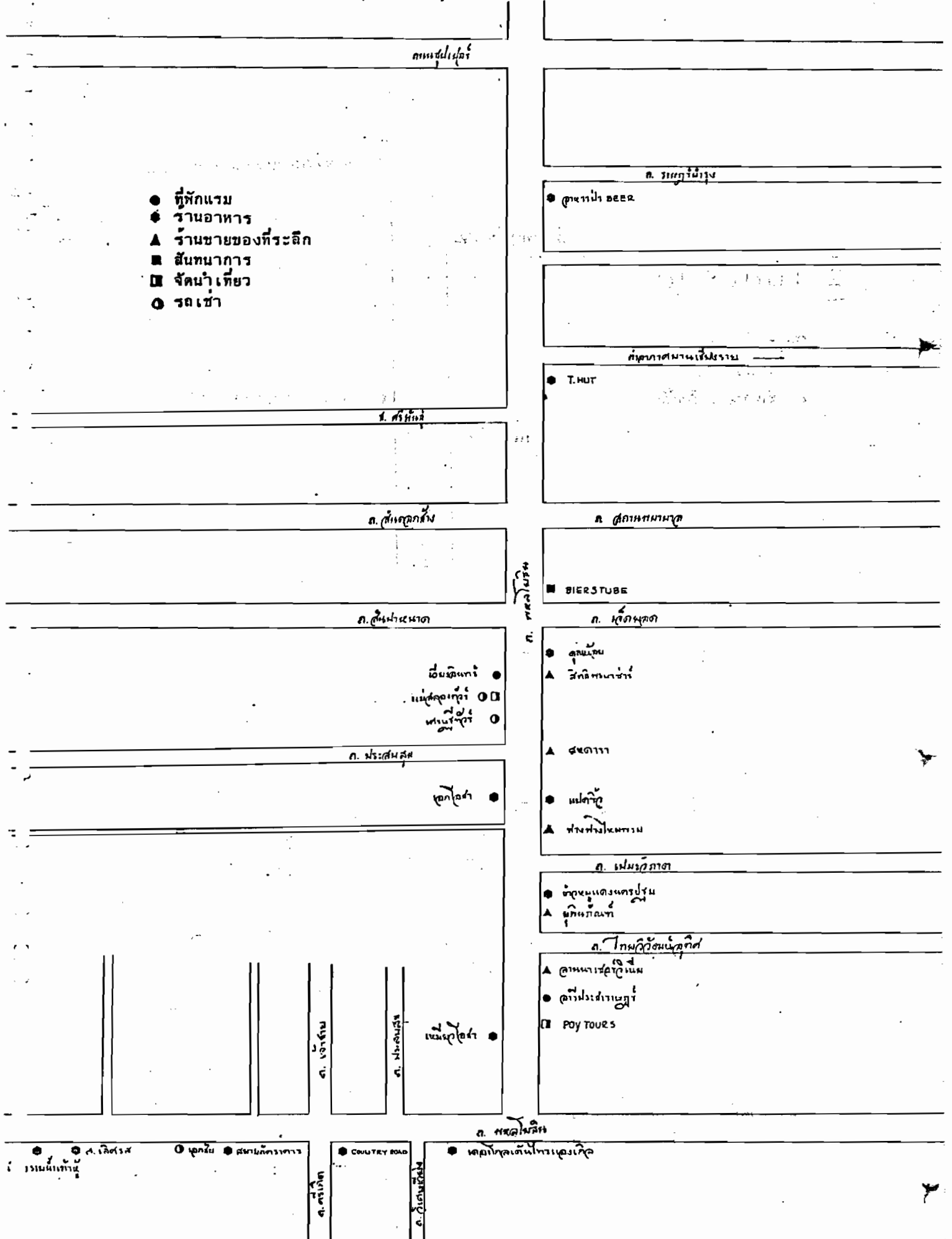
ตมหมก ●

แผนภาพที่ 7 แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ บริเวณถนนซูเปอร์ไฮเวย์

ก. ดวค:ดิน



แผนภาพที่ 8 แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ บริเวณถนนพหลโยธิน



แม่สลองวิสาหกิจ

COFFEE SHOP

แม่สลองวิสาหกิจ

ห้องอาหารชั่วคราว

แปลงกุหลาบ

กลุ่มแผงบ้านขาย  
ของวิสาหกิจ ประมาณ 9 แผง

### ดอยแม่สลอง

- ที่พักแรม
- ร้านอาหาร
- ▲ บ้านขายของวิสาหกิจ

- หักหล่ม
- ▲ ผ่าป่า: เติร์กู
- เข็มแม่สลอง

● บ้านตากอากาศ

- บ้านจำหน่ายกบตัวต่อ
- เวนใหม่: เสา
- แม่สลอง: เกล็ด เสา
- ไร่กาแฟ
- หัก หล่ม (วิสาหกิจ)
- ไร่กาแฟ

▲▲▲▲ กลุ่มเงินขายของวิสาหกิจ  
ประมาณ 9 แผง

● บ้านตากอากาศ

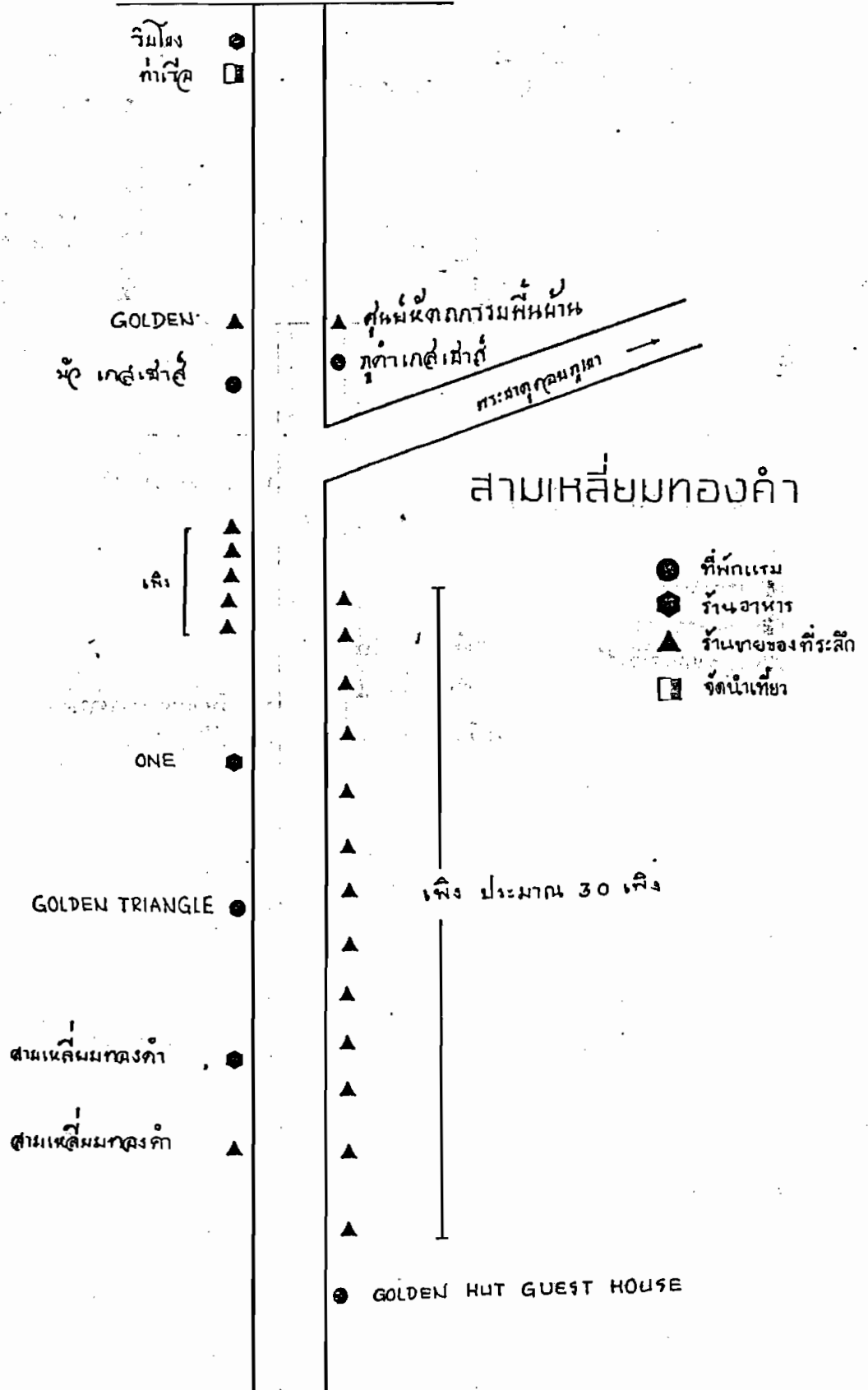
▲▲▲▲▲ กลุ่มเงินขายของวิสาหกิจ  
ประมาณ 12 แผง

▲▲▲▲▲ กลุ่มเงินขายของวิสาหกิจ  
ประมาณ 20 แผง

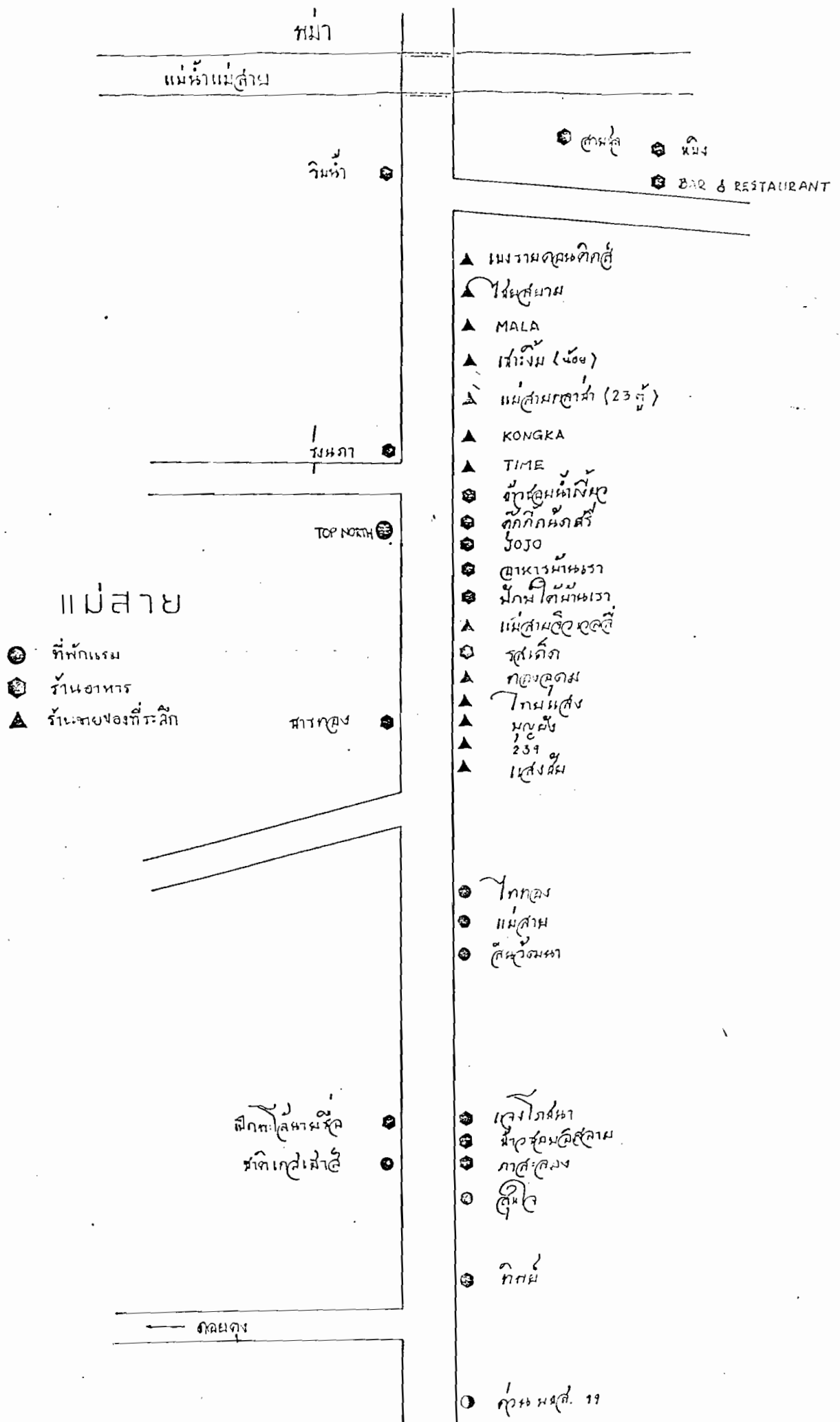
- ▲ ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว วิสาหกิจแม่สลอง
- ศาลากลาง
- ศาลากลาง

แผนภาพที่ ๑ แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ บริเวณดอยแม่สลอง

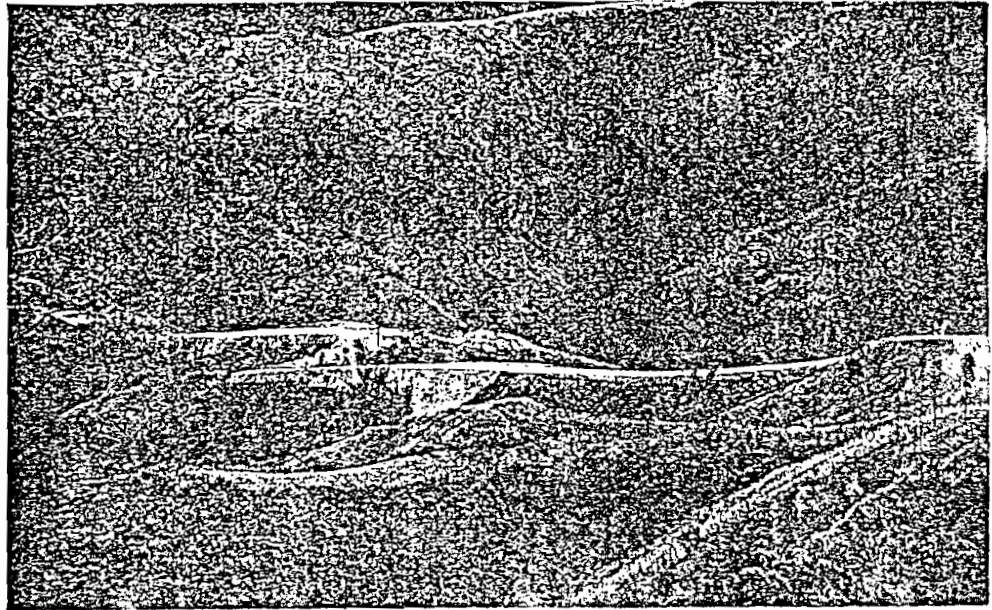
สามเหลี่ยมทองคำ



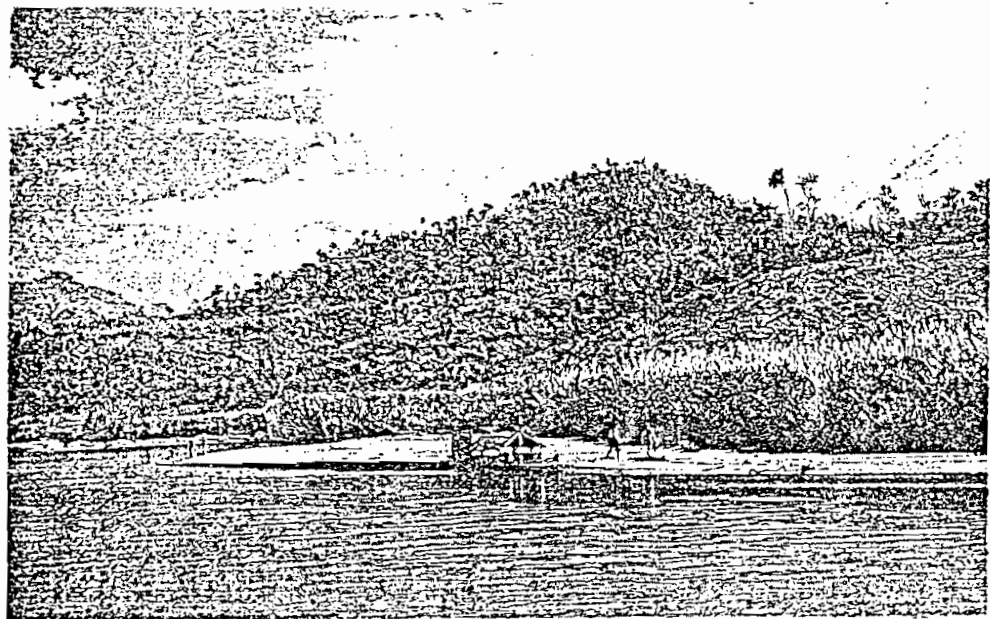
แผนภาพที่ 10 แสดงที่ตั้งของธุรกิจต่าง ๆ บริเวณสามเหลี่ยมทองคำ



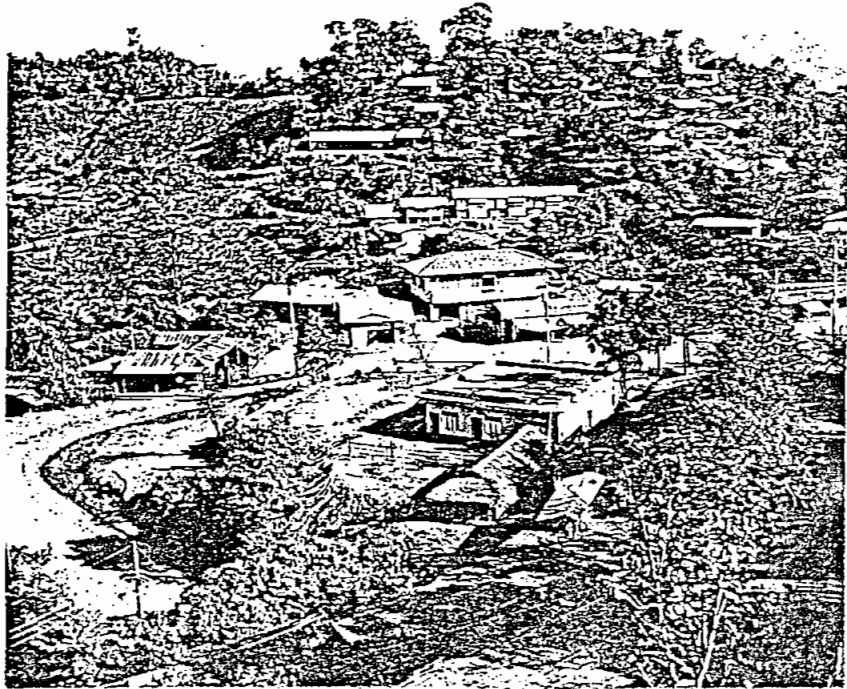
แผนภาพที่ 11 แสดงที่ตั้งของธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกที่แม่สาย



ถนนสายใหม่ระหว่างท่าคอนกับตอยแม่สลอง



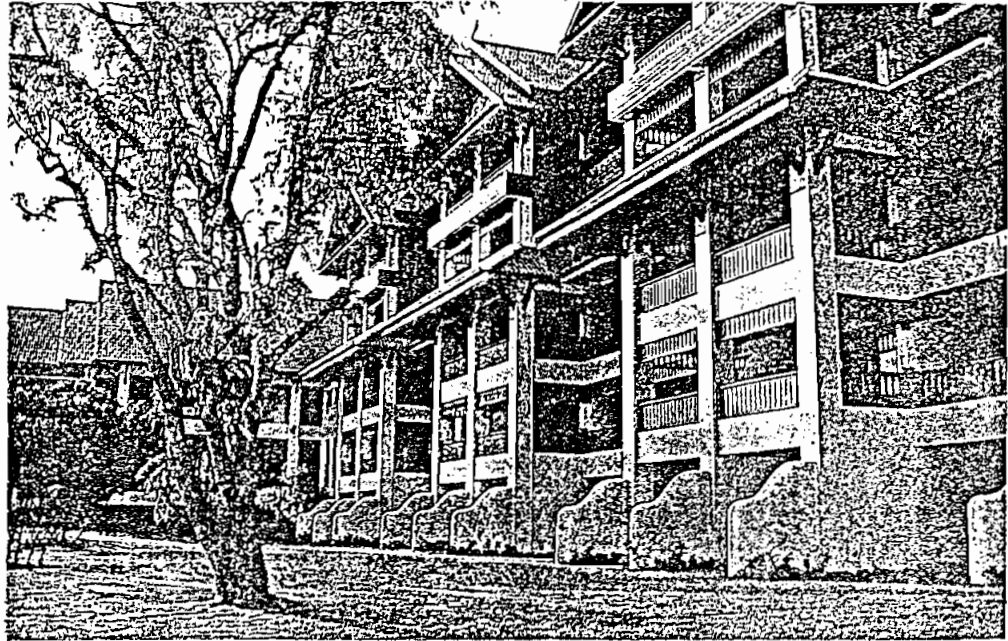
แม่น้ำกก เส้นทางคมนาคมและการท่องเที่ยวทางน้ำ



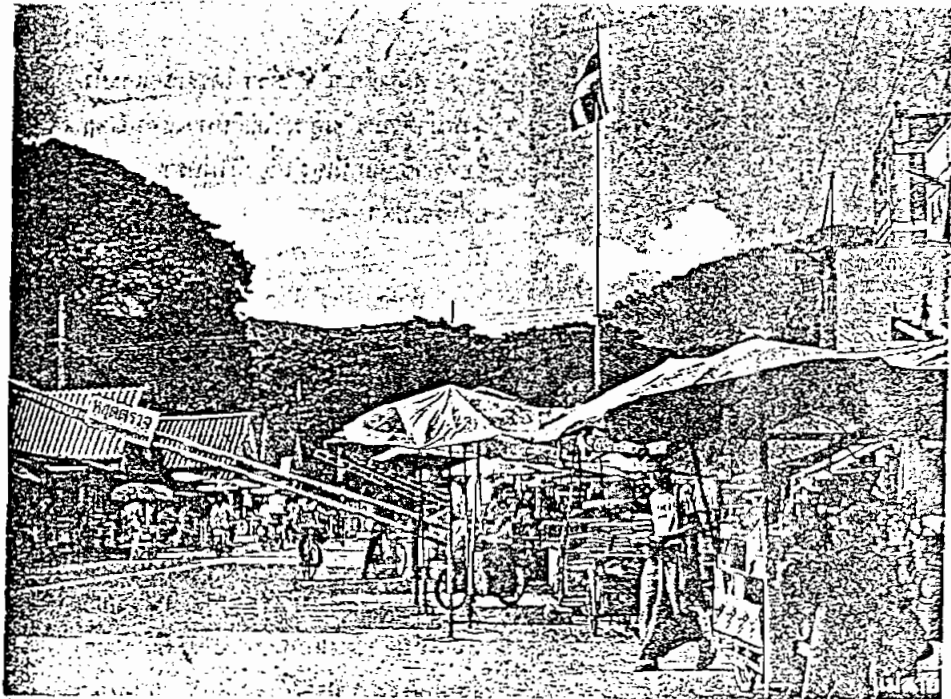
หมู่บ้านที่อยู่อาศัยของชาวดอยแม่สลอง



แผงขายของที่ระลึกของชาวเขาระหว่างทางไปดอยแม่สลอง



ที่พักแรมอันทรุหรายริเวณสามเหลี่ยมทองคำ



ร้านขายของที่ระลึกบริเวณชายแดนไทย-พม่า ที่แม่สาย

สุโขทัย



## จังหวัดสุโขทัย

### 1. ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัดสุโขทัย

#### 1.1 ลักษณะทางกายภาพ

1.1.1 ที่ตั้ง สุโขทัยเป็นจังหวัดในภาคเหนือตอนล่าง เช่นเดียวกับตาก กำแพงเพชร พิจิตร และ พิษณุโลก โดยมีพื้นที่ค่อนข้างไปทางเหนือ มีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 427 กิโลเมตร มีพื้นที่ 6,974 ตร.กม. ซึ่งใหญ่เป็นอันดับที่ 31 ของประเทศ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 9 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองสุโขทัย อำเภอศรีสัชชนาลัย อำเภอสวรรคโลก อำเภอศรีมาศ อำเภอศรีสำโรง อำเภอศรีนคร อำเภอทุ่งเสลี่ยม อำเภอกงไกรลาศ และ อำเภอบ้านด่านลานหอย มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียงดังนี้ คือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดแพร่

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดอุตรดิตถ์ และพิษณุโลก

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดลำปาง และตาก

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดกำแพงเพชร

1.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิประเทศของสุโขทัย แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ทางด้านทิศเหนือและทิศตะวันตก โดยมากแล้วจะเป็นพื้นที่ป่าและภูเขา ในขณะที่ทางทิศใต้และทิศตะวันออกเป็นที่ราบลุ่มจะมีเนินเขาบ้างก็แต่เพียงเนินเล็ก ๆ เท่านั้น ดังนั้นประชากรจึงอยู่หนาแน่นทางด้านนี้ โดยเฉพาะที่ราบลุ่มแม่น้ำยม จะมีเพียงอำเภอทุ่งเสลี่ยม และอำเภอบ้านด่านลานหอยที่อยู่ทางตะวันตกที่ไม่ใช่ที่ราบลุ่มน้ำ ส่วนอำเภอศรีนครก็ตั้งอยู่บนที่ราบลุ่มแม่น้ำเช่นกัน แต่เป็นแม่น้ำน่าน ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าสภาพภูมิประเทศของสุโขทัยจะเอียงลาดจากตะวันตกมาตะวันออก และจากเหนือมาได้ โดยมีลำน้ำยมตัดผ่านใจกลางเมือง

1.1.3 ภูมิอากาศ ของจังหวัดสุโขทัย แบ่งได้เป็น 3 ฤดู คือ ฤดูฝน ฤดูหนาว และฤดูร้อน ฤดูฝนเริ่มประมาณปลายเดือนพฤษภาคม-กลางเดือนตุลาคม ระยะเวลาที่มีฝนตกชุก อยู่ประมาณเดือนสิงหาคม-กันยายน ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 1,155.1 มม. ฤดูหนาวเริ่มประมาณต้นเดือนพฤศจิกายน-สิ้นเดือนมกราคม โดยช่วงกลางเดือนตุลาคม-ต้นเดือนพฤศจิกายน เป็นช่วงเปลี่ยนฤดู จึงอาจจะมีฝนตกบ้างเล็กน้อย อุณหภูมิในฤดูหนาวของสุโขทัยก็ไม่ต่ำมากนัก จึงเป็นช่วงที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการท่องเที่ยว ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่ต้นเดือนกุมภาพันธ์-กลางเดือน

พฤษภาคม ลักษณะอากาศค่อนข้างร้อน อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 27.8 องศาเซลเซียส โดยเดือนเมษายนเป็นเดือนที่มีอุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุด ส่วนเดือนธันวาคมเป็นเดือนที่มีอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุด

1.1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ ในจังหวัดสุโขทัย ที่สำคัญและมีส่วนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว แบ่งเป็น

ก. ทรัพยากรป่าไม้ ที่สำคัญได้แก่ อุทยานแห่งชาติรามคำแหง วนอุทยานศรีสัชชาลัย และวนอุทยานถ้ำลม-ถ้ำวัง

ข. แหล่งน้ำ คือแม่น้ำยม ซึ่งก็เป็นแม่น้ำสายสำคัญของภาคเหนือ โดยเกิดจากเขาขุนขาม อำเภอปง จังหวัดพะเยา ไหลลงทางใต้ของจังหวัดแพร่ และไหลผ่านเกือบทุกอำเภอของสุโขทัย จากเหนือจรดใต้ ซึ่งถ้าปราศจากแม่น้ำยมนั้นแล้ว สุโขทัยก็จะ เป็นจังหวัดที่แห้งแล้งมาก นอกจากนี้ยังมีคลองซึ่งแตกสายมาจากแม่น้ำยมอีกเป็นจำนวนมาก เช่น คลองแม่รำพัน คลองกระซังค์ และคลองตาเพชร เป็นต้น

ค. ทรัพยากรด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าสุโขทัยนั้นในอดีตเคยเป็นราชธานีของประเทศไทยมาก่อน เมื่อประมาณ 700 กว่าปีที่แล้ว ดังนั้นสุโขทัยจึงมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นจำนวนมาก จนอาจจะเรียกได้ว่า มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากที่สุดในประเทศไทยก็ว่าได้ ทั้งนี้เพราะจังหวัดสุโขทัย ในปัจจุบันได้รวบรวมชุมชนเมืองในอดีตเข้ามารวมในจังหวัดหลายชุมชนด้วยกัน ที่สำคัญมาก ๆ ก็ได้แก่ ชุมชนเมืองสุโขทัย และชุมชนเมืองศรีสัชชาลัย เป็นต้น นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอีกด้วย ดังนั้นจึงสามารถแยกศูนย์กลางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ศูนย์ คือ เขตอำเภอเมืองสุโขทัย และเขตอำเภอศรีสัชชาลัย ในกลุ่มสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมืองสุโขทัย แบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ เขาหลวง และน้ำตกสายรุ้ง ซึ่งอยู่ในอุทยานแห่งชาติรามคำแหง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่บริเวณเมืองเก่าสุโขทัย ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองปัจจุบันไปทางตะวันตกประมาณ 12 กม. ซึ่งมีชื่อเรียกว่าอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดของจังหวัดสุโขทัย เพราะมีโบราณสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย เช่นอนุสาวรีย์พ่อขุนรามคำแหงมหาราช วัดมหาธาตุ วัดศรีสวย วัดศรีชุม เตาทุเรียง วัดสะพานหิน และสรีดภงส์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติรามคำแหง ซึ่งเป็นที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่งด้วยในกลุ่มสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอศรีสัชชาลัยนั้น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติก็ได้แก่ วนอุทยานศรีสัชชาลัยและหาดเลี้ยว ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ก็ได้แก่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชชาลัย ซึ่งประกอบไปด้วยโบราณสถานมากมายเช่นกัน แต่ที่มีชื่อเสียงโด่งดังที่สุด ก็คงได้แก่ วัดช้างล้อม นอกจากนี้ได้เมืองศรีสัชชาลัยลงมาเล็กน้อยมีเมืองเก่าอีกแห่งหนึ่งคือเมืองเซียง ซึ่งเป็นชุมชนโบราณมาก แต่ปัจจุบันอยู่ในสภาพที่ทรุดโทรมไปตามกาลเวลา

## 1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม

ถึงแม้ว่าจังหวัดสุโขทัยจะไม่ได้เป็นทางผ่านของทางหลวง ซึ่งเชื่อมระหว่างภาคกลาง ไปสู่ภาคเหนือ แต่จังหวัดสุโขทัยก็ตั้งอยู่ระหว่างทางหลวงที่สำคัญ 2 สาย ซึ่งเชื่อมต่อภาคกลาง กับภาคเหนือ นั่นคือ ทางหลวงหมายเลข 1 และทางหลวงหมายเลข 11 ทำให้โครงข่ายการสัญจรไปมาระหว่างทางหลวงสายประธานทั้ง 2 สายนั้น ตัดผ่านสุโขทัย โดยมีทางหลวงหมายเลข 12 เป็นทางเชื่อมระหว่างทางหลวงหมายเลข 1 กับหมายเลข 11 ดังนั้นการคมนาคมของสุโขทัยจึงมีความสะดวกพอสมควร โดยเฉพาะการคมนาคมทางบก

(1) การคมนาคมทางบก มีถนนสายสำคัญและถนนสายหลักที่เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดสุโขทัยกับจังหวัดใกล้เคียง 5 สาย คือ

ก. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101 ซึ่งเชื่อมต่อระหว่างจังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดน่าน โดยผ่าน สุโขทัยและแพร่ ในช่วงระหว่างกำแพงเพชร และแพร่ นั้นเริ่มจากกำแพงเพชรผ่านอำเภอพรานกระต่ายของจังหวัดกำแพงเพชร เข้าสู่อำเภอดิวิมาศของสุโขทัย จากนั้นเข้าสู่ตัวเมืองสุโขทัย (ในลักษณะทางเลี้ยวเมือง) ผ่านอำเภอศรีสำโรง อำเภอสวรรคโลก อำเภอศรีสัชชนาลัย จากนั้นเข้าสู่จังหวัดแพร่ โดยผ่านอำเภอเด่นชัย และอำเภอสูงเม่น โดยระยะทางจากสุโขทัย ถึงแพร่ 165 กม. และจากสุโขทัยถึงกำแพงเพชร 77 กม.

ข. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 102 ทางหลวงสายสั้น ๆ แต่มีมาตรฐาน เชื่อมต่อระหว่าง อำเภอศรีสัชชนาลัย ถึงจังหวัดอุตรดิตถ์ เมื่อคิดระยะทางจากอำเภอเมืองสุโขทัย ถึงจังหวัดอุตรดิตถ์ จะมีระยะทางประมาณ 100 กม.

ค. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 ซึ่งเชื่อมต่อระหว่างจังหวัดตากกับขอนแก่น โดยผ่านสุโขทัย พิชณุโลก และชัยภูมิ ในช่วงระหว่างตากกับพิจนุโลกนั้นเริ่มจากตากเข้าสู่อำเภอบ้านด่านลานหอยของสุโขทัย ผ่านตัวเมืองสุโขทัย อำเภอกงไกรลาศ เข้าสู่จังหวัดพิจนุโลก โดยระยะทางจากตากถึงสุโขทัยยาวประมาณ 79 กม. และจากสุโขทัยถึงพิจนุโลก ประมาณ 59 กม.

ง. เส้นทางที่เชื่อมสุโขทัยกับลำปางนั้น ไม่มีเส้นทางโดยตรง แต่มีเส้นทางหลวงหมายเลข 1048 ซึ่งเริ่มจาก อำเภอสวรรคโลก ผ่าน อำเภอทุ่งเสียมเข้าสู่อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง และเส้นทางนี้ค่อนข้างเดินทางลำบาก จึงนิยมใช้เส้นทางอีกเส้นทางหนึ่ง คือจากทางหลวงหมายเลข 101 จากสุโขทัย ผ่านไปถึงศรีสัชชนาลัย จากนั้นไปอีกประมาณ 70 กม. จึงแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 11 บริเวณบ้านแม่ลองเข้าสู่ตัวเมืองลำปาง โดยมีระยะทางจากสุโขทัยถึงลำปางประมาณ 207 กม.

จ. นอกจากนี้ การเดินทางไปยังอำเภอศรีนคร นั้น จำเป็นจะต้องผ่านอำเภอสวรรคโลก ไปตามทางหลวง หมายเลข 1160 ไปบรรจบกับทางหลวง 1046 เข้าสู่ตัวเมืองอุตรดิตถ์

จ. ทางรถไฟ เนื่องจากตัวเมืองสุโขทัยไม่มีทางรถไฟผ่าน จะมีก็แต่ที่อำเภอสวรรคโลก เท่านั้น เพราะฉะนั้นการเดินทางโดยรถไฟไปสุโขทัยสามารถกระทำได้โดย จากสถานีกรุงเทพฯ โดยสายรถไฟสายเหนือ แล้วแยกที่ชุมทรวงบ้านดารา อุดรดิตต์ ไปสุดที่สถานีสวรรคโลก ระยะทางประมาณ 487 กม. แล้วโดยสารรถยนต์ตามถนนสายสวรรคโลก-สุโขทัยอีก 38 กม. หรือ ลงรถไฟที่สถานีพิษณุโลก ระยะทางประมาณ 389 กม. แล้วโดยสารรถยนต์ตามถนนสายพิษณุโลก-สุโขทัย อีกประมาณ 58 กม.

(2) การคมนาคมทางน้ำ กระทำได้ลำบากและเสียเวลาค่อนข้างมากจึงไม่เป็นที่นิยม โดยเฉพาะในฤดูแล้ง ลำนํ้าขมจะปรากฏว่ามีเกาะแก่งใหญ่น้อยมากมาย ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเดินเรือเป็นอย่างมาก

(3) การคมนาคมทางอากาศ จังหวัดสุโขทัย ไม่มีสนามบินพาณิชย์ตั้งอยู่ ดังนั้นการเดินทางทางอากาศ สามารถกระทำได้โดย โดยสารเครื่องบินจากท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ไปลงที่สนามบินจังหวัดพิษณุโลก หรือสนามบินจังหวัดตาก จากนั้นจึงโดยสารรถยนต์เข้าสู่จังหวัดสุโขทัยต่อไป

จะเห็นว่าการคมนาคมทางรถยนต์ จะเป็นการคมนาคมที่สะดวกที่สุดสำหรับจังหวัดสุโขทัย เพราะมีโครงข่ายทางหลวงอยู่พอสมควร และสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกตลอดปี ในขณะที่การคมนาคมทางเรือ และเครื่องบิน ค่อนข้างจะไม่สะดวกนักและการคมนาคมทางรถไฟจะสะดวกสำหรับอำเภอสวรรคโลก ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว 2 แห่ง คือที่อำเภอเมืองสุโขทัย และอำเภอศรีสัชชนาลัย

## 2. บทบาทของจังหวัดสุโขทัย

### 2.1 การเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ

2.1.1 นโยบายระดับประเทศ จังหวัดสุโขทัยนั้นมีกิจกรรมทางด้านอุตสาหกรรมน้อยมากอันเนื่องมาจากการขาดแคลนทรัพยากรแร่ธาตุ แต่อย่างไรก็ดีด้วยความที่เคยเป็นเมืองหลวงเก่า จึงมีโบราณสถานโบราณวัตถุมากมาย สุโขทัยจึงได้รับเลือกให้เป็นจังหวัดท่องเที่ยวด้วยแห่งหนึ่ง

2.1.2 นโยบายระดับท้องถิ่น ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างอันประกอบไปด้วยจังหวัดตาก กำแพงเพชร สุโขทัย นิจิตร และพิษณุโลกนั้น สุโขทัยเป็นเพียงจังหวัดเดียวที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มียุคพร้อมที่สุด แต่นโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่เด่นชัดนัก เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดกำแพงเพชร แต่ก็นับว่าดีกว่าจังหวัดนิจิตร ดังนั้นถ้าได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วนและรวดเร็วแล้ว สุโขทัยก็จะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

ที่สำคัญที่สุดของประเทศได้ และยังสามารถเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญไปยังจังหวัดใกล้เคียงได้อีกด้วย

## 2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2.2.1 ศักยภาพของจังหวัดสุโขทัยที่มีอยู่ขณะนี้ มีเพียง ความได้เปรียบทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งถ้าหากได้รับการพัฒนาอย่างจริงจังแล้ว จะทำให้สุโขทัยกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ชาติไทยได้

### 2.2.2 ข้อจำกัดทางด้านศักยภาพ ประกอบด้วย

(1) ข้อจำกัดทางด้านโครงข่ายการคมนาคม โดยจังหวัดสุโขทัย มิได้เป็นจังหวัดที่ทางหลวงสายใหญ่ ๆ และสายหลักผ่าน นักท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องเดินทางเข้ามาในจังหวัด โดยเฉพาะ อีกทั้งการเดินทางไปมาระหว่างจังหวัดใกล้เคียงก็ยังไม่ดีนัก โดยเฉพาะทางด้านที่ติดต่อกับจังหวัดลำปาง

(2) มีทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่น้อยไม่สามารถที่จะพัฒนาเป็นเมืองอุตสาหกรรมได้จึงเป็นการยากที่จะเกิดการโยกย้ายแรงงานเข้ามา อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติก็ไม่สามารถดึงดูดใจได้เพียงพอต่อการให้ประชาชนในจังหวัดใกล้เคียงอพยพโยกย้ายหรือเดินทางเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจกับสภาพธรรมชาติ

(3) ลักษณะที่ตั้งของจังหวัด ซึ่งเป็นพื้นที่รอยต่อระหว่างภาคกลางกับภาคเหนือ ซึ่งมีศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับชาติ คือ กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวสูง จึงทำให้เป็นพื้นที่ในลักษณะทางผ่านมากกว่าที่จะเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

(4) แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ของจังหวัดทั้ง 2 กลุ่ม ยังตั้งอยู่ห่างกันพอสมควร โดยมีอำเภอสวรรคโลกเป็นจุดศูนย์กลาง แต่ถึงแม้ว่าสวรรคโลกในอดีตจะเคยเป็นจังหวัดมาก่อน และมีเนื้อที่ในเขตเทศบาลถึง 6.82 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมากกว่าสุโขทัยก็ตาม แต่บริการขั้นพื้นฐานทางด้านความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวยังมีไม่พอเพียง ประกอบกับลักษณะของเขตเมืองไม่สามารถที่จะขยายออกไปอีกได้ ทำให้ยากแก่การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว นอกจากนี้ธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยก็เติบโตไปโดยลำพัง ไม่ได้รับการเกื้อกูลจากการท่องเที่ยวของจังหวัดใกล้เคียง โดยเฉพาะยังมีการแข่งขันแบบกลาย ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กับจังหวัดกำแพงเพชร อีกด้วย

### 3. นโยบาย เป้าหมาย รูปแบบของระดับการพัฒนา

#### 3.1 กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย

3.1.1 จากนโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ ที่กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการช่วยลดการขาดดุลการชำระเงินและหรือนำเข้าเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือสำหรับนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทั้งในด้านพัฒนาสาธารณูปโภคและก่อให้เกิดอาชีพใหม่ ๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยกระจายรายได้และยกระดับรายได้และมาตรฐานการครองชีพของประชาชนในท้องถิ่นด้วย ดังนั้นการพัฒนากการท่องเที่ยวจึงเป็นการขยายความเจริญสู่ภูมิภาค ช่วยลดภาระเมืองหลวง และพัฒนาเมืองหลักตามภาคต่าง ๆ ช่วยชลปัญหาการอพยพของประชากรสู่เมืองหลวง

3.1.2 เมื่อพิจารณากรอบนโยบายของการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติ ระดับภาค และสภามการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย สามารถที่จะกำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ได้ดังนี้

- (1) การท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดการขยายตัวของตลาดสินค้าขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะทางด้านเกษตรกรรม เพื่อที่จะยกระดับรายได้ประชากรในท้องถิ่นและในชนบท ทั้งนี้ผลผลิตที่ได้จะถูกส่ง ไปยังนักท่องเที่ยวโดยตรง เป็นผลให้เกิดการกระจายรายได้อย่างยุติธรรม
- (2) การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้ และเสถียรภาพทางการเงิน และการแก้ดุลการชำระเงินตราต่างประเทศ โดยเกิดจากการหมุนเวียนเงินตราของนักท่องเที่ยว และการดึงเงินตราต่างประเทศ
- (3) การท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมต่อเนื่อง ซึ่งเป็นแหล่งสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมขึ้นในพื้นที่ และลดปัญหาการว่างงาน การอพยพย้ายถิ่น และการกระจายความเจริญสู่ส่วนกลาง
- (4) การท่องเที่ยวจะต้องเสริมสร้างภานมจน์และชื่อเสียงที่ดีให้แก่จังหวัดสุโขทัย โดยเฉพาะความเป็นจังหวัดที่เคยเป็นราชธานีของชาติไทยมาแต่โบราณ มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่โอฬารตระการตา และการบริการทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ
- (5) การท่องเที่ยวจะต้องเป็นตัวก่อให้เกิดการขยายตัวของชุมชนหลัก อันได้แก่ อำเภอเมืองสุโขทัย อำเภอสวรรคโลก และอำเภอศรีสัชนาลัย โดยเฉพาะอำเภอสวรรคโลก

ซึ่งเป็นศูนย์กลาง ให้กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของจังหวัดและภูมิภาค

(6) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดดุลทางธรรมชาติ คือ ความสมดุลของการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และชนบทธรรมนิยมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น

3.1.3 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว และพิจารณาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวและความพร้อมที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถกำหนดกรอบนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดังนี้

(1) กำหนดให้สุโขทัยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนล่าง อันประกอบไปด้วยจังหวัด พิษณุโลก นิจิตร ตาก และสุโขทัย นอกจากนี้ ควรกำหนดให้สุโขทัยเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย

(2) กำหนดให้การท่องเที่ยวในวนอุทยานและอุทยานแห่งชาติ เป็นการท่องเที่ยวในระดับประเทศ ที่มีความพร้อมด้านการบริการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศอย่างเพียงพอและเหมาะสมกับทรัพยากรที่มี

(3) กำหนดให้อำเภอสวรรคโลกเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทพักผ่อนหย่อนใจ เพราะสภาพทางภูมิศาสตร์ของอำเภอสวรรคโลก ตั้งอยู่ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวของทั้ง 2 อำเภอ คือ อำเภอเมืองและอำเภอสรีวิชนาลัย

(4) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของจังหวัดให้เข็นแหล่งท่องเที่ยวเสริม โดยการบูรณะโบราณสถานบางแห่ง และสร้างสถานที่พักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีโครงข่ายเสริมแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์

(5) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ ของจังหวัดให้เสริมซึ่งกันและกัน อันจะเกิดประโยชน์และเป็นการประหยัดงบประมาณและเวลา ในการพัฒนามากที่สุด

3.1.4 เพื่อให้บรรลุนโยบายดังกล่าวในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีกลวิธีดังนี้

(1) การบำรุงรักษา และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

(2) ร่วมมือกับจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น

(3) ส่งเสริมการลงทุนทั้งภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วและจะพัฒนาให้สอดคล้องกัน

(4) ส่งเสริมภาคเอกชน ให้ลงทุนด้านบริการท่องเที่ยว โดยให้มีต้นทุนไม่สูงนัก และสามารถที่จะแข่งขันกับตลาดต่างจังหวัดและต่างประเทศได้ รวมทั้งสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

(5) สนับสนุนให้การลงทุนภาคเอกชน เป็นการลงทุนขนาดกลางและขนาดเล็กในการผลิตสินค้าและบริการอย่างแท้จริง ทั้งนี้ควรดูแลให้การพัฒนาภาคเอกชนอยู่ในกรอบที่เหมาะสม สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งทางด้านธรรมชาติและสังคมน้อยที่สุด

(6) วางแผนการใช้ที่ดินเพื่อการท่องเที่ยวทั้งในระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ รวมทั้งควบคุมการใช้ที่ดินและการก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องพิจารณาแหล่งเงินทุนและแรงจูงใจให้มีการลงทุน ในกิจการพื้นฐานที่จำเป็น

(7) พัฒนาสาธารณูปโภคให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและประชากรที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการพัฒนาาระบบการสื่อสารและโทรคมนาคม เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในอนาคต

(8) ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริม และชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น โดยเฉพาะการขยายวันพักของนักท่องเที่ยวให้นานขึ้น และเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับการพัฒนา

(9) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการศาสนา โดยเน้นเรื่องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ตลอดจนดูแลสภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาดสวยงาม และอยู่ในสภาพที่ดีตลอดไป

(10) ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประเพณี และเทศกาลที่สำคัญของจังหวัด เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และน่าสนใจของคนทั่วไป

(11) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็กที่ยังไม่มีความสำคัญ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวหลักของแต่ละอำเภอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริม รวมทั้งมีการจัดวางเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการ ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสม

(12) พัฒนากองคกรเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งของรัฐและเอกชน ตลอดจนจัดระบบประสานงานเพื่อการพัฒนา ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการ

(13) ในการพัฒนาให้คำนึงถึงการสงวนรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติให้มากที่สุด และอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม เพื่อให้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ตลอดจนวางมาตรการป้องกันและควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม



(14) กำหนดระยะเวลาการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพความต้องการด้านตลาดการท่องเที่ยวและความเหมาะสมในการลงทุน โดยแบ่งระยะเวลาการพัฒนาเป็น 2 ระยะคือ ระยะกลาง ระยะเวลา 5-10 ปี และระยะยาว ภายใน 20 ปี ในระยะกลางควรเน้นการพัฒนาในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์เพราะมีการคมนาคมสะดวกและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากกว่า ส่วนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรเตรียมการในระยะยาว เพื่อหามาตรการป้องกันสภาพแวดล้อมด้วย

(15) พัฒนาการบริการทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดดีขึ้น โดย

- ดำเนินการให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านความคุ้มครอง และปราบปรามพิเศษ

- จัดระเบียบธุรกิจเพื่อป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งจะ เป็นผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถูกทำลาย ควรจัดให้มีการประสานงานให้มีมาตรฐานและ เหยิงพอ

- ปรับปรุงกิจการสาธารณะ เช่น รถโดยสารให้สะดวก - เพื่อให้ นักท่องเที่ยว มาใช้บริการ ซึ่งจะ เป็นการสนับสนุนการประหยัดพลังงาน

- ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้เข้ามาเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศให้เข้ามาเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยมากขึ้น

- เร่งรัดให้มีการพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทุกระดับอย่างมีมาตรฐานและพอเพียง เพื่อลดแรงงานจากต่างประเทศ โดยเฉพาะระดับบริการ

- ปรับปรุงเทคนิคและวิธีการด้านการส่งเสริมการตลาดให้ทันสมัยวางกลไกบริหารให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมรับผิดชอบมากขึ้น และทุกขั้นตอนกล่าวคือ การหาความรู้ ความเข้าใจ การวางแผนและขึ้นปฏิบัติดำเนินงานด้านการตลาด

- จัดการเผยแพร่ให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดให้แก่ประชาชน เพื่อให้เกิดความรักและหวงแหนในทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว

- จัดให้มีศูนย์ประสานและติดตามผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยให้เอกชนและสถาบันสื่อมวลชน มีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิด

4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ

4.1.1 ธุรกิจประเภทที่พักแรม

(1) ประเภท ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ

จากการสำรวจพบว่า มีสถานที่พักแรมทั้งหมด 11 แห่ง แบ่งเป็นโรงแรม 8 แห่ง เกสต์เฮ้าส์ 2 แห่ง และ บังกาโล 1 แห่ง โดยบังกาโลตั้งอยู่ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย (เมืองเก่า) ส่วนที่เหลือตั้งอยู่ในตัวเมือง (ตารางที่ 1) ในการแบ่งระดับของที่พักแรมนั้นแบ่งได้เป็นระดับ C2 จำนวน 1 แห่ง และระดับ C3 จำนวน 10 แห่ง ซึ่งในการแบ่งระดับของสถานที่พักแรมนี้ มีเกณฑ์ในการวัดสำหรับการวัดมาตรฐานของที่พักแรม ดังนี้ คือ

- สถานที่พักแรมระดับ A คือ สถานที่พักแรมที่มีราคาค่าที่พัก มากกว่า 2,500 บาทต่อคืน
- สถานที่พักแรมระดับ B คือ สถานที่พักแรมที่มีราคาค่าที่พักตั้งแต่ 1,500 ถึง 2,500 บาทต่อคืน
- สถานที่พักแรมระดับ C1 คือ สถานที่พักแรมที่มีราคาค่าที่พักตั้งแต่ 1,000 ถึง 1,499 บาทต่อคืน
- สถานที่พักแรมระดับ C2 คือ สถานที่พักแรมที่มีราคาค่าที่พักตั้งแต่ 400 ถึง 999 บาทต่อคืน
- สถานที่พักแรมระดับ C3 คือ สถานที่พักแรมที่มีราคาค่าที่พัก ต่ำกว่า 400 บาทต่อคืน

ซึ่งสถานที่พักแรมระดับ C2 ซึ่งมีอยู่เพียงแห่งเดียวนั้นเป็นประเภทโรงแรม ส่วนที่เหลือ เกสต์เฮ้าส์ และบังกาโล เป็นสถานที่พักแรมระดับ C3 ทั้งหมด

ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในที่พักแรม พบว่า โรงแรมระดับ C2 มี ลิฟต์ ลิ้นท์ ที่จอดรถ ตู้โทรศัพท์ แท็กซี่ บริการซักรีด ห้องประชุม และ เทเลแฟกซ์ แต่ไม่มี สวนหย่อม ขณะที่สถานที่พักแรมระดับ C3 ทุกแห่งมีที่จอดรถและบริการซักรีด มีแท็กซี่ ร้อยละ 90 มีลิ้นท์ร้อยละ 70 มีตู้โทรศัพท์ร้อยละ 60 มีห้องประชุมร้อยละ 30 และมีสวนหย่อมร้อยละ 20 ดังนั้นจะเห็นว่า การมีที่จอดรถ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับของโรงแรม แต่อาจจะขึ้นอยู่กับความจำเป็นของสภาพแวดล้อม เพราะสถานที่พักแรมส่วนใหญ่ตั้งอยู่ภายในตัวเมือง ส่วนอีกแห่งที่เหลือก็ตั้งอยู่บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ซึ่งมีการสัญจรไปมา อย่างมาก จึงจำเป็นต้องมีที่จอดรถเฉพาะ ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นั้น ไม่สามารถจะสรุปได้ว่าขึ้นอยู่กับระดับของโรงแรมหรือไม่ ทั้งนี้เพราะมีสถานที่พักแรมที่แตกต่างไปจากระดับ C3 เพียงแห่งเดียวนั้น (ตารางที่ 2 และตารางที่ 3)

(2) ระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า โรงแรมระดับ C2 ได้ดำเนินการมาเป็นเวลา 9 ปี สำหรับสถานที่พักแรมระดับ C3 นั้น ร้อยละ 20 ดำเนินกิจการมาเพียง 1 ปี ร้อยละ 10 ดำเนินกิจการมา 4 ปี ร้อยละ 30 ดำเนินกิจการมาถึง 10 ปี และร้อยละ 40 ดำเนินกิจการมานานกว่า 10 ปี (ตารางที่ 4)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ สถานที่พักแรมที่ทำการสำรวจ ร้อยละ 18.18 กล่าวว่า ลูกค้าของตนทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยว โดยสถานที่พักแรมอีกร้อยละ 27.27 กล่าวว่าลูกค้าของตนเป็นนักท่องเที่ยวร้อยละ 21-40 ในขณะที่สถานที่พักแรมอีก 3 กลุ่มแต่ละกลุ่มมีจำนวนร้อยละ 18.18 ของสถานที่พักแรมทั้งหมด กล่าวว่าลูกค้าของตนเป็นนักท่องเที่ยว ร้อยละ 41-60 , 61-80 และ 81-99 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

ทางด้านสัญชาติของกลุ่มลูกค้าของสถานที่พักแรมนั้นพบว่าสถานที่พักแรมจำนวนร้อยละ 18.18 มีลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศทั้งหมด สถานที่พักแรมร้อยละ 36.36 มีลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศ เพียงร้อยละ 1-20 และสถานที่พักแรมร้อยละ 27.27 มีลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศร้อยละ 41-60 ในขณะที่สถานที่พักแรมร้อยละ 9.09 เท่ากัน 2 กลุ่ม กล่าวว่ามียุคค้าเป็นชาวต่างประเทศร้อยละ 61-80 และร้อยละ 81-99 ตามลำดับ

ทางด้านรายได้ของลูกค้า นั้น มีสถานที่พักแรมจำนวนร้อยละ 36.36 กล่าวว่าร้อยละ 61-80 ของลูกค้าของตนเป็นผู้ที่มีรายได้ปานกลาง สถานที่พักแรมจำนวนร้อยละ 27.27 กล่าวว่าลูกค้าของตนร้อยละ 1-20 เป็นผู้ที่มีรายได้สูง เช่นเดียวกัน สถานที่พักแรมอีกร้อยละ 27.27 กล่าวว่าลูกค้าของตนจำนวนร้อยละ 1-20 เป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำ ส่วนที่เหลือออกนั้นจะคละเคล้ากันไป โดยเฉพาะสถานที่พักแรมส่วนใหญ่จะกล่าวว่าลูกค้าของตนเป็นผู้ที่มีรายได้ปานกลาง

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะการมาของผู้เข้าพักในโรงแรมต่าง ๆ จะเห็นว่า มีโรงแรมจำนวนร้อยละ 27.27 ที่กล่าวว่า ลูกค้าของตนทั้งหมดเป็นผู้ที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ และสถานที่พักแรมจำนวนเท่ากัน กล่าวว่าลูกค้าของตนร้อยละ 81-99 เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยที่สถานที่พักแรม ร้อยละ 18.18 กล่าวว่า ลูกค้าของตนร้อยละ 61-80 เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ ส่วนกลุ่มลูกค้าที่เหลือออกนั้น เป็นแขกที่เดินทางมาพักเอง

(4) อัตราการเข้าพัก เมื่อได้จำแนกระยะเวลาในการเข้าพัก โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวกับนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ตามระดับของโรงแรมในจังหวัดสุโขทัย ซึ่งมีอยู่ 2 ระดับ ได้แก่ สถานที่พักแรมระดับ C2 และ C3 สามารถแบ่งได้ดังนี้ สำหรับโรงแรมในระดับ C2 ซึ่งทำการสำรวจเพียง 1 แห่ง พบว่า ในช่วง Low season หรือช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ผู้เข้าพักในโรงแรมจะมีจำนวนประมาณ ร้อยละ 21-40 ในขณะที่ ช่วง High season หรือ ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว จะมีผู้เข้าพัก ร้อยละ 61-80

สำหรับโรงแรมระดับ C3 พบว่า ในช่วง Low season โรงแรมจำนวนครึ่งหนึ่ง มีผู้เข้าพักประมาณ 41-60 และสถานที่พักแรมจำนวนร้อยละ 20 มีผู้เข้าพักประมาณร้อยละ 61-80 และสถานที่พักแรมในจำนวนเท่ากัน มีผู้มาเข้าพักร้อยละ 21-40 ในขณะที่สถานที่พักแรม

ร้อยละ 10 กล่าวว่ามิมีผู้มาพักแรมในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 1-20 ส่วนในช่วง High season พบว่าสถานที่พักแรมร้อยละ 20 มีผู้เข้ามาพักเต็ม และสถานที่พักแรมอีกร้อยละ 20 มีผู้มาเข้าพักเพียงประมาณร้อยละ 21-40

เมื่อพิจารณาอัตราการเข้าพักตามจุดท่องเที่ยว จะพบว่า ในเขตอำเภอเมือง ร้อยละ 20 ของธุรกิจที่พักแรมมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 100 ในช่วง High season ในขณะที่จุดที่ 2 คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยอัตราการเข้าพักของที่พักแรมจะอยู่ระหว่างร้อยละ 61-80 ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาใดก็ตาม (ตารางที่ 6)

(5) ขอบข่ายการดำเนินงาน จากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับวิธีจัดเจ้าหน้าที่ห้องพัก และ หรือบริการต่าง ๆ ของสถานที่พักแรม พบว่า สถานที่พักแรมจำนวนหนึ่งใช้วิธีการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว โดยมีส่วนลดให้แก่บริษัทนำเที่ยวเหล่านั้น สถานที่พักแรมบางแห่งก็ใช้วิธีโอนลูกค้าให้แก่กัน โดยการแนะนำลูกค้าไปใช้บริการ ส่วนสถานที่พักแรมที่เหลือก็มีการติดต่อโดยตรงกับสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ แต่ในบางแห่งก็ไม่มีการติดต่อใด ๆ เลย โดยลูกค้าจะมาใช้บริการกันเอง

(6) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ลักษณะสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการของสถานที่พักแรม จากการสัมภาษณ์ธุรกิจที่พักแรมบางแห่ง พบว่าห้องพักเป็นลักษณะเด่นอันดับแรก โดยมีภัตตาคารหรือร้านอาหารมีความสำคัญเป็นอันดับ 2 ส่วนสถานที่ตั้งและบรรยากาศและการตกแต่งภายใน เป็นสิ่งสำคัญในอันดับต่อ ๆ มา ตามลำดับ

(7) การตลาดของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ในเรื่องการกำหนดอัตราค่าบริการ เมื่อเปรียบเทียบจากระดับของธุรกิจ พบว่า โรงแรมในระดับ C2 ซึ่งมีอยู่เพียงแห่งเดียวควรจะเป็นโรงแรมที่สามารถกำหนดราคาค่าบริการต่าง ๆ ในอัตราที่สูงได้ แต่เนื่องจากความใกล้เคียงของโรงแรมระดับ C2 กับ C3 ทำให้ไม่สามารถกำหนดค่าบริการในอัตราที่สูงได้ ดังนั้นค่าบริการในบางด้านของโรงแรมระดับ C2 จึงไม่อยู่ในอัตราที่สูง สำหรับ อัตราค่าห้องพัก ค่าอาหาร และค่าจัดเลี้ยงและจัดประชุม ส่วนค่าบริการเหล่านั้นนั้น ไม่มีในโรงแรมระดับ C2 สำหรับสถานที่พักแรมในระดับ C3 นั้น ทางด้านราคาห้องพัก มีเพียงร้อยละ 10 ของสถานที่พักแรมระดับ C3 ทั้งหมดที่บอกว่าตั้งราคาสูงกว่าที่พักแรมอื่น ที่เหลือออกนั้นบอกว่าตั้งราคาในระดับเดียวกัน ทางด้าน ค่าอาหาร สถานที่พักแรมครึ่งหนึ่งตั้งราคาต่ำกว่าสถานที่พักแรมอื่น มีเพียงร้อยละ 20 ที่บอกว่าตั้งราคาเท่ากับสถานที่พักแรมอื่น ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 30 ไม่มีบริการอาหาร ทางด้านราคาค่าเช่าพื้นที่ มีสถานที่พักแรมเพียงร้อยละ 10 ที่มีบริการนี้ และกล่าวว่าตนตั้งราคาต่ำกว่าสถานที่พักแรมอื่น ในขณะที่ทุกสถานที่พักแรมไม่มีบริการจัดเลี้ยงและจัดประชุม

เกี่ยวกับเทคนิคหรือวิธีการส่งเสริมด้านการตลาด พบว่าในโรงแรมระดับ C2 จะให้ส่วนลดค่าบริการแก่ผู้มาพักในช่วง Low season หรือ นอกฤดูกาลท่องเที่ยว ในขณะที่มีสถานที่พักแรมระดับ C3 ให้ส่วนลดในช่วง Low season ร้อยละ 60 ของสถานที่พักแรมระดับ C3 ทั้งหมด ส่วนที่เหลือไม่ได้ให้ส่วนลดในช่วง Low season นอกจากนี้ในช่วง Low season

สถานที่พักแรมยังใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดด้านอื่น ๆ อีกคือ มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ มีการให้ข่าวสารกับนักท่องเที่ยว และมีการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น สำหรับในช่วง High season หรือฤดูการท่องเที่ยว จะใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดหลาย ๆ อย่างควบคู่กันไป อาทิ เช่น การปรับปรุงสถานที่ ให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จัดกิจกรรมและบริการพิเศษต่าง ๆ มีการนำสินค้าพื้นบ้านในจังหวัดสุโขทัยมาจำหน่าย ติดต่อกับบริษัททัวร์อยู่ตลอดเวลา และมีการแจกของที่ระลึกในช่วงเทศกาล เป็นต้น

(8) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากการสำรวจ โรงแรม ในระดับ C2 พบว่า โรงแรมมีห้องพัก ในจำนวนที่น้อยไม่พอเพียงกับความต้องการของลูกค้า มี ห้องรับแขก ห้องอาหาร ห้องจัดเลี้ยงจัดประชุม สถานที่จอดรถ เทเล็กซ์หรือเทเลแฟกซ์ ตู้โทรศัพท์ และร้านขายของที่ระลึก อยู่ในระดับกลางหรือพอสมควร ในขณะที่โรงแรมไม่มีบริการในท์คลับ หรือบาร์หรือดิสโก้เทค ไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย ไม่มีสำนักงานชั่วคราว และไม่มีสระว่ายน้ำ ในส่วนของโรงแรมระดับ C3 พบว่า สถานที่พักแรมร้อยละ 40 ไม่มีห้องรับแขก ร้อยละ 30 ไม่มีห้องอาหาร ร้อยละ 20 ไม่มีที่จอดรถ ร้อยละ 80 ไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย ร้อยละ 50 ไม่มีตู้โทรศัพท์ ร้อยละ 90 ไม่มีสำนักงานชั่วคราวและไม่มีร้านขายของที่ระลึก และสถานที่พักแรมทั้งหมดไม่มีห้องประชุมบาร์หรือดิสโก้เทค เทเล็กซ์หรือเทเลแฟกซ์ และสระว่ายน้ำ สำหรับบริการต่าง ๆ ที่มีในโรงแรมระดับ C3 นั้น ที่ด้านห้องพัก สถานที่พักแรมร้อยละ 30 มีมาก ร้อยละ 40 มีระดับปานกลาง ร้อยละ 20 มีเพียงพอค่อนข้างน้อย และร้อยละ 10 มีไม่เพียงพอแก่ความต้องการ ทางด้านห้องรับแขก สถานที่พักแรมร้อยละ 10 มีมาก ร้อยละ 20 มีปานกลาง ร้อยละ 10 มีพอเพียงค่อนข้างน้อย และร้อยละ 20 มีไม่เพียงพอ ทางด้านห้องอาหาร ร้อยละ 10 มีมาก ร้อยละ 40 มีปานกลาง ร้อยละ 20 มีค่อนข้างน้อย ทางด้านที่จอดรถ นั้น ร้อยละ 10 มีมากเกินไป ร้อยละ 20 มีมาก ร้อยละ 30 มีปานกลาง และอีกร้อยละ 10 มีค่อนข้างน้อย ทางด้านตู้โทรศัพท์ ร้อยละ 20 มีมาก และอีกร้อยละ 20 มีปานกลาง ร้อยละ 10 มีค่อนข้างน้อย ทางด้านสำนักงานชั่วคราว มีเพียงร้อยละ 10 ที่มีบริการและมีบริการค่อนข้างน้อย และทางด้านร้านขายของที่ระลึกก็มีบริการเพียงร้อยละ 10 เช่นกัน และมีบริการค่อนข้างน้อย

(9) ปัญหาของธุรกิจ ผู้ประกอบการจำนวนร้อยละ 27.27 มีความพอใจต่อการดำเนินธุรกิจของตนอย่างมาก ร้อยละ 36.36 พอใจค่อนข้างมาก ร้อยละ 27.27 พอใจระดับปานกลาง และอีกร้อยละ 9.09 พอใจค่อนข้างน้อย ถึงแม้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีความพอใจในธุรกิจของตน แต่ก็พบว่ายังมีปัญหาทางธุรกิจที่เผชิญอยู่หลายด้านด้วยกัน โดยเฉพาะปัญหาด้านคุณภาพของพนักงาน และการขาดแคลนแรงงาน คือบุคลากรไม่มีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน อาทิ เช่น ขาดบุคคลที่มีความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ และไม่ถนัดกับงานด้านการโรงแรม ปัญหาด้านการขาดสภาพคล่องในการดำเนินงาน ก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะในช่วง Low season มักจะมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ นอกจากนี้ก็มีปัญหาทางด้านการตลาด ซึ่งมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ปัญหาการไม่มีการท่องเที่ยวตลอดปีอย่างสม่ำเสมอ ปัญหาความไม่

พร้อมด้านระบบการคมนาคม คือไม่ได้เป็นทางผ่านของถนนสายสำคัญ และปัญหาด้านการความเข้มงวดของระบบราชการ และการขาดการลงทุนเสริมและความร่วมมือจากราชการเท่าที่ควร

(10) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า จะมีการปรับปรุงกิจการ โดยการปรับปรุงรูปแบบของกิจการให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานอื่น มีการขยายกิจการให้กว้างขวางขึ้น เปิดกิจการรูปแบบอื่น ๆ เพื่อจูงใจลูกค้าให้มากขึ้น และปรับปรุงกิจการให้บริการ เมื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าให้มากที่สุด

(11) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ธุรกิจโรงแรมจะมีการขยายตัวมากขึ้น มีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจจะคงที่ หรือบางส่วนก็ยังไม่แน่ใจ

#### 4.1.2 ธุรกิจภัตตาคาร และร้านอาหาร

(1) ประเภท ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จำนวนธุรกิจภัตตาคารที่ทำการสำรวจ มีทั้งหมด 39 แห่ง โดยมีจุดสำรวจ 4 ที่คือในตัวเมืองมีธุรกิจที่สำรวจ 15 แห่ง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีธุรกิจที่สำรวจ 15 แห่ง อุทยานศรีสัชนาลัย มี 3 แห่ง และที่หาดเลี้ยว 6 แห่ง ในธุรกิจทั้งหมด 39 แห่งนี้ ร้อยละ 56.41 เป็นประเภทร้านอาหาร ร้อยละ 33.33 เป็นประเภทเชิงชายอาหารหรือรถเข็น ร้อยละ 7.69 เป็นประเภทคอฟฟี่ช็อป และที่เหลือร้อยละ 2.56 เป็นประเภทภัตตาคาร ทางด้านระดับของธุรกิจนั้นแบ่งเป็น ธุรกิจระดับ A มี 2 แห่ง ระดับ B มีจำนวน 5 แห่ง และระดับ C จำนวน 32 แห่ง สำหรับประเภทอาหารที่ทำการขายนั้น พบว่า ธุรกิจทั้งหมดมีอาหารไทยขาย ร้อยละ 35.90 มีอาหารจีนขายและร้อยละ 25.64 มีอาหารยุโรปขาย

ทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของธุรกิจนั้น พบว่า ธุรกิจระดับ A จำนวนครึ่งหนึ่งมีการแสดงและบันเทิงประกอบ ซึ่งการแสดงเหล่านี้ก็เช่น ดนตรี รำไทย ร้องเพลง และการแสดงตลก เป็นต้น ขณะที่ธุรกิจระดับ B และ C มีการแสดงและบันเทิง ร้อยละ 40 และ 15.63 ตามลำดับ สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สำหรับลูกค้า นั้น พบว่า ในธุรกิจระดับ A ทั้งหมดมีที่จอดรถ และโทรทัศน์ ร้อยละ 50 มีสนามเด็กเล่น และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในธุรกิจระดับ B ทั้งหมดมีที่จอดรถ และร้อยละ 60 มีโทรทัศน์ แต่ไม่มีแห่งใดมีสนามเด็กเล่น ส่วนในธุรกิจระดับ C พบว่าร้อยละ 56.25 มีที่จอดรถ ร้อยละ 21.88 มีโทรทัศน์ และก็ไม่มีแห่งใดเช่นกันที่มีสนามเด็กเล่น และมีถึงร้อยละ 43.75 ที่ไม่มีบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเลยสรุปแล้วในธุรกิจทั้งหมด 39 แห่ง มีที่จอดรถร้อยละ 64.10 มีสนามเด็กเล่น ร้อยละ 2.56 มีโทรทัศน์ร้อยละ 30.77 มีบริการอื่น ๆ ร้อยละ 7.69 และไม่มีบริการอะไรเลยร้อยละ 35.90

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ สำหรับธุรกิจระดับ A ร้อยละ 50 ได้เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 3-4 ปี ในขณะที่ร้อยละ 50 ที่เหลือ ดำเนินการมานานกว่า 12 ปี ในธุรกิจระดับ B มีกิจการเปิดใหม่ 1-2 ปี ถึงร้อยละ 60 กิจการที่ดำเนินการมา 3-4 ปี มีร้อยละ 20 และกิจการจำนวนเท่ากัน เปิดดำเนินการมา 9-10 ปี สำหรับธุรกิจระดับ C พบว่า ร้อยละ 37.50 เป็นกิจการเปิดใหม่ 1-2 ปี ร้อยละ 6.25 ดำเนินกิจการมา 3-4 ปี ร้อยละ 6.25 เปิดมา 5-6 ปี ร้อยละ 9.38 เปิดมา 7-8 ปี ร้อยละ 12.50 เปิดมา 9-10 ปี ร้อยละ 6.25 เปิดมา 11-12 ปี และ ร้อยละ 21.88 ดำเนินกิจการมานานกว่า 12 ปี สรุปแล้ว ในธุรกิจทั้งหมด 39 แห่ง มีถึงร้อยละ 38.46 ที่เป็นกิจการเปิดใหม่ระยะเวลา 1-2 ปี และร้อยละ 20.51 ดำเนินกิจการมานานกว่า 12 ปี ซึ่งแสดงถึงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยมาเป็นเวลานาน และ ยังแสดงถึงความสามารถในการพัฒนาธุรกิจทางด้านนี้ อีกด้วย โดยพิจารณาจากจำนวนของธุรกิจที่เปิดใหม่ (ตารางที่ 7)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจร้อยละ 30 ตอบว่า ลูกค้าของตนร้อยละ 1-20 เป็นผู้มียาขี้ดสูง ธุรกิจร้อยละ 26.67 บอกว่า ลูกค้าของตนร้อยละ 1-20 เป็นผู้มียาขี้ดต่ำ ธุรกิจจำนวนร้อยละ 26.67 เช่นกัน ที่บอกว่า ลูกค้าของตนประมาณครึ่งหนึ่งเป็นผู้มียาขี้ดปานกลาง และธุรกิจจำนวนมากที่สุดถึงประมาณ ร้อยละ 33.33 ที่บอกว่า ลูกค้าของตนทั้งหมดเป็นผู้ที่มียาขี้ดปานกลาง ที่เหลือออกนั้นก็กระจายกันออกไป แต่ไม่มีธุรกิจใดเลยที่บอกว่า ลูกค้าของตน ร้อยละ 81-100 เป็นผู้มียาขี้ดต่ำ และไม่มีธุรกิจใดเลยเช่นกันที่บอกว่า ลูกค้าของตนร้อยละ 61-80 เป็นผู้มียาขี้ดสูง

ในส่วนของแหล่งที่มาของลูกค้า พบว่า ร้อยละ 10 ของธุรกิจ มีลูกค้าเป็นชาวไทยทั้งหมด ธุรกิจครึ่งหนึ่งบอกว่า มีลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศประมาณ ร้อยละ 1-20 มีธุรกิจจำนวนร้อยละ 13.33 อยู่ 2 กลุ่มที่บอกว่า ลูกค้าของตนร้อยละ 21-40 และ 41-60 ตามลำดับ เป็นชาวต่างประเทศ ธุรกิจร้อยละ 10 มีลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศเกือบทั้งหมด และ ร้อยละ 3.33 มีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ ทางด้านลักษณะการมาใช้บริการของลูกค้า ธุรกิจร้อยละ 43.33 ลูกค้ามาคนเดียวทั้งหมดไม่ได้มากับกรุ๊ปทัวร์ อีกร้อยละ 43.33 บอกว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว ธุรกิจร้อยละ 3.33 มีลูกค้าจำนวนครึ่งหนึ่งที่มากับกรุ๊ปทัวร์ และ ธุรกิจอีก ร้อยละ 10 ที่ลูกค้าส่วนใหญ่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ธุรกิจร้อยละ 73.33 เห็นว่าความอร่อย คุณภาพ และลักษณะของอาหาร เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้มีผู้มารับประทานอาหารในร้านของตน มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่ได้ให้ความสำคัญทางด้านอาหารเป็นอันดับที่หนึ่ง อีกร้อยละ 6.67 นั้นให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง และ การตกแต่งภายในและบรรยากาศ เป็นอันดับแรก ในขณะที่ ร้อยละ 3.33 ให้ความสำคัญกับการแสดงต่างๆ และ ราคา เป็นอันดับที่ 1 แต่อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาโดยเปรียบเทียบทั้งหมดแล้ว จะเห็นว่า ความอร่อย คุณภาพ และ ลักษณะของอาหาร จะ

มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ในขณะที่ ราคา ทำเลที่ตั้ง บรรยากาศและการตกแต่งภายใน การบริการ และ การแสดงต่างๆ มีความสำคัญในอันดับรองลงมาตามลำดับ แต่ทั้งนี้ ธุรกิจที่ตั้งอยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์ทั้ง 2 และ ที่หาดเสี้ยว นั้น ไม่ได้มีการแสดงต่างๆอยู่ในบริการด้วย จึงอาจทำให้ความสำคัญของการแสดงมีน้อยที่สุด

(5) การตลาดของธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ที่ทำการสำรวจในจังหวัดสุโขทัย คอนข้างเน้นหนักไปที่ธุรกิจในตัวเมือง และที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ดังนั้น ในจุดสำรวจทั้ง 2 แห่งนี้ จึงมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ในจุดสำรวจที่ในตัวเมือง ร้อยละประมาณ 70 ของธุรกิจที่ตั้งราคาเท่ากับธุรกิจอื่น โดยอีกประมาณร้อยละ 20 ที่ตั้งราคาต่ำกว่าธุรกิจอื่น มีเพียงประมาณร้อยละ 10 ที่ตั้งราคาสูงกว่า ในจุดสำรวจที่ 2 คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ธุรกิจร้อยละ 80 ที่ตั้งราคาเท่ากับธุรกิจอื่น ร้อยละ 13.33 ตั้งราคาต่ำกว่า และ อีกร้อยละ 6.67 ที่ตั้งราคาสูงกว่าธุรกิจอื่น ส่วนในจุดสำรวจที่ 3 ที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ธุรกิจทั้งหมด ตั้งราคาในอัตราที่เท่ากัน และ ณ จุดสำรวจสุดท้าย ที่หาดเสี้ยว ธุรกิจร้อยละ 66.67 กล่าวว่า ตนตั้งราคาต่ำกว่าธุรกิจอื่น อีกร้อยละ 33.33 กล่าวว่า ตั้งราคาในระดับเดียวกับธุรกิจอื่น กล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารทั้งหมด พบว่า ร้อยละ 20 ตั้งราคาต่ำกว่า ร้อยละ 73.33 ตั้งราคาเท่ากับ และ ร้อยละ 6.67 ตั้งราคาสูงกว่าธุรกิจอื่น (ตารางที่ 8)

ในขณะที่ธุรกิจประเภทนี้ มีการแข่งขันกันอยู่บ้างพอสมควร ดังนั้นจึงมีการสรรหาวิธีการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันหลายวิธี โดยเฉพาะในช่วง High season มีวิธีการส่งเสริมการตลาดหลายวิธี กล่าวคือ ธุรกิจร้อยละ 6.67 ส่งเสริมการตลาดโดยการใช้สื่อต่างๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น ธุรกิจร้อยละ 3.33 มีการแจกของที่ระลึก ร้อยละ 10 มีการจัดรายการพิเศษเพื่อการส่งเสริมการขาย ร้อยละ 6.67 มีการลดราคาหรือให้ส่วนลด ร้อยละ 6.67 เท่ากัน ที่ใช้วิธีการปรับปรุงระบบความสะดวกสบายและการบริการต่างภายในร้านค้า และอีกร้อยละ 6.67 ใช้การขายโดยตรง ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 3.33 ใช้วิธีการบอกปากต่อปาก สำหรับในช่วง Low season ธุรกิจส่วนมากประมาณ ร้อยละ 60 อาจจะไม่มีการส่งเสริมการตลาดใดๆเลย หรือ อาจจะมีแต่ไม่ได้ระบุวิธี ธุรกิจร้อยละ 6.67 มีการแจกของที่ระลึก ร้อยละ 3.33 มีการจัดรายการพิเศษ ร้อยละ 10 มีการปรับปรุงความสะดวกสบายและบริการต่างๆ ที่เหลือร้อยละ 6.67 ใช้วิธีการขายโดยตรง

(6) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจประเภทนี้ส่วนมากให้ทัศนะว่ามีธุรกิจอยู่ในพื้นที่อย่างเพียงพอแล้ว มีเพียงร้อยละ 6.66 ที่กล่าวว่า มีธุรกิจไม่เพียงพอหรือค่อนข้างน้อย ขณะที่อีกร้อยละ 20 มีความเห็นขัดแย้งว่ามีธุรกิจอยู่ในพื้นที่ค่อนข้างมาก หรือ มากเกินไป ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าจำนวนธุรกิจที่มีอยู่ขณะนี้ นั้นพอดี กับความต้องการในปัจจุบันแล้ว แต่อย่างไรก็ดี อาจจะต้องระลึกรู้ไว้ด้วยว่า ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการ



บางส่วน อาจจะไม่ต้องการที่จะให้เกิดการแข่งขันกับธุรกิจของตนมากเกินไป จึงกล่าวว่า มีธุรกิจมากเกินไป หรือ ค่อนข้างมาก เพื่อป้องกันไม่ให้มีธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น (ตารางที่ 9)

(7) ปัญหาของธุรกิจ จากผลการสำรวจพบว่า ธุรกิจประมาณครึ่งหนึ่งรู้สึกพอใจในผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในระดับปานกลาง ร้อยละ 23.33 รู้สึกพอใจมาก ร้อยละ 10 พอใจค่อนข้างน้อย และ ร้อยละ 13.33 รู้สึกพอใจน้อย ซึ่งการที่ธุรกิจส่วนมากพอใจในผลการดำเนินงานของตนที่ผ่านมา ในระดับปานกลางไปถึงน้อย ก็เพราะ ถ้าไรสุทธิที่ธุรกิจได้มาก่อนข้างน้อย กล่าวคือ ร้อยละ 20 ของธุรกิจได้กำไรเพียงประมาณ ร้อยละ 1-10 ธุรกิจร้อยละ 33.33 ได้กำไรประมาณร้อยละ 11-20 ธุรกิจร้อยละ 23.33 ได้กำไรประมาณร้อยละ 21-30 ส่วนธุรกิจที่เหลือนั้นก็กำไรคละเคล้ากันไปตั้งแต่ ร้อยละ 30 ถึง ร้อยละ 80 แต่มีธุรกิจร้อยละ 6.67 ไม่ได้ระบุผลกำไรสุทธิ (ตารางที่ 10)

การที่ผู้ประกอบการรู้สึกพอใจในผลการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา ไม่มากเท่าที่ควรนั้น ก็เนื่องจากประสบปัญหาต่าง ๆ มากมาย แต่ปัญหาที่มีธุรกิจจำนวนมากที่สุดประสบมา ก็ได้แก่ ขีดจำกัดของทางราชการ คือ ธุรกิจร้อยละ 23.33 ไม่สามารถดำเนินธุรกิจตามเป้าหมายได้เพราะไม่ได้รับความร่วมมือจากทางราชการ ปัญหาที่สำคัญรองลงมาก็ได้แก่ ปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน มีธุรกิจที่ประสบปัญหา ร้อยละ 20 ธุรกิจร้อยละ 16.67 ประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ และ ธุรกิจร้อยละ 13.33 ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ส่วนปัญหาอื่น ๆ ที่ธุรกิจประสบมาจำนวนพอสมควรลดหลั่นกันไป ก็ได้แก่ ปัญหาทางด้านภาษี ในอัตราสูง ปัญหาการขาดแคลนบุคคลากรที่มีคุณภาพ ปัญหาไม่มีการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี และ ปัญหาอื่น ๆ และอีกร้อยละ 36.67 ไม่ได้ระบุปัญหา หรือ อาจจะไม่มีปัญหา (ตารางที่ 11)

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนมาก ไม่ได้ระบุวิธีในการปรับปรุงธุรกิจ หรือ อาจจะไม่ได้อคิดปรับปรุง ธุรกิจร้อยละ 33.33 ต้องการปรับปรุงเกี่ยวกับการบริการและเพิ่มความสะอาดสบายให้แก่ลูกค้า โดยอาจจะมีการขยายกิจการ ปรับปรุงสถานที่ สร้างบรรยากาศที่ดี และ ปรับปรุงอาหารให้มีรสชาติถูกปากลูกค้ามากขึ้น และ อีกร้อยละ 10 คาดว่าจะปรับปรุงทางด้านบริการให้สะอาดรวดเร็วทันใจลูกค้า แต่บางส่วนก็ยังหอบอุปสรรคบางประการดังได้กล่าวมาแล้ว

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจประมาณครึ่งหนึ่ง เห็นว่า ธุรกิจจะมีแนวโน้มที่จะขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากจะมีการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อีกมากส่วนมาก ในขณะที่ร้อยละ 6.67 เห็นว่าธุรกิจมีการแข่งขันที่สูงมาก ซึ่งก็คงจะไม่มีการเพิ่มธุรกิจขึ้นแต่ประการใด เนื่องจากมีปริมาณที่มากอยู่แล้ว ร้อยละ 23.33 เห็นว่าธุรกิจจะมีแนวโน้มที่จะคงที่ หรือทรงตัวไปเรื่อยๆ อันเนื่องมาจาก ปริมาณความต้องการที่จะมาใช้บริการของลูกค้าไม่ได้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นหรือลดลง มีธุรกิจร้อยละ 10 ที่ไม่แน่ใจเกี่ยวกับแนวโน้มของธุรกิจ เพราะ ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ ด้าน อาทิเช่น นโยบายของรัฐบาล และ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ในขณะที่ธุรกิจร้อยละ 13.33 ไม่ได้ระบุความคิดเห็น (ตารางที่ 12)

#### 4.1.3 ธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก

(1) ประเภท ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ ประเภทของธุรกิจมีการจัดแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ จัดแบ่งตามลักษณะการดำเนินธุรกิจคือ เป็นร้านที่ทั้งผลิตและจำหน่าย หรือจำหน่ายเพียงอย่างเดียว หรือแบ่งตามประเภทของสินค้า อันได้แก่ สินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับ ภาย เครื่องประดับบ้าน รูปภาพหรือโปสการ์ด หรือหนังสือพิมพ์ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จำนวนธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่ทำการสำรวจและสัมภาษณ์ได้ทั้งหมดมี 16 แห่ง โดยแบ่งจุดสำรวจออกเป็น 4 แหล่งด้วยกัน คือ ในตัวเมือง (แต่ไม่มีร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่ทำการสำรวจเลย) อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 4 ร้าน อุทยานประวัติศาสตร์ศรีวิชัย จำนวน 6 ร้าน และที่ หาดเลี้ยว จำนวน 6 ร้าน และร้านค้าทุกร้านจะเป็นประเภทที่ทั้งผลิตเองและทำการจำหน่ายด้วย นอกจากนี้ ทุกร้านค้ายังได้จำหน่ายสินค้าเกือบทุกชนิดที่ได้กล่าวถึงในตอนต้นด้วย

๔ จุดสำรวจที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า ร้อยละ 25 ของธุรกิจมีผ้าฝ้ายและผ้าบาติก จำหน่าย อีกร้อยละ 25 มีเครื่องประดับที่เป็นพวกเซรามิค จำหน่ายทางด้านสินค้าประเภทเครื่องประดับบ้าน พบว่า เกือบทุกร้านมีสินค้าเกือบทุกประเภทที่ทำการสำรวจมาจำหน่าย ในขณะที่ร้อยละ 25 มีสินค้าประเภท โปสการ์ดและรูปภาพและหนังสือ จำหน่าย ๕ จุดสำรวจที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีวิชัย พบว่า ร้อยละ 16.67 มีผ้าทอมือ จำหน่าย ร้อยละ 83.33 มีเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิค จำหน่าย และ ทุกร้านไม่มี โปสการ์ดหรือ รูปภาพ หรือ หนังสือ จำหน่าย ๖ จุดสำรวจที่หาดเลี้ยว พบว่า ครึ่งหนึ่งมีผ้าไหม จำหน่าย ร้อยละ 83.33 มีผ้าฝ้ายและผ้าบาติก จำหน่าย ร้อยละ 66.67 มีผ้าทอมือ จำหน่าย ทุกร้านไม่มีสินค้าประเภทเครื่องประดับ จำหน่าย ร้อยละ 16.67 มีของประดับบ้านที่ทำจากผ้า จำหน่าย และไม่มีร้านใดเลยที่จำหน่ายสินค้าประเภท โปสการ์ด รูปภาพ หรือ หนังสือ (ตารางที่ 13-16)

ทางด้านขนาดของร้านค้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ระดับ B มีอยู่จำนวน 3 ร้าน และ ระดับ C มีร้าน 13 แห่ง ในส่วนของรูปแบบการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น ร้านค้าระดับ B ร้อยละ 33.33 มีบริการบัตรเครดิต ร้อยละ 66.67 มีบริการที่จอดรถ และ ร้อยละ 33.33 มีบริการอื่น ๆ แต่ไม่มีร้านใดเลยที่มีบริการจัดส่งสินค้า และ รับคำสั่งซื้อพิเศษ สำหรับร้านค้าระดับ C ทุกร้านไม่ยอมรับบัตรเครดิต ร้อยละ 30.77 มีบริการจัดส่งสินค้า ร้อยละ 23.08 มีบริการรับคำสั่งซื้อพิเศษ ร้อยละ 46.15 มีที่จอดรถ ร้อยละ 7.69 มีบริการอื่น ๆ ส่วนอีกร้อยละ 30.77 ไม่มีบริการ หรือ ไม่ได้ระบุ เมื่อกล่าวโดยสรุปจะพบว่า ร้อยละ 6.25 ของร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกทั้งหมด ยอมรับบัตรเครดิต

ร้านค้า 1 ใน 4 มีบริการจัดส่งสินค้า ร้อยละ 18.75 รับคำสั่งซื้อพิเศษ ร้านค้าครึ่งหนึ่ง มีที่จอดรถ ร้านค้า 1 ใน 8 มีบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ และ อีกร้อยละ 25 ไม่มีบริการ หรือ ไม่ได้ระบุ

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ สามารถแยกพิจารณาได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การพิจารณาโดยแยกเป็นจุดสำรวจต่าง ๆ และพิจารณาตามขนาดของร้านค้า สำหรับการพิจารณาตามจุดสำรวจต่าง ๆ พบว่า ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ร้านค้าครึ่งหนึ่งเปิดดำเนินการมาตั้งแต่ ไม่เกิน 1 ปี ถึงระยะเวลา 1 ปีกว่า ๆ ส่วนที่เหลือเปิดดำเนินการมาแล้ว 5 ปี และ มากกว่า 10 ปี ในจำนวนเท่า ๆ กัน ที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ร้านค้าร้อยละ 33.33 เปิดดำเนินการมาแล้ว 2 ปี ร้อยละ 16.67 ดำเนินกิจการมา 10 ปี และ อีกครึ่งหนึ่งที่เหลือเปิดดำเนินการมานานกว่า 10 ปี ณ จุดสำรวจที่ หาดเสี้ยว ร้อยละ 33.33 ของร้านค้า เปิดดำเนินการมา 5 ปี ร้อยละ 16.67 เปิดมา 6 ปี อีกร้อยละ 16.67 เปิดมา 10 ปี และอีกร้อยละ 33.33 ที่เหลือเปิดกิจการมานานกว่า 10 ปี กล่าวโดยรวมจะพบว่า ร้อยละ 12.50 ของร้านค้าทั้งหมด เปิดดำเนินการมาประมาณ 1 ปี หรือ น้อยกว่านั้น ร้อยละ 12.50 เปิดดำเนินการมา 2 ปี ร้อยละ 18.75 เปิดดำเนินการมา 5 ปี ร้อยละ 6.25 เปิดมา 6 ปี ร้อยละ 12.50 เปิดมา 10 ปี และ ร้อยละ 37.50 ซึ่งเป็นจำนวนที่มากที่สุด เปิดดำเนินการมานานกว่า 10 ปี

เมื่อพิจารณาตามขนาดหรือระดับของร้านค้า พบว่า ร้านค้าระดับ B จำนวนร้อยละ 33.33 เปิดดำเนินการมา 2 ปี ส่วนที่เหลือเปิดมานานกว่า 10 ปี ทางด้านร้านค้าระดับ C ร้อยละ 15.38 เป็นร้านค้าเปิดใหม่ประมาณ 1 ปี ร้อยละ 7.69 เปิดมา 2 ปี ร้อยละ 23.08 เปิดมา 5 ปี ร้อยละ 7.69 เปิดมา 6 ปี ร้อยละ 15.38 เปิดมา 10 ปี และ จำนวนมากที่สุดร้อยละ 30.77 เปิดมานานกว่า 10 ปี เมื่อมองโดยรวมจะพบว่า ร้านค้า ประมาณ 1 ใน 8 จำนวนเท่ากัน 3 กลุ่ม เปิดดำเนินการมาประมาณ 1 ปี 2 ปี และ 10 ปี ร้อยละ 18.75 เปิดมา 5 ปี ร้อยละ 6.25 เปิดมา 6 ปี และร้านค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 37.50 เปิดมานานกว่า 10 ปี ซึ่งจะสังเกตได้ว่า ร้านค้าส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมานานมากกว่า 10 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นถึง ความเป็นเมืองท่องเที่ยวของสุโขทัย มาแต่อดีต (ตารางที่ 17)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 16.67 ของร้านค้ากล่าวว่าลูกค้าที่เข้ามาแวะซื้อสินค้าเป็นคนไทยประมาณร้อยละ 1-10 และร้านค้าร้อยละ 16.67 เท่า ๆ กัน อีก 4 กลุ่ม กล่าวว่า มีลูกค้าเป็นคนไทย ประมาณ ร้อยละ 11-20 ร้อยละ 61-70 ร้อยละ 81-90 และร้อยละ 90-100 ส่วนร้านค้าอีกร้อยละ 8.33 จำนวนเท่ากันอีก 2 กลุ่ม มีลูกค้าเป็นคนไทยประมาณ ร้อยละ 41-50 และ ร้อยละ 51-60 (ตารางที่ 18)

ในส่วนระดับรายได้ของลูกค้านั้น พบว่า ร้านค้าร้อยละ 16.67 มีลูกค้าที่มีรายได้สูงประมาณ ร้อยละ 11-20 ร้านค้าร้อยละ 16.67 มีลูกค้าที่มีรายได้สูงประมาณ ร้อยละ 21-30 ร้านค้าร้อยละ 25 มีลูกค้าที่มีรายได้สูงประมาณ ร้อยละ 31-40 ร้านค้าร้อยละ 8.33 มีลูกค้าเป็นผู้มีรายได้สูงเกือบทั้งหมด ในขณะที่อีกร้อยละ 33.33 ไม่มีลูกค้ารายได้สูงเลย ร้านค้าร้อยละ 16.67 มีลูกค้ามีรายได้ปานกลางประมาณร้อยละ 41-50 ร้านค้าร้อยละ 25 มีลูกค้ารายได้ปานกลางประมาณร้อยละ 51-60 ร้านค้าร้อยละ 8.33 ที่ลูกค้ารายได้ปานกลางประมาณร้อยละ 71-80 ร้านค้าร้อยละ 33.33 มีลูกค้ารายได้ปานกลางเกือบทั้งหมด ในขณะที่อีกร้อยละ 8.33 ไม่มีลูกค้ารายได้ปานกลางเลย ร้านค้าร้อยละ 8.33 มีลูกค้ารายได้ต่ำประมาณร้อยละ 1-10 ร้านค้าร้อยละ 16.67 มีลูกค้ารายได้ต่ำประมาณร้อยละ 11-20 ในขณะที่ร้านค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 75 ไม่มีลูกค้าที่มีรายได้ต่ำเลย

ลักษณะอายุของลูกค้าจะมีลักษณะกระจายกันไปค่อนข้างมาก ไม่มีกลุ่มอายุใดที่เป็นลูกค้ามากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ในขณะที่เพศของกลุ่มลูกค้าก็ไม่มี ความแตกต่างกัน คือ มีเพศชายและหญิงนิยมเข้าร้านชายของที่ระลึกจำนวนเท่า ๆ กัน ลักษณะการมาใช้บริการส่วนใหญ่แล้วจะมากันเอง และพบว่า มีร้านค้าถึงจำนวนร้อยละ 25 ที่ไม่มีลูกค้าที่เดินทางมากับกรุปทัวร์เลย

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ สำหรับธุรกิจร้านค้าสินค้าที่ระลึกในจังหวัดสุโขทัย ส่วนใหญ่มักอาศัยการขายตรงให้แก่ลูกค้า มีเพียงร้อยละ 16.67 ที่ไม่ได้อาศัยการขายตรงแต่อาศัยพ่อค้าคนกลาง โดยร้านค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.33 ไม่ได้อาศัยพ่อค้าคนกลางเลย ซึ่งพ่อค้าคนกลางที่ร้านค้าใช้ ก็ได้แก่ พ่อค้าขายปลีก และ มีคุดเทศก์ เท่านั้น โดยร้อยละ 60 อาศัยพ่อค้าขายปลีก ส่วนอีกร้อยละ 40 อาศัยมีคุดเทศก์

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ในบรรดาธุรกิจประเภทร้านขายสินค้าที่ระลึกทั้งหลายในจังหวัดสุโขทัย ไม่มีร้านค้าใดเลยที่จะจำหน่ายสินค้าประเภทเคียงหรือชนิดเดียว แต่มีจะขายสินค้าหลาย ๆ ชนิดประกอบกัน ซึ่งจากการสำรวจพบว่า สินค้าที่ทำรายได้และกำไรให้แก่ธุรกิจเป็นอย่างมาก ได้แก่ สินค้าประเภทเสื้อผ้า โดยร้านค้าถึงร้อยละ 58.33 ที่กล่าวว่า สินค้าประเภทเสื้อผ้าทำรายได้และกำไรให้มากเป็นอันดับ 1 ส่วนอันดับ 2 ซึ่งมีร้านค้าถึงร้อยละ 41.67 เห็นว่าทำรายได้ให้มาก ก็ได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องตกแต่งบ้าน ส่วนสินค้าประเภท รูปภาพ หรือ โปสเตอร์ หรือ หนังสือ และ เครื่องประดับกาย ก็ทำรายได้ให้เป็นระดับรอง ๆ ลงมา แต่ก็ไม่มากนัก

(6) การตลาดของธุรกิจ นับว่าข้อมูลทางด้านนี้ที่ได้จากร้านค้าสินค้าที่ระลึกมีจำนวนน้อยมาก อย่างไรก็ตาม ก็พบว่า ในช่วง High season มีร้านค้าร้อยละ 8.33 ส่งเสริมการตลาดโดยการตกแต่งร้านค้าใหม่ อีกร้อยละ 8.33 ใช้วิธีอื่น ส่วนอีกร้อยละ 83.33 ไม่ระบุความคิดเห็น หรือไม่มีการส่งเสริมการตลาด ส่วนในช่วง Low season

ร้านค้า ร้อยละ 8.33 ก็ส่งเสริมการตลาดโดยการตกแต่งร้านใหม่ ในขณะที่อีกร้อยละ 91.67 ไม่ระบุวิธี หรือ ไม่มีการส่งเสริมการตลาด

อนึ่งในเรื่องเกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้านั้น เมื่อพิจารณาแยกตามจุดสำรวจต่าง ๆ พบว่า ณ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ร้านค้าร้อยละ 75 ตั้งราคาสินค้าเท่ากับคู่แข่งชั้น ใน ขณะที่อีกร้อยละ 25 ตั้งราคาต่ำกว่า ณ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ทุกร้านค้าตั้งราคา เท่ากันหมด และที่หาดเลี้ยว ร้อยละ 83.33 ตั้งราคาเท่ากับคู่แข่งชั้น ขณะที่ ร้อยละ 16.67 ไม่ได้ระบุ

(7) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสำรวจในด้านจำนวนของธุรกิจที่มี พบว่า ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และ ที่หาดเลี้ยว ธุรกิจครึ่งหนึ่ง เห็นว่า มีร้านค้าของที่ ระลึกค่อนข้างมาก ในขณะที่อีกครึ่งหนึ่ง เห็นว่า มีจำนวนอยู่อย่างพอเหมาะแล้ว ส่วนที่อุทยาน ประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ร้านค้าครึ่งหนึ่งเห็นว่ามีจำนวนพอเหมาะ ในขณะที่อีกครึ่งหนึ่งเห็น ว่ามีจำนวนค่อนข้างน้อย

(8) ปัญหาของธุรกิจ จากการสำรวจทางด้านความพอใจในผลการดำเนินงาน ณ จุดสำรวจต่าง ๆ พบว่า ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ร้านค้าต่าง ๆ มีความเห็นที่ค่อนข้างจะแตกต่างกันมาก และแต่ละกลุ่มก็มีจำนวนเท่ากันด้วย คือ ร้อยละ 25 ของร้านค้า กล่าวคือ บางร้านก็บอกว่าพอใจมาก บางร้านพอใจค่อนข้างมาก พอใจในระดับปานกลาง และ พอใจน้อย ส่วนที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ร้านค้ามีความเห็นที่เหมือนกัน คือ พอใจในระดับปานกลาง และที่ หาดเลี้ยว ร้านค้าร้อยละ 33.33 พอใจมาก ร้อยละ 16.67 พอใจค่อนข้างมาก ร้อยละ 33.33 พอใจในระดับปานกลาง และร้อยละ 16.67 พอใจค่อนข้างน้อย ในส่วนกำไรสุทธิที่ธุรกิจได้รับนั้น พบว่า ร้านค้าร้อยละ 8.33 ได้กำไรประมาณร้อยละ 1-5 ร้านค้าร้อยละ 33.33 ได้กำไรร้อยละ 6-10 ร้านค้าร้อยละ 8.33 ได้กำไรประมาณร้อยละ 16-20 ส่วนร้านค้าอีกครึ่งหนึ่งที่เหลือ ได้กำไรมากกว่าร้อยละ 35 (ตารางที่ 19) ถึงแม้ว่าร้านค้าถึงครึ่งหนึ่งจะได้กำไรค่อนข้างมากก็ตาม แต่ก็ยังประสบกับปัญหาบ้าง โดย ร้านค้า ร้อยละ 16.67 ประสบปัญหาที่มีการแข่งขันทางธุรกิจสูง ร้อย ละ 25 มีปัญหาทางด้านสภาพคล่องทางการเงิน ร้อยละ 41.67 ซึ่งมากที่สุด มีปัญหา ทางด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ ร้อยละ 8.33 เท่ากัน 3 กลุ่ม มีปัญหาทางด้านภาษี ปัญหาทาง ด้านกฎระเบียบและขาดการประชาสัมพันธ์จากรัฐบาล และ ปัญหาทางด้านเทคนิค ในขณะที่ ร้านค้าอีกร้อยละ 33.33 ไม่มีปัญหาอะไรเลย (ตารางที่ 20)

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า สิ่งที่คุณประกอบการต้องการจะปรับปรุงมากที่สุด คือการปรับปรุงด้านสถานที่ และจัดหาสินค้าใหม่ ๆ มาจำหน่าย ส่วนที่

ต้องการปรับปรุงรอง ๆ ลงมา ก็ได้แก่ การปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาด การปรับปรุงคุณภาพสินค้า และ การปรับปรุงขบวนการผลิต เป็นต้น

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้อยละ 8.33 คาดว่าแนวโน้มของธุรกิจจะเป็นลักษณะคงที่แบบไปได้เรื่อย ๆ ในขณะที่ร้อยละ 8.33 เท่ากัน คาดว่าธุรกิจมีแนวโน้มที่จะดีขึ้นหรือขยายตัวมากขึ้น แต่ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยที่จะมาเสริมอื่น ๆ ด้วย อีกร้อยละ 8.33 เห็นว่าไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ประกอบการถึงร้อยละ 25 ที่คาดว่าแนวโน้มของธุรกิจจะทรุดโทรมลงเรื่อย ๆ จนอาจจะถึงขั้นต้องเลิกกิจการก็ได้ในอนาคต ถ้ายังไม่มีการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ขณะที่อีกร้อยละ 50 ไม่ทราบ หรือไม่สามารถจะตอบได้ว่า แนวโน้มของธุรกิจจะเป็นเช่นไร (ตารางที่-21)

4:1.4 ธุรกิจขนส่ง

(1) ประเภท ขนาด และบริการที่มีในธุรกิจและอัตราค่าบริการ ธุรกิจที่ทำการสำรวจทั้งหมดมี 4 แห่งด้วยกัน ซึ่งล้วนแต่ตั้งอยู่ในตัวเมืองทั้งสิ้น โดยธุรกิจดำเนินการให้เช่ารถและหรือวิ่งประจำเส้นทางโดยเก็บค่าโดยสาร รถที่ให้บริการก็มีทั้งประเภท รถจักรยานยนต์ รถตู้ รถบัสขนาดกลาง และรถบัสขนาดใหญ่ ทุกธุรกิจเป็นเจ้าของยานพาหนะเอง โดยธุรกิจที่ 1 มีรถจักรยานให้เช่าเหมาทั้งหมด 10 คัน ให้เช่าเป็นระยะเวลา 25 วัน ในอัตราค่าเช่า 15 บาทต่อวันต่อคัน บริการที่มี คือ การแจกแผนที่แก่ลูกค้า ธุรกิจที่ 2 มีรถจักรยานให้เช่า 12 คัน ให้เช่าเป็นระยะเวลา 19 วัน ในอัตราค่าเช่า 15 บาทต่อวันต่อคัน ธุรกิจที่ 3 ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด มีรถให้บริการ ดังนี้ รถตู้เช่าเหมา 2 คัน ให้เช่าระยะเวลา 15 วัน อัตราค่าเช่า 1200 บาทต่อวัน รถบัสขนาดกลาง จำนวน 20 คัน ความจุผู้โดยสาร 40 คนต่อคัน ค่าบริการ 56 บาทต่อคน รถบัสขนาดใหญ่ จำนวน 10 คัน ความจุ 48 คนต่อคัน ส่วนค่าบริการขึ้นอยู่กับจุดหมายปลายทาง กล่าวคือ ถ้า กรุงเทพฯ - สุโขทัย ค่าบริการ 150 บาทต่อคน และ ถ้า ลำปาง - สุโขทัย ค่าบริการ 76 บาทต่อคน นอกจากนี้ ในธุรกิจที่ 3 นี้ ยังมีบริการคนขับรถและประกันรถด้วย ธุรกิจที่ 3 นี้ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ย ประมาณ 1500 บาทต่อวัน โดยใน 1 วัน จะวิ่งจำนวน 2 เที่ยว สำหรับธุรกิจที่ 4 มีรถจักรยาน 16 คัน ให้เช่าเป็นระยะเวลา 18 วัน อัตราค่าเช่า 15 บาทต่อวันต่อคัน

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจที่ 1 ได้ดำเนินธุรกิจนี้มานาน ประมาณ 10 ปี ธุรกิจที่ 2 ดำเนินกิจการมาประมาณ 1-2 ปี ในขณะที่ธุรกิจที่ 3 ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด ได้ดำเนินกิจการมาแล้วไม่น้อยกว่า 48 ปี ส่วนธุรกิจที่ 4 นั้น ไม่ทราบระยะเวลาดำเนินการ

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ธุรกิจที่ 1 มีลูกค้าเป็นชาวยุโรปทั้งหมด เช่นเดียวกับธุรกิจที่ 2 โดยลูกค้าเป็นกลุ่มบุคคลทั้งหมด ธุรกิจที่ 4 ก็มีลูกค้าเป็นกลุ่มบุคคลทั้งหมดเช่นกัน แต่ก็มีลูกค้าเป็นคนไทย ร้อยละ 10 ชาวยุโรป ร้อยละ 90 สำหรับธุรกิจที่ 3 มีลูกค้าเป็นกลุ่มสถาบัน ร้อยละ 80 ที่เหลือเป็นกลุ่มบุคคล มีลูกค้าชาวไทยประมาณ ร้อยละ 40 ที่เหลือเป็นชาวยุโรป

(4) การตลาดของธุรกิจ เราจะหมกมุ่นของการแข่งขันเฉพาะธุรกิจที่ 1 ธุรกิจที่ 2 และ ธุรกิจที่ 4 เท่านั้น ในขณะที่ ธุรกิจที่ 3 จะมีลักษณะค่อนข้างจะผูกขาด เมื่อมองทางด้านวิธีการติดต่อลูกค้าแล้วจะพบว่า ทุกธุรกิจจะติดต่อกับลูกค้าโดยตรง และ ทุกธุรกิจจะตั้งราคาต่ำเข้าเท่ากันหมด โดยจะไม่ลดราคาในช่วง Low season เช่นกันทุกธุรกิจ และ ช่วง Low season นี้ จะไม่มีการส่งเสริมการตลาดใด ๆ เลย จะทำการส่งเสริมการตลาดเฉพาะช่วง High season เท่านั้น คือจะทำการปรับปรุงด้านรูปแบบการบริการต่าง ๆ และ มีการติดต่อผ่านตัวกลางในบางครั้ง

(5) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ จากการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจที่ 1 เห็นว่า ปัจจุบันธุรกิจมีขนาดพอเหมาะค่อนข้างมากกว่าความต้องการ ในขณะที่ ธุรกิจที่ 2 เห็นว่ามีค่อนข้างน้อยกว่าความต้องการ ส่วนธุรกิจที่ 3 และ 4 เห็นตรงกันว่า มีจำนวนขนาดพอเหมาะแก่ความต้องการของลูกค้าแล้ว

(6) ปัญหาของธุรกิจ ถึงแม้ว่าธุรกิจจะค่อนข้างพอใจในผลการดำเนินงานของตน คือธุรกิจที่ 1 และธุรกิจที่ 3 พอใจมาก ธุรกิจที่ 4 พอใจค่อนข้างมาก และธุรกิจที่ 2 พอใจในระดับปานกลาง แต่ธุรกิจก็ยังคงกล่าวว่าประสบปัญหาทางด้านภาษีอยู่บ้างพอสมควร

(7) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ มีอยู่ 2 ธุรกิจเดียวที่ตอบคำถามนี้ โดยกล่าวว่า เช่นเดียวกันว่า ไม่มีแนวโน้มที่จะปรับปรุงกิจการใด ๆ หรือ ไม่แน่นอน ต้องแล้วแต่สภาพแวดล้อมอื่น ๆ

(8) แนวโน้มของธุรกิจ ธุรกิจจำนวน 2 แห่งอีกเช่นกันที่เป็นผู้ตอบคำถามนี้ โดยธุรกิจแรกเห็นว่า ธุรกิจมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากรับการนัดนาการท่องเที่ยวของจังหวัดที่จะดีขึ้นเรื่อย ๆ แต่อีกธุรกิจหนึ่งกลับเห็นว่า ธุรกิจก็คงจะดำเนินไปเรื่อย ๆ แบบสม่ำเสมอ เนื่องจากถึงจุดอิ่มตัวแล้ว

#### 4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อมวลชน

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า สุโขทัยเป็นเมืองที่มีอารยธรรม และ ประเพณี ของชนชาวมัธยมมาตั้งแต่โบราณกาล ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในสุโขทัยจึงมักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจทางโบราณสถาน และ โบราณคดีต่าง ๆ โดยซึ่งถ้าเป็นช่วงที่มีเทศกาล หรืองาน

ประเพณีต่าง ๆ แล้ว จะมีนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเป็นจำนวนมากมาย ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ที่  
 เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดมีความเจริญเติบโต และ ปรับปรุงการขยายตัวกันอย่างถ้วน  
 หน้า โดยเฉพาะธุรกิจที่พักแรม และ ธุรกิจขายสินค้าต่าง ๆ

ที่อำเภอศรีสวัสดิ์มีชาวลาวพวน เข้ามาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะที่  
 หาดเลี้ยว ดังนั้น เมื่อถึงงานประเพณีของชาวลาวพวน ก็จะมีนักท่องเที่ยวเดินทาง ไปไม่ได้ขูด  
 ประเพณีที่สำคัญของลาวพวน ก็ได้แก่ ประเพณีกำฟ้า ซึ่งจัดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ ประเพณี  
 กำเกียงหรือห่อข้าวยามดิน ซึ่งจัดขึ้นในเดือนสิงหาคม และ ประเพณีการทานข้าวสะ ในเดือน  
 กันยายน นอกจากนี้ ยังมีประเพณีขอฝน หรือ ประเพณีแห่นางแมว ซึ่งเป็นประเพณีซึ่งปรากฏอยู่  
 ทั่วไปในภูมิภาคแถบนี้ แต่ประเพณีที่สำคัญและขึ้นชื่อลือชาที่สุดของสุโขทัย เห็นจะได้แก่ งาน  
 ลอยกระทง และ ประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ ซึ่งจัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายน ซึ่งประเพณีนี้ถือ  
 เป็นประเพณีสำคัญระดับชาติ และจากหลักฐานแล้ว พบว่า เกิดขึ้นที่สุโขทัยเป็นแห่งแรก และ  
 เมื่อปี พ.ศ. 2520 ทางกรมศิลปากรร่วมกับจังหวัดสุโขทัย และ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว  
 แห่งประเทศไทย ได้จัดงานฟื้นฟูประเพณีขึ้น ทำให้นับแต่นั้นมา ก็เป็นงานที่เชิดหน้าชูตาให้แก่  
 สุโขทัยเป็นอย่างยิ่ง เพราะถือได้ว่าเป็นสถานที่ที่จัดงานลอยกระทงได้ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก และ  
 ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของสุโขทัยเจริญรุ่งเรืองขึ้นอีกมาก นอกจากงานลอยกระทงซึ่งถือเป็น  
 งานระดับชาติแล้ว ประเพณีมัสการพระแม่ย่า ซึ่งจัดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ ก็เป็นอีกประเพณี  
 หนึ่งที่กำลังได้รับการส่งเสริมเพื่อให้เป็นการแสดงศิลปวัฒนธรรมระดับชาติ จะเห็นว่า การจัด  
 งานประเพณีจะเป็นสิ่งที่เสริมแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดได้อย่างดี และมีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก

ธุรกิจท่องเที่ยวของสุโขทัย จึงนับวันจะขยายตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวน  
 ขึ้นเรื่อย ๆ ตามนโยบายการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อย่างไรก็ดี ธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดสุโขทัย  
 ก็ยังสามารถที่จะขยายตัวได้อีก โดยเฉพาะที่อำเภอสวรรคโลก ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของแหล่ง  
 ท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง ที่อำเภอศรีสวัสดิ์ และ อำเภอเมืองสุโขทัย

จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นว่า จังหวัดสุโขทัย มีศักยภาพที่จะพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวได้  
 สูง ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง และ ธุรกิจสินค้าที่ระลึก  
 อันเนื่องมาจากความสมบูรณ์ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ จำนวนและขนาดของ  
 แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีมากเพียงพอที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ยิ่งถ้ามีการพัฒนา  
 เศรษฐกิจของจังหวัดเป็นไปอย่างดีและมีเสถียรภาพ ประกอบกับสามารถที่จะอนุรักษ์ทรัพยากร  
 และสิ่งแวดล้อม ให้อยู่ในสภาพที่ดีด้วยแล้ว สุโขทัยก็สามารถที่จะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ  
 และเป็นจุดท่องเที่ยวสุดท้ายด้วยตัวของตัวเองได้ในที่สุด



## 5. สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย

### 5.1 จากการประมาณการ

5.1.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต มีความสำคัญต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ในปัจจุบันได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งทำให้การประมาณการทำได้สะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรม ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางไปพักแรมและอยู่ในท้องที่ซึ่งไม่ใช่แหล่งที่อยู่ของตนไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมเยียนญาติมิตร ติดต่อธุรกิจหรือติดต่อราชการ

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวไทย

1) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ใช้ข้อมูลระหว่าง พ.ศ. 2521-2531 มาใช้ในการวิเคราะห์โดยวิธีวิเคราะห์แบบแนวโน้มตามกาลเวลา (Time Trend) เพื่อหาอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยจะมีจำนวน 5.7 ล้านคน ใน พ.ศ. 2534 และเพิ่มเป็น 8.8 ล้านคน ใน พ.ศ. 2539 (ตารางที่ 5.1) โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9 ต่อปี

ตารางที่ 5.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

หน่วย : ล้านคน

พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว
2532 <sup>1</sup>	4.8
2533	5.2
2534	5.7
2535	6.2
2536	6.8
2537	7.4
2538	8.1
2539	8.8

หมายเหตุ : <sup>1</sup> จากการประมาณการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดต่าง ๆ นั้น จะประมาณการโดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไปพักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดต่าง ๆ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 โดยสมมติให้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแยกตามจังหวัดคงที่ ซึ่งใน พ.ศ. 2530 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดสุโขทัย เท่ากับร้อยละ 1.13 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปมาประเทศไทย

2) นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แต่ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มีค่อนข้างไม่มากนัก จึงยังไม่สามารถนำมาประมาณการโดยตรงได้ การศึกษานี้จึงได้ตั้งสมมุติฐานว่า รายได้จากสาขาบริการของผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น (GPP) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละจังหวัด ซึ่งจากข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น พ.ศ. 2526-2530 พบว่า รายได้จากสาขาบริการโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 5.6 ต่อปี

ผลจากการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดสุโขทัยปรากฏว่า ใน พ.ศ. 2534 และ พ.ศ. 2539 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวเป็นจำนวน 150,353 คน และ 212,297 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดสุโขทัย

หน่วย : ล้านคน

พ.ศ.	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2532	77,069	54,240	131,309
2533	81,385	58,760	140,145
2534	85,943	64,410	150,353
2535	90,756	70,060	160,816
2536	95,838	76,840	172,678
2537	101,205	83,620	184,825
2538	106,872	91,530	198,402
2539	112,857	99,440	212,297

ที่มา : จากการคำนวณ

5.1.2 การประมาณการจำนวนห้องพักของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในอนาคต ได้ทำการประมาณการในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนห้องพักที่ต้องการในปีต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลประกอบที่จำเป็นต่อการคำนวณมีดังนี้

1) จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักในสถานที่พักแรม จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งที่ผ่านมามีช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีระยะเวลา 6 เดือน และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนเท่ากับร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งปี

2) จำนวนผู้เข้าพักแรมเฉลี่ยต่อห้อง จากการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อห้องเท่ากับ 1.6 ในทุกจังหวัด

3) ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย กำหนดให้มีค่าคงที่โดยเท่ากับระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใน พ.ศ. 2530

4) จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณ ในการศึกษาครั้งนี้คิดจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นรายเดือน ดังนั้นจำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณเท่ากับ 30 วัน

5) อัตราการเข้าพักเฉลี่ย กำหนดให้อัตราการเข้าพักที่เหมาะสมเท่ากับร้อยละ 75 ซึ่งเป็น ค่าเฉลี่ยในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามกลุ่มที่พัก จะใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม คู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้าพักแรมในจังหวัด โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม พ.ศ. 2530 ในการคำนวณ (ตารางที่ 5.3) และสมมุติว่าสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวนี้คงที่ ผลปรากฏว่าใน พ.ศ. 2534 จะมีนักท่องเที่ยวเข้าพักแรมในกลุ่ม 4 (ราคาห้องเดี่ยว ตั้งแต่ 201-400 บาท) 60,000 คน กลุ่ม 5 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาท ลงมา) 90,000 คน และในปี พ.ศ. 2539 จะมีนักท่องเที่ยวเข้าพักแรมในกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 เป็นจำนวน 85,000 คน และ 127,000 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.3 แสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและระยะเวลาพักเฉลี่ย พ.ศ. 2530

กลุ่มที่พักแรม	สัดส่วนนักท่องเที่ยว ระยะเวลาพักเฉลี่ย	
	(ร้อยละ)	(วัน)
กลุ่มที่ 4 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท	40.00	1.14
กลุ่มที่ 5 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาทลงมา	60.00	2.09
รวม	100.00	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 5.4 จำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในแต่ละกลุ่ม

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
กลุ่มที่ 4	.053	.056	.060	.064	.069	.074	.079	.085
กลุ่มที่ 5	.078	.084	.090	.096	.104	.111	.119	.127

ที่มา : จากการคำนวณ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาประมาณจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมที่ต้องการในแต่ละปี โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$R_i = \frac{(T_i \times L)}{N \times O \times 30}$$

- โดยที่
- $R_i$  = จำนวนความต้องการห้องพักในปีที่จะคำนวณ
  - $T_i$  = จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มียักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด
  - $L$  = ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว
  - $N$  = จำนวนคนเฉลี่ยต่อห้อง
  - $O$  = อัตราการเข้าพักเฉลี่ย

จำนวนห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการจำแนกตามกลุ่มที่พักแรม แสดงในตารางที่ 5.5 ซึ่งจะพบว่า ในปี พ.ศ. 2534 ความต้องการห้องพักทั้งหมดเท่ากับ 714 ห้อง แยกเป็นกลุ่ม 4 จำนวน 190 ห้อง กลุ่ม 5 จำนวน 524 ห้อง และใน พ.ศ. 2539 ความต้องการห้องพักทั้งหมดจะเท่ากับ 1,009 ห้อง แยกเป็นกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 จำนวน 269 ห้องและ 740 ห้องตามลำดับ

ตารางที่ 5.5 แสดงจำนวนห้องพักที่ต้องการ

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
<u>รวมทุกกลุ่ม</u>	623	666	714	764	820	878	942	1009
กลุ่มที่ 4	166	178	190	204	219	234	251	269
กลุ่มที่ 5	457	488	524	560	601	644	691	740

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดสุโขทัยกับจำนวนห้องพักที่มีอยู่เดิมใน พ.ศ. 2530 พบว่า ใน พ.ศ. 2531-2532 จะมีความต้องการขยายห้องพักเพิ่มขึ้น 177 ห้อง โดยแยกออกเป็นกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 จำนวน 23 ห้อง และ 154 ห้อง ตามลำดับ และใน พ.ศ. 2539 จะมีความต้องการขยายห้องพักเพิ่มขึ้น จาก พ.ศ. 2538 เป็นจำนวน 67 ห้อง (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดสุโขทัย

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	จำนวนที่มีอยู่เดิม	จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น/ปี			
	2530	2532	2534	2536	2539
<u>รวมทุกกลุ่ม</u>	446	177	48	56	67
กลุ่มที่ 4	143	23	12	15	18
กลุ่มที่ 5	303	154	36	41	49

หมายเหตุ : \*จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2530

ที่มา : จากการคำนวณ

## 5.2 จากการสำรวจ

### 5.2.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยว ที่ได้ไปทำการสัมภาษณ์มาทั้งหมด 80 คน โดยเป็นคนไทยและชาวต่างประเทศอย่างละ 40 คน โดยนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่สัมภาษณ์เจาะจงเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาจังหวัดสุโขทัยเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อนเท่านั้น นอกจากนี้มี ร้อยละ 3.75 ที่กล่าวว่าทั้งมาเที่ยวและมาเยี่ยมญาติ และอีกร้อยละ 1.25 ที่ทั้งมาเที่ยวและมาติดต่อธุรกิจการค้า ลักษณะการเดินทางมานั้น ส่วนมากจะเดินทางมากับเพื่อน มีเพียงส่วนน้อยที่จะเดินทางมาคนเดียว ที่เดินทางมากับญาติพี่น้องหรือมากับกรุ๊ปทัวร์ก็มีพอสมควร โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 26.5 คาดว่าจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยเพียงวันเดียว ร้อยละ 31.25 วางแผนจะเที่ยว 2 วัน ร้อยละ 30 จะเที่ยวเป็นเวลา 3 วัน นอกนั้นก็เที่ยวมากกว่า 3 วัน โดยมีเพียงร้อยละ 3.75 ที่คาดว่าจะอยู่นานกว่า 10 วัน

จากการสำรวจ ณ จุดสำรวจจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง คือ จุดที่ 1 ในตัวเมือง จุดที่ 2 อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จุดที่ 3 อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และ จุดที่ 4 คือ หาดเลี้ยว พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นชายและหญิงอย่างละครึ่ง โดยนักท่องเที่ยว

ไทยจะเป็นหญิงมากกว่าชาย และ นักท่องเที่ยวต่างประเทศจะเป็นชายมากกว่าหญิง และนักท่องเที่ยวส่วนมากจะมีอายุระหว่าง 20-40 ปี นอกนั้นก็กระจายกันไปในช่วงกลุ่มอายุต่าง ๆ กัน สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 60 เป็นโสด ส่วนที่เหลือแต่งงานแล้ว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ร้อยละ 64.10 เป็นโสด ร้อยละ 33.33 แต่งงานแล้ว และที่เหลืออีกร้อยละ 2.56 มีสถานภาพหย่าร้าง ลักษณะอาชีพของนักท่องเที่ยวก็กระจายกันไป โดยมีจำนวนเท่า ๆ กัน ระหว่าง อาชีพ รับราชการ นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว และทำงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษาส่วนมากจะจบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา คือ ผู้ที่จบสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป (โดยเป็นชาวต่างประเทศทั้งหมด) จบพาณิชย์หรืออาชีวศึกษา จบมัธยม และ จบชั้นประถม ตามลำดับ

ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุด คือ ร้อยละ 12.50 มีรายได้ มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รองลงมา ร้อยละ 10 มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และ กลุ่มที่มีรายได้ ตั้งแต่ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 7.50 มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 5 มีรายได้ 40,001-50,000 บาทต่อเดือน มีนักท่องเที่ยว 3 กลุ่ม ที่มีจำนวนร้อยละ 2.50 เท่ากัน คือ กลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน กลุ่มที่มีรายได้ 60,001-70,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มที่มีรายได้ 90,001-100,000 บาทต่อเดือน ส่วนอีกร้อยละ 47.50 นั้นไม่ระบุเงินเดือน

#### 5.2.2 ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

ในการสอบถามนักท่องเที่ยว ถึงสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดที่นักท่องเที่ยววางแผนจะเดินทางไปนั้น มีจำนวน 4 แห่ง อันได้แก่ ตัวเมืองสุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และ หาดเลี้ยว พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ วางแผนจะเดินทางไป อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยว ร้อยละ 87.50 วางแผนจะเที่ยวในตัวเมือง โดยแบ่งเป็น ชาวไทย ร้อยละ 80 และ ชาวต่างประเทศ ร้อยละ 95 สำหรับที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย มีนักท่องเที่ยวไทยวางแผนจะไป ร้อยละ 57.50 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 37.50 รวมเป็นนักท่องเที่ยวทั้งหมด ร้อยละ 47.50 วางแผนจะไปเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และที่หาดเลี้ยว นักท่องเที่ยวทั้งหมด ร้อยละ 18.75 วางแผนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว โดยเป็นชาวไทย ร้อยละ 20 และเป็นชาวต่างประเทศ ร้อยละ 17.50

ในการสำรวจเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้น ก็มีการสำรวจ แหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่งเหมือนเดิม สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในตัวเมืองนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่มาท่องเที่ยวที่นั่นว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายอย่างพร้อมมูล ประกอบกับมีบริการต่าง ๆ มากมาย รองลงมา เห็นว่า การคมนาคมสะดวก ง่ายแก่การสัญจรไปมา ต้องการที่จะชมศิลปวัฒนธรรม ต้องการที่จะชมโบราณสถานและประวัติศาสตร์ และ ต้องการชมธรรมชาติ ตามลำดับ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาเที่ยวเพราะเหตุผลต่าง ๆ จากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ต้องการจะชมโบราณสถานและประวัติศาสตร์ ต้องการจะชมศิลปวัฒนธรรม การคมนาคมสะดวก ต้องการชมธรรมชาติ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายพร้อมมูล ตามลำดับ สำหรับอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาเที่ยวเพราะเหตุผลที่เหมือนกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย สำหรับที่หาดเลี้ยวนี้ จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวต้องการที่จะมาชมศิลปวัฒนธรรม ชมธรรมชาติ ชมโบราณสถานและประวัติศาสตร์ และ การคมนาคมสะดวกสบาย ส่วนทางด้านการใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง พบว่า ในตัวเมืองนั้น นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดที่ว่าจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 วัน รองลงมาคือ ครึ่งวัน 2 วัน 1-2 ชั่วโมง นานกว่า 2 วัน และ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ตามลำดับ ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาอยู่ ครึ่งวัน 1-2 ชั่วโมง 1 วัน และ 2 วัน ตามลำดับ ที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ใช้เวลาอยู่ 1-2 ชั่วโมง ครึ่งวัน และ 1 วัน ตามลำดับ และที่หาดเลี้ยว จะใช้เวลาอยู่ 1-2 ชั่วโมง 1 วัน และ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ตามลำดับ (ตารางที่ 22)

สำหรับทางด้านความต้องการมาเที่ยวในอนาคตนั้น สถานที่ที่ได้รับการคาดหมายว่าจะมีผู้มาเที่ยวมากที่สุดและนักท่องเที่ยวส่วนมากวางแผนจะมาเที่ยวเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย รองลงมาในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ก็คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจะมาเที่ยวในอนาคตในอันดับรอง ๆ มา ได้แก่ หาดเลี้ยว และ ในตัวเมือง ตามลำดับ

### 5.2.3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจต่าง ๆ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

#### (1) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจโรงแรม

การพักแรมในพื้นที่ศึกษาทั้ง 4 จุด นั้นพบว่า มีเพียงในตัวเมืองเท่านั้นที่มีศักยภาพในการแวะพักของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 20.69 และ นัก



ชาวต่างชาติร้อยละ 61.11 จะพักที่โรงแรม นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 3.45 จะพักที่บังกาโล นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 6.9 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 38.89 จะพักที่เกสเฮ้าท์ ที่หาดเลี้ยว จะไม่มีนักท่องเที่ยวแวกแกลย ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 2.70 จะพักที่โรงแรม และ อีก ร้อยละ 2.70 พักที่บังกาโล และที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย มีเพียงนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ร้อยละ 12.50 แวกพักที่โรงแรม (ตารางที่ 23)

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่พักแรมนั้น พบว่าในสถานที่พักแรมในตัวเมือง นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 44.44 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 22.86 รู้สึกพอใจในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 33.33 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 45.71 รู้สึกพอใจค่อนข้างมาก นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 22.22 และ ชาวต่างชาติ ร้อยละ 28.57 รู้สึกพอใจค่อนข้างมาก ในสถานที่พักแรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีเพียงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ให้อัฒมูล โดย ร้อยละ 50 พอใจในระดับปานกลาง และอีกครั้งหนึ่งที่เหลือ รู้สึกพอใจมาก สำหรับสถานที่พักแรมที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ก็มีเพียงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่านั้นที่ให้อัฒมูล และตอบว่า รู้สึกพอใจในระดับปานกลาง

## (2) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจจ้ดนำเที่ยวและบริการขนส่ง

จากการสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไม่ได้ใช้บริการจ้ดนำเที่ยว ทั้งนี้ เพราะบริษัทจ้ดนำเที่ยวที่มีในจังหวัดมีจำนวนน้อยมาก เท่าที่พบของการใช้บริการก็มี บริการจ้ดนำเที่ยว และ มัคคุเทศน์อิสระจำนวนเล็กน้อย ซึ่งพบว่า ในตัวเมือง นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 3.45 ใช้บริการมัคคุเทศน์อิสระ นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 13.79 และนักท่อง เที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 25 ใช้บริการจ้ดนำเที่ยวที่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 5.13 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 10.81 ใช้บริการมัคคุเทศน์อิสระ นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 10.26 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 29.73 ใช้บริการการจ้ดนำเที่ยว ที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 25 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 50 ใช้บริการการจ้ดนำเที่ยว และ ที่หาดเลี้ยว มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 75 ใช้บริการการจ้ดนำเที่ยว (ตารางที่ 24)

เกี่ยวกับธุรกิจขนส่ง นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนตัว ในแหล่งท่องเที่ยวในตัวเมืองนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 6.9 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 22.22 ใช้บริการรถขนส่งสาธารณะ เช่น แท็กซี่ หรือ ตุ๊กตุ๊ก นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 3.45 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 5.56 ใช้บริการรถเช่า นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 10.34 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 47.22 ใช้บริการรถบัส นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 65.52 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 2.78 ใช้รถยนต์ส่วนตัว นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 13.79 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 22.22 ใช้บริการรถบัสทัวร์ ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 5.13 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 35.14 ใช้บริการรถขนส่งสาธารณะ นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 2.56 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 2.70 ใช้บริการรถบัส นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 66.67 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 2.70 ใช้รถส่วนตัว นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 12.82 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 32.43 ใช้บริการรถทัวร์ ที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 12.50 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 12.50 เท่ากัน ใช้บริการรถขนส่งสาธารณะ นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 50 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 25 มีรถส่วนตัว นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 37.50 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ประมาณร้อยละ 37.50 เท่ากัน ใช้บริการรถทัวร์ และ ที่หาดเลี้ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 25 ใช้บริการรถขนส่งสาธารณะ นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 66.67 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 25 มีรถส่วนตัว นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 33.33 และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 50 ใช้บริการรถทัวร์ (ตารางที่ 25)

เมื่อพิจารณาถึงด้านความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากธุรกิจขนส่ง โดยแยกตามเชื้อชาติ และ สถานที่ท่องเที่ยวแล้ว พบว่า ในตัวเมือง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 5.71 พพอใจค่อนข้างน้อย นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 30 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 20 พพอใจในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 40 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 40 พพอใจค่อนข้างมาก นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 10 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 25.71 พพอใจมาก ที่เหลือนอกนั้น ไม่ได้ระบุ ส่วนที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 7.69 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 22.22 พพอใจในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 38.46 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 47.22 พพอใจค่อนข้างมาก นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 7.69 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 16.67 พพอใจมาก ที่เหลือนอกนั้น ไม่ได้ระบุ ที่อุทยานประวัติศาสตร์

ศรีสังขาลัย นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 25 รู้สึกพอใจในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยว  
 ไทย ร้อยละ 50 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 33.33 พอใจค่อนข้างมาก และ นัก  
 ท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 16.67 พอใจมาก ที่เหลือออกนั้น ไม่ได้ระบุ และสุดท้ายที่หาด  
 เลี้ยว นักท่องเที่ยวไทยทั้งหมด พอใจในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ  
 33.33 พอใจค่อนข้างมาก ที่เหลือไม่ได้ระบุ

### (3) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ทางการแวะรับประทานอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ณ จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ  
 พบว่า ที่ในตัวเมือง นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 17.24 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ  
 2.78 ไม่ได้แวะทานอาหาร นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 20.69 นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ  
 55.56 แวะทานที่ภัตตาคาร นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 34.48 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ  
 ร้อยละ 19.44 แวะรับประทานอาหารที่ร้านอาหารหรือ คอมพิวเตอร์ นักท่องเที่ยวไทย ร้อย  
 ละ 20.69 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 25 แวะรับประทานอาหารตามแผงขาย  
 อาหาร นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 6.90 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 5.56 แวะทาน  
 ตามรถเข็นหรือหาบเร่ นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 10.34 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ  
 13.89 แวะทานในร้านอาหารในโรงแรม ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยว  
 ไทย ร้อยละ 41.03 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 43.24 ไม่ได้แวะทานอาหาร นัก  
 ท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 29.73 แวะทานที่ภัตตาคาร นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ  
 21.62 ใช้บริการร้านอาหารหรือคอมพิวเตอร์ นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 33.33 ใช้บริการ  
 ของรถเข็นหรือหาบเร่ ที่เหลือออกนั้นก็กระจายกันไป สำหรับที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสังขาลัย  
 นักท่องเที่ยวไทย จำนวนครึ่งหนึ่ง และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ 3 ใน 4 ไม่ได้แวะทานอาหาร  
 นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 25 ใช้บริการตามแผงขายอาหาร ส่วนนักท่องเที่ยวไทยที่เหลือก็ใช้  
 บริการ ภัตตาคาร และ ร้านอาหารหรือคอมพิวเตอร์ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ  
 12.50 ใช้บริการของภัตตาคาร และ จุดสำรวจสุดท้าย ที่หาดเลี้ยว พบว่า ไม่มีนักท่องเที่ยว  
 ต่างชาติที่แวะใช้บริการร้านอาหารเลย และ นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 33.33 ก็ไม่ได้แวะ  
 ทานอาหาร นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 66.67 แวะทานตามแผงขายอาหาร อีก ร้อยละ  
 33.33 ใช้บริการของรถเข็น หรือ หาบเร่ (ตารางที่ 26)

ทางด้านทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความ  
 นิยมต่อธุรกิจร้านอาหารในตัวเมือง และ ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มากกว่าที่อื่น ๆ ทั้งนี้ก็

เพราะ มีจำนวนมาก และมีความหลากหลายมากกว่านั่นเอง ส่วนที่ท่องเที่ยวแหล่งอื่น ๆ นั้น ธุรกิจร้านอาหารได้รับความนิยมน้อยมาก ส่วนทางด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบและบริการที่ได้รับจากธุรกิจร้านอาหารนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมาก จะรู้สึกพอใจในระดับปานกลาง ถึง พอดีในระดับค่อนข้างมาก

#### (4) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจสินค้านานาชาติและบันเทิง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดไม่ได้รับบริการนี้ ส่วนที่ใช้บริการนี้ก็มิเหมาะในตัวเมือง และ ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เท่านั้น ซึ่งก็แสดงถึงความนิยมที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้นเอง สำหรับในตัวเมืองนั้น นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 3.45 และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 8.33 ใช้บริการบาร์เบียร์ นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 3.45 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 11.11 ใช้บริการตู้โชว์ นอกนั้นอาจมีการใช้บริการอื่น ๆ บ้าง ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 2.70 ใช้บริการบาร์เบียร์ และ อีก ร้อยละ 5.41 ใช้บริการตู้โชว์ นอกนั้นไม่ได้ใช้บริการอะไรเลย (ตารางที่ 27)

ในส่วนของการรู้สึกพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อธุรกิจนั้น พบว่า ในตัวเมือง นักท่องเที่ยวไทย รู้สึกค่อนข้างพอใจมาก และ พอดีมาก อย่างละครึ่ง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้น ร้อยละ 12.50 พอดีในระดับปานกลาง ร้อยละ 62.50 พอดีค่อนข้างมาก ร้อยละ 12.50 พอดีมาก ในขณะที่ อีก ร้อยละ 12.50 ไม่ได้ระบุความพอใจ และ ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 66.67 รู้สึกพอใจในระดับปานกลาง ส่วนที่เหลือพอใจค่อนข้างมาก

#### (5) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก

ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ในตัวเมืองสุโขทัย พบว่า นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 62.07 นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 88.89 ไม่ได้ซื้อของที่ระลึก นักท่องเที่ยวไทยนิยมจะไปซื้อที่ร้านค้ามากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมซื้อตามแผงลอย หาบเร่ และ ร้านค้า ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 61.54 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 70.27 ไม่ได้ซื้อของเลย นักท่องเที่ยวไทยนิยมซื้อที่ แผงลอย ร้านค้า และ หาบเร่ ตามลำดับ

ดับ นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมซื้อที่ร้านค้าเก่า ๆ กับที่แผงลอย โดยซื้อที่หาบเร่น้อยที่สุด ที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีวิชนาลัย นักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 62.50 และ นักท่องเที่ยวต่างชาติครึ่งหนึ่ง ไม่ได้ซื้อของ นักท่องเที่ยวไทยนิยมซื้อของตามร้านค้ามากที่สุด รองลงมาคือที่แผงลอย และ ร้านค้า ตามลำดับ และที่หาดเสี้ยว นักท่องเที่ยวไทย 1 ใน 3 ไม่ได้ซื้อของ นักท่องเที่ยวไทยนิยมซื้อของที่ร้านค้าเท่ากับที่แผงลอย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมซื้อตามร้านค้า (ตารางที่ 28)

ในส่วนของความพอใจนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากแล้ว ค่อนข้างที่จะพอใจมาก โดยเฉพาะที่หาดเสี้ยว นักท่องเที่ยวทุกคนพอใจมาก มีเพียงร้อยละ 18.18 ของนักท่องเที่ยวไทยที่ในตัวเมือง ร้อยละ 13.33 ของนักท่องเที่ยวไทยที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และ ร้อยละ 33.33 ของนักท่องเที่ยวไทยที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีวิชนาลัย ที่พอใจค่อนข้างน้อย ส่วนที่เหลือออกนั้น จัดได้ว่าพอใจในระดับปานกลางไปจนถึงพอใจมาก

#### 5.2.4 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการลงเงินเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว ๗ สถานที่ท่องเที่ยวในตัวเมืองประมาณ ร้อยละ 83.08 ไม่ขอแสดงความคิดเห็น ในขณะที่ส่วนที่แสดงความคิดเห็นนั้น ต้องการให้เพิ่มบริการการให้เช่าสารและข้อมูลการท่องเที่ยว และ เพิ่มบริการร้านอาหาร เป็นสำคัญ นอกนั้นก็ต้องการให้มีการให้บริการด้านสันนาการ รักษาความสะอาด รักษาสภาพธรรมชาติ และ ต้องการให้พัฒนาในหลาย ๆ ทาง ๗ สถานที่ท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย นักท่องเที่ยวประมาณ ร้อยละ 63.16 ไม่ขอแสดงความคิดเห็น ในขณะที่ส่วนที่แสดงความคิดเห็นนั้น ต้องการให้เพิ่มบริการร้านอาหาร และ ให้บริการข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เป็นสำคัญเช่นกัน นอกนั้นก็ต้องการให้รักษาศิลปวัฒนธรรม รักษาสภาพธรรมชาติ ให้ปรับปรุงและเพิ่มเติมในธุรกิจผลิตสินค้าที่ระลึก และต้องการให้ปรับปรุงในหลาย ๆ ด้าน ๗ จุดท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ศรีวิชนาลัย นักท่องเที่ยวประมาณ ร้อยละ 62.50 ไม่ขอแสดงความคิดเห็น ในขณะที่ส่วนที่แสดงความคิดเห็นนั้น ต้องการให้เพิ่มบริการการให้เช่าสารข้อมูลการท่องเที่ยว และ ปรับปรุงธุรกิจผลิตสินค้าที่ระลึกมากที่สุด นอกนั้นก็ต้องการให้ปรับปรุงด้าน ร้านอาหาร การคมนาคม รักษาศิลปวัฒนธรรม และปรับปรุงในหลาย ๆ ด้าน สุดท้ายที่จุดท่องเที่ยวที่ หาดเสี้ยว มีนักท่องเที่ยวที่แสดงความคิดเห็นเพียงร้อยละ 14.29 และทั้งหมดก็ต้องการให้ปรับปรุงในหลาย ๆ ด้านไปพร้อม ๆ กัน (ตารางที่ 29)

เมื่อได้เปรียบเทียบกันระหว่างความเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความเพียงพอของธุรกิจต่าง ๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้กับศักยภาพของพื้นที่ที่จะสามารถรองรับได้ พอสรุปได้ว่าธุรกิจร้านอาหาร และ ธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดสุโขทัยยังมีไม่ค่อนเพียงพอ ดังนั้นสามารถที่จะขยายธุรกิจได้อีกมาก ในหลาย ๆ สถานที่ท่องเที่ยว(รวมทั้งที่นอกเหนือไปจากบริเวณที่ได้ไปทำการสัมภาษณ์มา) โดยเฉพาะธุรกิจนำเที่ยว เนื่องจากสุโขทัยเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไปเที่ยว ต้องการทราบประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ เพราะฉะนั้น มีเหตุผลที่จะเข้ามาจับตลาดในส่วนนี้ได้อีกมาก

## 6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดสุโขทัย

### 6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใน 3 บริเวณ ของจังหวัดสุโขทัย เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบและความสามารถที่จะลงทุนธุรกิจประเภทต่าง ๆ นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากให้ทัศนะว่า ธุรกิจที่มีศักยภาพในการลงทุนสูงที่สุด ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ทั้งนี้เพราะร้านอาหารที่มีอยู่มากไม่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวเท่าที่ควร โดยเฉพาะ ทางด้านความสะดวก ส่วนที่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวนั้นก็ยังมีไม่พอเพียงในหลาย ๆ จุดของแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่นำลงทุนในอันดับรอง ๆ ลงมาก็ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจสินค้าที่ระลึก และธุรกิจสถานที่พักผ่อนตามลำดับ นอกจากนี้ ธุรกิจอื่น ๆ ก็ล้วนแต่ควรจะได้รับการพัฒนาปรับปรุงทั้งทางด้านจำนวน คุณภาพ และความหลากหลาย และเมื่อธุรกิจอื่น ๆ มีการขยายตัว เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแล้ว ธุรกิจขนส่งก็จำเป็นที่จะต้องขยายขึ้นมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มปริมาณมากขึ้น เพื่อให้เพียงพอแก่ความต้องการ

### 6.2 แนวทางธุรกิจที่ได้จากการศึกษา เปรียบเทียบกับ ข้อมูล การวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษา และแผนพัฒนาของรัฐ

6.2.1 การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม อาศัยจากข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากการศึกษา และทัศนคติที่สำรวจได้ ประกอบกับโครงสร้างของจังหวัดสุโขทัย จึงได้มีการเสนอแนะให้มีการลงทุนประเภทอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกลุ่มที่ประกอบด้วย เขตอำเภอ

เมืองสุโขทัย อำเภอสวรรคโลก และอำเภอศรีสัชชนาลัย จากสภาพของธุรกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และสภาพพื้นฐานแวดล้อม จัดว่ากลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมืองสุโขทัยเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับกลุ่มท่องเที่ยวอื่น ๆ ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านที่พัก และ สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว แต่เมื่อพิจารณาถึงสภาพธุรกิจที่พักแรมที่ตั้งอยู่ในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองแล้ว จะเป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กระดับ C3 เกือบทั้งหมด ดังนั้นจึงมีข้อจำกัดในด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ และการจูงใจหรือสร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวมาพักแรม หรือมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวสุดท้าย ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่าศักยภาพและโอกาสลงทุนสำหรับที่พักแรมในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรจะเป็นการลงทุนที่ที่พักแรมที่มีขนาดใหญ่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมากกว่านี้ มีบริการที่จำเป็น เช่น รถบริการ รับส่งนักท่องเที่ยว บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว บริการด้านโทรคมนาคม ทั้งนี้เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้มาพักแรมและจำเป็นที่จะต้องใช้บริการ

#### เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอแนะ มีดังนี้

- (1) การมีมาตรการในการสนับสนุนโครงการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ ให้แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองกำแพงเพชร เป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
- (2) โครงการปรับปรุงโครงการคมนาคมประเภททางหลวง ให้สามารถบริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และเข้าถึงจุดท่องเที่ยวแหล่งใหม่ ๆ ทำให้ความต้องการที่พักแรม ย่อมจะต้องเพิ่มขึ้นตามไปด้วย
- (3) การคาดการณ์ความต้องการและจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตว่าจะมีนักท่องเที่ยวในปริมาณที่สูงขึ้นประกอบกับมีความสามารถในการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความต้องการที่พักแรมในสถานที่ที่สามารถให้บริการต่าง ๆ และความสะดวกสบายได้อย่างครบครัน นอกจากนี้จากการคาดการณ์ความต้องการนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตจึงจำเป็นที่จะต้องสร้างสถานที่พักแรมเพิ่มขึ้น

#### กลยุทธ์การลงทุนบริการที่พักแรม

ในจังหวัดสุโขทัย สถานที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยเอกชน ดังนั้น จึงมีการแข่งขันกันอยู่แล้ว เพื่อที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ กลยุทธ์การลงทุนในกิจการที่พักแรมใหม่ ๆ จึงควรเน้นที่ การจัด

สถานที่ โดยให้การจัดสถานที่ให้สะอาดเรียบร้อย มีความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะจะเป็นเครื่องดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาพัก การจัดสถานที่ให้มีความปลอดภัย มีความสำคัญเป็นอันดับสอง เพราะธุรกิจควรจะคำนึงว่า นักท่องเที่ยวทั้งหลายมีความต้องการสถานที่ที่จะเก็บรักษาทรัพย์สินส่วนตัวเอาไว้ได้อย่างปลอดภัย ถ้าธุรกิจให้ความสำคัญในเรื่องนี้แล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาพักแรมมากพอ ๆ กับความสะอาด สิ่งสำคัญอันดับที่สามคือ ความสะอาด ธุรกิจควรคำนึงถึงความสะอาด คือ ควรจัดสถานที่ให้อยู่ในเขตที่นักท่องเที่ยวสนใจ มีการจัดพาหนะรับส่ง และ ควรจัดให้มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเพียงพอแก่ผู้ใช้ ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพของสถานที่พักแรม ถ้าธุรกิจจัดให้สถานที่พักแรมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ ก็จะเป็นการสร้างประทับใจให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างมาก และถ้าหากธุรกิจมีองค์ประกอบทั้ง 3 สิ่ง คือ ความสะอาด ความปลอดภัย ความสะอาด แล้ว การขายบริการด้านธุรกิจที่ที่พักแรมก็จะ เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาจังหวัดสุโขทัยได้มากขึ้น

6.2.2 การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร จากข้อมูลที่ได้ การสำรวจได้ พบว่า ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ในการขยายตัวสูงที่สุดในทุก ๆ ท้องถิ่นตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยควรจะมีหลากหลายในประเภทอาหารและรูปแบบการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้วย โดยเฉพาะธุรกิจประเภทสวนอาหาร ควรจะได้รับการสนับสนุนทางธุรกิจมากที่สุด เนื่องจากเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง โดยเฉพาะธุรกิจถ้ามีการใช้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมแบบไทย ๆ ด้วยแล้ว ก็จะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากขึ้นอีก นอกจากนี้ ควรจะมีการขยายสถานที่ของร้านอาหารให้กว้างใหญ่ขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มากับกรุ๊ปทัวร์

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอ มีดังนี้

(1) ความคิดเห็นจากผู้ประกอบการบางส่วนและนักท่องเที่ยวส่วนมาก เห็นว่า ควรจะสนับสนุนเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารให้มากขึ้นและบริการดีขึ้น

(2) จากนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น ดังนั้น ธุรกิจร้านอาหารจึงควรมีบทบาทที่จะส่งเสริมนโยบายด้านนี้ โดยการเพิ่มจำนวนและขยายกิจการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างพอเพียง



### กลยุทธ์การลงทุนบริการร้านอาหาร

ในจังหวัดสุโขทัย มีที่พักแรมอยู่หลายประเภท ร้านอาหารจึงสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ร้านอาหารและภัตตาคารที่อยู่ภายในที่พักของนักท่องเที่ยว และร้านอาหารที่อยู่นอกที่พักของนักท่องเที่ยว ซึ่งการวางกลยุทธ์การลงทุนกิจการร้านอาหาร จึงควรคำนึงถึงความสะอาด การบริการ ความสะอาด รสชาติ และ ราคา เป็นสำคัญ ส่วนการแสดงโชว์ทางด้านวัฒนธรรม จะเป็นสิ่งช่วยเสริมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อวางกลยุทธ์ทุกด้านได้พร้อมมูลแล้ว สิ่งที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งก็คือ การประชาสัมพันธ์ เพราะการประชาสัมพันธ์ที่ดีย่อมเป็นสิ่งที่จะชวนเชิญให้นักท่องเที่ยว เข้ามาสัมผัสได้เป็นอย่างดี

#### 6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดสุโขทัย

จากข้อเสนอแนะทางการลงทุน สำหรับจังหวัดสุโขทัย เป็นเพียงแนวทางการลงทุนสำหรับธุรกิจที่คณะศึกษาเห็นว่ามีความสำคัญและลำดับความสำคัญสูง ซึ่งจากสภาพปัจจุบันและนโยบายการพัฒนาของจังหวัด ที่ต้องการให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นหัวหอกในการพัฒนา คือ เมื่อมีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก็จะทำให้อุตสาหกรรมอื่น ๆ พัฒนาตามไปด้วย ดังนั้นการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวจึง เป็นธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนพอสมควร รูปแบบของการลงทุนก็ควรจะเป็นการขยายจำนวนธุรกิจให้เพิ่มมากขึ้น เพียงพอแก่ความต้องการ และปรับปรุงธุรกิจที่มีอยู่ให้มีขีดความสามารถในการรองรับให้เพิ่มขึ้น มีคุณภาพ และมีความหลากหลายมากขึ้นด้วย

สรุปแล้วจะเห็นว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย เป็นธุรกิจที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เพราะยังมีไม่เพียงพอแก่ความต้องการในเกือบทุก ๆ ประเภทธุรกิจ ประกอบกับการได้รับการสนับสนุนจากทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งความเป็นแหล่งที่มีอารยธรรมมาแต่โบราณ ทำให้ อนาคตของธุรกิจท่องเที่ยวสดใสมากขึ้น ยิ่งถ้าได้รับความร่วมแรงร่วมใจกันจากพ่อค้า นักธุรกิจ และ ประชาชน รวมทั้ง ภาคการปกครองส่วนท้องถิ่น ด้วยแล้ว การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยจะเป็นแบบก้าวกระโดด จนอาจกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศ รองจาก กรุงเทพมหานคร ฯ เชียงใหม่ หรือภูเก็ต ก็เป็นไปได้.

ภาคผนวก

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของธุรกิจที่พักแรม

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของที่พักแรม	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
โรงแรม	72.73	80.00	-
บังกาโล	9.09	-	100.00
เกสท์เฮาส์	18.18	20.00	-
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = เอาเภอเมืองสุราษฎร์  
จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์สุราษฎร์

ตารางที่ 2 แสดงถึงอำนาจความสะดวกของที่พักแรม

หน่วย: แห่ง

ประเภทของถึงอำนาจความสะดวก	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
ลอบบี้/ห้องรับแขก	8 (80.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	7 (77.78)
ลิฟท์	1 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)
ที่จอดรถ	11 (110.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	10 (111.11)
สวนธรรมชาติ	2 (20.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (22.22)
<b>รวม</b>	<b>10 (100.00)</b>	<b>0 (100.00)</b>	<b>0 (100.00)</b>	<b>0 (100.00)</b>	<b>1 (100.00)</b>	<b>2 (100.00)</b>

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 3 แสดงบริการด้านต่าง ๆ ของที่พักแรม

หน่วย : แห่ง

ประเภทของบริการ	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
คู่มือ	7 (63.64)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	6 (60.00)
บริการเรือกรก	10 (90.91)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	9 (90.00)
บริการซักรีด	11 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	10 (100.00)
บริการจัดเลี้ยง/ประชุม	4 (36.36)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	3 (30.00)
บริการเทคโนโลยี/เทคโนโลยี	1 (9.09)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)
อื่น ๆ	3 (27.27)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (30.00)
ไม่มีบริการ	4 (36.36)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (40.00)
<b>รวม</b>	<b>11 (100.00)</b>	<b>0 (100.00)</b>	<b>0 (100.00)</b>	<b>0 (100.00)</b>	<b>1 (100.00)</b>	<b>10 (100.00)</b>

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 4 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจของธุรกิจโรงแรม

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3	รวมระบุ
1 ปี	2 (18.18)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (20.00)	0 (0.00)
4 ปี	1 (9.09)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	0 (0.00)
9 ปี	1 (9.09)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
10 ปี	3 (27.27)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (30.00)	0 (0.00)
มากกว่า 10 ปี	4 (36.36)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (40.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	11 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	10 (100.00)	0 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่ศึกษรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่ศึกษรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่ศึกษรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่ศึกษรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่ศึกษรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 5 แสดงลักษณะกลุ่มลูกค้าของที่พักแรม

หน่วย : ร้อยละ

กลุ่มของลูกค้า	จำนวนของที่พักแรม
นักท่องเที่ยว	18.18
นักธุรกิจและอื่น ๆ	
21-40	27.27
41-60	18.18
61-80	18.18
81-99	18.18
รวม	100.00

ตารางที่ 6 แสดงอัตราการเข้าฝึกแรมานช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season)

อัตราการเข้าฝึก	หน่วย:ร้อยละ	
	จุดที่ 1	จุดที่ 2
1-20	0.00 (10.00)	0.00 (0.00)
21-40	10.00 (30.00)	0.00 (0.00)
41-60	20.00 (50.00)	0.00 (0.00)
61-80	50.00 (10.00)	100.00 (100.00)
100	20.00 (0.00)	0.00 (0.00)

หมายเหตุ :จุดที่ 1 = อ่างทองเมืองสุราษฎร์

จุดที่ 2 = อทยานประวัติศาสตร์สุราษฎร์

( ) หมายถึงอัตราการเข้าฝึกแรมานช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)



• ตารางที่ 7 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจของภัตตาคารและร้านอาหาร

หน่วย : ร้าน

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1-2 ปี	15 (38.46)	0 (0.00)	3 (60.00)	12 (37.50)
3-4 ปี	4 (10.26)	1 (50.00)	1 (20.00)	2 (6.25)
5-6 ปี	2 (5.13)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (6.25)
7-8 ปี	3 (7.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (9.38)
9-10 ปี	5 (12.82)	0 (0.00)	1 (20.00)	4 (12.50)
11-12 ปี	2 (5.13)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (6.25)
มากกว่า 12 ปี	8 (20.51)	1 (50.00)	0 (0.00)	7 (21.88)
จำนวนผู้ตอบ	39 100.00	2 100.00	5 100.00	32 100.00

หมายเหตุ : ขนาด A รองรับลูกค้าได้มากกว่า 200 คน  
 ขนาด B รองรับลูกค้า 101-200 คน  
 ขนาด C รองรับลูกค้าไม่เกิน 100 คน  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 8 แสดงการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นวางระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
สูงกว่า	6.67	9.09	6.67	0.00	0.00
เท่ากัน	73.33	72.73	80.00	100.00	33.33
ต่ำกว่า	20.00	18.18	13.00	0.00	66.67
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอเมืองสขยตบ  
 จุดที่ 2 = อหยำนบระวศศาสตรสขยตบ  
 จุดที่ 2 = อหยำนบระวศศาสตรศรลยชนาสย  
 จุดที่ 4 = หาดเสยว

ตารางที่ 9 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านอาหารที่รองรับนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
มากเกินไป	16.67	18.18	13.33	0.00	33.33
ค่อนข้างมาก	13.33	9.09	6.67	0.00	66.67
เพียงพอ	63.33	54.55	80.00	100.00	0.00
ยังไม่เพียงพอ	3.33	9.09	0.00	0.00	0.00
ยังไม่เพียงพอ	3.33	9.09	0.00	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อำเภอเมืองราชบุรี  
 จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์ราชบุรี  
 จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย  
 จุดที่ 4 = หาดเสี้ยว

ตารางที่ 10 แสดงผลการสุ่มของธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
1-10	20.00
11-20	33.33
21-30	23.33
31-40	3.33
41-50	6.67
51-60	3.33
71-80	3.33
ไม่ระบุ	6.67
รวม	100.00

ตารางที่ 11 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
พนักงานไม่เพียงพอ	13.33
พนักงานไม่มีคุณภาพ	7.50
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	6.67
ขาดแคลนวัตถุดิบ	3.33
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	16.67
เสียภาษีสูง	10.00
ข้อจำกัดของรัฐบาล	23.33
อื่น ๆ	10.00
รวม	36.67

ตารางที่ 12 แสดงแนวโน้มของธุรกิจประเภทร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	จำนวน
ยังสามารถขยายตัวได้อีก	46.67
มีการแข่งขันกันมาก	6.67
ไม่แน่นอน (ขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลและปัจจัยทางเศรษฐกิจ)	10.00
คงที่	23.33
รวม	13.33
รวม	100.00

ตารางที่ 13 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้า

หน่วย : ร้อย

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
ผ้าไหม	0	0	0	0	0	0	4	3
	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(66.67)	(50.00)
ผ้าฝ้าย/บาติก	0	0	1	1	0	0	4	5
	(0.00)	(0.00)	(25.00)	(25.00)	(0.00)	(0.00)	(66.67)	(83.33)
ผ้าทอเรือ	0	0	0	0	1	1	5	4
	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(16.67)	(16.67)	(83.33)	(66.67)
รวม	0	0	4	4	6	6	6	6
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อําเภอเมืองสุราษฎร์
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์สุราษฎร์
- จุดที่ 3 = อุทยานประวัติศาสตร์ศรีวิชัย
- จุดที่ 4 = หาดเสี้ยว
- ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ



ตารางที่ 15 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับบ้าน/เครื่องใช้

หน่วย : ร้อย

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	0 (0.00)	2 (33.33)	0 (0.00)	0 (0.00)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	3 (75.00)	0 (0.00)	5 (83.33)	0 (0.00)	0 (0.00)
เครื่องถม	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
ผ้า/หวาย	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
เครื่องเงิน	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
ผ้า	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (16.67)	1 (16.67)
เครื่องหนัง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	0 (0.00)	3 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	0 (100.00)	0 (100.00)	4 (100.00)	4 (100.00)	6 (100.00)	6 (100.00)	6 (100.00)	6 (100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อําเภอเมืองสขยทัย
- จุดที่ 2 = อหยำนประวดีศาสตรสขยทัย
- จุดที่ 3 = อหยำนประวดีศาสตรศรีลชนนาลัย
- จุดที่ 4 = หาดเสียว
- ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ



ตารางที่ 16 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทรูปภาพ/ใบสกรีน/หนังสือ

หน่วย : ไร่

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
รูปภาพ/ใบสกรีน/หนังสือ	0	0	0	1	0	0	0	0
อื่น ๆ	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(25.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)
	0	0	0	0	0	0	1	0
	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(16.67)	(0.00)
จำนวนผู้ตอบ	0	0	4	4	6	6	6	6
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อ่างทองเมืองศรียศ
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
- จุดที่ 3 = อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย
- จุดที่ 4 = หาดเสี้ยว
- ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 17 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้าน

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปีหรือน้อยกว่า 1 ปี	2 (12.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (15.38)
2 ปี	2 (12.50)	0 (0.00)	1 (33.33)	1 (7.69)
5 ปี	3 (18.75)	0 (0.00)	1 (0.00)	3 (23.08)
6 ปี	1 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
10 ปี	2 (12.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (15.38)
มากกว่า 10 ปี	6 (37.50)	0 (0.00)	2 (66.67)	4 (30.77)
จำนวนผู้ตอบ	16 (100.00)	0 (100.00)	3 (100.00)	13 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A เป็นร้านที่มีขนาดมากกว่า 2 คูหา  
 ขนาด B เป็นร้านที่มีขนาด 2 คูหา  
 ขนาด C เป็นร้านที่มีขนาด 1 คูหา  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 18 แสดงส่วนแบ่งของลูกค้าชาวพม่าในธุรกิจสินค้าของดีระสิ๊ก

หน่วย : ร้อยละ

ส่วนแบ่ง	จำนวนร้าน
1-10	16.67
11-20	16.67
41-50	8.33
51-60	8.33
61-70	16.67
81-90	16.67
91-100	16.67
รวม	100.00

ตารางที่ 19 แสดงการลู่หรือเจดีย์ในธุรกิจสินค้าของดีระสิ๊ก

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
1-5	8.33
6-10	33.33
16-20	8.33
มากกว่า 35	50.00
รวม	100.00

ตารางที่ 20 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจสินค้าของทีระฝัก

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวนร้าน
ตลาดมีการแข่งขันสูง	16.67
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	25.00
ขาดแคลนวัตถุดิบ	41.67
อัตราภาษีที่ค่อนข้างสูง	8.33
ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล	8.33
ปัญหาทางด้านเทคนิค	8.33
ไม่มีปัญหา	33.33

ตารางที่ 21 แสดงแนวโน้มนโยบายธุรกิจสินค้าของทีระฝัก

หน่วย : ร้อยละ

ทิศทางของแนวโน้ม	จำนวนร้าน
ดีขึ้น	8.33
แย่ลง	25.00
คงที่	8.33
ไม่แน่นอน	8.33
ไม่ทราบ	50.00
รวม	100.00

ตารางที่ 22 แสดงเหตุผลในการเลือกสถานที่และระยะเวลาที่อาศัยอยู่นั้น

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
สาเหตุที่เลือก								
เพื่อชมธรรมชาติ	0.00	8.33	15.38	24.32	25.00	62.50	66.67	0.00
เพื่อชมศิลปวัฒนธรรม	6.90	22.22	53.85	75.68	37.50	75.00	33.33	100.00
เพื่อชมโบราณสถาน/ ประวัติศาสตร์	3.45	22.22	97.44	86.49	100.00	87.50	33.33	25.00
เพราะการเดินทางสะดวก	51.72	27.78	39.90	13.51	37.50	0.00	33.33	0.00
เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก หรือ	75.86	47.22	12.82	5.41	0.00	12.50	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	16.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ระยะเวลาที่เข้าพักที่นั่น								
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	6.90	11.11	0.00	0.00	0.00	0.00	33.33	25.00
1-2 ชั่วโมง	13.79	8.33	29.73	12.50	12.50	62.50	33.33	50.00
ครึ่งวัน	27.59	27.78	48.72	21.62	50.00	12.50	0.00	0.00
1 วัน	31.03	25.00	20.51	35.14	37.50	25.00	33.33	25.00
2 วัน	13.79	13.89	0.00	13.51	0.00	0.00	0.00	0.00
มากกว่า 2 วัน	6.90	13.89	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	29	36	39	37	8	8	3	4

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่างทอง
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
- จุดที่ 3 = อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย
- จุดที่ 4 = หาดถ้ำ

ตารางที่ 23 แสดงประเภทสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ประเภทสถานที่พักแรม								
ไม่ได้ค้างแรม	27.59	2.78	87.18	91.89	100.00	87.50	100.00	100.00
โรงแรม	20.69	61.11	0.00	2.70	0.00	12.50	0.00	0.00
บังกะโล/บ้านพัก	3.45	0.00	0.00	2.70	0.00	0.00	0.00	0.00
แพ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เกสเฮาส์	6.90	38.89	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	41.38	0.00	12.82	2.70	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	29	36	39	37	8	8	3	4

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองสุโขทัย
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
- จุดที่ 3 = อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย
- จุดที่ 4 = หาดเลี้ยว

ตารางที่ 24 แสดงประเภทธุรกิจจัดนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
มาดำรับบริการ	82.76	75.00	84.62	62.16	75.00	50.00	100.00	25.00
มีคุณเทศก์อิสระ	3.45	0.00	5.13	10.81	0.00	0.00	0.00	0.00
บริการจัดนำเที่ยว	13.79	25.00	10.26	29.73	25.00	50.00	0.00	75.00
บริการจองตั๋ว	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	29	36	39	37	8	8	3	4

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองสุโขทัย
- จุดที่ 2 = อทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
- จุดที่ 3 = อทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย
- จุดที่ 4 = หาดถ้ำยาว

ตารางที่ 25 แสดงประเภทหนนะที่ฝึกห้องเดี่ยวชายเดี่ยวจำนวนแห่งห้องเดี่ยวแต่ละแห่ง

หน่วย : ไร่ยลละ

	แห่งห้องเดี่ยว จุดที่ 1		แห่งห้องเดี่ยว จุดที่ 2		แห่งห้องเดี่ยว จุดที่ 3		แห่งห้องเดี่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
รกรับจ้างสาธารณะ	6.90	22.22	5.13	35.14	12.50	12.50	0.00	25.00
รกเช่า	3.45	5.56	2.56	18.92	0.00	0.00	0.00	0.00
รกบระจาทาง	10.34	47.22	12.82	2.70	0.00	0.00	0.00	0.00
รกส่วนบุคคล	65.52	2.78	66.67	2.70	50.00	25.00	66.67	25.00
รกทิวารี	13.79	22.22	12.82	32.43	37.50	37.50	33.33	50.00
อื่น ๆ	0.00	2.78	0.00	8.11	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	29	36	39	37	8	8	3	4

หมายเหตุ : ไทย = ฝึกห้องเดี่ยวไทย ตบท. = ฝึกห้องเดี่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อากอเมืองสงขลย
- จุดที่ 2 = อุทยานบระวัดศาดตรัสสงขลย
- จุดที่ 3 = อุทยานบระวัดศาดตรัสศรีถนาลย
- จุดที่ 4 = หาดถ่อย



ตารางที่ 26 แสดงประเภทธุรกิจร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
มาด้าบริการ	17.24	2.78	41.03	43.24	50.00	75.00	33.33	100.00
ภัตตาคาร	20.69	55.56	2.56	29.73	12.50	12.50	0.00	0.00
ร้านอาหาร/คอฟฟี่ชอป	34.48	19.44	5.13	21.62	12.50	0.00	0.00	0.00
แผงขายอาหาร	20.69	25.00	33.33	10.81	25.00	0.00	66.67	0.00
รถเข็น/หาบเร่	6.90	5.56	25.64	0.00	0.00	0.00	33.33	0.00
ร้านอาหารในโรงแรม	10.34	13.89	0.00	2.70	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	5.56	0.00	2.70	0.00	12.50	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	29	36	39	37	8	8	3	4

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองสงขลขทัย
- จุดที่ 2 = อุทยานบระวดีศาศตร์สงขลขทัย
- จุดที่ 3 = อุทยานบระวดีศาศตร์ลศรียชนาลัย
- จุดที่ 4 = หาดเลียว

ตารางที่ 27 แสดงประเภทธุรกิจลักษณะการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ไม่ได้ใช้บริการ	93.10	77.78	100.00	91.89	100.00	100.00	100.00	100.00
สวนสนุก	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
บาร์/เบียร์	3.45	8.33	0.00	2.70	0.00	0.00	0.00	0.00
ดีสโก้	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
การแสดงโชว์	3.45	11.11	0.00	5.41	0.00	0.00	0.00	0.00
สวนสัตว์	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เครื่องเล่นทางน้ำ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	2.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	29	36	39	37	8	8	3	4

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองสุโขทัย
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
- จุดที่ 3 = อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย
- จุดที่ 4 = หาดเขียว

ตารางที่ 28 แสดงประเภทของร้านขายของที่ระลึกที่ฝึกท่องเที่ยวซื้อแยกตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ไม่ซื้อ	62.07	88.89	61.54	70.27	62.50	50.00	33.33	75.00
ร้านแผงลอย/แผง	3.45	5.56	20.51	16.22	12.50	25.00	33.33	0.00
ห้าง	3.45	2.78	5.13	5.41	0.00	37.50	0.00	0.00
ร้านค้า	31.03	0.00	12.82	16.22	25.22	12.50	33.33	25.00
ศูนย์การค้า/พลาซ่า	0.00	0.00	0.00	2.70	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	29	36	37	8	60	8	3	4

หมายเหตุ : ไทย = ฝึกท่องเที่ยวไทย ตบท. = ฝึกท่องเที่ยวต่างประเทศ

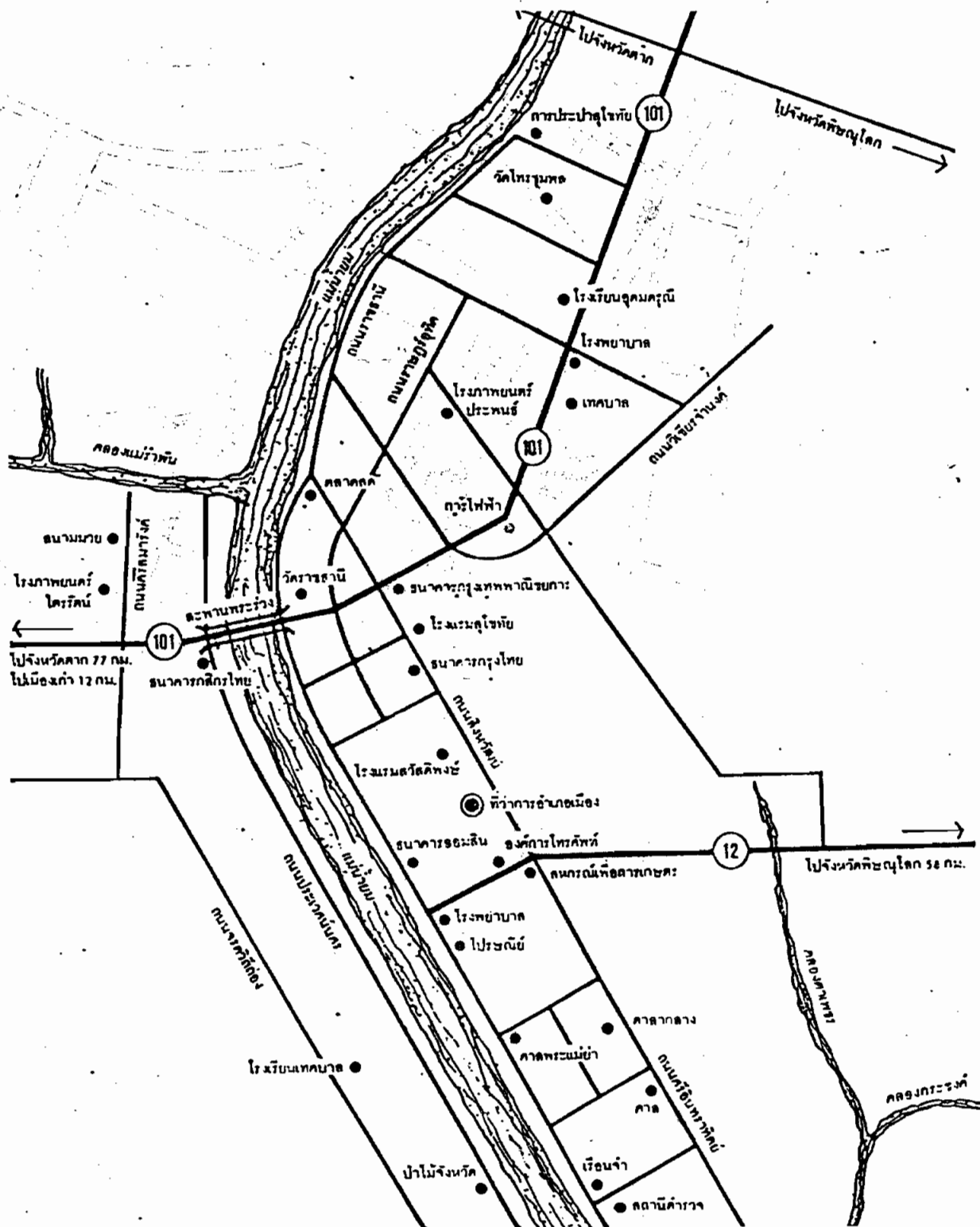
- จุดที่ 1 = อ่างทองเมืองสุโขทัย
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
- จุดที่ 3 = อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย
- จุดที่ 4 = หาดเสี้ยว

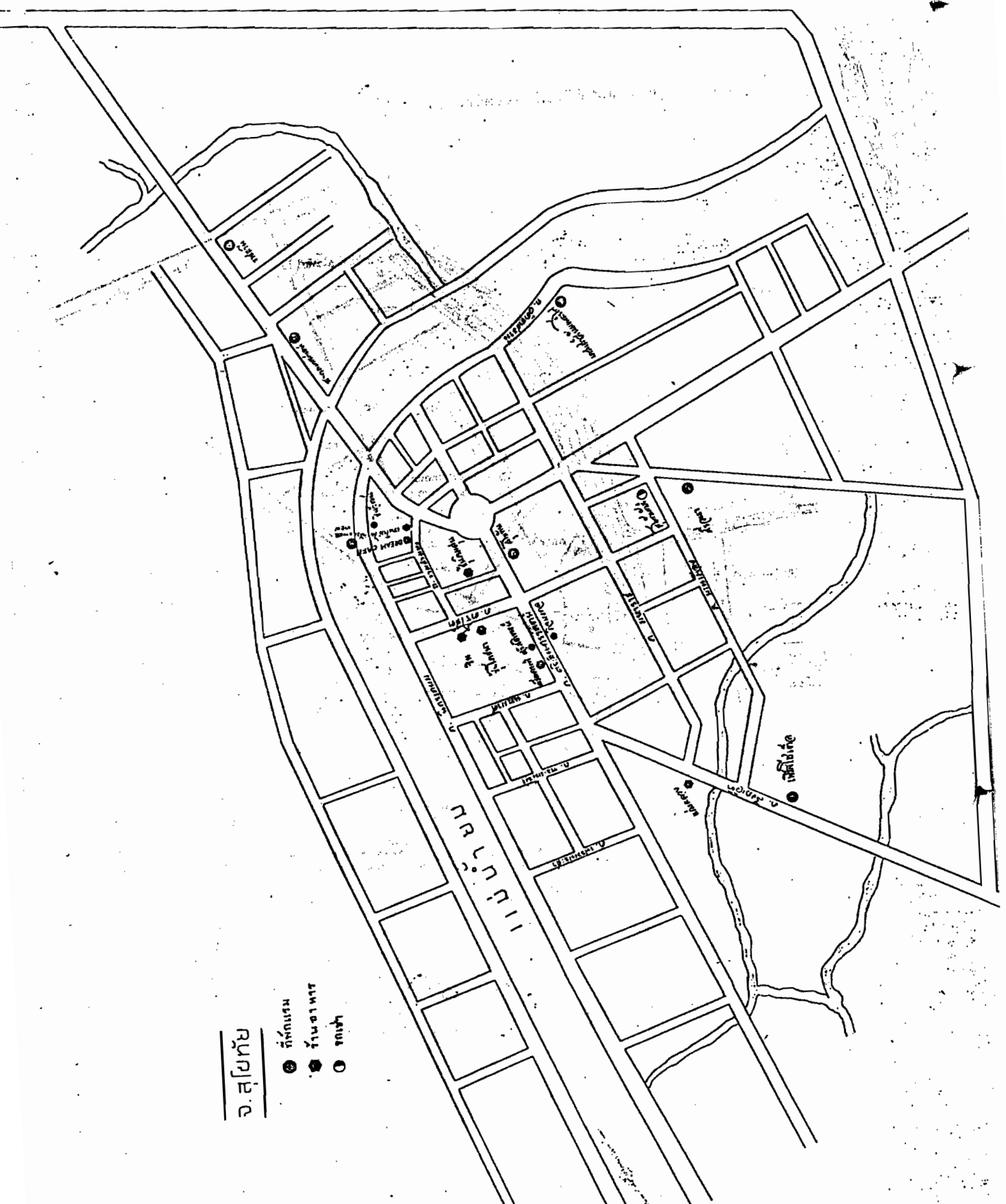
ตารางที่ 29 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ควรลงทุนเพิ่ม

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4
1.บริการด้านอาหาร	3.08	14.47	6.25	0.00
2.บริการด้านที่พัก	1.54	1.32	6.25	0.00
3.บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	1.54	0.00	0.00	0.00
4.บริการด้านผลิตภัณฑ์ที่ระลึก	0.00	3.95	12.50	0.00
5.บริการด้านการขนส่ง	0.00	0.00	6.25	0.00
6.การรักษาพยาบาลที่เกิดอุบัติเหตุ	0.00	2.63	0.00	0.00
7.บริการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว	9.23	10.53	12.50	0.00
8.ปรับปรุงจุดแวะพัก	0.00	0.00	0.00	0.00
9.การรักษาความปลอดภัย	1.54	0.00	0.00	0.00
10.บริการนำเที่ยว	0.00	0.00	0.00	0.00
11.การรักษาเสถียรภาพ และความปลอดภัย	0.00	0.00	0.00	0.00
12.การอนุรักษ์ศิลปและวัฒนธรรม	0.00	3.95	6.25	0.00
13.การรักษาสภาพธรรมชาติ	1.54	3.95	0.00	0.00
14.การพัฒนาในด้านอื่น ๆ	1.54	1.32	6.25	14.29
15.ไม่ระบุ	83.08	63.16	62.50	85.71
จำนวนผู้ตอบ (คน)	65	76	16	7

แผนภาพที่ 1 แสดงแผนที่ตัวเมืองจังหวัดสุโขทัย





- จ.สุโขทัย
- สถานี
  - ร้านอาหาร
  - ▲ รถเมล์

แผนภาพที่ 2 แสดงที่ตั้งของธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหารและรถเช่าบริเวณเมืองสุโขทัย

แผนภาพที่ 3 แสดงธุรกิจต่าง ๆ บริเวณอุทยานประวัติศาสตร์

- ส่วนอาหารน้ำค้าง ●
- ศูนย์ส่งเสริมวัฒนธรรมเมืองเก่า ▲
- เรือนรับรองบ้านทุ่งไทย ●
- บุญชูวัดกู่โบราณ ▲

- ไม่ฟรี ●
- ไม่ฟรี ▲
- ไม่ฟรี ▲
- แม่ขยอเทศ ●

ต. คูเมืองเก่า 7

- จักรยานเช่า ①
- ไม่ฟรี ▲
- จักรยานเช่า ①
- จักรยานเช่า ①
- ไม่ฟรี ▲

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

อุทยานประวัติศาสตร์  
สุโขทัย

- ที่พักผ่อน
- ร้านอาหาร
- ▲ ร้านขายของที่ระลึก
- ① รถเช่า

○ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ  
รามคำแหง

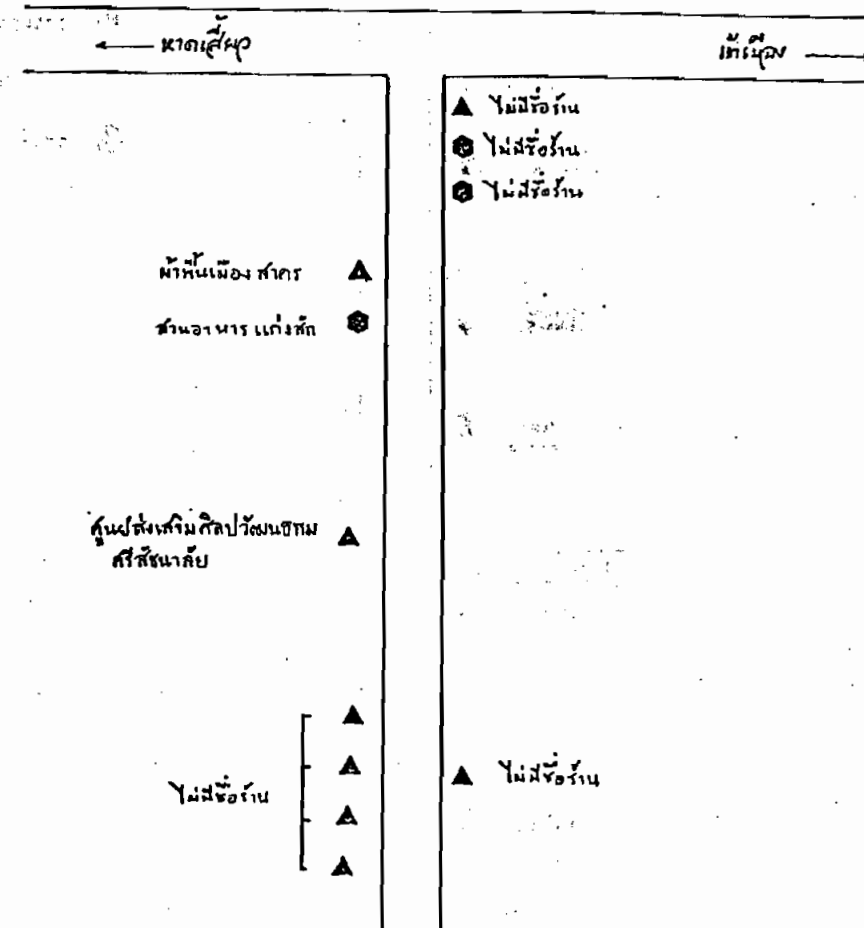
● สถานี

○ สถานีรถพารมอุทยาน

▲ ●  
กลุ่มชั้นวางของ  
ที่ระลึก/  
ร้านอาหาร

แผนภาพที่ 4 แสดงที่ตั้งของธุรกิจร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย

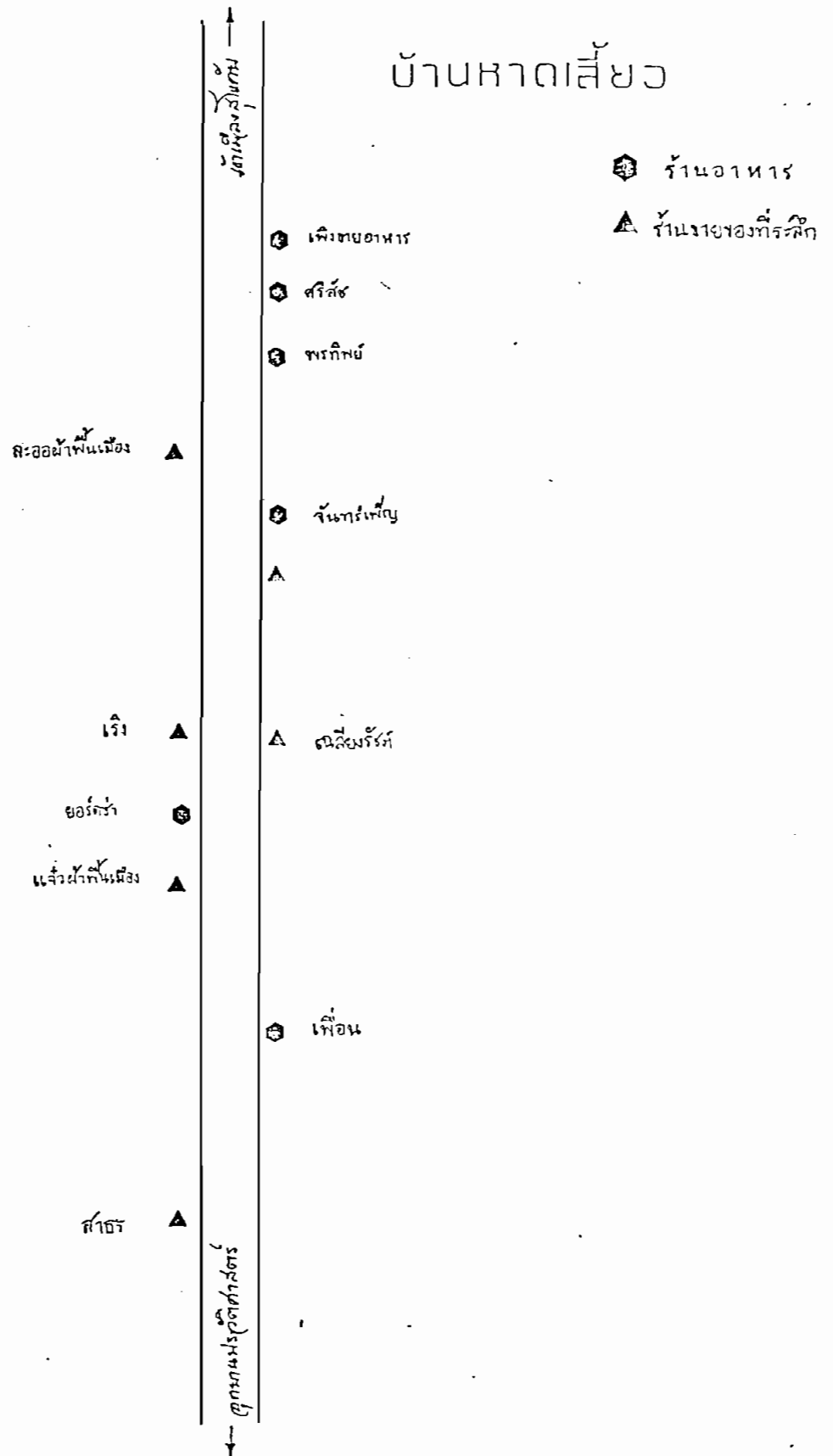
- ◼ ร้านอาหาร
- ▲ ร้านขายของที่ระลึก



อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย

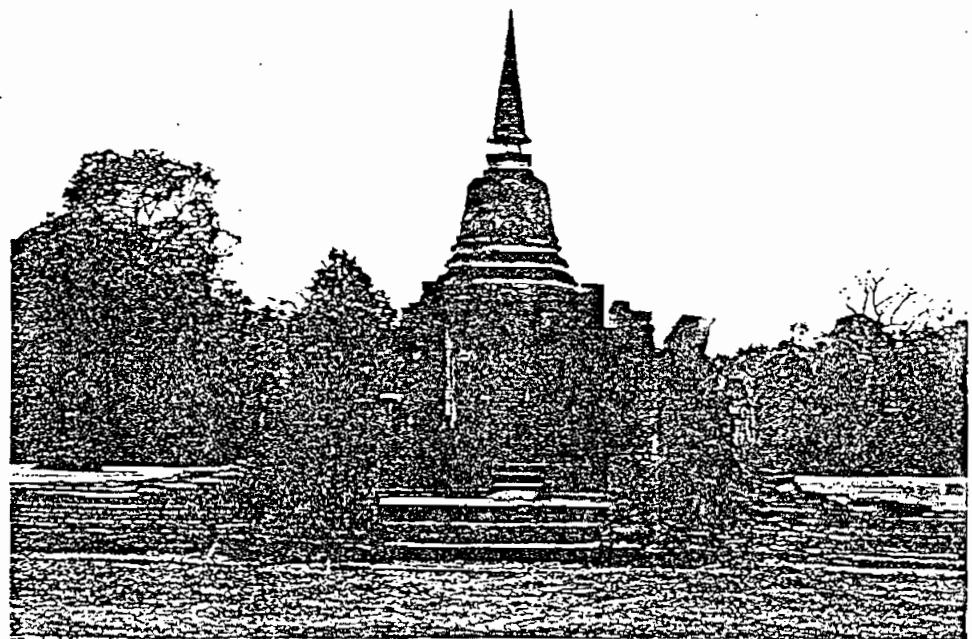


แผนภาพที่ ๕ แสดงที่ตั้งร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกบริเวณหาดเลี้ยว

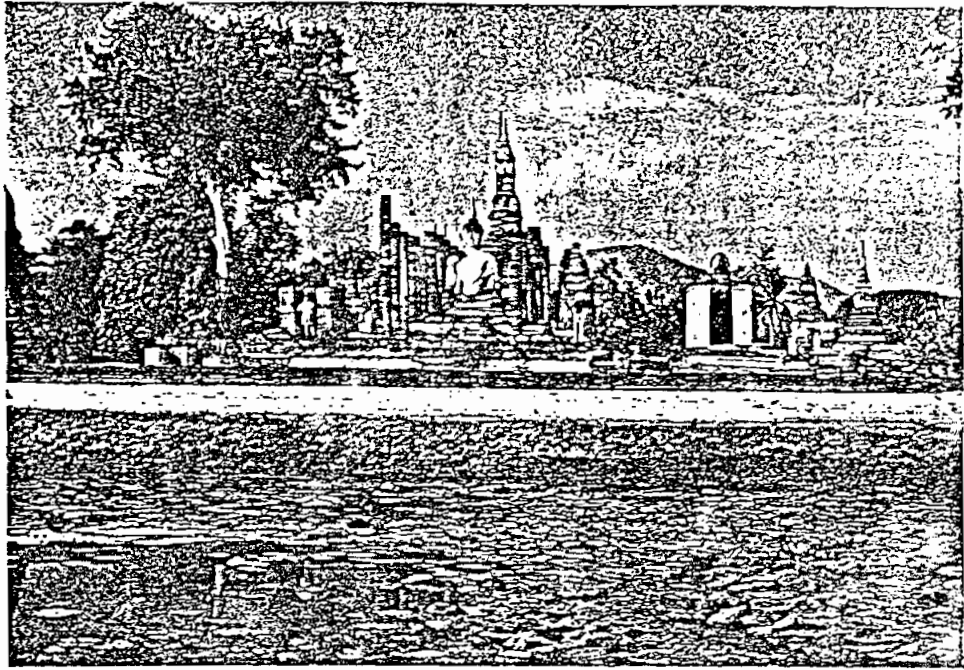




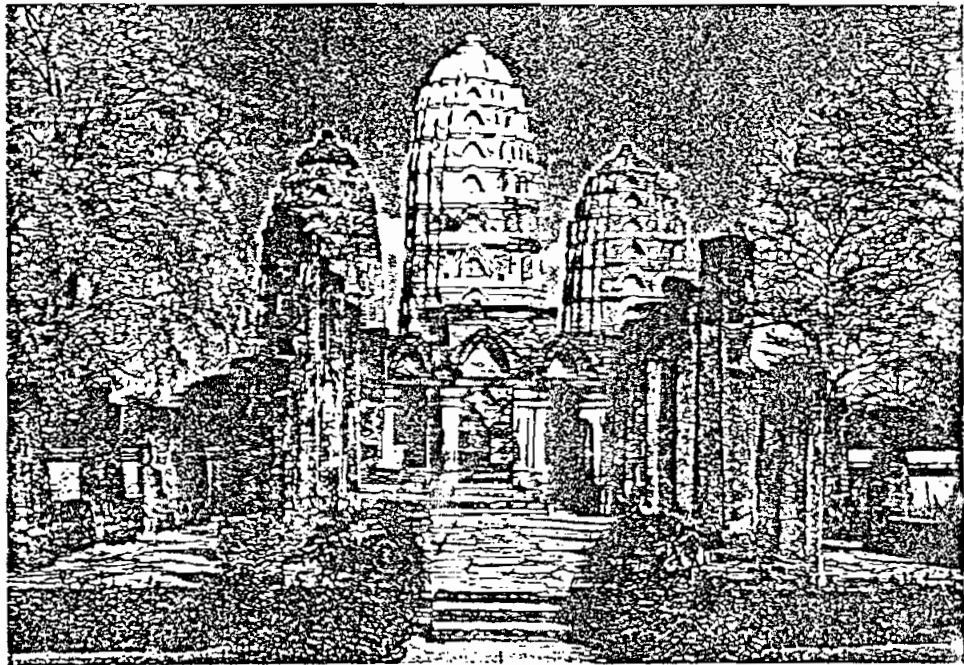
อุทยานประวัติศาสตร์ศรีซนาลัย และเห็นวัดช้างล้อมและวัดเจติยเจ็ดแถว



อีกมุมหนึ่งของอุทยานประวัติศาสตร์ศรีซนาลัย



อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย



วัดศรีสวาย ในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

กำแพงเพชร

## จังหวัดกำแพงเพชร

### 1. ลักษณะโดยทั่วไปของจังหวัดกำแพงเพชร

#### 1.1. ลักษณะทางกายภาพ

1.1.1 ที่ตั้ง กำแพงเพชรเป็นจังหวัดในภาคเหนือตอนล่าง โดยมีพื้นที่ค่อนข้างมาทางตะวันตก มีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 358 กิโลเมตร มีพื้นที่ 10,202 ตร.กม. ใหญ่เป็นอันดับที่ 23 ของประเทศ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอพรานกระต่าย อำเภอลองชุลง อำเภอบางนาราง อำเภอลานกระบือ และอำเภอลองลาน มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียงดังนี้ คือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดสุโขทัย และตาก

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดพิจิตร และพิจิตร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดตาก

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดนครสวรรค์

1.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ กำแพงเพชร มีลักษณะที่สำคัญ 2 ลักษณะ คือ

ก. พื้นที่ราบ ส่วนใหญ่จะอยู่ทางทิศเหนือ ทิศตะวันออกและทิศใต้ มีป่าและเขาเป็นบางแห่ง พื้นที่ส่วนใหญ่ลาดมาจากทางทิศตะวันตก จึงมีลำธารหลายสายไหลจากทิศตะวันตกมาสู่ทิศตะวันออก และไหลมาสู่แม่น้ำปิง ซึ่งไหลผ่านกลางจังหวัด ดังนั้นกำแพงเพชรทางด้านนี้จึงมีพื้นที่เหมาะแก่การเกษตรกรรม ทำให้ตัวอำเภอทั้ง 6 ของจังหวัดตั้งอยู่ในด้านนี้ อันได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอพรานกระต่าย อำเภอลองชุลง อำเภอบางนาราง อำเภอลานกระบือ และ อำเภอลองลาน

ข. พื้นที่ป่าและภูเขา ส่วนใหญ่จะอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัด ป่าที่สำคัญคือป่าแม่วางค์ มีอาณาเขตกว้างขวาง ทิศตะวันตกของป่าติดต่อเขตอำเภอลองชุลง จังหวัดตาก ทิศใต้ของป่าจดอำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ เทือกเขาที่อยู่ในแถบนี้เป็นต้นกำเนิดของลำธารต่าง ๆ เช่นคลองชุลง คลองเจ้า และคลองสวนหมาก ซึ่งไหลลงสู่แม่น้ำปิงทางตะวันออก และเนื่องจาก ลักษณะภูมิประเทศเป็นป่าเขา จึงมีเขียงตัวอำเภอลองลานที่ตั้งอยู่ในแถบนี้

1.1.3 ภูมิอากาศ ของจังหวัดกำแพงเพชร แบ่งได้เป็น 3 ฤดู คือ ฤดูฝน ฤดูหนาว และฤดูร้อน ฤดูฝนเริ่มประมาณปลายเดือนพฤษภาคม-กลางเดือนตุลาคม ระยะที่มีฝนตกชุก อยู่ประมาณ

เดือนสิงหาคม-กันยายน ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 1,171.3 มม. ฤดูหนาวเริ่มประมาณ ต้นเดือนพฤศจิกายน-สิ้นเดือนมกราคม โดยช่วงกลางเดือนตุลาคม-ต้นเดือนพฤศจิกายน เป็นช่วง เปลี่ยนฤดู ซึ่งมีฝนตกบ้างเป็นบางครั้งบางคราว อุณหภูมิในฤดูหนาวของกำแพงเพชรก็ไม่ต่ำมากนัก จึงเป็นช่วงที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการท่องเที่ยว ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่ต้นเดือนกุมภาพันธ์-กลางเดือนพฤษภาคม ลักษณะอากาศร้อนอบอ้าว อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 27.9 องศาเซลเซียส โดยเดือนเมษายนเป็นเดือนที่มีอุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุด ในขณะที่เดือนธันวาคมเป็นเดือนที่มีอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุด

1.1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ ในจังหวัดกำแพงเพชร ที่สำคัญและมีส่วนในการสนับสนุน ด้านการท่องเที่ยว แบ่งเป็น

ก. ทรัพยากรป่าไม้ ที่สำคัญได้แก่ อุทยานแห่งชาติคลองลาน แม่วังก่-วนอุทยานเขาสน และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขาสนามเขวียง

ข. แหล่งน้ำ คือแม่น้ำปิง อันเป็นแม่น้ำสายสำคัญของภาคเหนือ นอกจากนี้ยังมี แม่น้ำลำคลองอีกเป็นจำนวนมาก เช่น ลำคลองขลุง แม่น้ำวังก่ และห้วยคลองลาน เป็นต้น

ค. ทรัพยากรด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชรในอดีตเคยเป็นชุมชนเมืองมาก่อนถึง 2 เมือง ดังนั้นจึงมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อยู่มากพอสมควร ประกอบกับ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติก็เป็นที่นิยมของท้องถิ่นอย่างมาก จึงสามารถแยกศูนย์กลางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ศูนย์คือ เขตอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรและหัวเมือง และน้ำตกคลองลาน ในกลุ่มอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ทั้งหมด อันได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกำแพงเพชร โบราณสถานในเขตอรัญญิก วัดพระธาตุนครชุม และเมืองเก่าไตรตริงษ์ ส่วนในกลุ่มอุทยานแห่งชาติคลองลาน มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ คือ น้ำตกคลองลาน น้ำตกปางควาย และอุทยานเขาสน และมีแหล่ง ศิลปวัฒนธรรม คือ ศูนย์วัฒนธรรมกำแพงเพชร

## 1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม

จังหวัดกำแพงเพชรแต่เดิมเป็นจังหวัดที่เป็นทางผ่านจากภาคกลางไปสู่ภาคเหนือ คือมี ทางหลวงหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) ที่เริ่มจากกรุงเทพฯ สู่นครสวรรค์ ผ่านกำแพงเพชร และไปสิ้นสุดที่จังหวัดเชียงราย ดังนั้นการคมนาคมของจังหวัดกำแพงเพชรจึงมีความสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคมนาคมทางบก

(1) การคมนาคมทางบก มีถนนสายสำคัญและถนนสายหลักที่เชื่อมต่อระหว่าง จังหวัดกำแพงเพชรกับจังหวัดใกล้เคียง 4 สาย คือ

ก. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 ซึ่งเชื่อมต่อระหว่างจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดกำแพงเพชรกับจังหวัดตาก โดยผ่าน อำเภอชานุมรลักษบุรี อำเภอคลองขลุง และอำเภอมือ่งกำแพงเพชร ระยะทางจากนครสวรรค์ถึงกำแพงเพชร 117 กม. และจากกำแพงเพชรถึงตาก 68 กม.

ข. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101 เชื่อมระหว่างกำแพงเพชรกับสุโขทัย ระยะทางประมาณ 77 กม. โดยผ่านอำเภอพรานกระต่าย

ค. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 115 เชื่อมระหว่างกำแพงเพชรกับพิจิตร ระยะทางประมาณ 90 กม. โดยผ่านอำเภอไทรงาม

ง. เส้นทางสำคัญที่เชื่อมระหว่างกำแพงเพชรกับพิษณุโลก มี 2 เส้นทางคือ ตามทางหลวงหมายเลข 101 จากกำแพงเพชรแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 1065 ที่อำเภอพรานกระต่ายผ่านอำเภอลานกระบือ เข้าสู่จังหวัดพิษณุโลก หรือตามทางหลวงหมายเลข 115 จากกำแพงเพชรผ่านอำเภอไทรงามและแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 117 (ซึ่งเชื่อมระหว่างนครสวรรค์กับพิษณุโลก) ที่หลักกิโลเมตรที่ 99 เข้าสู่จังหวัดพิษณุโลก ระยะทางประมาณ 103 กม.

จ. ทางรถไฟ จังหวัดกำแพงเพชรไม่มีทางรถไฟ ดังนั้นการเดินทางโดยรถไฟสามารถกระทำได้โดย ถ้าเริ่มจากกรุงเทพฯ โดยสารรถไฟสายเหนือไปลงที่นครสวรรค์ ระยะทาง 246 กม. จากนั้นโดยสารรถยนต์ไปตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 ไปอีกระยะทางประมาณ 117 กม.

(2) การคมนาคมทางน้ำ โดยสารเรือจากท่าเรือกรุงเทพฯขึ้นไปตามแม่น้ำเจ้าพระยาถึงปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ แล้วแยกเข้าแม่น้ำปิง ในฤดูน้ำหลาก มีเรือยนต์รับส่งคนโดยสาร ฤดูแล้งใช้เรือก่อ ในปัจจุบันประชาชนไม่นิยมเดินทางโดยเรือเพราะเสียเวลามาก คงมีแต่พวกพ่อค้าไม้ที่ยังใช้เป็นทางล่องแพซุงอยู่

(3) การคมนาคมทางอากาศ จังหวัดกำแพงเพชร ไม่มีสนามบินพาณิชย์ตั้งอยู่ ดังนั้นการเดินทางทางอากาศสามารถกระทำได้โดย โดยสารเครื่องบินจากท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ไปลงที่สนามบินจังหวัดพิษณุโลก หรือสนามบินจังหวัดตาก จากนั้นจึงโดยสารรถยนต์เข้าสู่จังหวัดกำแพงเพชรต่อไป

จะเห็นว่าการคมนาคมทางรถยนต์จะเป็นการคมนาคมที่สะดวกที่สุดสำหรับจังหวัดกำแพงเพชร เพราะมีโครงข่ายทางหลวงอยู่เป็นจำนวนมาก และสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกตลอดปี ในขณะที่การคมนาคมทางรถไฟ เรือ และเครื่องบิน ค่อนข้างจะไม่สะดวกนัก

## 2. บทบาทของจังหวัดกำแพงเพชร

### 2.1 การเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ

2.1.1 นโยบายระดับประเทศ กำแพงเพชร ได้ถูกกำหนดให้มีกิจกรรมทางด้านอุตสาหกรรม อันได้แก่ อุตสาหกรรมชุดเจาะน้ำมัน โดยเฉพาะที่อำเภอลานกระบือ แต่กำแพงเพชร ไม่ได้ถูกรับเลือกให้เป็นจังหวัดท่องเที่ยว ทั้งจังหวัดท่องเที่ยวหลัก และจังหวัดท่องเที่ยวรอง

2.1.2 นโยบายระดับท้องถิ่น ในกลุ่มจังหวัดในแถบนี้ กำแพงเพชร เป็นจังหวัดแรกที่เน้นให้ความสำคัญแก่การท่องเที่ยวอย่างแท้จริง โดยกำหนดให้นโยบายการท่องเที่ยวเป็นนโยบายหลักในการพัฒนาจังหวัด จึงนับได้ว่ากำแพงเพชรสามารถที่จะเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวออกไปสู่จังหวัดรอบข้างได้

### 2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2.2.1 ศักยภาพของจังหวัดกำแพงเพชรที่มีอยู่ขณะนี้ประกอบด้วย

(1) ความพร้อมทางด้านเส้นทางคมนาคมทางถนน โดยจังหวัดกำแพงเพชรมีโครงข่ายถนนที่เชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียงโดยรอบทุกจังหวัด ทำให้สามารถเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดแถบนี้ ได้เป็นอย่างดี ประกอบกับมีเส้นทางหลวงสายประธาน (ถนนพหลโยธิน) ผ่าน จึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะเป็นศูนย์กลางความเจริญของภาคเหนือตอนล่าง และภาคกลางตอนบน

(2) ฐานทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีคุณภาพมาก โดยเฉพาะน้ำร้อนซึ่งเป็น 1 ใน 3 ของแหล่งน้ำร้อนที่สำคัญทั่วประเทศ ทำให้มีศักยภาพในการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม ซึ่งนำไปสู่การอพยพย้ายถิ่นของประชากรจากจังหวัดอื่นเข้ามาอันจะนำไปสู่ความต้องการในสถานที่ท่องเที่ยวของท้องถิ่นมากขึ้น

2.2.2 ข้อจำกัดทางด้านกายภาพ ถึงแม้ว่าจังหวัดกำแพงเพชรจะมีความได้เปรียบในหลาย ๆ ด้าน แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถพัฒนาด้านการท่องเที่ยวไปได้มากเท่าที่ควร เนื่องจาก

(1) โครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งได้แก่การคมนาคมทางด้านตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัด ซึ่งไม่สามารถสร้างถนนเชื่อมต่อกับอำเภออุ้มผาง จังหวัดตากได้ ทำให้ไม่สามารถเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวได้

(2) ลักษณะที่ตั้งของจังหวัด ซึ่งเป็นพื้นที่รอยต่อระหว่างภาคกลาง และภาคเหนือ ซึ่งมีศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับชาติ คือ กรุงเทพฯ และ เชียงใหม่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางที่มีอิทธิพล



ต่อการท่องเที่ยวสูง จึงทำให้เป็นพื้นที่ในลักษณะทางผ่านมากกว่าที่จะเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

(3) แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ของจังหวัดทั้ง 2 กลุ่ม ยังตั้งอยู่ห่างกันพอสมควร และการคมนาคมระหว่างกันยังไม่เพียงพอเท่าที่ควร บริการขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ และธุรกิจท่องเที่ยวเติบโตไปตามลำพังในจังหวัด ไม่ได้รับการเกื้อกูลจากจังหวัดข้างเคียงเท่าที่ควร

### 3. นโยบาย เป้าหมาย รูปแบบของระดับการพัฒนา

#### 3.1 กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร

3.1.1 จากนโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวระดับชาติ ที่กล่าวว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบทบาท สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการช่วยลดการขาดดุลการชำระเงินและหรือนำเข้าเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือสำหรับนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทั้งในด้านพัฒนาสาธารณูปโภค และก่อให้เกิดอาชีพใหม่ ๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยกระจายรายได้และยกระดับรายได้และมาตรฐานการครองชีพของประชาชนในท้องถิ่นด้วย ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นการขยายความเจริญสู่ภูมิภาค ช่วยลดภาระเมืองหลวง และพัฒนาเมืองหลักตามภาคต่าง ๆ ช่วยลดปัญหาการอพยพของประชากรสู่เมืองหลวง

3.1.2 เมื่อพิจารณากรอบนโยบายของการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติ ระดับภาค และสภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร ได้ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดการขยายตัวของตลาดสินค้าขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะทางด้านเกษตรกรรม เพื่อที่จะยกระดับรายได้ประชากรในท้องถิ่นและในชนบท ทั้งนี้ผลผลิตที่ได้จะถูกส่ง ไปยังนักท่องเที่ยวโดยตรง อันจะเป็นผลให้เกิดการกระจายได้อย่างยุติธรรม

(2) การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้ และเสถียรภาพทางการเงิน และการแก้ดุลการชำระเงินตราต่างประเทศ โดยเกิดจากการหมุนเวียนเงินตราของนักท่องเที่ยว และการดึงเงินตราต่างประเทศ

(3) การท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมต่อเนื่อง ซึ่งเป็นแหล่งสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมขึ้นในพื้นที่ และลดปัญหาการว่างงาน การอพยพย้ายถิ่น และการกระจายความเจริญสู่ส่วนกลาง

(4) การท่องเที่ยวจะต้องเสริมสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีให้แก่จังหวัด กำแพงเพชร โดยเฉพาะความเป็นจังหวัดที่มีอารยธรรมมาแต่โบราณ การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม และการบริการทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ

(5) การท่องเที่ยวจะต้องเป็นตัวให้การขยายตัวของชุมชนหลัก อันได้แก่อำเภอเมืองกำแพงเพชร กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค ภาคเหนือ-ตอนล่าง

(6) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดอุตสาหกรรมชาติ คือ ความสมดุลของการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น

3.1.3 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว และพิจารณาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวและความพร้อมที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถกำหนดกรอบนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดังนี้

(1) กำหนดให้กำแพงเพชร เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนล่าง อันประกอบไปด้วยจังหวัด พะเยา โขง สุโขทัย ตาก นิจิตร และกำแพงเพชร รวมทั้งจังหวัดนครสวรรค์ด้วย

(2) กำหนดให้การท่องเที่ยวในวนอุทยานและอุทยานแห่งชาติ เป็นการท่องเที่ยวในระดับประเทศ ที่มีความพร้อมด้านการบริการรองรับนักท่องเที่ยวทั้ง ในและนอกประเทศอย่างเพียงพอและเหมาะสมกับทรัพยากรที่มี

(3) กำหนดให้อำเภอเมืองกำแพงเพชร เป็นศูนย์กลางการคมนาคม และบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ และให้อำเภอลองลาน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวประเภทพักผ่อนหย่อนใจ

(4) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริม (โดยอาจจะต้องมีการบูรณะศิลปวัตถุ และโบราณสถานบางแห่ง) โดยมีโครงข่ายเสริมแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์

(5) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ ของจังหวัดให้เสริมซึ่งกันและกัน อันจะเกิดประโยชน์และเป็นการประหยัดงบประมาณและเวลา ในการพัฒนามากที่สุด

### 3.1.4 เพื่อให้บรรลุนโยบายดังกล่าวในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีกลวิธีดังนี้

- (1) การบำรุงรักษา และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
- (2) ร่วมมือกับจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น
- (3) ส่งเสริมการลงทุนทั้งภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วและจะพัฒนาให้สอดคล้องกัน
- (4) ส่งเสริมภาคเอกชน ให้ลงทุนด้านบริการท่องเที่ยว โดยให้มีต้นทุนไม่สูงนัก และสามารถที่จะแข่งขันกับตลาดต่างจังหวัดและต่างประเทศได้ รวมทั้งสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
- (5) สนับสนุนให้การลงทุนภาคเอกชน เป็นการลงทุนขนาดกลางและขนาดเล็กในการผลิตสินค้าและบริการอย่างแท้จริง ทั้งนี้ควรดูแลให้การพัฒนาภาคเอกชนอยู่ในกรอบที่เหมาะสม สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งทางด้านธรรมชาติและสังคมน้อยที่สุด
- (6) วางแผนการใช้ที่ดินเพื่อการท่องเที่ยวทั้งในระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ รวมทั้งควบคุมการใช้ที่ดินและการก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องพิจารณาแหล่งเงินทุนและแรงจูงใจให้มีการลงทุนในกิจการพื้นฐานที่จำเป็น
- (7) พัฒนาสาธารณูปโภคให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและประชากรที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการพัฒนาระบบการสื่อสารและโทรคมนาคม เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในอนาคต
- (8) ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริม และชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น โดยเฉพาะการขยายวันพักของนักท่องเที่ยวให้นานขึ้น และเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับการพัฒนา
- (9) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการศาสนา โดยเน้นเรื่องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ตลอดจนดูแลสภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาดสวยงาม และอยู่ในสภาพที่ติดต่อกัน
- (10) ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประเพณี และเทศกาลที่สำคัญของจังหวัด เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และน่าสนใจของคนทั่วไป
- (11) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็กที่ยังไม่มีความสำคัญ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวหลักของแต่ละอำเภอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริม รวมทั้งมีการจัดวางเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการ ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสม

(12) พัฒนาองค์กรเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งของรัฐและเอกชน ตลอดจนจัดระบบ  
ประสานงานเพื่อการพัฒนา ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการ

(13) ในการพัฒนาให้คำนึงถึงการสงวนรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติและ  
อนุรักษณ์ศิลปวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม เพื่อให้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ตลอดจนวางมาตรการ  
ป้องกันและควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

(14) กำหนดระยะเวลาการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพความต้องการด้านตลาดการ  
ท่องเที่ยวและความเหมาะสมในการลงทุน โดยแบ่งระยะเวลาการพัฒนาเป็น 2 ระยะคือ ระยะ  
กลาง ระยะเวลา 5-10 ปี และระยะยาว ภายใน 20 ปี ในระยะกลางควรเน้นการพัฒนาใน  
บริเวณแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์เพราะมีการคมนาคมสะดวกและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว  
มากกว่า ส่วนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรเตรียมการในระยะยาว เพื่อหามาตรการป้องกัน  
สภาพแวดล้อมด้วย

(15) พัฒนาการบริการทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อทำให้การแข่งขันของอุตสาหกรรม  
การท่องเที่ยวของจังหวัดดีขึ้น โดย

- ดำเนินการให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้าน  
ความคุ้มครอง และปราบปรามพิเศษ

- จัดระเบียบธุรกิจเพื่อป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งจะ เป็นผลให้  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถูกทำลาย ควรจัดให้มีการประสานงานให้มีมาตรฐานและเพียงพอ

- ปรับปรุงกิจการสาธารณะ เช่น รถโดยสาร ให้สะดวก เพื่อให้นักท่องเที่ยว  
มาใช้บริการ ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนการประหยัดพลังงาน

- ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ  
ให้เข้ามาเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศให้เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรมาก  
ขึ้น

- เร่งรัดให้มีการพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทุกระดับอย่างมี  
มาตรฐานและพอเพียง เพื่อลดแรงงานจากต่างประเทศ โดยเฉพาะระดับบริการ

- ปรับปรุงเทคนิคและวิธีการด้านการส่งเสริมการตลาดให้ทันสมัยวางกลไก  
บริหารให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมรับผิดชอบมากขึ้น และทุกขั้นตอนกล่าวคือ การหาความรู้ ความ  
เข้าใจ การวางแผนและขั้นตอนปฏิบัติดำเนินงานด้านการตลาด

- จัดการเผยแพร่ให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ  
ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดให้แก่ประชาชน เพื่อให้เกิดความรักและหวงแหนในทรัพยากรที่มี  
คุณค่าต่อการท่องเที่ยว

- จัดให้มีศูนย์ประสานและติดตามผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดย  
ให้เอกชนและสถาบันสื่อมวลชน มีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิด

#### 4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

##### 4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ

##### 4.1.1 ธุรกิจประเภทที่พักแรม

(1) ประเภท ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจ พบว่ามีสถานที่พักแรมทั้งหมด 8 แห่ง โดยอยู่ในตัวอำเภอทั้งหมด และเป็นโรงแรมทั้ง 8 แห่ง (ตารางที่ 1) โดยเป็นโรงแรมระดับ C2 จำนวน 1 แห่ง และโรงแรมระดับ C3 จำนวน 7 แห่ง ซึ่งในการแบ่งระดับของโรงแรมนี้ มีเกณฑ์ในการวัดสำหรับการวัดมาตรฐานของโรงแรม ดังนี้ คือ

โรงแรมระดับ A คือ โรงแรมที่มีราคาห้องพักมากกว่า 2,500 บาท ต่อคืน

โรงแรมระดับ B คือ โรงแรมที่มีราคาห้องพัก ตั้งแต่ 1,500 ถึง 2,500 บาท ต่อคืน

โรงแรมระดับ C1 คือ โรงแรมที่มีราคาห้องพัก ตั้งแต่ 1,000 ถึง 1,499 บาท ต่อคืน

โรงแรมระดับ C2 คือ โรงแรมที่มีราคาห้องพัก ตั้งแต่ 400 ถึง 999 บาท ต่อคืน

โรงแรมระดับ C3 คือ โรงแรมที่มีราคาห้องพัก ต่ำกว่า 400 บาท ต่อคืน

ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในโรงแรม พบว่า โรงแรมระดับ C2 มี ลิโอบบี้ ลิฟท์ ที่จอดรถ แท็กซี่ บริการซักรีด ห้องประชุม และ สำนักงานขนาดเล็ก แต่ไม่มี สวนหย่อม สระว่ายน้ำ และตู้โทรศัพท์ ขณะที่โรงแรม C3 มีที่จอดรถทุกโรงแรม มีลิโอบบี้ และบริการซักรีด ร้อยละ 85.71 มีห้องประชุม ร้อยละ 42.86 มีบริการแท็กซี่ ร้อยละ 57.14 มีลิฟท์ ตู้โทรศัพท์ และสำนักงานขนาดเล็ก ร้อยละ 28.57 และมีสวนหย่อมร้อยละ 14.29 ดังนั้น จะเห็นว่า การมีที่จอดรถ สวนหย่อม สระว่ายน้ำ และตู้โทรศัพท์ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับของโรงแรม แต่อันขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม เช่น ทุกโรงแรมจำเป็นต้องมีที่จอดรถเพราะโรงแรมตั้งอยู่ภายในตัวเมือง เป็นต้น ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นั้น ไม่สามารถจะสรุปได้ว่าขึ้นอยู่กับระดับของโรงแรมหรือไม่ ทั้งนี้เพราะมีโรงแรมระดับที่แตกต่าง ไปจากระดับ C3 เพียงแห่งเดียวเท่านั้น (ตารางที่ 2 และตารางที่ 3)

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า โรงแรมระดับ C2 ได้ดำเนินกิจการมาเป็นเวลา 10 ปี ส่วนในระยะ 1 ปีที่ผ่านมา มีเพียงโรงแรมเดียวเท่านั้นที่ได้เริ่มเปิดกิจการมา และเป็นโรงแรมระดับ C3 และมีโรงแรมระดับ C3 จำนวน 2 โรงแรม ที่ดำเนินกิจการมานานกว่า 10 ปี นอกจากนั้นร้อยละ 57.15 ของโรงแรมระดับ C3 ได้ดำเนินกิจการมาไม่เกิน 10 ปี (ตารางที่ 4)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ โรงแรมที่ทำการสำรวจ ร้อยละ 42.86 กล่าวว่า ร้อยละ 61-80 ของกลุ่มลูกค้าของตนเป็นนักท่องเที่ยว โดยมีโรงแรมที่ทำการสำรวจร้อยละ 14.29 กล่าวว่า ไม่สามารถที่จะระบุได้ว่าผู้เข้าพักหรือกลุ่มลูกค้าของตนทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวหรือไม่ และร้อยละ 14.29 ของโรงแรมที่ทำการสำรวจกล่าวว่ากลุ่มลูกค้าของตนทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มลูกค้าของโรงแรมที่เหลืออยู่นั้น มีลักษณะกระจายกันไประหว่างนักท่องเที่ยวกับนักธุรกิจ

โรงแรมจำนวนร้อยละ 28.57 กล่าวว่า กลุ่มลูกค้าของตนจำนวน ร้อยละ 1-20 เป็นผู้ที่มีรายได้สูง เช่นเดียวกัน โรงแรมจำนวนร้อยละ 28.57 กล่าวว่ากลุ่มลูกค้าของตนจำนวนร้อยละ 1-20 เป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่ำ และโรงแรมจำนวนร้อยละ 28.57 มีกลุ่มลูกค้า ร้อยละ 41-60 เป็นผู้ที่มีรายได้ระดับกลาง ไม่มีโรงแรมใดเลยที่กล่าวว่ากลุ่มลูกค้าของตนส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้น้อย และในทำนองเดียวกันไม่มีโรงแรมใดเลยที่กล่าวว่า กลุ่มลูกค้าของตนร้อยละ 80-100 เป็นผู้ที่มีรายได้สูง ที่เหลือนอกนั้น จะคละกันไป โดยเฉพาะโรงแรมส่วนใหญ่จะกล่าวว่าลูกค้าของตนเป็นผู้ที่มีรายได้ปานกลาง

ทางด้านสัญชาติของกลุ่มลูกค้าของโรงแรมนั้น พบว่า มีโรงแรมจำนวนร้อยละ 14.29 ที่บอกว่า กลุ่มลูกค้าของตนนั้นเป็นคนไทยทั้งหมด โรงแรมจำนวนร้อยละ 42.86 กล่าวว่ากลุ่มลูกค้าของตนร้อยละ 1-20 เป็นชาวต่างประเทศ และโรงแรมจำนวนร้อยละ 28.57 กล่าวว่ากลุ่มลูกค้าของตนร้อยละ 21-40 เป็นชาวต่างประเทศ ในขณะที่โรงแรมจำนวนร้อยละ 14.29 กล่าวว่า กลุ่มลูกค้าของตนร้อยละ 21-40 เป็นชาวต่างประเทศ ในขณะที่โรงแรมจำนวนร้อยละ 14.29 กล่าวว่ากลุ่มลูกค้าของตนประมาณครึ่งหนึ่ง เป็นชาวต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะการมาของผู้เข้าพักในโรงแรมต่าง ๆ จะเห็นว่า มีโรงแรมจำนวนร้อยละ 14.29 ที่กล่าวว่า ลูกค้าของตนทั้งหมดเป็นผู้ที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยที่โรงแรมร้อยละ 28.57 กล่าวว่า กลุ่มลูกค้าของตนร้อยละ 81-99 มากับกรุ๊ปทัวร์ และโรงแรมจำนวนเท่ากัน กล่าวว่ากลุ่มลูกค้าของตนประมาณครึ่งหนึ่งเป็นผู้เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ ส่วนกลุ่มลูกค้าที่เหลืออยู่นั้น เป็นแขกที่เดินทางมาพักเอง

(4) อัตราการเข้าพัก เมื่อได้จำแนกระยะเวลาในการเข้าพัก โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงฤดูการท่องเที่ยวกับนอกฤดูการท่องเที่ยว ตามระดับของโรงแรมในจังหวัดกำแพงเพชรจึงมีอยู่ 2 ระดับ ได้แก่ โรงแรมระดับ C2 และ C3 สามารถแบ่งได้ดังนี้ สำหรับโรงแรมในระดับ C2 ซึ่งทำการสำรวจเพียง 1 แห่ง พบว่า ในช่วง Low season หรือช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว ผู้เข้าพักในโรงแรมจะมีจำนวนประมาณ ร้อยละ 21-40 ในขณะที่ ช่วง High season หรือ ช่วงฤดูการท่องเที่ยว จะมีผู้เข้าพักเต็ม

สำหรับโรงแรมระดับ C3 พบว่า ในช่วง Low season โรงแรมจำนวนครึ่งหนึ่ง มีผู้เข้าพักประมาณ 61-80 และโรงแรมจำนวนร้อยละ 33.33 มีผู้เข้าพักประมาณร้อยละ 21-40 ในขณะที่โรงแรมจำนวนร้อยละ 16.67 ไม่ระบุความคิดเห็น ส่วนในช่วง High season พบว่าโรงแรมจำนวนครึ่งหนึ่ง มีผู้มาเข้าพักประมาณร้อยละ 61-80 โรงแรมจำนวนร้อยละ 16.67 มีผู้มาเข้าพักประมาณร้อยละ 21-40 และประมาณร้อยละ 16.67 ของโรงแรมทั้งหมดมีผู้มาเข้าพักในช่วง High season นี้ประมาณร้อยละ 81-99 ในขณะที่ โรงแรมร้อยละ 16.67 ไม่ระบุความคิดเห็น

เมื่อพิจารณาโดยส่วนรวมจะพบว่า ร้อยละ 42.86 ของโรงแรมทั้งหมด มีผู้เข้าพักประมาณร้อยละ 61-80 ทั้งช่วง High season และ Low season สำหรับในช่วง High season ร้อยละ 14.29 ของโรงแรมทั้งหมดมีผู้เข้าพักจนถึงร้อยละ 100 (ตารางที่ 5)

(5) ขอบข่ายการดำเนินงาน จากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับวิธีจัดจำหน่ายห้องพัก และหรือบริการต่าง ๆ ของสถานที่พักแรม พบว่า โรงแรมจำนวนร้อยละ 28.57 ใช้วิธีการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว โดยใช้วิธีให้เซลล์แมนไปติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว และมีการให้เครดิตกับบริษัทนำเที่ยวเป็นระยะเวลา 1 เดือน โรงแรมจำนวนร้อยละ 28.57 ใช้วิธีการติดต่อกับสถานที่พักแรมในเครือ โดยการโอนลูกค้าให้กัน โรงแรมจำนวนร้อยละ 42.86 ใช้วิธีการติดต่อโดยตรงกับสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีการติดต่อกับสถานที่สำนักงานต่าง ๆ เพื่อรับจัดสัญญา ซึ่งจะมีส่วนลดราคาที่พักให้ร้อยละ 30 และมีการติดต่อโดยเป็นสถานที่รับจัดเลี้ยง ซึ่งมีส่วนลดราคาที่พักให้ร้อยละ 30 และมีการติดต่อโดยเป็นสถานที่รับจัดเลี้ยง ซึ่งมีส่วนลดให้ร้อยละ 20 นอกจากนี้ โรงแรมจำนวนร้อยละ 14.29 ใช้วิธีการรับจัดห้องประชุมสำหรับการสัมมนา ระดับผู้บริหาร

(6) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ลักษณะสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ จากการสัมภาษณ์ธุรกิจโรงแรม พบว่าร้อยละ 42.86 กล่าวว่า ห้องพัก เป็นลักษณะเด่นอันดับแรก โรงแรมร้อยละ 42.86 เท่ากัน กล่าวว่า ทำเลที่ตั้ง เป็นลักษณะเด่นอันดับแรก และโรงแรมร้อยละ 14.29 เลือก ห้องอาหารและภัตตาคาร เป็นอันดับแรก ในขณะที่ไม่มีโรงแรมใดเลยเลือกบริการจัดเลี้ยงและห้องประชุม และบรรยากาศ และการตกแต่งภายในเป็นอันดับแรก แต่อย่างไรก็ดี มีโรงแรมจำนวนถึงร้อยละ 42.86 ที่กล่าวว่า ทำเลที่ตั้งเป็นลักษณะเด่นอันดับสุดท้ายของตนจากจำนวน 5 อย่าง ที่ทำให้มีผู้มาใช้บริการในโรงแรมของตน เพราะฉะนั้นโดยรวมแล้ว ห้องพัก จะเป็นลักษณะเด่นที่สำคัญที่สุดของโรงแรมในจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนลักษณะเด่นอื่นของ โรงแรมที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอันดับรอง ๆ ลงมาได้แก่ ห้องอาหารและภัตตาคาร ทำเลที่ตั้ง บริการจัดเลี้ยงและห้องประชุม และสุดท้ายได้แก่ บรรยากาศและการตกแต่งภายใน

(7) การตลาดของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ในเรื่องการกำหนดอัตราค่าบริการ เมื่อเปรียบเทียบจากระดับของธุรกิจ พบว่า โรงแรมในระดับ C2 ซึ่งมีอยู่เพียงแห่งเดียวควรจะเป็นโรงแรมที่สามารถกำหนดราคาค่าบริการต่าง ๆ ในอัตราที่สูงได้ แต่เนื่องจากความใกล้เคียงของโรงแรมระดับ -C2 กับ C3 ทำให้ไม่สามารถกำหนดค่าบริการในอัตราที่สูงได้ ดังนั้นค่าบริการในบางด้านของโรงแรมระดับ C2 จึงไม่อยู่ในอัตราที่สูงสำหรับ อัตราค่าห้องพัก ค่าอาหาร และ ค่าจัดเลี้ยงและจัดประชุม ส่วนค่าบริการเข้าพื้นที่นั้นไม่มีในโรงแรมระดับ C2 สำหรับโรงแรมในระดับ C3 นั้น ทางด้านราคาห้องพัก มีเพียงร้อยละ 16.67 ของโรงแรมระดับ C3 ทั้งหมดที่บอกว่าตั้งราคาสูงกว่าโรงแรมอื่น ที่เหลือ นอกนั้นบอกว่าตั้งราคาในระดับเดียวกัน ทางด้าน ค่าอาหาร โรงแรมครึ่งหนึ่งตั้งราคาเท่ากับโรงแรมอื่น มีโรงแรมเพียงร้อยละ 16.67 ที่ตั้งราคาต่ำกว่าที่อื่น ส่วนที่เหลือไม่มีบริการอาหาร และไม่มีโรงแรมใดเลยที่ตั้งราคาต่ำกว่าโรงแรมอื่น ทางด้านราคาค่าเข้าพื้นที่นั้น ร้อยละ 33.33 ตั้งราคาเท่ากับที่อื่น มีเพียงร้อยละ 16.67 ที่ตั้งราคาสูงกว่าที่อื่น ส่วนที่เหลืออีกครึ่งหนึ่งไม่มีบริการการเข้าพื้นที่ สำหรับอัตราค่าจัดเลี้ยงและจัดประชุม นั้น โรงแรมครึ่งหนึ่งไม่มีห้องประชุมจึงไม่มีบริการนี้ มีโรงแรมร้อยละ 33.33 ที่ตั้งราคาสูงกว่าที่อื่น และร้อยละ 16.67 ที่ตั้งราคาต่ำกว่า

เกี่ยวกับเทคนิคหรือวิธีการส่งเสริมด้านการตลาด พบว่าในโรงแรมระดับ C2 จะให้ส่วนลดค่าบริการแก่ผู้มาพักในช่วง Low season หรือ นอกฤดูการท่องเที่ยว ในขณะที่มีโรงแรมระดับ C3 จะให้ส่วนลดเพียงร้อยละ 42.86 ของโรงแรมระดับ C3 ทั้งหมด ส่วนที่เหลือไม่ได้ให้ส่วนลดในช่วง Low season นอกจากนี้สำหรับโรงแรมระดับ C3 จะใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดด้านอื่น ๆ อีกคือ มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ มีการให้ข่าวสารกับนักท่องเที่ยว และมีการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น สำหรับในช่วง High season หรือฤดูการท่องเที่ยว จะใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดหลาย ๆ อย่างควบคู่กันไป อาทิเช่น ลดราคาห้องพัก ปรับปรุงสถานที่ เพิ่มการบริการ เพิ่มสถานบริการ จัดกิจกรรมและบริการพิเศษต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว มีการจัดโชว์ต่าง ๆ ในช่วงเทศกาล ติดต่อกับสาขาที่กรุงเทพฯ และส่งเสริมงานจังหวัด และร่วมพิธีต่าง ๆ ของจังหวัด เป็นต้น

(8) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากการสำรวจ โรงแรมในระดับ C2 พบว่า โรงแรมมีห้องพัก ห้องรับแขก และห้องอาหาร อยู่ในระดับกลางหรือพอสมควรค่อนข้างสะดวก กับความต้องการของลูกค้า มีห้องจัดเลี้ยงจัดประชุมอย่างเพียงพอ และมีที่จอดรถอย่างกว้างขวาง ในขณะที่โรงแรมไม่มีบริการไนท์คลับหรือบาร์หรือดิสโก้เทค ไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย ตู้โทรศัพท์ เทเลวิชั่นหรือเทเลแฟกซ์ สำนักงานชั่วคราว สระว่ายน้ำ และไม่มีร้ายชายของที่ระลึก ในส่วนของโรงแรมระดับ C3 พบว่า โรงแรมร้อยละ 16.67 ไม่มีห้องรับแขก ร้อยละ 33.33 ไม่มีห้องอาหาร ร้อยละ 50 ไม่มีห้องจัดเลี้ยงหรือห้องประชุม



ร้อยละ 66.67 ไม่มีไนท์คลับหรือบาร์หรือดิสโก้เฮค และหรือไม่มีตู้บาร์ และหรือไม่มีสำนักงานชั่วคราว ร้อยละ 83.33 ไม่มี สถานที่ออกกำลังกาย และหรือไม่มีเทเล็กซ์ หรือเทเลแฟกซ์ และหรือไม่มีสระว่ายน้ำ และโรงแรมทั้งหมดไม่มีร้านขายของที่ระลึก สำหรับบริการต่าง ๆ ที่มีในโรงแรมระดับ C3 นั้น ร้อยละ 33.33 มีห้องพัก ห้องรับแขก ห้องอาหาร ห้องจัดเลี้ยงหรือห้องประชุม ในไนท์คลับหรือบาร์หรือดิสโก้เฮค และที่จอดรถ ในระดับมาก มีห้องอาหารในระดับปานกลาง และมีห้องรับแขกในระดับพอเพียง ร้อยละ 16.67 มีที่จอดรถระดับมากเกินไป มีสถานที่ออกกำลังกาย ตู้บาร์ สำนักงานชั่วคราว ในระดับมาก มีห้องรับแขก ห้องจัดเลี้ยงหรือห้องประชุม ตู้บาร์ และมีสระว่ายน้ำ ในระดับปานกลาง และมีเทเล็กซ์หรือเทเลแฟกซ์ และสำนักงานชั่วคราว ในระดับพอเพียง โรงแรมร้อยละ 50 มีที่จอดรถในระดับปานกลาง และร้อยละ 66.67 มีห้องพักในระดับปานกลาง

(9) ปัญหาของธุรกิจ ผู้ประกอบการจำนวนครึ่งหนึ่งมีความพอใจต่อการดำเนินธุรกิจของตนในระดับปานกลาง และร้อยละ 25 มีความพอใจน้อย หรือค่อนข้างน้อย มีเพียงร้อยละ 12.50 เท่านั้น ที่ค่อนข้างพอใจต่อการดำเนินธุรกิจ (อีกร้อยละ 12.50 ไม่ระบุความคิดเห็น) ที่โรงแรมส่วนมากยังไม่มีความพอใจมากนักก็เพราะว่ามีปัญหาที่เผชิญอยู่หลายด้านด้วยกัน ที่สำคัญคือ ด้านการบริหารงานบุคคล ด้านการตลาดและการบริการ และด้านการเงิน ด้านการบริหารงานบุคคลนั้นมีปัญหาการขาดแคลนแรงงานหรือมีบุคลากรไม่เพียงพอในบางช่วง บุคลากรที่ได้รับการฝึกจนเชี่ยวชาญแล้วก็มีการอพยพโยกย้ายแรงงาน ไปสู่จังหวัดที่ใหญ่มีทรัพยากร และการท่องเที่ยวที่ดีกว่า ด้านการตลาดและการบริการ มีปัญหาในด้านตลาดลูกค้าอื่นเนื่องมาจากในจังหวัดกำแพงเพชร มีสถานที่ท่องเที่ยวตลอดปีอย่างสม่ำเสมอ ส่วนด้านการเงินมีปัญหามีเงินทุนหมุนเวียนน้อย เพราะมีนักท่องเที่ยวในจำนวนที่ไม่มากนัก นอกจากนี้ปัญหาอื่น ๆ ก็ยังไม่นับว่าเป็นปัญหาที่สำคัญเท่าใดนัก

(10) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 62.50 เป็นผู้ประกอบการที่คาดว่าจะปรับปรุงรูปแบบของกิจการให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานขึ้น โดยจะเพิ่มบริการและความสะดวกสบายภายในโรงแรมให้มากขึ้น มีการปรับปรุงไนท์คลับ ห้องพัก สระว่ายน้ำ ร้อยละ 25 จะทำการเปิดกิจการรูปแบบอื่น ๆ เพื่อจูงใจลูกค้าให้มากขึ้น เช่น สระว่ายน้ำ สถานบริการสนุกเกอร์ สนุกเกอร์บาร์ และห้องอาหารทะเล เป็นต้น นอกจากนี้บางโรงแรมยังมีโครงการจะสร้างตึกใหม่โดยมีอัตราค่าเข้าพักในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าโรงแรมอื่น ๆ อีกด้วย

(11) แนวโน้มของธุรกิจ ความเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในด้านนี้ค่อนข้างจะมีความหลากหลายและแตกต่างกันพอสมควร กล่าวคือ ร้อยละ 25 คิดว่าธุรกิจโรงแรมจะมีการขยายตัวมากขึ้น อีกร้อยละ 25 คิดว่า อัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจจะคงที่ไปเรื่อย ๆ เนื่องจากมีธุรกิจโรงแรมมาก ในขณะที่ร้อยละ 12.5 กล่าวไว้ว่า ธุรกิจจะแย่งและซบเซา

เนื่องจากมีโรงแรมมากเกินความต้องการ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 37.5 ยังไม่แน่ใจ เพราะคิดว่ายังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง อย่างไรก็ตาม ทุกคนต่างก็มีความเห็นตรงกันว่า ถ้ามีการขยายตัวของการท่องเที่ยวให้กว้างขวางขึ้น และมีการลงทุนด้านอื่น ๆ ในจังหวัดให้มากขึ้น ก็จะทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น และจำนวนผู้มาใช้บริการของ โรงแรมก็ควรจะมากขึ้นตามไปด้วย

#### 4.1.2 ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

(1) ประเภท ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ พบว่า จำนวนธุรกิจภัตตาคารที่ทำการสำรวจ มีทั้งหมด 30 แห่ง ซึ่งเป็นธุรกิจในเมืองทั้งหมด โดยร้อยละ 86.67 เป็นประเภทร้านอาหาร และร้อยละ 10 เป็น คอฟฟี่ช็อป ส่วนภัตตาคารมีเพียงแห่งเดียวเท่านั้น และในจำนวนธุรกิจ 30 แห่งที่ทำการสำรวจนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับ A มีจำนวน 4 แห่ง ระดับ B มีจำนวน 8 แห่ง และระดับ C จำนวน 18 แห่ง สำหรับประเภทอาหารที่ทำการขายนั้น พบว่าธุรกิจเกือบทั้งหมดคือประมาณร้อยละ 96.67 มีอาหารไทย ร้อยละ 36.67 ขายอาหารจีนด้วย และร้อยละ 30 ขายอาหารฝรั่งไปด้วย นอกนั้นร้อยละ 23.33 มีอาหารประเภทอื่นขาย

ทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของธุรกิจนั้น พบว่า ธุรกิจระดับ A จำนวนครึ่งหนึ่งมีการแสดงและบันเทิงประกอบกิจการแสดงเหล่านี้ก็เช่น ดนตรี รำไทย ร้องเพลง และการแสดงตลก เป็นต้น ขณะที่ธุรกิจระดับ B และ C มีการแสดงและบันเทิง ร้อยละ 25 และ 22.22 ตามลำดับ สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้า ในธุรกิจระดับ A พบว่า ร้อยละ 75 มีที่จอดรถ ร้อยละ 25 มีสนามเด็กเล่น และธุรกิจทุกแห่งมีโทรทัศน์ ในธุรกิจระดับ B พบว่า ร้อยละ 75 มีที่จอดรถ และร้อยละ 75 เท่ากันมีโทรทัศน์ และไม่มีธุรกิจแห่งใดเลยที่มีสนามเด็กเล่น เช่นเดียวกับธุรกิจในระดับ C ซึ่งธุรกิจระดับ C นี้ ร้อยละ 72.22 มีที่จอดรถ ร้อยละ 22.22 มีโทรทัศน์ ร้อยละ 16.67 มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในขณะที่ธุรกิจที่เหลือ ร้อยละ 16.67 ไม่มีบริการ สรุปแล้วในธุรกิจทั้งหมด 30 แห่ง พบว่า มีที่จอดรถร้อยละ 73.33 มีสนามเด็กเล่น ร้อยละ 3.33 มีโทรทัศน์ร้อยละ 46.67 มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ร้อยละ 10 และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเลย ร้อยละ 10 เป็นต้น

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ สำหรับธุรกิจระดับ A ร้อยละ 50 ได้เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 3-4 ปี ในขณะที่ร้อยละ 25 เปิดดำเนินการมา 5-6 ปี ส่วนที่เหลือเปิดดำเนินการมา 7-8 ปี สำหรับธุรกิจระดับ B มีกิจการเปิดใหม่ 1-2 ปี ร้อยละ 25 กิจการที่ดำเนินการมา 9-10 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือร้อยละ 37.5 กิจการที่เปิดดำเนินการมานานกว่า 12 ปี มีร้อยละ 12.50 เท่ากับ กิจการที่เปิดดำเนินการมา 3-4 ปี และ 5-6 ปี สำหรับธุรกิจระดับ C พบว่า มีกิจการเปิดใหม่ 1-2 ปี ร้อยละ 27.78 ขณะที่ร้อยละ 22.22

เปิดดำเนินการมาเป็นเวลา 3-4 ปี และมากกว่า 12 ปี ร้อยละ 11.11 เปิดดำเนินการมา 5-6 ปี และ 9-10 ปี มีเพียงร้อยละ 5.56 เท่านั้นที่เปิดดำเนินการมา 7-8 ปี สรุปแล้ว สำหรับธุรกิจประเภทนี้ทั้งหมด มีกิจการที่เปิดใหม่ไม่เกิน 5 ปี ถึงร้อยละ 46.67 ขณะที่กิจการ ที่ดำเนินการมานานตั้งแต่ 9 ปีขึ้นไป จำนวนร้อยละ 33.34 (ตารางที่ 6)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจร้อยละ 31.25 ตอบว่า ลูกค้าของตนร้อยละ 1-20 เป็นผู้มียาขายได้สูง ธุรกิจร้อยละ 37.5 บอกว่า ลูกค้าของตนร้อยละ 1-20 เป็นผู้มียาขายได้ต่ำ ธุรกิจจำนวนร้อยละ 25 บอกว่าลูกค้าของตนร้อยละ 21-40 เป็นผู้ที่มี รายได้ปานกลาง และธุรกิจจำนวนร้อยละ 25 เช่นกันบอกว่า ลูกค้าของตนร้อยละ 41-60 เป็นผู้มียาขายได้ปานกลาง ไม่มีธุรกิจแห่งใดเลยที่บอกว่าลูกค้าทั้งหมดของตนเป็นผู้ที่มีรายได้สูงหรือต่ำ

ในส่วนแหล่งที่มาของลูกค้า พบว่า ร้อยละ 75 ของธุรกิจ มีลูกค้าต่างประเทศประมาณร้อยละ 1-20 ร้อยละ 12.5 ของธุรกิจบอกว่ามีลูกค้าต่างประเทศประมาณ ร้อยละ 41-60 ส่วนธุรกิจที่เหลือร้อยละ 6.25 เท่ากัน บอกว่าลูกค้าของตนร้อยละ 21-40 และร้อยละ 61-80 เป็นชาวต่างประเทศ ทางด้านลักษณะการมาใช้บริการของลูกค้า ธุรกิจ ร้อยละ 31.25 ลูกค้ามาคนเดียวทั้งหมดไม่ได้มากกับกรุ๊ปทัวร์ ธุรกิจร้อยละ 25 บอกว่า ลูกค้าของ ตนร้อยละ 81-99 มาใช้บริการกันเอง มีเพียงร้อยละ 13.50 ของธุรกิจเท่านั้น ที่บอกว่า ลูก ค้าของตนส่วนใหญ่มากรุ๊ปทัวร์

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ธุรกิจร้อยละ 37.71 เห็นว่าความอร่อย คุณภาพ และลักษณะของอาหาร เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้มีผู้มารับประทานอาหารในร้านของตน โดยร้อยละ 62.50 จัดให้เรื่องเกี่ยวกับอาหารมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง และไม่มีธุรกิจใดเลยที่ให้ความสำคัญ ของเรื่องเกี่ยวกับอาหารมีความสำคัญต่ำกว่าอันดับ 3 ร้อยละ 21.04 เห็นว่าเรื่องทำเล ที่ตั้งเป็นส่วนสำคัญเช่นกัน โดยร้อยละ 6.25 ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งเป็นอันดับ 1 และ ร้อยละ 31.25 และ 43.75 ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ร้อยละ 15.21 ให้ความสำคัญกับการตกแต่งในและบรรยากาศ และร้อยละ 12.09 ให้ความสำคัญกับราคาใน อันดับต้น ๆ ส่วนทางด้าน การบริการ การแสดงต่าง ๆ และ อื่น ๆ ก็มีความสำคัญในอันดับ รอง ๆ ลงไป สำหรับการที่การตกแต่งภายในและบรรยากาศเข้ามามีบทบาทในการดึงดูดลูกค้า ใกล้เคียงกับด้านราคา อาจจะเป็นเพราะร้านอาหารทั้งหมดต่างก็ตั้งอยู่ในตัวเมืองเหมือนกัน ดังนั้นบรรยากาศและการตกแต่งร้านที่สวยงาม จึงเป็นจุดขายที่ดีอีกอย่างหนึ่ง

(5) การตลาดของธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ในจังหวัดกำแพงเพชรที่ทำการสำรวจ ล้วนตั้งอยู่ในตัวเมืองทั้งสิ้น จึงทำให้มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง เพราะฉะนั้นร้าน อาหารเหล่านี้จึงไม่มีร้านอาหารที่ตั้งราคาสูงกว่าร้านอื่น ๆ ในระดับเดียวกัน และร้อยละ 68.75 ของธุรกิจที่ตั้งราคาเท่ากับร้านอื่น ในขณะที่ร้อยละ 31.25 ตั้งราคาต่ำกว่า(ตารางที่ 7)

ในขณะที่ธุรกิจประเภทนี้มีการแข่งขันกันในการตลาดค่อนข้างสูง ดังนั้นต่างก็ต้องหาวิธีการส่งเสริมทางด้านการตลาด โดยเฉพาะในช่วง High season ร้อยละ 36.36 ของธุรกิจจะจัดให้มีการแสดงบรรเทิงและกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ร้อยละ 27.27 จะทำการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ร้อยละ 18.18 จะทำการตกแต่งร้านใหม่ให้ดูน่าสนใจเพื่อจะได้ชักจูงให้ลูกค้าเข้ามา และร้อยละ 9.09 จะแจกของที่ระลึกหรือของขวัญในช่วงเทศกาล นอกจากนี้ยังจะทำการร่วมมือกับทางจังหวัดในการจัดงานทางด้านอาหารอีกด้วย ส่วนในช่วง Low season ก็จะมีการส่งเสริมการตลาดในลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่อาจจะน้อยกว่าในบางด้าน แต่ทางด้านการแสดงและบันเทิงต่าง ๆ นั้น มีธุรกิจถึงร้อยละ 66.67 ที่จะนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด

(6) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจประเภทนี้ส่วนมากให้ทัศนะว่ามีธุรกิจอยู่ในพื้นที่อย่างเพียงพอแล้ว มีเพียงร้อยละ 12.50 ที่กล่าวว่า มีธุรกิจไม่เพียงพอ ขณะที่ ร้อยละ 12.50 เท่ากันมีความเห็นขัดแย้งว่ามีธุรกิจอยู่ในพื้นที่มากเกินไป ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าจำนวนธุรกิจที่มีอยู่ขณะนั้น พอดีกับความต้องการในปัจจุบันแล้ว (ตารางที่ 8)

(7) ปัญหาของธุรกิจ จากผลการสำรวจพบว่า ธุรกิจครึ่งหนึ่งรู้สึกพอใจในผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ร้อยละ 12.50 พอใจค่อนข้างน้อย แต่ไม่มีธุรกิจใดเลยที่รู้สึกพอใจน้อยหรือไม่พอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าธุรกิจส่วนมากมีผลกำไรสุทธิเฉลี่ยประมาณร้อยละ 11-30 มีธุรกิจเพียงร้อยละ 12.50 ที่มีผลกำไรสุทธิเฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 10 ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 18.75 ของธุรกิจมีผลกำไรสุทธิเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 30 ขณะที่ร้อยละ 6.25 ไม่ระบุ และไม่มีธุรกิจใดเลยที่ขาดทุน (ตารางที่ 9)

อย่างไรก็ดีถึงแม้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะรู้สึกพอใจกับผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ก็ตาม แต่ก็ยังพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอยู่พอสมควร อาทิเช่น ปัญหาด้านการบริหารบุคคล ปัญหาด้านการตลาดและด้านการบริการ ปัญหาด้านการเงินทุน ปัญหาด้านสาธารณูปโภคและการคมนาคม และปัญหาการกฎระเบียบราชการ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนทำให้กิจการไม่เจริญรุดหน้าไปอย่างที่ควรจะเป็น โดยธุรกิจร้อยละ 30.76 มีปัญหาขาดแคลนแรงงาน ทั้งนี้เนื่องมาจากพนักงานมีจำนวนน้อย และไม่คอยเป็นงาน ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการบริการ ประกอบกับทั้งพนักงานมีการเปลี่ยนงานบ่อย จึงต้องคอยอบรมพนักงานใหม่อยู่ตลอดเวลา ทำให้ขาดความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจร้อยละ 23.08 มีปัญหาทางด้านการเงิน เนื่องจากต้องกู้เงินมาลงทุนเสียดอกเบี้ยในอัตราสูง เมื่อลูกหนี้ขาดการชำระหนี้กลายเป็นหนี้สูญ ทำให้ขาดสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน ธุรกิจร้อยละ 23.08 มีปัญหาทางด้านสาธารณูปโภคและการคมนาคม กล่าวคือ เนื่องจากมีร้านติดถนนทำให้หาที่จอดรถค่อนข้างยาก หรือมีไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการขาดแคลนน้ำในบางแห่งอีกด้วย ร้อยละ 15.38 มีปัญหาเกี่ยวกับภาษีที่ต้องเสียให้กับทางราชการ ซึ่งค่อนข้างสูง ทำให้มีเงินทุนที่จะนำมาปรับปรุงกิจการได้น้อยลง ในขณะที่ร้อยละ 7.69 เห็นว่าต้นทุนการผลิตมีราคาสูง ซึ่งเป็นอุปสรรคทางด้านการตลาด

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 60 ต้องการปรับปรุงเกี่ยวกับสถานที่ประกอบการ เป็นการตกแต่งร้านให้สวยงาม ขยายกิจการให้ใหญ่ขึ้น และจัดหาสถานที่จอดรถ เป็นต้น ร้อยละ 20 คาดว่าจะปรับปรุงทางด้านบริการและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องยกเกอร์คลับ และเปิดลอบบี้บาร์ เป็นต้น ร้อยละ 6.67 คาดว่าจะปรับปรุงรายการอาหารให้มากขึ้น และมีรสชาติที่ถูกปากลูกค้ายิ่งขึ้นด้วย ในขณะที่ ร้อยละ 13.33 จะยังไม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใด ๆ อันอาจจะเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านสถานที่ และเงินทุน เป็นต้น

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนมาก คือ ร้อยละ 68.75 เห็นว่าธุรกิจมีแนวโน้มที่จะขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากไม่เพียงพอกับความต้องการ ในขณะที่ร้อยละ 25 เห็นว่าธุรกิจมีแนวโน้มที่จะคงที่หรือทรงตัวไปเรื่อย ๆ เนื่องจากถึงจุดอิ่มตัวแล้ว และร้อยละ 6.25 เห็นว่าการดำเนินธุรกิจจะทำได้ลำบากขึ้น หรือ ธุรกิจจะซบเซา อันเนื่องมาจากการแข่งขันที่สูงมากนั่นเอง

#### 4.1.3 ธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก

(1) ประเภท ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ ประเภทของธุรกิจมีการจัดแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ จัดแบ่งตามลักษณะการดำเนินธุรกิจคือ เป็นร้านที่ทั้งผลิตและจำหน่าย หรือจำหน่ายเพียงอย่างเดียว หรือแบ่งตามประเภทของสินค้า อันได้แก่ สินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับ กาย เครื่องประดับบ้าน รูปภาพหรือโปสการ์ด หรือหนังสือพิมพ์ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จำนวน ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่ทำการสำรวจและสัมภาษณ์ได้ทั้งหมดมี 13 แห่ง ซึ่งเป็นร้านที่อยู่ในตัวเมืองกำแพงเพชรทั้งหมด มีร้านค้าจำนวนร้อยละ 61.54 ที่เป็นทั้งร้านที่ผลิตและจำหน่ายเอง ซึ่งเป็นสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ร้อยละ 7.69 ของร้านมีสินค้าประเภทเสื้อผ้าซึ่งเป็นผ้าทอมือจำหน่าย (ตารางที่ 10) ร้อยละ 7.69 มีเครื่องประดับบ้านหรือเครื่องใช้ที่ทำจากเปลือกหอยหรือภาชนะภาชนะจำหน่าย ร้อยละ 7.69 เช่นกันที่มีเครื่องประดับบ้านหรือเครื่องใช้ที่ทำจากผ้าจำหน่าย (ตารางที่ 11) และอีกร้อยละ 7.69 ที่มีรูปภาพหรือโปสการ์ดหรือหนังสือจำหน่าย โดยร้านค้าร้อยละ 84.62 จำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยในร้านหนึ่ง ๆ จะจะมีสินค้าขายได้หลายชนิด (ตารางที่ 12) แต่ทั้งนี้และทั้งนั้น ไม่มีร้านใดเลยที่จำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องประดับกาย (ตารางที่ 13)

ทางด้านขนาดของร้านค้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ระดับ B ซึ่งมีอยู่เพียงร้านเดียว ในขณะที่ระดับ C มีร้าน 12 แห่ง ในส่วนของรูปแบบการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น ร้านค้าระดับ B มีบริการบัตรเครดิต ให้บริการจัดส่งสินค้า และรับ

คำสั่งซื้อพิเศษ แต่ไม่มีที่จอดรถ สำหรับร้านค้าระดับ C ไม่มีร้านใดรับบัตรเครดิต มีร้านที่ให้บริการจัดส่งสินค้าร้อยละ 16.67 รับคำสั่งซื้อพิเศษร้อยละ 25 มีที่จอดรถร้อยละ 50 และไม่ระบุหรือไม่มีบริการอะไรร้อยละ 33.33

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ร้านค้าระดับ B ได้ดำเนินการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 10 ปี สำหรับร้านค้าระดับ C มีร้อยละ 8.33 ที่เพิ่งเปิดกิจการใหม่ระยะไม่เกิน 1 ปี หรือประมาณ 1 ปี ขณะที่ร้อยละ 16.67 ดำเนินกิจการมา 2 ปี และร้อยละ 25 ดำเนินกิจการมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี ในขณะที่ร้านค้าที่เหลือดำเนินการมาระหว่าง 3 ปี ถึง 10 ปี (ตารางที่ 14)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 15.38 ของร้านค้ากล่าวว่าลูกค้าที่เข้ามาแวะซื้อสินค้าเป็นคนไทยประมาณร้อยละ 11-20 ร้อยละ 23.08 ของร้านค้ามีลูกค้าคนไทยประมาณ 21-30 ของลูกค้าทั้งหมด และร้านค้าร้อยละ 7.69 ที่บอกว่ามีลูกค้าคนไทยประมาณร้อยละ 41-50 ส่วนร้านค้าที่เหลือออกนั้นกว่าครึ่งที่บอกว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของตนเป็นคนไทย (ตารางที่ 15) ในขณะที่มีร้านค้าร้อยละ 38.46 ที่บอกว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของตนเป็นชาวต่างประเทศ และมีร้านค้าร้อยละ 7.69 ที่บอกว่าไม่มีลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศเลย

ในส่วนระดับรายได้ของลูกค้า นั้นพบว่า ร้านค้าร้อยละ 15.38 ไม่มีลูกค้าที่มีรายได้สูง และร้อยละ 15.38 มีลูกค้าที่มีรายได้สูงประมาณ ร้อยละ 91-100 ร้อยละ 7.69 มีลูกค้าที่มีรายได้สูงประมาณ 71-80 และร้อยละ 38.45 มีลูกค้าที่มีรายได้สูงไม่ถึงครึ่งหนึ่งของลูกค้าทั้งหมดที่เข้ามาในร้าน ส่วนที่เหลือร้อยละ 23.07 มีลูกค้าที่มีรายได้สูงประมาณร้อยละ 51-70 ร้านค้ามากกว่าครึ่งที่บอกว่าลูกค้าของตน ร้อยละ 11-50 มีรายได้ปานกลาง ร้อยละ 23.07 มีลูกค้าที่มีรายได้ปานกลางร้อยละ 11-50 มีรายได้ปานกลาง ร้อยละ 23.07 มีลูกค้าที่มีรายได้ปานกลางร้อยละ 71-100 และมีร้อยละ 15.38 ที่กล่าวว่าตนไม่มีลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง ร้านค้าร้อยละ 46.15 กล่าวว่าตนไม่มีลูกค้าที่มีรายได้ต่ำเลย ร้อยละ 30.77 มีลูกค้าที่มีรายได้ต่ำประมาณร้อยละ 1-10 ร้อยละ 15.38 ของร้านค้ามีลูกค้ารายได้ต่ำร้อยละ 11-20 และร้อยละ 7.69 มีลูกค้ารายได้ต่ำประมาณร้อยละ 51-60 โดยลักษณะอายุของลูกค้าจะมีลักษณะกระจายกันไปค่อนข้างมาก ไม่มีกลุ่มอายุใดที่เป็นลูกค้ามากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ในขณะที่เพศของกลุ่มลูกค้าก็ไม่มีความแตกต่างกัน คือ มีเพศชายและหญิงนิยมเข้าร้านชายของที่ระลึกจำนวนเท่า ๆ กัน ลักษณะการมาใช้บริการส่วนใหญ่แล้วจะมากันเอง แต่ก็มีร้านค้าร้อยละ 38.46 ที่กล่าวว่ามีลูกค้าที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ประมาณร้อยละ 51-90

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ ธุรกิจร้านค้าสินค้าที่ระลึกในจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนใหญ่มักอาศัยการขายตรงให้แก่ลูกค้า มีเพียงร้อยละ 30.77 ที่อาศัย

การขายตรงผ่านพ่อค้าคนกลางด้วย ซึ่งพ่อค้าคนกลางที่ร้านค้าใช้ก็ได้แก่ พ่อค้าชายปลีก และ มีครุเทศก์ เท่านั้น และใช้ในจำนวนเท่า ๆ กัน

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ในบรรดาธุรกิจประเภทรายขายสินค้าที่ระลึกทั้งหลายในจังหวัดกำแพงเพชร มีอยู่เพียงไม่กี่ร้านที่จะจำหน่ายสินค้าประเภทเดียวหรือชนิดเดียว โดยมากมักจะขายสินค้าหลาย ๆ ชนิดประกอบกัน ซึ่งจากการสำรวจพบว่าสินค้าที่ทำการขายได้และกำไรให้แก่ธุรกิจเป็นอย่างมากคือ ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ซึ่งไม่ได้ระบุ ส่วนสินค้าประเภทเสื้อผ้า และ เครื่องประดับและเครื่องใช้ ก็สามารถทำการขายได้ได้เป็นอันดับรอง ๆ ลงมาตามลำดับ

(6) การตลาดของธุรกิจ ธุรกิจประเภทสินค้าที่ระลึกนี้เป็นธุรกิจที่อาศัยวิธีการส่งเสริมการตลาดน้อย กล่าวคือในช่วง High season มีการส่งเสริมการตลาดโดยการ แจก ของสมนาคุณ ให้ส่วนลดแก่ลูกค้า และจัดกิจกรรมพิเศษในโอกาสต่าง ๆ เพียงอย่างละ 1 ร้าน ค่า อีกร้อยละ 30.77 จะใช้วิธีการอื่น ๆ ส่วนที่เหลือร้อยละ 46.15 ไม่ระบุหรือไม่มีการส่งเสริมการตลาด ส่วนในช่วง Low season แล้วมีเพียงธุรกิจเดียวที่จะทำการจัดกิจกรรมพิเศษในโอกาสต่าง ๆ เพื่อการส่งเสริมการขาย ส่วนอีกร้อยละ 92.31 ไม่ระบุหรือไม่มีการส่งเสริมการตลาด อนึ่งในเรื่องเกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้านั้น ร้อยละ 92.31 ตั้งราคาขายในระดับที่เท่ากับคู่แข่งอื่น ในขณะที่มีเพียงแห่งเดียว ที่ตั้งราคาสูงกว่าร้านค้าอื่น ๆ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะความแตกต่างในด้านระดับของร้านค้า ซึ่งมีร้านค้าระดับ B อยู่ 1 ร้าน ในขณะที่ร้านค้าอื่น ๆ เป็นร้านค้าระดับ C

(7) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสำรวจในด้านจำนวนของธุรกิจที่มีพบว่า ร้อยละ 23.08 ของธุรกิจกล่าวว่า มีร้านค้าของที่ระลึกมากเกินความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ร้อยละ 69.23 กล่าวว่า มีร้านค้าอย่างพอเพียง โดยไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่กล่าวว่า ธุรกิจประเภทนี้มีไม่เพียงพอหรือไม่ค่อยเพียงพอ

(8) ปัญหาของธุรกิจ ถึงแม้ว่าจะไม่มีร้านค้าใดเลยที่กล่าวว่าพอใจในผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของตนน้อยหรือค่อนข้างน้อย คือ ทุกร้านค้า พอใจมากจนถึงพอใจปานกลาง และถึงแม้ว่า ร้านค้าส่วนมากหรืออาจจะทั้งหมดที่ได้กำไรจากการประกอบการ คือร้อยละ 38.46 ได้กำไรประมาณร้อยละ 16-20 ในขณะที่ร้อยละ 15.38 ไม่ระบุ ส่วนที่เหลือก็กำไรมากบ้างน้อยบ้างลดหลั่นกันไป ก็ตาม (ตารางที่ 16) แต่ก็พบว่าธุรกิจยังมีปัญหาและอุปสรรคอยู่บ้าง กล่าวคือร้อยละ 30.77 มีปัญหาด้านวัตถุดิบ ร้อยละ 23.08 ขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ ร้อยละ 7.69 มีปัญหาด้านการแข่งขัน ด้านการตลาดที่สูง และอีกร้อยละ 7.69 มีปัญหาทางด้าน การขาดความร่วมมือส่งเสริมในการดำเนินธุรกิจจากราชการและความเข้มงวดของทางราชการ ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 61.54 ไม่มีปัญหาอะไร (ตารางที่ 17)

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า สิ่งที่คุณประกอบการต้องการจะปรับปรุงมากที่สุด คือการปรับปรุงด้านสถานที่ กล่าวคือ มีผู้ประกอบการถึงร้อยละ 38.46

ผู้ประกอบการร้อยละ 15.38 ต้องการจะเพิ่มปริมาณสินค้าให้มากขึ้นและหาสินค้าใหม่ ๆ เข้ามาขายในร้าน ร้อยละ 7.69 จะปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาด และอีกร้อยละ 7.69 จะปรับปรุงคุณภาพสินค้า และคัดเลือกเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพดีเข้ามาจำหน่าย ส่วนอีกร้อยละ 46.15 ไม่ระบุ

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้อยละ 30.77 คาดว่าแนวโน้มของธุรกิจจะเป็นลักษณะคงที่แบบไปได้เรื่อย ๆ ในขณะที่ร้อยละ 15.38 คาดว่าธุรกิจมีแนวโน้มที่จะดีขึ้นหรือขยายตัวมากขึ้น แต่ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยที่จะมาเสริมอื่น ๆ ด้วย นอกนั้นร้อยละ 53.85 ไม่ทราบหรือไม่สามารถจะตอบได้ว่า แนวโน้มของธุรกิจจะเป็นเช่นไร (ตารางที่ 18)

#### 4.1.4 ธุรกิจขนส่ง

(1) ประเภท ขนาด และบริการที่มีในธุรกิจและอัตราค่าบริการ ธุรกิจที่ทำการสำรวจทั้งหมดมี 3 แห่งด้วยกัน ซึ่งล้วนแต่ตั้งอยู่ในตัวเมืองทั้งสิ้น โดยธุรกิจดำเนินการให้เช่ารถและหรือวิ่งประจำเส้นทางโดยเก็บค่าโดยสาร รถที่ให้บริการเป็นประเภทรถบัสทั้งหมด รถบัสใหญ่ให้เข้านั้นมีอยู่เพียงธุรกิจเดียว ซึ่งลักษณะการให้เข้าเป็นแบบเช่าเหมา โดยคิดค่าเช่า 7,000-10,000 บาทต่อวัน มีรถให้เช่าเหมาเพียง 2 คัน ส่วนการเก็บค่าโดยสารรถที่วิ่งประจำเส้นทางนั้น ดำเนินกิจการกันทุกธุรกิจ โดยธุรกิจที่ 1 มีรถบัสใหญ่จำนวน 2 คัน ความจุผู้โดยสาร 40 คนต่อคัน อัตราค่าโดยสาร 125 บาทต่อคน ธุรกิจที่ 2 มีรถบัสไม่ระบุขนาดจำนวน 3 คัน ความจุผู้โดยสาร 40 คนต่อคัน อัตราค่าโดยสาร 125 บาทต่อคน สำหรับธุรกิจที่ 3 ซึ่งมีรถบัสขนาดใหญ่ให้เช่าเหมาจ่ายด้วยนั้นมีรถบัสใหญ่ถึงจำนวน 17 คัน ความจุผู้โดยสาร 40 คนต่อคัน อัตราค่าโดยสารจะประมาณ 140-185 บาทต่อคน

ทุกธุรกิจเป็นเจ้าของยานพาหนะเอง โดยมีบริการคนขับรถให้กับลูกค้าในทุก ๆ ธุรกิจ นอกจากนี้ในธุรกิจที่ 3 มีการประกันรถด้วย อันอาจจะเนื่องมาจากมีรถที่ให้บริการมาก จึงจำเป็นที่จะต้องลดความเสี่ยงอันอาจจะเกิดขึ้น

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจที่ 1 ได้ดำเนินธุรกิจนี้มานาน ประมาณ 10 ปี ธุรกิจที่ 2 ดำเนินกิจการมาประมาณ 15 ปี ในขณะที่ธุรกิจที่ 3 ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดได้ดำเนินกิจการมาแล้วไม่น้อยกว่า 25 ปี

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ลูกค้าที่เป็นกลุ่มสถาบัน และกลุ่มบุคคล โดยธุรกิจที่ 1 และ 2 มีลูกค้าเป็นกลุ่มบุคคลทั้งหมด ในขณะที่



ที่ธุรกิจที่ 3 มีลูกค้าเป็นกลุ่มบุคคล ร้อยละ 90 นอกนั้นเป็นกลุ่มสถาบัน แหล่งที่มาของลูกค้าในธุรกิจที่ 1 และ 2 เป็นคนไทยทั้งหมด ส่วนธุรกิจที่ 3 มีลูกค้าเป็นคนไทยประมาณร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือก็กระจายไปในระหว่าง ชาวเอเชีย ยุโรป และ ตะวันออกกลาง

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ถึงแม้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรจะไม่ใหญ่มากนัก แต่ธุรกิจขนส่งธุรกิจที่ 1 ก็มีสาขาจำนวน 2 สาขา ธุรกิจที่ 2 มีจำนวน 3 สาขา ในขณะที่ธุรกิจที่ 3 ไม่มีสาขา จึงทำให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวก ไม่ต้องเดินทางเป็นระยะทางไกลเพื่อไปติดต่อกับธุรกิจ

(5) การตลาดของธุรกิจ อันเนื่องมาจากธุรกิจขนส่ง ที่ทำการสำรวจในจังหวัดกำแพงเพชร มีเพียง 3 แห่งเท่านั้น จึงมองไม่เห็นภาพการแข่งขันกันที่ชัดเจนนัก ประกอบกับเมื่อดูจึงจำนวนยานพาหนะของแต่ละธุรกิจมีแล้ว ค่อนข้างจะเห็นว่า เป็นการผูกขาดในธุรกิจพอสมควร ดังนั้น ถ้าจะมีการแข่งขันกันแล้วก็คงจะเป็นไปแบบถ้อยทีถ้อยอาศัยกันมากกว่า อย่างไรก็ตาม เมื่อมองถึงเทคนิคและวิธีการทางการตลาดจะเห็นว่า ธุรกิจที่ 1 และ 2 จะใช้วิธีการกับลูกค้าโดยตรงทั้งหมด ในขณะที่ธุรกิจที่ 3 ใช้วิธีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือจะติดต่อผ่านตัวกลาง คือโรงแรม ในเรื่องการกำหนดราคาโดยสารนั้น จะเห็นว่าธุรกิจที่ 1 และ 2 ตั้งราคาในระดับเดียวกัน ขณะที่ธุรกิจที่ 3 ตั้งราคาสูงกว่า

สำหรับเรื่องการส่งเสริมการตลาดในช่วงฤดูการท่องเที่ยวไม่ได้ระบุส่วนในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวก็ไม่ได้ระบุเช่นกัน แต่ธุรกิจทั้ง 3 แห่งต่างก็กล่าวว่า ไม่ได้มีการลดอัตราค่าบริการเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว

(6) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ จากการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจที่ 1 และ 3 เห็นว่า ปัจจุบันธุรกิจมียานพาหนะไม่คอยเพียงพอกับความต้องการ ขณะที่ธุรกิจที่ 2 เห็นว่าเพียงพอแล้ว

(7) ปัญหาของธุรกิจ ถึงแม้ว่าธุรกิจจะค่อนข้างพอใจในผลการดำเนินงานของตนคือธุรกิจที่ 1 พอใจค่อนข้างมาก ธุรกิจที่ 2 พอใจมาก และธุรกิจที่ 3 พอใจปานกลาง และทางด้านรายได้ของธุรกิจนั้น ธุรกิจที่ 1 และ 2 ไม่ได้ตอบคำถาม ขณะที่ธุรกิจที่ 3 มีรายได้เฉลี่ย 40,000 บาทต่อวัน โดยมีจำนวนเที่ยวที่วิ่ง 10 เที่ยวต่อกัน ก็ตาม แต่ก็คาดว่าคงจะมีปัญหาในการดำเนินกิจการบ้างพอสมควร ถึงแม้ว่าผลการสัมภาษณ์จากธุรกิจจะไม่มีข้อมูลทางด้านปัญหาและอุปสรรค แต่จากการสังเกตพบว่ามีปัญหายานพาหนะไม่เพียงพอแต่ความต้องการซึ่งคาดว่าจะ เป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ มีเพียงธุรกิจเดียวที่ตอบคำถามนี้ โดยกล่าวว่า ไม่มีแนวโน้มที่จะปรับปรุงกิจการใด ๆ ทั้งสิ้น

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ธุรกิจจำนวน 2 แห่ง เป็นผู้ตอบคำถาม และต่างก็เห็นพ้องต้องกันว่า ธุรกิจมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดที่จะดีขึ้นเรื่อย ๆ

#### 4.1.5 ธุรกิจเพื่อการบันเทิง

(1) ประเภท และขนาด และบริการที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจธุรกิจประเภทบันเทิงจำนวน 3 แห่ง ซึ่งทุกแห่งล้วนตั้งอยู่ในอำเภอเมืองทั้งสิ้น ซึ่งธุรกิจที่ทำการสำรวจนี้ แบ่งเป็นธุรกิจที่ 1 ประกอบด้วย Bar beer ดิสโก้และไนท์คลับ ธุรกิจที่ 2 เป็นไนท์คลับ และธุรกิจที่ 3 ก็เป็นธุรกิจอาบอบนวด โดยบริการพิเศษที่ทุกธุรกิจมีได้แก่ลูกค้ำ ก็คือ ที่จอดรถ ส่วน Lady bar นั้นธุรกิจที่ 1 มี 30 คน ธุรกิจที่ 2 มี 20 คน และธุรกิจที่ 3 ไม่ได้ระบุ แต่บอกว่ามีบริการพิเศษอื่น ๆ อีก

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุกธุรกิจได้ดำเนินการมาเป็นระยะเวลาเท่า ๆ กัน คือประมาณ 9 ปี ซึ่งถือได้ว่า ธุรกิจประเภทบันเทิงนี้ได้ถือกำเนิดมาในจังหวัดกำแพงเพชรมาเป็นเวลานานพอสมควร

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ไม่มีธุรกิจใดเลยที่มีลูกค้าเป็นชาวตะวันตกกลาง ในขณะที่ ธุรกิจที่ 1 มีลูกค้าเป็นคนไทยร้อยละ 50 ที่เหลือร้อยละ 20 และร้อยละ 30 เป็นชาวเอเชีย และชาวยุโรป หรืออเมริกา ตามลำดับ ธุรกิจที่ 2 มีลูกค้าเป็นชาวไทยประมาณร้อยละ 80 ส่วนที่เหลือเป็นชาวยุโรปหรืออเมริกา ส่วนธุรกิจที่ 3 มีลูกค้าเป็นคนไทยร้อยละ 70 ที่เหลือร้อยละ 5 และร้อยละ 25 เป็นชาวเอเชีย และชาวยุโรป หรืออเมริกา ตามลำดับ ลักษณะการมาใช้บริการของลูกค้าที่ธุรกิจที่ 1 เป็นเพียงแห่งเดียวที่มาเป็นกรุปทัวร์มากกว่ามาคนเดียวคือร้อยละ 60 ถึง ร้อยละ 40 ธุรกิจที่ 2 นั้น เป็นลูกค้าที่มาคนเดียวทั้งหมด ในขณะที่ธุรกิจที่ 3 นั้นเป็นลูกค้าที่มากรุปทัวร์ ร้อยละ 40 ที่เหลือเป็นลูกค้าที่มาคนเดียว

ระดับอายุของลูกค้าที่ธุรกิจที่ 1 ลูกค้าส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี นอกนั้นก็กระจายกันไป แต่ไม่มีลูกค้าที่อายุเกิน 50 ปี ธุรกิจที่ 2 ลูกค้าส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี ที่เหลือมีอายุต่ำกว่า 30 ปี ส่วนลูกค้าที่มีอายุสูงกว่า 50 ปีมีจำนวนน้อยมาก สำหรับลูกค้าของธุรกิจที่ 3 นั้น มีถึงร้อยละ 70 มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 20 มีอายุสูงกว่า 50 ปี และที่เหลือร้อยละ 10 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ทางด้านระดับรายได้ของลูกค้าที่ธุรกิจที่ 1 ที่กล่าวว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มี

รายได้อยู่ในระดับสูง ส่วนธุรกิจที่ 2 และ 3 กล่าวว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของตนมีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง และทางด้านเพศของลูกค้า นั้น มีเพียงธุรกิจที่ 1 อีกเช่นกัน ที่มีลูกค้า เพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน ส่วนธุรกิจที่เหลือจะมีลูกค้าเพศชายในอัตราที่สูงกว่าเพศหญิงมาก

(4) การตลาดของธุรกิจ ธุรกิจสันตนาการในจังหวัดกำแพงเพชรนั้นนับว่ามีไม่มากนัก เพราะสังเกตจากการส่งเสริมการตลาดซึ่งมีไม่มากนัก นั่นก็แสดงถึงว่าไม่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยธุรกิจที่ 1 จะใช้กลยุทธ์ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เป็นยุทธวิธีทางการตลาดทั้งในและนอกฤดูการท่องเที่ยว ส่วนธุรกิจที่ 2 นั้น ในช่วงฤดูการท่องเที่ยว จะจัดรายการพิเศษต่าง ๆ ตามเทศกาล โดยมีการเล่นเกมและแจกของขวัญด้วย นอกฤดูการท่องเที่ยวก็จะจัดให้มีโชว์พิเศษต่าง ๆ ในขณะที่ธุรกิจที่ 3 ไม่มีการส่งเสริมการตลาดเลยไม่ว่าเป็นช่วงใด ส่วนในด้านการตั้งราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งนั้น พบว่า ตั้งราคาเท่ากับคู่แข่งอื่น ในขณะที่ธุรกิจที่ 3 ไม่ได้ระบุ

(5) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ธุรกิจประเภทสันตนาการทั้ง 3 นั้น ธุรกิจที่ 2 เห็นว่าธุรกิจสวนสนุกและสวนน้ำ ยังไม่ค่อยเพียงพอ ในขณะที่ สวนสัตว์หรือสวนธรรมชาติ การแสดงโชว์ ดิสโก้เธคหรือไนท์คลับ และอาบอบนวดมีพอเพียงแล้ว ส่วนธุรกิจที่ 1 ให้ทัศนะว่า การแสดงโชว์ และดิสโก้เธค หรือไนท์คลับ มีค่อนข้างมาก ธุรกิจที่ 3 ให้ความเห็นว่า ธุรกิจอาบอบนวดเช่นเดียวกับตนมีเพียงพอแล้ว อย่างไรก็ตาม ทุกธุรกิจล้วนพอใจผลการดำเนินงานของตนที่ผ่านมาค่อนข้างมาก

(6) ปัญหาของธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่ได้มาจากการสำรวจ พบว่ามีเพียงธุรกิจที่ 2 ที่กล่าวว่า มีปัญหาทางด้านสาธารณูปโภค คือ ทางแยกเข้าตัวจังหวัด ควรจะมีไฟฟ้าตอนกลางคืน และถนนสายต่าง ๆ ควรจะมีป้ายบอกสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ลูกค้าสนใจและมาท่องเที่ยวมากขึ้น

(7) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ล้วนแต่ต้องการที่จะปรับปรุงธุรกิจของตน โดยส่วนใหญ่ต้องการที่จะปรับปรุงสถานที่ ด้านการบริการ และด้านรูปแบบของกิจกรรมและสิ่งบันเทิงต่าง ๆ เช่นธุรกิจที่ 1 จะจัดให้มีเกมส์โชว์ทุก ๆ เดือน เดือนละ 1 ครั้ง ธุรกิจที่ 2 จะปรับปรุงใหม่ทั้งหมด มีการตกแต่งทั้งภายในและภายนอก นอกจากนี้ยังจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนักร้องนักดนตรีใหม่ทั้งหมด ส่วนธุรกิจที่ 3 จะทำการเพิ่มหมอนวด มีผ้าเย็นไว้บริการ และตกแต่งภายในใหม่

(8) แนวโน้มของธุรกิจ เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ทั้งหมดต่างก็มีความเห็นว่า ธุรกิจประเภทนี้มีแนวโน้มที่จะดีขึ้นและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อันจะเนื่องมาจากนโยบายของจังหวัดที่ต้องการจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนั่นเอง

#### 4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อมวลชน

ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2532 เป็นต้นมา จังหวัดกำแพงเพชรมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ที่มีงานนบพระเล่นเพลง และในเดือนตุลาคมซึ่งมีงานวันกล้วยไข่ ซึ่งงานแรกถือว่าเป็นประเพณีดั้งเดิมของชาวจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนงานที่ 2 เป็นงานที่เพิ่งจัดขึ้นมาไม่นานเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด และยังเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้การท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรเป็นอย่างมาก เพราะจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากหลั่งไหลมาเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชรเป็นจำนวนมากมาย ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดมีความเจริญก้าวหน้าในทุกธุรกิจ โดยเฉพาะที่พักแรม และธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก

นอกจากประเพณีสำคัญทั้ง 2 ดังกล่าวมาแล้ว กำแพงเพชรยังมีนโยบายที่ท้องถิ่นโดยผู้ว่าราชการจังหวัด(คนก่อน)ที่จะพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญให้จงได้ ดังนั้น จึงทำการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาชมประเพณีที่สำคัญอีกคือ ประเพณีขอฝน และงานปีใหม่ชาวเขา ใน อ.คลองลาน ซึ่งมีขึ้นในเดือนพฤศจิกายน จะเห็นว่าการจัดงานประเพณีจะเป็นสิ่งที่เสริมแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดได้อย่างดีมีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก

ธุรกิจท่องเที่ยวของกำแพงเพชรจึงนับวันยังจะขยายตัว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อย ๆ ตามนโยบายประชาสัมพันธ์ของจังหวัด อย่างไรก็ตาม ธุรกิจในจังหวัดกำแพงเพชรก็ยังล้าสมัยที่จะขยายตัวได้อีก โดยเฉพาะที่อำเภอคลองลาน ซึ่งเป็นศูนย์กลางของแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งมีธรรมชาติที่งดงามมาก ประกอบกับทั้ง การคมนาคมก็เป็นไปอย่างสะดวก นอกจากนี้ ในปัจจุบันยังมีเส้นทางหมายเลข 1117 ที่จะทำการเชื่อมอำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร และ อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ซึ่งถ้าได้รับการอนุมัติให้ตัดถนนในช่วงที่เหลือได้ (เหลือระยะทางที่จะต้องก่อสร้างใหม่อีกเพียง 28 กม. ก็จะถึงเส้นทางที่เชื่อมกับอำเภออุ้มผาง) ก็จะทำให้จังหวัดกำแพงเพชรเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเหนือตอนล่างได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้เพราะระยะทางจากจังหวัดกำแพงเพชร ผ่านอำเภอคลองลาน ไปยังอำเภออุ้มผาง(ถ้าได้รับอนุมัติให้ตัดถนน) จะสั้นกว่าระยะทางจากตัวจังหวัดตากเองมาถึงอำเภออุ้มผาง ซึ่งที่อำเภออุ้มผางเองก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ล้ำค่ามาก เพราะมีน้ำตกที่สวยงามและใหญ่ที่สุดในประเทศไทยอยู่ คือ น้ำตกที่ลือชู ประกอบกับ บำดงดิบที่มีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก

จากเหตุผลดังกล่าวมาจะเห็นว่า จังหวัดกำแพงเพชร โดยเฉพาะที่อำเภอคลองลาน มีศักยภาพที่จะพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวได้สูงมาก ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ยิ่งด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดเป็นไปอย่างมีเสถียรภาพ และยังสามารถอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ให้อยู่ในสภาพที่ดีด้วยแล้ว ประกอบกับ สภาพทางภูมิศาสตร์ของกำแพงเพชรที่เป็นศูนย์กลางระหว่างภาคเหนือตอนล่างกับภาคกลางตอนบน กำแพงเพชรก็จะกลายเป็นจังหวัดท่องเที่ยวโดยตัวของตัวเองได้ในที่สุด

## 5. สภาพรูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร

### 5.1 จากการประมาณการ

5.1.1 สำหรับการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต มีความสำคัญต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ในปัจจุบันมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งทำให้การประมาณการทำได้สะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวในการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรม ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางที่ไปพักแรมและอยู่ในท้องที่ซึ่งไม่ใช่แหล่งที่อยู่ของตนไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมเยือนญาติมิตร ติดต่อธุรกิจหรือติดต่อราชการ

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเศได้ใช้ข้อมูลระหว่าง พ.ศ 2521-2531 มาใช้ในการวิเคราะห์โดยวิธีวิเคราะห์แบบแนวโน้มตามกาลเวลา (Time Trend) เพื่อหาอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยจะมีจำนวน 5.7 ล้านคน ใน พ.ศ 2534 และเพิ่มเป็น 8.8 ล้านคน ใน พ.ศ. 2539 (ตารางที่ 5.1) โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9 ต่อปี

ตารางที่ 5.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

หน่วย : ล้านคน

พ.ศ	จำนวนนักท่องเที่ยว
2532	4.8 <sup>1</sup>
2533	5.2
2534	5.7
2535	6.2
2536	6.8
2537	7.4
2528	8.1
2539	8.8

หมายเหตุ : <sup>1</sup>จากการประมาณการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดต่าง ๆ นั้น จะประมาณการ โดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไปพักแรมตามสถานที่พักแรมใน จังหวัดต่าง ๆ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 โดยสมมุติให้สัดส่วนของ นักท่องเที่ยวแยกตามจังหวัดคงที่ ซึ่งใน พ.ศ. 2530 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางไปจังหวัดกำแพงเพชรเท่ากับร้อยละ 0.38 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทาง มายังประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนัก ท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แต่ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มีย้อนหลังไม่มากนัก จึงยังไม่สามารถนำมาประมาณการโดยตรงได้ การศึกษานี้จึงได้ตั้ง สมมุติฐานว่า รายได้จากสาขาบริการของผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น (GPP) มีความสัมพันธ์โดยตรง กับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งจากข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น พ.ศ. 2526-2530 พบว่ารายได้จากสาขาบริการโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 6.3 ต่อปี

ผลจากการประมาณการ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดกำแพงเพชร บปรากฏว่า ใน พ.ศ. 2534 และ พ.ศ. 2539 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวเป็นจำนวน 182,225 คน และ 251,370 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดกำแพงเพชร

หน่วย : คน

พ.ศ	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2532	142,097	18,240	160,337
2533	151,049	19,760	170,809
2534	160,565	21,660	182,225
2535	170,681	23,560	194,241
2536	181,434	25,840	207,274
2537	192,864	28,120	220,984
2538	205,014	30,780	235,794
2539	217,930	33,440	251,370

ที่มา : จากการคำนวณ

5.1.2 การประมาณการจำนวนห้องพักของสถานที่พักแรม ที่นักท่องเที่ยวต้องการในอนาคต โดยทำการประมาณการในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนห้องพักที่ต้องการในปีต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลประกอบที่จำเป็นต่อการคำนวณครั้งนี้ มีดังนี้ คือ

1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักในสถานพักแรม จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวซึ่งที่ผ่านมาช่วงฤดูท่องเที่ยวจะมีระยะเวลา 6 เดือน และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนเท่ากับร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งปี
2. จำนวนผู้เข้าพักแรมเฉลี่ยต่อห้อง จากการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อห้องเท่ากับ 1.6 ในทุกจังหวัด
3. ระยะเวลาพักเฉลี่ย กำหนดให้มีค่าคงที่โดยเท่ากับระยะเวลาพักเฉลี่ยจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน พ.ศ. 2530
4. จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณ ในการศึกษาแนวคิดจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นรายเดือน ดังนั้นจำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณเท่ากับ 30 วัน
5. อัตราการเข้าพักเฉลี่ย กำหนดให้อัตราการเข้าพักที่เหมาะสมเท่ากับร้อยละ 75 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามกลุ่มที่พัก จะใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้าพักแรมในจังหวัด โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม พ.ศ. 2530 (ตารางที่ 5.3) ในการคำนวณ และสมมุติว่าสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวนี้คงที่ ผลปรากฏว่าใน พ.ศ. 2534 จะมีนักท่องเที่ยวเข้าพักแรมในกลุ่ม 4 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท) 86,000 คน กลุ่ม 5 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาท ลงมา) 96,000 คน และใน พ.ศ. 2539 จะมีผู้เข้าพักแรมในกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 เป็นจำนวน 118,000 คน และ 133,000 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.3 แสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและระยะเวลาพักเฉลี่ย พ.ศ 2530

กลุ่มที่พักแรม	สัดส่วนนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)	ระยะเวลาพักเฉลี่ย (วัน)
กลุ่มที่ 4 ราคาห้องพักเดี่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท	47.00	1.14
กลุ่มที่ 5 ราคาห้องพักเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาทลงมา	53.00	1.93
รวม	100.00	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 5.4 จำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในแต่ละกลุ่ม

หน่วย: ล้านคน

พ.ศ	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
กลุ่มที่ 4	.075	.080	.086	.091	.097	.104	.111	.118
กลุ่มที่ 5	.085	.090	.096	.103	.110	.117	.125	.133

ที่มา : จากการคำนวณ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาประมาณจำนวนห้องพักแรมที่ต้องการในแต่ละปี โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

$$R_i = \frac{T_i \times L}{N \times O \times 30}$$



- โดยที่  $R_i$  = จำนวนความต้องการห้องพักในปีที่จะคำนวณ  
 $T_i$  = จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด  
 $L$  = ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว  
 $N$  = จำนวนคนเฉลี่ยต่อห้อง  
 $O$  = อัตราการเข้าพักเฉลี่ย

จำนวนห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการจำแนกตามกลุ่มที่พักแรม แสดงในตารางที่ 5.5 ซึ่งจะพบว่า ใน พ.ศ. 2534 จะมีความต้องการห้องพักทั้งสิ้นเท่ากับ 789 ห้อง จำแนกเป็นกลุ่ม 4 และ กลุ่ม 5 จำนวน 271 ห้อง และ 518 ห้อง ตามลำดับ และเมื่อถึง พ.ศ. 2539 จะมีความต้องการห้องพักทั้งสิ้นเท่ากับ 1,088 ห้อง

ตารางที่ 5.5 แสดงจำนวนห้องพักที่ต้องการ

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
<u>รวมทุกกลุ่ม</u>	695	739	789	841	897	957	1,021	1,088
กลุ่มที่ 4	239	254	271	289	308	329	351	374
กลุ่มที่ 5	456	485	518	552	589	628	670	714

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดกำแพงเพชร กับจำนวนห้องพักที่มีอยู่เดิมใน พ.ศ. 2530 จะพบว่า ใน พ.ศ. 2531-2532 จะมีความต้องการเพิ่มขึ้น 163 ห้อง ซึ่งเป็นความต้องการห้องพักในกลุ่ม 5 ทั้งสิ้น ส่วนใน พ.ศ. 2539 ความต้องการขยายห้องพักจากพ.ศ. 2538 จะเพิ่มขึ้น 67 ห้อง โดยแยกเป็นกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 จำนวน 23 ห้อง และ 44 ห้อง ตามลำดับ (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดกำแพงเพชร

หน่วย: ห้อง

พ.ศ	จำนวนที่มีอยู่เดิม		จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น 1 ปี		
	2530	2532 <sup>2</sup>	2534	2536	2539
รวมทุกกลุ่ม	638	163	33	37	67
กลุ่ม 4	345	-	-	-	23
กลุ่ม 5	293	163	33	37	44

หมายเหตุ: <sup>2</sup> จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ 2530

ที่มา : จากการคำนวณ

## 5.2 จากการสำรวจ

### 5.2.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยว ที่ได้ไปทำการสัมภาษณ์มีทั้งหมด 36 คน โดยเป็นคนไทยเกือบทั้งหมดคือ 35 คน มีชาวต่างประเทศเพียงคนเดียวเท่านั้น โดยนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่สัมภาษณ์เจาะจงเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อวัตถุประสงค์ที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อนเท่านั้น นอกจากนี้มีร้อยละ 2.78 ที่กล่าวว่าทั้งมาเที่ยวและมาเยี่ยมญาติ และอีกร้อยละ 2.78 ที่ทั้งมาเที่ยวและมาติดต่อธุรกิจการค้า ลักษณะการเดินทางมานั้น ส่วนมากจะเดินทางมาพร้อมกับเพื่อน มีเพียงส่วนน้อยที่จะเดินทางมาคนเดียว มากับญาติพี่น้องหรือมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 44.44 คาดว่าจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชรเพียงวันเดียว ร้อยละ 36.11 วางแผนจะเที่ยว 2 วัน ร้อยละ 8.33 จะเที่ยวเป็นเวลา 4 วัน และที่เหลือร้อยละ 11.11 วางแผนจะท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร มากกว่า 5 วัน

จากการสำรวจ ณ.สำรวจซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว 3 แห่ง คือ จุดที่ 1 ในตัวเมือง จุดที่ 2 อุทยานประวัติศาสตร์ และจุดที่ 3 คือ แดงกล้วยไข่ พบว่า ในทุกจุดท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวเพศชายมากกว่าเพศหญิง ในอัตราส่วนโดยเฉลี่ย 3 ต่อ 1 และนักท่องเที่ยวส่วนมากจะ

มีอายุอยู่ระหว่าง 20-40 ปี โดยกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปีมีจำนวนรองลงมา ในขณะที่ไม่มีนักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกว่า 50 ปีเลย สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยร้อยละ 66.67 เป็นโสด ส่วนที่เหลือแต่งงานแล้ว ลักษณะอาชีพของนักท่องเที่ยวก็กระจายกันไป โดยมีอาชีพรับราชการสูงที่สุด รองลงมาคือ นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว และทำงานบริษัทเอกชน ตามลำดับ ระดับการศึกษาส่วนมากจะจบแค่ชั้นประถม มัธยม และพาณิชย์หรืออาชีวศึกษา มีเพียงร้อยละ 25 ที่จบสูงกว่าหรือตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีรายได้ของครัวเรือนสูงกว่า 100,000 บาทต่อเดือน ขณะที่นักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 85.71 มีรายได้ต่อครัวเรือนน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนที่เหลือมีรายได้ตั้งแต่ 10,001 ถึง 20,000 บาทต่อครัวเรือน

#### 5.2.2 ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

ในการสอบถาม นักท่องเที่ยวถึงสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดที่นักท่องเที่ยววางแผนจะเดินทางไป จำนวน 7 แห่ง อันได้แก่ตัวเมืองกำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์ แฉงกล้วยไข่ น้ำตกคลองลาน น้ำตกปางควาย วัดพระสี่ริยาบถ และบ่อน้ำร้อนที่ลานกระบือ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศวางแผนจะเดินทางไปในตัวเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ และแฉงกล้วยไข่ ส่วนนักท่องเที่ยวไทย ส่วนใหญ่ร้อยละ 77.14 จะไปตัวเมือง และร้อยละ 65.71 จะไปน้ำตกคลองลาน ร้อยละ 60 จะไปอุทยานประวัติศาสตร์ และ ร้อยละ 17.14 จะไปแฉงกล้วยไข่ มีเพียงร้อยละ 5.71 ที่จะไป บ่อน้ำร้อน ที่ลานกระบือ และร้อยละ 2.86 เท่านั้นที่จะไป น้ำตกปางควาย และ วัดพระสี่ริยาบถ

ในการสำรวจเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้น มีการสำรวจ ณ แหล่งท่องเที่ยว 3 แหล่งด้วยกัน คือ ในตัวเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ และแฉงกล้วยไข่ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในตัวเมืองนั้น นักท่องเที่ยว ร้อยละ 75 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ถูกสัมภาษณ์ 28 คน ให้เหตุผลที่มาท่องเที่ยวที่นั่นว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายอย่างพร้อมมูล ประกอบกับมีการบริการต่าง ๆ มากมาย ร้อยละ 67.86 เห็นว่าการคมนาคมสะดวก ง่ายแก่การสัญจรไปมา ร้อยละ 21.43 ต้องการที่จะชมโบราณสถาน และประวัติศาสตร์ ร้อยละ 17.86 ต้องการมาชมธรรมชาติ และร้อยละ 3.57 ต้องการที่จะชมศิลปวัฒนธรรม ส่วนที่เหลือให้เหตุผลอื่น สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์นั้น จำเป็นอยู่เองที่นักท่องเที่ยวทุกคนจะต้องตอบว่ามาเที่ยวเพื่อจะต้องการชม โบราณสถานและประวัติศาสตร์ เพราะชื่อแหล่งท่องเที่ยว

ก็บอกอยู่แล้ว ส่วนเหตุผลอื่น ๆ ที่มีผู้แสดงความเห็นเป็นจำนวนมากลดหลั่นกันมาก็ได้แก่ ต้อง  
 การชมศิลปวัฒนธรรม การเดินทางไปมาสะดวก ชมธรรมชาติ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม  
 สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่แฝงกล้วยไข่ นั้น จากการสัมภาษณ์พบว่า ครึ่งหนึ่งให้เหตุผลว่าการเดินทาง  
 ไปมาสะดวก ส่วนที่เหลือให้เหตุผลอื่น ๆ ส่วนทางด้านการใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง  
 พบว่า ในตัวเมืองนั้น นักท่องเที่ยวกว่าครึ่งที่ใช้เวลาอยู่ที่ท่องเที่ยวไม่ถึง 1 วัน และร้อยละ 32.14  
 ใช้เวลาอยู่ 1 วัน ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 14.28 ใช้เวลาอยู่ตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป ในสถานที่ท่องเที่ยว  
 ที่อุทยานประวัติศาสตร์นั้น นักท่องเที่ยวร้อยละ 54.55 ใช้เวลาอยู่ประมาณ 1-2 ชั่วโมง  
 ร้อยละ 22.33 ใช้เวลาอยู่ไม่ถึง 1 ชั่วโมง ร้อยละ 13.64 ใช้เวลาอยู่ครึ่งวัน ร้อยละ 4.55  
 ใช้เวลาอยู่ 1 วัน ที่เหลือร้อยละ 4.55 ใช้เวลาอยู่นานกว่า 2 วัน สำหรับที่แฝงกล้วยไข่  
 นักท่องเที่ยว 3 ใน 4 ใช้เวลาอยู่ไม่ถึง 1 ชั่วโมง ส่วนที่เหลืออยู่นานกว่า 2 วัน (ตารางที่ 19)

สำหรับทางด้านความต้องการมาเที่ยวในอนาคตนั้น สถานที่ที่ได้รับการคาดว่าจะ  
 มีผู้มาเที่ยวมากที่สุดและนักท่องเที่ยวส่วนมากวางแผนจะมาเที่ยวเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ น้ำตก  
 คลองลาน ส่วนสถานที่ที่นักท่องเที่ยววางแผนจะมาเที่ยวในอนาคตในอันดับรอง ๆ ลงมาก็ได้แก่  
 ในตัวเมือง แฝงกล้วยไข่ น้ำตกปางควาย อุทยานประวัติศาสตร์ และ น้ำตกคลองน้ำไหล ตาม  
 ลำดับ และนักท่องเที่ยวร้อยละ 3.57 จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ได้ทำการสัมภาษณ์ 28 คน  
 กล่าวว่า จะไปเที่ยวที่อื่น ๆ นอกจากที่กล่าวมา

### 5.2.3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจต่าง ๆ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

#### (1) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจโรงแรม

การพักแรมในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 จุด คือในตัวเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ และ  
 แฝงกล้วยไข่ นั้นพบว่า มีเพียงในตัวเมืองเท่านั้นที่มีศักยภาพในการแวะพักของนักท่องเที่ยว ส่วน  
 นักท่องเที่ยว ณ สถานที่ แฝงกล้วยไข่ จะไม่มีการอยู่ค้างคืนเลย ที่อุทยานประวัติศาสตร์ ร้อย  
 ละ 86.36 ก็จะไม่แวะค้างคืน อีกร้อยละ 13.64 จะแวะพักในสถานที่อื่น ๆ สำหรับที่ในตัว  
 เมืองนั้น ร้อยละ 28.57 ก็จะไม่แวะพักค้างคืน ร้อยละ 46.43 ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดจะแวะพักที่  
 โรงแรม มีเพียงร้อยละ 3.57 ที่แวะพักที่บังกาโล ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 21.43 แวะพักใน  
 สถานที่อื่น ๆ (ตารางที่ 20)

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่พักแรม มีเพียงที่พักแรมใน  
 ตัวเมืองเท่านั้นที่จะได้ข้อมูลที่แน่นอน เพราะที่อุทยานประวัติศาสตร์ นั้นนักท่องเที่ยวไม่มี

ความพึงพอใจ สำหรับสถานที่พักผ่อนในตัวเมืองนั้น นักท่องเที่ยวร้อยละ 10 ตอบว่าพอใจมาก เท่ากับนักท่องเที่ยวที่บอกว่าค่อนข้างพอใจ นักท่องเที่ยวร้อยละ 45 ตอบว่า พอใจในระดับปานกลาง และร้อยละ 5 พอใจค่อนข้างน้อยหรือไม่ค่อยพอใจ ส่วนอีกร้อยละ 30 ไม่ได้ระบุความพอใจ

(2) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจจันทนาการเที่ยวและบริการขนส่ง

จากการสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไม่ได้ใช้บริการจันทนาการเที่ยว ทั้งนี้ เพราะบริษัทจันทนาการเที่ยวที่มีในจังหวัดมีจำนวนน้อยมาก เท่าที่พบของการใช้บริการซึ่งใช้อยู่เพียงอย่างเดียวคือบริการจันทนาการเที่ยว ซึ่งพบว่าในตัวเมืองใช้บริการนี้เพียงร้อยละ 3.57 และที่อุทยานประวัติศาสตร์ใช้บริการเพียงร้อยละ 4.55 เท่านั้น นอกจากนี้ไม่ได้ใช้บริการเลย (ตารางที่ 21)

ในด้านความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากบริการจันทนาการเที่ยว ในตัวอำเภอและที่อุทยานประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวให้คำตอบเหมือนกันคือพึงพอใจระดับปานกลาง แต่มีนักท่องเที่ยวที่ตอบคำถามข้อนี้ค่อนข้างน้อยมาก ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะตัดสินใจ การที่นักท่องเที่ยวใช้บริการนี้น้อยก็เพราะส่วนมากใช้รถยนต์หรือยานพาหนะส่วนบุคคล ซึ่งมีความสะดวกสบายอยู่แล้ว

ในส่วนทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจการขนส่งนั้น ได้แบ่งการสำรวจออกไปตามสถานที่ต่าง ๆ 3 แห่ง อันได้แก่ ในตัวเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ และแพกงิ้วไข่ (ตารางที่ 22) ณ จุดสำรวจที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 85.71 ใช้รถส่วนตัว มีเพียงร้อยละ 7.14 ที่ใช้รถบัสทัวร์ และจำนวนเท่ากันนี้ใช้รถขนส่งสาธารณะ (เช่น แท็กซี่ และตุ๊กตุ๊ก) ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจขนส่งในจุดสำรวจที่ 1 นี้ จำนวนครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวค่อนข้างจะพอใจมาก ในขณะที่ที่เหลือพอใจในระดับปานกลาง และพอใจค่อนข้างจะน้อย ณ จุดสำรวจที่ 2 นักท่องเที่ยวร้อยละ 86.30 ใช้รถส่วนตัว ร้อยละ 4.55 ใช้รถบัสทัวร์ และร้อยละ 9.09 ที่ใช้บริการรถขนส่งสาธารณะ ซึ่งร้อยละ 66.67 ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของธุรกิจขนส่งค่อนข้างจะพอใจมาก ในขณะที่ร้อยละ 33.37 พอใจในระดับปานกลาง ส่วนจุดสำรวจที่ 3 นั้น นักท่องเที่ยวทั้งหมดใช้รถส่วนตัว จึงไม่มีการสัมภาษณ์ถึงความพอใจที่มีต่อธุรกิจขนส่ง

เมื่อพิจารณาถึงด้านความพอใจต่อธุรกิจขนส่งของนักท่องเที่ยวโดยแยกตามเชื้อชาติแล้ว พบว่าชาวต่างประเทศนั้นไม่ได้ระบุ ขณะที่ชาวไทยร้อยละ 2.86 พอใจมาก ร้อยละ 25.71 พอใจค่อนข้างมาก และร้อยละ 11.43 พอใจในระดับปานกลาง ส่วนที่เหลือไม่ได้ระบุ

(3) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ทางด้านการแวะรับประทานอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ณ จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ พบว่าในตัวเมือง นักท่องเที่ยวจำนวนครึ่งหนึ่งแวะรับประทานที่ร้านอาหารหรือคอฟฟี่ชอป นักท่องเที่ยวร้อยละ 21.43 แวะทานอาหารตามแผงขายอาหาร ร้อยละ 17.86 ทานที่ภัตตาคาร ร้อยละ 7.14 ใช้บริการของรถเข็นหรือหาบเร่ ส่วนอีกร้อยละ 17.86 ใช้บริการร้านอาหารในโรงแรม ณ จุดท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวส่วนมากไม่ได้ใช้บริการของธุรกิจร้านอาหารต่าง ๆ มีเพียงร้อยละ 9.09 ที่ใช้บริการของร้านอาหารหรือคอฟฟี่ชอป ซึ่งเท่ากับจำนวนที่ใช้บริการของแผงขายอาหาร และอีกร้อยละ 4.55 แวะรับประทานอาหารในภัตตาคาร ส่วนที่จุดท่องเที่ยวแผงกล้วยไข่ นักท่องเที่ยวครึ่งหนึ่งไม่ได้แวะรับประทาน ส่วนอีกครึ่งหนึ่งที่เหลือแวะรับประทานที่แผงขายอาหาร (ตารางที่ 23)

ทางด้านทัศนคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความนิยม ต่อธุรกิจร้านอาหารในตัวเมืองมากกว่าที่อื่น ๆ ทั้งนี้เพราะมีจำนวนมากและมีความหลากหลายมากกว่านั่นเอง ส่วนที่ท่องเที่ยวแหล่งอื่น ๆ นั้นธุรกิจร้านอาหารได้รับความนิยมน้อย ส่วนทางด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบและบริการที่ได้รับจากธุรกิจร้านอาหารนั้น พบว่า ในตัวเมืองนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้สึกพอใจในระดับปานกลาง ในขณะที่ร้อยละ 28.57 ค่อนข้างจะพอใจมาก และร้อยละ 3.57 รู้สึกพอใจมาก ที่อุทยานประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวร้อยละ 60 รู้สึกพอใจธุรกิจร้านอาหารในระดับปานกลาง และร้อยละ 40 ที่เหลือค่อนข้างจะพอใจมาก และสุดท้ายที่แผงกล้วยไข่ นักท่องเที่ยวที่ตอบคำถามทุกคนรู้สึกพอใจในระดับปานกลาง

(4) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจสหนาการและบันเทิง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดไม่ได้รับบริการนี้ ส่วนที่ให้บริการนั้นก็เฉพาะในตัวเมืองเท่านั้น ที่อุทยานประวัติศาสตร์ และแผงกล้วยไข่ ไม่มีการให้บริการเลย ซึ่งก็แสดงถึงความนิยมที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั่นเอง สำหรับในตัวเมืองนี้นักท่องเที่ยวที่ถูกสัมภาษณ์กว่าครึ่งที่ไม่ได้ใช้บริการ มีเพียงร้อยละ 32.14 ที่ใช้บริการของดิสโก้เฮด ร้อยละ 7.14 ดูการแสดงโชว์ และอีกร้อยละ 3.57 ที่ใช้บริการของบาร์เบียร์ (ตารางที่ 24)

ในความรู้สึกพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อธุรกิจนั้นพบว่านักท่องเที่ยว ร้อยละ 75 พึงพอใจในระดับปานกลาง ร้อยละ 16.67 พึงพอใจค่อนข้างมาก และร้อยละ 8.33 พึงพอใจค่อนข้างน้อย สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวไม่ได้แสดงความพึงพอใจเป็นอย่างมากต่อธุรกิจประเภทนี้

อาจเป็นเพราะกำแพงเพชรเป็นแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และธรรมชาติ ทำให้มีสถานเริงรมย์หรือธุรกิจบันเทิงน้อย จึงขาดความหลากหลาย และขาดแรงดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยวนั่นเอง

#### (5) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

สำหรับความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ในตัวเมืองกำแพงเพชร พบว่าร้อยละ 14.29 เลือกซื้อตามร้านค้า ร้อยละ 7.14 ซื้อที่เมืองหรือแผงลอย และร้อยละ 3.57 ซื้อหาบเร่ ขณะที่ร้อยละ 78.57 ไม่ได้ซื้อ ในด้านความพอใจต่อธุรกิจร้านขายของที่ระลึก นักท่องเที่ยวจำนวนครึ่งหนึ่งรู้สึกพอใจในระดับปานกลาง ร้อยละ 16.67 ค่อนข้างพอใจ และร้อยละ 33.33 พอใจมาก ในอุทยานประวัติศาสตร์นั้น นักท่องเที่ยวร้อยละ 95.24 ไม่ได้ซื้อของที่ระลึก ในขณะที่ส่วนที่เหลือซื้อที่ร้านค้า โดยมีความพอใจในระดับที่ค่อนข้างมาก ในที่ท่องเที่ยวแผงกล้วย ใช้นั้นนักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกเพียงร้อยละ 25 และทั้งหมดซื้อที่เมืองหรือแผงลอย โดยมีความพอใจในระดับปานกลางทั้งหมดเช่นกัน (ตารางที่ 25)

#### 5.2.4 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวในตัวเมืองประมาณ 89.29 ไม่ขอแสดงความคิดเห็น ในขณะที่ส่วนที่แสดงความคิดเห็นนั้นต้องการให้เพิ่มบริการร้านอาหาร และรักษาสภาพธรรมชาติ ณ สถานที่ท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ มีนักท่องเที่ยวไม่แสดงความคิดเห็น ร้อยละ 81.82 ในขณะที่ส่วนที่แสดงความคิดเห็นต้องการให้ปรับปรุงและเพิ่มบริการร้านอาหารให้มากขึ้น และต้องการให้มีบริการทางด้านธุรกิจนำเที่ยว ส่วนที่แผงกล้วย ใช้นั้นนักท่องเที่ยวไม่แสดงความคิดเห็น (ตารางที่ 26)

เมื่อได้เปรียบเทียบกันระหว่างความเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อความเพียงพอของธุรกิจต่าง ๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้กับศักยภาพของพื้นที่ที่จะสามารถรองรับได้ พอสรุปได้ว่าธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดกำแพงเพชรยังมีไม่ค่อยเพียงพอ ดังนั้นสามารถที่จะขยายธุรกิจได้อีกมาก ในหลาย ๆ สถานที่ท่องเที่ยว(รวมทั้งที่นอกเหนือไปจากบริเวณที่ได้ไปทำการสัมภาษณ์มาแล้ว) นอกจากนี้ธุรกิจนำเที่ยว ก็เป็นอีกธุรกิจที่น่าสนใจ โดยเฉพาะบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ เพราะนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไปเที่ยวต้องการทราบประวัติความเป็นมาของสถานที่นั้น ๆ ดังนั้นภาครัฐก็ควรจะเข้ามามีบทบาทในส่วนนี้ได้อีกมาก

## 6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดกำแพงเพชร

### 6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใน 3 บริเวณ ของจังหวัดกำแพงเพชร เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบและความสามารถที่จะลงทุนธุรกิจประเภทต่าง ๆ นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากให้ทัศนะว่า ธุรกิจที่มีศักยภาพในการลงทุนสูงที่สุด ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ทั้งนี้เพราะร้านอาหารที่มีอยู่มากไม่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวเท่าที่ควร (ทางด้านความสะดวก) ส่วนที่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวนั้นก็ยังมีไม่พอเพียงในหลาย ๆ จุดของแหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจที่นำลงทุนในอันดับรอง ๆ ลงมาก็ได้แก่ ธุรกิจนาเที่ยว และธุรกิจสถานที่พักผ่อน ตามลำดับ นอกจากนี้ ธุรกิจอื่น ๆ ก็ล้วนแต่ควรจะได้รับการพัฒนาปรับปรุงทั้งทางด้านจำนวน คุณภาพ และความหลากหลาย อาทิเช่น ธุรกิจเพื่อการสนทนา การธุรกิจสินค้าที่ระลึก เป็นต้น และเมื่อธุรกิจอื่น ๆ มีการขยายตัว เพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด แล้ว ธุรกิจขนส่งก็จำเป็นที่จะต้องขยายเข้ามาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มปริมาณมากขึ้น เพื่อให้เพียงพอแก่ความต้องการ

### 6.2 แนวทางธุรกิจที่ได้จากการศึกษา เปรียบเทียบกับ ข้อมูล การวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษา และแผนพัฒนาของรัฐ

6.2.1 การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม อาศัยจากข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากการศึกษาและทัศนะคติที่สำรวจได้ ประกอบกับโครงสร้างของจังหวัดกำแพงเพชร ที่มีโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมรายพื้นที่ ซึ่งพิจารณาจากเกณฑ์ของเส้นทางคมนาคม ทวีพยากร ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชุมชนในปัจจุบันและอนาคต และขอบเขตการปกครอง ได้เสนอแนะให้มีการลงทุนประเภทอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกลุ่มที่ประกอบด้วย ในเขตของอำเภอเมืองกำแพงเพชร อำเภอคลองลาน และอำเภอลานกระบือ จากสภาพของธุรกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและสภาพพื้นฐานแวดล้อม จัดว่ากลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมืองกำแพงเพชรเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับกลุ่มท่องเที่ยวอื่น ๆ ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และแหล่งบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ในทุกระดับ แต่เมื่อพิจารณาถึงสภาพธุรกิจที่พักแรมที่ตั้งอยู่ในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองแล้ว จะเป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กระดับ C3 เกือบทั้งหมด ดังนั้นจึงมีข้อจำกัดในด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ และการจูงใจหรือสร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวมาพักแรม หรือมาท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวสุดท้าย (หรือจุดหมายปลายทาง) ดังนั้น จึงพอสรุปได้ว่าศักยภาพและโอกาสลงทุนสำหรับที่พักแรมในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรจะเป็นการลงทุนที่พักแรมที่มีขนาดใหญ่



และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันมากกว่านี้ มีบริการที่จำเป็น เช่น รถบริการรับส่งนักท่องเที่ยว บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว บริการด้านโทรคมนาคม ทั้งนี้เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้มาพักและจำเป็นที่จะต้องใช้บริการ

#### เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอแนะ มีดังนี้

(1) การมีมาตรการในการสนับสนุนโครงข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร โดยผู้ว่าราชการจังหวัด คือ ให้แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองกำแพงเพชร เป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

(2) โครงการปรับปรุงโครงข่ายการคมนาคมประเภททางหลวงให้สามารถบริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และเข้าถึงจุดท่องเที่ยวแหล่งใหม่ ๆ ทำให้ความต้องการพักผ่อน ย่อมจะต้องเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

(3) ผลประโยชน์อันเกิดจากความต้องการเชื่อมโยงทางการค้าระหว่างไทย กับพม่าผ่านทางจังหวัดตาก ทำให้กำแพงเพชร ซึ่งเปรียบเสมือน เป็นประตูเปิดเข้าไปยังจังหวัดตาก พलयมศึกษากาพทางธุรกิจการค้า และการท่องเที่ยวสูงขึ้น นอกจากนี้แผนการที่ต้องการจะให้กำแพงเพชรเป็นศูนย์กลางของภาคเหนือตอนล่าง ก็มีสวนเกี่ยวพันต่อธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดกำแพงเพชรด้วยเช่นกัน

(4) จากการคาดการณ์ความต้องการและจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตว่าจะมีนักท่องเที่ยวในปริมาณที่สูงขึ้นประกอบกับมีความสามารถในการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความต้องการพักผ่อนในสถานที่ที่สามารถให้บริการต่าง ๆ และความสะดวกสบายได้อย่างครบครัน นอกจากนี้จากการคาดการณ์ความต้องการท่องเที่ยวที่พักที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตว่าจะมีความต้องการเพิ่มขึ้นถึงประมาณร้อยละ 26 จึงจำเป็นที่จะต้องสร้างสถานที่พักผ่อนเพิ่มขึ้น

6.2.2 การลงทุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร จากข้อมูลที่ทำการศึกษาวิจัยได้พบว่า ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ในการขยายตัวสูงที่สุดในทุก ๆ ท้องที่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยควรจะมีหลากหลายในประเภทอาหารและรูปแบบการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้วย โดยเฉพาะธุรกิจประเภทสวนอาหาร ควรจะได้รับการสนับสนุนทางธุรกิจมากที่สุด เนื่องจากเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง นอกจากนี้ควรจะมีการขยายสถานที่ของร้านอาหารให้กว้างใหญ่ขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาพักกับกรุ๊ปทัวร์

### เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอ มีดังนี้

(1) ความคิดเห็นจากผู้ประกอบการบางส่วนและนักท่องเที่ยวส่วนมาก เห็นว่า ควรจะสนับสนุนเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารมีให้มากขึ้นและบริการดีขึ้น

(2) จากแผนพัฒนาจังหวัด โดยอาศัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหลัก จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพื่อการท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น ดังนั้น ธุรกิจร้านอาหารจึงควรมีบทบาทที่จะส่งเสริมนโยบายด้านนี้ โดยการเพิ่มจำนวนและขยายกิจการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอย่างพอเพียง

6.2.3 การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว เนื่องจากสภาพธุรกิจนำเที่ยวที่ได้ทำการสำรวจนั้น ส่วนมากเป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นเพียงนายหน้าขายตัว ไม่มีธุรกิจบริการของตนเอง ส่วนที่เป็นเจ้าของกิจการ เองก็เป็นธุรกิจขนาดเล็ก และยังไม่มี การประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามามักจะเน้นไปเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจส่วนตัว จึงไม่จำเป็นต้องอาศัยบริการจากธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้น ถ้าหากมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อันเป็นหัวใจสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในตัวเมือง ควบคู่ไปกับการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ธุรกิจนำเที่ยวก็จะมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะบริการมีมัลติแพคเกจ ซึ่งมีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์

### เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอ มีดังนี้

(1) ความเห็นจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวบางส่วน ซึ่งเห็นว่าควร จะสนับสนุนการลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว

(2) นโยบายของจังหวัดในการต้องการพัฒนาการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวซึ่งเป็นธุรกิจสำคัญอีกธุรกิจที่จะทำการประชาสัมพันธ์ให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัด และจะเป็นธุรกิจที่ช่วยเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดในระยะยาว

6.2.4 การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อการสันตนาการ จากการสำรวจจะเห็นว่า ธุรกิจประเภทนี้ในจังหวัดกำแพงเพชรมีจำนวนน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวอื่น ๆ ดังนั้นหากกำแพงเพชรต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างจริงจังแล้ว ควรจะมีการสร้างและปรับปรุง กิจการนี้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชั้นดี หรือนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจซื้อสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มักสนใจที่จะสัมผัสบรรยากาศยามราตรี เนื่องจากไม่สามารถไปเที่ยวยังสถานที่อื่นได้

### เหตุผลที่สนับสนุนธุรกิจประเภทนี้ มีดังนี้

(1) ภาวะตลาดของธุรกิจประเภทนี้ ยังมีโอกาสที่จะขยายตัวได้อีกมากตราบเท่าที่การขยายตัวทางการท่องเที่ยวของจังหวัดยังเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีคู่แข่งชำน้อยมาก โอกาสธุรกิจจึงสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว

(2) เมื่อมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากขึ้น ก็จะทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น ความต้องการในธุรกิจประเภทนี้จึงมีมากขึ้นตามไปด้วย

### 6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดกำแพงเพชร

จากข้อเสนอแนวทางการลงทุน สำหรับจังหวัดกำแพงเพชร เป็นเพียงแนวทางการลงทุน สำหรับธุรกิจที่คณะศึกษาเห็นว่ามีความสำคัญและลำดับความสำคัญสูง ซึ่งจากสภาพปัจจุบัน และนโยบายการพัฒนาของจังหวัด ที่ต้องการให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหัวทอกในการพัฒนา คือ เมื่อมีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก็จะทำให้อุตสาหกรรมอื่น ๆ พัฒนาตามไปด้วย ดังนั้น การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวจึง เป็นธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนพอสมควร รูปแบบของการลงทุนก็ควรจะเป็นการขยายจำนวนธุรกิจให้เพิ่มมากขึ้น เพียงพอแก่ความต้องการ และปรับปรุงธุรกิจที่มีอยู่ให้มีขีดความสามารถในการรองรับให้เพิ่มขึ้น และมีคุณภาพสูงขึ้นด้วย

สรุปแล้วจะเห็นว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดกำแพงเพชร เป็นธุรกิจที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เพราะยังมีไม่เพียงพอแก่ความต้องการในเกือบทุก ๆ ประเภทธุรกิจ ประกอบกับการได้รับการสนับสนุนจากทางจังหวัด รวมทั้งสภาพทางภูมิศาสตร์อื่นสามารถเป็นจุดผ่านไปสู่อีกด้านหนึ่งได้ ทำให้ อนาคตของธุรกิจท่องเที่ยวสดใสมากขึ้น ยิ่งถ้าเมื่อใดกำแพงเพชรได้รับเลือกเป็นจังหวัดท่องเที่ยวด้วยแล้ว ธุรกิจเหล่านี้ก็จะยิ่งทวีความสำคัญและมีบทบาทมากขึ้นอย่างเป็นที่น่าจับตามอง

ภาคผนวก

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของธุรกิจที่ผูกแนม

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของธุรกิจที่ผูกแนม	จุดที่ 1
โรงแรม	100.00
รวม	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอเมืองกาแพงเพชร

ตารางที่ 2 แสดงถึงอำนาจความสะดวกของที่พักแรม

ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก	หน่วย: แห่ง					
	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
ล็อบบี้/ห้องรับแขก	7	0	0	0	1	6
	(87.50)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(85.71)
ลิฟท์	3	0	0	0	1	2
	(37.50)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(28.57)
ที่จอดรถ	8	0	0	0	1	7
	(100.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(100.00)
สวนธรรมชาติ	1	0	0	0	0	1
	(12.50)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(14.29)
สระว่ายน้ำ	1	0	0	0	0	1
	(12.50)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(14.29)
อื่น ๆ	2	0	0	0	0	2
	(25.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(28.57)
รวม	8	0	0	0	1	7
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึง ตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 3 แสดงบริการในด้านต่าง ๆ ของที่พักแรม

หน่วย : แห่ง

ประเภทของบริการ	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
ผู้ฝึกกับ	2 (25.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (28.57)
บริการ: รียกรก	5 (62.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	4 (57.14)
บริการชกขีด	7 (87.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	6 (85.71)
บริการจัดเลี้ยง / ประชุม	4 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	3 (42.86)
สถานีงานชั่วคราว	3 (37.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	2 (28.57)
อื่น ๆ	3 (37.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (42.86)
รวม	8 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	7 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องฝึกสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องฝึกระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องฝึกระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องฝึกระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องฝึกต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 4 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจของธุรกิจโรงแรม

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
1 ปี	1 (12.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (14.29)
6 ปี	1 (12.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (14.29)
9 ปี	1 (12.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (14.29)
10 ปี	3 (37.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	2 (28.57)
มากกว่า 10 ปี	2 (25.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (28.57)
จำนวนคู่ตอบ	8 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	7 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ



ตารางที่ 5 แสดงอัตราการเข้าฝึกแรงงานช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season)

อัตราการเข้าฝึก	จุดที่ 1
1-20	0.00 (0.00)
21-40	14.29 (42.86)
41-60	0.00 (0.00)
61-80	42.86 (42.86)
81-99	14.29 (0.00)
100	14.29 (0.00)
ไม่ระบุ	14.29 (14.29)
รวม	100.00 100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อากาศเมืองกาฬงเพชร

( ) หมายถึงอัตราการเข้าฝึกแรงงานช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season)

ตารางที่ 6 แสดง ระยะเวลาในการดำเนินงานบริการของภัตตาคารและร้านอาหาร

หน่วย : ฐาน

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1-2 ปี	7 (23.33)	0 (0.00)	2 (25.00)	5 (27.78)
3-4 ปี	7 (23.33)	2 (50.00)	1 (12.50)	4 (22.22)
5-6 ปี	4 (13.33)	1 (25.00)	1 (12.50)	2 (11.11)
7-8 ปี	2 (6.67)	1 (25.00)	0 (0.00)	1 (5.56)
9-10 ปี	5 (16.67)	0 (0.00)	3 (37.50)	2 (11.11)
มากกว่า 12 ปี	5 (16.67)	0 (0.00)	1 (12.50)	4 (22.22)
จำนวนผู้ตอบ	30 (100.00)	4 (100.00)	8 (100.00)	18 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A รองรับลูกค้าได้มากกว่า 200 คน  
 ขนาด B รองรับลูกค้า 101-200 คน  
 ขนาด C รองรับลูกค้าไม่เกิน 100 คน  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 7 แสดงการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งแข่งขันระดับ

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1
เท่ากัน	68.75
ต่ำกว่า	31.25
รวม	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอเมืองกาฬงเพชร

ตารางที่ 8 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านอาหารที่รองรับนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1
มากเกินไป	12.50
ค่อนข้างมาก	6.25
เพียงพอ	62.50
ไม่เพียงพอ	6.25
ไม่เพียงพอ	12.50
รวม	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมืองกําแพงเพชร

ตารางที่ 9 แสดงผลการสุทธิของธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
1-10	12.50
11-20	31.25
21-30	31.25
31-40	12.50
41-50	6.25
ไม่ระบุ	6.25
รวม	100.00

ตารางที่ 10 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้า

หน่วย : ล้านบาท

	จุดที่ 1	
	ผลิต	จำหน่าย
ผ้าไหม	0	0
	(0.00)	(0.00)
ผ้าฝ้าย / บาติก	0	0
	(0.00)	(0.00)
ผ้าทอมือ	0	1
	(0.00)	(7.69)
รวม	13	13
	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมืองกาญจนบุรี

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 11 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับบ้าน/เครื่องใช้

หน่วย : ไร่

	จุดที่ 1	
	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	0 (0.00)	0 (0.00)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0 (0.00)	1 (7.69)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0 (0.00)	0 (0.00)
เครื่องถม	0 (0.00)	0 (0.00)
ผ้า/ทอ	0 (0.00)	1 (7.69)
เครื่องเขิน	0 (0.00)	0 (0.00)
ผ้า	0 (0.00)	1 (7.69)
เครื่องหนัง	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	13 (100.00)	13 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อำเภอเมืองกำแพงเพชร

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 12 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทรูปภาพ/ใบสการ์ด/หนังสือ

หน่วย : ไร่

	จุดที่ 1	
	ผลิต	จำหน่าย
รูปภาพ/ใบสการ์ด/หนังสือ	0	1
	(0.00)	(7.69)
อื่น ๆ	8	11
	(61.54)	(84.62)
จำนวนผู้ตอบ	13	13
	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมืองกาฬงเพชร

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ



ตารางที่ 13 แสดงสินค้าที่ระงับประเภทเครื่องประดับกาย

	หน่วย : ร้อย	
	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	0 (0.00)	0 (00.00)
อัญมณี (เช่น พลอย/ไข่มุก)	0 (0.00)	0 (00.00)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0 (0.00)	0 (00.00)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0 (0.00)	0 (00.00)
เครื่องถม	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	13 (100.00)	13 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองกาญจนบุรี

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 14 แสดงระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้าน

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปีหรือน้อยกว่า 1 ปี	1 (7.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
2 ปี	2 (15.38)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (16.67)
3 ปี	1 (7.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
4 ปี	2 (15.38)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (16.67)
6 ปี	2 (15.38)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (16.67)
10 ปี	1 (7.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (8.33)
มากกว่า 10 ปี	4 (30.77)	0 (0.00)	1 (100.00)	3 (25.00)
จำนวนผู้ตอบ	13 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	12 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A เป็นร้านที่มีขนาดมากกว่า 2 คูหา  
 ขนาด B เป็นร้านที่มีขนาด 2 คูหา  
 ขนาด C เป็นร้านที่มีขนาด 1 คูหา

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 15 แสดงส่วนแบ่งของลูกค้าชาวอเมริกันธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

ส่วนแบ่ง	จำนวนร้าน
11-20	15.38
21-30	23.08
41-50	7.69
61-70	7.69
71-80	23.08
81-90	7.69
91-100	15.38
รวม	100.00

ตารางที่ 16 แสดงการสุทธิเจตยานธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
6-10	15.38
11-15	7.69
16-20	38.46
21-25	7.69
26-30	7.69
มากกว่า 35	7.69
ไม่ระบุ	15.38
รวม	100.00

ตารางที่ 17 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวนร้าน
ตลาดมีการแข่งขันสูง	7.69
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	23.08
ขาดแคลนวัตถุดิบ	30.77
ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล	7.69
ไม่มีปัญหา	61.54

ตารางที่ 18 แสดงแนวโน้มเงินทุนธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

ทิศทางของแนวโน้ม	จำนวนร้าน
ดีขึ้น	15.38
คงที่	30.77
ไม่แน่นอน	53.85
รวม	100.00

ตารางที่ 19 แสดงเหตุผลในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและระยะเวลาที่ชื้อ่านสถานที่ท่องเที่ยว  
 หมายเหตุ : ร้อยละ

	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
<b>สาเหตุที่เลือก</b>			
เพื่อชมธรรมชาติ	17.86	4.55	0.00
เพื่อชมศิลปวัฒนธรรม	3.57	36.36	0.00
เพื่อชมโบราณสถาน/ ประวัติศาสตร์	21.43	100.00	0.00
เพราะการเดินทางสะดวก	67.86	18.18	50.00
เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก ครบครัน	75.00	4.55	0.00
อื่น ๆ	10.71	0.00	50.00
<b>ระยะเวลาที่เข้าชมสถานที่นั้น</b>			
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	21.43	22.33	75.00
1-2 ชั่วโมง	21.43	54.55	0.00
ครึ่งวัน	10.71	13.64	0.00
1 วัน	32.14	4.55	0.00
2 วัน	7.14	0.00	0.00
มากกว่า 2 วัน	7.14	4.55	25.00
<b>จำนวนผู้ตอบ (คน)</b>	<b>28</b>	<b>22</b>	<b>4</b>

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย คบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่างทองเมืองกาแพงเพชร
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์
- จุดที่ 3 = ผังกล้วยไข่

ตารางที่ 20 แสดงประเภทสถานที่ศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่นักเรียนใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
ประเภทสถานที่ศึกษาระดับมัธยมศึกษา			
ไม่ได้ศึกษาระดับมัธยมศึกษา	28.57	86.36	100.00
โรงเรียน	46.43	0.00	0.00
วังกะโหลก/บ้านพัก	3.57	0.00	0.00
แม่	0.00	0.00	0.00
เกสเฮาส์	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	21.43	13.64	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	28	22	4

หมายเหตุ : ไทย = นักเรียนไทย คบพ. = นักเรียนต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อากาศเมืองกาฬงเพชร
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์
- จุดที่ 3 = แม่กงกล้วยไข่

ตารางที่ 21 แสดงประเภทธุรกิจจัดมาที่นักเรียนใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
ไม่ได้ใช้บริการ	96.43	95.45	100.00
มีคหะกิจอิสระ	0.00	0.00	0.00
บริการจัดมาเที่ยว	3.57	4.55	0.00
บริการจองตั๋ว	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	28	22	4

หมายเหตุ : ไทย = นักเรียนไทย คบพ. = นักเรียนต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อากาศเมืองกาฬงเพชร
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์
- จุดที่ 3 = แม่กงกล้วยไข่

ตารางที่ 22 แสดงประเภทพาหนะที่ฝึกหัดเดี่ยวฯเดี่ยวานแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

หน่วย : ไร่ยละ

	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
รถรับจ้างสาธารณะ	7.14	9.09	0.00
รถเช่า	0.00	0.00	0.00
รถประจำทาง	0.00	0.00	0.00
รถส่วนบุคคล	85.71	86.36	100.00
รถทัวร์	7.14	4.55	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	28	22	4

หมายเหตุ : ทย = ฝึกหัดเดี่ยวฯเดี่ยวาน ทยต. = ฝึกหัดเดี่ยวฯเดี่ยวานต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อําเภอเมืองกําแพงเพชร

จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์

จุดที่ 3 = แดงกล้วยาย

ตารางที่ 23 แสดงประเภทธุรกิจร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
ไม่ได้ใช้บริการ	0.00	77.27	50.00
ภัตตาคาร	17.86	4.55	0.00
ร้านอาหาร/คอฟฟี่ช็อป	50.00	9.09	0.00
แผงขายอาหาร	21.43	9.09	50.00
รถเข็น/หาบเร่	7.14	0.00	0.00
ร้านอาหารในโรงแรม	17.86	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	28	22	4

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองกำแพงเพชร
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์
- จุดที่ 3 = แดงกล้วยไข่



ตารางที่ 24 แสดงประเภทธุรกิจสินค้าการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
ไม่ได้ใช้บริการ	57.14	100.00	100.00
สวนสนุก	0.00	0.00	0.00
บาร์เบียร์	3.57	0.00	0.00
ดีสโก้	32.14	0.00	0.00
การแสดงโชว์	7.14	0.00	0.00
สถานสัตว์	0.00	0.00	0.00
เครื่องเล่นทางน้ำ	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	28	22	4

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองกาแพงเพชร
- จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์
- จุดที่ 3 = แฉงกล้วยเป้

ตารางที่ 25 แสดงประเภทของร้านขายของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อ  
แยกตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
ไม่ได้ซื้อ	78.57	95.24	75.00
ร้านแผงลอย/แผง	7.14	0.00	25.00
ห้างร้าน	3.57	0.00	0.00
ร้านค้า	14.29	4.76	0.00
ศูนย์การค้า/พลาซ่า	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	28	21	4

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ดบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองกำแพงเพชร  
จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์  
จุดที่ 3 = แผงกล้วยไข่

ตารางที่ 26 แสดงทัศนคติของนักศึกษาที่ห้องเรียนที่มีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง  
 การท่องเที่ยวที่ควรลงทุนเพิ่ม

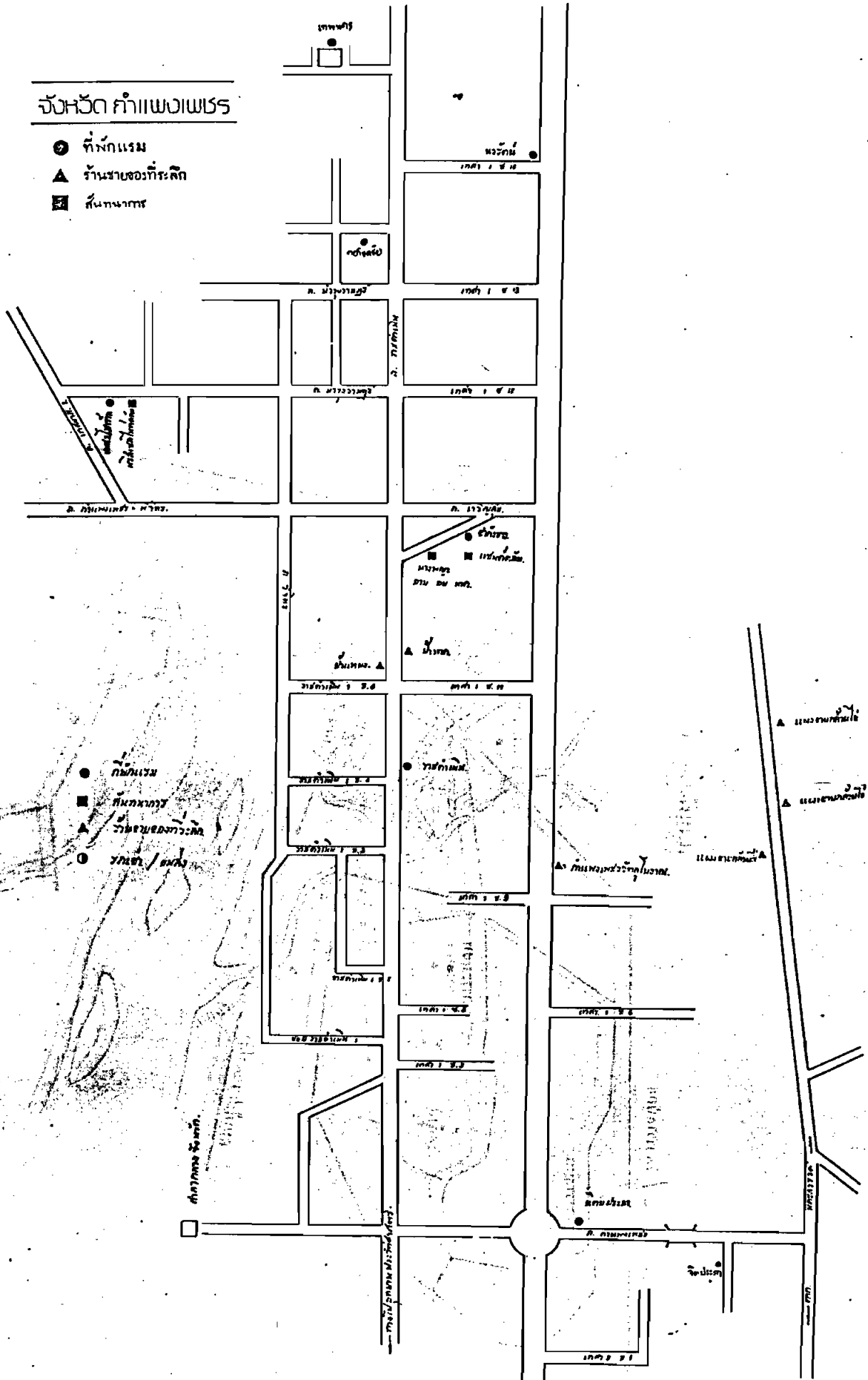
หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
1.บริการด้านอาหาร	3.57	9.09	0.00
2.บริการด้านที่พัก	0.00	0.00	0.00
3.บริการด้านสินทางการ	0.00	0.00	0.00
4.บริการด้านผลิตภัณฑ์ที่ระลึก	0.00	0.00	0.00
5.บริการด้านการขนส่ง	0.00	0.00	0.00
6.การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์	0.00	0.00	0.00
7.บริการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว	0.00	0.00	0.00
8.ปรับปรุงจุดแวะพัก	0.00	0.00	0.00
9.การรักษาความสะอาด	0.00	0.00	0.00
10.บริการนำเที่ยว	0.00	4.55	0.00
11.การรักษาเสถียรภาพ และความปลอดภัย	0.00	0.00	0.00
12.การอนุรักษ์ศิลปและวัฒนธรรม	0.00	0.00	0.00
13.การรักษาสภาพธรรมชาติ	7.14	9.09	0.00
14.การพัฒนาด้านอื่น ๆ	0.00	0.00	0.00
15.ไม่ระบุ	89.29	81.82	100.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	28	22	4

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อำเภอเมืองกำแพงเพชร  
 จุดที่ 2 = อุทยานประวัติศาสตร์  
 จุดที่ 3 = แมงกัวยาย

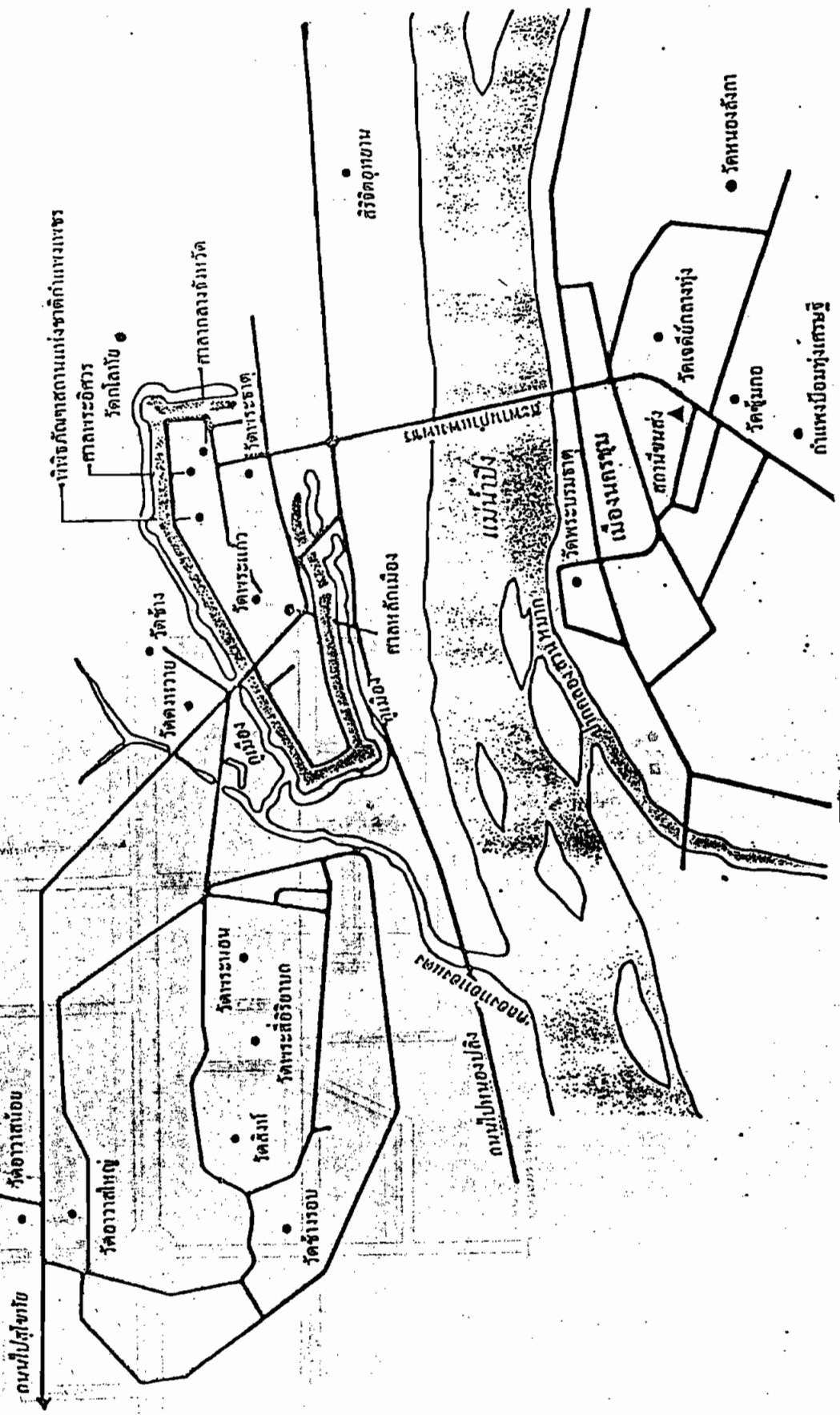
จังหวัดกำแพงเพชร

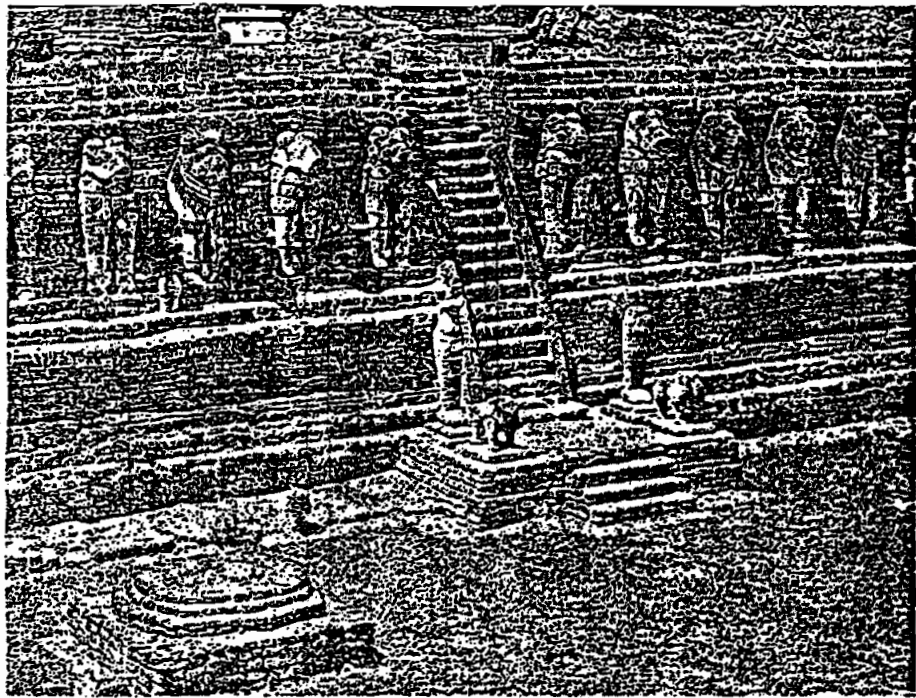
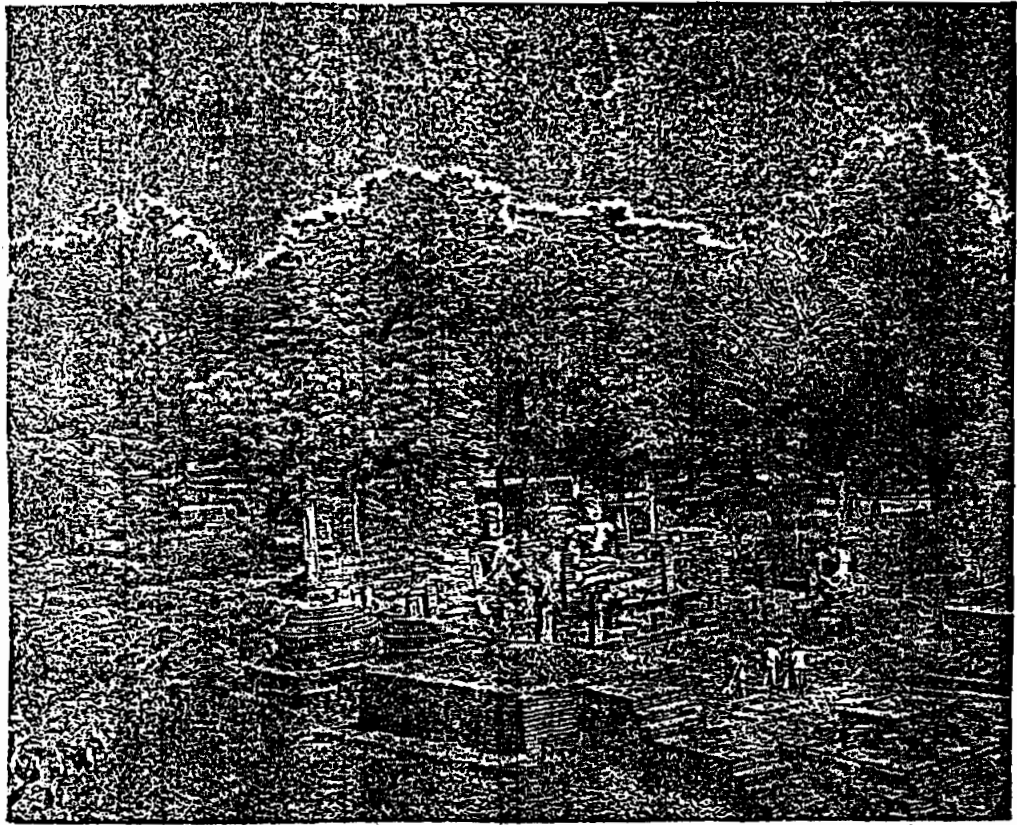
- ที่พักแรม
- ▲ ร้านขายของที่ระลึก
- สันทนาการ



แผนภาพ 1 แสดงสถานที่พักแรม ร้านขายของที่ระลึกและที่สันทนาการ ในจังหวัดกำแพงเพชร

### แผนผังเมืองกำแพงเพชร

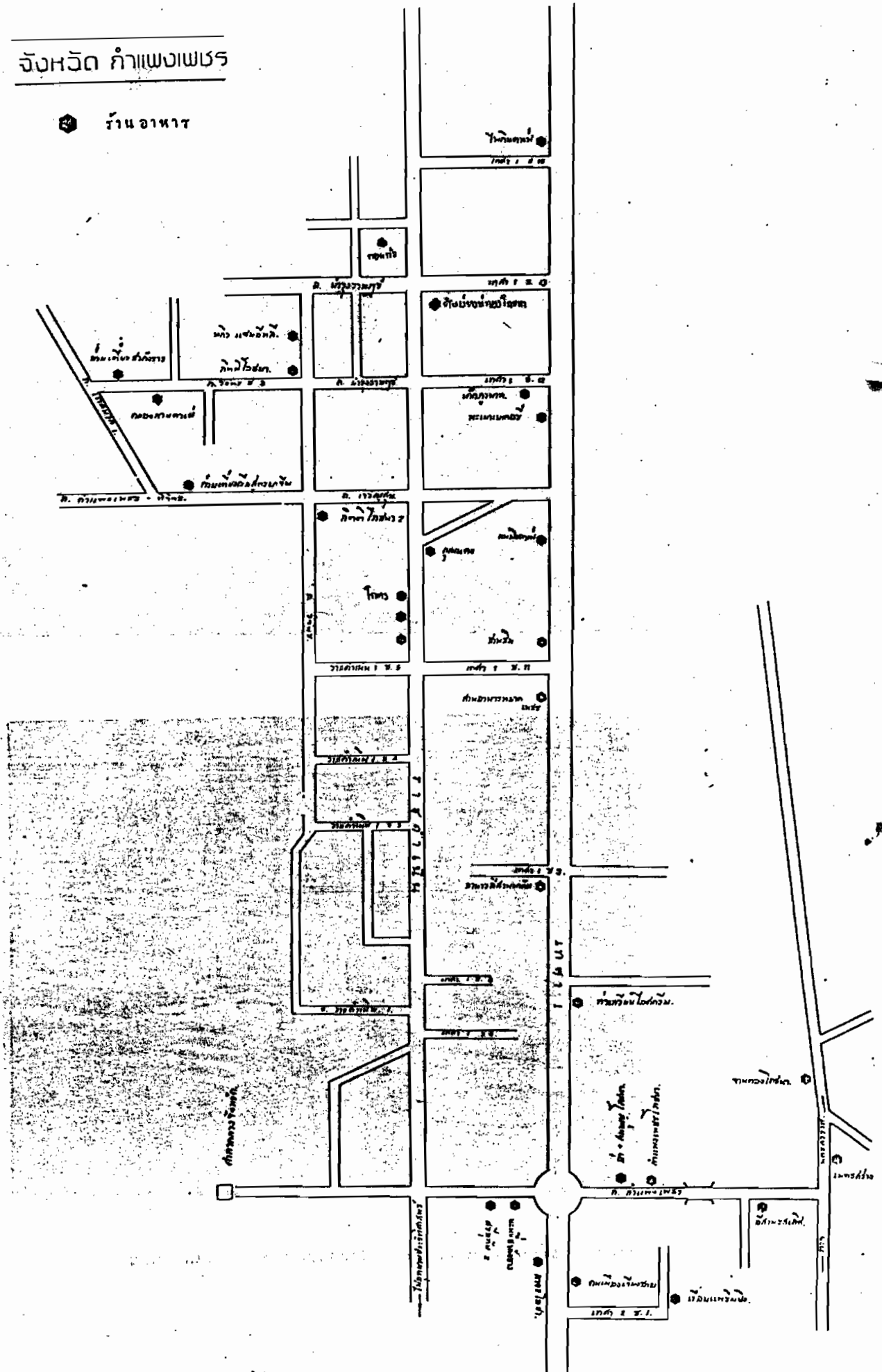




แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดกำแพงเพชร

# จังหวัด กำแพงเพชร

๒ ร้านอาหาร



แผนภาพ ๒ แสดงสถานที่ตั้งร้านอาหารในจังหวัดกำแพงเพชร

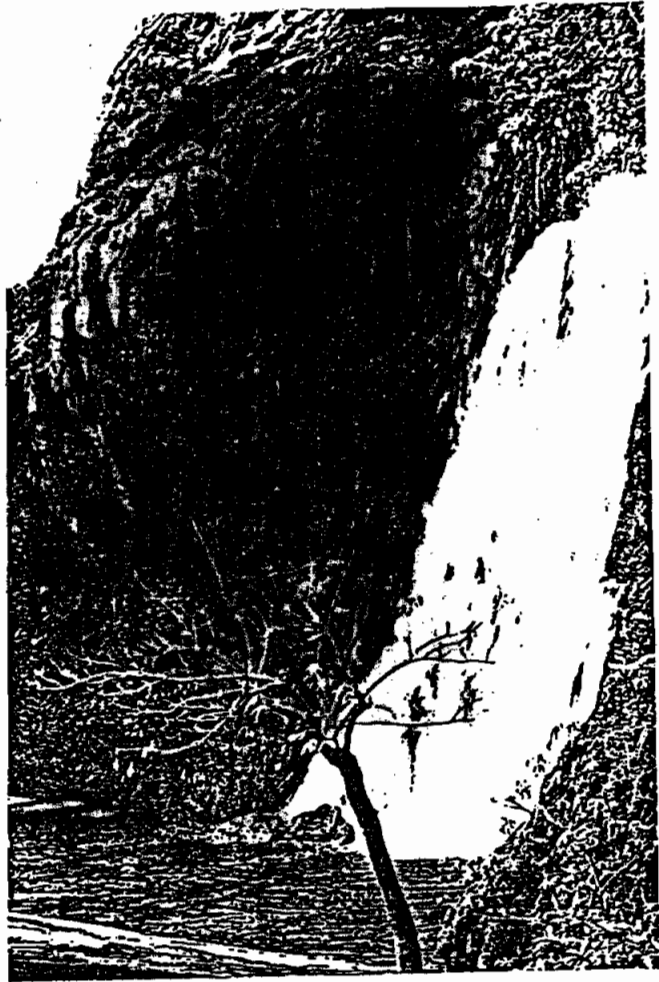


กล้วยไซ้ ผลไม้ขึ้นชื่อของจังหวัดกำแพงเพชร



ร้านขายของที่ระลึกของจังหวัดกำแพงเพชร





น้ำตกคลองลาน น้ำตกเลื่องชื่อของจังหวัดกำแพงเพชร

พิษณุโลก

## จังหวัดมิญญโลก

### 1. ลักษณะโดยทั่วไปของจังหวัดมิญญโลก

#### 1.1 ลักษณะทางกายภาพ

##### 1.1.1 ที่ตั้ง

มิญญโลกเป็นจังหวัดในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์เป็นระยะทางประมาณ 498 กิโลเมตร มีพื้นที่ 9,701.1 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่บนที่ราบเจ้าพระยาตอนบน มีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดอุตรดิตถ์

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดเลย จังหวัดเพชรบูรณ์ และประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดพิจิตร

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดสุโขทัย

##### 1.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ มิญญโลกมีลักษณะที่สำคัญ 2 ลักษณะ คือ

ก. บริเวณที่ราบลุ่ม ประกอบด้วยพื้นที่ในเขตอำเภอเมือง วัดโบสถ์ พรหมพิราม บางระกำ บางกระทุ่ม กับบางส่วนของอำเภอวังทอง และอำเภอเนินมะปรางสภาพพื้นที่ค่อย ๆ เอียงลาดจากทางทิศเหนือ ทิศตะวันออก ทิศตะวันตก ลงสู่ตอนกลาง ซึ่งมีแม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำน่านและแม่น้ำยมไหลผ่าน ทำให้ความอุดมสมบูรณ์ของดินสูง เนื่องจากตะกอนที่แม่น้ำพัดพามาสะสม

ข. บริเวณที่ลาดเนินเขาและเทือกเขา ประกอบด้วยพื้นที่ในเขตอำเภอ นครไทย และชาติตระการกับบางส่วนของอำเภอเมือง วัดโบสถ์ วังทอง และเนินมะปราง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้ ดินในบริเวณนี้มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ

### 1.1.3 ภูมิอากาศ

จังหวัดพิษณุโลก มีลักษณะทั่วไปคล้ายคลึงกับจังหวัดใกล้เคียง และจังหวัดในภาคเหนือคือ มี 3 ฤดู ฤดูร้อน ฤดูหนาว และฤดูฝน ฤดูร้อนอากาศร้อนจัด ฤดูหนาวอากาศจะหนาวจัดและบริเวณแถบที่ราบสูง ตามเชิงเขาถึงฤดูฝน ฝนจะตกชุก อากาศจะหนาวเย็น

### 1.1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ ในจังหวัดพิษณุโลก ที่สำคัญและมีส่วนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวแบ่งเป็น

ก. ทรัพยากรป่าไม้ มีพื้นที่ป่าหลายบริเวณ มีสภาพธรรมชาติ ทั้งดงดิบและอยู่ในสภาพสมบูรณ์ อันได้แก่ ป่าสงวนแห่งชาติ 10 ป่า ป่าเตรียมการสงวนอีก 3 ป่า เขตอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง เขตอุทยานแห่งชาติหินร่องกล้า

ข. แหล่งน้ำ ประกอบด้วยแม่น้ำสายสำคัญ 2 สาย คือ แม่น้ำยม และแม่น้ำน่าน ซึ่งเหมาะแก่การพัฒนาโครงการชลประทานขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังมีลำน้ำที่สำคัญคือ ลำน้ำแควน้อย และลำน้ำเข็ก

ค. ทรัพยากรด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพิษณุโลกมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 21 แห่ง เป็นประเภทประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม 12 แห่ง ส่วนที่เหลือเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในเขตเทศบาลเมืองพิษณุโลก และบริเวณชานเมือง ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงคือ วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ วัดจุฬามณี นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่คือ ทะเลสาบหลังเขื่อน วังทอง และเขื่อนแควน้อย ส่วนในด้านงานเทศกาล ประเพณีที่สำคัญของท้องถิ่นได้แก่ งานแข่งเรือโนแม่น้ำน่าน เดือนสิบเอ็ดและงานมนัสการพระพุทธชินราชในเดือนสาม

### 1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม

1.2.1 จังหวัดพิษณุโลกนับเป็นจุดที่สำคัญในระบบการขนส่งระหว่างจังหวัด และระหว่างภาค สามารถติดต่อกับพื้นที่อื่น ๆ ได้ทั้งทางถนน ทางรถไฟ ทางน้ำ และทางอากาศ

(1) การคมนาคมทางถนน เป็นวิธีการคมนาคมและขนส่งที่มีความนิยมใช้กันมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายน้อย มีเส้นทางหลวงที่สำคัญคือ

ก. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 11 เป็นเส้นทางหลวงสายหลักที่เชื่อมโยงพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง พังตะวันออกแม่น้ำน่าน กับภาคเหนือตอนบน ภาคกลางและกรุงเทพมหานคร ผ่านจังหวัดพิษณุโลกที่อำเภอบางกระทุ่ม อำเภอวังทอง อำเภอเมืองพิษณุโลก

อำเภอวัดโบสถ์ และอำเภอมหาราม

ข. ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 12 เชื่อมโยงพื้นที่ภาคเหนือกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดตาก

ค. ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 117 จาก อ.เมือง จังหวัดนครสวรรค์ อ.เมือง จังหวัดพิษณุโลก

### (2) ทางรถไฟ

จังหวัดพิษณุโลก มีเส้นทางรถไฟผ่านเพียงสายเดียว คือทางรถไฟสายเหนือ ตอนที่ผ่านจังหวัดพิษณุโลกมีความยาว 75 กิโลเมตร มีสถานีรถไฟ 10 แห่งผ่านพื้นที่อำเภอบางกระทุ่ม อำเภอเมืองพิษณุโลก อำเภอวัดโบสถ์ และอำเภอมหาราม

เพื่อรักษาความนิยมในการเดินทางรถไฟ การรถไฟจึงมีโครงการลดค่าธรรมเนียมเชื่อมระหว่างกรุงเทพฯกับเมืองหลัก และเมืองรองในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้ขบวนรถดีเซลรางประกอบด้วยตู้ธรรมดา และตู้รับอากาศอย่างละ 1 ตู้ สามารถทำความเร็วได้สูงถึง 95 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และจอดเฉพาะสถานีสำคัญ กำหนดให้เดินในเส้นทางกรุงเทพฯ-พิษณุโลก วันละ 4 เที่ยว

### (3) การคมนาคมทางน้ำ

แม่น้ำน่านเป็นเส้นทางขนส่งทางน้ำที่สำคัญของภาคเหนือ การคมนาคมโดยทางเรือตามแม่น้ำน่านขึ้นเหนือผ่านพิษณุโลกขึ้นไปจนถึงอุตรดิตถ์

### (4) การคมนาคมทางอากาศ

สนามบินพิษณุโลก จัดเป็นสนามบินที่รองรับการบินภายในประเทศ มีเที่ยวบินตรงระหว่างกรุงเทพฯ กับพิษณุโลกวันละ 2 เที่ยว โดยเครื่องบินโบอิง 737 ความจุ 128 ที่นั่ง จากพิษณุโลกมีเส้นทางบินไปยังจังหวัดต่าง ๆ ในภาคเหนือ 3 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางพิษณุโลก-ตาก-แม่สอด-เชียงใหม่ เส้นทางพิษณุโลก-แพร่-น่าน-เชียงใหม่ และเส้นทางพิษณุโลก - แพร่ - น่าน - ลำปาง - เชียงใหม่ มีเที่ยวบินเป็นบางวันเพียงวันละ 1 เที่ยว โดยเครื่องบินฮอร์ท 330-200 ความจุ 30 ที่นั่ง

จำนวนผู้โดยสารที่เดินทางโดยทางอากาศมีจำนวนค่อนข้างคงที่ ต่อมาภายหลังได้นำเครื่องบินโบอิง 737 เข้าประจำการในปีงบประมาณ 2523 จำนวนผู้โดยสารจึงเพิ่มจำนวนขึ้นเท่าตัว

## 2. บทบาทของจังหวัดมิษณุโลก

### 2.1 การเป็นศูนย์กลางความเจริญ

2.1.1 จังหวัดมิษณุโลก เป็นศูนย์กลางความเจริญทางภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการคมนาคม และขนส่งของภูมิภาค ทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่น่าสนใจอีกเป็นอันมาก ซึ่งสามารถเชื่อมโยง เข้ากับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ ในภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดตาก จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดพิจิตร

### 2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาทางจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

#### 2.2.1 ศักยภาพของจังหวัดมิษณุโลกที่มีอยู่ในขณะนี้ประกอบด้วย

(1) ความได้เปรียบด้านลักษณะทางกายภาพและทรัพยากร คือเป็นแหล่งทรัพยากรที่ดิน แหล่งน้ำ ป่าไม้ และทรัพยากรมนุษย์

(2) ความพร้อมทางด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ทำหน้าที่ประสานเชื่อมโยงพื้นที่จังหวัดมิษณุโลก เข้ากับพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง ได้อย่างสะดวก ซึ่งทำให้จังหวัดมิษณุโลกเป็นแหล่งรวมของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมขนส่งในธุรกิจและการท่องเที่ยว

(3) ประชากรและกำลังแรงงาน จังหวัดมิษณุโลกมีประชากรมากเป็นอันดับที่ 5 ของภาค และมีบทบาทในการรองรับประชากรที่เพิ่มขึ้นของภาครองจากจังหวัดใกล้เคียง จึงคาดว่าในพ.ศ. 2544 จังหวัดมิษณุโลก จะมีประชากรวัยแรงงาน ถึงร้อยละ 70.9 แสดงให้เห็นถึงศักยภาพด้านประชากรและแรงงานที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาจังหวัด

(4) เศรษฐกิจและการเติบโต จังหวัดมิษณุโลกมีศักยภาพเงินออมสำหรับใช้ในการพัฒนาจังหวัด เนื่องจากปรากฏจากแบบจำลองทางเศรษฐกิจมีดีต่ออย่างง่ายว่าตั้งแต่ พ.ศ. 2525 จังหวัดมิษณุโลกมีความโน้มเอียงในการออมเพิ่มขึ้น

(5) การมีงานทำ มีแนวโน้มของอัตราส่วน ร้อยละของผู้ที่มีงานทำในภาคนอกเกษตรเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในสาขาบริการ และสาขามหาชนยกรรม

(6) การบริการทางสังคม จังหวัดมิษณุโลกมีศักยภาพการพัฒนาบริการสังคมค่อนข้างสูง โดยมีบทบาทเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางสังคมบริเวณภาคเหนือตอนล่าง โดยเป็นที่ตั้งของสถานศึกษา และการให้บริการทางสาธารณสุข

2.2.2 ข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าจังหวัดพิษณุโลกจะมีข้อได้เปรียบต่าง ๆ ที่มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาสูงพอที่จะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนล่าง แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถพัฒนาด้านการท่องเที่ยวไปได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากมีข้อจำกัดต่าง ๆ คือ

(1) ปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลข่าวสาร ทั้งในรูปแบบเอกสาร และแผ่นป้ายสัญญาณจราจรที่จะนำทาง ไปสู่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติได้

(2) ระบบทางและโครงสร้างพื้นฐาน ขาดการพัฒนาเส้นทางรองซึ่งจะนำไปสู่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และเส้นทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1220 เพื่อเชื่อมต่อระหว่างอำเภอต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวที่สำคัญ

(3) ปัญหาการจัดให้มีบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว จังหวัดพิษณุโลกยังขาดการพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ที่จอดรถ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ศาลาพักผ่อน และห้องสุขาให้เพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว

(4) ปัญหาอื่น ๆ อันได้แก่ การขาดการขยายตัวของที่พักแรม ในระดับกลางและระดับต่ำ ตามความต้องการของตลาด ขาดการฟื้นฟูส่งเสริมงานประเพณีท้องถิ่น ขาดการบูรณะและการควบคุมสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

### 3. นโยบาย เป้าหมาย รูปแบบของระดับการพัฒนา

#### 3.1 กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก

3.1.1 จากการศึกษาของสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเกี่ยวกับแผนหลัก การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางความเจริญในภาคเหนือตอนล่าง ดังต่อไปนี้

(1) จะต้องเน้นด้านคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้เด่นชัดยิ่งขึ้น โดยเน้นฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยว เน้นศิลปวัฒนธรรมให้เด่นชัดในระดับชาติ เน้นพุทธศาสนาธรรมชาติและวัฒนธรรมให้เด่นชัดในระดับท้องถิ่น จะต้องเสริมสร้างความผสมผสานทางทรัพยากรให้มีความหลากหลาย และยกระดับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงขึ้น

(2) จะต้องขยายฐาน การท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากด้านนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมาเป็นตลาดด้านเอเชีย และอเมริกาให้มากขึ้น โดยควรส่งเสริมประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด พร้อมกันไปกับการยกระดับสาธารณูปโภค เครื่องอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานต่างประเทศ

(3) จะต้องเสริมสร้างความสำคัญของการตลาดการท่องเที่ยวในประเทศ โดยจัดการบริการพื้นฐานให้แก่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ พร้อมทั้งเสริมสร้างระบบการคมนาคมและสาธารณูปโภคพื้นฐาน ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลจากตัวเมือง พร้อมกับปรับปรุงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกันตลอด

(4) จัดระบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับลักษณะของโครงสร้างระหว่างภาค โดยเน้นที่ความต่อเนื่องอย่างเป็นระบบทางการท่องเที่ยวและจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยว

(5) เพิ่มรายได้การท่องเที่ยวด้วยการสร้างที่พักค้างคืน โดยการเน้นที่การสร้างมาตรฐานการพักผ่อน และกิจกรรมตอนกลางคืนให้แก่ศูนย์กลางพักผ่อน

(6) เสริมสร้างบรรยากาศ และสร้างระบบการลงทุนร่วมกับเอกชน

3.1.2 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว และพิจารณาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวและความพร้อมที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถกำหนดกรอบนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดังนี้

(1) กำหนดให้จังหวัดมิชุนโลกเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับภาค โดยให้มีบทบาทเป็นศูนย์กลางให้บริการหลักของการท่องเที่ยวในภาค และเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและประเพณีทั้งในระดับชาวไทยและชาวต่างประเทศ

(2) กำหนดให้จังหวัดมิชุนโลกเป็นเส้นทางผ่านสายหลักไปสู่ภาคเหนือตอนบน ไปสู่จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นจุดปลายทางด้วยตัวเอง และเป็นทางผ่านสู่จังหวัดเชียงใหม่

(3) กำหนดให้จังหวัดมิชุนโลก มีบทบาทเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นบทบาทหนึ่ง โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่วัด(ใหญ่)ศรีรัตนมหาธาตุ มีบทบาทรองในด้านธรรมชาติ โดยมีศูนย์กลางขนาดเล็กกระจายไป

3.1.3 เพื่อให้แนวนโยบายดังกล่าวในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีกลวิธีดังนี้

(1) ด้านการส่งเสริมและแนวทางการพัฒนา ควรจัดให้มีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งให้มีจุดเด่น และมีลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว จัดวงจรการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง และเปลี่ยนลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวปัจจุบันที่เดินทางมาเฉพาะวัดใหญ่ให้เดินทางมาชมแหล่งท่องเที่ยวแหล่งอื่น ๆ ด้วย เช่น น้ำตก เขาค้อ-หินร่องกล้า ฯลฯ

(2) ระบบการคมนาคม ควรปรับปรุงเส้นทางคมนาคมบริเวณศูนย์พาณิชย์กรรมต่าง ๆ และควรจัดวางระบบจากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในกลุ่มให้สะดวก และอยู่ในสภาพดี รวมทั้งสัญญาณการจราจร



(3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรให้ย่านการค้า และศูนย์กลางเมืองมิชุนโลก เป็นแหล่งบริการและอำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยว จัดให้มีศูนย์บริการการท่องเที่ยวในระดับศูนย์ขนาดใหญ่ และศูนย์รองขึ้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และควรจัดให้มีศูนย์บริการเพื่อการท่องเที่ยว อันประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกจำเป็นเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ลานอเนกประสงค์ ที่จอดรถ ร้านค้า ร้านอาหาร และศูนย์บริการให้ข่าวสารและข้อมูล ที่พักแรม ได้มาตรฐาน เป็นต้น

(4) การดำเนินงานและเผยแพร่ข่าวสาร ควรให้สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดมิชุนโลกเป็นผู้ดำเนินงานและเผยแพร่ข่าวสารภายในกลุ่ม และให้ศูนย์บริการเพื่อการท่องเที่ยวในระดับใหญ่ และระดับรองเป็นผู้ดำเนินงาน และเผยแพร่ข่าวสารในระดับแหล่งท่องเที่ยว

(5) ควรใช้วิธีการจัดภูมิทัศน์ และวางจรการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน

(6) ควรจัดหาเนื้อที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาในเทศกาลงานประจำปีต่าง ๆ

(7) ควรเสริมสร้างคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีลักษณะเด่นชัดขึ้น อาทิ บุรณะ เสริมสร้างหลักฐานที่มีอยู่ให้ปรากฏเด่นชัดและทำให้ถาวร รวมทั้งควรมีนทรศการเพื่ออธิบายประวัติศาสตร์ของพื้นที่

#### 4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะทางจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

##### 4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ

##### 4.1.1 ธุรกิจประเภทที่พักแรม

(1) ประเภท-ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่าธุรกิจประเภทที่พักแรมในตัวอำเภอมีอยู่ 27 แห่ง ส่วนบริเวณอันได้แก่ บริเวณน้ำตกแก่งโสภามีอยู่ 3 แห่ง (ตารางที่ 1) จำนวนธุรกิจเหล่านี้เมื่อแบ่งตามพื้นที่ตั้ง คือในตัวอำเภอเมืองร้อยละ 88.89 จะอยู่ในรูปโรงแรม ซึ่งร้อยละ 25 เป็นโรงแรมที่มีขนาดกลางระดับ B และร้อยละ 75 โรงแรมที่มีขนาดเล็กระดับ C นอกจากโรงแรมแล้วยังมีบังกาโลอีก 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 11.11 ของธุรกิจประเภทที่พักแรมทั้งหมด ซึ่งร้อยละ 33.33 เป็นบังกาโลในระดับ B และร้อยละ 66.67 เป็นบังกาโลในระดับ C แต่ถ้าเป็นธุรกิจที่น้ำตกแก่งโสภาก็เป็นบังกาโลทั้ง 3 แห่ง พบว่า เป็นบังกาโลที่มีขนาดกลางระดับ B 1 แห่ง และขนาดเล็กระดับ C 2 แห่ง ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในที่พักแรมโดยพิจารณาจากขนาดของธุรกิจ พบว่า อัตราการมีลิ้นปี่ และสวนหย่อมภายในโรงแรม จะมีลดหลั่นกันไปตามขนาด ส่วนประกอบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสระว่ายน้ำ ลิ้นท์ ที่จอดรถ มักจะขึ้นอยู่กับ

สภาพแวดล้อมอื่นมากกว่าจะขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ เช่น ที่พักแรมในตัวอำเภอเมือง จะอยู่ในรูปแบบอาคารโรงแรม ซึ่งจำเป็นต้องมีลิฟท์ไว้อำนวยความสะดวกแก่แขกที่มาพัก ในขณะที่ที่พักบริเวณน้ำตกแก่งโสภามีอยู่ในรูปแบบที่เป็นบังกาโลชั้นเดียว เพื่อให้มีรูปแบบที่เข้ากับธรรมชาติ ซึ่งไม่ต้องมีลิฟท์ ก็เช่นเดียวกัน โรงแรมในอำเภอเมือง จะมีสระว่ายน้ำเพียง 2 แห่ง ในขณะที่บังกาโลในน้ำตกแก่งโสภามีสระว่ายน้ำ 1 แห่ง (ตารางที่ 2) สำหรับบริการอื่น ๆ เกือบครึ่งโดยเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจขนาดเดียวกันจะมีบริการอื่น ๆ ด้วย เช่น บริการตู้รับรถ บริการเรียกรถ และบริการซัก-รีด ภายในโรงแรม (ตารางที่ 3)

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจพบว่า ธุรกิจโรงแรมโดยทั่วไปในจังหวัดพิษณุโลก ร้อยละ 48.15 ได้ดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 10 ปี ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมขนาด C ส่วนโรงแรมขนาดใหญ่ระดับ A ยังไม่ปรากฏว่ามีการเริ่มดำเนินการ อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่ากิจการโรงแรมเริ่มมีการขยายตัวสูงขึ้น (ตารางที่ 4)

จากการสำรวจพบว่าธุรกิจบังกาโลส่วนใหญ่ จะมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูง เฉพาะที่บริเวณน้ำตกแก่งโสภานี้

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้าของโรงแรมที่ทำการสำรวจร้อยละ 10 ของที่พักแรมทั้งหมด ผู้เข้าพักเป็นนักท่องเที่ยวล้วน นอกจากนั้นก็เป็นที่พักแรมที่มีทั้งนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจเข้าพัก โดยที่ร้อยละ 40 ของที่พักแรมมีนักธุรกิจเข้าพักร้อยละ 61-80 (ตารางที่ 5) ที่พักแรมร้อยละ 30 บอกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นคนไทยทั้งหมด ร้อยละ 40 ของที่พักแรมมีลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศร้อยละ 1-20 ส่วนที่พักแรมร้อยละ 5 มีชาวต่างประเทศเข้าพัก ร้อยละ 81-99 เมื่อพิจารณาตามรายได้ของนักท่องเที่ยวจะพบว่า โดยทั่วไปไปแล้วลูกค้าที่เข้าพักจะเป็นผู้ที่มีรายได้ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะการมาของผู้เข้าพักในโรงแรมต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าร้อยละ 50 ของที่พักแรมมีลูกค้าที่เดินทางมาเอง

(4) อัตราการเข้าพัก จากการสำรวจอัตราการเข้าพักโดยแบ่งเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยวจะพบว่า ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่พักแรมขนาด C2 ทั้งหมดจะมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 61-80 ส่วนนอกฤดูกาลท่องเที่ยวอัตราการเข้าพักของที่พักแรมแต่ละแห่งจะไม่เหมือนกัน บางแห่งก็มีอัตราการเข้าพักระหว่างร้อยละ 1-20 บางแห่งก็มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 61-80 เป็นต้น สำหรับที่พักแรมขนาด C3 ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวร้อยละ 35.71 ของที่พักแรมทั้งหมดมีอัตราการเข้าพักของลูกค้าระหว่างร้อยละ 41-60 ร้อยละ 7.14 ของที่พักแรมมีอัตราการเข้าพักถึงร้อยละ 100 ส่วนนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ที่พักแรมร้อยละ 35.71 มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 41-60 และที่พักแรมร้อยละ 28.57 มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 21-40

เมื่อพิจารณาถึงที่ตั้งของธุรกิจที่พักแรมแล้วจะพบว่า ในเขตอำเภอเมืองพิษณุโลก เมื่อถึงฤดูกาลท่องเที่ยวร้อยละ 29.41 ของธุรกิจที่พักแรม จะมีผู้เข้าพักระหว่างร้อยละ 41-60 ร้อยละ 23.53 ของที่พักแรมมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 61-80 นอกจากนี้มีธุรกิจที่พักแรมร้อยละ

5.88 ที่มีผู้เข้าพักเต็มทุกห้อง เมื่อถึงช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวร้อยละ 17.65 ของที่พักแรมมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 61-80 ร้อยละ 29.41 มีอัตราการเข้าพักในช่วงร้อยละ 21-40 และ 41-60 สำหรับที่พักแรมในบริเวณน้ำตกแก่งโสภาในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวร้อยละ 33.33 ของที่พักแรมมีผู้เข้าพักเต็มทุกห้อง และร้อยละ 66.67 มีอัตราการเข้าพักร้อยละ 41-60 (ตารางที่ 6)

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ อาศัยลักษณะและสภาพแวดล้อมของธุรกิจ เมื่อจำแนกประเภทของธุรกิจตามที่ตั้ง ธุรกิจที่พักแรมในอำเภอเมืองรวมทั้งธุรกิจบังกาโลที่บริเวณน้ำตกแก่งโสภา จะอาศัยทำเลที่ตั้ง ในการดึงดูดความสนใจ เพื่อให้มีผู้มาใช้บริการแต่ละแตกต่างกัน ในลักษณะที่โรงแรมในตัวเมืองมุ่งความสนใจถึงทำเลที่ใกล้แหล่งชุมชน หรือมีความสะดวกสบายแก่ผู้มาพักในแง่ของการเดินทาง หรือการติดต่อสื่อสาร ในขณะที่ที่พักบริเวณน้ำตกแก่งโสภาจะมุ่งทำเลที่ตั้งโดยอาศัยสภาพสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ และอยู่ใกล้ป่าต้นน้ำเป็นหลัก ส่วนสิ่งดึงดูดให้มาใช้บริการอื่น เรียงลำดับตามความสำคัญทั้งธุรกิจ ในอำเภอเมืองและที่น้ำตกแก่งโสภา ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และบริการด้านอาหารหรือร้านอาหารภายในที่พัก

(6) การตลาดของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ในเรื่องกำหนดอัตราค่าบริการ มีข้อแตกต่างตามฤดูกาล กล่าวคือ จะมีการลดราคานอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยที่พักแรมในอำเภอเมืองจะลดราคา 11 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40.74 ของที่พักแรมทั้งหมด ส่วนอีก 16 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 59.26 ของที่พักแรมทั้งหมด จะไม่มีการลดราคา

ส่วนบังกาโล บริเวณน้ำตกแก่งโสภา 2 แห่ง จะมีการลดราคา ส่วนอีกแห่งหนึ่งจะไม่มีการลดราคา

(7) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากการสำรวจของโรงแรมในอำเภอเมืองทั้งหมด บริการด้านความสะดวกสบาย ที่มีให้แก่ผู้มาพักกว่า ร้อยละ 70 ไม่มีบริการด้านการสื่อสาร เทเลกซ์ เทเลแฟกซ์ สำนักงานชั่วคราว สระว่ายน้ำ ร้านอาหารของที่ระลึก บาร์ ดิสโก้เทค ไนท์คลับ และสถานที่ออกกำลังกาย สำหรับที่พักแรมที่มีบริการด้านต่าง ๆ เหล่านี้อยู่แล้ว เห็นว่าบริการที่ตนมีให้ลูกค้ามีเพียงพอแล้ว เช่นกัน ยกเว้นที่เกี่ยวกับบริการห้องพัก สำหรับบังกาโล บริเวณน้ำตกแก่งโสภา ผู้ประกอบการยังเห็นว่า ยังมีจำนวนไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ที่จะมาพัก

(8) ปัญหาของธุรกิจ ในขณะที่ผู้ประกอบการในอำเภอเมือง มีความพอใจต่อการดำเนินธุรกิจของตนกล่าวคือ ผู้ประกอบการทั้งสิ้น 17 ราย มี 1 รายที่มีความพอใจอยู่บ้างอีก 6 ราย มีความไม่พอใจต่อความพอใจ อีก 5 ราย ค่อนข้างจะพอใจ และอีก 5 รายพอใจค่อนข้างมาก แต่ผู้ประกอบการบริเวณน้ำตกแก่งโสภา ร้อยละ 33.33 ค่อนข้างจะพอใจและอีกร้อยละ 33.33 พอใจค่อนข้างมาก ทั้งนี้คงเป็นผลกระทบจากปัญหาเกี่ยวกับข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว อาทิ ระบบการคมนาคม การขาดการประชาสัมพันธ์ การขาดการเสริมสร้างคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีลักษณะเด่นชัดขึ้น เป็นต้น ดังนั้นจึงทำให้ธุรกิจของผู้ประกอบการโดยเฉพาะ ในอำเภอเมือง จึงมุ่งเน้นแต่เรื่องการทำบริการ

เฉพาะด้านที่พักเพียงประการเดียว อย่างแท้จริง โดยขาดการพัฒนาด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

#### 4.1.2 ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

(1) ประเภท-ขนาดและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จำนวนรวมของธุรกิจที่สำรวจพบมี 74 แห่ง เป็นธุรกิจประเภทภัตตาคาร 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5.41 ของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับร้านอาหารมีมากที่สุดคือ 67 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 90.54 ที่น้อยที่สุดก็คือ คอฟฟี่ชอปคือ มี 3 แห่งคิดเป็นร้อยละ 4.05 ร้านอาหารส่วนใหญ่จัดเป็นร้านอาหารขนาดเล็กถึงขนาดกลาง 49 ร้าน และขนาดกลาง 18 ร้าน ตามลำดับ ในขณะที่มีร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่เพียง 7 ร้าน

ประเภทอาหาร จากการสำรวจพบว่า สามารถแยกพิจารณาได้ตามสถานที่คือ ตัวอำเภอเมือง จะมีทั้งอาหารไทย อาหารจีน อาหารทางแถบยุโรป ล้วนบริเวณวัดพระศรีมหาธาตุ และน้ำตกแก่งโสภาส่วนใหญ่จะเป็นการประกอบธุรกิจอาหารไทยเป็นส่วนใหญ่เกือบทั้งหมด

วิธีการดึงดูดนักท่องเที่ยวของร้านอาหารขนาดใหญ่ และขนาดปานกลางคือการแสดงโชว์ในรูปแบบต่าง ๆ และจากการสำรวจพบว่าร้านอาหารขนาดระดับ B และ C จะมีบริการประเภทนี้มากกว่าร้านในระดับ A แต่ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บริการที่จอดรถ สวน และโทรศัพท์ ร้านอาหารขนาด A มีการให้บริการที่สูงกว่าร้านอาหารระดับ B และ C

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ร้อยละ 31.08 เป็นร้านอาหารที่เปิดใหม่ได้เพียง 1-2 ปีเท่านั้น และโดยเฉลี่ย ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่บริเวณอำเภอเมือง แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่ตั้งอยู่บริเวณน้ำตกแก่งโสภา (ตารางที่ 7)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 2.63 ของร้านอาหารเป็นร้านที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้าไปรับประทานกว่าร้อยละ 60 โดยเฉลี่ยแล้วจะเป็นผู้มีรายได้ออยู่ในระดับปานกลางถึงสูง

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ร้อยละ 29.47 เป็นธุรกิจร้านอาหารที่เห็นว่าคุณภาพและลักษณะของอาหารมีส่วนสำคัญทำให้มีผู้เข้ามารับประทานอาหารในร้านของตน ในขณะที่ร้อยละ 17.81 เห็นว่าสถานที่ตั้งของร้านน่าจะมีส่วนช่วยให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกันมากกว่า นอกจากนี้ร้านอาหารร้อยละ 15.79, 15.97 และ 14.38 เห็นว่าการตกแต่งภายในร้านของตนเอง ราคาที่ตั้งไว้ และการให้บริการ เป็นสิ่งที่ช่วยให้ลูกค้าให้ความสนใจร้านของตนมากกว่าการจัดให้มีการแสดงโชว์ อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ของร้านอาหารไม่ว่าจะเป็นในตัวอำเภอเมือง หรือที่บริเวณน้ำตกแก่งโสภา หรือบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ จะเห็นว่าเรื่องของอาหาร การให้บริการ และสถานที่ตลอดจนราคาจะเป็นลักษณะสำคัญต่อการตัดสินใจของลูกค้า

(5) การตลาดของธุรกิจ ธุรกิจประเภทร้านอาหารในอำเภอเมือง จากการสำรวจพบว่าไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในบริเวณใด จะมีธุรกิจที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง เพราะส่วนมากมักจะไม่มีการตั้งราคาให้สูงกว่าร้านอื่น ๆ มากนัก เพราะมีเพียงร้อยละ 2.63 ของร้านอาหารที่สอบถามได้ตั้งราคาไว้สูงกว่าที่อื่น (ตารางที่ 8)

ในขณะที่ธุรกิจประเภทนี้ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันในการตลาดค่อนข้างสูง ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ร้อยละ 57.89 ไม่ได้ระบุว่าได้ดำเนินการใด ๆ นอกเหนือจากสถานะที่เป็นอยู่ในขณะนี้ แต่ยังมีธุรกิจร้านอาหารอีกจำนวนร้อยละ 10.53 ซึ่งในฤดูกาลท่องเที่ยว กล่าวได้ว่าได้พยายามปรับปรุงในเรื่องของการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านให้ดีขึ้น อีกจำนวนร้อยละ 5.26 มีการติดป้ายโฆษณาตามผนังหรือบอร์ดโฆษณาต่าง ๆ หรือแม้แต่การโฆษณาทางวิทยุ/โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งต่างจากช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งส่วนมากคือจำนวนร้อยละ 5.26 จะเน้นบริการ โดยใช้วิธีการจัดรายการพิเศษขึ้นมากกว่า และจำนวนร้อยละ 2.63 เท่ากัน จะใช้วิธีลดราคาและปรับปรุงในเรื่องของบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านให้ดีขึ้น นอกจากวิธีการต่าง ๆ ที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีบางร้าน ใช้วิธีการแจกของที่ระลึก และติดต่อกับบริษัททัวร์ในฤดูกาลท่องเที่ยวอีกด้วย

(6) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องจำนวนธุรกิจ ที่มีอยู่ในพื้นที่แต่ละแห่งของบริเวณที่สำรวจแล้วพบว่า ปริมาณร้านอาหารที่มีอยู่ในแต่ละจุดมีค่อนข้างพอดีอยู่แล้ว ซึ่งเป็นไปได้ว่า หากมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปและรับประทานอาหารในบริเวณนี้เพิ่มมากขึ้น บริเวณนี้ก็ยังมีโอกาสที่จะเปิดดำเนินการร้านอาหารใหม่ขึ้นได้อีก (ตารางที่ 9)

(7) ปัญหาของธุรกิจ ผลจากการสำรวจและสอบถามผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจทั้ง 3 จุด มีแนวโน้มที่ค่อนข้างพอใจกับผลการดำเนินงานที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ และบริเวณอำเภอเมือง ธุรกิจร้อยละ 39.47 มีผลกำไรโดยเฉลี่ยของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในระหว่างร้อยละ 11-20 ร้อยละ 13.16 ของธุรกิจร้านอาหารมีผลกำไรไม่เกินร้อยละ 10 (ตารางที่ 10) การดำเนินธุรกิจประเภทนี้มักจะมีปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ คือปัญหาในการหาลูกค้าทั่วไป และเรื่องภาษีการค้าที่ค่อนข้างสูง คิดเป็นร้อยละ 26.32 และ 15.79 ตามลำดับ ปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ ปัญหาในการหาลูกค้าที่มีความสามารถ ปัญหาขาดฤดูกาลท่องเที่ยว ขาดวัตถุดิบ ข้อจำกัดของรัฐบาล การคมนาคมขนส่งไม่สะดวก ขาดน้ำและไฟฟ้า ค้างชำระค่าบริการ แต่ปัญหาที่เกิดจากการแข่งขันในเรื่องการตลาดนั้น พบว่ามีธุรกิจเพียงร้อยละ 5.26 เท่านั้น ที่เห็นว่าเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับธุรกิจของตน (ตารางที่ 11)

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 44.74 ของธุรกิจที่คาดว่า จะปรับปรุงธุรกิจของตนให้ดีขึ้น ประสงค์ที่จะปรับปรุงในด้านรูปแบบ และบริการของอาหารที่มี ซึ่งอาจจะเป็นการเพิ่มรายการอาหารและบริการเข้าไป ในขณะที่ร้อยละ 18.42 คิดว่าคงจะเพียงแต่ปรับปรุงด้านการให้บริการเท่านั้น ส่วนธุรกิจอื่น ๆ ก็อาจปรับปรุงในเรื่องรูปแบบของอาหาร

เรื่องของการตลาด และการขายเท่านั้น

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้เกินกว่าครึ่งคิดเป็นร้อยละ 52.63 เห็นว่าแนวโน้มในอนาคตของธุรกิจประเภทนี้จะยังคงขยายตัวต่อไปได้อีกเพราะมีเพียงร้อยละ 18.42 ของผู้ประกอบการ เห็นว่าจำนวนธุรกิจนี้ น่าจะทรงตัวไม่เปลี่ยนแปลงไปกว่าที่ได้มากนัก และร้อยละ 5.26 เท่านั้นที่เห็นว่าจะมีการแข่งขันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารด้วยกัน (ตารางที่ 12)

#### 4.1.3 ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก

(1) ประเภท-ขนาด และบริการที่มีในธุรกิจประเภทของธุรกิจมีการจัดแบ่ง 2 ลักษณะ คือจัดแบ่งตามลักษณะการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นร้านที่ทั้งผลิตและจำหน่ายหรือจำหน่ายเพียงอย่างเดียว หรือแบ่งตามประเภทของสินค้า อันได้แก่ สินค้าที่เป็นเสื้อผ้าเครื่องประดับกาย เครื่องประดับบ้าน รูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จำนวนร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่สำรวจและสัมภาษณ์ได้ทั้งหมดมี 19 แห่ง เป็นร้านที่อยู่ในอำเภอเมืองเสียม 2 แห่ง ทั้ง 2 แห่ง จัดว่าเป็นร้านที่มีขนาดเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่จะจำหน่ายผ้าไหม หรือผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเสื้อผ้าหรือประเภทผ้าเท่านั้น โดยทั้งหมดจะเป็นร้านที่เพียงแต่รับสินค้ามาจำหน่ายโดยไม่ได้ผลิตเอง แต่สำหรับร้านบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุซึ่งก็เป็นร้านที่มีขนาดเล็กเช่นกัน สินค้าที่จำหน่ายจะมีหลายประเภท เกือบทั้งหมดจะเป็นสินค้าที่รับมาจำหน่าย จะมีก็แต่เพียงผ้าไหมเท่านั้นที่อาจผลิตและจำหน่ายเองด้วยบางส่วน (ตารางที่ 13 - ตารางที่ 16)

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ เฉพาะที่ร้านในบริเวณอำเภอเมือง พบว่าเป็นร้านที่เปิดดำเนินการมานานกว่า 10 ปี ในขณะที่ร้านที่บริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ส่วนใหญ่จะเพิ่งเปิดดำเนินการมาเพียง 3 ปี และร้านที่เก่าแก่ก็เปิดมาได้ไม่เกิน 4 ปี เมื่อพิจารณาตามขนาดของร้านจะพบว่า ร้านค้าร้อยละ 5.26 เปิดกิจการมามากกว่า 10 ปีแล้ว ร้านค้าร้อยละ 15.79 เพิ่งดำเนินการได้ไม่เกิน 1 ปี และร้อยละ 36.84 ดำเนินงานมาได้ 3 ปี (ตารางที่ 17)

(3) ลักษณะของลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 33.34 ของร้านขายสินค้าที่ระลึก มีลูกค้าเป็นคนไทยร้อยละ 71-100 ร้อยละ 16.67 มีลูกค้าเป็นคนไทยร้อยละ 1-10 (ตารางที่ 18) โดยมากจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่สูงและต่ำลงแตกต่างกันไป และจะมีอายุในระหว่าง 31-40 ปี ค่อนข้างมาก นอกจากนั้นยังพบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองเพศนิยมเข้าร้านขายของที่ระลึก ในจำนวนเกือบเท่า ๆ กัน โดยมีลักษณะการเดินทางมายังร้าน ส่วนใหญ่จะมากับกรุ๊ปทัวร์

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ ธุรกิจร้านค้าสินค้าที่ระลึกในจังหวัดพิษณุโลก มักจะอาศัยการขายตรงให้แก่ลูกค้า มีบ้างที่อาศัยการขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งลักษณะของสื่อกลางที่ร้านต่าง ๆ ใช้มักจะเป็นพ่อค้าปลีก สำหรับบริษัททัวร์หรือมัคคุเทศก์จะเป็นตัวกลางที่มีบทบาทน้อยมาก

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ในบรรดาธุรกิจประเภทร้านขายสินค้าที่ระลึกทั้งหลายมีอยู่เพียงไม่กี่ร้านที่จะจำหน่ายสินค้าประเภทเดียวหรือชนิดเดียว โดยมากมักจะขายกันหลาย ๆ อย่าง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สินค้าที่ทำการขายได้และกำไรที่ค่อนข้างดีให้แก่ธุรกิจ มักจะเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับบ้าน ตามลำดับ

(6) การตลาดของธุรกิจ นับว่าธุรกิจประเภทการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกนี้เป็นธุรกิจที่อาศัยวิธีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ น้อยมาก เพราะแม้จะเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวมีเพียง 1-2 ธุรกิจเท่านั้นที่จะลงทุนโฆษณาผ่านสื่อ หรือผ่านตัวกลางต่าง ๆ และนอกฤดูกาลท่องเที่ยวแล้ว จะไม่มีธุรกิจใดเลยที่จะส่งเสริมการขายของตนมากไปกว่าสภาวะที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน อนึ่ง ในส่วนที่เกี่ยวกับเรื่องการจัดราคาและภาวะแข่งขันคงอยู่ในภาวะที่ไม่น่าเป็นห่วงนัก เพราะแต่ละร้านจะพยายามตรึงราคาไม่ให้แตกต่างจากร้านอื่น ๆ มากนัก

(7) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสอบถามผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทนี้เกี่ยวกับเรื่องจำนวนของธุรกิจที่มีเรื่องส่วนใหญ่จะให้คำตอบว่าจำนวนที่มีอยู่ในขณะนี้มีเพียงพอแล้ว อย่างไรก็ตามบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุพบว่า มีผู้ให้คำตอบก้ำกึ่งกันระหว่างมีจำนวนธุรกิจมากเกินไปกับมีเพียงพอแล้ว ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าผู้ประกอบการเองอาจจะไม่ต้องการให้มีธุรกิจในลักษณะเดียวกับตนให้มากกว่านี้ เพราะจะทำให้เกิดการแข่งขันกันขึ้นในอนาคต

(8) ปัญหาของธุรกิจ สำหรับธุรกิจที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง และบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ผู้ประกอบการจะมีแนวโน้มที่ค่อนข้างพอใจต่อผลการดำเนินธุรกิจของตนซึ่งอาจจะ เป็นเพราะข้อจำกัดของจำนวนผู้ประกอบการ ส่วนในเรื่องปัญหาที่ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในจังหวัดพิษณุโลก มักจะประสบได้แก่ ปัญหาด้านการแข่งขันในตลาดสูง ปัญหาความคล่องตัวของธุรกิจ ปัญหาในการขาดวัตถุดิบ (ตารางที่ 19) ในด้านการทำกำไรของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้อยละ 38.89 มีกำไรอยู่ในระหว่างร้อยละ 6-10 ส่วนผู้ประกอบการที่มีกำไรมากกว่าร้อยละ 35 มีจำนวนร้อยละ 11.11 (ตารางที่ 20)

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ จากจำนวนธุรกิจทั้ง 18 แห่งที่สอบถาม สิ่งที่ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะปรับปรุงมากที่สุด คือ ปรับปรุงสภาพที่ให้อาศัยด้วย

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ทราบว่าจะปรับปรุงสภาพที่ให้อาศัยด้วย ธุรกิจจะดีขึ้นหรือไม่คิดเป็นร้อยละ 44.44 ของผู้ประกอบการทั้งหมด และมีบางจำนวนเห็นว่าการประกอบธุรกิจยังทรงตัวอยู่ และส่วนที่เห็นว่าอาจจะดีขึ้นมีจำนวนร้อยละ 22.22 มีเพียงส่วนน้อยมากที่เห็นว่ามีโอกาสที่จะเลวลงกว่าเดิม (ตารางที่ 21)

#### 4.1.4 ธุรกิจนำเที่ยว

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ จากการสำรวจพบว่าธุรกิจด้านนี้อยู่ในบริเวณที่ศึกษา 1 แห่งคือ ภัตตาคารซึ่งจัดไปภูหินร่องกล้า เป็นธุรกิจจัดนำเที่ยวในประเทศ ลักษณะการบริการที่มีจะอยู่ในรูปของการบริการรถเช่า การจัดนำเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะนำเที่ยวแบบเข้าไปเขีนกลับ

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ดำเนินการมาแล้ว 7 ปี

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้าส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 95 เป็นชาวไทยที่เหลือจะเป็นชาวยุโรปและชาวอเมริกัน โดยที่ลูกค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 60 จะเป็นลูกค้าที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ปานกลางขึ้นไป และร้อยละ 30 เท่า ๆ กันจะเป็นลูกค้าที่มีวัยอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ การจัดนำเที่ยวของธุรกิจมีความสามารถที่จะจัดนำเที่ยวให้แก่ลูกค้าได้สูงสุดไม่เกิน 200 คน/วัน โดยเฉลี่ยประมาณ 150 คน/วัน อนึ่ง ถ้าเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการเต็มที่โดยเฉลี่ยประมาณ 300-400 คน/วัน การดำเนินธุรกิจประเภทนี้จึงมีไม่เพียงพอกับความต้องการในช่วงเวลาดังกล่าว

(5) การตลาดของธุรกิจ ไม่มีการแข่งขันทางการตลาด เพราะมีผู้ประกอบการเพียงรายเดียว ดังนั้นการกำหนดอัตราค่าบริการจึงอยู่ในระดับเดียวกัน เช่นกัน ทั้งนี้ผลตอบแทนในรูปกำไรที่ได้จะมีอัตราตั้งแต่ร้อยละ 5 ขึ้นไป

ในเรื่อง เทคนิคและวิธีการจัดหาลูกค้าของธุรกิจผู้ประกอบการธุรกิจ จะอาศัยวิธีการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวอื่นในท้องถิ่น

(6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ ผู้ประกอบการเห็นว่าบริการนำเที่ยวในขณะนี้ปริมาณไม่เพียงพอในขณะที่คิดว่าผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจที่ทําอยู่มีผลการดำเนินงาน ซึ่งมีแนวโน้มเป็นที่น่าพอใจ

(7) ปัญหาของธุรกิจ ผู้ประกอบการเห็นว่าปัญหาด้านการแข่งขันทางการตลาดเป็นปัญหาของธุรกิจ

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ควรเพิ่มจำนวนธุรกิจให้เพียงพอที่จะรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มมากขึ้น

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการเห็นว่าธุรกิจชนิดนี้ยังมีโอกาส และการขยายตัวได้อีกมาก



#### 4.1.5 ธุรกิจขนส่ง

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่จะอยู่ในอำเภอเมือง อยู่ในรูปแบบของการรับจ้างสาธารณะโดยมียานพาหนะของตนเอง ซึ่งได้แก่รถยนต์ทุกประเภท และมีขนาดธุรกิจขนาดเล็ก

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ เป็นธุรกิจที่ดำเนินการมาแล้ว 25 ปี

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ จากธุรกิจที่สำรวจได้จะแบ่งกลุ่มลูกค้าของธุรกิจประเภทนี้ได้เป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มสถาบันและกลุ่มบุคคล ประเภทกลุ่มบุคคลจะเป็นกลุ่มที่ใช้บริการในอัตราส่วนที่มากถึงร้อยละ 90 และจะเป็นลูกค้าที่เป็นชาวไทยถึงร้อยละ 90 เช่นกัน

(4) อัตราค่าบริการ มีอยู่ในหลายรูปแบบคือคิดเป็นรายหัวหรือเหมาจ่าย โดยมีราคาแตกต่างกันไปตามประเภทของยานพาหนะลักษณะการเข้าร่วมทั้งระยะเวลาการเข้า ซึ่งปกติทั่วไปจะกำหนดไว้ในอัตราที่สูง แต่ในช่วงนอกเทศกาลการท่องเที่ยวจะมีการลดราคาอัตราค่าบริการ

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ เป็นธุรกิจที่ดำเนินมาแล้วนานนับสิบปี เป็นธุรกิจขนาดเล็กซึ่งมีรถยนต์ทุกประเภทไว้บริการ

(6) การตลาดของธุรกิจ อาจจะยังมองไม่ชัดเจนนัก อย่างไรก็ตามเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันยังไม่มากนัก ดังนั้นจึงกล้าที่จะเสนออัตราค่าบริการในราคาที่สูงกว่าธุรกิจอื่นเกี่ยวกับเทคนิคและวิธีการทางการตลาด ส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ของธุรกิจประเภทนี้ จะใช้วิธีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงที่เหลือจะใช้วิธีการติดต่อผ่านตัวกลาง เช่น โรงแรม บริษัททัวร์ ไกด์ และอื่น ๆ

สำหรับเรื่องการส่งเสริมด้านการตลาดที่ผู้ประกอบการทำอยู่ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และนอกฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีวิธีการในแนวทางเดียวกันคือ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการแนะนำแบบปากต่อปาก ปรับปรุงด้านรูปแบบการบริการต่าง ๆ ตลอดจนลดราคาเป็นพิเศษ

(7) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพบว่า ธุรกิจขนส่งในปัจจุบันมีจำนวนยานพาหนะอยู่ในระดับน้อย แต่โดยทั่ว ๆ ไปแล้วผู้ประกอบการจะพอใจในการดำเนินธุรกิจในระดับปานกลาง

(8) ปัญหาของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนส่ง ผู้ประกอบการได้บอกว่ามีปัญหาคือ 2 ประการ คือ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร ไม่มีคุณภาพ และปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ธุรกิจต่าง ๆ ได้ให้ความสนใจต่อการดำเนินงานของตนและมีความประสงค์ต้องการที่จะปรับปรุงกิจการให้ดีขึ้น โดยเฉพาะในด้านการให้บริการ

(10) แนวโน้มธุรกิจ ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่า ธุรกิจการขนส่งนี้จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นและควรขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อรองรับความต้องการของจำนวนผู้ใช้บริการที่คาดว่าจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

#### 4.1.6 ธุรกิจเพื่อการสนทนาการ

(1) ประเภท-ขนาดและบริการของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่าธุรกิจนี้มีจำนวน 11 แห่ง ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ B การดำเนินกิจการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทสถานอาบ-อบ-นวด และบางแห่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับไนท์คลับ และดิสโก้เทค เครื่องเล่นสนทนาการตลอดจนนวดแผนโบราณ และผ้าหรือคอกเทลเลาะห์ ซึ่งทั้งหมดจะตั้งอยู่ในบริเวณตัวอำเภอเมือง สำหรับขนาดธุรกิจในประเภทต่าง ๆ จะมีทั้งขนาดใหญ่ไปจนถึงขนาดเล็ก

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจเพื่อการสนทนาการต่าง ๆ ที่จัดว่าเป็นธุรกิจที่มีระยะเวลาดำเนินการมาแล้วเป็นเวลาพอสมควร เพราะร้อยละ 80 เป็นธุรกิจที่เปิดดำเนินการมาแล้วไม่มากกว่า 8 ปี

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ส่วนใหญ่จะเป็นชาวไทย โดยจะมีระดับอายุเฉลี่ยมากที่สุดระหว่าง 31-40 ปี มีฐานะและรายได้เฉลี่ยปานกลาง และส่วนมากเดินทางมาคนเดียว

(4) อัตราค่าบริการ ส่วนใหญ่จะมีอัตราค่าบริการเท่า ๆ กัน

(5) การตลาดของธุรกิจ นับว่าธุรกิจเพื่อการสนทนาการ ที่มีในจังหวัดพิษณุโลก เป็นธุรกิจที่ค่อนข้างมีการตื่นตัวในเรื่องการแข่งขันกันพอสมควร เพราะไม่ว่าจะเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว มีธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่มีการส่งเสริมในด้านการตลาดของธุรกิจตน ด้วยวิธีการต่าง ๆ คือ สำหรับช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ธุรกิจส่วนใหญ่จะใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ หรือมีการจัดกิจกรรม และบริการพิเศษไว้บริการแก่ลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ และมีบางรายที่จัดสมมนาคุณไว้แก่ลูกค้า ปรับปรุงสถานที่และบริการต่าง ๆ ตลอดจนให้ส่วนลดค่าบริการกรณีที่เป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว วิธีการที่ผู้ประกอบการมักจะใช้ จะเน้นเรื่องการจัดกิจกรรมและบริการพิเศษเตรียมไว้ให้แก่ลูกค้า และการให้ส่วนลดค่าบริการ ทั้งนี้ สภาพของการแข่งขันในด้านการตลาดของธุรกิจประเภทนี้ไม่มากนัก

(6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ ปรากฏว่า ประเภทธุรกิจเพื่อการสนทนาการที่มีอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งจัดว่าเป็นธุรกิจที่มีรูปแบบนี้มีอยู่เพียง 4 ประเภทใหญ่ ๆ ซึ่งจากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการเวลานี้ ได้ให้ความคิดเห็นว่า ควรส่งเสริมให้มิกอกเทลเลาะห์ ผ้าเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นธุรกิจอื่น ๆ อาทิ สวนสนุก ยังมีไม่เพียงพอควรสนับสนุนให้มีเพิ่มมากขึ้น

อนึ่ง ในด้านความพอใจในผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของผู้ประกอบการ ร้อยละ 90 มีความพอใจค่อนข้างมาก

(7) ปัญหาของธุรกิจ เมื่อได้จัดเรียงลำดับปัญหาที่ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้มักประสบในการดำเนินงาน พบว่า ปัญหาสำคัญ ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาด้านการคมนาคม ปัญหาด้านการเข้มงวดของกฎระเบียบราชการ หรือการขาดความร่วมมือส่งเสริมในการสนับสนุนกิจการ ปัญหาด้านการขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาด้านน้ำประปา

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้ผู้ประกอบการมุ่งที่จะปรับปรุงด้านสถานที่ เป็นอันดับแรก รองลงมา ก็คือ การปรับปรุงด้านรูปแบบของกิจกรรม หรือสิ่งบันเทิงต่างๆ และปรับปรุงด้านบริการตลอดจนปรับปรุงด้านกิจกรรมทางการตลาด

(9) แนวโน้มของธุรกิจ เป็นสิ่งที่น่าสังเกตว่า ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเห็นว่าธุรกิจประเภทนี้จะต้องดีขึ้น และมีโอกาสที่จะขยายตัวได้อีกมาก แต่ก็มีบางรายเห็นว่าน่าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่เปลี่ยนแปลงโดยดำเนินการไปเรื่อย ๆ และมีเพียงรายเดียวเท่านั้นที่เห็นว่าแนวโน้มของกิจกรรมต่อไปคงลดลง หรือซบเซาลง

#### 4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อสารมวลชน

4.2.1 ในระยะปัจจุบัน สภาพความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก วังคงมีจุดเด่นอยู่ที่แหล่งท่องเที่ยว ด้านประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่นใด ทั้งในระดับจังหวัด และระดับภาคเหนือตอนล่าง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เที่ยวชมเฉพาะแหล่งท่องเที่ยว 3 แหล่งคือ วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ศาลสมเด็จพระนเรศวร และวัดจุฬามณี นักท่องเที่ยวที่มาวัดใหญ่มีทั้งมาตามปกติทั้งปี และมาในเทศกาลงานประจำปีของวัดใหญ่

4.2.2 ในปัจจุบันนี้แม้ว่าจังหวัดพิษณุโลก จะมีแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสามารถแยกศูนย์กลางออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มวัดใหญ่ กลุ่มน้ำตก และเขื่อนแม่เข็ก และกลุ่มเขาค้อ หินร่องกล้า แต่ก็ปรากฏว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวได้แก่กลุ่มวัดใหญ่

ในชั้นแรกจึงขอกล่าวถึง สภาพรูปแบบและลักษณะของการท่องเที่ยวที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ปัญหาปัจจุบันของวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ และกลุ่มวัดใกล้เคียง คือปัญหาขาดแคลนพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มาในเวลาเดียวกัน ทำให้เกิดความแออัดทางด้านหน้าวัด โดยเฉพาะบริเวณลานหน้าวัดใหญ่ ขาดแคลนสาธารณูปโภค สาธารณูปการ เมื่อการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน อาทิ ขาดแคลนร้านค้า ขาดสำนักงานและการจัดระบบบริการเพื่อการท่องเที่ยว ขาดการจัดผังบริเวณ รวมทั้งการจัดภูมิทัศน์ เพื่อความสวยงามและเป็นระเบียบ และความเชื่อมต่อระหว่างวัดข้างเคียง ตลอดจนการบูรณะ/ปรับปรุง ตัวโบราณสถานทุกแห่งในกลุ่ม

กลุ่มน้ำตกและเขื่อนแม่แจ่ม ขาดการพัฒนาระบบการคมนาคม ขาดการสำรวจ  
จำนวนนักท่องเที่ยวและการประมาณ ขาดการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ตลอดจน  
ขาดการประชาสัมพันธ์ และที่พักแรม

สำหรับกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มเขาค้อ-หินร่องกล้า และกลุ่มน้ำตก อันเป็นแหล่งท่องเที่ยว  
ที่มีบทบาทในด้านธรรมชาติ และใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อนของชาวจังหวัดเองเป็นส่วนใหญ่  
สภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวได้มีการพัฒนา แต่อยู่ในระดับเริ่มต้น มีสาธารณูปโภคพอสมควร  
ดังนั้นจึงควรพัฒนาให้ได้มาตรฐานยิ่งขึ้น นอกจากนั้นแล้ว ระบบการคมนาคมและความปลอดภัย  
ควรได้รับการปรับปรุง ตลอดจนควรเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาบริหารด้านที่พักแรม และปรับปรุง  
พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยจัดเตรียมบริการเบื้องต้นพอสมควร เช่น เรืองป่าย สถานที่จอดรถ  
การเสนอข่าวสารทั้งในระดับประเทศ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และในระดับจังหวัดโดย  
การบริการส่วนจังหวัด

4.2.3 จากสภาพและความเคลื่อนไหวต่างๆ ดังกล่าวนี้ แสดงว่าทั้งรัฐบาลและภาคเอกชน  
เริ่มให้ความสนใจปัญหาที่อาจจะตามมา จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก  
เพราะการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างรายได้จำนวน  
มหาศาลให้แก่ประเทศ แต่จะต้องคำนึงต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมโดยรอบข้างว่าจะมีผลกระทบและก่อให้เกิด  
เกิดความเสียหายได้หรือไม่ การพัฒนาและการลงทุนเพื่อการรองรับการท่องเที่ยวอย่างมีรูปแบบ  
และเหมาะสมกับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เท่ากับว่าเป็นการช่วยรักษา  
และใช้จ่ายทรัพยากรไปอย่างคุ้มค่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้กำหนดแผนที่จะส่งเสริม  
การท่องเที่ยว สำหรับจังหวัดพิษณุโลก โดยอันดับแรกจะใช้วิธีการเชิญประชาสัมพันธ์ให้นัก  
ท่องเที่ยวให้ความสนใจแก่จังหวัด ทั้งในรูปของเอกสารและแผ่นป้ายลัญญาณาจารย์ที่จะชี้ให้นัก  
ท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งต่าง ๆ ได้ นอกจากนั้นก็ให้การส่งเสริมงานประเพณี  
ท้องถิ่น เช่น งานประเพณีทางศาสนา และการแสดงแสงเสียง โดยอาศัยส่งรูปแหล่งท่องเที่ยว  
นั้นๆ เป็นกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ เช่น การประกวดงานแข่งเรือ และมัสการประจำปี  
พระพุทธชินราช นอกจากนั้นแล้วหน่วยงานอื่นก็ควรช่วยพัฒนาในแนวทางอื่นด้วย อาทิ พัฒนาระบบ  
ทางและ โครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวควบคุมสภาพแวดล้อม  
ในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนบูรณะห้องปรับปรุงสถานที่ต่างๆ

## 5. สภาพรูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดมิสซูโลก

### 5.1 จากการประมาณการ

5.1.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคตมีความสำคัญต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ในปัจจุบันได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งทำให้การประมาณการทำได้สะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรม ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางที่ไปพักแรมและอยู่ในท้องที่ซึ่งไม่ใช่แหล่งที่อยู่ของตนไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเยี่ยมชมเขียนภาพจิตรกรรม ติดต่อธุรกิจหรือติดต่อราชการ

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ใช้ข้อมูลระหว่าง พ.ศ 2521-2531 มาใช้ในการวิเคราะห์โดยวิธีวิเคราะห์แบบแนวโน้มตามกาลเวลา (Time Trend) เพื่อหาอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยจะมีจำนวน 5.7 ล้านคน ใน พ.ศ 2534 และเพิ่มเป็น 8.8 ล้านคน ใน พ.ศ 2539 (ตารางที่ 5.1) โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9 ต่อปี

ตารางที่ 5.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

หน่วย : ล้านคน

พ.ศ	จำนวนนักท่องเที่ยว
2532	4.8 <sup>1</sup>
2533	5.2
2534	5.7
2535	6.2
2536	6.8
2537	7.4
2528	8.1
2539	8.8

หมายเหตุ : <sup>1</sup> จากการประมาณการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดต่าง ๆ นั้น จะประมาณการโดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไปพักแรมตามสถานที่พักแรมใน จังหวัดต่าง ๆ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 โดยสมมติให้สัดส่วนของ นักท่องเที่ยวแยกตามจังหวัดคงที่ ซึ่งใน พ.ศ. 2530 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางไปจังหวัดพิษณุโลก เท่ากับร้อยละ 1.83 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไป มายังประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนัก ท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แต่ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มีย้อนหลังไปมากนัก จึงยังไม่สามารถนำมาประมาณการโดยตรงได้ การศึกษานี้จึงได้ตั้ง สมมุติฐานว่า รายได้จากสาขาบริการของผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น (GPP) มีความสัมพันธ์โดยตรง กับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งจากข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น พ.ศ. 2526-2530 พบว่ารายได้จากสาขาบริการโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 5.9 ต่อปี

ผลจากการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดพิษณุโลกปรากฏ ว่า ใน พ.ศ. 2534 และ พ.ศ. 2539 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวเป็นจำนวน 373,174 คน และ 519,147 คน ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดพิษณุโลก

หน่วย : คน

พ.ศ.	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2532	239,740	87,840	327,580
2533	253,865	95,160	349,045
2534	268,864	104,310	373,174
2535	284,727	113,460	398,187
2536	301,526	124,440	425,966
2537	319,316	135,420	454,736
2538	338,156	148,230	486,386
2539	358,107	161,040	519,147

ที่มา : จากการค้าานวน

5. 1. 2 การประมาณการจำนวนห้องพักของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในอนาคต โดยทำการประมาณการในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนห้องพักที่ต้องการในปีต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลประกอบที่จำเป็นต่อการคำนวณมีดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานพักแรม จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวซึ่งที่ผ่านมาช่วงฤดูท่องเที่ยวจะมีระยะเวลา 6 เดือน และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนเท่ากับร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งปี
2. จำนวนผู้เข้าพักแรมเฉลี่ยต่อห้อง จากการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อห้องเท่ากับ 1.6 ในทุกจังหวัด
3. ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย กำหนดให้มีค่าคงที่โดยเท่ากับระยะเวลาพำนักเฉลี่ยจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน พ.ศ. 2530
4. จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณ ในการศึกษาครั้งนี้คิดจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นรายเดือน ดังนั้นจำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณเท่ากับ 30 วัน
5. อัตราการเข้าพักเฉลี่ย กำหนดให้อัตราการเข้าพักที่เหมาะสมเท่ากับร้อยละ 75 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามกลุ่มที่พัก จะใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้าพักแรมในจังหวัด โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม พ.ศ. 2530 ในการคำนวณ (ตารางที่ 5.3) และสมมุติว่า สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวนี้คงที่ ผลปรากฏว่าใน พ.ศ. 2534 จะมีนักท่องเที่ยวเข้าพักแรมในกลุ่ม 4 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท) 238,000 คน กลุ่ม 5 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาท ลงมา) 135,000 คน และใน พ.ศ. 2539 จะมีผู้เข้าพักแรมในกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 เป็นจำนวน 332,000 คน และ 187,000 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.3 แสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและระยะเวลาพักเฉลี่ย พ.ศ 2530

กลุ่มที่พักแรม	สัดส่วนนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)	ระยะเวลาพักเฉลี่ย (วัน)
กลุ่มที่ 4 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท	63.90	1.47
กลุ่มที่ 5 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาทลงมา	36.10	1.76
รวม	100.00	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 5.4 จำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในแต่ละกลุ่ม

หน่วย: ล้านคน

พ.ศ	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
กลุ่ม 4	.209	.223	.238	.254	.272	.291	.311	.332
กลุ่ม 5	.118	.126	.135	.144	.154	.164	.176	.187

ที่มา : จากการคำนวณ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาประมาณจำนวนห้องพักแรมที่ต้องการในแต่ละปี โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

$$R_i = \frac{T_i \times L}{N \times O \times 30}$$



- โดยที่  $R_i$  = จำนวนความต้องการห้องพักในปีที่จะคำนวณ  
 $T_i$  = จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด  
 $L$  = ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว  
 $N$  = จำนวนคนเฉลี่ยต่อห้อง  
 $O$  = อัตราการเข้าพักเฉลี่ย

จำนวนห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการจำแนกตามกลุ่มที่พักแรมแสดงในตารางที่ 5 ซึ่งจะพบว่าใน พ.ศ. 2534 จะมีความต้องการห้องพักทั้งสิ้นเท่ากับ 1,633 ห้องจำแนกเป็นกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 จำนวน 974 ห้อง และ 659 ห้อง ตามลำดับ เมื่อถึง พ.ศ. 2539 จะมีความต้องการห้องพักทั้งสิ้นเท่ากับ 2,270 ห้อง

ตารางที่ 5.5 แสดงจำนวนห้องพักที่ต้องการ

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
<b>รวมทุกกลุ่ม</b>	1,433	1,527	1,633	1,741	1,863	1,988	2,127	2,270
กลุ่ม 4	855	911	974	1,038	1,111	1,186	1,269	1,354
กลุ่ม 5	578	616	659	703	752	802	858	916

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดพิษณุโลกกับจำนวนห้องพักที่มีอยู่เดิมใน พ.ศ. 2530 จะพบว่าในพ.ศ. 2531-2532 ความต้องการห้องพักเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 198 ห้อง ส่วนใน พ.ศ. 2539 ความต้องการห้องพักเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2538 เป็นจำนวน 143 ห้อง โดยแยกเป็นกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 เป็นจำนวนห้องพัก 85 ห้อง และ 58 ห้อง ตามลำดับ (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดพิษณุโลก

หน่วย: ห้อง

พ.ศ	จำนวนที่มีอยู่เดิม		จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น/ปี		
	2530	2532 <sup>2</sup>	2534	2536	2539
รวมทุกกลุ่ม	1,262	198	106	122	143
กลุ่ม 4	657	198	63	73	85
กลุ่ม 5	605	-	43	49	58

หมายเหตุ: <sup>2</sup> จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ 2530

ที่มา : จากการคำนวณ

## 5.2 จากการสำรวจ

### 5.2.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์ร้อยละ 52.63 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 47.37 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่สัมภาษณ์เจาะจงเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก เพื่อวัตถุประสงค์ของการมาเที่ยว การแวะเยี่ยมชม เยือนญาติพี่น้อง การสัมมนา หรือเพื่อติดต่อธุรกิจการค้า จากการสำรวจพบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และลักษณะของการเดินทางมานั้นจะมากับกรุ๊ปทัวร์มากกว่าที่จะมากับเพื่อนหรือครอบครัวหรือมาโดยลำพังคนเดียว

อายุโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดพิษณุโลกส่วนใหญ่เป็นวัยกลางคนที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี รองลงมาจะเป็นกลุ่มที่มีวัยหนุ่มสาวคือระหว่าง 20-30 ปี ดังนั้นจึงมีสถานภาพสมรสแล้วเป็นส่วนใหญ่ และนักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์ส่วนมากแบ่งได้เป็นสองกลุ่มคือกลุ่มที่ไม่ได้ทำงาน และกลุ่มที่ทำงานแล้ว ส่วนมากรับราชการมากกว่าประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือเป็นพนักงานบริษัท ส่วนที่ยังศึกษาอยู่ก็มีบ้างแต่ไม่มากนัก สำหรับระดับการศึกษามีตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาขึ้นไปและส่วนใหญ่จะมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ครอบครัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 7.41 มีรายได้ต่ำกว่าเดือนละ 20,001-30,000 บาท และในจำนวนนี้เพียงร้อยละ 8.33 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย หากจะพิจารณารายได้ของนักท่องเที่ยว

โดยแยกตามสัญชาติแล้วพบว่า รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

#### 5.2.2 ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

จากการสำรวจของคณะวิจัย ได้ออกสำรวจเฉพาะบริเวณพื้นที่ศึกษาที่กำหนดสำหรับจังหวัดพิษณุโลก แบ่งพื้นที่สำรวจออกเป็น 4 บริเวณ คือ

- ในตัวอำเภอเมือง
- วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
- ภูหินร่องกล้า
- น้ำตกแก่งโสภา

จำนวนนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจของจังหวัดพิษณุโลกมีจำนวนรวม 114 คน ผลจากการสำรวจปรากฏว่า บริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากที่สุดคือ ที่ภูหินร่องกล้า คิดเป็นร้อยละ 66.67 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 35.14 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 64.86 บริเวณที่นักท่องเที่ยวจะไปมากเป็นอันดับรองลงมาคือ บริเวณน้ำตกแก่งโสภา คิดเป็นร้อยละ 64.91 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 35.14 และชาวต่างประเทศ 64.86 จุดที่อยู่ในข่ายศึกษาที่พบว่ามีนักท่องเที่ยวไปน้อยที่สุดคือ ตัวอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 37.72 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 44.19 และชาวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 55.81 สำหรับที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ มีนักท่องเที่ยวนิยมไปคิดเป็นร้อยละ 58.77 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 59.71 และชาวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 40.29 ในบริเวณจุดสำรวจทั้ง 4 จุดนี้ นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาอยู่ในแต่ละแห่งแตกต่างกันออกไป ซึ่งพอสรุปได้ว่าการใช้เวลาส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลกส่วนใหญ่จะใช้เวลาเพียง 1 วัน และการใช้เวลาอยู่ในตัวอำเภอเมืองทั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนมากจะอยู่ประมาณ 1 วัน จุดที่ 2 คือที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ส่วนมากจะอยู่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง จุดที่ 3 ที่ภูหินร่องกล้า จะใช้เวลาอยู่ประมาณครึ่งวันสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนชาวต่างประเทศจะใช้เวลา 1-2 วัน จุดที่ 4 คือที่น้ำตกแก่งโสภา จะใช้เวลาอยู่ประมาณ 1 วัน

สำหรับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยว เพื่อจะแวะมายังจุดต่าง ๆ นั้น มีเหตุผลแตกต่างกันออกไป คือ ในบริเวณตัวอำเภอเมือง จะคำนึงถึงความความสะดวกสบายในการเดินทาง ในขณะที่บริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ต้องการไปเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม และในบริเวณภูหินร่องกล้ากับน้ำตกแก่งโสภา ต้องการไปชมธรรมชาติ (ตารางที่ 22)

### 5.2.3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจต่าง ๆ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

#### (1) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม

การพักแรมในพื้นที่ศึกษาถึง 4 จุด มีเพียง 2 จุด ที่มีศักยภาพในการแวะพักของนักท่องเที่ยวคือ ตำบลอำเภอเมือง และภูหินร่องกล้า ส่วนที่บริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ และน้ำตกแก่งโสภาก็เป็นจุดที่สามารถแวะพักได้ แต่ส่วนใหญ่มีแวะพักนอนไม่ถึง 1 วัน

การสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวที่แวะในตัวอำเภอเมืองเป็นถ้าเป็นชาวต่างประเทศ จะพักแรมในโรงแรมซึ่งมีจำนวนร้อยละ 83.33 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนที่บริเวณภูหินร่องกล้าส่วนใหญ่ก็จะเป็นชาวต่างประเทศเช่นกัน และจะพักแรมในบ้านพักเป็นจำนวนร้อยละ 50 (ตารางที่ 23)

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่พักแรมที่ตนไปพักนั้น ด้านที่พักแรมในตัวอำเภอเมือง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อเปรียบเทียบเกณฑ์ความพอใจทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศแล้วจะเห็นว่า มีความพอใจในระดับค่อนข้างพอใจและพอใจมาก ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวที่พักบริเวณภูหินร่องกล้า มีความรู้สึกเฉย ๆ เป็นส่วนมาก

#### (2) ความนิยมและทัศนคติที่นักท่องเที่ยวมีต่อบริการเจ้าหน้าที่และบริการขนส่ง

จากการสำรวจพบว่าส่วนมากนักท่องเที่ยวไม่ได้ใช้บริการเจ้าหน้าที่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริการเจ้าหน้าที่ในจังหวัดมีจำนวนน้อย เท่าที่พบของการใช้บริการมักจะอยู่ในรูปของบริการนำเที่ยวในวันเดียวและบริการจองตั๋ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการเจ้าหน้าที่ในตัวอำเภอเมืองและวัดพระศรีรัตนมหาธาตุร้อยละ 70.37 แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีเพียงร้อยละ 21.05 ที่ใช้บริการนี้ในเขตอำเภอเมือง ในบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 16.67 ใช้บริการเจ้าหน้าที่ ส่วนบริเวณภูหินร่องกล้านักท่องเที่ยวชาวไทยใช้บริการนี้ร้อยละ 26.32 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศครึ่งหนึ่งที่ใช้บริการนี้ แห่งสุดท้ายคือน้ำตกแก่งโสภาพนักท่องเที่ยวยุโรปและนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 66.67 และร้อยละ 10.53 ใช้บริการเจ้าหน้าที่ (ตารางที่ 24)

ความพอใจจากบริการเจ้าหน้าที่ที่นักท่องเที่ยวในแต่ละบริเวณทั้ง 4 จุด ที่สำรวจได้รับพบว่ามีแนวโน้มด้านบวก

เกี่ยวกับเรื่องพาหนะหรือบริการขนส่งที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ภายในตัวอำเภอเมืองร้อยละ 63.16 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 18.42 จะเดินทางโดยรถทัวร์ ส่วนร้อยละ 7.89 เท่า ๆ กัน

จะเดินทางไปโดยรถรับจ้างสาธารณะและโดยการเช่ารถไป ร้อยละ 74.07 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเดินทางโดยรถทัวร์ ร้อยละ 12.96 จะเดินทางโดยรถรับจ้างสาธารณะ ร้อยละ 5.56 จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และร้อยละ 1.85 เท่า ๆ กัน จะเดินทางโดยการเช่ารถไปหรือไปกับรถประจำทาง

ในการไปยังวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีทั้งไปโดยรถยนต์ส่วนบุคคล รถทัวร์ รถรับจ้างสาธารณะ และเช่ารถตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะไปกับรถทัวร์ รถรับจ้างสาธารณะ และเช่ารถตามลำดับการเดินทางไปภูหินร่องกล้านักท่องเที่ยวชาวไทยจะไปโดยรถยนต์ส่วนบุคคล รถทัวร์ รถรับจ้างสาธารณะ และเช่ารถ ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะไปโดยรถทัวร์ และเช่ารถสถานที่สุดท้ายคือ น้ำตกแก่งโสภา นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะไปโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะไปโดยรถทัวร์ (ตารางที่ 25)

ในด้านความพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากบริการขนส่งหรือพาหนะที่ใช้สำหรับการเดินทางในตัวอำเภอเมือง อยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวค่อนข้างพอใจ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพอใจสูงกว่า การเดินทางไปวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ นักท่องเที่ยวมีความพอใจต่อพาหนะที่ใช้ค่อนข้างสูง ทั้งนี้เพราะส่วนมากจะไปโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ซึ่งให้ความสะดวกสบายในการเดินทางอยู่แล้ว สำหรับการเดินทางไปภูหินร่องกล้า และน้ำตกแก่งโสภาอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ และเฉย ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเกิดจากปัญหาเส้นทางคมนาคมที่ยังไม่สะดวกพอ

### (3) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านอาหาร

การแวะรับประทานอาหารสำหรับบริเวณภูหินร่องกล้า และน้ำตกแก่งโสภา ของนักท่องเที่ยวมีบ้างเป็นส่วนน้อย ทั้งนี้เพราะในบริเวณดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยว มีเป็นจำนวนน้อยกว่าที่อื่น ๆ แต่สำหรับในตัวอำเภอเมืองพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 42.11 จะเลือกทานอาหารในร้านอาหารทั่วไป แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 68.52 จะเลือกทานอาหารจากร้านประเภทภัตตาคารมากกว่า สำหรับที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวจะไม่ได้แวะรับประทานอาหาร และส่วนใหญ่ร้านอาหารในบริเวณนี้จะเป็นแผงขายอาหาร ส่วนที่บริเวณภูหินร่องกล้า และน้ำตกแก่งโสภา นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเลือกทานอาหารจากร้านอาหารทั่วไป และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศก็เช่นเดียวกัน จะแวะรับประทานอาหารจากร้านอาหารทั่วไป และจากแผงขายอาหารเป็นส่วนใหญ่ (ตารางที่ 26)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากบริการร้านอาหาร พบว่าร้านอาหารในเมือง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนที่ภูหิน

รองกล้า และน้ำตกแก่งโสภา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะมีความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

(4) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจสหนาการและบันเทิง

ประเภทของแหล่งบันเทิงหรือธุรกิจสหนาการของพื้นที่ศึกษามีอยู่ 4 บริเวณ คือ ในตัวอำเภอเมือง วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ภูหินร่องกล้า และน้ำตกแก่งโสภา พบว่า ในตัวอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจไปใช้บริการกันน้อย คือประมาณร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ และยิ่งถ้าเป็นบริเวณนอกอำเภอเมืองได้แก่ บริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ภูหินร่องกล้า และน้ำตกแก่งโสภา นักท่องเที่ยวจะไม่ให้ความสนใจเลย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริเวณดังกล่าวยังขาดแหล่งบันเทิงหรือธุรกิจสหนาการในพื้นที่นั่นเอง แหล่งบันเทิง หรือธุรกิจสหนาการในตัวอำเภอเมืองส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจคือบาร์เบียร์ ดิสโก้เทค การแสดงโชว์ต่าง ๆ สวนสนุก และสวนสัตว์ ตามลำดับ (ตารางที่ 27)

ในด้านความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบ และบริการของบริการบันเทิงที่ใช้ส่วนใหญ่แล้ว พบว่าความพอใจของนักท่องเที่ยวในตัวอำเภอเมืองมีระดับสูงกว่าที่อื่น ๆ

(5) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านอาหารที่ระลึก

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มักจะ ไม่ซื้อสินค้าที่ระลึกไม่ว่าจะเป็นจุดท่องเที่ยวจุดใด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ซื้อสินค้าที่ระลึกนั้น ในเขตอำเภอเมืองร้อยละ 39.47 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยซื้อตามร้านค้า ร้อยละ 15.79 ซื้อตามแผงลอย/เพิง ส่วนที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุและบริเวณน้ำตกแก่งโสภาพนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อสินค้าที่ระลึก สำหรับที่ภูหินร่องกล้านักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 57.89 ซื้อจากร้านแผงลอย/เพิง และซื้อตามร้านค้า เป็นจำนวนร้อยละ 36.84 (ตารางที่ 28)

ในด้านความพึงพอใจในการซื้อสินค้าที่ระลึกนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ซื้อสินค้าที่ระลึกจะมีความพอใจในสินค้าที่ตนเองซื้อไปและพอใจในบริการที่ได้รับจากร้านค้าต่าง ๆ

5.2.4 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ขอแสดงความคิดเห็น และในส่วนที่แสดงความความคิดเห็นพอสรุปได้ว่า ในบริเวณอำเภอเมือง และบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ นักท่องเที่ยวต้องการ

เพิ่มเติมในเรื่องของการรักษาศิลปะ และวัฒนธรรม การบริการด้านสินค้า การปรับปรุงด้าน การคมนาคม และการให้อำนาจสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตลอดจนการรักษาความปลอดภัย ส่วนบริเวณภูหินร่องกล้า และน้ำตกแก่งโสภา นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ปรับปรุงเกี่ยวกับ เรื่องการบริการร้านอาหาร บริการที่พักแรม บริการเรื่องธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเป็นอันดับ แรก ๆ ส่วนการพัฒนาสถานที่พักผ่อน ปรับปรุงระบบการคมนาคม ตลอดจนรักษาศิลปะ และ วัฒนธรรม และรักษาความสะอาด และสภาพธรรมชาติเป็นอันดับรองลงมา

เมื่อได้เปรียบเทียบกันระหว่างความเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความเพียงพอ ของธุรกิจต่าง ๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้กับศักยภาพของแต่ละบริเวณจะสามารถรองรับได้หรือสรุปได้ว่า ใน บริเวณอำเภอเมือง นักท่องเที่ยวเห็นว่าธุรกิจประเภทร้านอาหารทั่ว ๆ ไป ยังมีค่อนข้าง ไม่เพียงพอ ในขณะที่ธุรกิจประเภทอื่นก็ควรได้รับการสนับสนุนให้มีเพิ่มเติม เช่น สถานที่พัก แรม ธุรกิจการนำเที่ยว บริการขนส่ง และร้านขายของที่ระลึกที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ เมื่อ เปรียบเทียบจากเหตุผลและทัศนะของนักท่องเที่ยวเห็นว่า ร้านขายของที่ระลึกยังมีไม่เพียงพอ ในขณะที่เดียวกันก็ควรเพิ่มเติมธุรกิจนำเที่ยว ร้านขายอาหาร บริการขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในขณะที่ภูหินร่องกล้า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่า ควรเพิ่มเติมสถานที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ให้มากกว่าที่เป็นอยู่ แต่ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ที่น้ำตกแก่งโสภาเห็นว่า ธุรกิจที่พักแรมอยู่ในระดับต่ำกว่าธุรกิจประเภทอื่น ส่วนธุรกิจนำเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จะอยู่ในระดับปานกลาง ไม่สูงนัก ซึ่งก็พอ ๆ กับธุรกิจร้าน

ขายอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และบริการขนส่ง

**6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดพิษณุโลก**

**6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้รับจากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว**

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวใน 4 บริเวณของจังหวัดพิษณุโลก

เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบ และความสามารถที่จะลงทุนธุรกิจประเภทต่าง ๆ จำนวนผู้ประกอบการ

ธุรกิจรวม 133 ราย เป็นผู้ประกอบธุรกิจโรงแรม ร้านขายอาหารร้านจำหน่ายของที่ระลึก

ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจสหกรณ์การ ส่วนนักท่องเที่ยวมีจำนวน 114 ราย

6.1.1

6.1.2 ความคิดเห็นต่อการลงทุน จึงเป็นการให้ทัศนะที่ค่อนข้างมีน้ำหนัก และวิทางที่จะ เป็นไปได้สูง ปรากฏว่าการลงทุนที่มีผู้เสนอมากที่สุด คือ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง รองลงมา คือ ธุรกิจสหกรณ์การ ธุรกิจสถานที่พักแรมบริเวณภูหินร่องกล้า และน้ำตกแก่งโสภา และสิ่งที่

ควรปรับปรุงคือ ธุรกิจร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานด้าน  
 บริการการคมนาคมขนส่ง เช่น ทางด้านแหล่งท่องเที่ยวก็ควรได้รับการบูรณะศิลปะวัฒนธรรม และ  
 สิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

ซึ่งมีแนวโน้มจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปชมธรรมชาติมากที่สุด ในจังหวัด ความมีการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น

ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเน้นให้เห็นถึงลักษณะ  
 ธรรมชาติและให้เด่นชัดขึ้น และที่สำคัญพบว่าธุรกิจที่หนักแรมเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและนำลงทุนมาก  
 รองลงมาคือธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจเพื่อการลันทนาการ, ธุรกิจน้ำเที่ยว การคมนาคมตลอดจน  
 การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

6.2 การลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูลการวางแผนและการศึกษา  
 ของสถาบันการศึกษา และแผนพัฒนาของรัฐ

(1) การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจที่หนักแรม อาศัยจากข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากการศึกษา  
 และทัศนคติที่สำรวจได้ ประกอบกับผังโครงสร้างของจังหวัดพิษณุโลก ที่มีโครงการส่งเสริม  
 อุตสาหกรรมรายพื้นที่ซึ่งพิจารณาจากเกณฑ์ของเส้นทางคมนาคม วัตถุประสงค์ ความสัมพันธ์ระหว่าง  
 กลุ่มชุมชนในปัจจุบันและอนาคต และขอบเขตการปกครองได้เสนอแนะให้มีการลงทุนประเภท  
 อุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวกับท่องเที่ยว ในกลุ่มที่ประกอบด้วยเขตอำเภอเมือง กลุ่มน้ำตก เส้นทาง  
 พิษณุโลก-หล่มสัก กลุ่มเขาค้อ-หินร่องกล้า และกลุ่มน้ำตก จากสภาพของธุรกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน  
 และสภาพพื้นฐานแวดล้อมจัดว่ากลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมือง เป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับกลุ่ม  
 ท่องเที่ยวอื่น ๆ ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับกลุ่มท่องเที่ยวอื่น ๆ ตลอดจนเป็นศูนย์กลาง  
 ในการให้บริการด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และแหล่งบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวได้ทุกระดับ  
 แต่เมื่อพิจารณาถึงสภาพธุรกิจที่หนักแรมที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมืองแล้วส่วนใหญ่ จะเป็น  
 โรงแรมที่มีระดับ C เกือบครึ่งเป็นโรงแรมเก่าที่มีอายุการก่อสร้างเฉลี่ยมากกว่า 10 ปี อย่างไรก็ตาม  
 ก็ตามจากการประมาณจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยว  
 จะยังคงเพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยวและจากการสำรวจพบว่าควรจำกัดการขยายตัว  
 ของที่พักแรมในระดับดี เนื่องจากผู้พักแรมชาวไทยไม่นิยมเข้าพัก เพราะเสียดค่าใช้จ่ายสูง ส่วน  
 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นยังคงมีจำนวนน้อย ทำให้อัตราการพักแรมต่ำ เป็นที่คาดว่า  
 จำนวนที่พักแรม ในระดับดีจะยังคงเพียงพอสำหรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรให้  
 มีการขยายตัวที่พักแรมในระดับกลางและระดับต่ำตามความต้องการของตลาด ส่วนกลุ่มน้ำตกเล่น



ทางพิษณุโลก-หล่มสัก กลุ่มเขาค้อ-หินร่องกล้า และกลุ่มน้ำตก ซึ่งเป็นกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว  
 ธรรมชาติอันมีแนวโน้มเริ่มได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากในขณะนี้ ช่างขาดบริการ  
 ด้านที่พัก ส่วนทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาถึง  
 สถานธุรกิจที่พักแล้วพบว่า มีข้อจำกัดในด้านความสามารถในการชักจูงใจ หรือสร้างความสนใจ  
 ให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักแรม ดังนั้นสถานที่พักแรมควรประกอบด้วยส่วนประกอบและสิ่ง  
 อำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครัน มีบริการที่จำเป็น อาทิ รถบริการรับ-ส่งให้นักท่องเที่ยว  
 บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว บริการด้านโทรคมนาคมประเภทโทรศัพท์ทางไกล  
 เทเลกซ์ เทเลแฟกซ์ (Fax) เพื่อรองรับความต้องการของแขกที่จะมาพักแรมและต้องการติดต่อทาง  
 ธุรกิจ สระว่ายน้ำ บาร์ ดิสโก้เทค ไนท์คลับ สถานที่ออกกำลังกาย

#### เหตุผลที่สนับสนุนข้อ เสนอแนะมีดังนี้

- 1) การมีมาตรการในการสนับสนุนโครงข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก โดยจัดให้กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมือง เป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอื่น
- 2) การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนล่าง จะทำให้ความต้องการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจและการท่องเที่ยวสูงมากขึ้น

(2) การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร จากข้อมูลที่ได้ทำการสำรวจทั้งจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ธุรกิจร้านอาหารมีโอกาสในการขยายตัวในอนาคต ร้านอาหารควรจะมีอาหารหลาย ๆ ประเภทไว้บริการนักท่องเที่ยว มีการตกแต่งภายในร้านบ้าง และควรมีการรักษาความสะอาดภายในร้านด้วย นอกจากนี้ร้านอาหารอาจทำในรูปของสวนอาหาร เพื่อดึงดูดผู้ที่ต้องการทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศแบบธรรมชาติ

#### เหตุผลที่สนับสนุนข้อ เสนอแนะมีดังนี้

- 1) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในธุรกิจด้านนี้ที่เห็นว่า ในอนาคตเมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ความต้องการในการบริโภคอาหารจะเพิ่มขึ้น
- 2) การสนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ทำให้การท่องเที่ยวขยายตัว เป็นสาเหตุให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มขึ้น จึงจำเป็นต้องมีธุรกิจร้านอาหารเพิ่มเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดมิชซูโลก

หลังจากได้มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยได้มีการประกาศปีท่องเที่ยวไทย เมื่อ พ.ศ. 2530 การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และได้มีการพยามพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวเพิ่มขึ้น มิชซูโลกเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เมื่อการท่องเที่ยวเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น ธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดมิชซูโลกย่อมขยายตัวตามไปด้วย

จากการศึกษาธุรกิจที่ควรลงทุนในที่นี้ เป็นเพียงการเสนอธุรกิจที่มีศักยภาพและลำดับความสำคัญในการลงทุนสูง ส่วนรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ นั้นก็ควรต้องมีการพิจารณาเพิ่มเติม สำหรับจังหวัดมิชซูโลกธุรกิจที่ควรลงทุนได้แก่ ธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ส่วนธุรกิจอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกันแต่อยู่ในอันดับรอง ๆ ลงไป

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะเป็นไปได้เพียงไรนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการลงทุนส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือทั้งจากภาครัฐบาล เอกชน และประชาชนในท้องถิ่นด้วย

ภาคผนวก

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของธุรกิจที่ฝึกแรม

หน่วย: ร้อยละ

ประเภทของที่ฝึกแรม	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
โรงแรม	80.00	88.89	0.00
ซิงกาโล	20.00	11.11	100.00
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอเมืองฉะเชิงเทรา  
จุดที่ 2 = น้าตกแก่งโสภา

ตารางที่ 2 แสดงถึงอำนาจความสะดวกของที่พักแรม

ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก	หน่วย : แห่ง						
	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3	รวม
ลอบบี้/ห้องรับแขก	16 (53.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (100.00)	10 (43.48)	2 (100.00)
ลิฟท์	5 (16.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (75.00)	1 (4.35)	1 (50.00)
ที่จอดรถ	24 (80.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	4 (100.00)	18 (78.26)	1 (50.00)
สวนธรรมชาติ	6 (20.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (75.00)	3 (13.04)	0 (0.00)
สระว่ายน้ำ	3 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (50.00)	1 (4.35)	0 (0.00)
อื่น ๆ	7 (23.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (75.00)	4 (17.39)	0 (0.00)
รวม	30 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	4 (100.00)	23 (100.00)	2 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 3 แสดงบริการในด้านต่าง ๆ ของที่พักแรม

ประเภทของบริการ	หน่วย: แห่ง						
	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3	ไม่ระบุ
ตู้ปรีทึบ	7	0	0	0	2	4	1
	(23.33)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(50.00)	(17.39)	(50.00)
บริการเรือกรก	13	0	0	0	3	9	1
	(43.33)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(75.00)	(39.13)	(50.00)
บริการซักรีด	16	0	0	0	3	12	1
	(53.33)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(75.00)	(52.17)	(50.00)
บริการจัดเลี้ยง/ประชุม	8	0	0	0	3	4	1
	(26.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(75.00)	(17.39)	(50.00)
ลาภิกงานชั่วคราว	1	0	0	0	1	0	0
	(3.33)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(25.00)	(0.00)	(0.00)
โทรศัพท์/โทรแฟกซ์	2	0	0	0	1	0	1
	(6.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(25.00)	(0.00)	(50.00)
อื่น ๆ	7	0	0	0	7	6	0
	(23.33)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(53.85)	(26.09)	(0.00)
ไม่มีบริการ	19	0	0	1	2	15	1
	(63.33)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(50.00)	(65.22)	(50.00)
รวม	30	0	0	1	4	23	2
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 4 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม

หน่วย : แห่ง

	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3	รวมระบุ
1 ปี	2 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	1 (4.35)	0 (0.00)
2 ปี	1 (3.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.35)	0 (0.00)
3 ปี	1 (3.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.35)	0 (0.00)
4 ปี	1 (3.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.35)	0 (0.00)
5 ปี	4 (13.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (50.00)	2 (8.70)	0 (0.00)
7 ปี	2 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	1 (4.35)	0 (0.00)
8 ปี	2 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (25.00)	1 (4.35)	0 (0.00)
9 ปี	1 (3.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.35)	0 (0.00)
10 ปี	2 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (8.70)	0 (0.00)
มากกว่า 10 ปี	13 (43.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	11 (47.83)	0 (100.00)
รวมระบุ	1 (3.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.35)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	30 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	4 (100.00)	23 (100.00)	2 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด B = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C1 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C2 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง  
 ขนาด C3 = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 5 แสดงลักษณะกลุ่มลูกค้าของที่พักแรม

หน่วย : ร้อยละ	
กลุ่มของลูกค้า	จำนวนของที่พักแรม
นักท่องเที่ยว	10.00
นักธุรกิจและอื่น ๆ	
1-20	5.00
21-40	15.00
41-60	5.00
61-80	40.00
81-99	25.00
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 6 แสดงอัตราการเข้าพักแรมในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season)

หน่วย : ร้อยละ		
อัตราการเข้าพัก	จุดที่ 1	จุดที่ 2
1-20	0.00 (5.88)	0.00 (0.00)
21-40	17.65 (29.41)	0.00 (0.00)
41-60	29.41 (29.41)	0.00 (66.67)
61-80	23.53 (17.65)	33.33 (0.00)
81-99	5.88 (0.00)	0.00 (0.00)
100	5.88 (0.00)	33.33 (0.00)
ไม่ระบุ	17.65 (17.65)	33.33 (33.33)
<b>รวม</b>	<b>100.00</b> <b>(100.00)</b>	<b>100.00</b> <b>(100.00)</b>

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอเมืองพิษณุโลก  
จุดที่ 2 = น้าตกแก่งโสภา

( ) หมายถึงอัตราการเข้าพักแรมช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)



ตารางที่ 7 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจของภัตตาคารและร้านอาหาร

หน่วย : ร้อย

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1-2 ปี	23 (31.08)	3 (42.86)	5 (27.78)	15 (30.61)
3-4 ปี	16 (21.62)	1 (14.29)	2 (11.11)	13 (26.53)
5-6 ปี	11 (14.86)	1 (14.29)	5 (27.78)	5 (10.53)
7-8 ปี	5 (6.76)	0 (0.00)	3 (16.67)	2 (4.08)
9-10 ปี	3 (4.05)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (6.12)
11-12 ปี	2 (2.70)	0 (0.00)	1 (5.56)	1 (2.04)
มากกว่า 12 ปี	13 (17.57)	2 (28.57)	2 (11.11)	9 (18.37)
ไม่ระบุ	1 (1.35)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.04)
จำนวนผู้ตอบ	74 (100.00)	7 (100.00)	18 (100.00)	49 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A รองรับลูกค้ามากกว่า 200 คน  
 ขนาด B รองรับลูกค้า 101-200 คน  
 ขนาด C รองรับลูกค้าไม่เกิน 100 คน

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 8 แสดงการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นในระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
สูงกว่า	2.63	0.00	0.00	14.29
เท่ากัน	60.53	55.17	100.00	71.43
ต่ำกว่า	36.84	44.83	0.00	14.29
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อາเภอเมืองพิษณุโลก  
จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ  
จุดที่ 3 = น้ำตกแก่งโสภา

ตารางที่ 9 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านอาหารที่รองรับนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
มากเกินไป	15.42	20.69	0.00	14.29
ค่อนข้างมาก	15.79	17.24	0.00	14.29
เพียงพอ	60.53	55.17	100.00	71.43
ไม่เพียงพอ	2.63	3.45	0.00	0.00
ไม่เพียงพอ	2.63	3.45	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอเมืองพิษณุโลก  
จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ  
จุดที่ 3 = น้ำตกแก่งโสภา

ตารางที่ 10 แสดงผลการฤทธิ์ของธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

ภาวะ	จำนวนร้าน
1-10	13.16
11-20	39.47
21-30	28.95
41-50	5.26
ไม่ระบุ	13.16
รวม	100.00

ตารางที่ 11 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
พนักงานไม่เพียงพอ	26.32
พนักงานไม่มีคุณภาพ	10.53
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	7.89
ขาดแคลนวัตถุดิบ	7.89
การแข่งขันสูง	5.26
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	2.63
หนี้สูง	5.26
เสียภาษีสูง	15.79
ข้อจำกัดของระเบียบราชการ	7.89
การคมนาคมไม่สะดวก	7.89
ขาดแคลนน้ำประปา	5.26
ขาดแคลนไฟฟ้า	2.63
อื่น ๆ	10.53
ไม่ระบุ	39.47

ตารางที่ 12 แสดงแนวโน้มของธุรกิจประเภทร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	จำนวนร้าน
ซึ่งสามารถขยายตัวได้อีก	52.63
มีการแข่งขันกันมาก	5.26
คงที่	18.42
ไม่ระบุ	23.68
รวม	100.00

ตารางที่ 13 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้า

หน่วย : ร้อย

	จุดที่ 1		จุดที่ 2	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
ผ้าไหม	0 (0.00)	1 (50.00)	1 (5.88)	3 (17.65)
ผ้าฝ้าย \ บาทิด	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (11.76)
ผ้าทอมือ	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	2 (11.76)
รวม	0 (100.00)	0 (100.00)	17 (100.00)	17 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมืองพิษณุโลก  
 จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 14 แสดงสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับกาย

หน่วย : ร้อย

	จุดที่ 1		จุดที่ 2	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	1 (5.88)
อัญมณี (เช่น พลอย/ไข่มุก)	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	1 (5.88)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	1 (5.88)
เครื่องถม	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	2 (100.00)	2 (100.00)	17 (100.00)	17 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองพิษณุโลก  
 จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 15 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับบ้าน/เครื่องใช้

หน่วย : ร้อย

	จุดที่ 1		จุดที่ 2	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (11.76)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	4 (23.53)
เครื่องถม	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (11.76)
ไม้/หวาย	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)	3 (17.65)
เครื่องเขิน	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
ผ้า	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.88)
เครื่องหนัง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	1 (50.00)	1 (5.88)	2 (11.76)
จำนวนผู้ตอบ	0 (100.00)	0 (100.00)	17 (100.00)	17 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมืองพิษณุโลก  
จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 16 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทรูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ

หน่วย : ล้านบาท

	จุดที่ 1		จุดที่ 2	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
รูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (11.76)
อื่น ๆ	1 (50.00)	1 (50.00)	7 (43.75)	8 (47.06)
จำนวนผู้ตอบ	2 (100.00)	2 (100.00)	17 (100.00)	17 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อากาศเมืองพิษณุโลก  
 จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ  
 ( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ



ตารางที่ 17 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจสินค้าของทีระสิก

หน่วย : ร้าน

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปีหรือน้อยกว่า 1 ปี	3 (15.79)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (15.79)
2 ปี	4 (21.05)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (21.05)
3 ปี	7 (36.84)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (36.84)
4 ปี	4 (21.05)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (21.05)
มากกว่า 10 ปี	1 (5.26)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.26)
จำนวนผู้ตอบ	19 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	19 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A เป็นร้านที่มีขนาดมากกว่า 2 คูหา  
 ขนาด B เป็นร้านที่มีขนาด 2 คูหา  
 ขนาด C เป็นร้านที่มีขนาด 1 คูหา

( ) หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 18 แสดงส่วนแบ่งของลูกค้าชาวอเมริกันธุรกิจสินค้าของทีระศึก

หน่วย : ร้อยละ

ส่วนแบ่ง	จำนวนร้าน
1-10	16.67
11-20	5.56
21-30	16.67
31-40	5.56
51-60	5.56
71-80	16.67
91-100	16.67
ไม่ระบุ	16.67
รวม	100.00

ตารางที่ 19 แสดง ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสินค้าของทีระศึก

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวนร้าน
ตลาดมีการแข่งขันสูง	27.78
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	5.56
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	5.56
ขาดแคลนวัตถุดิบ	16.67
ไม่มีปัญหา	61.11

ตารางที่ 20 แสดงการระบุหนี้สินฐานธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
6-10	38.89
11-15	11.11
16-20	22.22
21-25	5.56
26-30	5.56
มากกว่า 35	11.11
ไม่ระบุ	5.56
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 21 แสดงแนวโน้มฐานธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

ทิศทางของแนวโน้ม	จำนวนร้าน
ดีขึ้น	22.22
แย่ลง	5.56
คงที่	27.78
ไม่แน่นอน	44.44
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 22 แสดงเหตุผลในการเลือกสถานที่และระยะเวลาที่เข้าพักในที่นั้น

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
<b>สาเหตุที่เลือกไป</b>								
เพื่อชมธรรมชาติ	18.42	20.37	5.56	1.85	100.00	100.00	100.00	100.00
เพื่อชมศิลปวัฒนธรรม	44.74	35.19	77.78	87.04	0.00	0.00	0.00	16.67
เพื่อชมโบราณสถาน/ ประวัติศาสตร์	15.79	22.22	63.89	88.89	15.79	0.00	0.00	16.67
เพราะการเดินทางสะดวก	57.89	51.85	25.00	7.41	5.26	0.00	47.37	0.00
เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อม	44.74	57.41	19.44	0.00	5.26	0.00	42.11	0.00
อื่น ๆ	5.26	0.00	11.11	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>ระยะเวลาที่เข้าพักในที่นั้น</b>								
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	10.53	7.41	25.00	33.33	0.00	0.00	0.00	0.00
1-2 ชั่วโมง	13.16	7.41	47.22	37.04	15.79	0.00	42.11	16.67
ครึ่งวัน	36.84	16.67	25.00	12.96	68.42	0.00	42.11	16.67
1 วัน	23.68	44.44	2.78	16.67	15.79	50.00	15.79	66.67
2 วัน	13.16	14.81	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00
มากกว่า 2 วัน	2.63	9.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>จำนวนผู้ตอบ (คน)</b>	<b>38</b>	<b>54</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>19</b>	<b>2</b>	<b>19</b>	<b>6</b>

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่างทองเมืองศิษย์โลก
- จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
- จุดที่ 3 = กุฏิร่องกล้า
- จุดที่ 4 = น้ำตกแก่งโสภา

ตารางที่ 23 แสดงประเภทสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
ประเภทสถานที่พักแรม								
วังช้างแสนสุข	44.74	7.41	80.56	98.15	73.68	50.00	100.00	100.00
โรงแรม	31.58	83.33	8.33	1.85	0.00	0.00	0.00	0.00
บังกาโล/บ้านพัก	2.63	0.00	0.00	0.00	15.79	50.00	0.00	0.00
แพ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เกสต์เฮาส์	0.88	7.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	21.05	1.85	11.11	0.00	10.53	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	38	54	36	54	19	2	19	6

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองศิษณุโลก
- จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
- จุดที่ 3 = ภูหินร่องกล้า
- จุดที่ 4 = น้ำตกแก่งโสภา

ตารางที่ 24 แสดงประเภทธุรกิจจัดนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ไม่ได้ใช้บริการ	76.32	27.78	83.33	29.63	73.68	50.00	89.47	33.33
มีแค่เที่ยวอิสระ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
บริการจัดนำเที่ยว	21.05	70.37	16.67	70.37	26.32	50.00	10.53	66.67
บริการจองตั๋ว	2.63	1.85	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	38	54	36	54	19	2	19	6

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองพิษณุโลก
- จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
- จุดที่ 3 = กบินทร์บุรี
- จุดที่ 4 = น้ำตกแก่งโสภา

ตารางที่ 25 แสดงประเภทพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
	รถรับจ้างสาธารณะ	7.89	12.96	11.11	11.11	10.53	0.00	0.00
รถเช่า	7.89	1.85	5.56	1.85	5.26	50.00	0.00	16.67
รถประจำทาง	0.00	1.85	0.00	0.00	0.00	0.00	10.53	0.00
รถส่วนบุคคล	63.16	5.56	66.67	5.56	57.89	0.00	57.89	16.67
รถทัวร์	18.42	74.07	13.89	74.07	21.05	50.00	15.79	66.67
อื่น ๆ	2.63	5.56	2.78	7.41	15.79	0.00	15.79	0.00
จำนวนผู้ตอบ. (คน)	38	54	36	54	19	2	19	6

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองพิษณุโลก
- จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
- จุดที่ 3 = พิพิธภัณฑ์
- จุดที่ 4 = วัดกษัตริย์โกสุมพิสัย

ตารางที่ 26 แสดงประเภทธุรกิจร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
	ไม่ได้ใช้บริการ	21.05	1.85	58.33	79.63	36.84	50.00	36.84
ภัตตาคาร	18.42	68.52	0.00	3.70	10.53	0.00	0.00	0.00
ร้านอาหาร/คอฟฟี่ช็อป	42.11	18.52	13.89	12.96	47.37	50.00	47.37	0.00
เคียงขายอาหาร	18.42	18.52	19.44	3.70	5.26	0.00	15.79	33.33
รถเข็น/หาบเร่	10.53	3.70	8.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ร้านอาหารในโรงแรม	15.79	42.59	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	38	54	36	54	19	2	19	6

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อาเภอเมืองพิษณุโลก
- จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
- จุดที่ 3 = ภูหินร่องกล้า
- จุดที่ 4 = น้ำตกแก่งโสภา



ตารางที่ 27 แสดงประเภทธุรกิจสินค้าการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
ไม่ได้รับบริการ	78.95	70.37	97.22	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
สวนสนุก	2.63	1.85	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
บาร์/บีช	10.53	20.37	2.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ดีสโก้	15.79	11.11	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
การแสดงโชว์	2.63	3.70	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
สวนสัตว์	0.00	1.85	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เครื่องเล่นทางน้ำ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	38	54	36	54	19	2	19	6

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองพิษณุโลก
- จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
- จุดที่ 3 = ภูหินร่องกล้า
- จุดที่ 4 = น้ำตกแก่งโสภา

ตารางที่ 28 แสดงประเภทของร้านขายของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อแยกตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
ไม่ได้ซื้อ	47.37	70.37	61.11	72.22	21.05	100.00	84.21	100.00
ร้านแผงลอย/แผง	15.79	11.11	16.67	27.78	57.89	0.00	5.26	0.00
ห้าง	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ร้านค้า	39.47	25.93	25.00	3.70	36.84	0.00	10.53	0.00
ศูนย์การค้า/พลาซ่า	7.89	9.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	38	54	36	54	19	2	19	6

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองพิษณุโลก
- จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
- จุดที่ 3 = ภูดินร่องกล้า
- จุดที่ 4 = น้ำตกแก่งโสภา

ตารางที่ 29 แสดงทัศนคติของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ควรลงทุนเพิ่ม

หน่วย : ร้อยละ

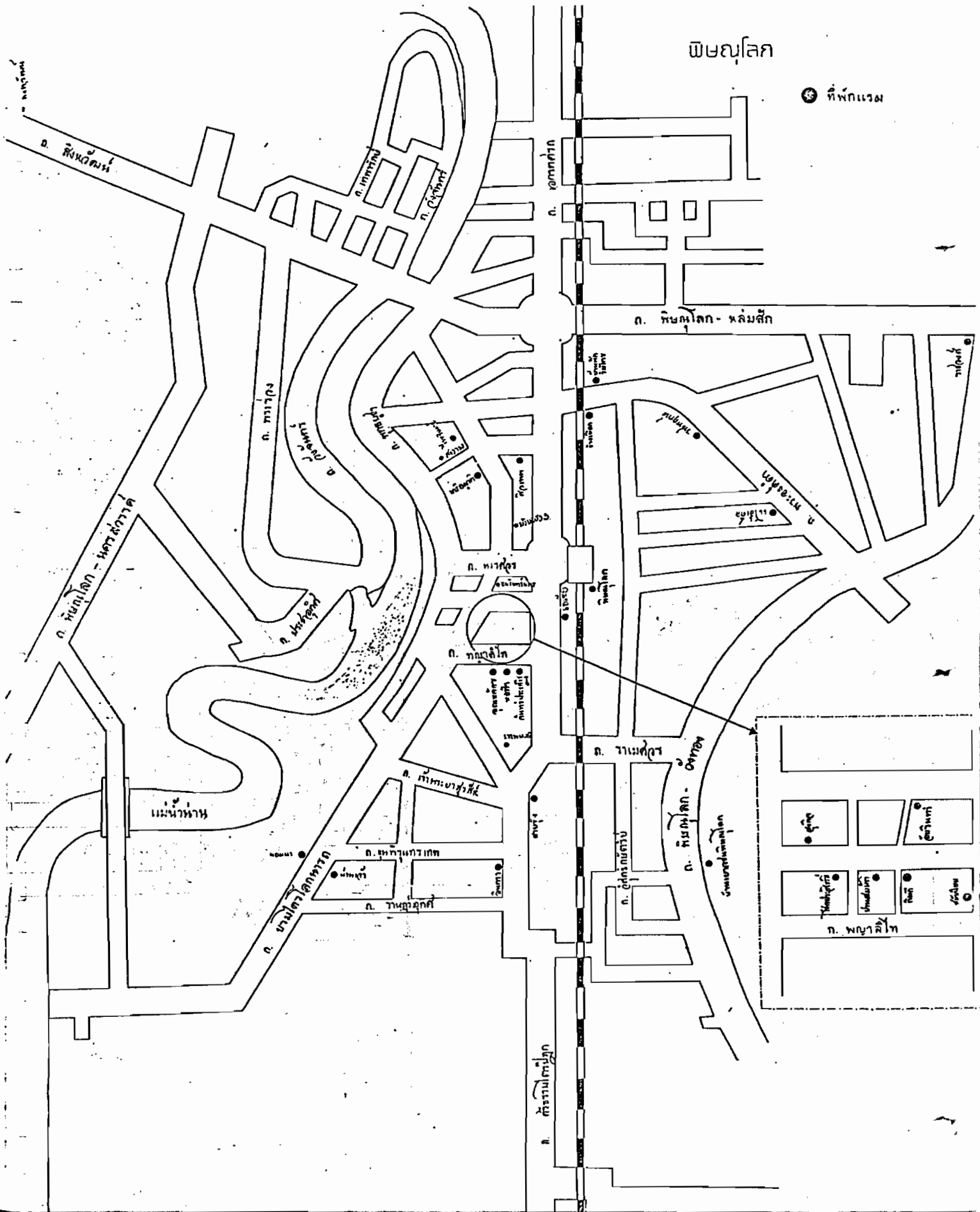
	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4
1.บริการด้านอาหาร	1.09	0.00	23.81	12.00
2.บริการด้านที่พัก	2.17	1.11	23.81	28.00
3.บริการด้านสินค้าทางการ	1.09	1.11	0.00	0.00
4.บริการด้านผลิตภัณฑ์ระลึก	2.17	6.67	23.81	12.00
5.บริการด้านการขนส่ง	4.35	5.56	4.76	12.00
6.การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์	0.00	0.00	0.00	0.00
7.บริการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว	3.26	3.33	0.00	0.00
8.ปรับปรุงจุดแวะพัก	0.00	0.00	9.52	0.00
9.การรักษาความสะอาด	0.00	0.00	0.00	0.00
10.บริการนำเที่ยว	1.09	0.00	0.00	0.00
11.การรักษาเสถียรภาพ และความปลอดภัย	2.17	3.33	0.00	0.00
12.การอนุรักษ์ศิลปและวัฒนธรรม	5.43	6.67	0.00	4.00
13.การรักษาสภาพธรรมชาติ	2.17	2.22	4.76	0.00
14.การศึกษาด้านอื่น ๆ	2.17	1.11	0.00	4.00
15.ไม่ระบุ	82.61	78.89	38.10	64.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	92	90	21	25

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ดบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

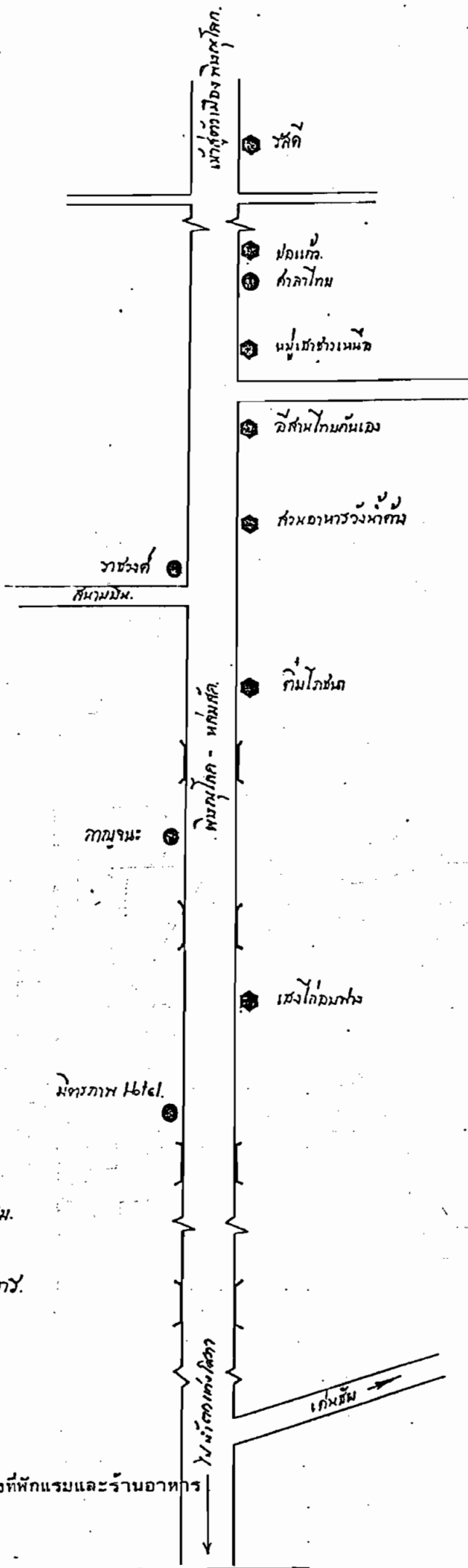
- จุดที่ 1 = อ่าเภอเมืองพิษณุโลก
- จุดที่ 2 = วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
- จุดที่ 3 = กหินร่องกล้า
- จุดที่ 4 = น้ำตกแก่งเส็ก



แผนภาพที่ 1 แสดงที่ตั้งของที่พักแรมบริเวณตัวเมืองจังหวัดพิษณุโลก

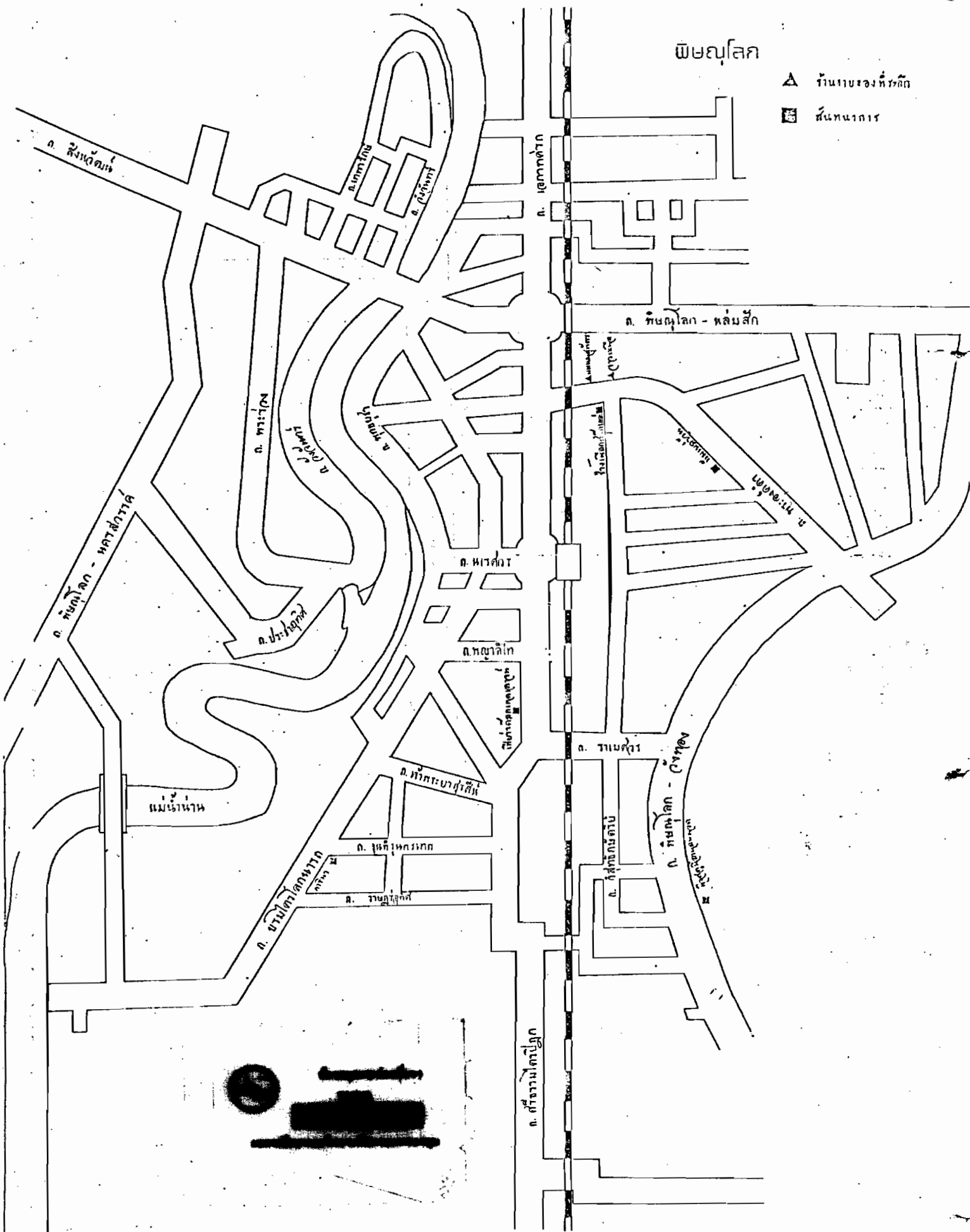


# พิษณุโลก



แผนภาพที่ 4 แสดงที่ตั้งของที่พักรแรมและร้านอาหาร

แผนภาพที่ 3 แสดงที่ตั้งของธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและธุรกิจสินทนาการ



พิบูลโลก

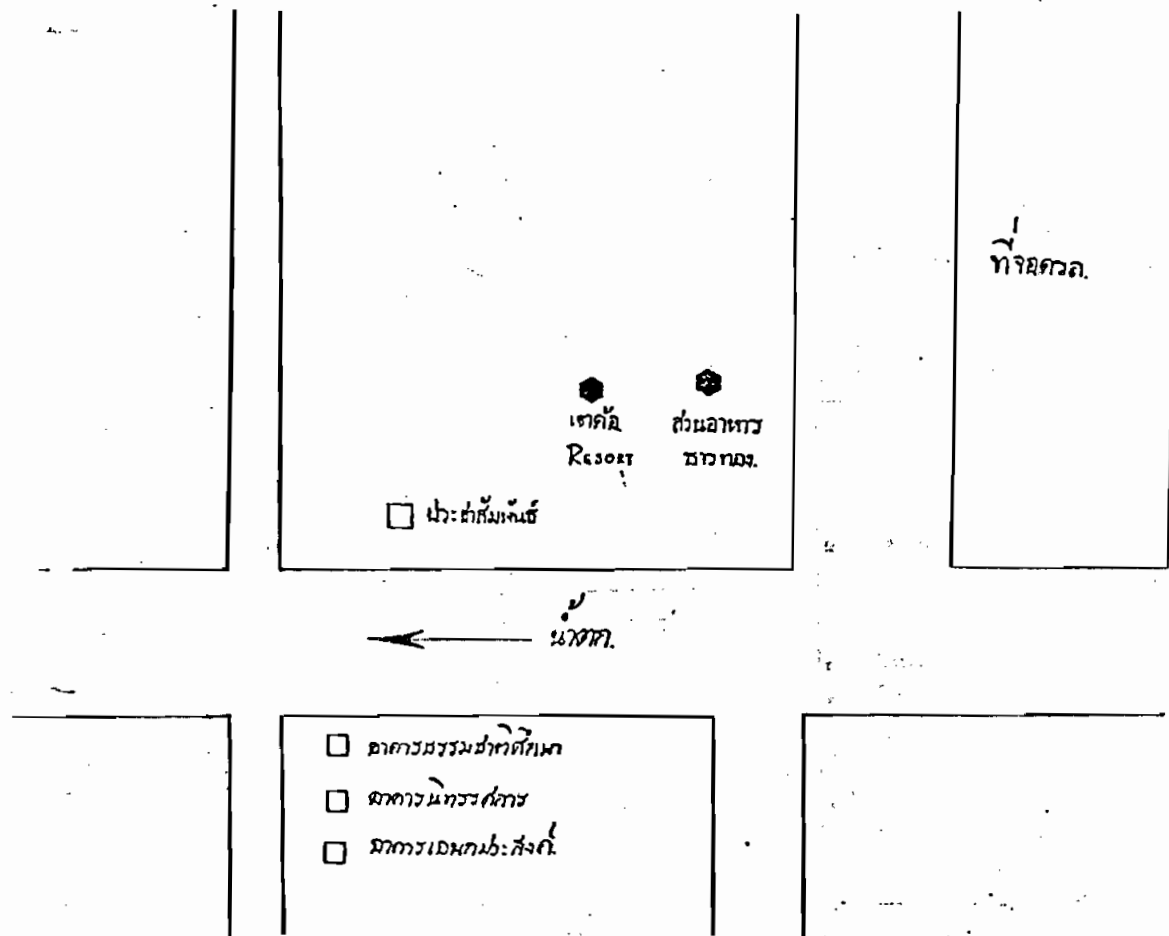
- ▲ บ้านขายของที่ระลึก
- สินทนาการ

แม่เจ้าหนาน

ถนนพราจีน

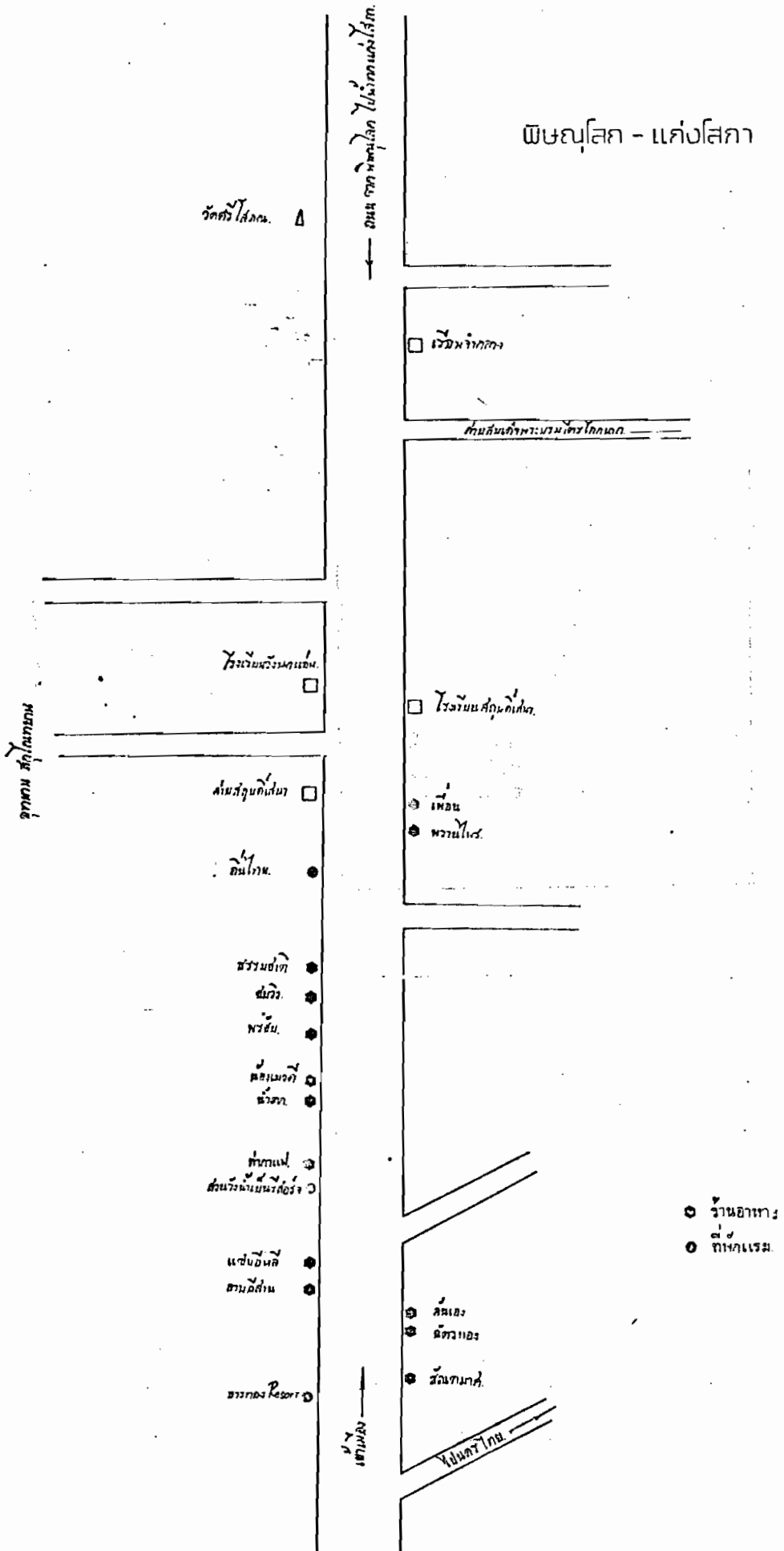


# น้ำตกแก่งไสภา อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง



แผนภาพที่ 6 แสดงที่ตั้งร้านอาหารบริเวณน้ำตกแก่งไสภา





แผนที่ 5 แสดงที่ตั้งของธุรกิจที่พักแรมและร้านอาหารในเส้นทางไปน้ำตกแก่งไทร



น้ำตกแก่งโสภกา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดพิษณุโลก



บริเวณหมู่บ้านร่องกล้า