



ห้องสมุดการทองเที่ยว

T06748



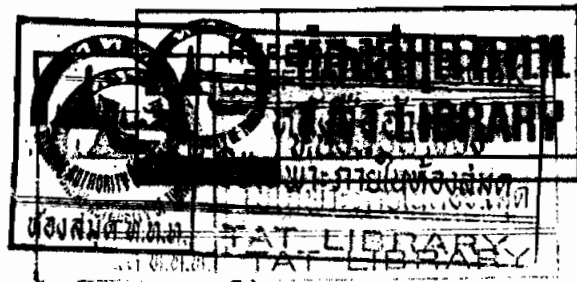
ผลการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์การลงทุน

ผลการศึกษา และวิเคราะห์สถานการณ์การลงทุนของ
ธุรกิจการท่องเที่ยว
ภาคใต้

เสนอต่อ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ขต
915.93072
จต
ฉ.1

เมษายน 2533



ผลการศึกษา และวิเคราะห์สถานการณ์การลงทุนของ
ธุรกิจการท่องเที่ยว
ภาคใต้

เสนอต่อ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

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

เมษายน 2533

บทนำ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

จังหวัดภูเก็ต

1.	ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัด	
	1.1 ลักษณะทางกายภาพ	1
	1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม	5
2.	บทบาทของจังหวัดภูเก็ต	6
3.	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว	6
4.	สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	
	4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ	7
	4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อมวลชน	17
5.	สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	
	5.1 จากการประมาณการ	19
	5.2 จากการสำรวจ	25
6.	แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดภูเก็ต	
	6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	29
	6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูล การวางแผน และการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ	29
	6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดภูเก็ต	31

สารบัญ

	หน้า
จังหวัดสงขลา	
1. ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัด	
1.1 ลักษณะทางกายภาพ	32
1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม	34
2. บทบาทของจังหวัดสงขลา	
2.1 การเป็นศูนย์กลางความเจริญ	35
2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	36
3. นโยบาย เป้าหมาย และรูปแบบของการพัฒนา	37
4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	
4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ	39
4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อมวลชน	50
5. สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	
5.1 จากการประมาณการ	52
5.2 จากการสำรวจ	57
6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดสงขลา	
6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	62
6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูล การวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ	62
6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดสงขลา	66

สารบัญ

	หน้า
จังหวัด สุราษฎร์ธานี	
1. ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัด	
1.1 ลักษณะทางกายภาพ	68
1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม	69
2. บทบาทของจังหวัดสุราษฎร์ธานี	
2.1 การเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ	70
2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	70
3. นโยบาย เป้าหมาย และรูปแบบของการพัฒนา	71
4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	
4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ	73
4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อสารมวลชน	88
5. สภาพ รูปแบบและลักษณะ ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	
5.1 จากการประมาณการ	91
5.2 จากการสำรวจ	96
6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานี	
6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	103
6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูล การวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ	103
6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี	109

สารบัญ

	หน้า
จังหวัด นราธิวาส	
1. ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัด	
1.1 ลักษณะทางกายภาพ	111
1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม	113
2. บทบาทของจังหวัดนราธิวาส	
2.1 การเป็นจังหวัดชายแดนอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจการค้าที่สำคัญ	115
2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	115
3. นโยบาย เป้าหมาย และรูปแบบของการพัฒนา	116
4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	
4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ	119
4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อมวลชน	130
5. สภาพ รูปแบบและลักษณะ ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส	
5.1 จากการประมาณการ	134
5.2 จากการสำรวจ	139
6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดนราธิวาส	
6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว	146
6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูล การวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ	147
6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดนราธิวาส	157

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. ธุรกิจสินค้านักการ

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

บทนำ

บทบาทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับได้ว่าเป็นความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยค่อนข้างสูง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่นำเงินตราเข้ามาสู่ประเทศในเกณฑ์ที่สูงเสมอมา โดยเฉพาะ ในช่วงที่ประเทศไทยต้องประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากการที่ภาวะเศรษฐกิจของโลกโดยทั่วไปตกต่ำสินค้าส่งออกของประเทศทั้งในภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมต้องประสบปัญหานานับประการ ทำให้การส่งออกของสินค้าลดลงเป็นจำนวนมากทั้งในทางปริมาณและมูลค่าแต่ในขณะเดียวกันรายได้จากการท่องเที่ยวกลับเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในฐานะที่เป็นแหล่งรายได้ที่นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสูงที่สุด

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

ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนอกจากการรณรงค์เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทย และการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวในประเทศไทย เดินทางท่องเที่ยวให้มากขึ้นแล้วยังจำเป็นที่จะต้องพยายามชักจูงให้นักท่องเที่ยวพำนักอยู่นานวันขึ้น และมีการใช้จ่ายมากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาอุปกรณ์ทางการท่องเที่ยวไว้คอยอำนวยความสะดวกสนองความต้องการและรสนิยมของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอเพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นระบบที่ครบวงจรและมีรูปแบบที่เหมาะสมสามารถสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

III ภาพรวมของการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ในภาคใต้

ภาคใต้เป็นพื้นที่ซึ่งมีสถานะทางเศรษฐกิจเป็นที่ล่องรองจาก ภาคกลาง (พิจารณาจากภูมิภาค) โดยมี สุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดศูนย์กลางพัฒนาทางภาคใต้ตอนบน และสงขลาเป็นศูนย์กลางพัฒนาทางภาคใต้ตอนล่าง ซึ่งทั้งสองจังหวัดมีศักยภาพในการพัฒนา ทางเศรษฐกิจเช่นเดียวกับการท่องเที่ยว เนื่องจากมีความได้เปรียบทางด้านทำเลที่ตั้ง การคมนาคม การค้าบริการ ตลอดจนการมีฐานทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งปริมาณและคุณภาพแจกเช่นเดียวกับ จังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดทางภาคใต้ของไทย นอกจากนี้จังหวัดนราธิวาส ก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่ทาง ททท. เห็นว่ามีศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว สำหรับภาพรวมของสภาพภาคการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวในภาคใต้ ตลอดจนทิศทางและแนวโน้มของแต่ละธุรกิจ สามารถแสดง ได้ดังนี้

1. ธุรกิจที่พักแรม

โดยทั่วไปธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญทั้ง 4 จังหวัดในภาคใต้ มีรูปแบบแตกต่างกันตามทำเลที่ตั้ง กล่าวคือ ถ้าเป็นธุรกิจที่พักแรมในเมือง จะมีลักษณะเป็นโรงแรม ในขณะที่ธุรกิจที่พักแรมตามจุดท่องเที่ยวชายหาด จะมีลักษณะเป็นบังกาโล หรือรีสอร์ทมากกว่า อย่างไรก็ตาม ธุรกิจที่พักแรมส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก และดำเนินการมานานปี โดยไม่มีรูปแบบของการจัดการตามหลักวิชาการ มาในระยะ 2-3 ปีหลังนี้ที่ธุรกิจที่พักแรม ได้พัฒนาขึ้นในรูปของโรงแรมขนาดกลางและใหญ่ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จนสามารถกำหนดอัตราค่าบริการให้มีระดับมาตรฐาน มากกว่าการแข่งขันกันตัดราคาแจกเช่นที่พบมากในธุรกิจที่พักแรมขนาดเล็กทั่วไป นอกจากนี้พบว่า อัตราการมาใช้บริการในธุรกิจที่พักแรมในภาคใต้มีความแตกต่างกันตามฤดูกาลท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญในภาคใต้ และเพื่อเป็นการขยายระยะเวลาการพักแรมของนักท่องเที่ยวด้วย ทิศทางของธุรกิจที่พักแรมในภูมิภาคนี้ จึงมีแนวโน้มเป็นการจัดสร้างเป็นธุรกิจที่พักแรมขนาดกลาง และขนาดใหญ่มากขึ้น โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งที่เกี่ยวกับการพักผ่อน การอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว ตลอดจนการให้ความบันเทิง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมต่อเนื่องหลายอย่าง แต่ทั้งนี้ การพัฒนาธุรกิจที่พักแรมในภูมิภาคนี้ จะต้องคำนึงสภาพแวดล้อมธรรมชาติเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในการพัฒนาธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดนราธิวาส คณะผู้ศึกษาเห็นควรให้มีการปรับปรุงสภาพของธุรกิจทั้งในรูปอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีอยู่ในปัจจุบันให้ดีขึ้น มากกว่าการจัดสร้างธุรกิจที่พักแรมเพิ่มขึ้น เนื่องจากจำนวนที่พักแรมที่มีอยู่เพียงพอแล้ว

2. ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจนี้อยู่ในรูปของร้านอาหารมากกว่า จะอยู่ในรูปของภัตตาคาร หรือคอฟฟี่ช็อป และเป็นธุรกิจที่เปิดดำเนินการในระยะ 2 ปีที่ผ่านมามากที่สุด เพื่อยอมรับกับการท่องเที่ยวที่ขยายตัว เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ เป็นธุรกิจที่สามารถก่อตั้งได้โดยไม่ยุ่งยาก หรือต้องการเงินทุนมากนัก พบว่า การดำเนินธุรกิจร้านอาหารในทุกพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญในภาคใต้ มีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยต่างมุ่งเน้นไปที่คุณภาพและลักษณะของอาหารที่ให้บริการ และจะกำหนดราคาจำหน่ายในระดับที่ใกล้เคียงกัน

ทิศทางของธุรกิจร้านอาหารในภูมิภาคนี้ อยู่ในรูปของการทรงตัวมากกว่าการขยายตัว ดังนั้น การพัฒนาธุรกิจจึงปรากฏในรูปของการปรับปรุงรายการอาหาร การฝึกอบรมพนักงานบริการ และการรักษาความสะอาดมากกว่า อย่างไรก็ตาม การจัดให้มีศูนย์อาหารทะเลสาบใหม่ ๆ จะสามารถสร้างจุดดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้มากกว่า การสนับสนุนให้มีเพียงธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

3. ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก

ส่วนใหญ่จะมีจำนวนร้านหนาแน่นในบริเวณอำเภอเมือง ยกเว้น ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีร้านขายสินค้าที่ระลึกมากบนเกาะสมุย ร้านค้าที่จำหน่ายโดยทั่วไปจะเป็นร้านขนาดเล็ก ยกเว้นร้านค้าในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นร้านขนาดใหญ่ และขนาดกลางมากกว่า สินค้าของที่ระลึกที่จำหน่ายเป็นหลักได้แก่ สินค้าที่ทำจากเปลือกหอย หรือปะการัง โดยมีนักท่องเที่ยวคนไทยให้ความสนใจมาใช้บริการของธุรกิจนี้ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึกส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านเงินทุน ในการขยายกิจการ ดังนั้น ทิศทางการดำเนินธุรกิจจึงอยู่ในรูปของการพยายามจัดหาสินค้าใหม่ ๆ หรือการจัดตั้งร้านมากกว่า ซึ่งคณะผู้ศึกษาเห็นว่า ถ้าสามารถจัดเป็นศูนย์รวมของร้านขายสินค้าที่ระลึก ที่มีลักษณะการค้าเป็นครบวงจรตั้งแต่ การจัดเตรียมวัตถุดิบ การผลิตและการจำหน่ายภายในศูนย์เดียวกัน จะสามารถสร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

4. ธุรกิจนำเที่ยว

ในสุโขทัยไม่พบว่า มีธุรกิจนำเที่ยว ขณะที่จังหวัดที่เหลือทั้งสามในภาคใต้ พบว่า มีธุรกิจนำเที่ยวอยู่หนาแน่นในแต่ละพื้นที่ กล่าวคือ ในจังหวัดภูเก็ตมีมากในเขตอำเภอเมือง ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีมากบนเกาะสมุย และในจังหวัดสงขลามีมากในเขตอำเภอหาดใหญ่ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก และดำเนินกิจการในรูปแบบของบริษัทนำเที่ยวให้กับบริษัทนำเที่ยว หรือขนส่ง มากกว่าจะมีลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวเต็มรูปแบบ ซึ่งพบว่า มีบ้างในจังหวัดภูเก็ต

สำหรับทิศทางการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวพบว่า ถ้าได้ปรับปรุงปัจจัยส่งเสริมพื้นฐานเกี่ยวกับ ระบบการคมนาคม ยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรือสำเภาที่สะดวกและปลอดภัย ตลอดจนถึงการยกระดับมาตรฐานการให้บริการนำเที่ยว จะมีผลให้นักท่องเที่ยวหันมาใช้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5. ธุรกิจขนส่ง

นอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจขนส่งในรูปแบบของสัมปทานที่กักหนตเส้นทางคมนาคม โดยเฉพาะทางบกไว้ชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายในจังหวัด หรือระหว่างจังหวัดโดย รถมินิบัส หรือรถสองแถวแล้ว พบว่า ธุรกิจส่วนหนึ่งดำเนินการด้วยการเป็นนายหน้าจำหน่ายตั๋วเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยว และอีกส่วนหนึ่งจัดรถไว้บริการให้เช่าแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะพบมากในจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และอเมริกันเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คุ้นเคยกับการเดินทางโดยขับขี้อยานพาหนะเอง

จากการประมาณจำนวนนักท่องเที่ยว ที่คาดว่าจะเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และภาวศึกษาหาแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดเพิ่มขึ้น ทำให้มีความต้องการที่จะพัฒนาเส้นทางคมนาคม และรูปแบบของธุรกิจขนส่งเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ การพัฒนาบางส่วนจะสำเร็จได้ด้วยการสนับสนุนของภาครัฐบาล เนื่องจากต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก อาทิ การสร้างท่าเรือน้ำลึก การสร้างทางรถไฟเชื่อมระหว่างสุราษฎร์ธานี และภูเก็ต เป็นต้น

จังหวัด	ประเภทของธุรกิจ	ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน											คะแนนรวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
ภูเก็ต	1. ธุรกิจที่พักแรม ขนาด B ขึ้นไป	12.8	9.1	2.7	2.4	2.4	1.2	2.4	2.7	2.1	-28.0	-7.0	+2.8
	2. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร โดยจัดตั้งศูนย์รวมอาหารทะเล	12.8	9.1	2.7	2.1	2.1	1.8	2.4	2.4	1.5	-12.0	-2.0	+22.9
	3. จัดตั้งศูนย์บริการและจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	12.8	7.8	2.1	1.8	2.1	2.4	2.4	2.1	1.8	-8.0	-2.0	+25.3
นราธิวาส	1. ธุรกิจจำหน่ายเที่ยว โดยเป็นธุรกิจจำหน่ายเที่ยวภายในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง	11.2	2.6	2.1	1.8	2.1	2.1	1.8	2.4	2.1	-8.0	-2.0	18.2
	2. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก	9.6	3.9	1.5	1.8	1.8	1.8	1.8	1.2	1.5	-8.0	-2.0	14.9
	3. ธุรกิจเพื่อการสัมมนาการ	12.8	7.8	3.0	1.8	2.1	1.2	1.8	2.1	1.8	-16.0	-4.0	14.4
	4. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร	11.2	3.9	2.1	1.8	2.1	1.2	2.4	1.8	1.2	-8.0	3.0	+16.7

ตารางแสดงการตัดสินใจ (Decision Matrix) ในการลงทุนธุรกิจต่าง ๆ ของภาคใต้

จังหวัด	ประเภทของธุรกิจ	ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน											คะแนนรวม
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
สุราษฎร์ธานี	1. ธุรกิจที่พักแรม ขนาด CI ขึ้นไป	14.4	10.4	2.7	2.7	2.7	1.8	3.0	2.7	2.4	-28.0	-5.0	+9.8
	2. ธุรกิจจัดนำเที่ยว โดยเฉพาะการนำเที่ยวทางทะเลด้วยเรือขนาดใหญ่ที่มีมาตรฐานและมีความปลอดภัยสูง และการนำเที่ยวตามเกาะขนาดใหญ่	14.4	7.8	2.7	2.7	2.4	1.5	1.8	2.4	1.8	-16.0	-2.0	+19.5
	3. ธุรกิจขนส่ง โดยเฉพาะการวางท่าเทียบเรือขนาดใหญ่	11.2	7.8	2.4	2.7	2.1	1.5	2.4	2.1	2.1	-24.0	-3.0	7.3
	4. ธุรกิจเพื่อการพักผ่อนการ โดยเฉพาะในรูปแบบใหม่ที่ยังไม่แพร่หลาย เช่น การยกยวนนเรือยอร์ช หรือการให้เช่าอุปกรณ์ของกีฬาทางน้ำ	12.8	5.2	2.4	2.4	2.4	1.5	2.4	2.1	1.5	-20.0	-4.0	+8.7
	5. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร โดยจัดตั้งศูนย์รวมอาหารทะเลนานาชาติ (International Seafood Center) มีอาหารทะเลทุกชนิดไว้บริการ	14.4	9.1	2.7	2.4	2.7	1.8	3.0	3.0	1.9	-12.0	-3.0	+26.2
	6. จัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวไว้ที่เกาะสมุย โดยการตั้งศูนย์พัฒนารวมของภาคใต้ เช่นมีถนนเดินริ้ว ทางแสดงต่างๆ นอกจากนี้ ควรมีศูนย์รวมสินค้าทะเลอีกด้วย	11.2	7.8	2.1	2.1	2.1	2.4	2.4	1.8	2.1	-8.0	-3.0	+22.0
สงขลา	1. ธุรกิจที่พักแรม ขนาด B ขึ้นไป	11.2	10.4	2.4	2.7	2.7	1.8	2.7	2.7	2.4	-16.0	-3.0	+19.0
	2. ธุรกิจจัดนำเที่ยว โดยเฉพาะการจัดเรือสำราญเที่ยวทางทะเลตามเกาะต่าง ๆ ซึ่งต้องเป็นเรือที่มีขนาดใหญ่และมีความปลอดภัยสูง หรือจัดเรือสำราญเที่ยวในทะเลสาบ	12.8	9.1	2.4	2.1	2.1	1.5	2.1	2.4	2.4	-16.0	-2.0	+18.0
	3. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร โดยจัดตั้งศูนย์รวมอาหารทะเล หรือจัดตั้งภัตตาคารบนแพที่ย้ายไปทะเลสาบ และเป็นบ้านที่มีขนาดใหญ่	12.8	9.1	2.4	2.7	2.4	1.8	2.7	2.7	1.8	-12.0	-4.0	+22.4
	4. ธุรกิจขนส่ง โดยสร้างกระเช้าไฟฟ้าไปยังเขาตังกวน	11.2	3.9	1.8	2.1	2.4	1.2	2.7	1.8	2.4	-20.0	-7.0	2.5
	5. ธุรกิจเพื่อการพักผ่อน จัดตั้งสนามยกยวน หรือให้เช่าอุปกรณ์กีฬาทางทะเล	11.2	5.2	2.4	2.4	2.1	1.5	2.4	2.4	1.8	12.0	4.0	+15.4

6. ธุรกิจเพื่อการล้นทางการ

ธุรกิจเพื่อการล้นทางการในจังหวัดภาคใต้ส่วนใหญ่อยู่ในรูป ของการให้ความบันเทิงยามราตรี แก่นักท่องเที่ยว ตั้งแต่ในลักษณะของธุรกิจอาบอบนวด ดิสโก้/ไนท์คลับ และบาร์เบียร์ มากกว่า การให้บันเทิงทางกีฬา หรือการประกอบกิจกรรมยามกลางวันพบว่าธุรกิจหรือการล้นทางการส่วน หนึ่ง จัดดำเนินการโดยโรงแรม ได้แก่ ดิสโก้/ไนท์คลับ และอาบอบนวด และอีกส่วนหนึ่งจัดอยู่ใน รูปของธุรกิจเพื่อการล้นทางการโดยเฉพาะ ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ ธุรกิจบาร์เบียร์ เป็นสำคัญ

ธุรกิจเพื่อการล้นทางการโดยทั่วไป ยังคงมีการตื่นตัวในเรื่องการแข่งขันโดยเน้นการบริการไปยัง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากกว่าชาวไทย

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ธุรกิจเพื่อการล้นทางการยังมีแนวโน้มที่สามารถขยายตัวได้อีกมาก แต่จะต้องจัดรูปแบบการให้บริการให้มาตรฐานกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพ แวดล้อมธรรมชาติ ที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวอยู่ และอาจพัฒนารูปแบบของการลงทุนเกี่ยวกับการ จัดล้นทางการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถหาความบันเทิงยามกลางวันได้มากขึ้น อาทิ การจัดเครื่องกีฬาทางน้ำ การดำน้ำ เป็นต้น

เพื่อให้การลงทุนได้ทราบถึงความเป็นไปได้ สำหรับการลงทุนในธุรกิจประเภทต่างๆ ของแต่ละจังหวัด จึงได้มีการกำหนดระดับความสามารถ (Rating) ของแนวโน้มในการลงทุนในธุรกิจต่างๆ โดยปัจจัย ที่นำมาพิจารณาในการกำหนด Rating มีทั้งหมด 11 ตัว แบ่งเป็น ปัจจัยที่สนับสนุนการลงทุน 9 ตัว และ เป็นปัจจัยที่มีผลเสียต่อการลงทุน 2 ตัว ซึ่งรายละเอียดให้นำหน้าหน้าและการให้คะแนน แสดงในตาราง ต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน	ระดับน้ำหนัก	ระดับคะแนน				
		ต่ำ	ค่อนข้างต่ำ	ปานกลาง	ค่อนข้างสูง	สูง
1. อัตรากำไร	16	3.2	6.4	9.6	12.8	16.0
2. ยอดสาทรรมต่อเนื่อง	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. ทำเลที่ตั้ง	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. แผนการนิคม	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. สมมติให้น้ำหนักของปัจจัยที่สนับสนุนและปัจจัยที่มีผลเสียต่อการลงทุน มีน้ำหนักเท่ากันคือ = 50
2. เครื่องหมายระดับคะแนนปัจจัยที่สนับสนุนการลงทุน เป็นเครื่องหมายบวก ส่วนปัจจัยที่เป็นผลเสียต่อการลงทุน เครื่องหมายเป็นลบ

หากพิจารณาถึงความเหมาะสมในการลงทุนธุรกิจประเภทต่าง ๆ ของภาคใต้ โดยแยกพิจารณาเป็นรายจังหวัด สามารถจัดเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละธุรกิจได้ด้วยตารางการตัดสินใจ (Decision Matrix) ที่พิจารณาพร้อมกันจากผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน โดยการกำหนดน้ำหนักของปัจจัยต่าง ๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อการลงทุนจำนวน 11 ปัจจัย ตามวิธีการ Delphi Method ซึ่งตารางแสดงการตัดสินใจในการลงทุนมีดังนี้

เพื่อให้เป็นการตอบสนองแนวทางในการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ที่มุ่งจะปรับปรุงโครงสร้างการผลิตของประเทศ โดยมุ่งแก้ไขสภาพมิให้ชุมชนแต่ละชุมชนพึ่งรายได้จากผลผลิตการเกษตรแต่เพียงอย่างเดียว แต่พยายามใช้ทรัพยากรหรือความสามารถที่มีอยู่แล้วในแต่ละท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ตลอดจนสนับสนุนการเพิ่มรายได้และการจ้างงานให้กับประชาชนด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงมีความประสงค์ที่จะทำการสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีการลงทุนในกิจการประเภทต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ และเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มากขึ้น จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาข้อมูล และหาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว 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 ให้ได้มีส่วนร่วมในการะกิจที่สำคัญยิ่งนี้ และขอขอบคุณบรรดาหน่วยงานในภาครัฐบาล และภาคเอกชน ที่ได้ช่วยอุดหนุนให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

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 โดยมุ่งแก้ไขสภาพ มิให้ชุมชนแต่ละชุมชน พึ่งรายได้จากผลผลิตทางการเกษตรแต่เพียงอย่างเดียว

จากตารางการตัดสินใจดังกล่าวข้างต้น สามารถประเมินประเภทของธุรกิจที่ควรสนับสนุนในแต่ละจังหวัด ในภาคใต้ได้ดังนี้

1. จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีธุรกิจที่ควรสนับสนุนให้มีการลงทุน 5 ประเภทธุรกิจ ทั้งนี้ หลังจากที่ผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน ได้กำหนดระดับน้ำหนักของปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน จนได้คะแนนรวมเฉลี่ยตามที่ปรากฏในตารางข้างต้นแล้ว พบว่า ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีควรสนับสนุนให้มีการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจศูนย์อาหารทะเลระดับสากล ศูนย์ท่องเที่ยวซึ่งเป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมภาคใต้ และธุรกิจจัดนำเที่ยวมากที่สุด ตามลำดับ ส่วนธุรกิจที่พักแรมขนาด C1 ขึ้นไป ธุรกิจขนส่งด้วยการสร้างท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ และธุรกิจเพื่อการสังนนาการ เป็นประเภทธุรกิจที่มีคะแนนการสนับสนุน การลงทุนเชิงบวก แต่อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งหมายถึงว่า ธุรกิจประเภทหลังนี้ ยังอาจไม่ต้องรับ ร้อง ให้มีการลงทุน ณ ตอนนี้
2. จังหวัดสงขลา มีธุรกิจที่ควรสนับสนุนให้มีการลงทุน 5 ประเภทธุรกิจ ทั้งนี้หลังจากที่ผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน ได้กำหนดระดับน้ำหนักของปัจจัยที่มีผล ต่อการลงทุนจน ได้คะแนนรวมเฉลี่ยตามที่ปรากฏ ในตารางข้างต้นแล้ว พบว่า ในจังหวัดสงขลาควรสนับสนุนให้มีการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจ ศูนย์อาหารขนาดใหญ่ริมทะเลสาบสงขลา หรือบ้านแพ้วที่ท่องเที่ยวในทะเลสาบสงขลามากที่สุด รองลงมา ควรสนับสนุน ให้มีธุรกิจที่พักแรมขนาด B ขึ้นไป ธุรกิจจัดนำเที่ยวที่มีรูปแบบมาตรฐาน และธุรกิจเพื่อการสังนนาการ ตามลำดับ นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญยังคิดเห็นว่า ให้มีการพัฒนาธุรกิจขนส่ง โดยการสร้างกระเช้าไฟฟ้าไปยังเขาตังกวน ซึ่งจะเป็นการเสริมกับธุรกิจนำเที่ยวด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ระดับของน้ำหนักคะแนนที่กำหนดยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ
3. จังหวัดภูเก็ต มีธุรกิจที่ควรสนับสนุนให้มีการลงทุน 3 ประเภทธุรกิจ ทั้งนี้หลังจากที่ผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน ได้กำหนดระดับน้ำหนักของปัจจัย ที่มีผลต่อการลงทุนจน ได้คะแนนรวมเฉลี่ยตามที่ปรากฏ ในตารางข้างต้นแล้ว พบว่า ในจังหวัดภูเก็ตควรสนับสนุน ให้มีการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจศูนย์ผลิต /จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และศูนย์รวมอาหารทะเลมากที่สุด ส่วนธุรกิจที่พักแรมขนาด B ขึ้นไป ได้รับน้ำหนักของคะแนนการสนับสนุนในระดับที่ต่ำมาก

4. จังหวัดนครราชสีมา (อำเภอสุโขทัย) มีธุรกิจที่ควรสนับสนุนให้มีการลงทุน 4 ประเภทธุรกิจ ดังนี้หลังจากที่ผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน ได้กำหนดระดับน้ำหนักของปัจจัยที่มีผลต่อ การลงทุน ได้คะแนนรวมเฉลี่ยตามที่ปรากฏในตารางข้างต้นแล้ว พบว่า ในอำเภอสุโขทัย ควรสนับสนุนให้มีการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากที่สุด เพื่อสร้างจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยว นอกเหนือจากอาหาร ความบันเทิงจากหญิงบริการ หรือสิ่งบันเทิงยามราตรีเท่านั้น ซึ่งจะเป็นการขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น ส่วนธุรกิจที่ควรสนับสนุนให้มีการลงทุนในระดับรองลงมา ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และธุรกิจเพื่อการบันเทิงตามลำดับ

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.

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.

III ASSESSMENT OF INVESTMENT POTENTIAL FOR TOURISM AND RELATED INDUSTRIES IN THE SOUTHERN REGION

The Southern region is the second most prosperous region in Thailand after the Central region. Surat Thani is the growth centre in the upper south whereas Songkhla as the growth centre for the lower Southern region. Similar to Phuket which is the largest island province of the region, both of the provinces have high economic as well as tourism development potential. In addition to the scenic beauty of natural environment, these two provinces also enjoy a number of comparative advantages in terms of location, convenience of transport, level of development of service infrastructures. Narathiwat, the fourth selected province of the region, is also another province in the Southern region which is considered to have significant potential for tourism development. Assessment of tourism development potential of the provinces in this region, the directions of business growth are as follows :

1. Hotel business

- 1.1. Types of hotel establishment in Surat Thani, Songkhla, Phuket and Narathiwat differ according to the location. That is , hotel establishments located on beaches or within tourism sites tend to be built as bungalows or resorts. Most of these are small scale and often older establishments. In the past 2 to 3 years however, a number of medium and larger scale hotels have emerged in response to the growing demand from the booming tourism sector. Managements in these newer establishments, by comparison to the older establishments, are more standardized. Business concept is primarily one that is built on providing good services at standard costs rather than undercutting prices to attract customers, at the expense of the quality of service offered, which appear to be the common practice of the smaller establishments. Details from survey indicate that occupancy rate has a high seasonal variation.
- 1.2. In view of the expansion of the tourism sector and related the increase in demand for accommodation facilities due to both increase in tourist numbers and lengthening of period of stay, the direction for investment in hotel businesses in this region should be towards increasing the number of medium and large scale hotel establishments. Emphasis should also be on provision of quality service not only in relation to accommodation facilities but also in providing tourism information and entertainment. Given that most of the tourist sites in the Southern region are sites of natural scenic beauty, promotion of expansion of hotel facilities in this region should be in full consideration of and in harmony with the natural environment in which they are constructed. The case of

Narathiwat differ from the other three provinces. By comparison to the other three provinces of this region, level of development of the tourism sector of this province is lower. In consideration of the current level of demand and in realistic anticipation of the rate of growth of its tourism sector, priority should be given to improvement of existing building structures and of services rather than on increasing the number of establishments.

2. Restaurants/Food shops

2.1. Food industries in this region are more characterised by small food shops rather than by restaurants or coffee shops. Few of these food shops have been operating for more than 2 years. The increasing numbers have been mainly in response to the demand from the tourism sector. Food shops in all of the sites in this region can be said to be highly competitive in terms of price, quality and services.

2.2. Future trend of the food industry is more likely to stabilize rather than expand. Strategy for further development should therefore be to expand the range of dishes, training of servicing staff and greater care in cleanliness of food preparation and quality. Introduction of sea food centres could also be a better attraction to tourists and an alternative to services currently offered by small food shops.

3. Souvenirs

3.1. With the exception of Surat Thani where most souvenir shops are located in Samui, souvenir shops in other provinces are located in Muang district. The majority of establishments in Phuket are either large or medium scale in contrast to the other three provinces where small scale operations are more dominant. The most common type of souvenir are made from shells and corals. This type of product tend to attract the domestic Thai tourists than international tourists.

3.2. Most of the operators face a constraint in further expansion of their establishment through lack of capital. In order to expand the market however, it is essential to offer additional range of goods offered, with better design and display of goods (an approach which would not incur any larger capital needs than operators now have). A souvenir centre with displays of process of production from preparation of raw material, following the steps through to the finished product could be considered as an approach in attracting international tourists.

4. Tour Agents

- 4.1. With the exception of Narathiwat where no tour business, the other three provinces have a large number of tour businesses most of which are located in the major district of the province, i.e., Muang district of Phuket, Samui district of Surat Thani and Hat Yai district of Songkhla. Most of these are small scale businesses which are often acting agents of the tour or transport companies (and are not tour organizations as such).
- 4.2. In terms of future trend for development, development and improvement of basic services such as transport, standardization of transport vehicles especially boat and improvement of standard of tour guides are the factor which will have significant impact in increasing demand for expansion of this sector.

5. Transport

- 5.1. In addition to the routine inter-city land transport for inter-province and within provinces, some of the operators in transport business also act as travel agent for tourists. In Phuket and Surat Thani where there are larger number of international tourists, it is common also for these agents to provide services in terms of rental cars.
- 5.2. In anticipation of an increase in the number of tourists as well as of the number of potential sites, convenience accessibility to and from sites are essential. This may require not only improvement of transport infrastructures but also improvement of linkage network, such as the construction of the deep sea port in Phuket of the construction of the railway link between Phuket and Surat Thani. Similar to many the development of other social and economic infrastructures, private sector involvement is likely to be minimal. In this respect, the government will need to assume the leading role particularly in terms of financial contributions. Lastly, frequency, reliability and quality of travel services are also among the preconditions which must be fully developed in order to support growth of tourism sector.

6. Entertainment

- 6.1 The most common type of business entertainment in the Southern region night entertainment such as discos, night clubs, beer bar, and massage parlours. Establishments offering day time entertainment such as sports, are significantly lower in number. Competition is high with the target group being international tourists rather than domestic tourists.

6.2. Most of the operators interviewed hold optimistic views over further expansion of this business. There is also much scope for improvement and development to provide better quality as well as standard services. More attention should also be vested in expansion of day time entertainment activities. Water sports of various types for example are particularly suitable for the settings of natural environment in these provinces.

Summary results of Decision Making Matrix

Investment potential of the Southern region can be presented in the form, of decision matrix. The Delphi method which has been adopted for the preparation of this matrix, essentially captures the opinion of key resource persons on investment potential of various business enterprises. These are presented as weights used as basic indicator for assessment and comparison of investment needs and potential for business of various types in each provinces for this region. The results of the analysis are as follows :

Province	Business Type	Weight of Investment Potential											Total Scores
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Songkhla	5. Entertainment: Golf courses and water sports equipment for hire.	11.2	5.2	2.4	2.4	2.1	1.5	2.4	2.4	1.8	12.0	4.0	+15.4
	1. Hotel establishments above standard B.	12.8	9.1	2.7	2.4	2.4	1.2	2.4	2.7	2.1	-28.0	-7.0	+2.8
	2. Food shops and restaurants: Sea food centre.	12.8	9.1	2.7	2.1	1.8	2.4	2.4	1.5	-12.0	-2.0	+22.9	
	3. Centre for production and distribution of souvenirs.	12.8	7.8	2.1	1.8	2.1	2.4	2.4	1.8	-8.0	-2.0	+25.3	
	1. Tour arrangements for trips within and in nearby provinces.	11.2	2.6	2.1	1.8	2.1	2.1	1.8	2.4	2.1	-8.0	-2.0	+18.2
Narathiwat	2. Souvenirs.	9.6	3.9	1.5	1.8	1.8	1.8	1.8	1.5	-8.0	-2.0	+14.9	
	3. Entertainment.	12.8	7.8	3.0	1.8	2.1	1.2	1.8	2.1	1.8	-16.0	-4.0	+14.4
	4. Food shops and restaurants	11.2	3.9	2.1	1.8	2.1	1.2	2.4	1.8	1.2	-8.0	3.0	+16.7

Decision Matrix for investment in the Southern Region

Province	Business Type	Weight of Investment Potential											Total Scores
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Surat Thani	1. Hotel facilities of higher CI standard	14.4	10.4	2.7	2.7	2.7	1.8	3.0	2.7	2.4	-28.0	-5.0	+9.8
	2. Tour arrangements: Sea cruising trips on large vessels offering standard and safe services.	14.4	7.8	2.7	2.7	2.4	1.5	1.8	2.4	1.8	-16.0	-2.0	+19.5
	3. Transport investment with particular reference to large sea ports.	11.2	7.8	2.4	2.7	2.1	1.5	2.4	2.1	2.1	-24.0	-3.0	+7.3
	4. Entertainment: fishing and water sports equipment for hire.	12.8	5.2	2.4	2.4	2.4	1.5	2.4	2.1	1.5	-20.0	-4.0	+8.7
	5. International seafood centre	14.4	9.1	2.7	2.4	2.7	1.8	3.0	3.0	1.9	-12.0	-3.0	+28.2
	6. Establishment of tourism as well as a cultural centre in Samui.	11.2	7.8	2.1	2.1	2.1	2.4	2.4	1.8	2.1	-8.0	-3.0	+22.0
Songkhla	1. Hotel establishments above standard B.	11.2	10.4	2.4	2.7	2.7	1.8	2.7	2.7	2.4	-16.0	-3.0	+19.0
	2. Arrangements of boat trips either in the Songkhla lake or around the islands. Vessels must be large offering standard and safe services.	12.8	9.1	2.4	2.1	2.1	1.5	2.1	2.4	2.4	-16.0	-2.0	+18.9
	3. Food shops and restaurants: Sea food centre.	12.8	9.1	2.4	2.7	2.4	1.8	2.7	2.7	1.8	-12.0	-4.0	+22.4
	4. Transportation: Electric cable car up the Tanguan Hill.	11.2	3.9	1.8	2.1	2.4	1.2	2.7	1.8	2.4	-20.0	-7.0	+2.5

1. Surat Thani

Areas of investment potential in this province include the development on international seafood centre, the development of international cultural centre and tour organizations. In the case of increase of hotel facilities which are higher than standard C1, expansion of transport services through construction of large seaports and entertainment businesses, value of weights though positive are comparatively lower. The implication is therefore that investment in these activities should be given, at this particular, only low priority.

2. Songkhla

Potential areas for investment in Songkhla is the establishment of a large food centre to be located on the edge of Songkhla lake. Another activity which is attached much importance is along the lines that are already well established in Kanchaburi which is house rafts. Other areas of investment identified by the resource persons in order of priority as development of hotel facilities of higher than standard B, increase in the number of tour agents and variation of entertainment activities. Another activity which has also been noted but which have a lower weight is the construction of electric cable cars up the Tang Kuan hill.

3. Phuket

Two potential investment areas which has been attached top priority is the establishment of a centre for manufacturing and distribution of souvenirs. The other is the establishment of a sea food centre. Demand for hotel facilities of standard B and above on the other hand, although noted is attached relatively lower weight.

4. Narathiwat

With specific reference to Sungai Golok, areas which have been given high investment priority is the increase in number of tour agents. Currently, the image of the province is more a centre of night entertainment activities. The province does however have numerous other attractions in terms of cultural richness and natural sites but which are aspects which have not been fully developed or publicized. With additional efforts in the development of these areas, the tourist attraction of the province could thus be diversified and types of potential target groups expanded. Other areas of investment potential which have been identified, although with lower of priority, are food shop/restaurants, souvenirs and entertainment.

recommended that a centre be established offering all local souvenir products produced within the Demonstration of process of production as is done in Pa district of Chiang Mai province could also be one strategy for attracting tourists particularly international tourists.

4. Tour Agents

With the exception of ticket sales and booking for international travel, very little services are offered in terms of arrangements. Services in terms of tour guides are carried on an independent basis and are not attached as part of services of travel agencies. Given the relatively low level of development of this business, there is much scope

จังหวัดภูเก็ต

1. ลักษณะโดยทั่วไปของจังหวัดภูเก็ต

1.1 ลักษณะทางกายภาพ

1.1.1. ที่ตั้ง

จังหวัดภูเก็ตเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยตั้งอยู่ในภาคใต้ห่างจากกรุงเทพฯ 862 กิโลเมตร มีพื้นที่ 543.034 ตารางกิโลเมตร ส่วนกว้างที่สุดของเกาะเท่ากับ 21.3 กิโลเมตร ความยาวจากเหนือ จดใต้เท่ากับ 48.7 กิโลเมตร จังหวัดภูเก็ตแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 อำเภอ 17 ตำบล 106 หมู่บ้าน เขตอำเภอเมืองมีพื้นที่ 224 ตารางกิโลเมตร เขตอำเภอกาหลงและอำเภอกะทู้มีพื้นที่ 252 ตารางกิโลเมตร และ 67.034 ตารางกิโลเมตร ตามลำดับ ในพ.ศ. 2531 จังหวัดภูเก็ตมีจำนวนประชากร 152,111 คน เป็นชาย 75,366 คน หญิง 76,745 คน อาณาเขตของจังหวัดภูเก็ตมีดังนี้

ทิศเหนือเขตอำเภอกาหลง	จดทะเลจังหวัดพังงา
ทิศใต้เขตอำเภอเมือง	จดทะเลอันดามัน
ทิศตะวันออกเขตอำเภอเมือง	จดทะเลจังหวัดพังงา-กระบี่
ทิศตะวันตกเขตอำเภอเมืองกะทู้	จดทะเลอันดามัน

1.1.2. ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดภูเก็ต มีสภาพเรียวยาวจากเหนือไปใต้ สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาประมาณร้อยละ 77 ตัวเกาะภูเก็ตเป็นเกาะที่มีความสวยงามตามธรรมชาติของทะเลและหาดทราย เกาะเล็ก เกาะน้อย ปะการัง และทัศนียภาพอันสุนทรีย์ใต้ทะเลยอดเขาในเกาะภูเก็ตมีความสูงตั้งแต่ 200-500 เมตร จากระดับน้ำทะเล ยอดสูงที่สุดคือ เขาไม้แก้ว สิบสอง ซึ่งสูง 529 เมตร อยู่ในอำเภอกะทู้ใกล้หาดป่าตอง

1. 1. 3 ภูมิอากาศภูเก็ตมีภูมิอากาศแบบฝนเมืองร้อน มีลมฝนที่เริ่มประมาณกลางเดือนมีนาคม ถึงปลายเดือนพฤษภาคมพัดมาจากทิศตะวันตกจะมีฝนตกบ่อย/ค่า เป็นส่วนใหญ่ ช่วงนี้มีอากาศสบายๆ เหมาะกับการท่องเที่ยว และเหมาะกับการออกเรือ และในช่วงปลายเดือน ถึงเดือนตุลาคมนั้น ลมพัดมาจากทิศตะวันตกทำให้มีฝนสม่ำเสมอทางฝั่งตะวันออกของ เกาะ

1. 1. 4 ปริมาณน้ำฝนที่ตกลงสู่จังหวัดภูเก็ตนั้น มีจำนวนมากที่จัดอยู่ในระดับปานกลางของปริมาณ น้ำฝนที่ตกทั้งสิ้นในทางใต้ของประเทศไทย โดยมีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 2,480 มม./ปี ในช่วงเดือน กันยายนจะมีปริมาณฝนตกมากที่สุด คือประมาณ 389 มม. แต่ในเดือนกุมภาพันธ์ มีปริมาณน้ำฝนตก เฉลี่ยน้อยที่สุดประมาณ 27 มม.

1. 1. 5 อุณหภูมิในช่วงปลายฤดูแล้งติดต่อกับต้นฤดูฝนของจังหวัดภูเก็ตนั้น พบว่ามีอุณหภูมิสูงสุด ของแต่ละปีที่แตกต่างกันน้อยมากนั่นคือ ช่วงเดือนตั้งแต่กุมภาพันธ์-พฤษภาคม 4 เดือนดังกล่าวนี้ จะมีอุณหภูมิเฉลี่ย สูงถึงประมาณ 36.4 องศาเซลเซียส โดยเดือนเมษายนจะเป็นเดือนที่มีอากาศ ร้อนที่สุดในรอบปี ประมาณ 37 องศาเซลเซียส

1. 1. 6 สถานภาพทรัพยากรที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ปัจจุบันจังหวัด ภูเก็ตมีทรัพยากรทางด้านความงามของระบบนิเวศน์และสภาพแวดล้อม คือ

1) เกาะบริวาร เป็นเกาะต่างๆ ที่อยู่ไม่ห่างไกลจากเกาะภูเก็ตมากนัก ที่มีธรรมชาติสวยงามต่อการท่องเที่ยว โดยการนั่งเรือ ชมวิว ตกปลา เล่นน้ำ และดำน้ำชมปะการัง และความงามของธรรมชาติได้ทะเล เกาะบริวารที่สำคัญมี เกาะโหลง เกาะบอน เกาะไม้ท่อน เกาะเฮ เกาะพีพี เกาะราชาใหญ่ เกาะราชาน้อย และหมู่เกาะสิมิลัน ส่วนอีก 2 เกาะ ที่อยู่ติดกับเกาะภูเก็ตก็คือเกาะสิเหร่ และเกาะแก้วนิคมสาร

2) หาดป่าตอง อยู่ทางริมฝั่งทะเลด้านทิศตะวันตกของเกาะภูเก็ต มีสถาน แวดล้อมที่สวยงามมากด้วยความโค้งของหาดทรายที่ขาวประมาณ 3,500 เมตรหาดป่าตองอยู่ใน อ่าวที่มีความลึกปากอ่าวประมาณ 4 กิโลเมตร

3) หาดกะรน เป็นหาดที่อยู่ถัดลงมาทางทิศใต้ของหาดป่าตอง มีความยาว ของหาดประมาณ 3,500 เมตร เช่นกัน แต่มีระยะทางปากอ่าวที่สั้นกว่า (ประมาณ 1 กม.) และมีเนินทรายสูง ๆ ต่ำ ๆ สลับกันไปเป็นจุดเด่นของหาด

4) หาดกะตะ มี 2 หาด อยู่ถัดกันลงมา หาดกะตะใหญ่มีความยาวของ หาดประมาณ 1,750 เมตรด้วยความลึกของปากอ่าวประมาณ 1,300 เมตร หาดกะตะเล็ก มีความยาวด้วยความลึกของปากอ่าวประมาณ 250 เมตรเท่านั้น แต่หากนับหาดกะตะทั้ง 2 หาด รวมกันแล้วจะพบว่า ตั้งอยู่ในปากอ่าวของแหลมไทรทางตอนบนกับแหลมมูมิในทางตอนล่าง มี

ความลึกของปากอ่าวรวมทั้งสิ้นประมาณ 1,250 เมตร

5) อ่าวกมลา เป็นหาดที่อยู่ถัดขึ้นไปทางทิศเหนือของหาดป่าตอง มีความยาวของหาด ประมาณ 2,500 เมตร ด้วยความลึกของปากอ่าวประมาณ 1 กม.

6) หาดสุรินทร์ เป็นหาดที่อยู่ถัดขึ้นไปทางทิศเหนือของหาดอ่าวกมลา มีความยาวของหาด ประมาณ 800 เมตรที่อยู่ทางช่วงตอนล่างและคั่นหาดช่วงตอนบนเอาไว้ด้วยแหลมสนามกอล์ฟสมัยร.7 ที่ลาดชันอยู่ระหว่างกลาง ส่วนหาดตอนบนนั้น มีความยาวของหาด ประมาณ 500 เมตร ด้วยความลึกของปากอ่าวทั้งสิ้นประมาณ 500 เมตรเท่านั้น

7) แหลมพรหมเทพ เป็นแหลมที่อยู่ปลายล่างสุดของเกาะภูเก็ต เฉพาะส่วนที่เป็นแหลมนี้มีความกว้าง ประมาณ 100 เมตร และด้วยความยาวในแนวตะวันออกเฉียงเหนือ-ตะวันตกเฉียงใต้ ประมาณ 700 เมตร เป็นแหลมที่อยู่บนหน้าผาสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 85 เมตร

8) หาดในหาน เป็นหาดที่อยู่ถัดจากแหลมพรหมเทพขึ้นไปทางทิศเหนือ มีความยาวของหาด ประมาณ 700 เมตร ตั้งอยู่ในอ่าวหุบเขาของอ่าวมูมนอก ด้วยความลึกของปากอ่าว ประมาณ 1,500 เมตร เป็นหาดที่มีความลาดชันจนเกิดแหล่งน้ำขัง ทางด้านหลังของหาดที่เรียกว่าหนองหาน และบริเวณรอบ ๆ หนองหานที่อยู่หลังอ่าวมูมนอกถัดเข้ามาในหุบเขานี้เป็นพื้นที่ราบลุ่มที่แคบยาวไปทางต้นน้ำด้วยความยาว ประมาณ 2,750 เมตร

9) หาดราไวย์ เป็นหาดที่อยู่ถัดจากแหลมพรหมเทพไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือมีความยาวของหาดประมาณ 2,000 เมตร ด้วยความลึกของปากอ่าวประมาณ 500 เมตร บริเวณหลังหาดนี้เป็นที่พักอาศัยของชาวประมงที่เรียกว่า ชาวเล

10) หาดในยาง เป็นหาดที่อยู่ถัดจากสนามบินภูเก็ตลงไปทางทิศใต้ หากนับความยาวของหาดตั้งแต่ลานสนามบินลงไปจะมีความยาว ประมาณ 5,500 เมตร ส่วนที่อยู่ในอ่าวอ่าวทุ่งหญ้าอันเป็นสถานที่อุทยานแห่งชาติทางทะเล มีความลึกของปากอ่าว ประมาณ 1.25 กม. และยังมีปะการังที่ยังมีชีวิตอยู่ใกล้หาดนี้อีกด้วย

11) หาดไม้ขาว เป็นหาดที่อยู่ถัดจากหาดในยางขึ้นไป ทางด้านทิศเหนือจนสุดปลายเหนือสุดของเกาะภูเก็ต เป็นแนวหาดที่ค่อนข้างจะเป็นแนวตรงจากบริเวณสนามบินภูเก็ตขึ้นไปด้วยขนาดมุมเบเร่ิง ประมาณ 35 องศา หาดไม้ขาวนี้ เป็นส่วนหนึ่งของอุทยานแห่งชาติทางทะเลของหาดในยางมีความยาวของหาด ประมาณ 10,000 เมตร และเป็นหาดเดียวที่มีจึกจันทะเล ปรากฏในช่วงเดือน พ.ย-ก.พ. รวมทั้งมีเต่าทะเลขึ้นมาวางไข่ตามหาดทรายแห่งนี้ เป็นจำนวนมากกว่าที่อื่น

12) หาดแหลมกา เป็นหาดเล็กด้วยความยาว ประมาณ 300 เมตร อยู่ทางปลายแหลมกา อันเป็นแหลมกั้นระหว่างอ่าวฉลองกับหาดราไวย์ หาดนี้มีโรงแรมชั้นหนึ่งและเป็นแหล่งหาเช่าเรือท่องเที่ยว จึงทำให้เพิ่มคุณค่าของทรัพยากรในย่านนี้ให้สูงขึ้นไปอีกเป็นอย่างมาก

13) แหล่มสิงห์ เป็นหล่มเล็ก ๆ ที่กั้นระหว่างหาดสุรินทร์กับอ่าวกมลาเป็นหล่มที่มีชายหาดหินสวยงามอยู่ริมชายฝั่งทะเล แหล่มสิงห์มีความกว้างของหล่มเฉลี่ย ประมาณ 200 เมตร และมีความยาวของหล่ม ประมาณ 250 เมตร ทางด้านทิศใต้ของหล่มมีหาดทรายเล็ก ๆ ขนาดความยาวประมาณ 250 เมตร ที่วางตัวอยู่ในปากอ่าวเล็ก ๆ ที่มีความลึกของอ่าวประมาณ 250 เมตร เช่นกัน หาดหล่มสิงห์รวมกับภูมิประเทศของหล่มสิงห์แล้วทำให้ความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวบริเวณนี้โดดเด่นยิ่งขึ้น

14) อ่าวมะขาม อ่าวมะขามเป็นบริเวณที่ตั้งท่าเรือภูเก็ต รวมทั้งคลังสินค้าระหว่างประเทศ คลังน้ำมัน โรงงานถลุงแร่ดีบุก นอกนั้นบริเวณแห่งนี้ยังประกอบด้วย หาดทรายที่มีความยาวประมาณ 1,300 เมตร อยู่ 3 ช่วง เรียงกันไปตามความโค้งของอ่าวจากปลายแหลมหันมาถึงแหลมเขาขาดด้วยความงามของหาดทรายประกอบกับการมีฟาร์มเลี้ยงหอยใช้มูลและมีศูนย์วิจัยทางทะเลตั้งอยู่เพื่อการเลี้ยงสัตว์ทะเล กับกบวิกรมสัตว์น้ำ เพิ่มอีกด้วย จึงทำให้อ่าวมะขามเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง

15) อ่าวฉลอง เป็นอ่าวทางตอนใต้ของจังหวัดภูเก็ต มีชายหาดเป็นทรายและโคลนเลนด้วยขนาดความกว้างเฉลี่ยประมาณ 500 เมตร ทอดตัวตามความโค้งอันยาวเหยียดของอ่าวด้วยระยะความยาวประมาณ 13 กิโลเมตร บางแห่งมีสะพานไม้ทอดยาวไปในทะเลเพื่อการเข้าเรือไปตกปลาหรือไปท่องเที่ยวตามเกาะต่าง ๆ

16) วนอุทยานแห่งชาติน้ำตกตองไทร เป็นบริเวณน้ำตกขนาดเล็กในอุทยานแห่งชาติอันมีสวนรุกขชาติรื่นรมย์ อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติเขาพระเทว อันเป็นอุทยานสัตว์ป่าเปิดเพื่อการท่องเที่ยวของภูมิภาคในย่านนี้

17) เกาะสิเหร่ เป็นเกาะที่อยู่ติดกับเกาะภูเก็ตด้านทิศตะวันออก ถัดจากเขตเทศบาลเมืองภูเก็ตออกไป มีเนื้อที่ประมาณ 5,200 ไร่ โดยมีคลองท่าจีนแยกผืนเกาะออกไป แต่ถืออนุโลมนับเป็นเนื้อที่ส่วนหนึ่งของเกาะภูเก็ต เกาะนี้เป็นที่พักของชาวเลส่วนใหญ่ มีภูมิประเทศเป็นอ่าวเล็ก ๆ และมีหาดที่มีทิวทัศน์เป็นธรรมชาติอีกแบบหนึ่ง

18) เกาะแก้วพิสดาร เป็นเกาะเล็ก ๆ 2 เกาะ อยู่ในทะเลถัดออกไปจากปลายแหลมพรหมเทพทางทิศใต้สุดเกาะภูเก็ตลงไป ห่างจากปลายแหลมพรหมเทพ ประมาณ 1,100 เมตร จะถึงเกาะแก้วใหญ่ ส่วนเกาะแก้วน้อยอยู่ห่างออกไปทางทิศใต้ไปอีก ประมาณ 700 เมตร บริเวณรอบ ๆ เกาะนี้มีปะการังและธรรมชาติใต้น้ำที่สวยงาม รวมทั้งมีหาดทรายเล็ก ๆ ตามขอบเกาะนี้อีกด้วย

1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม

1.2.1 การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ต สามารถทำได้โดย

1.2.1.1 ทางรถยนต์ เริ่มต้นจากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางสายธนบุรี ปากท่อ (ทางหลวงหมายเลข 35) แล้วใช้ทางหลวงหมายเลข 4 โดยตลอดผ่านจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร อำเภอกระบุรี จังหวัดระนอง อำเภอกะเปอร์ อำเภอดูชะบุรี อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา อำเภอตะกั่วทุ่ง บ้านโคกกลอย ชำระสะพานสารสินเข้าจังหวัดภูเก็ต

1.2.1.2 ทางรถไฟ การเดินทางไปจังหวัดภูเก็ตโดยทางรถไฟ ใช้เส้นทางรถไฟสายใต้ โดยมีทั้งขบวนรถเร็วและรถด่วน ลงที่สถานีสุราษฎร์ธานี ระยะทาง 170 กม. แล้วต่อรถหัวรถไประยะสั้นไปภูเก็ต

1.2.1.3 ทางอากาศ บริษัทเดินอากาศไทยจำกัด จัดเที่ยวบินกรุงเทพฯ ภูเก็ตทุกวัน

1.2.2 การเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ต

1.2.2.1 ภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีการเดินทางภายในจังหวัดสะดวกมาก แต่มีรถตุ๊กๆบริเวณภายในเขตเทศบาล นั่งได้คนละ 5 คน ค่าโดยสารคนละ 5 บาท หรือจะเช่าเหมารถตุ๊กๆไปยังสถานที่ต่างๆ ค่าเช่าตุ๊กๆ คันละ 500 บาท ต่อวัน (8 ชั่วโมง)

1.2.2.2 บริการรถสองแถว มีรถสองแถวออกจากตลาดสด ใกล้วงเวียนน้ำพุถนนระนองไปยังหาดแต่ละสถานที่ต่างๆ สำหรับรถสองแถวที่จะไปยังหาดราไวย์ และหาดในยางออกที่วงเวียนน้ำพุด้านถนนบางกอก

1.2.2.3 บริการรถรับส่งจากสนามบินภูเก็ตเข้าเมืองภูเก็ต นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาภูเก็ตโดยเครื่องบิน สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจัดรถแท็กซี่ไว้บริการจากสนามบินเข้าตัวเมืองภูเก็ต หรือไปยังหาดต่างๆรอบ ภูเก็ตในอัตราค่าบริการต่างๆ กันทั้งนี้ ให้นักท่องเที่ยวติดต่อเคาน์เตอร์ของสมาคมฯ ที่สนามบินภูเก็ตได้ค่าโดยสารรถสิบล้อคันละ 40 บาท ค่าโดยสารแท็กซี่คันละ 200 บาท

2. บทบาทของจังหวัดภูเก็ต

2.1 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2.1.1 ภูเก็ตได้ชื่อว่ามีทรัพยากรที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติให้ความงดงามมากคือหาดทรายชายทะเล รวมทั้งปะการัง ปลา และสัตว์อื่น ๆ นับเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นคือศูนย์หัตถกรรมทำร่มภูเก็ตซึ่งมีการสาธิตการทำร่มและการหัตถกรรมพื้นเมืองของภาคเหนือ เปรียบเหมือนการนำบ่อสร้างจำลองมาไว้ที่ภูเก็ตนี้ และอีกแห่งหนึ่งคือ หมู่บ้านไทย ที่นี้มีการสาธิตการทำหัตถกรรมสินค้าพื้นเมือง การแสดงทางวัฒนธรรม การแสดงของช้าง และมีร้านอาหารไว้บริการอีกด้วย ที่นี้ก็เปรียบเหมือนจำลองสวนสามพรานมาขึ้นเอง นักท่องเที่ยวเมื่อมาเยือนภูเก็ตจึงมีสิทธิเห็นบางอย่างของทางเหนือ และบางส่วนของวัฒนธรรมไทยทุกท้องถิ่น ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของภูเก็ตจึงเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนเพิ่มขึ้นเสมอมา

2.1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ ภูเก็ตเพียบพร้อมทุกอย่างทั้งทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านทางคมนาคมขนส่ง โรงแรม ที่พัก ที่มีทุกระดับชั้นและระดับราคา ตั้งแต่ราคา 60 บาท จนถึงราคาเป็นหมื่นบาท ภัตตาคารร้านอาหารที่มีชื่อเสียงทางด้านอาหารทะเล เนื่องจากเป็นเกาะทำการประมงได้ดี นอกจากนี้แล้วก็มีสินค้าที่ระลึกที่เป็นผลิตผลจากท้องทะเล นั่นคือ ผลิตภัณฑ์จากเปลือกหอยมุก ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งมีการประดิษฐ์เป็นเลิศ

2.1.3 ข้อจำกัดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตนี้คือ ปัญหาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งยังไม่สะดวกในบางจุด ซึ่งขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกบางประการ เช่น ที่พักแรม นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับสวัสดิการและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ตลอดจนปัญหาการทำลายสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

3.1 นโยบายทางด้านเศรษฐกิจและนโยบายหลัก

3.1.1 การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภูเก็ต ได้มีการวิเคราะห์และประเมินผลถึงความจำเป็นในการพัฒนา อีกทั้งได้กำหนดนโยบายการพัฒนาขึ้นไว้ดังนี้ คือ

3.2.2 การพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน

เมื่อได้กำหนดบริเวณที่เหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นเขตท่องเที่ยวแล้วก็จำเป็นต้องมีการพิจารณาถึงโครงการสาธารณูปโภคที่สำคัญ อาจแบ่งออกได้เป็นโครงการต่างๆ อย่าง เช่น ระบบน้ำใช้ ระบบกำจัดน้ำเสีย ระบบระบายน้ำและป้องกันน้ำท่วม ระบบเก็บและกำจัดขยะ ระบบไฟฟ้า ระบบการสื่อสารและโทรคมนาคม ระบบถนน สนามบิน ท่าเรือ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางน้ำ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตนี้ มีความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์โครงสร้างพื้นฐานที่ดีถึงแม้จะมิได้จะมิแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพดีหลายแห่ง แต่การขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานในอดีตทำให้ขาดองค์ประกอบที่สำคัญที่จะชักนำให้เกิดการลงทุนของเอกชน

4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ

4.1.1. ธุรกิจประเภทที่พักแรม

(1) ประเภท-ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ ซึ่งจากการสำรวจประเภทที่พักแรมของจังหวัดภูเก็ตจำนวน 121 แห่ง โดยมีอยู่ในบริเวณหาดป่าตอง 51 แห่ง หาดกะตะกะรน 28 แห่ง ในตัวอำเภอเมือง 23 แห่ง และ ที่หาดราไวย์ 9 แห่ง พบว่า ธุรกิจเหล่านี้ร้อยละ 49.59 อยู่ในรูปของบังกาโล ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นบังกาโลขนาด C รองลงมา ประมาณร้อยละ 47.11 จะอยู่ในรูปของโรงแรม (ตารางที่ 1) ซึ่งโดยส่วนมากเป็นโรงแรมขนาด A

เมื่อพิจารณาจำนวนบังกาโลที่มีอยู่จำแนกตามพื้นที่ตั้ง พบว่า อยู่ที่ป่าตอง 28 แห่ง รองลงมาได้แก่ หาดกะตะกะรน และหาดราไวย์ มีอยู่ 26 แห่งและ 6 แห่งตามลำดับซึ่งในบริเวณตัวเมืองจะไม่มีบังกาโลตั้งอยู่ ส่วนโรงแรมพบว่า ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเมือง และหาดป่าตอง

ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในโรงแรมโดยพิจารณาจากขนาดของโรงแรม พบว่า โรงแรมขนาด A ให้ความสำคัญกับการมีสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทลอบบี้ สถานที่จอดรถ และสระว่ายน้ำ ส่วนใหญ่โรงแรมขนาด B และ C ให้ความสำคัญกับการมีสถานที่จอดรถมากที่สุด รองลงมาคือ ลอบบี้ และสวนหย่อม (ตารางที่ 2) และเมื่อพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ของโรงแรมตามบริเวณที่ตั้ง พบว่า ที่หาดป่าตอง หาดราไวย์ หาดกะตะกะรน และในอำเภอเมือง จะให้ความสำคัญกับการมีสถานที่จอดรถมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สระว่ายน้ำ ลอบบี้ และสวนหย่อม สำหรับบริการอื่น ๆ ที่พบว่าสถานที่พักแรมส่วนใหญ่มีไว้บริการแก่ผู้มาพักแรมได้แก่ บริการตู้รับกระเป๋า (Safety box) บริการซัก-รีด ภาย

ในโรงแรม และแท็กซี่ ซึ่งจะมีไว้ บริการลดต้นทุนไปตามขนาดของโรงแรม

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ธุรกิจโรงแรมทั่วไปในจังหวัดภูเก็ตเป็นธุรกิจที่มักจะเริ่มดำเนินการในช่วง 1 ปี โดยดำเนินการในรูปแบบของโรงแรมขนาด C เป็นส่วนใหญ่ โดยที่โรงแรมที่มีกิจการในช่วง 1 ปีนั้น ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในบริเวณป่าตอง ส่วนในบริเวณตัวเมืองนี้ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจพักแรมที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 10 ปี (ตารางที่ 4)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้าของโรงแรมส่วนใหญ่ที่เข้ามาพักเป็นนักท่องเที่ยวร้อยละ 76.03 นักธุรกิจร้อยละ 23.14 (ตารางที่ 5) และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักแรมนี้ส่วนใหญ่แล้วจะเดินทางมาคนเดียว ส่วนที่เดินทางมาเป็นกรุ๊ปทัวร์นั้นมีเพียงร้อยละ 1.65 เท่านั้นที่เข้ามาพักค้างแรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพักค้างแรม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 7.44 ของผู้ที่มาพักค้างแรมทั้งหมด

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ลักษณะเด่นที่ธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดภูเก็ตมีไว้บริการและถือว่ามีค่ามาก เพราะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ ได้แก่ การให้ความสำคัญในเรื่องอาหารและภัตตาคาร รองลงมาคือ เรื่องห้องพัก โดยเฉพาะที่พักแรมที่ตั้งอยู่บริเวณหาดป่าตอง หาดกะตะกะรน และหาดราไวย์ สำหรับในตัวอำเภอเมืองแล้วจะเน้นความสำคัญในเรื่องของอาหารเป็นส่วนมาก รองมาคือ เรื่องการบริการจัดเลี้ยงหรือห้องประชุม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นลักษณะเด่นของธุรกิจประเภทที่พักแรมในบริเวณดังกล่าว

(5) การตลาดของธุรกิจ ในการกำหนดอัตราค่าบริการของธุรกิจที่พักแรมนั้น พบว่า ในเรื่องของค่าห้องพักนั้น ส่วนใหญ่ต่างฝ่ายต่างตั้งราคาให้ต่ำกว่าที่อื่นหรือไม่ก็เท่ากัน เพื่อจะได้เป็นแรงจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการ

เกี่ยวกับเทคนิคหรือวิธีการส่งเสริมด้านการตลาด พบว่า ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว โรงแรมต่าง ๆ ในบริเวณพื้นที่หาดป่าตอง หาดกะตะกะรน หาดราไวย์ และ ในเมืองประมาณร้อยละ 39.66 จะใช้วิธีโฆษณาทางสื่อมวลชนหลายรูปแบบ เช่น การจัดโปรแกรมพิเศษ/โปรแกรมโชว์ หรือไม่ก็โฆษณาทางแผ่นป้าย การลดราคาสำหรับลูกค้าเก่าหรือขาประจำ เหล่านี้เป็นต้น สำหรับในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวแล้ว ส่วนใหญ่จะใช้การให้ราคาพิเศษในการบริการลูกค้า ซึ่งมีประมาณร้อยละ 57.85 ของธุรกิจทั้งหมด ที่ใช้วิธีการดังกล่าว นอกนั้นก็เป็นการที่ เคยใช้ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

(6) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากการสำรวจโรงแรมทั้งหมดที่ให้บริการด้านความสะดวกสบายแก่ลูกค้า พบว่า ร้อยละ 32.33 บอกว่ามีห้องพักไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า และเกินกว่าร้อยละ 50 บอกว่าไม่มีบริการในด้านเกี่ยวกับห้องจัดเลี้ยง/ห้องประชุม บาร์/ไนท์คลับ/ดิสโก้เทค สถานที่ออกกำลังกาย ตู้โทรศัพท์ เทเล็กซ์/เทเลแฟกซ์ สำนักงานชั่วคราว สระว่ายน้ำ และร้านขายของที่ระลึก ในขณะที่โรงแรมที่มีบริการในด้านต่างเหล่านี้อยู่แล้ว เห็นว่ามีมากพอที่จะบริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ซึ่งส่วนมากจะเป็นโรงแรมขนาด A

ที่มีบริการเหล่านี้ค่อนข้างเพียงพอ ยกเว้นบริการด้านสถานที่ออกกำลังกายและสำนักงานชั่วคราว ส่วนโรงแรมที่มีขนาด B และ C การบริการในเรื่องดังกล่าวยังขาดแคลนอีกมาก (ตารางที่ 10)

(7) ปัญหาของธุรกิจ ในขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 33.06 มีความพอใจต่อการดำเนินธุรกิจของตนค่อนข้างมาก และร้อยละ 42.15 เป็นความพอใจในด้านบวก มีผู้ประกอบการเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่ไม่พอใจต่อผลการดำเนินธุรกิจของตน แต่อย่างไรก็ตาม บรรดาที่พักแรมต่างๆ ก็ยังมีปัญหาหลายด้านที่เผชิญอยู่ และปัญหาที่ค่อนข้างรุนแรงและมีมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาด้านบริหารบุคคล ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24.79 รองลงมาได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปการ คือ ปัญหาเรื่องน้ำใช้-ไฟฟ้า ไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 18.18 โดยเฉพาะที่หาดราไวย์ประสบปัญหานี้มากที่สุด (ตารางที่ 6)

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 33.06 เป็นผู้ประกอบการที่คาดว่าจะปรับปรุงกิจการที่มีอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม ร้อยละ 23.97 คาดว่าจะเพิ่มบริการ และความสะดวกภายในโรงแรมให้มากขึ้น และร้อยละ 14.05 จะเพิ่มบริการด้านสระว่ายน้ำ โทรคันท์และห้องประชุม

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ร้อยละ 47.11 ของผู้ประกอบการโรงแรมทั้งหมด คาดว่าอัตราการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมจะยังคงแจ่มใสและดำเนินไปด้วยดี (ตารางที่ 7)

4.1.2 ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

(1) ประเภท-ขนาดและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จำนวนรวมของธุรกิจที่สำรวจ พบว่า มี 106 แห่ง โดยเป็นธุรกิจที่ตั้งอยู่ในตัวอำเภอเมืองมี 49 แห่ง หาดป่าตอง 29 แห่ง กะตะกะรน 21 แห่ง และหาดราไวย์ 7 แห่ง ลักษณะของร้านส่วนใหญ่จะเป็นประเภทร้านอาหารมากกว่าภัตตาคาร หรือคอฟฟี่ช็อป ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 56.60 26.42 และ 7.55 ตามลำดับ สำหรับประเภทของอาหารที่มีไว้บริการนั้น ส่วนใหญ่มักจะเป็นอาหารไทย รองลงมา คืออาหารฝรั่ง ในบางพื้นที่ เช่นที่หาดป่าตอง และหาดกะตะกะรน จะมีอาหารฝรั่งเอาไว้บริการลูกค้ามากที่สุด ส่วนที่หาดราไวย์และในอำเภอตัวเมือง พบว่า อาหารไทยจะมีไว้บริการลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ อาหารฝรั่ง

สำหรับร้านอาหารขนาด A นั้น จะมีการแสดงและบันเทิงเอาไว้บริการลูกค้าด้วย นอกจากนี้ ก็ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสถานที่จอดรถและโทรคันท์เป็นส่วนใหญ่ ส่วนร้านอาหารขนาด B และ C นั้น ส่วนใหญ่จะไม่บริการด้านการแสดงและบันเทิง ส่วนบริการสถานที่จอดรถ และโทรคันท์ก็พอมีบ้าง

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจร้านอาหารใหญ่เกิดโดยส่วนมากแล้วจะเป็นร้านอาหารเปิดใหม่ได้เพียง 1-2 ปี เท่านั้น มีอยู่ 42 ร้านหรือ ร้อยละ 39.62 ส่วนร้านอาหารที่ได้เปิดกิจการมากกว่า 12 ปีนั้น จะมีอยู่เพียง 8 ร้าน หรือร้อยละ 7.55

โดยกระจายอยู่ในอำเภอเมือง 6 ร้านและในหาดราไวย์ 2 ร้าน (ตารางที่ 8)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 30.18 ของร้านอาหารเป็นร้านที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าไปใช้บริการมากกว่า 80% ในขณะที่ร้อยละ 11.32 เป็นร้านอาหารที่มีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเข้าไปรับประทาน โดยนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการร้านอาหารส่วนมาก จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาคนเดียวมากกว่ากรุ๊ปทัวร์

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ร้อยละ 45.76 ของธุรกิจร้านอาหารที่เห็นว่าคุณภาพและลักษณะของอาหาร มีส่วนสำคัญที่ทำให้มีผู้เข้ามารับประทานอาหารในร้านของตน ในขณะที่ร้อยละ 32.23 เห็นว่า การแสดงต่าง ๆ เช่น ดนตรี รำไทย ฯลฯ น่าจะมีส่วนทำให้มีผู้เข้ามารับประทานอาหารในร้านของตนมากกว่า นอกจากนี้ร้านอาหารจำนวนร้อยละ 8.96 เห็นว่าสถานที่ตั้งก็เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าในร้านของตนสนใจ จากจำนวนธุรกิจทั้งหมดไม่ว่าจะตั้งอยู่ในตัวอำเภอเมือง หาดป่าตอง หาดกะตะกะรน และหาดราไวย์ เห็นต้องตอกันว่าเรื่องของอาหารและการแสดงต่าง ๆ มีส่วนดึงดูดลูกค้ามากกว่าเหตุผลอื่น และรองลงมาก็คือ ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

(5) การตลาดของธุรกิจ จากการสำรวจธุรกิจประเภทร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในตัวอำเภอเมือง หาดป่าตอง หาดกะตะกะรน และหาดราไวย์ ส่วนมากกำหนดราคาของอาหารเอาไว้เท่า ๆ กัน คือประมาณร้อยละ 66.04 ของร้านอาหารทั้งหมด (ตารางที่ 9) ในขณะที่ธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันในด้านการตลาดค่อนข้างสูง แต่ร้อยละ 56.60 จะไม่มีการดำเนินการใด ๆ นอกเหนือจากสภาพที่เป็นอยู่ในขณะนี้ แต่ก็ยังมีธุรกิจร้านอาหารอีกจำนวนร้อยละ 18.87 ที่พยายามโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน และร้อยละ 16.98 ได้ดำเนินการจัดโปรแกรมพิเศษขึ้น ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวสำหรับช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวแล้ว มีเพียงส่วนน้อยที่ดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์เหมือนช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ร้อยละ 78.30 ไม่กระทำกิจกรรมดังกล่าว

(6) ปัญหาของธุรกิจ แม้ว่าผลจากการสำรวจและสอบถามผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจทุกบริเวณที่สำรวจคือ ในตัวอำเภอเมือง หาดป่าตอง หาดกะตะกะรน และหาดราไวย์ จะมีแนวโน้มพอใจกับผลการดำเนินธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ก็ตาม แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นก็ยังมีหลายปัญหาที่ผู้ประกอบการประสบ โดยเฉพาะปัญหาในด้านการบริหารงานบุคคล ซึ่งผู้ประกอบการประสบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.36 นอกจากนี้ ก็เป็นปัญหาอื่น ๆ เช่น ปัญหาน้ำใช้-ไฟฟ้า ปัญหาการขนส่ง ปัญหาในเรื่องกฎข้อบังคับของกฎระเบียบ เหล่านี้เป็นต้น (ตารางที่ 10)

(7) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 42.45 ของธุรกิจ ที่คาดว่าจะปรับปรุงธุรกิจของตนให้ดีขึ้น โดยการปรับปรุงในด้านรูปแบบและบริการของอาหารที่มี ซึ่งอาจจะเป็นการเพิ่มรายการอาหารและการบริการเข้าไป ในขณะที่ร้อยละ 16.98 บอกว่าจะดำเนินกิจการที่เคยเป็นธุรกิจเก่า ๆ มาไว้บริการลูกค้า

(8) แนวโน้มของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ ประมาณร้อยละ 31.13 เห็นว่า แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจประเภทนี้จะยังคงขยายตัวต่อไปอีก มีเพียง

ร้อยละ 6.60 เท่านั้นที่ตอบว่าไม่มั่นใจในธุรกิจที่กำลังทำอยู่ว่าจะดำเนินไปอย่างไร โดยที่ร้อยละ 54.72 ไม่ออกความเห็น (ตารางที่ 11)

4.1.3 ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก

(1) ประเภท - ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ ประเภทของธุรกิจมีการจัดแบ่ง 2 ลักษณะคือ จัดแบ่งตามลักษณะการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นร้านที่ทั้งผลิตและจำหน่ายหรือจำหน่ายเพียงอย่างเดียว หรือแบ่งตามประเภทของสินค้าอันได้แก่ สินค้าที่เป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับกาย เครื่องประดับบ้าน รูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (รายละเอียดจากตารางที่ 12-ตารางที่ 15) จำนวนร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่สำรวจมี 93 แห่ง โดยอยู่ในตัวอำเภอเมือง 59 แห่ง หาดราไวย์ 16 แห่ง หาดกะตะกะรน 11 แห่ง และหาดป่าตอง 7 แห่ง สินค้าในกลุ่มเสื้อผ้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายและผลิตสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย/บาติก โดยทุกสถานที่ที่สำรวจมีการผลิตและจำหน่ายมากที่สุด ยกเว้นที่หาดราไวย์ ไม่มีการผลิต แต่มีการจำหน่ายสินค้าประเภทนี้ ถึงร้อยละ 50.00 สำหรับสินค้าประเภทเครื่องประดับกาย ทุกแหล่งที่สำรวจมีการผลิตและจำหน่าย ยกเว้นที่หาดป่าตอง ไม่มีการผลิตสินค้าประเภทนี้เลย แต่มีการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตและจำหน่ายมากที่สุดคือ เปลือกหอย/ปะการัง สินค้าอีกประเภทหนึ่งที่มีการผลิตและจำหน่ายกันมากคือ เครื่องประดับบ้าน มีเพียงผลิตภัณฑ์บางประเภทที่ทำจากแหล่งสำรวจ เช่น เปลือกหอย/งา/ปะการัง และไม้/หวาย ส่วนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น โลหะ(เงิน/ทอง/นาค) เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค เครื่องถม เครื่องเงิน ผ้า เครื่องหนัง เหล่านี้ เป็นต้น ล้วนแต่สั่งจากแหล่งอื่นมาจำหน่าย แต่ที่จำหน่ายดีที่มากที่สุดก็คือ เปลือกหอย/งา/ปะการัง ส่วนสินค้าอีกชนิดได้แก่ รูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นตัวแทนจำหน่ายมากกว่าจะผลิตเสียเอง ขนาดของธุรกิจประเภทนี้ที่พบส่วนใหญ่ จะอยู่ในรูปของร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 76.34 โดยกระจายอยู่ในทุกพื้นที่ที่ทำการสำรวจ รองลงมาเป็นศูนย์/โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 22.58 มีอยู่กระจายทั่วไปเหมือนร้านค้า แต่ยกเว้นที่หาดป่าตอง เท่านั้นที่ไม่มีธุรกิจประเภทนี้เป็นศูนย์/โรงงาน

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าที่เปิดดำเนินการในช่วง 1-2 ปี โดยเฉพาะที่หาดป่าตองและหาดกะตะกะรน ส่วนในอำเภอเมืองและหาดราไวย์นั้น พบว่า มีร้านค้าดังกล่าวดำเนินธุรกิจในช่วง 3 ปีขึ้นไปอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก (ตารางที่ 16)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 47.31 ของร้านขายของที่ระลึกมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าไปใช้บริการมากกว่า 75% โดยส่วนใหญ่จะขายให้กับนักท่องเที่ยวมากกว่าจะส่งออก หรือขายให้กับพ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง ลักษณะการเดินทางมายังร้านขายของที่ระลึก จะเป็นการเดินทางมาคนเดียวและมาโดยทัวร์ต่าง ๆ กัน

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ ธุรกิจร้านค้าสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ต มักจะอาศัยการขายโดยตรงให้กับลูกค้า มีบ้างที่อาศัยการขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง

(5) การตลาดของธุรกิจ พบว่า ธุรกิจประเภทนี้ไม่ค่อยนิยมใช้วิธีการโฆษณา เพื่อส่งเสริมการตลาด ไม่ว่าจะเป็นช่วง High season หรือ Low Season โดยในช่วง Low Season จะนิยมการลดราคาพิเศษเพื่อส่งเสริมการตลาดมากกว่า ส่วนในด้านการกำหนดราคาของสินค้า นั้น ส่วนใหญ่จะกำหนดราคาเท่ากันในทุกร้าน

(6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสอบถามผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทนี้เกี่ยวกับความพอใจของธุรกิจนี้ เสียงส่วนใหญ่จะให้คำตอบว่าจำนวนที่มีอยู่ในขณะนี้ มีความพอใจกับธุรกิจในระดับปานกลาง

(7) ปัญหาของธุรกิจ ปัญหาที่ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในจังหวัดภูเก็ตที่ประสบมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาตลาดมีการแข่งขันสูง ซึ่งมีประมาณร้อยละ 38.71 ของผู้ประกอบการทั้งหมดที่ประสบอยู่ (ตารางที่ 18) นอกจากนี้ยังมีปัญหาภาษาที่สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าซึ่งเป็นชาวต่างประเทศได้ยาก ปัญหาสินค้าทันทานต่ำรวมทั้ง การขาดแคลนวัตถุดิบ และการขาดการโฆษณา สินค้า เป็นต้น

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ จากจำนวนธุรกิจทั้งหมด 93 ราย ที่สอบถาม พบว่า สิ่งที่ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะปรับปรุงมากที่สุด คือ การเปลี่ยนสินค้า รองลงมา ก็คือ การปรับปรุงธุรกิจโดยการตกแต่งร้าน หรือปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้มีคุณภาพอื่น นอกจากนี้ยังมีบางราย ที่ไม่ขอปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลง

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการประมาณร้อยละ 19.35 คาดว่าแนวโน้มของธุรกิจมีโอกาสที่ขยายตัวได้อีก แต่ทั้งนี้คงจะต้องขึ้นกับปัจจัยที่จะมาเสริมอื่น ๆ อีกด้วย (ตารางที่ 19)

4.1.4 ธุรกิจนำเที่ยว

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจอยู่ในบริเวณที่ศึกษา 52 แห่ง ร้อยละ 71.15 เป็นธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (ตารางที่ 20) โดยมีขนาดของธุรกิจอยู่ในขนาด A B และ C คิดเป็นร้อยละ 85.71 80.00 และ 60.00 ตามลำดับ รองลงคือธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหาและส่งนักท่องเที่ยวให้กับธุรกิจนำเที่ยวโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 67.31 โดยส่วนใหญ่มีขนาดธุรกิจระดับ C ถึงร้อยละ 84.00 ขนาด B ร้อยละ 65.00 และขนาด A ร้อยละ 14.29 สำหรับธุรกิจนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศมีเพียงร้อยละ 11.54 ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีขนาด B และขนาด A

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ร้อยละ 17.31 เป็นธุรกิจที่เพิ่งเริ่มประกอบธุรกิจได้ไม่เกิน 1 ปี โดยเป็นการประกอบธุรกิจขนาด B ถึงร้อยละ 25.00 และขนาด c ร้อยละ 16.00 ในขณะที่ร้อยละ 13.46 เป็นธุรกิจที่ดำเนินการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 3 ปี โดยประกอบธุรกิจขนาด A คิดเป็นร้อยละ 28.57 นอกนั้นก็ เป็นธุรกิจขนาด B และ C ลดหลั่นลง

1. คงไว้ซึ่งลักษณะประจำถิ่นของภูเก็ต
2. อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. พัฒนาให้เป็นสถานที่พักตากอากาศระดับสากล
4. พัฒนาชายหาดแต่ละแห่งให้เป็นสถานตากอากาศที่มีลักษณะแตกต่างกันไป

ตามลักษณะของนักท่องเที่ยว เช่น

- ก. ที่พักอากาศที่ค่อนข้างสงบสำหรับผู้ที่มาพักผ่อน
 - ข. ที่พักตากอากาศที่มีกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวสนุกสนานสำหรับผู้ที่มาพักระยะสั้น
 - ค. บริเวณที่ตากอากาศของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ
5. พัฒนาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจชายหาด สำหรับนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนกลับ
 6. คงไว้ซึ่งลักษณะที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของตัวเมืองไว้
 7. ให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนามากที่สุด

3.2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

3.2.1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีอันตบความสำคัญสูง เป็นบริเวณที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวคือ

3.2.1.1 หาดป่าตอง

(1) จัดให้เป็นบริเวณที่พักตากอากาศแบบสนุกสนาน สำหรับผู้ที่มาพักผ่อนที่หาดเองและจากในเมือง

(2) มีที่พักแรมค่อนข้างหนาแน่น

(3) มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลายแบบทั้งทางบกและทางทะเล

(4) มีบริการสถานเริงรมย์ในเวลากลางคืน

(5) บนภูเขาทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือของหาด จัดให้เป็นศูนย์

พักผ่อนหย่อนใจและมีกระแสไฟฟ้า

3.2.1.2 หาดกะตะใหญ่ กะตะน้อย กระรน

(1) จัดเป็นบริเวณที่ตากอากาศแบบสงบเงียบ

(2) จัดให้มีที่พักแรมที่มีความหนาแน่นไม่มากนัก

(3) บริการกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีแต่พอสมควร

- (4) สำหรับหาดกะต๊ะน้อยจะไม่มีการพักผ่อนให้เป็นที่เล่นน้ำโดยเฉพาะ

3.2.1.3 หาดในหาน แหลมพรหมเทพ หาดราไวย์

- (1) จัดให้เป็นศูนย์พักผ่อนหย่อนใจสำหรับนักท่องเที่ยว เข้าไปเย็นกลับ
(2) จัดให้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทั้งทางบกและทางทะเล

เช่น สนามกอล์ฟ เรือใบ

(3) พยายามรักษาสภาพของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงสภาพไว้เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของภูเก็ต

- (4) จัดให้เป็นที่พักผ่อน

3.2.1.4 หาดในยาง

- (1) พยายามรักษาธรรมชาติ สภาพแวดล้อมของหาดที่มีต้นสนที่สวยงาม
(2) จัดให้เป็นบริเวณที่พักผ่อน

3.2.1.5 หาดสุรินทร์ จัดให้เป็นสวนสาธารณะ

3.2.1.6 หาดไม้ขาว รักษาให้คงสภาพธรรมชาติไม่มีการพัฒนา

3.2.1.7 เกาะสิเหร่ จัดให้เป็นศูนย์กลางการพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับนักท่องเที่ยวท้องถิ่น

3.2.1.8 เกาะไม้ท่อน จัดเป็นศูนย์กีฬาตกปลา

3.2.1.9 บริเวณอ่าวพังงา

- (1) จัดให้เป็นบริเวณท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ
(2) จัดเป็นที่ท่องเที่ยวชมทิวทัศน์ทางเรือ
(3) จัดสร้างท่าเรือบริเวณแหลมขาด ทางทิศตะวันออกเชิงเขาเหนือของภูเก็ตสำหรับเรือนักท่องเที่ยวไปอ่าวพังงา

ตามขนาด (ตารางที่ 21)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้าส่วนใหญ่ของธุรกิจนี้เป็นชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกันเอง โดยที่ร้อยละ 81-99 ของผู้ที่เดินทางมาเที่ยวจากต่างประเทศเรียกใช้บริการธุรกิจด้านนี้ถึงร้อยละ 21.15 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้ว ใช้บริการธุรกิจดังกล่าว เพียงร้อยละ 1.92 เท่านั้น

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ การให้บริการที่มีจำนวนมากที่สุดก็คือ Sight Seeing คิดเป็นร้อยละ 92.31 โดยขนาด C จะมีบริการด้านนี้สูงสุด รองลงมาก็คือ B และ A ตามลำดับ สำหรับการบริการ Package Tour นั้นมีร้อยละ 55.77 ในธุรกิจขนาด A มีสูงสุด โดยลดหลั่นลงตามขนาด นอกจากนั้นยังมีบริการพิเศษอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะบริการในเรื่อง Accomodation Booking รองลงมาคือ การจองตั๋วเครื่องบิน

(5) การตลาดของธุรกิจ ส่วนมากธุรกิจประเภทนี้ จะมีการแข่งขันกันไม่มากนักเพราะนอกจากมีผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้อยู่ไม่กี่แห่งแล้ว ส่วนใหญ่จะเป็นเพียงบริษัทนายหน้าขายตั๋ว ดังนั้นการกำหนดอัตราค่าบริการจึงอยู่ในระดับเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ (ตารางที่ 22) ด้านการส่งเสริมและเผยแพร่ ด้านการส่งเสริมและเผยแพร่งานด้านการตลาด พบว่า มีรูปแบบการใช้วิธีโฆษณาผ่านทางสื่อสารมวลชนต่าง ๆ ซึ่งจะ เป็นรูปแบบที่ใช้มากที่สุดทั้งในฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว สำหรับในเรื่องของผลตอบแทน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ร้อยละ 23.08 มีอัตรากำไร ร้อยละ 1-40 (ตารางที่ 23)

(6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าบริการนำเที่ยวที่มีอยู่ในขณะนี้ปริมาณไม่มากนัก (ตารางที่ 24) ในขณะที่เดียวกันผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจที่ทำอยู่นั้น มีผลการดำเนินงานซึ่งมีแนวโน้มเป็นที่น่าพอใจเป็นส่วนใหญ่

(7) ปัญหาของธุรกิจ พบว่า ปัญหาสำคัญที่สุดที่ ผู้ประกอบการร้อยละ 57.69 ประสบอยู่ ก็คือ ปัญหาด้านการตลาดเนื่องจากมีการแข่งขันกันสูง ปัญหาที่รองลงมา ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เงินทุนหมุนเวียนต่ำ และการขนส่งไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 44.23 23.08 และ 17.31 ของผู้ประกอบการทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 25)

4.1.5 ธุรกิจเพื่อการันทนาการ

(1) ประเภทขนาดและบริการที่มีอยู่ของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า ธุรกิจนี้มีจำนวน 64 แห่ง โดยอยู่ที่หาดป่าตองมี 38 แห่ง หาดกะตะกะรน 22 แห่ง และที่หาดราไวย์ และในตัวอำเภอเมืองมีที่ละ 2 แห่ง ซึ่งการดำเนินกิจการร้อยละ 87.50 เป็นธุรกิจประเภทบาร์ เบียร์ ร้อยละ 10.94 เป็นธุรกิจประเภท Diving ที่เหลือเป็นการแสดงโชว์เพียงร้อยละ 1.56 เท่านั้น ซึ่งมีเฉพาะที่หาดป่าตองเท่านั้น (ตารางที่ 27)

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจเพื่อการสหนาการต่าง ๆ นี้จัดว่าเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่ เพราะร้อยละ 57.94 เป็นธุรกิจที่ดำเนินการมาได้ไม่เกิน 2 ปี (ตารางที่ 28)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะเดินทางมาเอง

(4) อัตราค่าบริการ สำหรับธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่มีอยู่จำนวนมากในภูเก็ต ดังนั้น จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 68.75 จะกำหนดราคาในด้านบริการเท่ากัน ๆ มีเพียงบางรายที่กำหนดราคาได้สูงกว่าหรือต่ำกว่า (ตารางที่ 29)

(5) การตลาดของธุรกิจ นับว่าธุรกิจเพื่อการสหนาการที่มีในจังหวัดภูเก็ต เป็นธุรกิจที่ค่อนข้างต้นตัว ในเรื่องการแข่งขันพอสมควร เพราะไม่ว่าจะเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว หรือช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ธุรกิจจำนวนมากก็เอะใจที่มีการส่งเสริมในด้านการตลาดของธุรกิจตน ด้วยวิธีการต่าง ๆ คือ ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ธุรกิจส่วนใหญ่จะใช้วิธีปรับปรุงความสะดวกสบาย และการให้บริการดีขึ้น รองลงมาได้แก่ การจัดกิจกรรมและบริการพิเศษเตรียมไว้ให้แก่ลูกค้า ส่วนในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดกิจกรรมพิเศษไว้ให้แก่ลูกค้า

(6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ ปรากฏว่าประเภทของธุรกิจเพื่อการสหนาการที่มีอยู่ในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้า โดยร้อยละ 84.35 ให้บริการด้านอาหารและร้อยละ 76.56 ให้บริการด้านอุปกรณ์พื้นฐาน ในด้านความเห็นของผู้ประกอบการปรากฏว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ประกอบการมีความพอใจในผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

(7) ปัญหาของธุรกิจ พบว่า ปัญหาที่ผู้ประกอบการประมาณร้อยละ 32.81 ประสบอยู่ ก็คือ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ ปัญหาที่สำคัญรองลงมา ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนไฟฟ้า การขนส่งไม่สะดวก ข้อจำกัดของกฎระเบียบราชการ การขาดแคลนน้ำประปา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 28.31 26.56 26.56 และ 18.75 ของผู้ประกอบการทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 30)

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ พบว่า ประมาณร้อยละ 28.85 ของผู้ประกอบการที่จะปรับปรุงในเรื่องของการบริการลูกค้า ร้อยละ 17.31 บอกว่าจะปรับปรุงตัวบุคคล ร้อยละ 15.38 บอกว่าจะปรับปรุงในด้านการตลาดและ Facilities และอีกร้อยละ 13.46 จะปรับปรุงสถานที่ทำงาน โดยสรุปแล้วคิดเป็นร้อยละ 76.42 ของธุรกิจประเภทนี้ที่ต้องมีการปรับปรุงในเรื่องดังกล่าวและอื่น ๆ

(9) แนวโน้มของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 51.92 เห็นว่าธุรกิจด้านนี้จะยังคงอยู่และยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมากในอนาคต

4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อมวลชน

4.2.1 จังหวัดภูเก็ตมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 25 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมนุษย์สร้างขึ้นถึง 9 แห่ง นอกนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติอีก 16 แห่ง (ยังไม่รวมเกาะเล็กเกาะน้อยที่กระจายอยู่เป็นบริวารจำนวนมาก ซึ่งโดยส่วนใหญ่ จะกระจายอยู่ทางด้านฝั่งตะวันออกของตัวเกาะภูเก็ต) หาดแต่ละหาดของเกาะภูเก็ตที่อยู่รอบเกาะ นับตั้งแต่ หาดไม้ขาว หาดในยาง หาดสุรินทร์ หาดกมลา หาดแหลมสิงห์ หาดกะตะน้อย หาดกะตะใหญ่ หาดกะรน และหาดในหาน ล้วนเงียบสงบ มีแต่เสียงเกลียวคลื่นสาดกระทบฝั่งทราย สลับกับเสียงสนและขอตมะพร้าวลู่ลู่กับลมทะเลเท่านั้น จุดนี้เองที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมเดินทางมาใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายแบบประหยัด แต่ต้องการความสันโดษในวงล้อมของธรรมชาติที่บริสุทธิ์

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมมาเที่ยวที่ภูเก็ต ได้แก่ ย็องกง เยอรมัน ตะวันตก ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ อิตาลี ออสเตรเลีย อเมริกา มาเลเซีย และญี่ปุ่น ตามลำดับ

4.2.2 ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ได้มีการปล่อยสินเชื่อเพื่อการลงทุนในธุรกิจด้านนี้มาก เช่นมีการปล่อยสินเชื่อด้านการสร้างคอนโดมิเนียม สร้างโรงแรมใหม่ หรือรีสอร์ทตามชายหาดต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์ต่างก็พยายามเปิดสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพื่อบริการแลกเปลี่ยนให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอีกด้วย

เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ก็มีการลงทุนโครงการใหม่ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การสร้างโรงแรม ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึกเพิ่มขึ้น เช่น โรงแรม รอยัลมาร์ค รีสอร์ท ที่อยู่หาดบางเทา เนื้อที่ 25 ไร่ เป็นอาคารสูง 3 ชั้น 200 ห้อง โดยจะเริ่มสร้างในเดือนพฤษภาคมนี้ กลุ่มโรงแรมอัมรินทร์ ได้เตรียมโครงการขยายบ้านพักบังกาโลเพิ่มอีก 40 หลังจากเดิมที่มีอยู่ 40 หลัง ซึ่งจะสร้างอยู่บนชายหาดสุรินทร์

4.2.3 สำนักงานความช่วยเหลือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (ไวด้า) ได้เสนอผลสรุปการศึกษาศักยภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของชายฝั่งทะเลอันดามันต่อ ททท. ให้มีโครงการ "ศูนย์การท่องเที่ยวทางทะเลแห่งภูเก็ต" ซึ่งต้องใช้งบประมาณถึง 1,130 ล้านบาท เนื่องจากมองเห็นว่า ในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวที่สนใจลงทุนด้านการท่องเที่ยวทางเรือเป็นจำนวนมาก และชายฝั่งทะเลด้านอันดามันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูเก็ต มีความเหมาะสมมากกว่าชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกเพราะมีธรรมชาติที่สวยงามและไม่มีปัญหาด้านความมั่นคง โครงการดังกล่าวประกอบด้วยท่าเรือหลักที่อ่าวฉลองซึ่งถือเป็นจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางเรือทั้งหมด ภายในโครงการจะมีโรงแรมขนาด 200 ห้อง ศูนย์การค้า อุ้เก็บและซ่อมเรือ ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร สถานี

บริการน้ำมันเป็นต้น ซึ่งจะใช้จุดนี้เป็นศูนย์ประสานงานกับท่าเรือรอง 3 จุด และท่าเรือ
แฉะพักขนาดเล็กอีก 11 จุด ซึ่งจะกระจายอยู่ใน 3 จังหวัด คือ ภูเก็ต กระบี่ และพังงา
หากโครงการทั้งหมดสำเร็จจะเป็นการบูรณาการท่องเที่ยวทางเรือครั้งใหญ่ เพราะสามารถให้บริการ
ได้ทั้งเรือทัศนาวอร์ที่มีความเร็ว เช่น ไฮโดรฟอยล์ ยานฮูเวอร์คราฟท์ และเรือขนาดใหญ่

4.2.4 ในด้านการคมนาคม ได้มีการพัฒนาเพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทางมา
ท่องเที่ยว และสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังภูเก็ตมากขึ้นอย่างเช่น การผลิตเครื่อง
บินสะเทินน้ำสะเทินบก โดยทางบริษัททรอปิคอลแอร์ ได้กำหนดเส้นทางบินและราคาแล้ว ขณะนี้
ยังอยู่ระหว่างขออนุญาตกรมการบินพาณิชย์ โดยจุดขึ้นในกรุงเทพฯจะอยู่ที่ดอนเมือง ส่วนจุดอื่น ๆ
จะเลือกลงชายฝั่งทะเลที่ใกล้กับโรงแรมมากที่สุด เพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยว ส่วนเครื่องบิน
ที่จะบริการเป็นของบริษัทกรมแก่ง่วนอัลฟา/ทรอส. ขนาด 20 ที่นั่ง จำนวน 2 ลำ การเปิดเที่ยว
บินตรงเข้าภูเก็ตในเส้นทางบิน เวียนนา-ภูเก็ต-ชิดนีย์ ใช้เวลาบินระหว่างเวียนนาเข้ามายังภูเก็ต
ประมาณ 11 ชั่วโมง และภูเก็ตไปชิดนีย์ 9 ชั่วโมง นอกจากนี้ การบินไทยประกาศส่งเสริมสนามบิน
ภูเก็ต เป็นสนามบินนานาชาติ เตรียมตัววางแผนเปิดเที่ยวบินตรงให้เชื่อมจุดเมืองใหญ่ ๆ รวมถึง
ต่างประเทศ เพื่อเปิดให้มีจุดการบินตรงบริการระหว่างกันและยังเชื่อมโยงเที่ยวบินกับประเทศ
เพื่อนบ้านให้มากยิ่งขึ้น

4.2.5 การเซ็นสัญญาโครงการ " เมืองคู่แฝดนิสภูเก็ต " โดยมีจุดประสงค์หลักในการนี้ก็เพื่อ
เชื่อมความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างนิสและภูเก็ต แลกเปลี่ยนการท่องเที่ยวซึ่งกันและกัน
พร้อมแผนส่งเสริมให้คนจากนิสเข้ามาเที่ยวภูเก็ตมากขึ้นตลอดจนการแลกเปลี่ยนในด้านอื่นๆ อาทิ
กีฬาซึ่งฝรั่งเศสมีทีมฟุตบอลที่มีชื่อเสียงด้านดนตรีหรือเคสต้าและการฝึกอบรมบุคลากรด้านท่องเที่ยว
และโรงแรม ซึ่งในนิสมีวิทยาลัย และโรงเรียนด้านการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง ในทำนอง
เดียวกันนิสก็จะส่งนักเรียน นักศึกษามาศึกษาด้านประวัติศาสตร์และภาษาไทย และส่งเสริมในด้าน
การเรียนรู้ ประเทศต่างๆ ในเอเชีย โดยผ่านประวัติศาสตร์ของไทย และด้านวัฒนธรรมต่างๆ

5. สภาพรูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

5.1 จากการประมาณการ

5.1.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต มีความสำคัญต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ในปัจจุบันได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งทำให้การประมาณการทำได้สะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวในการศึกษานี้คือนักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรม ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางที่ไปพักแรมและอยู่ในท้องที่ซึ่งไม่ใช่แหล่งที่อยู่ของตนไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมเยียนญาติมิตร ติดต่อธุรกิจหรือติดต่อราชการ

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวไทย

(1) นักท่องเที่ยวชาวไทยต่างประเศ 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 ปี ต่อปี

ตารางที่ 5.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

หน่วย : ล้านคน

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

หมายเหตุ : ¹ จากการประมาณการ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดต่างๆ นั้น จะประมาณการโดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไปพักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดต่างๆ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดภูเก็ตเท่ากับร้อยละ 9.62 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

(2) นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ เพิ่มขึ้นนอกจากเหนือจากจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แต่ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้มีย้อนหลังไปมากนัก จึงยังไม่สามารถนำมาประมาณการโดยตรงได้ การศึกษานี้จึงได้ตั้งสมมุติฐานว่า รายได้จากสาขาบริการของผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น (GPP) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละจังหวัด ซึ่งจากข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น พ.ศ. 2525-2530 พบว่ารายได้จากสาขาบริการโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 9.1 ต่อปี

ผลจากการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดภูเก็ต ปรากฏว่า ใน พ.ศ. 2534 และ 2539 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ภูเก็ตเป็นจำนวน 848,778 คน และ 1,310,945 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดภูเก็ต

หน่วย : คน

พ.ศ.	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2532	252,410	461,760	714,170
2533	275,379	500,240	775,619
2534	300,438	548,340	848,778
2535	327,778	596,440	924,218
2536	357,606	654,160	1,011,766
2537	390,148	711,880	1,102,028
2538	425,615	779,220	1,204,835
2539	464,385	846,560	1,310,945

ที่มา : จากการคำนวณ

5.1.2 ในการประมาณการจำนวนห้องพักของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในอนาคต ได้ทำการประมาณการในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนห้องพักที่ต้องการในปีต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลประกอบที่จำเป็นต่อการคำนวณมีดังนี้

(1) จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักในสถานพักแรม จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวซึ่งที่ผ่านมาช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีระยะเวลา 6 เดือน และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนเท่ากับร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งปี

(2) จำนวนผู้เข้าพักแรมเฉลี่ยต่อห้อง จากการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่อห้องเท่ากับ 1.6 ในทุกจังหวัด

(3) ระยะเวลาพักเฉลี่ย กำหนดให้มีค่าคงที่โดยเท่ากับระยะเวลาพักเฉลี่ยจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน พ.ศ. 2530

(4) จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณ ในการศึกษานี้คิดจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นรายเดือน ดังนั้นจำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณเท่ากับ 30 วัน

(5) อัตราการเข้าพักเฉลี่ย กำหนดให้อัตราการเข้าพักที่เหมาะสมเท่ากับร้อยละ 85 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามกลุ่มที่พัก จะใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้าพักแรมในจังหวัด โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม พ.ศ. 2530 ในการคำนวณ (ตารางที่ 5.3) และสมมุติว่าสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวนี้คงที่ ผลปรากฏว่าใน พ.ศ. 2534 จะมีผู้เข้าพักแรมในกลุ่ม 3 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 401-700 บาท) จำนวน 140,000 คน กลุ่ม 4 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 201 -400 บาท) 166,000คน กลุ่ม 5 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาท ลงมา) 109,000 คน ที่หาดป่าตอง 158,000 คน ที่หาดกะตะ 141,000 คน ที่หาดกะรน 41,000 คน และหาดอื่น ๆ 95,000คน ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.3 แสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและระยะเวลาพำนักเฉลี่ย พ.ศ. 2530

กลุ่มที่พักแรม	สัดส่วนนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)	ระยะเวลา พำนักเฉลี่ย(วัน)
กลุ่มที่ 3 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 401-700	16.45	1.85
กลุ่มที่ 4 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 201-400	19.53	1.95
กลุ่มที่ 5 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาทลงมา	12.88	1.70
หาดป่าตอง	18.58	6.20
หาดกะตะ	16.57	4.60
หาดกะรน	4.79	5.10
หาดอื่นๆ	11.20	4.90
รวม	100.00	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 5.4 จำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในแต่ละกลุ่ม

หน่วย: ล้านคน

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
กลุ่ม 3	.117	.128	.140	.152	.166	.181	.198	.216
กลุ่ม 4	.139	.151	.166	.180	.198	.215	.235	.256
กลุ่ม 5	.092	.100	.109	.119	.130	.142	.155	.216
หาดป่าตอง	.133	.144	.158	.172	.186	.205	.224	.244
หาดกะตะ	.118	.129	.141	.153	.168	.183	.200	.217
หาดกะรน	.034	.037	.041	.044	.048	.053	.058	.063
หาดอื่นๆ	.081	.087	.095	.104	.113	.123	.135	.147

ที่มา : จากการคำนวณ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาประมาณจำนวนห้องพักแรมที่ต้องการในแต่ละปี โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

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

โดยที่

R_i	=	จำนวนความต้องการห้องพัก ในปีที่จะคำนวณ
T_i	=	จำนวนนักท่องเที่ยว ในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด
L	=	ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเข้าพักเฉลี่ย
N	=	จำนวนคนเฉลี่ยต่อห้อง
O	=	อัตราการเข้าพักเฉลี่ย

จำนวนห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการจำแนกตามกลุ่มที่พักแรมแสดงในตารางที่ 5.5 ซึ่งพบว่า ใน พ.ศ. 2534 ความต้องการห้องพักทั้งสิ้นมีจำนวน 7,513 ห้องใน พ.ศ. 2539 ความต้องการห้องพักทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ตจะเท่ากับ 11,878 ห้อง

ตารางที่ 5.5 แสดงจำนวนห้องพักที่ต้องการ

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
รวมทุกกลุ่ม	6,322	6,865	7,513	8,180	8,927	9,755	10,666	11,878
กลุ่ม 3	533	579	633	689	755	822	899	978
กลุ่ม 4	667	724	792	863	944	1,029	1,125	1,224
กลุ่ม 5	383	416	456	496	543	591	647	978
หาดป่าตอง	2,016	2,190	2,396	2,609	2,828	3,112	3,402	3,701
หาดกะตะ	1,334	1,449	1,586	1,727	1,890	2,059	2,251	2,449
หาดกะรน	428	464	508	553	606	660	721	785
หาดอื่นๆ	961	1,043	1,142	1,243	1,361	1,482	1,621	1,763

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักรับจำนวนห้องพักที่มีอยู่เดิมใน พ.ศ. 2530 ในพ.ศ. 2532 จะมีความต้องการห้องพักเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2530 เป็นจำนวน 584 ห้อง และใน พ.ศ. 2539 จะมีความต้องการห้องพักเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2538 เป็นจำนวน 1,212 ห้อง (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการรายห้องพักในจังหวัดภูเก็ต

หน่วย: ห้อง

พ.ศ.	จำนวนที่มีอยู่เดิม	จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น/ปี			
		2532 ²	2534	2536	2539
<u>รวมทุกกลุ่ม</u>	6,436	584	516	697	1,212
กลุ่ม 3	392	141	54	66	79
กลุ่ม 4	556	111	68	81	99
กลุ่ม 5	356	27	40	47	331
หาดป่าตอง	2,203	-	193	219	299
หาดกะตะ	1,029	305	137	163	198
หาดกะรน	782	-	-	-	64
หาดอื่นๆ	1,118	-	24	121	142

หมายเหตุ : ²จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2530

ที่มา : จากการคำนวณ

5.2 จากการสำรวจ

5.2.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์ร้อยละ 30 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และร้อยละ 70 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่สัมภาษณ์ เจาะจงเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาภูเก็ตเพื่อวัตถุประสงค์ของการมาเที่ยวหรือพักผ่อน จากการสำรวจพบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และลักษณะของการเดินทางมานั้นจะมากับเพื่อนหรือครอบครัวมากกว่ามากับกรุ๊ปทัวร์หรือมาลำพังคนเดียว

อายุโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มากู้เกิดส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นหนุ่มสาว ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาก็เป็นกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี สถานภาพการสมรส เป็นโสดมากกว่าสมรสแล้ว และนักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์ส่วนมากจัดได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ไม่ได้ทำงาน และกลุ่มที่ทำงานแล้ว และมักจะทำงานบริษัทมากกว่าประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือไม่ก็รับราชการส่วนที่ยังศึกษาอยู่มีบ้างแต่ไม่มากนัก สำหรับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะอยู่ในชั้นปริญญาตรี มากกว่ารายได้ครอบครัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเฉลี่ยแล้วร้อยละ 73.34 มีรายได้ต่ำกว่าเดือนละ 20,000 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่แล้วมีรายได้อยู่ในช่วง 20,000-40,000 บาทต่อเดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 24.29 และที่รายได้เกิน 120,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.86

5.2.2 - ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

จากการสำรวจของนักวิจัย ได้ออกสำรวจเฉพาะบริเวณพื้นที่ศึกษาที่กำหนดสำหรับจังหวัดภูเก็ต แบ่งพื้นที่สำรวจออกเป็น 4 บริเวณ คือ

1. ในตัวอำเภอเมือง
2. หาดป่าตอง
3. หาดกะตะกะรน
4. หาดราไวย์

จำนวนนักท่องเที่ยวที่ถูกทำการสำรวจของจังหวัดภูเก็ต มีจำนวนรวม 200 คน ผลจากการสำรวจพบปรากฏว่า บริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากที่สุดคือ หาดป่าตอง คิดเป็นร้อยละ 92 โดยจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมดตั้งใจที่จะเดินทางมาภูเก็ต เพื่อจะไปยังหาดป่าตอง คิดเป็นร้อยละ 89 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 98 บริเวณที่นักท่องเที่ยวจะไปมาก เป็นอันดับรองลงมาคือ ในบริเวณหาดกะตะกะรน คิดเป็นร้อยละ 84 จุดที่อยู่ในข่ายศึกษาที่พบว่ามีนักท่องเที่ยวไปน้อยที่สุดคือ ที่อุทยานแห่งชาติในยาง มีนักท่องเที่ยวไปเพียงร้อยละ 22 และที่น่าสนใจก็คือ นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไป ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งสิ้นสำหรับบริเวณอื่นๆ ที่อยู่นอกข่ายการศึกษาและพบว่ามีนักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเรียงตามลำดับความต้องการได้แก่แหลมพรหมเทพ หาดในหาน หาดสุรินทร์และอื่น ๆ

สำหรับในเรื่องของระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดภูเก็ต คือช่วง 6-10 วัน โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้ว โดยมากจะนิยมพักไม่เกิน 5 วัน

สำหรับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยว เชียงจะแฉะ เกี่ยวยั้งจุดต่างๆ นั้นมีเหตุผลแตกต่างกันออกไป คือ ที่หาดป่าตอง หาดกะตะกะรน และหาดราไวย์ โดยส่วนใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวเห็นว่า เป็นแหล่งที่มีธรรมชาติสวยงาม และเป็นแหล่งที่มีความสะดวกสบายในการเดินทางไป และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายพร้อม โดยเฉพาะในบริเวณหาดป่าตอง ส่วนในอำเภอเมืองนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นแหล่งที่มีการเดินทางไปสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม (ตารางที่ 31)

5.2.3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจต่างๆ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

(1) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม

การสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวจะพักค้างคืนทั้ง 4 จุด โดยบริเวณหาดป่าตอง หาดกะตะกะรน และในเมือง นั้นนักท่องเที่ยวจะนิยมพักแรมที่โรงแรมมากกว่า โดยคิดเป็นร้อยละ 38.04 ส่วนในบริเวณหาดราไวย์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่พักค้างแรม หรือหากพักก็จะพักแรมประเภทเกสเฮาส์ (ตารางที่ 32)

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่พักแรมที่ตนไปพักนั้น ด้านที่พักแรมในหาดป่าตอง และหาดกะตะกะรน มีความพอใจมากในที่พักแรมส่วนในบริเวณอำเภอเมืองและหาดราไวย์นั้นส่วนใหญ่มีความรู้สึกค่อนข้างพอใจในที่พักแรม

(2) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านอาหาร

การแวะไปรับประทานอาหารสำหรับบริเวณหาดป่าตอง หาดกะตะกะรน และในเมือง โดยส่วนใหญ่ักท่องเที่ยวนิยมไปรับประทานอาหารในคอนกรีต ส่วนในหาดราไวย์ โดยส่วนใหญ่แล้วไม่ได้แวะรับประทานอาหารทั้งนี้อาจเนื่องจากในบริเวณดังกล่าว ร้านอาหารที่มีบริการอยู่ เป็นร้านอาหารประเภทเมิงชายอาหารและร้านขนาดเล็ก ซึ่งเป็นร้านของชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียงเข้าไปตั้งชายและมีเพียงไม่กี่ร้านเท่านั้น (ตารางที่ 33)

ในทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากบริการร้านอาหาร พบว่าที่หาดป่าตองและหาดราไวย์ มีความรู้สึกเฉย ๆ ต่อการบริการ ส่วนในหาดกะตะกะรนและในเมืองนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค่อนข้างพอใจกับบริการของร้านอาหาร

(3) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจสันทนาการและบันเทิง

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาภูเก็ต โดยส่วนใหญ่ไม่นิยมใช้บริการทางด้านธุรกิจสันทนาการ และบันเทิง บางรายที่ใช้บริการก็ส่วนใหญ่จะไปใช้ประเภทการแสดงโชว์ เป็นส่วนมาก ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณ ป่าตอง กะตะกวรรณ และในเมือง ส่วนในบริเวณหาดราไวย์นั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมใช้สันทนาการเลย โดยคิดเป็นร้อยละ 97 (ตารางที่ 34)

สำหรับในด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการที่ได้รับ ทั้งในอำเภอเมือง ป่าตอง และกะตะกวรรณ จะอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างพอใจ

(4) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

โดยส่วนใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังภูเก็ต ไม่นิยมซื้อสินค้าที่ระลึก แต่หากซื้อ โดยส่วนใหญ่จะนิยมไปซื้อจากร้านค้าทั่วไป มากกว่าตามศูนย์การค้า มีบางรายที่นิยมซื้อจากแผงที่ขายข้างทาง เกณฑ์ความพอใจที่นักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก โดยส่วนใหญ่แล้วมีความรู้สึกพอใจในระดับปานกลาง ต่อธุรกิจประเภทนี้ (ตารางที่ 35)

5.2.4 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังภูเก็ต โดยส่วนใหญ่อยากให้มีการปรับปรุงหรือต้องการเพิ่มในเรื่องของบริการที่หนักโดยเฉพาะในบริเวณป่าตองและกะตะกวรรณด้านในเมืองและที่ราไวย์ แล้วนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมในเรื่องธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกมากที่สุด นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้วนักท่องเที่ยวยังมีความต้องการเกี่ยวกับการบริการด้านขนส่ง การนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจเกี่ยวกับด้านความบันเทิงด้วย

6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดภูเก็ต

6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้มาจากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่จุดท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดภูเก็ต เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบและความสามารถที่จะลงทุนในธุรกิจประเภทต่าง ๆ นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ควรจะมีการลงทุนในธุรกิจขนส่งเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการนำเที่ยวโดยเรือเพื่อพามาชมทัศนียภาพรอบเกาะภูเก็ต ซึ่งในปัจจุบันมีการขาดแคลนมาก รองมาได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร แม้ว่าจะมีร้านอาหารที่เพียงพอแล้วก็ตาม ในอนาคตธุรกิจในด้านนี้จะขยายตัวต่อไปอีกเนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต การขยายตัวด้านที่พักแรมไว้รองรับให้เพียงพอ โดยเฉพาะโรงแรมขนาด A ในปัจจุบันในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่พักรวมตามแหล่งท่องเที่ยวมักไม่ค่อยเพียงพอ ส่วนแนวการลงทุนในด้านอื่นๆ ที่ควรได้รับการพิจารณา คือ ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีความเห็นอีกว่า เพื่อเป็นการส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยว ก็ควรช่วยกันรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อีกด้วย

6.2 แนวทางธุรกิจที่ได้จากการศึกษา เปรียบเทียบกับข้อมูลการวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษา และแผนพัฒนาของรัฐ

6.2.1 การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม ในปัจจุบันการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งการขยายตัวทางด้านปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้หลังไหลเข้ามาอย่างมากมาย ธุรกิจที่พักแรมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะขยายตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เช่นการสร้างรีสอร์ทขนาดใหญ่สมบูรณ์แบบมีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือมยูล เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมต่อเนื่องหลายอย่าง ภาลผลด้านโรงแรมที่พัก จะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมเป็นหลัก โดยเฉพาะบริเวณชายฝั่งจากหาดบางเทา ส่วนในบริเวณชายฝั่งตะวันตกเฉียงใต้ เช่น ป่าตอง กะรนและกะตะนั้นควรเป็นเขตคุ้มครองที่จะต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่พัฒนายกระดับทางด้านสิ่งแวดล้อม และการบริการทางด้านโครงสร้างปัจจัยพื้นฐานมากกว่าที่จะเพิ่มการพัฒนาเป็นรีสอร์ท

6.2.2 การลงทุนในด้านธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ในด้านธุรกิจประเภทจำเป็นต้องมีการปรับปรุงด้านความสะอาด ความหลากหลายของอาหาร และฝึกอบรมพนักงานบริการมากกว่า อย่างไรก็ตามน่าจะจัดให้มีศูนย์อาหารสากลใหญ่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

6.2.3 การลงทุนในธุรกิจผลิตสินค้าที่ระลึกและร้านค้าของที่ระลึก สินค้าที่ระลึกที่เป็นของท้องถิ่นจริงๆ นั้นค่อนข้างหายาก ยกเว้นสิ่งของที่มาจากเปลือกหอยและมุก สินค้าส่วนใหญ่จะผลิตในครัวเรือนจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงด้านการผลิต คุณภาพการออกแบบ และกระบวนการต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก จัดตั้งศูนย์สินค้าที่ระลึกทำหน้าที่สนับสนุน และส่งเสริมการตลาดด้วย ขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่ประสานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ เช่นกิจกรรมทำฟาร์มเลี้ยงหอยมุก และปลูกยางพารา เป็นต้น

6.2.4 การลงทุนในธุรกิจขนส่ง ธุรกิจประเภทนี้เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยแยกเป็น

(1) การลงทุนในด้านการขนส่งทางอากาศ ให้มีการปรับปรุงระบบความปลอดภัยในการบินขึ้นลงของเครื่องบินขนาดใหญ่ ให้ได้มาตรฐานสากลที่กำหนดโดยองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนามบิน ให้สามารถมีขีดการรองรับมากขึ้นตามความต้องการใช้สนามบินในอนาคต โดยจากการศึกษาพบว่าร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะเดินทางมาทางอากาศ

(2) การขนส่งทางทะเล ระบบการทางเดินทางทะเลควรได้รับการพัฒนาเพื่อให้เกิดความหลากหลายในด้านการท่องเที่ยว เกี่ยวกับด้านนี้จะต้องพัฒนาในด้านท่าเรือท่องเที่ยวการขนส่งทางทะเลควรมีเรือทัศนอาภรณ์ที่มีความเร็วสูง เช่นยานฮูเวอร์คราฟท์ไฮโดรฟอยล์ไว้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางติดต่อกับจุดสำคัญต่างๆ โดยควรให้ภาคเอกชนดำเนินการ

(3) การขนส่งทางบก แยกพิจารณา ดังนี้

- รถบัส การเดินทางโดยรถบัส ควรปลอดภัย โดยจัดตารางการขับรถให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม การจัดให้มีหน่วยตรวจรถบัสเพื่อความปลอดภัยตลอดจนการให้จัดให้มีการประกันภัยสำหรับผู้โดยสาร ในด้านการประหยัดเวลาการเดินทางนั้น ควรให้มีการปรับปรุงถนนและทางหลวง การตัดเชื่อมทางหลวงระหว่างฝั่งตะวันออกกับฝั่งตะวันตกจะช่วยลดระยะทางจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ต ลดระยะเวลาได้ถึง 2 ชั่วโมง

- รถไฟ ควรจะได้จัดสร้างเส้นทางรถไฟแยกจากสุราษฎร์ธานีมาซึ่งท่าเรือท่าลิทที่ภูเก็ต แต่ก็ต้องใช้เงินลงทุนสูงและคงจะไม่ถูกต้องนัก ถ้าจะสร้างทางนี้มาใช้เพื่อการท่องเที่ยวอย่าง เดียวจึงมีข้อเสนอว่าน่าจะจัดระบบการเชื่อมการเดินทางจากสุราษฎร์ธานีไปภูเก็ตให้สะดวกรวดเร็วขึ้น โดยผู้ที่เดินทางรถไฟมาลงที่สุราษฎร์ธานีสามารถต่อรถไปภูเก็ตได้อย่างสะดวก รวดเร็วทั้งนี้น่าจะได้สนับสนุนให้เอกชนลงทุนในการดำเนินการเรื่องนี้

6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดภูเก็ต

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็ได้ถูกคาดหวังว่าจะมีการขยายตัวเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากภูเก็ตมีทรัพยากรธรรมชาติทางด้านการท่องเที่ยวหลายแห่งรวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ประกอบกับการคมนาคมเป็นไปอย่างสะดวกสบายขึ้น จึงเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยวมากขึ้น จุดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปกันคือ หาดป่าตอง หาดตะกั่วหิน หาดราไวย์ ฯลฯ

สำหรับข้อเสนอแนะทางการลงทุนสำหรับจังหวัดภูเก็ตนั้น เป็นเพียงแนวทางการลงทุนสำหรับธุรกิจที่จะศึกษาเห็นว่า มีศักยภาพและลำดับความสำคัญสูง ซึ่งจากการศึกษาและจากสถานการณ์ในปัจจุบัน ธุรกิจที่สมควรแก่การลงทุนและลงทุน ได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจขนส่ง ส่วนธุรกิจอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเหมือนกันแต่บางประเภทก็มีอยู่พอสมควรแล้วในปัจจุบัน การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตอยู่ในภาวะขยายตัวจะเป็นธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญตามไปด้วย

อนาคตทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตยังสดใสอยู่ จึงควรร่วมมือกันพัฒนาจังหวัดภูเก็ตอย่างเป็นระเบียบแบบแผน และรักษาสภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่มีอยู่เดิมไว้ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่นำมาซึ่งรายได้แก่ประชาชนท้องถิ่น และประเทศชาติสืบต่อไป

การคำนวณ

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของธุรกิจที่พักแรม

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของที่พักแรม	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
โรงแรม	47.11	45.10	23.68	33.33	95.65
เกสต์เฮาส์	3.31	0.00	7.89	0.00	4.35
บังกาโล	49.59	54.90	68.42	66.67	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราไวย์
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมืองภูเก็ต

ตารางที่ 2 แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักแรม

หน่วย: แห่ง

ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
ลอบบี้/ห้องรับแขก	69 (57.02)	15 (100.00)	18 (75.00)	36 (43.90)
ลิฟท์	12 (9.92)	7 (46.67)	2 (8.33)	3 (3.66)
ที่จอดรถ	93 (76.86)	15 (100.00)	19 (79.17)	59 (71.95)
สวนธรรมชาติ	63 (52.07)	13 (86.67)	18 (75.00)	32 (39.02)
สระว่ายน้ำ	34 (28.10)	15 (100.00)	12 (50.00)	7 (8.54)
อื่น ๆ	2 (1.65)	1 (6.67)	0 (0.00)	1 (1.22)
ไม่มีบริการ	13 (10.74)	0 (0.00)	1 (4.17)	12 (14.63)
รวม	121 (100.00)	15 (100.00)	24 (100.00)	82 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = รับผิดชอบเที่ยวได้มากกว่า 200 คน
 ขนาด B = รับผิดชอบเที่ยวได้ไม่เกิน 200 คน
 ขนาด C = รับผิดชอบเที่ยวได้ไม่เกิน 100 คน
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 3 แสดงบริการในด้านต่าง ๆ ของที่ฝึกนรม

หน่วย : แห่ง

ประเภทของบริการ	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
ผู้ฝึกนรม	71 (58.68)	14 (93.33)	19 (79.17)	38 (46.34)
บริการเรียกรถ	70 (57.85)	12 (80.00)	18 (75.00)	40 (48.78)
บริการรถรับ	93 (76.86)	14 (93.33)	23 (95.83)	56 (68.29)
บริการจัดเลี้ยง/ประชุม	34 (28.10)	14 (93.33)	12 (50.00)	8 (9.76)
สำนักงานชั่วคราว	10 (8.26)	6 (40.00)	4 (16.67)	0 (0.00)
โทรศัพท์/โทรเลข	32 (26.45)	12 (80.00)	10 (41.67)	10 (12.20)
อื่น ๆ	4 (3.31)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (4.88)
ไม่มีบริการ	20 (16.53)	0 (0.00)	0 (0.00)	20 (24.39)
รวม	121 (100.00)	15 (100.00)	24 (100.00)	82 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = รับผิดชอบเที่ยวว่าดมากกว่า 200 คน
 ขนาด B = รับผิดชอบเที่ยวว่าดไม่เกิน 200 คน
 ขนาด C = รับผิดชอบเที่ยวว่าดไม่เกิน 100 คน
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 4 แสดงระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจของธุรกิจโรงแรม

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปี	20 (16.53)	4 (26.67)	2 (8.33)	14 (17.07)
2 ปี	14 (11.57)	2 (13.33)	2 (8.33)	10 (12.20)
3 ปี	14 (11.57)	2 (13.33)	2 (8.33)	10 (12.20)
4 ปี	13 (10.74)	2 (13.33)	4 (16.67)	7 (8.54)
5 ปี	11 (9.09)	0 (0.00)	2 (8.33)	9 (10.98)
6 ปี	5 (4.13)	0 (0.00)	2 (8.33)	3 (3.66)
7 ปี	5 (4.13)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (6.10)
8 ปี	6 (4.96)	1 (6.67)	0 (0.00)	5 (6.10)
9 ปี	2 (1.65)	0 (0.00)	1 (4.17)	1 (1.22)
10 ปี	8 (6.61)	1 (6.67)	0 (0.00)	7 (8.54)
มากกว่า 10 ปี	14 (11.57)	1 (6.67)	6 (25.00)	7 (8.54)
ไม่ระบุ	9 (7.44)	2 (13.33)	3 (12.50)	4 (4.88)
จำนวนผู้ตอบ	121 (100.00)	15 (100.00)	24 (100.00)	82 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = รมนิกห้องเดี่ยวมากกว่า 200 คน
 ขนาด B = รมนิกห้องเดี่ยวไม่เกิน 200 คน
 ขนาด C = รมนิกห้องเดี่ยวไม่เกิน 100 คน
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 5 แสดงลักษณะกลุ่มลูกค้าของที่พักแรม

หน่วย : ร้อยละ

กลุ่มของลูกค้า	จำนวนของที่พักแรม
นักท่องเที่ยว	76.03
นักธุรกิจและอื่น ๆ	23.14
อื่นๆ	3.31
ไม่ระบุ	23.14
รวม	100.00

ตารางที่ 6 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจที่ศึกษารวม

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
การขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ	24.79	39.22	13.16	0.00	21.74
ปัญหาคลั่งลากร์ด้านอื่นๆ	0.83	0.00	2.63	0.00	0.00
สถานที่แวดล้อมที่ไม่ดี	8.26	9.80	7.89	22.22	0.00
มีการแข่งขันสูงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว	10.74	13.73	10.53	0.00	8.70
ปัญหาทางการตลาดด้านอื่นๆ	3.31	1.96	5.26	0.00	4.35
หนี้อาจจากตัวหนการท่องเที่ยว	4.96	5.88	5.26	0.00	4.35
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	2.48	0.00	5.26	0.00	4.35
ปัญหาการเงินด้านอื่นๆ	0.83	1.96	0.00	0.00	0.00
ปัญหาการขาดแคลนน้ำดื่ม	13.22	13.73	15.79	22.22	4.35
ปัญหาการขาดแคลนน้ำประปา	18.18	29.41	5.26	22.22	13.04
ปัญหามลภาวะ	3.31	5.88	2.63	0.00	0.00
การขนส่งไม่สะดวก	9.92	11.76	10.53	0.00	8.70
ปัญหาสาธารณูปโภคด้านอื่นๆ	4.13	7.84	0.00	0.00	4.35
ปัญหาอัตราภาษีสูง	3.31	3.92	2.63	0.00	4.35
ข้อจำกัดของกฎระเบียบราชการ	1.65	1.96	0.00	11.11	0.00
ปัญหาอื่นๆ	5.79	5.88	5.26	0.00	8.70
ไม่ระบุ	47.93	37.25	52.63	66.67	56.52

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมืองภูเก็ต

ตารางที่ 7 แสดงแนวโน้มของธุรกิจที่ฝึกกรรม

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
มีแนวโน้มดีขึ้น	47.11	49.02	36.84	55.56	56.52
มีแนวโน้มแย่ลง	0.83	0.00	0.00	0.00	4.35
ตลาดมีการแข่งขันมากขึ้น	9.92	9.80	18.42	0.00	0.00
จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง	6.61	3.92	15.79	0.00	0.00
จำเป็นต้องมีการควบคุมในด้านสภาพแวดล้อม- และการขนส่งมากขึ้น	2.48	1.96	2.63	11.11	0.00
ที่ฝึกกรรมขนาดเล็กจะแย่ลง	9.92	15.69	5.26	11.11	4.35
โดยเฉลี่ยธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้	6.61	11.76	0.00	0.00	8.70
อื่นๆ	3.31	5.88	2.63	0.00	0.00
ไม่ระบุ	25.62	17.65	36.84	22.22	26.09
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะกะรน
 จุดที่ 3 = หาดวาเวอีย
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมืองภูเก็ต

ตารางที่ 8 แสดงระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจในธุรกิจของกิตติาคารและร้านอาหาร

หน่วย : ไร่

ระยะเวลา	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
1-2 ปี	42 (39.62)	12 (41.38)	10 (47.62)	4 (57.14)	16 (32.65)
3-4 ปี	22 (20.75)	3 (10.34)	7 (33.33)	0 (0.00)	12 (24.49)
5-6 ปี	10 (9.43)	3 (10.34)	3 (14.29)	1 (14.29)	3 (6.12)
7-8 ปี	8 (7.55)	2 (6.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (12.24)
9-10 ปี	6 (5.66)	0 (0.00)	1 (4.76)	0 (0.00)	5 (10.20)
11-12 ปี	2 (1.89)	1 (3.45)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.04)
มากกว่า 12 ปี	8 (7.55)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (28.57)	6 (12.24)
ไม่ระบุ	8 (7.55)	8 (27.59)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	106 100.00	29 100.00	21 100.00	7 100.00	49 100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราไวย์
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 10 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
พนักงานไม่มีคุณภาพ	27.36
พนักงานไม่เพียงพอ	15.09
ภาษาต่างประเทศ	2.83
การแข่งขันสูง	7.55
ต้นทุนสูง	11.32
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	15.09
น้ำประปา ฟ้าฟ้าไม่เพียงพอ	14.15
การคมนาคมไม่สะดวก	11.32
มลภาวะ เป็นพิษ	3.77
เสียภาษีสูง	4.72
ข้อจำกัดของระเบียบราชการ	6.06
ไม่ระบุ	23.58

ตารางที่ 9 แสดงการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเช่าบ้านระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
สูงกว่า	7.55	17.24	4.76	14.29	2.04
เท่ากัน	66.04	41.83	76.19	42.86	77.55
ต่ำกว่า	24.42	37.93	19.05	42.86	20.41
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง

ตารางที่ 12 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้า

หน่วย : ไร่

ประเภท	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
ผ้าไหม	1 (33.33)	4 (36.36)	1 (25.00)	2 (18.18)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (33.33)	18 (31.58)
ผ้าฝ้าย 1 บาติก	2 (66.67)	5 (45.45)	2 (50.00)	7 (63.64)	0 (0.00)	5 (50.00)	3 (50.00)	25 (43.86)
ผ้าทอมือ	0 (0.00)	2 (18.18)	1 (25.00)	2 (18.18)	0 (0.00)	1 (10.00)	0 (0.00)	10 (17.54)
เสื้อยืด	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (40.00)	1 (16.67)	4 (7.02)
รวม	3 (100.00)	11 (100.00)	4 (100.00)	11 (100.00)	0 (100.00)	10 (100.00)	6 (100.00)	57 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 11 แสดงแนวโน้มของธุรกิจประเภทร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	จำนวน
ซึ่งสามารถขยายตัวได้อีก	31.13
คง	2.83
ไม่แน่นอน	6.06
มีการลงทุนเพิ่ม	2.83
อื่น ๆ	1.69
ไม่ระบุ	54.72
รวม	100.00

ตารางที่ 14 แสดงสินค้าของที่ระศึกประเภทเครื่องประดับบ้าน/เครื่องใช้

หน่วย : ร้อย

ประเภท	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	0 (0.00)	4 (11.76)	0 (0.00)	4 (9.52)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (12.27)
เบร็กกอรี่/งา/ปะการัง	0 (0.00)	5 (14.71)	0 (0.00)	5 (11.90)	4 (80.00)	16 (50.00)	6 (75.00)	39 (17.73)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0 (0.00)	4 (11.76)	0 (0.00)	5 (11.90)	0 (0.00)	3 (9.38)	0 (0.00)	19 (8.64)
เครื่องถม	0 (0.00)	4 (11.76)	0 (0.00)	5 (11.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	15 (6.82)
ไม้/หวาย	0 (0.00)	4 (11.76)	0 (0.00)	8 (19.05)	1 (20.00)	9 (28.13)	1 (12.50)	37 (16.82)
เครื่องเขิน	0 (0.00)	3 (8.82)	0 (0.00)	4 (9.52)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	20 (9.09)
ผ้า	0 (0.00)	6 (17.65)	0 (0.00)	6 (14.29)	0 (0.00)	2 (6.25)	0 (0.00)	25 (11.36)
เครื่องหนัง	0 (0.00)	4 (11.76)	0 (0.00)	4 (9.52)	0 (0.00)	1 (3.13)	0 (0.00)	26 (11.82)
อื่น ๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.38)	0 (0.00)	1 (3.13)	1 (12.50)	12 (5.45)
จำนวนผู้ตอบ	0 (100.00)	34 (100.00)	0 (100.00)	42 (100.00)	5 (100.00)	32 (100.00)	1 (100.00)	220 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 13 แสดงสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับกาย

หน่วย : ชิ้น

ประเภท	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	0	4	1	6	0	3	1	30
	(0.00)	(21.05)	(20.00)	(27.27)	(0.00)	(9.09)	(14.29)	(19.87)
อัญมณี (เช่น พลอย/ไข่มุก)	0	5	1	2	1	10	2	34
	(0.00)	(26.32)	(20.00)	(9.09)	(25.00)	(30.30)	(28.57)	(22.52)
เปลือกทอย/งา/ปะการัง	1	4	1	5	3	15	4	44
	(0.00)	(21.05)	(20.00)	(22.73)	(75.00)	(45.45)	(57.14)	(29.14)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0	3	1	5	0	2	0	21
	(0.00)	(15.79)	(20.00)	(22.73)	(0.00)	(6.06)	(0.00)	(13.91)
เครื่องถม	0	3	1	4	0	1	0	15
	(0.00)	(15.79)	(20.00)	(18.18)	(0.00)	(3.03)	(0.00)	(9.93)
อื่น ๆ	0	0	0	0	0	2	0	7
	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(6.06)	(0.00)	(4.64)
จำนวนผู้ตอบ	0	19	5	22	4	33	7	151
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราไวย์
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 16 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อย

ระยะเวลา	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
1 - 2 ปี	55 (59.14)	6 (85.71)	11 (100.00)	9 (56.25)	29 (49.15)
3 - 4 ปี	18 (19.35)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (12.50)	16 (27.12)
5 - 6 ปี	5 (5.38)	1 (14.29)	0 (0.00)	2 (12.50)	2 (3.39)
7 - 8 ปี	5 (5.38)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (6.25)	4 (6.78)
มากกว่า 10 ปี	10 (10.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (12.50)	8 (13.56)
จำนวนผู้ตอบ	93 (100.00)	7 (100.00)	11 (100.00)	16 (100.00)	59 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 15 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทรูปภาพ/เบสการ์ด/หนังสือ

หน่วย : ชิ้น

ประเภท	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
รูปภาพ/เบสการ์ด/หนังสือ	0 (0.00)	6 (100.00)	1 (100.00)	9 (100.00)	0 (0.00)	6 (100.00)	2 (100.00)	28 (100.00)
จำนวนผู้ตอบ	0 (100.00)	6 (100.00)	1 (100.00)	9 (100.00)	0 (100.00)	6 (100.00)	2 (100.00)	28 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 19 แสดงแนวโน้มมาตรฐานราคาสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

ทิศทางของแนวโน้ม	จำนวนร้าน
สูงขึ้น	19.35
เฉลี่ย	9.68
คงที่	3.23
มีการแข่งขันสูง	13.98
อื่น ๆ	2.15
ไม่ระบุ	51.61
รวม	100.00

ตารางที่ 17 แสดงส่วนแบ่งของลูกค้าชาวทวายในธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

ส่วนแบ่ง	จำนวนร้าน
1-25	8.60
26-50	20.43
51-75	20.43
76-100	47.31
ไม่ตอบ	3.23
รวม	100.00

ตารางที่ 18 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสินค้าของที่ระลึก

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวนร้าน
ภาษาต่างประเทศ	18.26
พนักงานไม่มีความชำนาญ	3.23
ต้นทุนสูง	8.60
การแข่งขันสูง	38.71
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	10.75
ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล	6.45
อื่น ๆ	2.15

ตารางที่ 21 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานของธุรกิจมาเดี่ยว

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
1 ปี	9 (17.31)	0 (0.00)	5 (25.00)	4 (16.00)
2 ปี	5 (9.62)	0 (0.00)	2 (10.00)	3 (12.00)
3 ปี	7 (13.46)	2 (28.57)	3 (15.00)	2 (8.00)
4 ปี	4 (7.69)	1 (14.29)	0 (0.00)	3 (12.00)
5 ปี	5 (9.62)	1 (14.29)	4 (20.00)	0 (0.00)
6 ปี	5 (9.62)	1 (14.29)	0 (0.00)	4 (16.00)
7 ปี	1 (1.92)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.00)
8 ปี	3 (5.77)	0 (0.00)	1 (5.00)	2 (8.00)
9 ปี	1 (1.92)	1 (14.29)	0 (0.00)	0 (0.00)
10 ปี	2 (3.85)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (8.00)
มากกว่า 10 ปี	3 (5.77)	0 (0.00)	3 (15.00)	0 (0.00)
ไม่ระบุ	7 (13.46)	1 (14.29)	2 (10.00)	4 (16.00)
จำนวนผู้ตอบ	52 100.00	1 (100.00)	15 (100.00)	25 (100.00)

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

ตารางที่ 20 แสดงประเภทของธุรกิจนาเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของธุรกิจ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
จัดนาเที่ยวในประเทศ	71.15	85.71	80.00	60.00
จัดนาเที่ยวทั้งงานและต่างประเทศ	11.54	14.29	20.00	4.00
จัดหาและส่งมีกท่องเที่ยวให้กับธุรกิจนาเที่ยวโดยตรง	67.31	14.29	65.00	84.00
จำนวนผู้ตอบ (แห่ง)	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : ขนาด A = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนเกิดตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป
 ขนาด B = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนเกิดตั้งแต่ 3-9 คน
 ขนาด C = เป็นธุรกิจที่มีจำนวนเกิดน้อยกว่า 3 คน

ตารางที่ 23 แสดงอัตราการของธุรกิจนาเดี่ยว

หน่วย : ร้อยละ

อัตราการ	จำนวนร้าน
1-20	11.54
21-40	11.54
41-60	1.92
61-80	1.92
ไม่ระบุ	73.08
รวม	100.00

ตารางที่ 24 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอธุรกิจนาเดี่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	จำนวนร้าน
มีมากเกินไป	9.62
ค่อนข้างมาก	36.54
ค่อนข้างเพียงพอ	38.46
เพียงพอ	7.69
ไม่เพียงพอ	1.92
ไม่ระบุ	5.77
รวม	100.00

ตารางที่ 22 การกำหนดอัตราค่าบริการในฐานะเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทเดี่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ในระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

อัตราค่าบริการ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
สูงกว่า	17.31	28.57	20.00	12.00
เท่ากัน	65.38	57.14	55.00	76.00
ต่ำกว่า	7.69	0.00	10.00	8.00
ไม่ระบุ	9.62	14.29	15.00	4.00
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 27 แสดงประเภทของธุรกิจสหภาพการ

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของธุรกิจ	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
การสดงโชว์	1.56	2.63	0.00	0.00	0.00
บาร์เบียร์	87.50	86.84	90.91	100.00	50.00
การระดำน้า	10.94	10.53	9.09	0.00	50.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 25 ปัญหาที่ผู้ประกอบการธุรกิจนาเที่ยวระยองประสบอยู่ในปัจจุบัน

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหา	จำนวนธุรกิจ
การขาดแคลนแรงงาน	11.54
ความยุ่งยากในการหาแรงงาน	32.69
ตลาดมีการแข่งขันสูง	57.69
การขาดแคลนเส้นทางคมนาคม	3.85
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	23.08
ปัญหาการบริการ	11.54
การขนส่งไม่สะดวก	17.31
การขาดสาขาารูปเิกศ	11.54
ปัญหาความปลอดภัย	3.85
ข้อก้ำจัดของกฎระ เียบราชการ	17.31
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	9.62
อื่น ๆ	1.82
ไม่ระบุ	17.31

ตารางที่ 26 แนวโน้มของธุรกิจจัดนาเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ยังสามารถขยายตัวได้	51.92
ตลาดอ้งมีการแข่งขันสูง	9.62
คงที่	11.54
ไม่แน่นอน	9.62
อื่น ๆ	17.31
รวมทั้งหมด	100.00

ตารางที่ 29 แสดงอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับร้านในระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	บาร์เบียร์	การแสดงโชว์	การپرد่าน้ำ
สูงกว่า	20.31	17.86	0.00	42.86
เท่ากัน	68.75	71.43	100.00	42.86
ต่ำกว่า	10.94	10.71	0.00	14.29
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 28 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจสินหนาการ

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4
1 ปี	19 (26.69)	8 (21.05)	9 (40.91)	1 (50.00)	1 (50.00)
2 ปี	20 (31.25)	13 (34.21)	7 (31.82)	0 (0.00)	0 (0.00)
3 ปี	8 (12.50)	5 (13.16)	3 (13.64)	0 (0.00)	0 (0.00)
5 ปี	3 (4.69)	2 (5.26)	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)
6 ปี	3 (4.69)	3 (7.89)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
7 ปี	1 (1.56)	1 (2.63)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
8 ปี	2 (3.13)	1 (2.63)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (50.00)
9 ปี	1 (1.56)	1 (2.63)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
มากกว่า 10 ปี	7 (10.94)	4 (10.539)	3 (13.64)	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	64 (100.00)	38 (100.00)	2 (100.00)	20 (100.00)	20 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง
 () หมายถึงตัวเลขแสดง ร้อยละ

ตารางที่ 31 เหตุผลในการเลือกสถานที่และระยะเวลาที่ช้อยู่ที่นั้น

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4
สาเหตุที่เลือกไป				
เพื่อชมธรรมชาติ	78.53	94.81	89.00	12.59
เพื่อชมศิลปวัฒนธรรม	4.29	2.96	1.00	42.22
เพื่อชมโบราณสถาน/ ประวัติศาสตร์	1.84	2.22	6.00	34.81
เพราะการเดินทางสะดวก	50.31	29.63	29.00	58.52
เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อม	57.67	29.63	16.00	58.52
จำนวนผู้ตอบ (คน)	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
- จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
- จุดที่ 3 = หาดราไวย์
- จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง

ตารางที่ 30 ปัญหาที่ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าการเกษตรอยู่ในปัจจุบัน

หน่วย : ร้อยละ

	จำนวนของธุรกิจ
การขาดแคลนแรงงาน	23.44
การขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ	32.81
ตลาดมีการแข่งขันสูง	6.25
ปัญหาด้านการบริการ	3.13
ความต้องการของลูกค้า	9.38
เงินทุนหมุนเวียน	4.69
การขนส่งไม่สะดวก	26.56
ขาดแคลนน้ำประปา	18.75
ขาดแคลนไฟฟ้า	28.13
ปัญหาโรคพืช	9.38
อัตราภาษีสูง	3.13
ข้อจำกัดขององค์กระเบียบราชการ	26.56
อื่น ๆ	6.25
ไม่ระบุ	12.50

ตารางที่ 32 แสดงประเภทสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4
ประเภทสถานที่พักแรม				
ไม่ได้ค้างแรม	42.94	42.96	94.00	60.00
โรงแรม	38.04	28.89	0.00	26.67
พิงกะโล่/บ้านพัก	14.11	23.70	4.00	0.00
เกสเฮาส์	1.23	1.48	0.00	0.74
อื่น ๆ	1.23	0.74	0.00	12.59
จำนวนผู้ตอบ (คน)	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ :
 จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง

ตารางที่ 33 แสดงประเภทธุรกิจร้านอาหารที่ฝึกท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4
ไม่ได้ใช้บริการ	11.04	25.18	45.00	19.26
ภัตตาคาร	57.67	43.70	10.00	35.56
ร้านอาหาร/คอฟฟี่ชอป	53.89	40.74	18.00	54.07
เตียงขายอาหาร	17.79	13.33	16.00	10.37
รถเข็น/หาบเร่	15.34	8.89	17.00	2.22
ร้านอาหารในโรงแรม	11.04	2.22	2.00	17.04
อื่น ๆ	1.84	4.44	0.00	2.22
จำนวนผู้ตอบ (คน)	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
จุดที่ 3 = หาดราวี
จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง

ตารางที่ 34 แสดงประเภทธุรกิจสินค้าการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4
ไม่ได้ใช้บริการ	63.19	76.30	97.00	55.56
สวนสนุก	0.00	0.00	0.00	1.48
สวนสัตว์	0.00	0.00	0.00	8.89
สถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย	14.11	5.93	2.00	14.07
การแสดงโชว์	16.56	14.07	1.00	20.00
อื่น ๆ	17.18	5.19	1.00	14.07
จำนวนผู้ตอบ (คน)	100.00	100.00	100.00	100.00

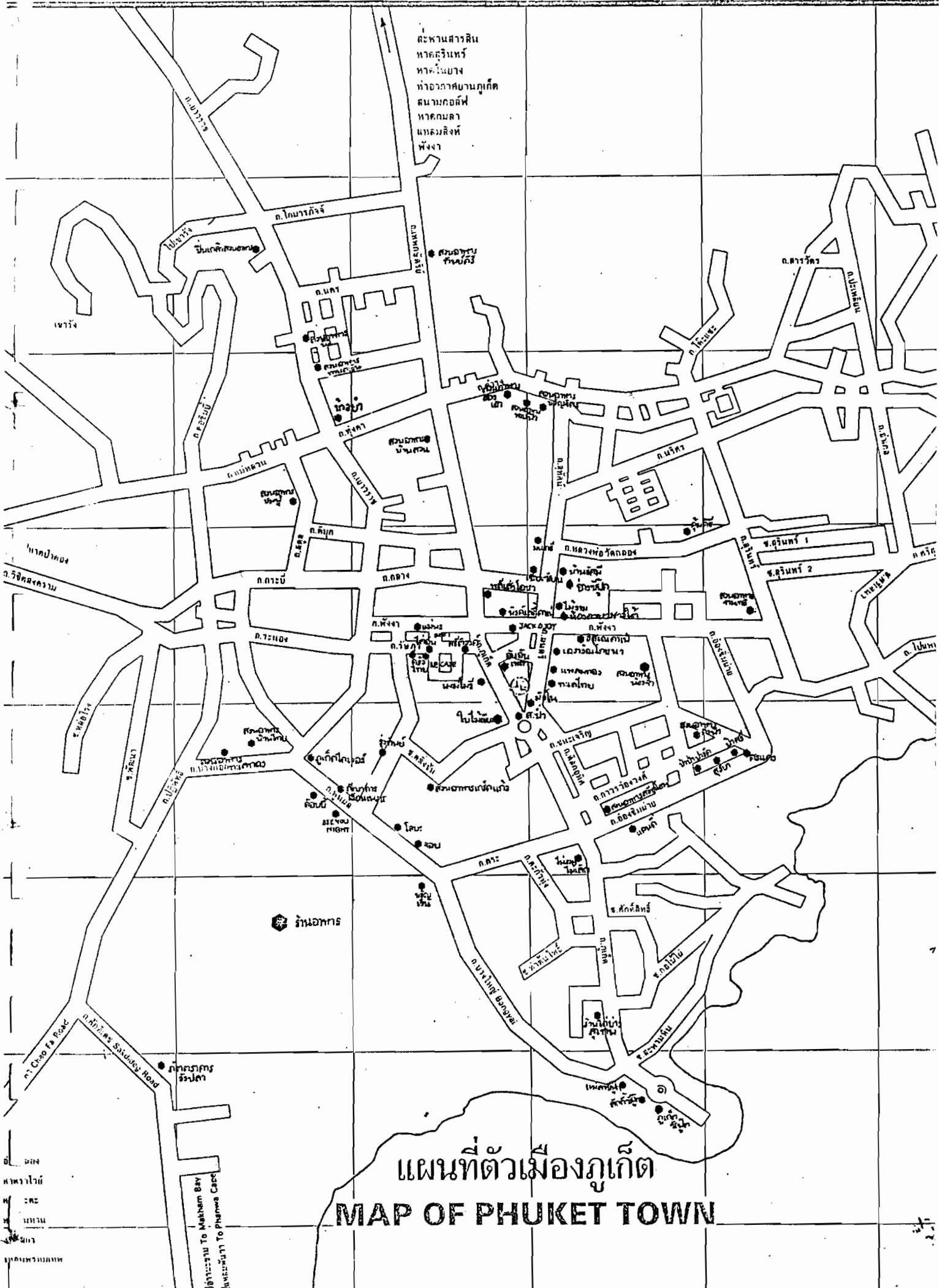
หมายเหตุ :
 จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง

ตารางที่ 35 แสดงประเภทของร้านขายของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อแยกตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4
มาได้ซื้อ	65.03	68.89	60.00	35.56
ร้านแผงลอย/เคiosk	13.50	5.19	12.00	5.19
หาบเร่	7.98	2.96	1.00	2.22
ร้านค้า	25.15	20.00	29.00	39.26
ศูนย์การค้า/พลาซ่า	4.29	6.67	1.00	37.78
อื่นๆ	0.00	0.74	0.00	3.70
จำนวนผู้ตอบ (คน)	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ :
 จุดที่ 1 = หาดป่าตอง
 จุดที่ 2 = หาดกะตะ หาดกะรน
 จุดที่ 3 = หาดราวี
 จุดที่ 4 = อ่าเภอเมือง



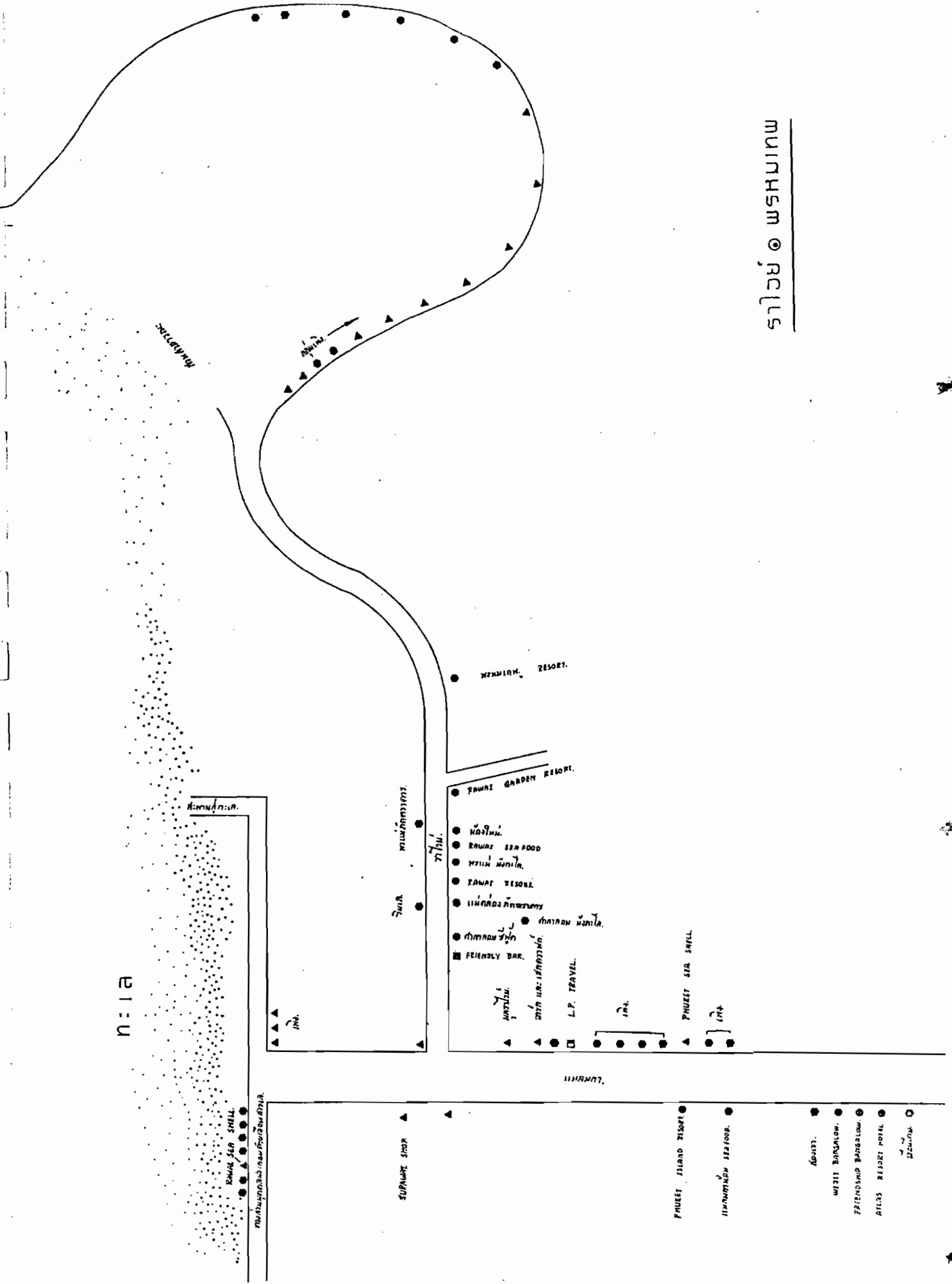
ศาลากลาง
 หาดสุรินทร์
 หาดในบาง
 ท่าอากาศยานภูเก็ต
 สนามกอล์ฟ
 หาดกมลา
 แหลมสิงห์
 พังงา

แผนที่ตัวเมืองภูเก็ต
MAP OF PHUKET TOWN

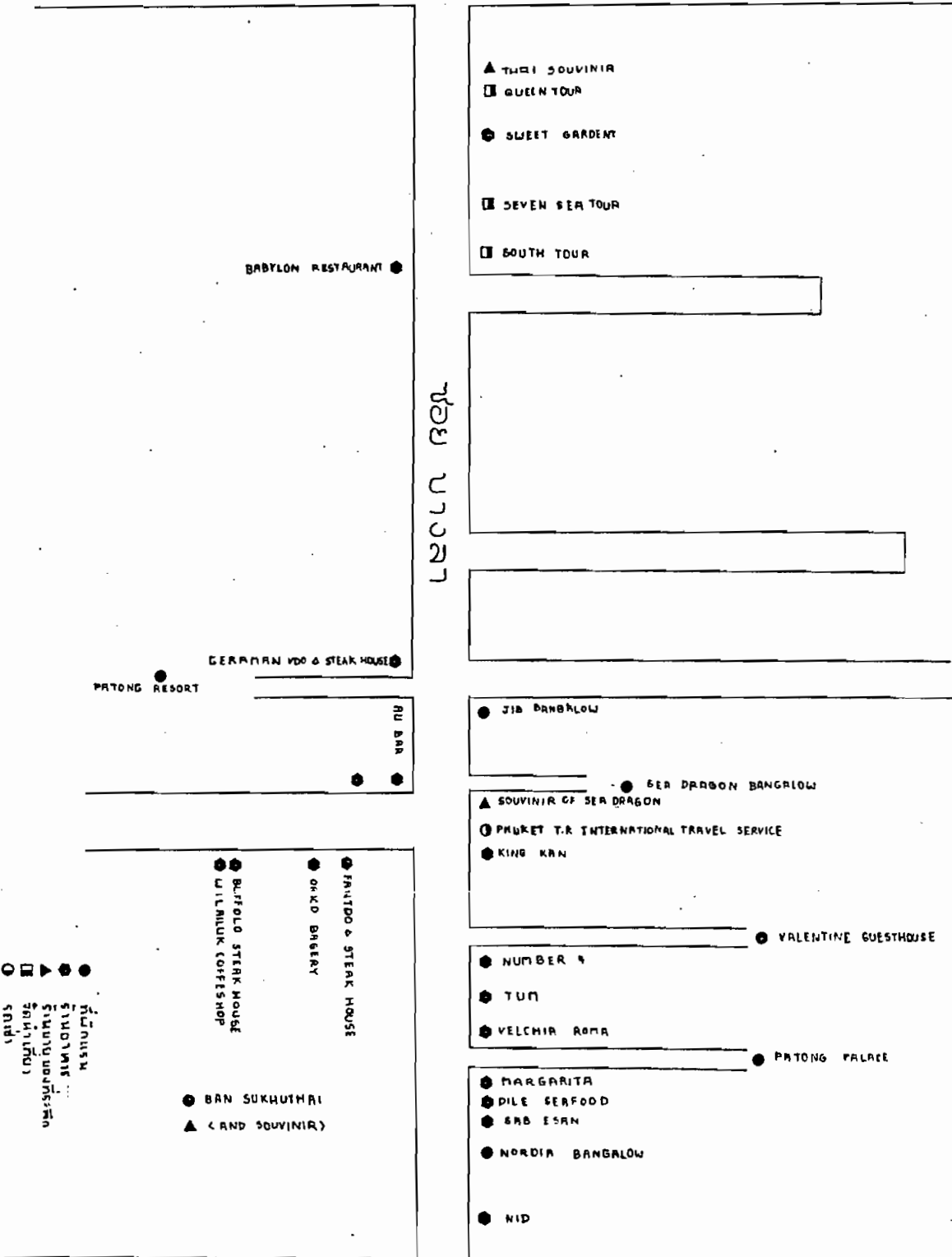
๐ กม.
 ๑ กม.
 ๒ กม.
 ๓ กม.
 ๔ กม.
 ๕ กม.
 ๖ กม.
 ๗ กม.
 ๘ กม.
 ๙ กม.
 ๑๐ กม.

ท่าอากาศยานภูเก็ต
 Phuket International Airport
 ท่าอากาศยานภูเก็ต
 Phuket International Airport

รายชื่อที่พัก

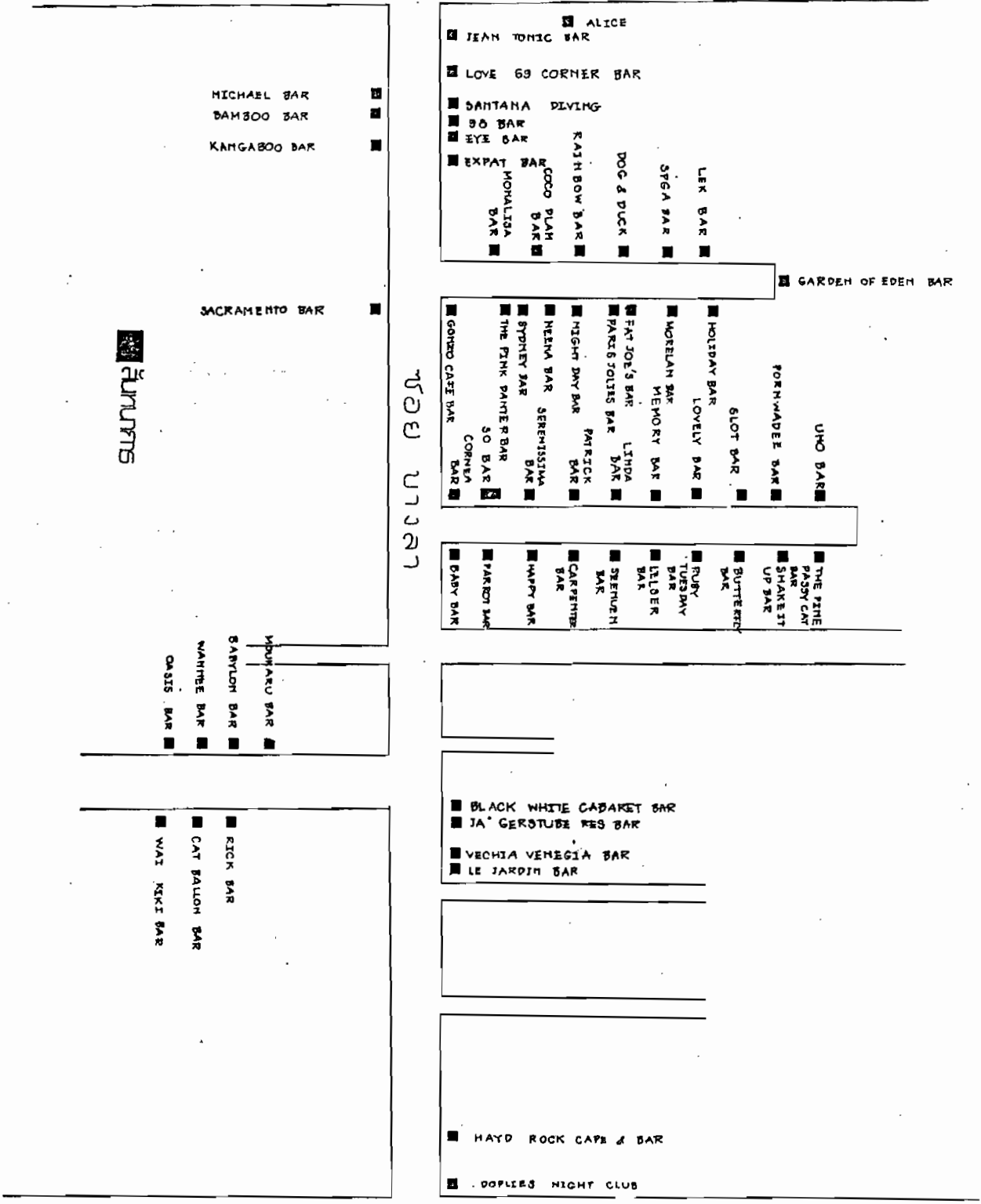


ถ. ทวีวงศ์

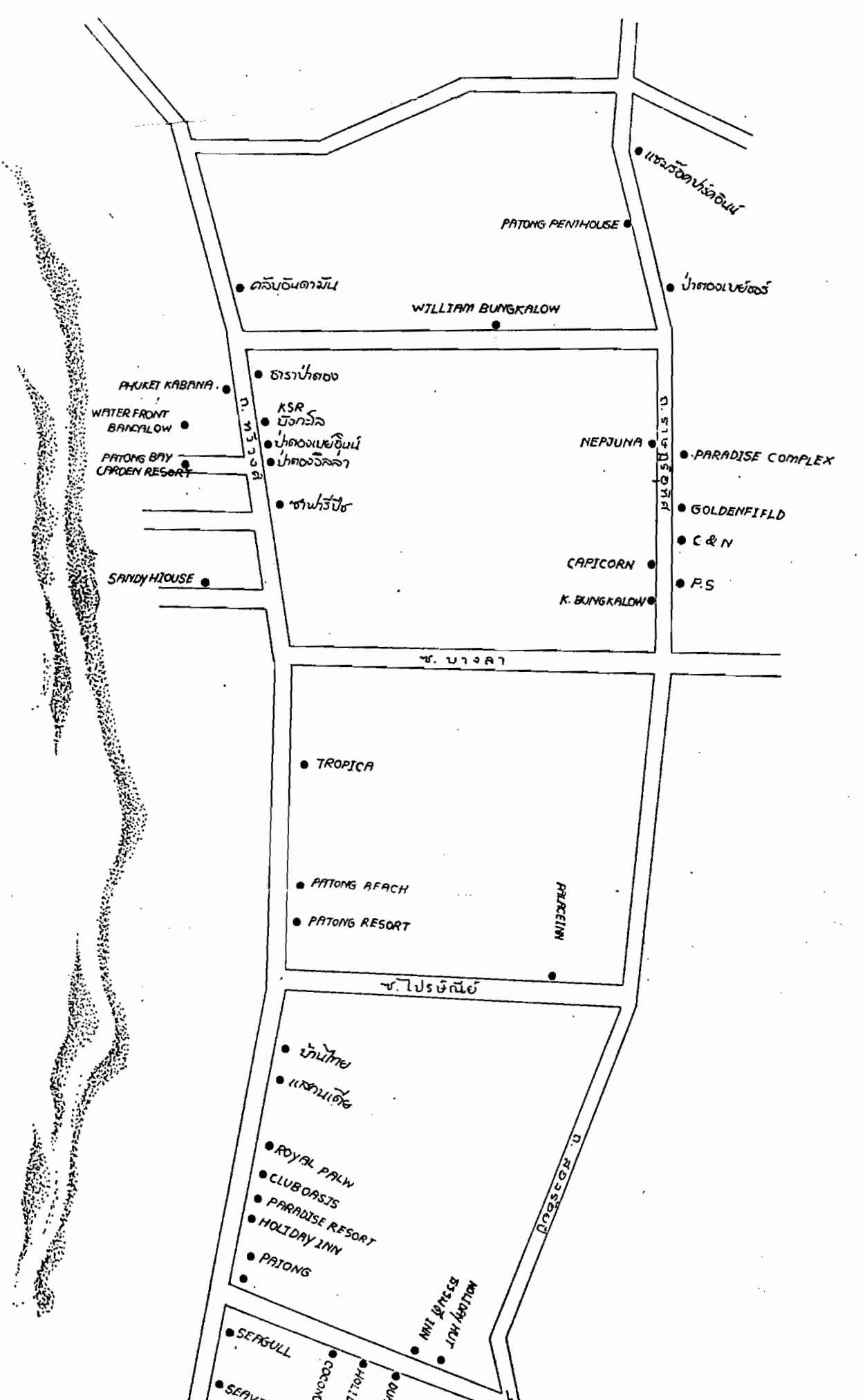


ถ. ราชภัฏวทิย

ຄ. ກື້ວງຄໍ

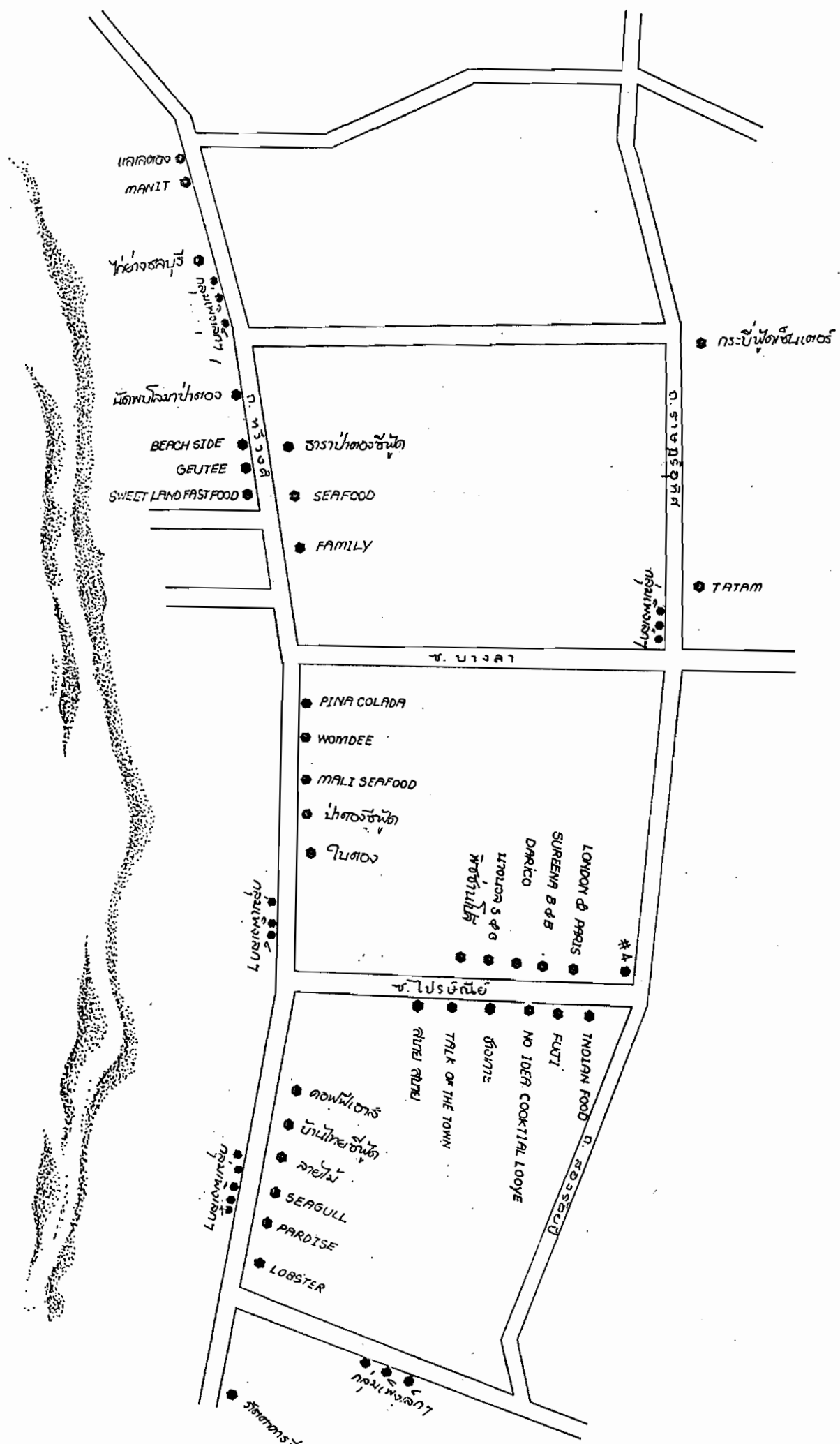


ຄ. ຮາຊກຸ້ວງຄໍ



พาทอง

• ภูเก็ต



แกลเลอรี่
MANIT

ท่าเรือ
ท่าเรือ

หน้าพลาซ่าท่าเรือ

BEACH SIDE
GRUTEE
SWEET LAND FASTFOOD

ร้านอาหารจีน
SEAFOOD
FAMILY

กระเบื้องปูพื้น

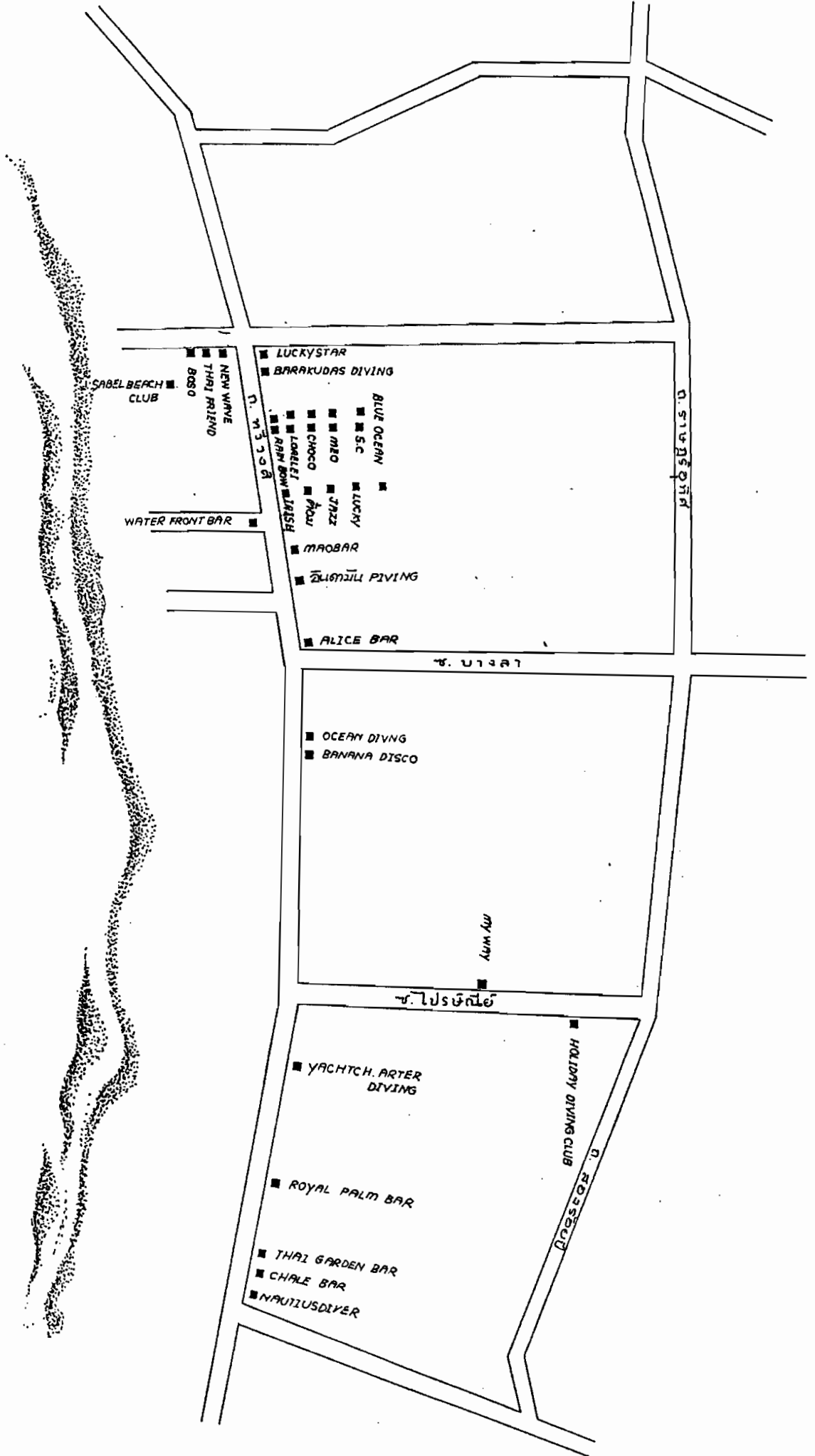
TATAM

PINA COLADA
WONDÉE
MALI SEAFOOD
ร้านอาหารจีน
ปิ้งย่าง
LONDON & PARIS
SURENA B & B
DARCO
ร้านอาหาร 5 & 6
ร้านอาหาร

INDIAN FOOD
FUTU
NO IDEN COCKTAIL LOOYE
ร้านกาแฟ
TALK OF THE TOWN
ร้านอาหาร
ร้านอาหารจีน
ร้านอาหารจีน
SEAGULL
PARADISE
LOBSTER

ท่าเรือ

STADIUMS



U. 11328

U. 11329

SABEL BEACH CLUB

NEW WINE
THAI FRIEND
BOSO

WATER FRONT BAR

LUCKY STAR
BARRAKUDAS DIVING
BLUE OCEAN
S.C.
MEO
CHOCO
LOULET
RUM BOW
MAO BAR

BANGKILL DIVING

ALICE BAR

OCEAN DIVING
BANANA DISCO

MY WAY

YACHTH. ARTER DIVING

ROYAL PALM BAR

THAI GARDEN BAR
CHALE BAR

NAUTIS DIVER

HOLIDAY DIVING CLUB

U. 11330

U. 11331

U. 11332

U. 11333

U. 11334

U. 11335

U. 11336

U. 11337

U. 11338

U. 11339

U. 11340

U. 11341

U. 11342

U. 11343

U. 11344

U. 11345

U. 11346

U. 11347

U. 11348

U. 11349

U. 11350

U. 11351

U. 11352

U. 11353

U. 11354

U. 11355

U. 11356

U. 11357

U. 11358

U. 11359

U. 11360

U. 11361

U. 11362

U. 11363

U. 11364

U. 11365

U. 11366

U. 11367

U. 11368

U. 11369

U. 11370

U. 11371

U. 11372

U. 11373

U. 11374

U. 11375

U. 11376

U. 11377

U. 11378

U. 11379

U. 11380

U. 11381

U. 11382

U. 11383

U. 11384

U. 11385

U. 11386

U. 11387

U. 11388

U. 11389

U. 11390

U. 11391

U. 11392

U. 11393

U. 11394

U. 11395

U. 11396

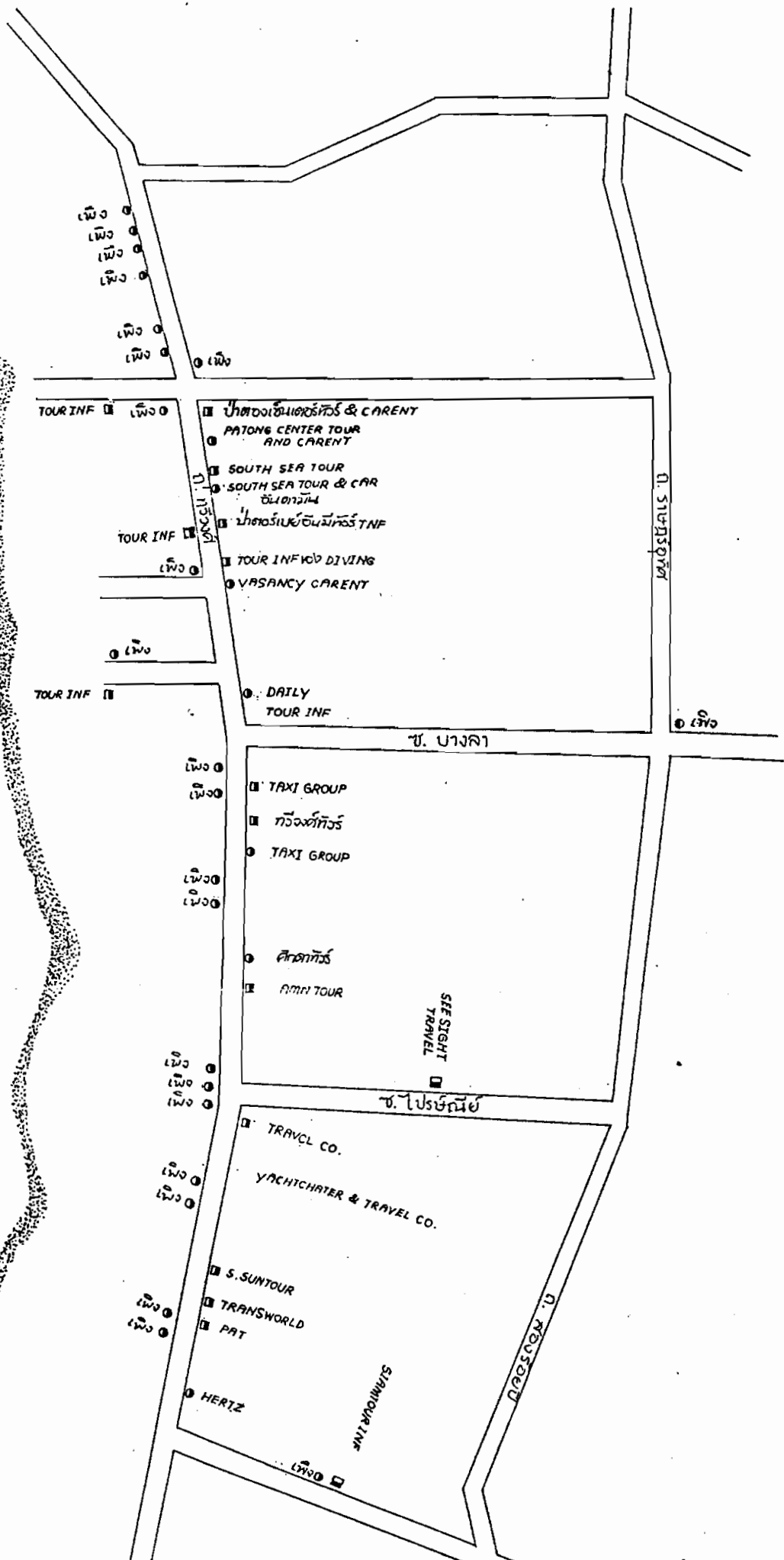
U. 11397

U. 11398

U. 11399

U. 11400

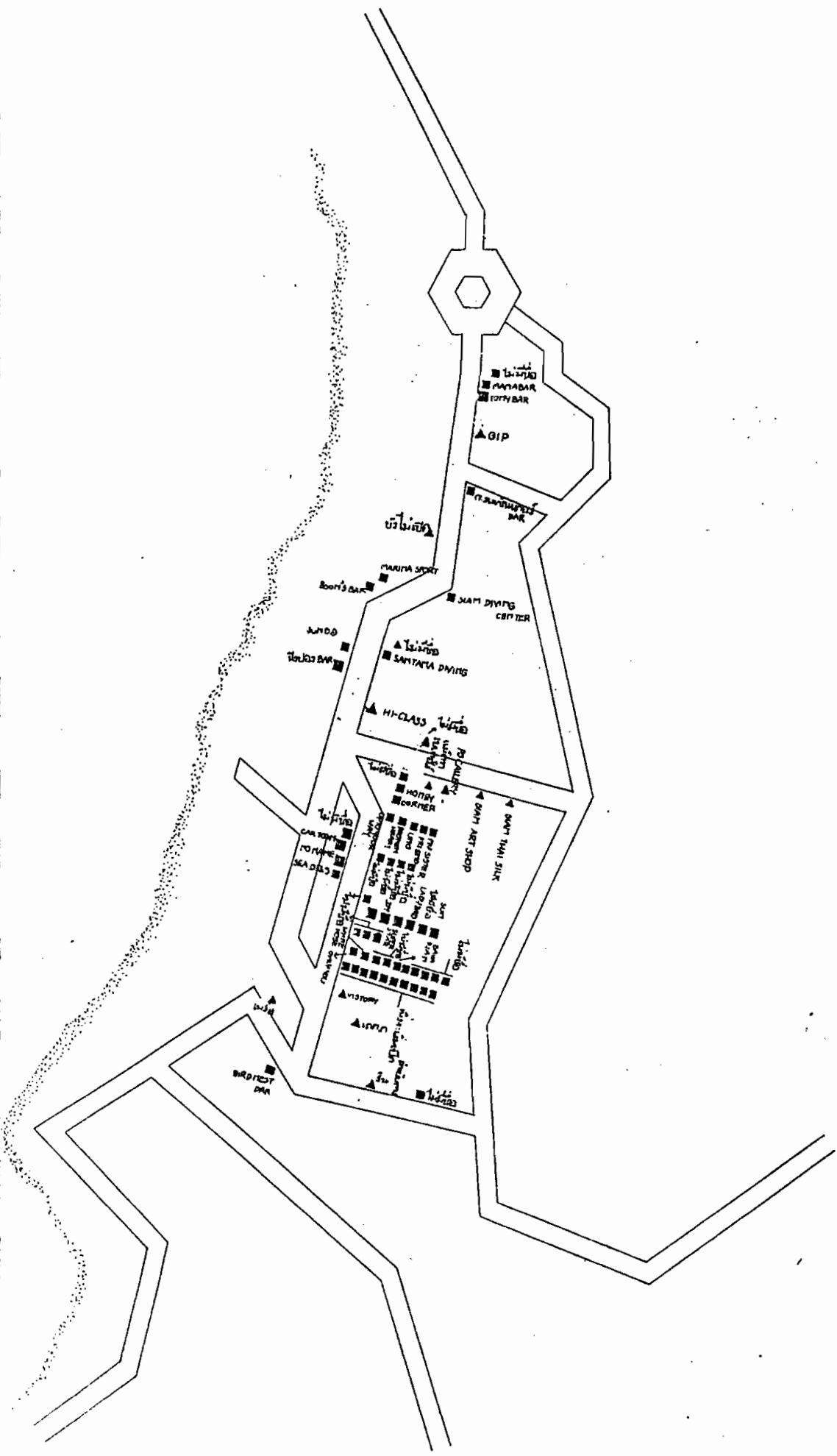
แม่น้ำ

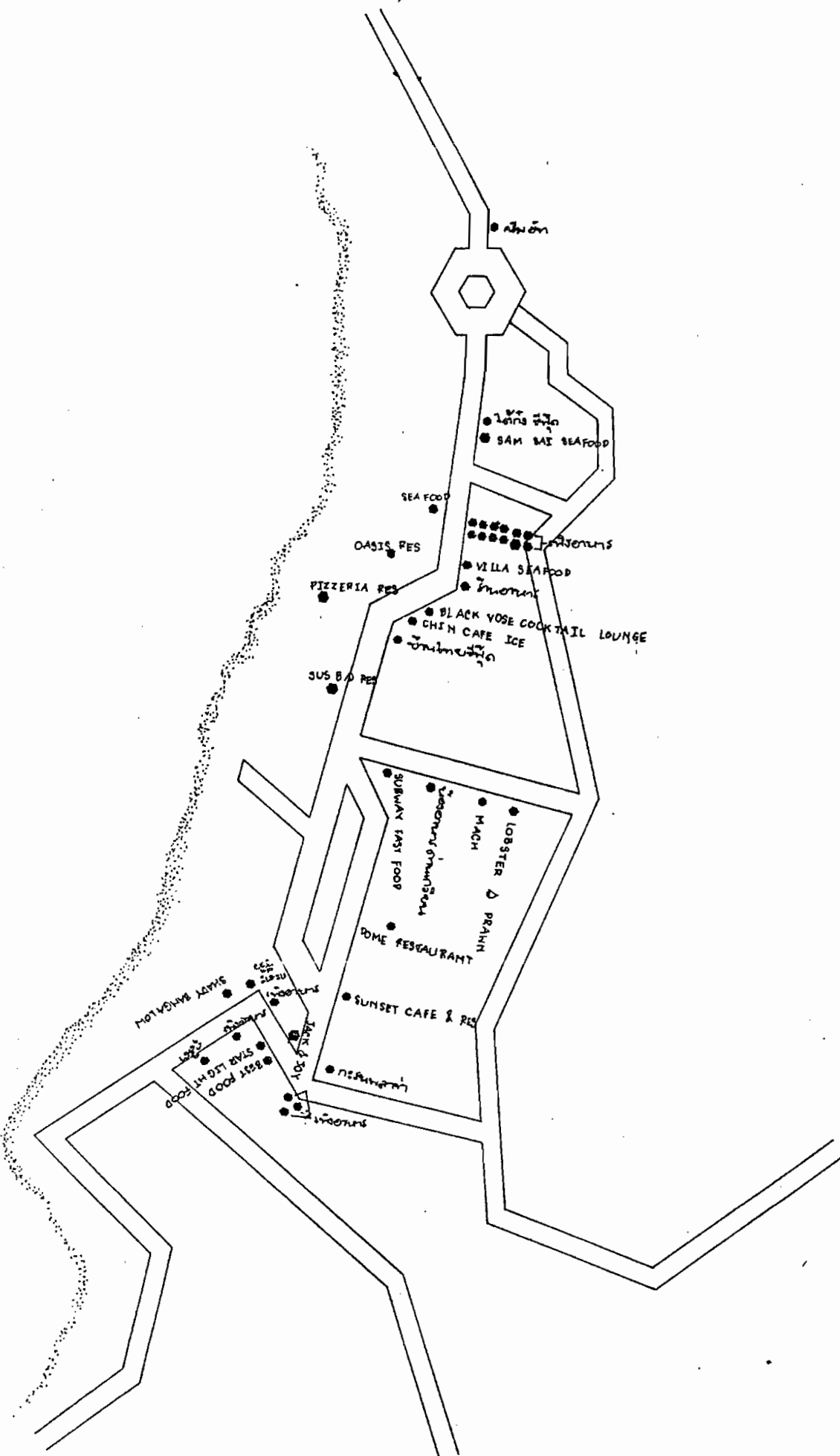


บริษัทบริการรถเช่า
 บริษัทบริการรถเช่า

RICRISU

- ▲ ទីស្នាក់នៅភ្នំភ្នំ
- ទីស្នាក់នៅ



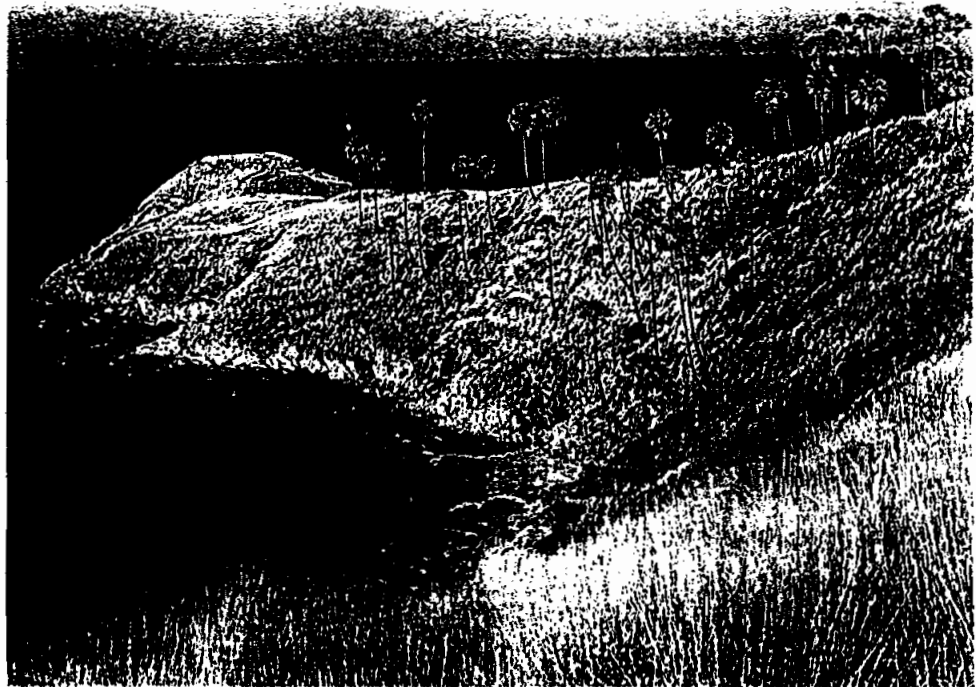


22
 STAMENTS

1:00 PM



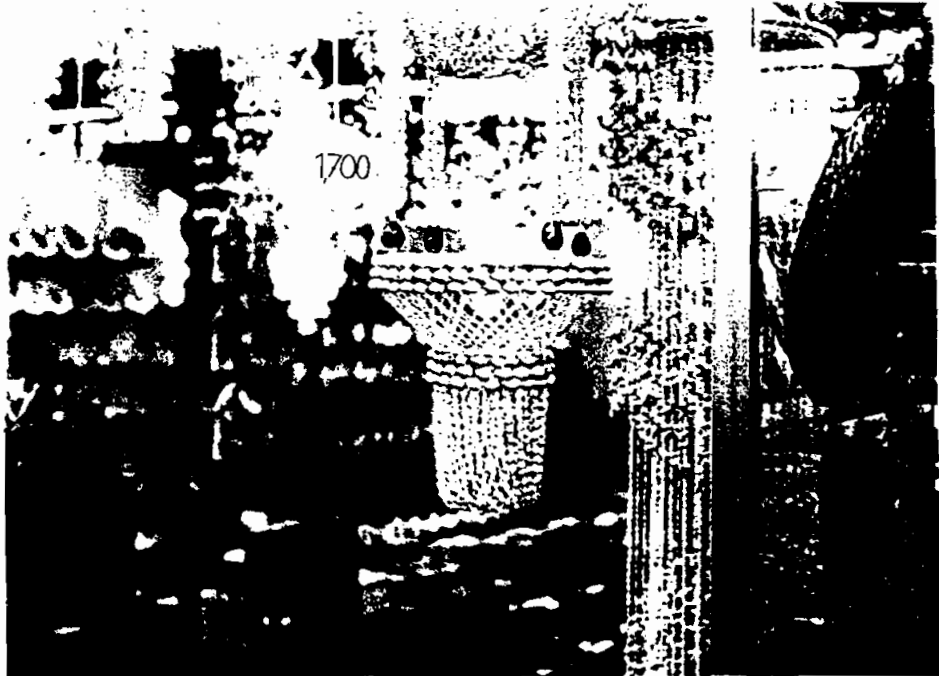
สถาปัตยกรรมแบบชิโน-โปรตุเกสในอำเภอเมืองภูเก็ต



แหลมพรหมเทพ เป็นสถานที่ชมพระอาทิตย์ตกที่งดงามยิ่งนัก



สถานที่พักแรมขนาดใหญ่ ท่ามกลางธรรมชาติที่หาดในหาด



สินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับที่ทำจากเปลือกหอย

สงขลา



หาดราไวย์ แหล่งท่องเที่ยวที่มีสวนผลไม้คุณภาพในภูเก็ต



หาดกะตะ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง

ไทยและมาเลเซีย เป็นแหล่งต้นกำเนิดของลำน้ำสำคัญที่ไหลลงสู่ทะเลสาบสงขลา ที่ใช้เป็นแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์น้ำขนาดใหญ่ ใช้ประโยชน์ในด้านการชลประทาน เกษตรกรรม และการคมนาคมขนส่ง

1.1.4 ภูมิอากาศ สงขลาตั้งอยู่ในเขตภูมิอากาศแบบมรสุมเมืองร้อน แบ่งเป็น 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน และ ฤดูฝน ฤดูฝนมีระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม-มกราคม เป็นช่วงที่มีลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดผ่าน ทำให้ฝนตกหนัก และบางครั้งก่อให้เกิดภาวะน้ำท่วมอย่างฉับพลันโดยเฉาะรอบ ๆ ทะเลสาบสงขลาทางด้านตะวันตก และในตัวเมืองสงขลา-หาดใหญ่ ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-กันยายน โดยได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ อุณหภูมิโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับ 26.5 ° เซลเซียส ในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม และประมาณ 28.5 ° เซลเซียส ในเดือนเมษายน

1.1.5 ทรัพยากรธรรมชาติ จังหวัดสงขลามีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ และ มีส่วนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว แบ่งเป็น

ก. ทรัพยากรป่าไม้ อันได้แก่ ป่าสงวนแห่งชาติ 30 แห่ง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า 2 แห่ง และเขตห้ามล่าสัตว์ป่า 2 แห่ง

ข. แร่ธาตุ ส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณภูเขาและที่ราบสูง ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จะนะ สะเตา รัตภูมิ นาทวี เทพา และกิ่งอำเภอนาหม่อม แร่ที่พบมากที่สุด ได้แก่ แร่ดีบุก รองลงมาได้แก่ วุลแฟรม แบไรท์ แมงกานีส

ค. ทรัพยากรด้านแหล่งท่องเที่ยว สงขลามีเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและกิจกรรมสันทนาการ ฯลฯ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ คือ

(1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประกอบด้วยชายหาดที่สวยงาม และมีชื่อเสียงอยู่ทางฝั่งตะวันออกตั้งแต่อำเภอระโนดถึงอำเภอเทพา ได้แก่ หาดสมิหรา หาดแก้วเสด็จ แหลมสนอ่อน หาดทรายแก้ว หาดมหาราช หาดปากบางสะกอม และหาดปากบางนาทับ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเกาะต่าง ๆ ในทะเลสาบสงขลา และชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ประกอบด้วย เกาะหนู เกาะแมว ซึ่งเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดสงขลา นอกจากนี้ก็มีเกาะนางคำ เกาะสี่ เกาะห้า ซึ่งเป็นแหล่งพักอาศัยของนกน้ำนานาชนิด และยังเป็นแหล่งเก็บรังนกนางแอ่น แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งได้แก่ ทะเลสาบสงขลา ซึ่งปัจจุบันส่วนหนึ่งได้ถูกประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคุชูด เพื่ออนุรักษ์พันธุ์นกน้ำ ในเขตอำเภอสมิพระ และเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย เพื่ออนุรักษ์นกน้ำในเขต อำเภอระโนด สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็น

จังหวัดสงขลา

1. ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัดสงขลา

1.1 ลักษณะทางกายภาพ

1.1.1 ที่ตั้ง สงขลาเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางภาคใต้ตอนล่างด้านชายฝั่งทะเลตะวันออก มีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ โดยรถไฟประมาณ 947 กิโลเมตร และโดยทางรถยนต์สายเลียบชายฝั่งตะวันออกประมาณ 1,258 กิโลเมตร มีพื้นที่โดยประมาณ 7,464 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่าง ๆ ดังนี้ คือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดพัทลุง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดพัทลุง และจังหวัดสตูล

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย

1.1.2 เขตการปกครอง สงขลาแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ 3 กิ่งอำเภอ 120 ตำบล และ 900 หมู่บ้าน มีการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบของเทศบาล 3 แห่ง คือ เทศบาลเมืองสงขลา เทศบาลเมืองหาดใหญ่ และเทศบาลตำบลสะเดา และมีสุขาภิบาลอีก 14 แห่ง

1.1.3 ลักษณะภูมิประเทศ สงขลาแบ่งลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ คือ

ก. พื้นที่ราบชายฝั่งทะเล เป็นพื้นที่ราบเกิดจากการทับถมของแม่น้ำ และการกระทำของคลื่น อยู่ทางด้านเหนือของจังหวัดได้แก่ อำเภอระโนด สทิงพระ (บริเวณคาบสมุทรสทิงพระ) ตามชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทย จนถึงอำเภอเมืองสงขลา อำเภอจะนะ และอำเภอเทพา

ข. พื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำ ส่วนใหญ่เกิดจากการทับถมของแม่น้ำลำธารต่าง ๆ ที่ไหลลงสู่ทะเลสาบสงขลา ได้แก่ ที่ราบลุ่มคลองรัตภูมิ ในเขตอำเภอรัตภูมิ และกิ่งอำเภอกาญจนบุรี ที่ราบลุ่มคลองอู่ตะเภา ในเขตอำเภอหาดใหญ่ อำเภอเมือง และอำเภอสะเดา ที่ราบลุ่มน้ำคลองนาทวี ในเขตอำเภอนาทวี และอำเภอจะนะ และที่ราบลุ่มน้ำคลองเทพา ในเขตอำเภอสะบ้าย้อย นอกจากนี้ยังมีที่ราบที่มีสภาพเป็นป่าชายเลน และป่าพรุ ซึ่งอยู่โดยรอบทะเลสาบสงขลา

ค. พื้นที่ราบสูง ส่วนใหญ่อยู่ทางทิศตะวันตก เป็นแนวเขาจากทางทิศตะวันตกซึ่งอยู่ในเทือกเขาบรรทัดต่อมาจากตอนใต้ ในแนวของเทือกเขาสันกาลาคีรี ซึ่งกินพรมแดนระหว่าง

น้ำตก ถ้ำและป่าไม้ พบว่า จังหวัดสงขลามีเขตป่าสงวนอยู่ทั้งสิ้น 40 แห่ง และมีเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าโตนงาช้าง ซึ่งบริเวณดังกล่าวได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของทางภาคใต้ คือ น้ำตกโตนงาช้าง นอกจากนี้ก็มีน้ำตกบวิพัทธในอำเภอหาดใหญ่ น้ำตกป่ายางที่อำเภอจะนะ ถ้ำเขาลูกช้างที่อำเภอสะเตาะ

(2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม และสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัดตะโคะ วัดจะทิ้งพระ วัดเจดีย์งามในอำเภอสิงพระ วัดมณีมาวาส วัดชัยมงคลในอำเภอเมือง เป็นต้น ส่วนแหล่งโบราณสถานที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ กำแพงเมืองเก่าบริเวณเขาแดง สุสานเจ้าเมืองบริเวณบ้านหัวเขา ป้อมปากน้ำแหลม ตำนกเขาน้อย และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสงขลา

(3) กิจกรรมด้านสันทนาการและศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ สนามชนโคที่อำเภอหาดใหญ่ จะนะ นาทวี และเทพา การทอดผ้าพันเมืองที่เกาะขอม ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่แพร่หลายอยู่ในปัจจุบันชุมชนเมืองหาดใหญ่ เป็นแหล่งที่สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานบริการ ห้องอาหาร โรงแรม และแหล่งซื้อขายสินค้าจากประเทศมาเลเซีย ชุมชนป่าดงเบงก่า ซึ่งอยู่ในอำเภอสะเตาะ เป็นเขตชายแดนติดกับประเทศมาเลเซียก็เป็นจุดหนึ่งที่มีการค้าขายสินค้าที่ลักลอบหนีภาษีอยู่เป็นประจำ

จากการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในปี 2526 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจังหวัดสงขลา และพักในอำเภอหาดใหญ่ 819,806 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 51 นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียร้อยละ 32 ชาวสิงคโปร์ร้อยละ 13 และชาวต่างประเทศอื่น ๆ ร้อยละ 4

1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม จังหวัดสงขลานั้นนับได้ว่าเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของจังหวัดทางภาคใต้ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การค้า การเงิน การธนาคาร การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยว และการบริการสังคม จังหวัดสงขลาจึงมุ่งหมายที่จะเป็นแหล่งสำคัญที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นส่วนกลาง หรือจากประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อไปพักผ่อนยังสถานที่ดังกล่าว เนื่องจากมีการคมนาคมที่สะดวกทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

ก. การคมนาคมทางบก มีถนนสายสำคัญ และถนนสายหลักที่เชื่อมระหว่างจังหวัดสงขลากับจังหวัดใกล้เคียง 6 สาย คือ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดสงขลากับชายแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซีย โดยผ่านอำเภอรัตนภูมิ อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอสะเตาะ ทางหลวงหมายเลข 42 เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดสงขลากับจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส เป็นถนนที่แยกจากถนนสายแรก ผ่านอำเภอสะเตาะ และอำเภอนาทวี ทางหลวง

หมายเลข 43 เป็นถนนสายเอเชียที่สร้างเสร็จหลังสุด เริ่มจากกิโลเมตรที่ 11 ที่อำเภอรัตนภูมิ ผ่านอำเภอหาดใหญ่และอำเภอจะนะ ทางหลวงหมายเลข 406 เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดสงขลา กับอำเภอรัตนภูมิกับจังหวัดสตูล ทางหลวงหมายเลข 407 (กาญจนวินัย) เชื่อมต่อระหว่างอำเภอเมืองสงขลากับอำเภอหาดใหญ่ นับเป็นสายที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจมากที่สุด และมีปริมาณการจราจรหนาแน่นมากทางหลวงสายอื่น ๆ ทางหลวงหมายเลข 408 เชื่อมต่อระหว่างอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอนาทวี ทางหลวงที่สำคัญอีกเส้นหนึ่งคือ ทางหลวงที่แยกจากทางหลวงหมายเลข 407 ผ่านเกาะขอม บรรจบทางหลวงหมายเลข 4083 เป็นระยะทาง 13 กิโลเมตร มีชื่อทางการว่า "สะพานติณสูลานนท์" ทำให้การคมนาคมระหว่างเทศบาลเมืองสงขลา หาดใหญ่นครศรีธรรมราช เป็นไปได้โดยสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้วยังมีทางหลวงจังหวัดอีกประมาณ 11 สาย

ข. การคมนาคมทางน้ำ จังหวัดสงขลามีจำนวนท่าเรือทั้งสิ้น 16 ท่า ซึ่งมีทั้งท่าเทียบเรือสินค้า และเรือประมง ในจำนวนนี้รวมท่าเทียบเรือขององค์การสะพานปลา ซึ่งมีสินค้าเข้าออกเป็นจำนวนมาก จากสถิติของกรมศุลกากรจังหวัดสงขลา พบว่า ในปี 2527 มีสินค้าเข้า-ออก โดยทางเรือมีปริมาณ 6,679.809 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นมูลค่าประมาณ 2,767.230 ล้านบาท เป็นเรือเข้าออกของชาวต่างประเทศ 870 ลำ เรือค้าชายฝั่งทะเล 1,070 ลำ ปัจจุบันรัฐบาลได้สนับสนุนให้มีโครงการท่าเรือน้ำลึกสงขลา-ภูเก็ต เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคแบบนี้ ขณะนี้

ค. การคมนาคมทางอากาศ จังหวัดสงขลามีสนามบินพาณิชย์ 2 แห่ง คือสนามบินสงขลา ซึ่งเป็นเขตกองทัพเรือ อยู่ในบริเวณเทศบาลเมืองสงขลา และสนามบินหาดใหญ่ อยู่ห่างจาก อำเภอหาดใหญ่ 11 กิโลเมตร เป็นท่าอากาศยานระหว่างประเทศ แบบ Instrument Approach Runway มีเส้นทางการบินภายในประเทศติดต่อกับ กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง เช่น สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต ตรัง บัตตานี นราธิวาส สำหรับภายนอกประเทศมีการบินเส้นทางติดต่อกับประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์

2. บทบาทของจังหวัดสงขลา

2.1 การเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ

2.1.1 ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-พ.ศ. 2529) รัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค โดยการพัฒนาเมืองหลัก เมืองรอง เพื่อเป็นฐานรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต สำหรับทางภาคใต้ กำหนดให้เมืองสงขลา-หาดใหญ่ เป็นเมืองหลักของภาค เพื่อรองรับการกระจายความเจริญจากกรุงเทพฯ

โดยสนับสนุนบทบาทของเมืองหลักสงขลา ให้เป็นเมืองท่าของการส่งออก และให้เมืองหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง การค้าบริการ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรม การส่งออก อุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และการขุดเจาะก๊าซ และน้ำมันในอ่าวไทยตอนล่าง เพื่อให้สงขลาเป็นศูนย์กลาง ในการรับภาระการกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจตลอดจนเป็นแหล่ง สร้างงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2.2.1 ศักยภาพของจังหวัดสงขลาที่มีอยู่ในขณะนี้ประกอบด้วย

1. ความได้เปรียบในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ และยังมีได้ ถูกทำลาย มีทั้งสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม แหล่งซื้อขายสินค้าชายแดน

2. ความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น เส้นทางคมนาคมสะดวกทั้งทางบก ทางรถไฟ ทางน้ำ และทางอากาศ มีท่าเรือประมง ท่าเรือขนส่งสินค้า สนามบินนานาชาติ ไฟฟ้า ประปา และระบบโทรคมนาคม ซึ่งสามารถบริการพื้นที่ในจังหวัดสงขลา และบริการใกล้เคียงได้อย่างสะดวก จึงทำให้สงขลาเป็นแหล่งรวมของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการค้า การขนส่ง และสามารถรองรับการกระจายความเจริญได้ดีกว่าจังหวัดอื่น ๆ ในแถบภาคใต้

3. ความได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากที่ตั้งของจังหวัดสงขลา สามารถติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก ทั้งทางถนน รถไฟ ทางเรือ และทางอากาศ ทั้งอยู่ไม่ไกลจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย และสิงคโปร์ มากนัก ดังนั้นจึงมีนักท่องเที่ยวจาก ส่วนกลางและชาวต่างประเทศมักจะนิยมมาแวะพักผ่อนเพื่อหาความสำราญ ตามสถานที่ท่องเที่ยว ทางธรรมชาติซึ่งมีอยู่อย่างมากมายรวมทั้งสถานบริการอื่น ๆ เช่น โรงแรมชั้นหนึ่ง สถานเริงรมย์ โรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งรวมทั้งแหล่งจับจ่ายซื้อหาสินค้าชายแดนที่ทำรายได้ให้แก่จังหวัดเป็นจำนวนมาก

2.2.2 ข้อจำกัดทางด้านกายภาพ ถึงแม้ว่าจังหวัดสงขลาจะมีข้อได้เปรียบต่าง ๆ ที่มีศักยภาพ และมีโอกาสในการพัฒนาทางด้านกายภาพสูง มหที่จะเป็นศูนย์กลางในด้านการกระจายความเจริญ ไปสู่ส่วนภูมิภาค ดังกล่าวมาข้างต้น แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ไปได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากข้อจำกัดดังต่อไปนี้

1. ปัญหาความปลอดภัย เป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด จากการสอบถามและสำรวจความคิดเห็นจากบุคคลผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งจากนักท่องเที่ยวทั้งนี้ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งอยู่ห่างไกลกัน มีคนไปเที่ยวน้อยและมีสภาพเปลี่ยว
2. ถนนหนทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติหลายแห่งยังเข้าถึงได้ลำบาก เป็นทางดิน หรือทางลูกรัง
3. สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ถังรองรับขยะ น้ำประปา ไฟฟ้า ยังมีไม่เพียงพอ
4. การท่องเที่ยวไม่สามารถทำได้ตลอดปี เนื่องจากมีฝนตกหนักในระหว่างเดือน ตุลาคม-มกราคม
5. แหล่งท่องเที่ยวถูกทำลายทางอ้อม จากการตัดไม้ทำลายป่า การขยายตัวของชุมชนเมือง และผลกระทบจากโครงการพัฒนาด้านอื่น ๆ เช่น ทำเรือประมง ทำให้มีกลิ่นเหม็นรบกวน และขยะจากน้ำเสียทำให้หาดทรายสกปรก
6. ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี

3. นโยบาย เป้าหมาย รูปแบบของระดับการศึกษา

3.1 กรอบการพัฒนากการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

3.1.1 จากการศึกษาของคณะบริษัทที่ปรึกษา ซึ่งประกอบด้วย บริษัทที่ปรึกษาไทยกรุ๊ป จำกัด และบริษัท ทิม คอนซัลติง เอนจิเนียริ์ จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับแผนหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยพิจารณาจากกรอบนโยบายของการพัฒนาระดับชาติ ระดับภาค และสถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนากการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

1. เพื่อให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้
2. เพื่อเป็นการสร้างงานและกระจายรายได้ไปยังส่วนต่าง ๆ ของจังหวัด
3. เพื่อปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว เสริมที่มีศักยภาพสูง ให้เป็นที่รู้จักและสามารถมีรายได้เลี้ยงตัวเองได้
4. เพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอื่น ๆ ที่มีใช้เพื่อนบ้านให้มากขึ้น
5. เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภายในประเทศ ให้มีจำนวนมากขึ้น

6. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีงามของจังหวัดสงขลา
7. เพื่อให้การขยายตัวทันต่อการรับบริการทางด้านธุรกิจซึ่งนับวันจะเพิ่มมากขึ้น
8. เพื่อจะทราบความต้องการของการท่องเที่ยวของผู้ที่มาอยู่ในตัวเมืองสงขลา และหาดใหญ่เอง ในอนาคต
9. เพื่อที่จะได้ข้อมูล และ เอกสารที่แสดงความต้องการที่เกิดจากการท่องเที่ยว เพื่อเอาไปผนวกเข้ากับโครงการพัฒนาอื่น ๆ ในจังหวัด เช่น แผนเมืองหลัก แผนพัฒนาจังหวัด เป็นต้น
10. เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และการประสานงานกันในพื้นที่

3. 1. 2 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว และพิจารณาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยว และความพร้อมที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถกำหนดกรอบนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. สร้างความปลอดภัยในร่างกายและทรัพย์สิน
2. จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานให้เพียงพอและมีมาตรฐาน
3. จะต้องจัดการเผยแพร่โฆษณาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักตลอดจนการจัดการบริการนำเที่ยวให้พร้อมเพรียง และมีราคาพอสมควร
4. มีนโยบายที่แน่นอน มีมาตรการที่สามารถควบคุมการพัฒนาได้
5. ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบครอบครัวให้มากขึ้น

3. 1. 3 เพื่อให้บรรลุนโยบายดังกล่าว ในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีกลวิธีดังนี้

1. จะให้เอกชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากที่สุด มีส่วนรับรู้ และร่วมดำเนินการเพื่อจัดปัญหาการได้แก่ และ ไม่ยอมรับในแผน
2. จะใช้หน่วยงานเดิมหรือองค์กรเดิมที่มีอยู่แล้ว โดยเฉพาะในท้องถิ่นให้มา มีบทบาทร่วมในการพัฒนาโครงการต่าง ๆ เช่น สมาจังหวัด สมาเทศบาล สมาตำบล คณะกรรมการพัฒนาจังหวัด (กพจ.) คณะกรรมการพัฒนามันที่ชายทะเล
3. โครงการต่าง ๆ จะกระจายออกมาเป็นกิจกรรมย่อย ๆ เพื่อสะดวกในการแบ่งกัน ไปจัดทำ หรือหาหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง และ ในลักษณะของการลงทุนจะย่อยโครงการออกมา
4. จะไม่พยายามขยายพื้นที่ของการวางแผนพัฒนาออกไปมากเกินไปกว่าความจำเป็น เพราะจะครอบคลุมพื้นที่อื่น ๆ ของประชาชน และจำกัดการพัฒนาตามธรรมชาติของชุมชน แต่

จะกำหนดขอบเขตพื้นที่ ที่ควรจะใช้พระราชบัญญัติ หรือกฎหมายที่มีอยู่แล้ว ควบคุมให้ได้ผล เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทางด้านลบ แก่การท่องเที่ยว

5. การลงทุนในการทำโครงการต่าง ๆ จะต้องหารายได้ทุกวิถีทาง เพื่อให้มีรายได้คืนมา เพื่อการลงทุนโครงการอื่น ๆ ต่อไป หรืออย่างน้อยจะสามารถมีรายได้เกิดขึ้น เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายประจำและการบำรุงรักษา

6. ใช้แรงงานในท้องถิ่นให้มากที่สุด ไม่พยายามนำเอาเครื่องจักรกลและอุปกรณ์อื่น ๆ ที่ทันสมัยมาใช้แทนแรงงาน

4. สภาพรูปแบบและลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ

4.1.1 ธุรกิจประเภทที่พักแรม

1) ประเภท-ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่าธุรกิจประเภทที่พักแรมในตัวอำเภอเมือง มีอยู่ 22 แห่ง ในอำเภอหาดใหญ่มีอยู่ 72 แห่ง จำนวนธุรกิจเหล่านี้ เมื่อแบ่งตามพื้นที่ตั้ง คือ ในตัวอำเภอเมืองร้อยละ 85.19 (ตารางที่ 1) จะอยู่ในรูปโรงแรม ซึ่งร้อยละ 86.36 เป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กระดับ C3 และร้อยละ 75 เป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กระดับ C2 แต่ถ้าเป็นธุรกิจที่อำเภอหาดใหญ่ร้อยละ 90.63 จะอยู่ในรูปของโรงแรมซึ่งทั้งหมด เป็นโรงแรมที่มีขนาด C2 ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในที่พักแรม โดยพิจารณาขนาดของธุรกิจ พบว่า โรงแรมขนาด C3 (ตารางที่ 2) ทุกแห่งจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทลิฟท์ ลิฟท์ และที่จอดรถ และจะมีจำนวนลดลงในโรงแรมขนาด C3 สำหรับบริการทางด้านต้อนรับ รถแท็กซี่ และบริการซัก-รีดภายในโรงแรมจะพบมากในโรงแรมขนาด C2 ประมาณร้อยละ 90-100 (ตารางที่ 3) หากพิจารณาตามพื้นที่ที่ตั้งพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ภายในโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ จะมีเปอร์เซ็นต์ค่อนข้างสูงกว่าในโรงแรมอำเภอเมือง

2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจโรงแรมในสงขลาส่วนใหญ่จะเปิดดำเนินการมานานกว่า 10 ปี ถึงร้อยละ 35.16 โดยเฉพาะโรงแรมขนาด C มีมากถึงร้อยละ 40.28 ส่วนโรงแรมขนาดใหญ่ ระดับ B เพียงจะเริ่มมีการทำธุรกิจในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 4)

3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ จากจำนวนโรงแรมที่ทำการสำรวจร้อยละ 32.43 ของโรงแรมทั้งหมดให้สัมภาษณ์ว่าผู้เข้าพักจะเป็นกลุ่มของนักธุรกิจ หรืออื่น ๆ ร้อยละ 20-40

และร้อยละ 8.11 ของโรงแรมทั้งหมดจะมีผู้เข้าพักเป็นนักท่องเที่ยวทั้งหมด (ตารางที่ 5) และประมาณร้อยละ 37.84 ของจำนวนโรงแรมทั้งหมดจะมีผู้เข้าพักเป็นชาวต่างประเทศร้อยละ 20 และอีกร้อยละ 32.43 ของจำนวนโรงแรมทั้งหมดที่เข้าไปสำรวจจะมีผู้เข้าพักเป็นชาวต่างประเทศถึงร้อยละ 80 และ ร้อยละ 20 เป็นผู้เข้าพักที่เป็นชาวไทย โดยเฉลี่ยแขกที่เข้าพักอยู่ตามโรงแรมต่าง ๆ ร้อยละ 80 เป็นผู้ที่มียาจัดปานกลาง ผู้ที่มีรายได้สูงหรือต่ำมีเพียงร้อยละ 20

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะการมาของผู้เข้าพักในโรงแรมต่าง ๆ จะเห็นว่าประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนโรงแรมทั้งหมด มีแขกเดินทางมาเอง เพื่อเข้าพักถึงร้อยละ 80-90 ที่เหลือเป็นแขกที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์

4) อัตราการเข้าพัก เมื่อได้จัดจำแนกระยะเวลาในการเข้าพักโดยแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงฤดูการท่องเที่ยว และช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว ตามขนาดของโรงแรม พบว่าโรงแรมขนาด C2 ที่พบและได้ให้ข้อมูลกล่าวว่าในช่วง Low Season จะมีแขกเข้าพักไม่ต่ำกว่าร้อยละ 21 และในช่วง High Season หรือช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ทุกโรงแรมจะมีผู้เข้าพักไม่ต่ำกว่าร้อยละ 41 ส่วนโรงแรมขนาด C3 จะมีผู้เข้าพักประมาณร้อยละ 61-80 ในช่วง High Season และร้อยละ 41-80 ในช่วง Low Season มีข้อสังเกตว่าช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โรงแรมขนาด C3 ซึ่งเล็กกว่า C2 จะมีอัตราการเข้าพักสูงกว่าโรงแรมขนาด C2 (ตารางที่ 6)

5) ลักษณะเด่นของธุรกิจโรงแรม ทั้งในอำเภอเมือง และอำเภอหาดใหญ่ ในการดึงดูดความสนใจ เพื่อให้มีผู้มาใช้บริการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ต่างมุ่งความสนใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักเป็นสำคัญ ส่วนสิ่งดึงดูดใจให้มาใช้บริการอื่นเรียงลำดับตามความสำคัญทั้ง 2 อำเภอ คือ สถานที่ตั้ง บรรยากาศการตกแต่งภายในโรงแรม และบริการด้านอาหาร/ร้านอาหารภายในโรงแรม

6) การตลาดของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ในเรื่องการกำหนดอัตราค่าบริการ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจขนาดเดียวกันตามพื้นที่ พบว่าโรงแรมในอำเภอเมือง ส่วนใหญ่จะกำหนดอัตราค่าที่พัก และค่าอาหารสูงกว่าที่อื่นมากกว่าโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ ซึ่งมักตั้งราคาใกล้เคียงกับที่อื่น และเมื่อเปรียบเทียบตามขนาดของโรงแรม โรงแรมระดับ B ซึ่งมีจำนวนน้อยมักจะกำหนดอัตราค่าที่พักสูงกว่าที่อื่น ๆ ในขณะที่โรงแรมระดับ C1 และ C2 มักจะกำหนดอัตราค่าบริการ เช่น ที่พัก อาหาร ห้องประชุม เท่ากันหรือต่ำกว่าที่อื่น ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม โรงแรมทุกแห่งก็พยายามจะไม่ตั้งราคาต่างจากที่อื่น

เกี่ยวกับเทคนิคหรือวิธีการส่งเสริมด้านการตลาด พบว่าในช่วง High Season โรงแรมต่าง ๆ ทั้งในเขตอำเภอเมือง และอำเภอหาดใหญ่ ร้อยละ 32.43 ใช้วิธีการโฆษณาทางสื่อมวลชน อาทิเช่น การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นป้ายโฆษณา เป็นต้น ส่วนวิธีอื่น ๆ

มีใช้บ้างแต่ไม่มากนัก และสำหรับในช่วง Low Season วิธีการตลาดที่ใช้ในลักษณะเดียวกับในช่วง High Season แต่เปอร์เซ็นต์ของผู้ประกอบการที่จะลงทุนเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดนี้ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 21.62

7) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากการสำรวจของโรงแรมทั้งหมด พบว่า โรงแรมขนาด C2 ประมาณ 90% ไม่มีบริการสถานที่ออกกำลังกาย และประมาณ 70-80% ไม่มีบริการด้านสำนักงานชั่วคราว สระว่ายน้ำ และร้านอาหารของที่ระลึก ขณะที่โรงแรมที่มีบริการด้านต่าง ๆ มีอยู่จะรู้สึกว่ามีเพียงพอแล้ว และโรงแรมขนาด C3 ประมาณ 70-90% ไม่มีบริการด้านบาร์เบียร์/ดิสโก้เทค สถานที่ออกกำลังกาย เทเล็กซ์/เทเลแฟกซ์ สำนักงานชั่วคราว สระว่ายน้ำ และร้านอาหารของที่ระลึก สำหรับโรงแรมที่มีบริการด้านต่าง ๆ เหล่านี้อยู่แล้ว เห็นว่าบริการที่ตนมีให้ลูกค้ามีเพียงพออยู่แล้ว

หากพิจารณาตามพื้นที่ตั้งของ โรงแรม พบว่า ในเขตอำเภอเมือง โรงแรมเกือบทั้งหมด ไม่มีบริการด้านบาร์เบียร์/ดิสโก้เทค ไนต์คลับ สถานที่ออกกำลังกาย สำนักงานชั่วคราว สระว่ายน้ำ และบริการสื่อสาร เทเล็กซ์/เทเลแฟกซ์ เกี่ยวกับบริการด้านสถานที่จอดรถ ผู้ประกอบการเห็นว่ายังมีไม่พอเพียงกับความต้องการ สำหรับโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ ประมาณร้อยละ 80-84 ไม่มีบริการด้านสถานที่ออกกำลังกาย สำนักงานชั่วคราว สระว่ายน้ำ และร้านอาหารของที่ระลึก และมีปัญหาสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ อัตราการไม่มีบริการต่าง ๆ ข้างต้นจะเพิ่มมากขึ้นในโรงแรมขนาดเล็ก

8) ปัญหาของธุรกิจ ทั้งธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองและอำเภอหาดใหญ่ ผู้ประกอบการร้อยละ 64.86 พอใจต่อการดำเนินธุรกิจของตน และร้อยละ 21.62 มีความพอใจค่อนข้างมาก แต่ในอำเภอหาดใหญ่จะมีผู้ประกอบการร้อยละ 11.54 ที่พอใจสูงสุดต่อการดำเนินธุรกิจของตน ขณะที่ในอำเภอเมืองธุรกิจที่มีระดับความพอใจสูงสุดมีน้อยมาก ทั้งนี้ ปัญหาที่ผู้ประกอบการเหล่านี้เผชิญอยู่และมีมากที่สุด คือ การจัดหาบุคคลากรที่มีคุณภาพสูง ในอำเภอเมืองจะพบปัญหาที่มีค่อนข้างมากกว่าอำเภอหาดใหญ่ ปัญหารองลงมา คือ ข้อจำกัดของกฎระเบียบราชการ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และการขาดสภาพคล่อง ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 32.43 เป็นผู้ประกอบการที่คาดว่าจะเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ภายในโรงแรม โดยเฉพาะในเขตอำเภอหาดใหญ่ และร้อยละ 27.03 ของโรงแรมทั้งหมดที่เข้าสำรวจจะปรับปรุงโรงแรมของตนโดยการเพิ่มห้องพักให้มากขึ้น โดยเฉพาะโรงแรมในเขตอำเภอเมือง และจะพยายามหารูปแบบและบริการใหม่มาเสนอให้แก่ลูกค้า

10) แนวโน้มของธุรกิจ ร้อยละ 59.46 ของผู้ประกอบการโรงแรม คาดว่าอัตราการขยายตัวของธุรกิจจะยังคงมีแนวโน้มเติบโตไปได้เรื่อย ๆ (ตารางที่ 8)

4.1.2 ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

1) ประเภท-ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จำนวนรวมของธุรกิจที่สำรวจพบมี 127 แห่ง เป็นธุรกิจที่สอบถามได้ 125 แห่ง มีจำนวนมากที่สุดในอำเภอหาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมา คือ ที่อำเภอเมืองร้อยละ 30.4 และที่เกาะขอร้อยละ 8.0 ลักษณะของร้านจะเป็นประเภทร้านอาหารมากกว่าจะเป็นภัตตาคาร หรือคอฟฟี่ช็อป คิดเป็นร้อยละ 66.61 ประเภทของอาหารมักเป็นอาหารไทยส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 89.76 เป็นอาหารจีนร้อยละ 65.36 และอาหารยุโรปร้อยละ 30.71 ที่แหลมสมิหลาจะพบอาหารทั้ง 3 ประเภท ได้ในทุก ๆ ร้าน อย่างไรก็ตามร้านอาหารไม่ว่าจะเป็นร้านระดับใด จะมีบริการโทรศัพท์ติดต่อกภายในร้านอาหารในเบอร์เซนต์สูงสุด เมื่อเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น สถานที่จอดรถ และสวนหย่อม

2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารเปิดใหม่ได้เพียง 1-2 ปี เท่านั้นถึงร้อยละ 34.65 พบมากในบริเวณศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ และที่เกาะขอร้อยละ 77.78 และ 60.00 ตามลำดับ สำหรับร้านขายอาหารเก่าแก่ที่เปิดดำเนินการมานานกว่า 12 ปี มีเพียงร้อยละ 18.9 ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารที่แหลมสมิหลาถึงร้อยละ 80 (ตารางที่ 9)

3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ จำนวนครึ่งหนึ่งของร้านอาหารทั้งหมดให้สัมภาษณ์ว่านักท่องเที่ยวที่แวะทานอาหารเป็นผู้ที่เดินทางมาคนเดียวทั้งหมด เป็นชาวต่างประเทศ เพียงร้อยละ 20-40 นอกนั้นเป็นชาวไทย โดยเฉลี่ยร้อยละ 80 ของลูกค้าที่ใช้บริการเป็นผู้มีรายได้ระดับปานกลาง

4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ร้อยละ 32.37 เป็นธุรกิจร้านอาหารที่เห็นว่าคุณภาพและลักษณะของอาหารที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้มีผู้เข้าร้านมารับประทานอาหารในร้านของตน ในขณะที่ยังร้อยละ 18.86 เห็นว่าสถานที่ตั้งและการตกแต่งภายในร้านเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าในร้านของตนสนใจมากกว่า จากจำนวนธุรกิจที่สอบถามมาได้ทั้งหมดนี้ ซึ่งส่วนใหญ่ของร้านอาหารที่ตั้งอยู่ที่ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ จะเห็นว่าเรื่องของอาหารและสถานที่ตั้งเป็นสิ่งดึงดูดลูกค้ามากกว่าเหตุผลอื่น ถึงร้อยละ 38.66 และ 34.66 ตามลำดับ ในขณะที่ร้านอาหารในเขตอำเภอหาดใหญ่ นอกจากอาหารแล้วเรื่องราคาอาหาร และการบริการมีความสำคัญมากกว่าสถานที่ตั้ง และการตกแต่งร้าน

5) การตลาดของธุรกิจ ธุรกิจประเภทร้านอาหารในจังหวัดสงขลาจากการสำรวจนั้นพบว่าไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ แหลมสมิหลา เกาะขอร ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ หรือในอำเภอเมือง พบว่า ส่วนมากจะไม่มี การตั้งราคาให้สูงกว่าร้านอื่น ๆ มากนัก เพราะมีเพียงร้อยละ 11.84 ของร้านอาหารที่สอบถามมาได้ ที่กำหนดราคาไว้สูงกว่าที่อื่น ขณะที่

ร้านอาหารจำนวนร้อยละ 22.37 ตั้งราคาไว้ต่ำกว่าร้านอื่น ๆ (ตารางที่ 10)

ด้านการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร มีธุรกิจร้านอาหารจำนวนร้อยละ 40.79 ใช้วิธีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ รองลงมาร้อยละ 19.74 ใช้วิธีลดราคาอาหาร ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในช่วงที่ภาวะปกติก็ใช้วิธีการนี้เช่นกัน ถึงร้อยละ 31.58 และ 15.79 ตามลำดับ กล่าวได้ว่าธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดสงขลาพยายามส่งเสริมด้านการตลาดอยู่ตลอดเวลา เพื่อแข่งขันกับร้านอื่น ๆ

6) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องจำนวนธุรกิจ ที่มีอยู่ในพื้นที่แต่ละแห่งของบริเวณสำรวจแล้วพบว่า ปริมาณร้านอาหารที่มีอยู่ในแต่ละจุดมีเพียงพอแล้ว และค่อนข้างจะมากในอำเภอหาดใหญ่ (ตารางที่ 11)

7) ปัญหาของธุรกิจ ผลจากการสำรวจและสอบถามผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการในทั้ง 5 จุดสำรวจ จำนวนมากกว่าครึ่งพอใจกับผลการดำเนินงานของตนเองที่ผ่านมาสูงสุดเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารบนเกาะช่อ และแหลมสมิหลา และที่อำเภอหาดใหญ่ ตามลำดับ ผลกำไรโดยเฉลี่ยของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21-30% คิดเป็นร้อยละ 32.89 ของจำนวนธุรกิจทั้งหมดที่สอบถาม (ร้อยละ 19.74 ไม่ได้ระบุจำนวน) และส่วนที่เหลือมีจำนวนถึงร้อยละ 38.15 ที่มีผลกำไรต่ำกว่านี้ (ตารางที่ 12) การดำเนินธุรกิจประเภทนี้มักจะมีปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ คือปัญหาการขาดแคลนลูกจ้าง และความไม่เพียงพอของโครงสร้างพื้นฐานของน้ำ และไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 28.95 และ 17.11 ตามลำดับ ปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ บุคลากรที่มีคุณภาพสูง ขาดแคลน ปัญหาของการขาดสภาพคล่อง ปัญหาของการคมนาคมขนส่งไม่สะดวก ปัญหาการระเบียบของทางราชการที่ใช้ควบคุมกิจการ ปัญหาการขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการที่มีคุณภาพสูง เป็นต้น (ตารางที่ 13)

8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 46.05 ของธุรกิจคาดว่าจะปรับปรุงธุรกิจของตนให้ดีขึ้น ทางด้านเพิ่มรายการอาหาร และบริการเข้าไป ในขณะที่ร้อยละ 27.63 คิดว่าจะปรับปรุงเพียงด้านบริการเท่านั้น ส่วนธุรกิจร้านอื่น ๆ ก็อาจปรับปรุงในเรื่องของรูปแบบอาหาร

9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้เกินกว่าครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 64.47 เห็นว่าแนวโน้มในอนาคตของธุรกิจประเภทนี้จะยังคงขยายตัวต่อไปได้อีก เพราะมีเพียงร้อยละ 18.42 เท่านั้น ที่เห็นว่าจะมีการแข่งขันอย่างรุนแรง ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารด้วยกัน ร้อยละ 13.16 เห็นว่าน่าจะทรงตัวไม่เปลี่ยนแปลงไปกว่าที่มีได้มากนัก และเพียงร้อยละ 1.32 ของผู้ประกอบการไม่แน่ใจสถานการณ์ในอนาคตขึ้นกับนโยบายของรัฐบาล และปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ตารางที่ 14)

4.1.3 ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก

1) ประเภท-ขนาด และบริการที่มีในธุรกิจ ประเภทของธุรกิจมีการจัดแบ่ง 2 ลักษณะ คือ จัดแบ่งตามลักษณะการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นร้านที่มีทั้งผลิตและจำหน่าย หรือจำหน่ายเพียงอย่างเดียว หรือแบ่งตามประเภทของสินค้า อันได้แก่ สินค้าที่เป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับกาย เครื่องประดับบ้าน รูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (รายละเอียดในตารางที่ 15-ตารางที่ 18) จำนวนร้านขายสินค้าที่ระลึกที่สำรวจและสัมภาษณ์ได้ทั้งหมดมี 25 แห่ง (จากที่สำรวจพบ 26 แห่ง) เป็นร้านที่อยู่ในอำเภอหาดใหญ่ 12 แห่ง สินค้าที่จำหน่ายจะมีหลายประเภท แต่ก็ เป็นเพียงสินค้าที่รับมาจำหน่าย นอกจากเครื่องประดับบ้านประเภท Precious Metal และ Wood/Rattan เท่านั้น ที่ผลิตขึ้นขายเอง ส่วนร้านที่อยู่ในอำเภอเมือง จำนวน 6 แห่ง เป็นร้านที่ผลิตและจำหน่ายเองเกี่ยวกับเสื้อผ้า สำหรับสินค้าอื่น ๆ เป็นเพียงผู้รับมาจำหน่าย

2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 48 เปิดกิจการมานานมากกว่า 10 ปี โดยเฉพาะในอำเภอเมือง และอำเภอหาดใหญ่ มีถึงร้อยละ 71.43 และ 54.55 ตามลำดับ สำหรับที่ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ปรากฏว่าธุรกิจร้านค้าเปิดใหม่เริ่มแพร่หลายอีกครั้ง ในช่วง 1-2 ปี มีมากถึงร้อยละ 42.86 และร้อยละ 14.29 เป็นร้านเก่าที่ดำเนินกิจการมานานกว่า 10 ปี เมื่อพิจารณาถึงขนาดของธุรกิจร้านดังกล่าวทั้งหมด พบว่า มีทั้งขนาด A, B และ C แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นร้านขนาด C รองลงมาได้แก่ร้านขนาด B และขนาด A ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 25 ของจำนวนร้านทั้งหมด มีลูกค้าที่เป็นคนไทยมากกว่าครึ่ง (ตารางที่ 20) ร้อยละ 50 ของจำนวนร้านที่สัมภาษณ์มีลูกค้าเป็นชาวเอเชีย ร้อยละ 11-20 โดยมากจะเป็นลูกค้าที่มีระดับรายได้ปานกลาง ถึงร้อยละ 71-80 สำหรับลูกค้าระดับรายได้สูง และต่ำมีจะจำนวนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 11-20 ลูกค้าอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวนน้อยไม่เกินร้อยละ 10 ส่วนใหญ่ลูกค้าจะมีอายุระหว่าง 30-50 ปี และเน้นนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ถึงร้อยละ 81-90 ลักษณะการเดินทางมายังร้านส่วนใหญ่จะมากันเอง

4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ ธุรกิจร้านค้าสินค้าที่ระลึกในจังหวัดสงขลา มักอาศัยการขายโดยตรงให้แก่ลูกค้า มีบ้างที่อาศัยการขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลางประเภทพ่อค้าปลีก สำหรับบริษัททัวร์หรือมัคคุเทศก์ จะเป็นตัวกลางที่มีบทบาทน้อยมาก

5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ในบรรดาธุรกิจประเภทร้านขายสินค้าที่ระลึกทั้งหลาย มักจะขายกันหลาย ๆ อย่าง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สินค้าที่ทำรายได้ และกำไรที่ค่อนข้างดีให้

แก่ธุรกิจ มักจะเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับบ้าน และเครื่องประดับร่างกาย ถึง ร้อยละ 50.88, 21.93 และ 7.89 ตามลำดับ

6) การตลาดของธุรกิจ ร้อยละ 80 ของจำนวนร้านขายสินค้าที่ระลึก จะตั้งราคา สินค้าไม่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ มีเพียงร้อยละ 15 เท่านั้นที่ตั้งราคาสูงกว่าที่อื่น ๆ มีเพียง 2 แห่ง คือ ที่อำเภอเมือง และหาดใหญ่ วิธีการส่งเสริมทางการตลาดที่นิยมใช้ คือ ให้ส่วนลดและ เปรอร์เซนต์พิเศษแก่ลูกค้า

7) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสอบถามผู้ประกอบการในธุรกิจ ประเภทนี้ เกี่ยวกับเรื่องจำนวนธุรกิจที่มี ร้อยละ 65 ให้คำตอบว่า จำนวนที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพียงพอแล้ว

8) ปัญหาของธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจประเภทนี้ประมาณครึ่งหนึ่งค่อนข้างพอใจกับ ธุรกิจของตน โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมือง และที่ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ ส่วนใหญ่จะมีกำไรอยู่ ระหว่างร้อยละ 16-20 อย่างไรก็ตาม เรื่องของปัญหาที่ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกใน จังหวัดสงขลา ประสบก็มีอยู่บ้าง เกี่ยวกับปัญหาในการขาดวัตถุดิบ และปัญหาการแข่งขัน

9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านขาย ของที่ระลึกส่วนใหญ่ไม่ต้องการจะปรับปรุงในเรื่องใด ๆ จะรอสภาพการณ์ก่อน

10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการคาดว่าแนวโน้มของธุรกิจมีโอกาสที่จะเพิ่มขึ้น ไปได้เรื่อย ๆ หรืออาจจะคงที่ก็ได้

4.1.4 ธุรกิจนำเที่ยว

1) ประเภท-ขนาด และบริการที่มีในธุรกิจ จากการสำรวจพบว่าธุรกิจด้านนี้อยู่ใน บริเวณที่ศึกษา 46 แห่ง อยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ทั้งหมด จากการสัมภาษณ์ธุรกิจนี้ จำนวน 41 แห่ง พบว่าเป็นธุรกิจจัดนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศร้อยละ 41.46 เป็นธุรกิจจัดนำเที่ยวเฉพาะ ภาภายในประเทศมีประมาณ ร้อยละ 39.02 และเป็นธุรกิจจัดหาและส่งนักท่องเที่ยวให้แก่ธุรกิจนำ เที่ยวโดยตรงประมาณร้อยละ 75.61 (ตารางที่ 21) ประเภทของบริการนำเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่ อยู่ในรูป Package Tour, รองลงมาได้แก่ Sight Seeing และ Land Arrangement ตามลำดับ สำหรับระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ร้อยละ 53.66 เป็นธุรกิจที่เพิ่งเริ่ม ประกอบการมาได้ไม่เกิน 3 ปี โดยธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาด C ซึ่งเกิดเป็นร้อยละ 60.97

ของธุรกิจทั้งหมด ส่วนธุรกิจขนาด B มีประมาณร้อยละ 36.58 และมีเพียงร้อยละ 2.43 เท่านั้นที่เป็นธุรกิจที่มีขนาด A (ตารางที่ 22)

2) ลักษณะของลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับรายได้ปานกลาง และเป็นชาวต่างประเทศ มากกว่าร้อยละ 50 สำหรับการนัดหมายนักท่องเที่ยว พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวร้อยละ 91.67 จะติดต่อกับนักท่องเที่ยวโดยตรง และร้อยละ 83.33 จะร่วมลงทุนกับบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 23)

3) การตลาดของธุรกิจพบว่าธุรกิจประมาณ ร้อยละ 58.00 ของธุรกิจทั้งหมด จะตั้งราคาค่าบริการไม่แตกต่างจากที่อื่น ๆ และมีเพียงร้อยละ 16.67 เท่านั้น ที่ตั้งราคาต่ำกว่าที่อื่น (ตารางที่ 24) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสอบถามผู้ประกอบการจะเห็นได้ว่าร้อยละ 41.67 และร้อยละ 25.00 ให้คำตอบว่า ธุรกิจมีจำนวนค่อนข้างมากและมีมากเกินไป (ตามลำดับ (ตารางที่ 25) และส่วนใหญ่ก็พอใจต่อการดำเนินธุรกิจของตน หากพิจารณาในด้านอัตรากำไรของธุรกิจ ก็จะพบว่า ประมาณร้อยละ 50 ของธุรกิจทั้งหมด มีอัตรากำไร ร้อยละ 20 (ตารางที่ 26)

4) การส่งเสริมการตลาดช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ใช้วิธีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และติดต่อกับลูกค้าโดยตรงเสียส่วนใหญ่ และช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวก็ใช้วิธีการเดียวกัน สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะลงทุนในแต่ละจุดท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า ต้องการให้ปรับปรุงด้านการคมนาคมและสถานที่พักแรม

5) ปัญหาและอุปสรรคที่สำรวจพบมักเกี่ยวกับเรื่องการแข่งขันกันทางตลาด ปัญหาด้านกฎระเบียบราชการ และปัญหาบุคลากรขาดคุณภาพ แนวทางในการปรับปรุงกิจการ จึงเน้นไปในทางด้านสถานที่ และบุคลากร อย่างไรก็ตามผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ธุรกิจมีแนวโน้มดีขึ้น ขยายตัวมากขึ้นในอนาคต

4.1.5 ธุรกิจขนส่ง สามารถจำแนกได้ดังนี้

ลักษณะธุรกิจขนส่งระหว่างประเทศ ได้แก่

- เส้นทางระหว่างจังหวัด - กัวลาลัมเปอร์ - มาเลเซีย
- เส้นทางระหว่างจังหวัด - บินัง - สิงคโปร์

มีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจประเภทนี้ จำนวน 18 บริษัท รถที่ใช้เป็นรถบัสเช่ามาจากต่างประเทศ

ลักษณะธุรกิจขนส่งระหว่างจังหวัดสงขลา กับจังหวัดอื่น ที่มีระยะทางไกล ได้แก่ เส้นทางจากสงขลา - หาดใหญ่ - กรุงเทพฯ เส้นทางจากสงขลา - กรุงเทพฯ เส้นทางที่วิ่งจากหาดใหญ่ - กรุงเทพฯ และเส้นทางที่วิ่งจากกรุงเทพฯ - สงขลา / หาดใหญ่ - โกลก บริษัทที่ดำเนินการ ได้แก่ บริษัทปิยะทัวร์ บริษัท 999 (บขส) และบริษัทไทยเดินรถ การทำเป็นธุรกิจมีการผลัดเปลี่ยนเวลากันวันเว้นวัน ระหว่างบริษัทปิยะทัวร์กับบริษัท 999 (บขส) และบริษัทเดินรถ โดยบริษัท 999 และบริษัทไทยเดินรถจะอยู่ในลักษณะบริษัทร่วมดำเนินการด้วยกัน อัตราค่าโดยสารจะอยู่ในเกณฑ์ 300-400 บาท แต่กรณีที่ขายตั๋วผ่านเอเจนต์จะหักส่วนลดแก่เอเจนต์ 10 % ลูกค้ายจะมีทั้งนักธุรกิจ ลูกค้าประจำ รวมทั้งนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในเส้นทางสงขลา - หาดใหญ่ - กรุงเทพฯ จะเป็นนักท่องเที่ยวประมาณ 40 %

ลักษณะธุรกิจขนส่งระหว่างจังหวัดสงขลา กับจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่

เส้นทางที่วิ่งจากสงขลา - นครศรีธรรมราช

สงขลา - บัตตานี - ยะลา

สงขลา - โกลก

สงขลา - บัตตานี

สงขลา - ยะลา

บริษัทที่ดำเนินการ ได้แก่ บริษัทร่วมสงขลานคร บริษัท ท.ส. ภาคใต้ และการรวมกลุ่มของแท็กซี่ป้ายขาวโดยแบ่งเป็นกลุ่มตามคิว กลุ่มที่หนึ่งจะวิ่งระหว่าง สงขลา-หาดใหญ่ กลุ่มที่สองจะวิ่งระหว่าง สงขลา-ยะลา สงขลา-บัตตานี สงขลา-นราธิวาส และสงขลา-เบตง กลุ่มที่สามวิ่งระหว่าง สงขลา-นครศรีธรรมราช และ สงขลา-ปากพนัง

ลักษณะธุรกิจขนส่งระหว่างจังหวัดและอำเภอ ได้แก่ เส้นทางระหว่างสงขลา - อำเภอระโนด สงขลา - อำเภอสะทิงพระ บริษัทที่ดำเนินการ คือบริษัทระโนดเดินรถ จำกัด จะมีรถบริการเป็นรถบัสขนาดใหญ่ จำนวน 60-80 ที่นั่ง รวม 33 คัน เป็นรถด่วน 26 คัน ออกจากท่ารถทุก 30 นาที อัตราค่าโดยสารคนละไม่เกิน 17 บาท แล้วแต่ระยะทาง ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นชาวบ้าน และข้าราชการ ส่วนนักท่องเที่ยวนิยมเหมารถ

ลักษณะธุรกิจขนส่งภายในจังหวัด ได้แก่ ระหว่างสงขลา - หาดใหญ่ สงขลา - นาทวี บริษัทที่ดำเนินการ ได้แก่ บริษัทสมหวังขนส่ง และบริษัทโพธิ์ทอง เป็นการดำเนินธุรกิจในลักษณะรถร่วม โดยผู้เข้าร่วมกับบริษัทโพธิ์ทองจะต้องจ่ายค่าป้ายและช่วยเป็นค่าสัมปทานบางส่วน

เพราะบริษัทจะต้องจ่ายค่าสัมปทานให้แก่ขนส่งจังหวัด ทุก ๆ 7 ปี รถที่ใช้บริการนี้ทั้งรถบัสด และรถตู้แอร์ โดยจะคิดค่าบริการต่างกันเพียงเล็กน้อย ในอัตราคนละ 7-10 บาท ลูกค้ำที่เลือกนั่งรถบัสด จะเป็นนักเรียน และข้าราชการ ส่วนรถตู้จะเป็นพวกนักธุรกิจ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวใช้บริการน้อยมาก เพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะนั่งรถจากที่อื่นมา

ลักษณะธุรกิจขนส่งประเภทอื่น นอกจากลักษณะที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีการรวมตัวของรถเล็ก ประเภทรถสามล้อเครื่องเกือบ 3,000 คัน ในรูปของสหกรณ์ 4 แห่ง และบริษัท 1 แห่ง ได้รับสัมปทาน 5 ปี ได้แก่

- สหกรณ์เดินรถหาดใหญ่ จำกัด
- สหกรณ์เดินรถเล็กหาดใหญ่ จำกัด
- สหกรณ์เดินรถสงขลา จำกัด
- สหกรณ์เดินรถหาดใหญ่ - สงขลา จำกัด
- บริษัทภาคใต้เดินรถ

รถเล็กที่เข้าร่วมอยู่ในสหกรณ์และบริษัท ดังกล่าวจะเสียค่าบำรุงสมาชิก ปีละ 300 บาท สำหรับตัวอย่างธุรกิจขนส่งที่เก็บได้มีจำนวน 7 บริษัทนั้น ทั้งหมดตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ ส่วนใหญ่จะเป็นนายหน้าขายตั๋วเดินทางมากกว่าจะประกอบธุรกิจเอง เพราะลักษณะของธุรกิจที่ให้เข้าร่วมจะแฝงอยู่ในธุรกิจ จัดนำเที่ยวเป็นส่วนมาก

4.1.6 ธุรกิจเพื่อการสัมมนาการ

1) ประเภท ขนาด และบริการที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจ พบว่า ธุรกิจนี้มีจำนวน 42 แห่ง ส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ คือประมาณร้อยละ 90 สำหรับในเรื่องของขนาดของธุรกิจ พบว่า ร้อยละ 73.33 เป็นธุรกิจขนาด C ส่วนธุรกิจเป็นขนาด A และ B มีเพียงร้อยละ 13 และ 13 เท่านั้น หากพิจารณาในด้านประเภทของธุรกิจ จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของสถานอาบอบนวด คิดเป็นร้อยละ 43.33 ของธุรกิจทั้งหมด รองลงมา คือ ดิสโก้เทค/ไนท์คลับ และบาร์เบียร์ ซึ่งมีประมาณร้อยละ 26.67 และร้อยละ 20.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 27)

2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจเพื่อสหภาพการต่าง ๆ ในจังหวัดสงขลา กล่าวได้ว่ามีใช้เพียงเกิดขึ้น หากดำเนินกิจการมานานแล้วมากกว่า 10 ปี แต่ส่วนใหญ่เปิดดำเนินกิจการมาแล้วประมาณ 5 ปี ถึงร้อยละ 20 และมีธุรกิจรายใหม่ เปิดบริการ 1-2 ปี อีกจำนวนมาก (ตารางที่ 28)

3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 25 ของธุรกิจ จะมีลูกค้าที่เป็นชาวไทยร้อยละ 80 เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยจะมีอายุอยู่ระหว่าง 20-40 ปี ถึงร้อยละ 30-40 มีฐานะและรายได้เฉลี่ยปานกลาง ลักษณะการมาของลูกค้าเกือบทั้งหมดจะมาจากเอง และเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

4) อัตราค่าบริการ สำหรับธุรกิจประเภทบาร์เบียร์ ราคาค่าเครื่องดื่ม ที่บริการ ร้อยละ 33.33 ของธุรกิจจะอยู่ในราคาระหว่าง 31-60 บาท/แก้ว และถ้าเป็นค่าเครื่องดื่มที่มีบริการในดิสโก้/ไนท์คลับ ร้อยละ 37.5 จะอยู่ในระหว่าง 61-150 บาท/แก้ว สำหรับค่าบริการที่คิดเป็นชั่วโมง ในอาบ-อบ-นวด จะอยู่ในราคาไม่ต่ำกว่า 60 บาท ต่อชั่วโมง

5) การตลาดของธุรกิจ นับว่าธุรกิจเพื่อการสหภาพการที่มีในจังหวัดสงขลา เป็นธุรกิจที่ค่อนข้างมีการตื่นตัวในเรื่องของการแข่งขันกันพอสมควร เพราะไม่ว่าจะเป็นช่วงในฤดูกาลท่องเที่ยวหรือช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่มีการส่งเสริมในด้านการตลาดของธุรกิจตน ด้วยวิธีการต่าง ๆ คือ ธุรกิจส่วนใหญ่จะใช้วิธีการจัดกิจกรรมหรือบริการพิเศษในโอกาสต่าง ๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ แจกสิ่งสมนาคุณพิเศษให้กับลูกค้าหรือการปรับปรุงสถานที่บริการต่าง ๆ ให้ดีขึ้น การกำหนดอัตราค่าบริการส่วนใหญ่จะใช้ตั้งราคาไว้ไม่แตกต่างจากที่อื่น ๆ (ตารางที่ 29)

6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าว ได้ให้ความเห็นว่า ธุรกิจต่าง ๆ มีอยู่เพียงพอแล้ว และธุรกิจที่มีค่อนข้างจะมากคือธุรกิจดิสโก้เฮด/ไนท์คลับ และ อาบ-อบ-นวด ธุรกิจที่มีค่อนข้างน้อยน่าจะมีเพิ่มขึ้นได้บ้างคือ สถานที่เครื่องเล่นสหภาพการ เช่น ดำน้ำ สกูตเตอร์ สวนสนุก/สวนน้ำ สวนสัตว์/สวนธรรมชาติ (ตารางที่ 30) อนึ่งในด้านความพอใจในผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ของผู้ประกอบการร้อยละ 62.5 เห็นว่าอยู่ในสภาพที่พอใจในระดับปานกลาง

7) ปัญหาของธุรกิจ ส่วนใหญ่ที่พบมักเป็นปัญหาเกี่ยวกับความไม่สม่ำเสมอของการใช้บริการ พนักงานไม่มีคุณภาพ ปัญหาด้านการขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น การขาดแคลนไฟฟ้า น้ำประปา ปัญหาขาดแคลนแรงงาน ด้านบริการ และการแข่งขันทางตลาด

8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้ผู้ประกอบการมุ่งที่จะปรับปรุงด้านการบริการ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การปรับปรุงด้านสถานที่ และรูปแบบของกิจกรรม สิ่งบันเทิงต่าง ๆ

9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ส่วนมากให้ความคิดเห็นคล้ายคลึงกันว่า ในอนาคตธุรกิจประเภทนี้จะต้องดีขึ้น และมีโอกาสขยายตัวได้อีก แต่ก็ยังมีบางกลุ่มที่คิดว่าอาจจะอยู่ในระดับคงที่ หรือดำเนินไปได้เรื่อย ๆ

4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อสารมวลชน

4.2.1 ในฐานะที่จังหวัดสงขลา/หาดใหญ่ได้รับเลือกจากรัฐบาล ให้เป็น 2 ใน 5 ของเมืองหลักตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (2525 - 2529) เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของภาคใต้ในด้านการศึกษา การคมนาคม/ขนส่ง ท่าเรือ การพัฒนาอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม และการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูง หากมีมาตรการที่เอื้ออำนวยให้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สงขลาให้เต็มที่แล้ว ก็จะเป็นผลประโยชน์อย่างยิ่ง ต่อท้องถิ่นของจังหวัดสงขลาและต่อประเทศชาติส่วนรวม พบว่า หาดสงขลา ปากบางสะกอม สทิงพระ ปากบางนาทับ น้ำตกโตนางช้าง ทะเลสาบสงขลา ฯลฯ ต่างเป็นทรัพยากรสำคัญของจังหวัดสงขลา ที่อาจพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นได้

4.2.2 และจากการวิเคราะห์ปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี แต่โดยสภาพทั่วไปของจังหวัดสงขลา ยังมีปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวคือ ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทั้งระหว่างการเดินทางไปสงขลาและ ณ สถานที่ท่องเที่ยว ไฟฟ้าและน้ำประปาไม่เพียงพอ การคมนาคมไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่สะดวก และควรมีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ร่วมกับคณะอนุกรรมการวางแผนด้านการพาณิชย์และบริการ สศช.. จึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา/หาดใหญ่ ขึ้น เพื่อช่วยแก้ไขการขาดดุลชำระเงิน เพื่อให้การท่องเที่ยว เป็นฐานทางเศรษฐกิจในลุ่มภูมิภาค ที่จะกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในทางอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมที่ต่อเนื่องกัน และเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม โบราณสถานทางประวัติศาสตร์

4.2.3 ในแผนพัฒนา ๗ ฉบับที่ 5 ก็ได้กำหนดโครงการขนาดใหญ่ไว้หลายโครงการ อาทิ เช่น โครงการพัฒนาสงขลา/หาดใหญ่ให้เป็นเมืองหลักในภาคใต้ โครงการพัฒนาท่าอากาศยาน หาดใหญ่ โครงการท่าเรือน้ำลึกสงขลา โครงการนิคมอุตสาหกรรมภาคใต้ โครงการถนน/สะพานข้ามเกาะขอม และโครงการปรับปรุงขยายประปาสงขลา/หาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนแผนพัฒนา การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา/หาดใหญ่ สำหรับปัญหาด้านความปลอดภัย ททท. ได้เสนอกรม ตำรวจพิจารณายกระดับกองกำกับการตำรวจท่องเที่ยวเป็นกองบังคับการ เพื่อให้ทันกับการขยาย ตัวของการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว จนโครงสร้างและจำนวนของตำรวจท่องเที่ยวที่มีอยู่ ไม่อาจรองรับได้ซึ่งหากได้รับอนุมัติ คาดว่าจะสามารถดำเนินการแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2533 เพื่อ บรรเทาปัญหาระหว่างรอการจัดตั้งเป็นกองบังคับการนั้น ได้ขออัตรากำลังตำรวจเพิ่มในปี 2533 เมื่อเร็ว ๆ นี้มีข่าวเกี่ยวกับปัญหาปรับส่งผู้โดยสารระหว่างหาดใหญ่เข้าไปบิ๊นัง ทางกมาเลเซียก็ได้จะล้มละลายให้แก่อังกฤษ ไม่ติดพิธีกรรมองแสง ไม่มีควันดำสามารถเข้าไปในเขตแดนมาเลเซีย ได้ดังเดิม แต่ห้ามรับผู้โดยสารระหว่างทางนอกจากต้นทางและปลายทางเท่านั้น

4.2.4 สำหรับความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับธุรกิจบริการ คือ โครงการหาดใหญ่ซิตี้ ซึ่งนับเป็น โครงการทางธุรกิจการค้าที่สมบูรณ์แบบที่สุดในหาดใหญ่ เพราะจะมีทั้งโรงแรมขนาดใหญ่ที่จะรองรับนักท่องเที่ยว อาคารพาณิชย์และศูนย์การค้าสำหรับผู้ทำมาค้าขาย มีอพาร์ทเมนท์เป็นที่อยู่อาศัย รวมไปถึงแหล่งบันเทิงในบริเวณโรงแรม บนเนื้อที่กว่า 14 ไร่ บริเวณหลังสถานีรถไฟหาดใหญ่ โครงการหาดใหญ่ซิตี้ จะประกอบด้วยโรงแรม 12 ชั้น ขนาด 300 ห้อง ศูนย์การค้า 2 ชั้น อาคารพาณิชย์ 27 แห่ง อพาร์ทเมนท์ 96 ยูนิต และมินิเธียเตอร์ คาดว่าโครงการจะเสร็จสมบูรณ์ ภายในปี พ.ศ. 2533 โครงการที่ 2 คือ โครงการก่อสร้างโรงแรมหาดแก้วรีสอร์ท ซึ่งได้เปิด ดำเนินการแล้วตั้งแต่ มี.ค. ที่ผ่านมา โรงแรมดังกล่าวมีจำนวนห้องพัก 180 ห้อง แยกเป็นส่วน อาคารโรงแรม 140 ห้อง แบบบังกาโล 40 ห้อง บนพื้นที่ทั้งหมด 70 ไร่ ปรากฏว่ามีลูกค้าเข้า เฉลี่ย 70 กว่าเปอร์เซ็นต์ คาดว่าในปีแรกอัตราเฉลี่ยนักท่องเที่ยว และนักธุรกิจเข้าพักร้อยละ 65-70 นอกจากนี้ในอนาคตยังวางแผนที่จะลงทุนทำศูนย์กีฬาทางน้ำ และศูนย์สุขภาพครบวงจร อีกด้วย

5. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

5.1 จากการประมาณการ

5.1.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต • มีความสำคัญต่อการวางแผนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งในปัจจุบันก็ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งทำให้การประมาณการทำได้สะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรม ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางที่ไปพักแรมและอยู่ในท้องที่ซึ่งไม่ใช่แหล่งที่อยู่ของตนไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมเยือนญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ หรือ ติดต่อราชการ

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้ใช้ข้อมูลระหว่าง พ.ศ. 2521-2531 มาใช้ในการวิเคราะห์ โดยวิธีวิเคราะห์แบบแนวโน้มตามกาลเวลา (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 ¹	4.8
2533	5.2
2534	5.7
2535	6.2
2536	6.8
2537	7.4
2538	8.1
2539	8.8

หมายเหตุ : ¹จากการประมาณการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางรับไปจังหวัดต่าง ๆ นั้น จะประมาณการ โดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ไปพักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดต่าง ๆ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 โดยสมมติให้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแยกตามจังหวัดคงที่ ซึ่งใน พ.ศ. 2530 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดสงขลา เท่ากับร้อยละ 17.28 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แต่ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มีข้อหลังไม่มากนัก จึงยังไม่สามารถนำมาประมาณการโดยตรงได้ การศึกษานี้จึงได้ตั้งสมมุติฐานว่า รายได้จากสาขาบริการของผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น (GDP) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละจังหวัด จากข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น พ.ศ. 2526-2530 พบว่า รายได้จากสาขาบริการโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 7.0 ต่อปี

ผลจากการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดสงขลา ปรากฏว่า ใน พ.ศ. 2534 และ พ.ศ. 2539 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวเป็นจำนวน 1,546,710 คน และ 2,308,524 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดสงขลา

หน่วย : คน

พ.ศ.	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2532	490,654	829,440	1,320,094
2533	525,000	898,560	1,423,560
2534	561,750	984,960	1,546,710
2535	601,073	1,071,360	1,672,710
2536	643,168	1,175,040	1,818,188
2537	736,340	1,278,720	1,966,888
2538	787,884	1,399,680	2,136,020
2539	510,146	1,520,640	2,308,524

ที่มา : จากการคำนวณ

5. 1. 2 ส่วนการประมาณการจำนวนห้องพักของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในอนาคต ได้ทำการประมาณการในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนห้องพักที่ต้องการ ในปีต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลประกอบที่จำเป็นต่อการคำนวณ มีดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่พักในสถานพักแรม จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉลี่ย ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีระยะเวลา 6 เดือน และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนเท่ากับร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งปี

2. จำนวนผู้เข้าพักแรมเฉลี่ยต่อห้อง จากการสำรวจที่ผ่านมา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อห้อง เท่ากับ 1.6 ในทุกจังหวัด

3. ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย กำหนดให้มีค่าคงที่โดยเท่ากับระยะเวลาพำนักเฉลี่ย จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใน พ.ศ. 2530

4. จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณในการศึกษาคิดคำนวณนักท่องเที่ยวเป็นรายเดือน ดังนั้นจำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณเท่ากับ 30 วัน

5. อัตราการเข้าพักเฉลี่ย กำหนดให้อัตราการเข้าพักที่เหมาะสมเท่ากับร้อยละ 85 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามกลุ่มที่พัก จะใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ที่เข้าพักแรมในจังหวัด โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม พ.ศ. 2530 ในการคำนวณ (ตารางที่ 5.3) และสมมุติว่า สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวนี้คงที่ ผลปรากฏว่า ใน พ.ศ. 2534 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพักแรมในกลุ่ม 3 (ราคาห้องเตียงระหว่าง 401-700 บาท) เป็นจำนวน 946,000 คน กลุ่มที่ 4 (ราคาห้องเตียงระหว่าง 201-400 บาท) 263,000 คน และกลุ่ม 5 (ราคาห้องเตียงตั้งแต่ 200 บาท ลงมา) 337,000 คน และในปีสุดท้ายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 พ.ศ. 2539 จะมีนักท่องเที่ยวพักในกลุ่ม 3 กลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 เป็นจำนวน 1,312,000 คน 393,000 คน และ 504,000 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.3 แสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและระยะเวลาพักเฉลี่ย พ.ศ. 2530

กลุ่มพักแรม	สัดส่วนนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)	ระยะเวลาพักเฉลี่ย (วัน)
กลุ่มที่ 3 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 401-700 บาท	61.2	2.33
กลุ่มที่ 4 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท	17.0	2.62
กลุ่มที่ 5 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาท ลงมา	21.8	2.40
รวม	100.00	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 5.4 จำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในแต่ละกลุ่ม

หน่วย : ล้านคน

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
กลุ่มที่ 3	.807	.871	.946	1.023	1.112	1.203	1.306	1.412
กลุ่มที่ 4	.225	.225	.263	.285	.309	.335	.364	.393
กลุ่มที่ 5	.288	.311	.337	.365	.397	.429	.466	.504

ที่มา : จากการคำนวณ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาประมาณจำนวนห้องพักที่ความต้องการในแต่ละปี โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

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

โดยที่	R_i	=	จำนวนความต้องการห้องพักในปีที่คำนวณ
	T_i	=	จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด
	L	=	ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว
	N	=	จำนวนคนเฉลี่ยต่อห้อง
	O	=	อัตราการเข้าพักเฉลี่ย

จำนวนห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการจำแนกตามกลุ่มที่พักแรม แสดงในตารางที่ 5.5 ซึ่งจะพบว่า ใน พ.ศ. 2534 จะมีความต้องการห้องพักรวมทุกกลุ่มเป็นจำนวน 9,077 ห้อง จำแนกเป็นกลุ่ม 3 มีจำนวน 5,402 ห้อง กลุ่ม 4 มีจำนวน 1,690 ห้อง และกลุ่ม 5 มีเป็นจำนวน 1,985 ห้อง และใน พ.ศ. 2539 จะมีความต้องการห้องพักทั้งหมด 13,549 ห้อง

ตารางที่ 5.5 แสดงจำนวนห้องพักที่ต้องการ

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
รวมทุกกลุ่ม	7,748	8,355	9,077	9,861	10,671	11,545	12,538	13,549
กลุ่มที่ 3	4,611	4,972	5,402	5,841	6,350	6,870	7,461	8,063
กลุ่มที่ 4	1,443	1,556	1,690	1,828	1,987	2,150	2,335	2,523
กลุ่มที่ 5	1,694	1,827	1,985	2,334	2,334	2,525	2,742	2,963

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักทั้งหมดในจังหวัดสงขลา เทียบกับจำนวนห้องพักที่มีอยู่เดิมใน พ.ศ. 2530 พบว่า ใน พ.ศ. 2531-2532 ต้องการห้องพักเพิ่มขึ้นทั้งหมด 2,105 ห้อง และใน พ.ศ. 2539 ต้องการห้องพักเพิ่มจาก พ.ศ. 2538 เป็นจำนวน 1,011 ห้อง โดยแยกเป็นกลุ่ม 3 กลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 คิดเป็นจำนวนห้องพัก 602 188 และ 221 ห้อง ตามลำดับ (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดสงขลา

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	จำนวนที่มีอยู่เดิม	จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น/ปี			
	2530	2532 ²	2534	2536	2539
รวมทุกกลุ่ม	5,643	2,105	722	855	1,011
กลุ่มที่ 3	3,169	1,442	430	509	602
กลุ่มที่ 4	1,035	408	134	159	188
กลุ่มที่ 5	1,439	255	158	187	221

หมายเหตุ : ² จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น จาก พ.ศ. 2530

ที่มา : จากการคำนวณ

5.2 จากการสำรวจ

5.2.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์ร้อยละ 60.71 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 39.28 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ลักษณะของการเดินทางมานั้นจะมากับเพื่อน หรือกับครอบครัวมากกว่ามากับกรุ๊ปทัวร์ หรือมาลำพังคนเดียว มีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยวหรือนักผ่อน จากการสำรวจ พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาสงขลา ส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 20-40 ปี รองลงมาก็จะเป็นกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 41-50 ปี สมรสแล้วมีประมาณครึ่งหนึ่ง นักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์แบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่ได้ทำงาน และกลุ่มที่ทำงานแล้ว โดยจะเป็นข้าราชการ และผู้ประกอบการส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ สำหรับผู้ที่ยังเป็นนักศึกษาอยู่ มีจำนวนไม่มากนักเพียงร้อยละ 3.53 เท่านั้น ระดับการศึกษามีตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาถึงขั้นสูงกว่าปริญญาตรี แต่ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามัธยมศึกษา รายได้ครอบครัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉลี่ย ร้อยละ 62.35 มีรายได้ต่ำกว่าเดือนละ 10,000 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 18.18 จะมีรายได้ครอบครัว ตั้งแต่ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน

5.2.2 ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

การสำรวจของคณะวิจัย ได้ออกสำรวจเฉพาะบริเวณพื้นที่ศึกษาที่กำหนด สำหรับจังหวัดสงขลาแบ่งพื้นที่สำรวจออกเป็น 6 บริเวณ คือ

- อำเภอเมือง
- อำเภอหาดใหญ่
- แหลมสมิหลา/เก้าเส้ง
- ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- เกาะขอ
- หาดสะกอม

จำนวนนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจของจังหวัดสงขลา มีจำนวนทั้งหมด 140 คน ผลจากการสำรวจปรากฏว่า บริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากที่สุด คือ อำเภอหาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 26.20 บริเวณที่นักท่องเที่ยวจะไปมากเป็นอันดับรองลงมาก็คือ แหลมสมิหลา คิดเป็นร้อยละ 19.60 จุดที่อยู่ในข่ายศึกษาที่พบว่ามียกนักท่องเที่ยวไปน้อยที่สุด คือ หาดเก้าเส้ง

ในบริเวณจุดสำรวจทั้ง 6 จุดนี้ นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาอยู่ในแต่ละแห่งแตกต่างกันไป ซึ่งพอสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจะพักอยู่ประมาณ 2-3 วัน ในอำเภอหาดใหญ่, ใช้เวลาท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง หรือครึ่งวันสำหรับหาดสมิหลา, ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมงหรือน้อยกว่าที่บริเวณหาดเก้าเส้ง, เกาะขอ และที่ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ สำหรับที่หาดสะกอมมักพบนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ จะใช้เวลาพักอยู่ประมาณ 1 วัน (ตารางที่ 31)

สำหรับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวเพื่อจะแวะเที่ยวยังจุดต่าง ๆ นั้น มีเหตุผลแตกต่างกันออกไป คือ ที่อำเภอหาดใหญ่เป็นจุดที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าการเดินทางสะดวกเป็นเหตุผลหลัก ที่หาดเก้าเส้ง, เกาะขอ, หาดสะกอม และแหลมสมิหลา นักท่องเที่ยวมีความประสงค์จะไปชมความสวยงามของธรรมชาติ ที่ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ นักท่องเที่ยวมักต้องการไปชมศิลปวัฒนธรรมสืบส่วนใหญ่ (ตารางที่ 31)

5.2.3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจต่าง ๆ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

1. ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจพักรวม

การพักรวมในพื้นที่ศึกษาทั้ง 6 จุด มีเพียงจุดเดียวคือ ที่อำเภอหาดใหญ่ ที่มีศักยภาพในการแวะพักของนักท่องเที่ยว สำหรับจุดท่องเที่ยวอื่น ๆ นักท่องเที่ยวไม่นิยมพักค้างแรม เช่น ที่เกาะชอ หาดเก้าเส้ง ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่พร้อม (ตารางที่ 32)

การสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวที่แวะในอำเภอหาดใหญ่ ที่เป็นชาวไทยร้อยละ 39.71 พักโรงแรม และร้อยละ 92.16 เป็นชาวต่างประเทศ

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่พักรวม พบว่า สถานที่พักรวมในเขตอำเภอหาดใหญ่ และที่แหลมสมิหลา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อเปรียบเทียบเกณฑ์ความพอใจทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศแล้ว เห็นว่าจะมีความพอใจในระดับค่อนข้างพอใจ และพอใจมาก

2. ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจจัดนำเที่ยวและบริการขนส่ง

จากการสำรวจพบว่าส่วนมากนักท่องเที่ยวไม่ได้ใช้บริการจัดนำเที่ยว เท่าที่พบของการใช้บริการมักจะอยู่ในรูปของบริการจัดนำเที่ยว (Day Tour) ใช้มากกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไปเที่ยวเกาะชอ หาดเก้าเส้ง ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ และหาดสะกอม (ตารางที่ 33)

ความพอใจจากบริการจัดนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวในแต่ละบริเวณทั้ง 6 จุด ที่สำรวจได้พบว่ามีแนวโน้มในด้านบวก แต่อย่างไรก็ตามในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สัมภาษณ์ได้ในแต่ละแห่งมีความรู้สึกเฉย ๆ ในสัดส่วนที่สูงที่สุด

ส่วนเกี่ยวกับเรื่องพาหนะหรือบริการขนส่งที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนมากจะเดินทางโดยใช้รถส่วนตัว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะใช้รถรับจ้างสาธารณะในอำเภอหาดใหญ่ แหลมสมิหลา และที่ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ ถึงร้อยละ 64.71, 38.89 และ 53.85 ตามลำดับ สำหรับการเดินทางไปเกาะชอ และหาดเก้าเส้ง จะไปกับรถทัวร์เสียส่วนใหญ่ และจะเดินทางโดยรถประจำทาง เมื่อไปหาดสะกอมถึงร้อยละ 100 (ตารางที่ 34)

ในด้านของความพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากบริการขนส่ง หรือพาหนะ สำหรับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 จุด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความรู้สึกเฉย ๆ หรือค่อนข้างพอใจต่อบริการขนส่งที่ตนได้รับ แต่ส่วนใหญ่เกินที่ความพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

3. ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

สำหรับในเขตอำเภอหาดใหญ่ และที่แหลมสมิหลา พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นิยมรับประทานอาหารในภัตตาคารมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มักแวะตามร้านอาหาร คือฟู้ดชอป และหากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวจุดอื่น ๆ เช่น หาดแก้วเสด็จ เกาะขอม และศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศมักไม่นิยมแวะรับประทานอาหาร และสำหรับที่หาดสะกอมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนครึ่งหนึ่งนิยมรับประทานอาหารที่ภัตตาคาร และอีกครึ่งหนึ่งรับประทานอาหารแบบ Fast Food (ตารางที่ 35)

ในทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากบริการร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 จุด สร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวพอสมควร โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

4. ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจสันทนาการและบันเทิง

ในเขตอำเภอหาดใหญ่ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจต่อแหล่งสันทนาการ และบันเทิงพอสมควร นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักนิยมไป ดิสโก้เทค การแสดงโชว์ และ บาร์เบียร์ ตามลำดับ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมักความบันเทิงจากแหล่งดิสโก้เทค สวนสัตว์ และสวนพืชริมใต้ ตามลำดับ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวจุดอื่น ๆ นักท่องเที่ยวไม่นิยมใช้บริการเหล่านี้เลย ซึ่งยกเว้นที่ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ ที่ชาวต่างประเทศและชาวไทยมีความพอใจต่อสิ่งบันเทิงเหล่านี้ ในระดับที่ใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 36)

5. ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

ความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ในอำเภอหาดใหญ่ ส่วนใหญ่จะซื้อจากศูนย์การค้า/พลาซ่า มากกว่าร้านค้าทั่วไป หรือ แผงลอย รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยด้วยถึงร้อยละ 49.02 และ 69.12 ตามลำดับ สำหรับแหล่ง

ห้องเที่ยวอื่น ๆ จำนวนกว่าครึ่งหนึ่งไม่ยอมออกไปซื้อสินค้าที่ระลึกติดมือกลับบ้าน จะมีบ้างเพียงเล็กน้อยตามร้านค้าทั่วไป หรือแผงลอย (ตารางที่ 37)

เกณฑ์ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีต่อธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก ในอำเภอหาดใหญ่ และแหลมสมิหลา พบว่าประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเฉย ๆ ต่อบริการดังกล่าว และมีจำนวนเล็กน้อยที่รู้สึกค่อนข้างพอใจ และพอใจสูงสุด แต่อยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวจุดอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความรู้สึกพอใจต่อธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ในระดับใกล้เคียงกับชาวต่างประเทศ

5.2.4 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการลงทุนเพื่อส่งเสริมการลงทุน

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจังหวัดสงขลา ได้แสดงทัศนคติต่อรูปแบบการลงทุนในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 จุด แตกต่างกันไป พอสรุปได้ว่า ในอำเภอเมืองหาดใหญ่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงด้านบริการขนส่ง บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว และบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่แหลมสมิหลาและหาดเก้าเส้งต้องการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ นักท่องเที่ยวต้องการให้เพิ่มบริการแหล่งข้อมูลข่าวสาร และที่หาดสะกอม นักท่องเที่ยวต้องการบริการด้านขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนการปรับปรุงด้านสาธารณูปโภค (ตารางที่ 38)

เมื่อได้เปรียบเทียบกับกันระหว่างความเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อความเพียงพอของธุรกิจต่าง ๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้กับศักยภาพของแต่ละบริเวณจะสามารถรองรับได้ พอสรุปได้ว่าในอำเภอเมือง นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรได้รับการพัฒนาปรับปรุงด้านธุรกิจขนส่ง และโครงสร้างพื้นฐานด้านบริการการคมนาคมขนส่งทางถนน และรถโดยสารภายในจังหวัด ทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่แหลมสมิหลา หาดเก้าเส้ง เมื่อเปรียบเทียบกับจากเหตุผลและทัศนะของนักท่องเที่ยวเห็นว่าควรปรับปรุงแก้ไขด้านการรักษาความสะอาด และเพิ่มบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากอยู่ติดกับเมืองสงขลา ทำให้มีสิ่งสาธารณูปโภคต่าง ๆ ค่อนข้างสมบูรณ์ ในบางครั้งหาตฤกรบกวจากน้ำเสียที่ระบายออกจากหน่วยงาน สถานที่ราชการที่ตั้งล้อมหาดอยู่ ที่ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์/โบราณคดี และกิจกรรมประเพณีของคนท้องถิ่น มีบริการด้านให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวน้อยเกินไป แหล่งท่องเที่ยวจุดสุดท้าย คือ หาดสะกอม มีปัญหาด้านคมนาคมขนส่ง และขาดบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากตั้งอยู่ค่อนข้างห่างจากตัวเมืองสงขลา ทางเข้ายังไม่ได้รับการปรับปรุงเท่าที่ควร

6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดสงขลา

6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

6.1.1 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใน 6 บริเวณ ของจังหวัดสงขลา เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบและความสามารถที่จะลงทุนธุรกิจประเภทต่าง ๆ จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจรวม 14 ราย เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจสันตนาการ ส่วนนักท่องเที่ยวจำนวน 119 ราย แต่มีผู้ประกอบการธุรกิจที่เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้รวม 12 ราย และ นักท่องเที่ยวอีก 94 ราย

6.1.2 ความคิดเห็นต่อการลงทุนในอำเภอหาดใหญ่ เน้นหนักไปทางด้านบริการขนส่ง รองลงมาคือ การพัฒนาปรับปรุงด้านบริการ ให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ หากพิจารณาจากความคิดเห็นหลายรูปแบบของบุคคลหลายวงการ พบว่า ต่างก็มีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันมากที่สุดในการลงทุน ที่เกี่ยวกับเรื่องการบริหารสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว การรักษาความสะอาด และการคมนาคมขนส่ง

6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูลการวางแผน และการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนของรัฐ

6.2.1 การลงทุนเกี่ยวกับที่พักแรม

อาศัยจากข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากการศึกษาและทัศนคติที่สำรวจได้พบว่า ในจำนวนนักท่องเที่ยวพื้นฐานที่เป็นพื้นที่สำรวจ จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอหาดใหญ่ แหลมสมิหรา/เก้าเส้ง ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้ เกาะขอม และ หาดสะกอม พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศนิยมที่จะไปเที่ยวที่อำเภอหาดใหญ่มากที่สุดและใช้เวลาพักแรมที่หาดใหญ่มากกว่าที่อื่น ๆ ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่ว่า สถานที่ตั้งของอำเภอเมืองหาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางในการติดต่อการค้า ธุรกิจ และการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จึงทำให้อำเภอหาดใหญ่กลายเป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านที่พัก การคมนาคมขนส่งที่สะดวก สิ่งอำนวยความสะดวก และมีแหล่งบันเทิงที่สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้ทุกระดับ ถึงแม้ว่า ที่พักแรมในอำเภอหาดใหญ่จะมีอยู่เป็นจำนวนมากแล้วก็ตาม แต่โรงแรมส่วนใหญ่ก็เป็นโรงแรมขนาด C2 และ C3 ซึ่งยังไม่สามารถรองรับความต้องการด้านที่พักของนักธุรกิจและนักท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่าง

ประเทศ ที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางไปยังจังหวัดมากขึ้นได้ ดังนั้น ธุรกิจที่พักแรมไม่ว่าจะเป็นที่อำเภอขนาดใหญ่ หาดสมิหรา หรือแม้แต่หาดสะกอม จึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่น่าลงทุนเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามสิ่งที่ต้องผู้ลงทุนต้องคำนึงถึง ก็คือ รูปแบบการของลงทุน ในแต่ละสถานที่ควรจะได้มีการพิจารณาถึงลักษณะของลูกค้าและสภาพทำเลที่ตั้งด้วย เช่น ที่อำเภอขนาดใหญ่ ควรจะเป็นการลงทุนสร้างโรงแรมขนาดใหญ่ ที่มีห้องพักไม่ต่ำกว่า 300-400 ห้อง ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ ที่พัก ห้องอาหาร ศูนย์การค้า มินิเธียเตอร์ แหล่งบันเทิง บุติค ร้านอาหาร Fast Food และสวนสนุก ส่วนที่หาดสมิหรา และหาดสะกอม ควรจะเป็นการลงทุนจำพวกรีสอร์ท หรือบังกะโล โดยเน้นที่สิ่งอำนวยความสะดวก และที่สำคัญคือควรมีการจัดสร้างศูนย์การกีฬาทางน้ำแบบครบวงจร โดยให้มีอุปกรณ์กีฬาเกือบทุกชนิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยว ที่นิยมรูปแบบความสวยงามของหาดทรายตามธรรมชาติ และเกาะแก่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง และบริการให้เช่าชุดดำน้ำ เพื่อชมความงามตามธรรมชาติได้ท่องเที่ยวได้อย่างไร้ที่ติไม่ว่าเป็นการลงทุนที่ใดก็ตามนักลงทุนควรให้ความสำคัญในด้านบริการอื่น ๆ ด้วย เช่น รถบริการรับส่งสำหรับนักท่องเที่ยว บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว บริการด้านโทรศัพท์ทางไกล และเครื่องโทรสาร เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจที่มาพักด้วย

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอแนะมีดังนี้

- 1) ความได้เปรียบในด้านทรัพยากรที่มีความอุดมสมบูรณ์ และยังมีได้ถูกทำลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลายแห่ง ติดต่อกันได้อย่างสะดวก ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวจากที่ต่าง ๆ มาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งมีผลให้ความต้องการด้านที่พักแรมเพิ่มขึ้นด้วย
- 2) โครงการกระจายความเจริญจากกรุงเทพมหานคร ไปสู่ส่วนภูมิภาค สำหรับภาคใต้กำหนดให้เมืองสงขลา/หาดใหญ่ เป็นเมืองหลัก โดยการสนับสนุนให้สงขลาเป็นเมืองท่าส่งออก และหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางคมนาคมขนส่ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และบริการ ซึ่งทำให้สงขลา/หาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
- 3) โครงการพัฒนาท่าเรือน้ำลึกสงขลา-ภูเก็ต ทำให้จังหวัดสงขลาเป็นเมืองท่าทางชายฝั่งทะเลตะวันออก ที่สามารถรองรับการขยายตัวทางการค้าระหว่างจังหวัดทางภาคใต้ ภาคกลางตลอดจนประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ดังนั้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการค้าเหล่านี้ ย่อมส่งผลต่อความต้องการที่พักแรม จากนักธุรกิจ อุตสาหกรรมและการค้ามากขึ้นด้วย
- 4) นโยบายการเปลี่ยนแปลงให้เป็นสนามการค้า ทำให้ประเทศไทยในแถบอินโดจีน เริ่มเปลี่ยนแปลงไปและมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ส่งผลกระทบให้นักท่องเที่ยวต่าง ๆ สนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อทำธุรกิจยังภูมิภาคแถบนี้สูงขึ้น กอปรกับประเทศเพื่อนบ้านประสบกับปัญหา

ทางการเมืองหลายประเทศ เช่น จีน และฟิลิปปินส์ ดังนั้น การลงทุนและการท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงมีลู่ทางแจ่มใสมาก ขอมส่งผลกระทบต่อจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการลงทุน และการท่องเที่ยว อาทิ สงขลา เป็นต้น

6.2.2 การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว

จากการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ทำเป็นล่ำเป็นสันยังมีไม่มากนัก และส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งมีบริการรถให้เช่า และมีโปรแกรมการจัดนำเที่ยว แบบเข้าไป-เย็นกลับ และผู้ที่ไม่เที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ จากการสำรวจพบว่า มักจะไปด้วยตนเองมากกว่าใช้บริการรถนำเที่ยว ยกเว้นหาดสมิหรา ซึ่งส่วนใหญ่จะมีรถทัวร์ขนาดใหญ่ นำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม นอกจากนี้ บริการเรือเช่า หรือเรือนำเที่ยว ก็ยังมีน้อย และไม่ได้จัดทำเป็นเรือสำหรับบริการนักท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้นแนวทางเสนอแนะสำหรับการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ คือ ควรเป็นธุรกิจนำเที่ยวทั้งทางบก และทางทะเล โดยให้มีสำนักงานตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ และที่สงขลา และควรจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในจุดที่นักท่องเที่ยวต้องการจะไป ให้มีหลายรูปแบบเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางท่องเที่ยวได้ สำหรับธุรกิจนำเที่ยวทางทะเลควรเป็นเรือนำเที่ยวที่มีสมรรถนะและความปลอดภัยที่ดีกว่ารูปแบบเรือประมง หรือเรือหาปลาในปัจจุบัน เส้นทางการจัดนำเที่ยว อาจจัดหลายทางให้เลือก เช่น เกาะหนู-เกาะแมว, อุทยานนกน้ำคูขุด, เกาะขอม, หาดแก้วพิสดาร, หาดแก้วเลี้ยง, หาดสะกอม-เกาะชาม

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอมิดังนี้

1) จากการสำรวจนักท่องเที่ยวบางส่วนเห็นว่า การคมนาคมขนส่งที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก และสถานที่ท่องเที่ยวมีอยู่อย่างกระจัดกระจาย ทำให้การเดินทางไม่สะดวก ดังนั้นควรมีการลงทุนธุรกิจนำเที่ยวไว้บริการ

2) อุทยานนกเบ็ดน้ำคูขุด เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่สวยงามหนึ่งในห้าของแหล่งท่องเที่ยวสวยงามทางภาคใต้ ในช่วงฤดูร้อนระหว่างกุมภาพันธ์-เมษายน จะมีนักท่องเที่ยวสนใจที่ไปเที่ยวชมมาก ดังนั้น หากมีกิจการดังกล่าวรองรับ จึงน่าจะเป็นทางหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังสงขลามากขึ้น

3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีแผนที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเรือระหว่างเกาะต่อเกาะทั้งอ่าวไทย และอ่าวอันดามันอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะเรือลำนารายณ์ขนาดใหญ่ที่เดินทางจากต่างประเทศ ให้แวะพักและท่องเที่ยวในไทยมากขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อธุรกิจท่องเที่ยวทางน้ำมาก

ขึ้น นอกจากนี้คณะกรรมการประสานแผนขนส่งทางน้ำ ก็สนับสนุนให้มีการรับทำเรือที่มีอยู่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางน้ำอีกทางหนึ่งด้วย

4) โครงการลงทุนธุรกิจเรือยอชต์ เป็นธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อบริการนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

6.2.3 การลงทุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการสำรวจของนักท่องเที่ยว ณ จุดต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมรับประทานอาหารตามภัตตาคารมากกว่าร้านอาหาร หรือคอฟฟี่ช็อป โดยเฉพาะที่หาดใหญ่ แหลมสมิหรา และที่เกาะขอม ดังนั้นเส้นทาง การลงทุนสำหรับธุรกิจร้านอาหาร ควรเป็นร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ ที่มีการตกแต่งร้านในรูปสวนอาหาร มีการตกแต่งบรรยากาศให้ดูเป็นธรรมชาติ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมสันทนาการอื่น ๆ เช่น มีการใช้ศิลปะวัฒนธรรม อาทิ การรำ มโนราห์ มิมมสมนามเด็กเล่น สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีกันเป็นครอบครัว และที่สำคัญที่จะขาดไม่ได้ คือ การปรับปรุงรสชาติอาหารให้เป็นที่พอใจแก่นักท่องเที่ยว สำหรับที่เกาะขอมมีความได้เปรียบในด้านทิวทัศน์ธรรมชาติ ซึ่งมีความสวยงามโดยเฉพาะในยามค่ำคืนจะมองเห็นสะพานติณสูลานนท์ทอดยาวเชื่อมเกาะสองเกาะ กับแผ่นดินใหญ่สวยงามมาก หากมีการลงทุนทำเป็นแหล่งไปในทะเลสาบ พร้อมกับอาหารจานโปรดแล้ว น่าจะเป็นธุรกิจที่มีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากที่สุด

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอมีดังนี้

1) เกาะขอมอยู่ไม่ไกลจากอำเภอหาดใหญ่ และอำเภอเมืองมากนัก การคมนาคมสะดวก และทิวทัศน์ทางธรรมชาติสวยงามที่อยู่รอบ ๆ ทะเลสาบสงขลา หากมีการพัฒนารูปแบบของร้านอาหาร ให้สามารถบริการล่องแพยามค่ำคืนได้ด้วย ย่อมสามารถที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มายังสถานที่ดังกล่าวเพิ่มขึ้น

2) พิจารณาจากแนวโน้มของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวสูงสุดในกลุ่มประเทศอาเซียนถึงร้อยละ 20 ประกอบกับการมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา/หาดใหญ่ ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเป็นฐานทางเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ โดยมีโครงการสำคัญรองรับหลายโครงการ ย่อมทำให้เกิดการลงทุนในด้านอุตสาหกรรม การค้าและบริการ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารขนาดใหญ่ ได้รับความสนใจมากขึ้น

3) จังหวัดสงขลา มีสถานที่ตั้งที่อยู่ติดกับทะเล ซึ่งมีอาหารการกินที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะอาหารทะเล และมีราคาขอมเข่า เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน ไม่ว่าจะเป็นมาเลเซีย และสิงคโปร์ ดังนั้น ธุรกิจร้านอาหารจึงเป็นผลพลอยได้จากการสนับสนุนให้ชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในแถบนี้

6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดสงขลา

6.3.1 จากข้อเสนอแนะแนวทางการลงทุนในจังหวัดสงขลา เป็นเพียงแนวทางหนึ่งในหลาย ๆ แนวทางที่คณะศึกษาเห็นว่า มีศักยภาพและลำดับความสำคัญค่อนข้างสูง ทั้งนี้ เนื่องจากสภาพปัจจุบันจังหวัดสงขลาได้รับการคัดเลือกจากรัฐบาลให้เป็น 2 ใน 5 ของเมืองหลักตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของภาคใต้ ในด้านการศึกษา การคมนาคมขนส่ง ท่าเรือ การพัฒนาอุตสาหกรรม พาณิชยกรรมและการท่องเที่ยว นอกจากนี้ในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 รัฐบาลได้อนุมัติโครงการขนาดใหญ่หลายโครงการไว้รองรับ เช่น โครงการพัฒนาท่าอากาศยานหาดใหญ่ ให้เป็นศูนย์กลางของภาคใต้ในการติดต่อระหว่างภาคต่าง ๆ ในประเทศ และต่างประเทศ โครงการท่าเรือน้ำลึก สงขลา-ภูเก็ตที่จะสามารถขนส่งสินค้า และรวบรวมสินค้าและผลผลิตการเกษตรและอุตสาหกรรม ของจังหวัดทางภาคใต้กับต่างประเทศ ได้โดยสะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย โครงการถนน/สะพานข้ามเกาะชง ซึ่งช่วยให้การคมนาคมขนส่ง ระหว่างภาคใต้ตอนบนและภาคใต้ตอนล่าง เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้นซึ่ง โครงการเหล่านี้จะเป็นฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่จะกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง รวมทั้งธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อการกระจายรายได้ของท้องถิ่น และช่วยแก้ไขปัญหาค่าขาดดุลการค้าเงินได้ทางหนึ่งด้วย

6.3.2 การลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ ที่มีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น ควรจะเป็นรูปแบบของการลงทุนสร้างกระเช้าไฟฟ้า ไปยังเขาตังกวน ซึ่งสามารถมองเห็นทิวทัศน์ของตัวจังหวัดสงขลา เกาะหนู-เกาะแมว หาดเก้าเส้ง ทะเลสาบสงขลา หาดแก้วนิสดาร ขึ้นบนสุด ควรจะได้มีการปรับปรุงและพัฒนาศิลปะและวัตถุโบราณ ประวัติความเป็นมาของจังหวัดให้นักท่องเที่ยว ได้รับความรู้มากขึ้น เพราะอย่างน้อย เขาตังกวนก็เป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่เป็นคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดสงขลา และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ แต่เนื่องจากการเดินทางต้องใช้เวลาานาน และเป็นการเดินทางเท้า นักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อย

จึงไม่สนใจเท่าที่ควร นอกจากนั้นตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น หาดสมิหรา หาดสะกอม ยังไม่มีอุปกรณ์กีฬาทางน้ำ และสถานที่อาบน้ำจืดก็ยังไม่เพียงพอับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ใช้ลงทุนไม่มากและยังไม่เป็นที่แพร่หลาย หากได้มีการปรับปรุงพัฒนาด้านนี้มากขึ้น น่าจะเป็นที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวใช้เวลามากขึ้นในการพักผ่อน อย่างไรก็ตาม บริเวณหาดสะกอมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่น่าจับตามอง ปริมาณนักท่องเที่ยวที่มาพักเฉลี่ยอาทิตย์ละ 500 รายขึ้นไป และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทางภาครัฐจะมีการปรับถนนทางเข้า-ออก ให้มีความสะดวกมากขึ้น รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า ประปา และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สำหรับแหล่งท่องเที่ยวอื่น อาทิ บริเวณหาดสมิหรา และหาดเก้าเต็ง ควรจะได้มีการรักษาความสะอาดให้มากกว่าที่เป็นอยู่ เนื่องจากร้านอาหารที่ตั้งบริเวณชายหาดมักจะทิ้งน้ำเสียลงทะเล ทำให้ส่งกลิ่นเหม็นและน้ำเสีย

นักท่องเที่ยวทุกแหล่งที่ได้จากการสำรวจ มีความเห็นว่า เป็นที่น่าสังเกตว่า ควรจะมีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจากการสอบถามผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ถึงปัญหาและอุปสรรคนั้นก็ พบว่า มักจะขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ ดังนั้น การจัดฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว น่าจะเป็นช่องทางอีกอันหนึ่งที่สามารถพัฒนาเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว และผู้ที่มีพิกแรมด้วย

ภาคผนวก

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของธุรกิจที่พักแรม

หน่วย: ร้อยละ

ประเภทของที่พักแรม	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
โรงแรม	89.13	90.77	85.19
เกสเฮาส์	6.52	9.23	0.00
ซิงกาจล	4.35	0.00	14.81
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอหาดาท
จุดที่ 2 = อาเภอเมืองสงขลา

รางที่ 2 แสดงถึงอำนาจความสะดวกของที่พักแรม

หน่วย: แห่ง

ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3	ขนาด C3
ลอบบี้/ห้องรับแขก	62	0	1	0	14	46	1
	(68.13)	(0.00)	(100.00)	(0.00)	(100.00)	(61.33)	(100.00)
ลิฟท์	47	0	0	0	14	33	0
	(51.85)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(44.00)	(0.00)
ที่จอดรถ	66	0	0	0	14	51	1
	(72.53)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(68.00)	(100.00)
สวนธรรมชาติ	17	0	0	0	3	13	1
	(18.68)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(21.43)	(17.33)	(100.00)
สระว่ายน้ำ	6	0	0	0	3	3	0
	(6.59)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(21.43)	(4.00)	(0.00)
อื่น ๆ	2	0	0	0	0	2	0
	(2.20)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(2.67)	(0.00)
ไม่มีบริการ	17	0	0	0	0	17	0
	(18.68)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(22.67)	(0.00)
รวม	91	0	1	0	14	75	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 3 แสดงบริการในด้านต่าง ๆ ของที่พักแรม

หน่วย : แห่ง

ประเภทของบริการ	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3	ไม่มีระบุ
ตู้บริการ	47 (51.65)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (92.86)	34 (45.33)	0 (0.00)
บริการเรียกรถ	64 (70.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	14 (100.00)	49 (65.33)	1 (100.00)
บริการซักรีด	64 (70.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (92.86)	50 (66.67)	1 (100.00)
บริการจัดเตียง/ประชุม	29 (31.87)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (92.86)	16 (21.33)	0 (0.00)
โทรศัพท์/โทรศัพท์แฟกซ์	9 (9.89)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (21.43)	6 (8.00)	0 (0.00)
สถานีงานชั่วคราว	16 (17.58)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (64.29)	7 (9.33)	0 (0.00)
อื่น ๆ	11 (12.09)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (21.43)	8 (10.67)	0 (0.00)
ไม่มีบริการ	16 (17.58)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	15 (20.00)	0 (0.00)
รวม	91 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	0 (100.00)	14 (100.00)	75 (100.00)	1 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 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						
	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3	ไม่ระบุ
1 ปี	7 (7.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (14.29)	5 (6.67)	0 (0.00)
2 ปี	4 (4.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.14)	3 (4.00)	0 (0.00)
3 ปี	9 (9.89)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (14.29)	7 (9.33)	0 (0.00)
4 ปี	4 (4.40)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (4.00)	0 (0.00)
5 ปี	4 (4.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.14)	3 (4.00)	0 (0.00)
6 ปี	9 (9.89)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (14.29)	7 (9.33)	0 (0.00)
7 ปี	3 (3.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (4.00)	0 (0.00)
8 ปี	6 (6.59)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (14.29)	4 (5.33)	0 (0.00)
9 ปี	6 (6.59)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (8.00)	0 (0.00)
10 ปี	7 (7.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (9.33)	0 (0.00)
มากกว่า 10 ปี	32 (35.16)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (28.57)	27 (36.00)	1 (100.00)
จำนวนผู้ตอบ	91 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	0 (100.00)	14 (100.00)	75 (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

() หมายถึง ตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 5 แสดงลักษณะกลุ่มลูกค้าของที่พักแรม

หน่วย : ร้อยละ

กลุ่มของลูกค้า	จำนวนของที่พักแรม
นักท่องเที่ยว	8.11
นักธุรกิจและอื่น ๆ	
1-20	32.43
21-40	16.22
41-60	10.81
61-80	18.92
81-99	13.51
รวม	100.00

ตารางที่ 6 แสดงอัตราการเข้าพักนรมนช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season)

อัตราการเข้าพัก	หน่วย:ร้อยละ	
	ขนาด C2	ขนาด C3
1-20	0.00 (0.00)	0.00 (11.11)
21-40	0.00 (10.00)	3.70 (18.52)
41-60	20.00 (40.00)	14.81 (29.63)
61-80	30.00 (20.00)	48.15 (29.63)
81-99	40.00 (30.00)	11.11 (0.00)
100	10.00 (0.00)	14.81 (7.41)
ไม่ระบุ	0.00 (0.00)	7.41 (3.70)
	100.00 (100.00)	100.00 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด C2 = ที่พักนรมนที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง
 ขนาด C3 = ที่พักนรมนที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

() หมายถึงอัตราการเข้าพักนรมนช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season)

ตารางที่ 7 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจที่ผกนรม

หน่วย : ไร่ยละ

ปัญหาและอุปสรรค	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
พนักงานไม่เพียงพอ	10.81	15.38	0.00
พนักงานขาดคุณภาพ	21.62	15.38	36.36
การขนส่งสินค้า	8.11	3.85	18.18
การบริการไม่ดี	2.70	3.85	0.00
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	5.41	3.85	9.09
สถานที่ตั้งไม่เหมาะสม	5.41	7.69	0.00
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	10.81	15.38	0.00
หนี้สิน	8.11	11.54	0.00
ขาดแคลนไฟฟ้า	5.41	3.85	9.09
ขาดแคลนน้ำ	2.70	0.00	9.09
จำนวนพาหนะไม่เพียงพอ	2.70	0.00	9.09
การคมนาคมไม่สะดวก	8.11	7.69	9.09
ข้อจำกัดของระเบียบราชการ	16.22	15.38	18.18
อื่น ๆ	13.51	11.54	18.18
ไม่ระบุ	35.14	42.31	18.18

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอดําพูน
จุดที่ 2 = อําเภอเมืองสงขลา

ตารางที่ 8 แสดงแนวโน้มของธุรกิจที่ผกผัน

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
ยังสามารถขยายตัวได้อีก	59.46	53.85	72.73
คงที่	10.81	11.54	9.09
ไม่แน่นอน	18.92	19.23	18.18
มีการแข่งขันกันมาก	8.11	11.54	0.00
ไม่ระบุ	2.70	3.85	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอดําเนินสะดวก
จุดที่ 2 = อําเภอเมืองสงขลา

ตารางที่ 9 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจของภัตตาคารและร้านอาหาร

หน่วย : ร้าน

ระยะเวลา	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4	จุดที่ 5
1-2 ปี	44 (34.65)	19 (27.94)	0 (0.00)	7 (77.78)	3 (60.00)	15 (37.50)
3-4 ปี	21 (12.60)	9 (13.24)	0 (0.00)	2 (22.22)	0 (0.00)	5 (12.50)
5-6 ปี	21 (16.54)	13 (19.12)	1 (20.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (17.50)
7-8 ปี	10 (7.87)	7 (10.29)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (7.50)
9-10 ปี	9 (7.09)	6 (8.82)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	2 (5.00)
11-12 ปี	3 (2.36)	1 (1.47)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)	1 (2.50)
มากกว่า 12 ปี	24 (18.90)	13 (19.12)	4 (80.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (17.50)
จำนวนผู้ตอบ	127 100.00	68 100.00	5 100.00	9 100.00	5 100.00	40 100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอลําปาง
 จุดที่ 2 = แหยมลลิลลา
 จุดที่ 3 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
 จุดที่ 4 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
 จุดที่ 5 = อําเภอเมืองสงขลา
 () หมายถึง ตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 10 แสดงการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับค่าแข่งขันในระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4	จุดที่ 5
สูงกว่า	11.84	11.11	0.00	12.50	0.00	18.18
เท่ากัน	65.79	66.67	80.00	62.50	100.00	54.55
ต่ำกว่า	22.37	22.22	20.00	25.00	0.00	27.27
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอลําปาง
 จุดที่ 2 = แหยมลําปาง
 จุดที่ 3 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
 จุดที่ 4 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
 จุดที่ 5 = อําเภอเมืองสงขลา
 () หมายถึง ตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านอาหารที่รอง รมักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3	จุดที่ 4	จุดที่ 5
มากเกินไป	9.21	8.33	0.00	12.50	0.00	13.64
ค่อนข้างมาก	36.84	44.44	0.00	0.00	0.00	54.55
เพียงพอ	50.00	44.44	100.00	75.00	100.00	27.27
ไม่ค่อยเพียงพอ	3.95	2.78	0.00	12.50	0.00	4.55
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อำเภอหาดใหญ่
 จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
 จุดที่ 3 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
 จุดที่ 4 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
 จุดที่ 5 = อำเภอเมืองสงขลา
 () หมายถึง ตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 12 แสดงผลการสุทธิของธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
1-10	14.47
11-20	23.68
21-30	32.89
31-40	6.58
41-50	2.63
ไม่ระบุ	19.74
รวม	100.00

ตารางที่ 13 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
พนักงานไม่เพียงพอ	28.95
พนักงานไม่มีคุณภาพ	11.84
	2.63
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	2.63
ขาดแคลนวัตถุดิบ	3.95
การแข่งขันสูง	6.58
สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการมีไม่เพียงพอ	9.21
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	3.95
หนี้สิน	3.95
ข้อจำกัดของกฎระเบียบราชการ	6.58
เสียภาษีสูง	6.58
การคมนาคมไม่สะดวก	17.11
ขาดแคลนน้ำประปา	17.11
ขาดแคลนไฟฟ้า	17.89
อื่น ๆ	2.63
ไม่ระบุ	34.21

ตารางที่ 14 แสดงแนวโน้มของธุรกิจประเภทร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	จำนวน
ยังสามารถขยายตัวได้อีก	64.47
มีการแข่งขันกันมาก	18.42
ไม่แน่นอน (ขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลและปัจจัยทางเศรษฐกิจ)	1.32
คงที่	2.63
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	0	1	0	0	0	0	3	6	4	4
	(0.00)	(16.67)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(42.86)	(33.33)	(40.00)	(40.00)
ผ้าฝ้าย 1 บาติก	0	2	0	0	0	0	6	1	4	4
	(0.00)	(33.33)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(14.29)	(33.33)	(40.00)	(40.00)
ผ้าทอมือ	0	3	0	0	0	0	3	6	2	2
	(0.00)	(50.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(42.86)	(33.33)	(20.00)	(20.00)
รวม	0	6	0	0	0	0	7	18	10	10
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อำเภอหาดาหย่ง
- จุดที่ 2 = แหยมสมิหลา
- จุดที่ 3 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 4 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 5 = อำเภอเมืองสงขลา

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 20 แสดงส่วนแบ่งของลูกค้าชาวสยามธุรกิจสินค้าของทีระศึก

หน่วย : ร้อยละ

ส่วนแบ่ง	จำนวนร้าน
1-10	5.00
11-20	5.00
21-30	10.00
31-40	5.00
41-50	5.00
51-60	25.00
61-70	15.00
71-80	20.00
81-90	5.00
91-100	5.00
รวม	100.00

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)	0 (0.00)	1 (14.29)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
อัญมณี (เช่น พลอย/ไข่มุก)	0 (0.00)	1 (14.29)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0 (0.00)	1 (14.29)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
เครื่องถม	0 (0.00)	3 (42.86)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	1 (14.29)	0 (0.00)	1 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	0 (100.00)	7 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	1 (100.00)	0 (100.00)	5 (100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดใหญ่
- จุดที่ 2 = แหลมถมิหลา
- จุดที่ 3 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 4 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 5 = อ่าเภอเมืองสงขลา

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 17 แสดงสินค้าที่ระลอกประเภทเครื่องประดับบ้าน/เครื่องใช้

หน่วย : ชิ้น

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	1 (50.00)	1 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0 (0.00)	3 (12.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0 (0.00)	4 (16.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
เครื่องถม	0 (0.00)	4 (16.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
ไม้/หวาย	1 (50.00)	4 (16.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)
เครื่องเขิน	0 (0.00)	5 (20.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
ผ้า	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	1 (20.00)
เครื่องหนัง	0 (0.00)	3 (12.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (00.00)	0 (0.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	1 (4.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (00.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	2 (100.00)	25 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	5 (100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อำเภอหาดใหญ่
- จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
- จุดที่ 3 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 4 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 5 = อำเภอเมืองสงขลา

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 18 แสดงสินค้าของที่ระลึกประเภทรูปภาพ/ใบสการ์ต/หนังสือ

หน่วย : ไร่

	จุดที่ 1		จุดที่ 2		จุดที่ 3		จุดที่ 4		จุดที่ 5	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
รูปภาพ/ใบสการ์ต/หนังสือ	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
อื่น ๆ	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(0.00)	(0.00)
	0	0	0	0	0	0	2	0	7	16
	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(0.00)	(43.75)	(100.00)
จำนวนผู้ตอบ	0	0	0	0	1	1	2	1	16	16
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ :

- จุดที่ 1 = อําเภอลาดบัวหลวง
- จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
- จุดที่ 3 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 4 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 5 = อําเภอเมืองสงขลา

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 19 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจสินค้าของทีละสัก

หน่วย : ร้าน

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปีหรือน้อยกว่า 1 ปี	3 (12.00)	0 (0.00)	2 (20.00)	1 (7.69)
2 ปี	4 (16.00)	1 (50.00)	1 (10.00)	2 (15.38)
4 ปี	1 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
5 ปี	1 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
8 ปี	2 (8.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	1 (7.69)
10 ปี	1 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
มากกว่า 10 ปี	12 (48.00)	1 (50.00)	5 (50.00)	6 (46.15)
ไม่ระบุ	1 (4.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	25 (100.00)	2 (100.00)	10 (100.00)	13 (100.00)

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

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 21 แสดงประเภทของธุรกิจนาเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของธุรกิจ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
จัดนาเที่ยวในประเทศ	39.02	0.00	53.33	32.00
จัดนาเที่ยวที่งานและต่างประเทศ	41.46	100.00	73.33	20.00
จัดหาและส่งนักท่องเที่ยวให้กับธุรกิจนาเที่ยวโดยตรง	75.61	100.00	53.33	88.00
จำนวนผู้ตอบ (แห่ง)	41	1	15	25

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

ตารางที่ 22 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
1 ปี	6	0	3	3
	(14.63)	(0.00)	(20.00)	(12.00)
2 ปี	11	0	5	6
	(26.83)	(0.00)	(33.33)	(24.00)
3 ปี	5	0	1	4
	(12.20)	(0.00)	(6.67)	(16.00)
4 ปี	3	0	2	1
	(7.32)	(0.00)	(13.33)	(4.00)
5 ปี	1	0	0	1
	(2.44)	(0.00)	(0.00)	(4.00)
6 ปี	1	0	0	1
	(2.44)	(0.00)	(0.00)	(4.00)
7 ปี	2	0	0	2
	(4.88)	(0.00)	(0.00)	(8.00)
8 ปี	3	0	2	1
	(7.32)	(0.00)	(13.33)	(4.00)
9 ปี	1	1	0	0
	(2.44)	(100.00)	(0.00)	(0.00)
10 ปี	4	0	2	2
	(9.76)	(0.00)	(13.33)	(8.00)
มากกว่า 10 ปี	3	0	0	3
	(7.32)	(0.00)	(0.00)	(12.00)
ไม่ระบุ	1	0	0	1
	(2.44)	(0.00)	(0.00)	(4.00)
จำนวนผู้ตอบ	41	1	15	25
	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
 () หมายถึง ดัง เลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 23 แสดงวิธีการจัดหาพนักงานเดี่ยวของบริษัทมหาชน

หน่วย : ร้อยละ

วิธีการต่าง ๆ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
มีพนักงานเดี่ยวมาติดต่อที่บริษัทเอง	91.67	100.00	85.71	100.00
จัดตั้ง เคา์นิตอร์ของตนเองตามโรงแรม	33.33	0.00	28.57	50.00
บริษัทแม่จัดส่งพนักงานเดี่ยวมาที่	33.33	100.00	28.57	25.00
ร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวอื่นท้องถิ่น	41.67	100.00	28.57	50.00
ร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวต่างจังหวัด	50.00	100.00	42.86	50.00
ร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวต่างประเทศ	83.33	100.00	85.71	75.00
อื่น ๆ	25.00	0.00	28.57	25.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

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

ตารางที่ 24 การกำหนดอัตราค่าบริการงานสุรภิกษาเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ในระดับเดียวกัน
หน่วย : ร้อยละ

อัตราค่าบริการ	รวม	ขนาด (A)	ขนาด (B)	ขนาด (C)
สูงกว่า	25.00	100.00	14.29	25.00
เท่ากัน	58.00	0.00	71.43	50.00
ต่ำกว่า	16.67	0.00	14.29	25.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

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

ตารางที่ 25 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอในธุรกิจนาเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

จำนวนร้าน	
มีมากเกินบาท	25.00
ค่อนข้างมาก	41.67
ค่อนข้างเพียงพอ	8.33
เพียงพอ	16.67
ไม่เพียงพอ	8.33
รวม	100.00

ตารางที่ 28 แสดงระยะเวลาการดำเนินการธุรกิจสินค้าการ

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปี	5 (16.67)	1 (25.00)	0 (0.00)	4 (18.18)
2 ปี	5 (16.67)	0 (0.00)	1 (25.00)	4 (18.18)
3 ปี	2 (6.67)	1 (25.00)	0 (0.00)	1 (4.55)
4 ปี	3 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (13.64)
5 ปี	6 (20.00)	1 (25.00)	1 (25.00)	4 (18.18)
6 ปี	2 (6.67)	1 (25.00)	1 (25.00)	0 (0.00)
8 ปี	2 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (4.55)
10 ปี	1 (3.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
มากกว่า 10 ปี	2 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (9.09)
ไม่ระบุ	2 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (9.09)
จำนวนผู้ตอบ	30 (100.00)	4 (100.00)	4 (100.00)	22 (100.00)

หมายเหตุ : A = ธุรกิจที่รอง รับลูกค้าได้ตั้งแต่ 200 คนขึ้นไป
 B = ธุรกิจที่รอง รับลูกค้าได้ 100-199 คน
 C = ธุรกิจที่รอง รับลูกค้าได้น้อยกว่า 100 คน

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 29 แสดงอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับร้านในระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1
เท่ากัน	75.00
ต่ำกว่า	25.00
รวม	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอหาดใหญ่

ตารางที่ 26 แสดงอัตราการของธุรกิจนาเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

อัตราการ	จำนวนร้าน
1-20	25.00
21-40	25.00
ไม่ระบุ	50.00
รวม	100.00

ตารางที่ 27 แสดงประเภทของธุรกิจสินค้าการ

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของธุรกิจ	จุดที่ 1
บาร์เบียร์	20.00
ดีสก์เรค/วินด์คัม	26.67
อาบอบนวด	43.33
อื่น ๆ	10.00
รวม	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ้าเภอหาดใหญ่

ตารางที่ 30 แสดงทัศนคติในความเพียงพอที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการของธุรกิจสหนาการ

หน่วย : ร้อยละ

สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ	รวม	มากเกินพอ	มาก	ค่อนข้างเพียงพอ	เพียงพอ	ไม่เพียงพอ	ไม่รู้
กีฬาทางน้ำ	100.00	0.00	0.00	12.50	37.50	25.00	25.00
สวนสนุก	100.00	0.00	0.00	12.50	37.50	25.00	25.00
สวนสัตว์และสวนธรรมชาติ	100.00	0.00	0.00	37.50	37.50	0.00	25.00
เรือต่าง ๆ	100.00	0.00	12.50	50.00	25.00	0.00	12.50
บาร์เบียร์	100.00	0.00	25.00	25.00	25.00	0.00	25.00
ดีสก์เก็ต/บันทึกเสียง	100.00	12.50	62.50	25.00	0.00	0.00	0.00
อาบอบนวด	100.00	0.00	37.50	37.50	12.50	0.00	12.50

ตารางที่ 31 แสดงเหตุผลในการเลือกสถานที่และระยะเวลาที่ซื้อปูนที่ขึ้น

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
สาเหตุที่เลือกไป												
เพื่อชมธรรมชาติ	20.59	9.80	98.48	91.67	85.71	80.00	82.14	73.33	14.29	7.69	88.24	100.00
เพื่อชมศิลปวัฒนธรรม	0.00	7.84	0.00	0.00	0.00	20.00	8.95	13.33	85.71	84.62	0.00	0.00
เพื่อชมโบราณสถาน/ ประวัติศาสตร์	1.47	5.88	1.52	0.00	0.00	0.00	3.57	0.00	57.14	7.69	5.88	0.00
เพราะการเดินทางสะดวก	52.94	60.78	21.21	8.33	21.43	20.00	26.79	13.33	57.14	0.00	23.53	0.00
เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก หรือ	38.24	41.18	12.12	2.78	7.14	20.00	5.36	6.67	14.29	0.00	17.65	0.00
อื่น ๆ	57.35	49.02	3.03	19.44	14.29	0.00	25.00	28.67	0.00	7.69	0.00	0.00
ระยะเวลาที่ขึ้นสถานที่นั้น												
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	7.35	0.00	7.59	5.56	42.86	40.00	33.93	53.33	42.86	7.69	11.76	0.00
1-2 ชั่วโมง	13.24	3.92	39.39	30.56	35.71	60.00	44.64	33.33	57.14	69.23	5.88	50.00
ครึ่งวัน	17.65	7.84	34.85	38.89	0.00	0.00	14.29	6.67	6.67	0.00	23.53	0.00
1 วัน	22.06	13.73	12.12	11.11	14.29	0.00	3.57	0.00	0.00	0.00	17.65	50.00
2 วัน	25.00	33.33	3.03	13.89	7.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	41.18	0.00
มากกว่า 2 วัน	14.71	41.18	3.03	0.00	0.00	0.00	3.57	6.67	6.67	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	68	51	66	36	14	5	56	15	15	7	17	2

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดใหญ่
- จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
- จุดที่ 3 = หาดแก้วลิ้ง
- จุดที่ 4 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 5 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 6 = หาดสะกอม

ตารางที่ 31 ผลกระทบจากการเลือกสถานที่และระยะเวลาที่ขี้อยู่ในที่นั้น

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
สาเหตุที่เลือก												
เยี่ยมชมธรรมชาติ	20.59	9.80	98.48	91.67	85.71	80.00	82.14	73.33	14.29	7.69	88.24	100.00
เยี่ยมชมศิลปวัฒนธรรม	0.00	7.84	0.00	0.00	0.00	20.00	8.95	13.33	85.71	84.62	0.00	0.00
เยี่ยมชมโบราณสถาน/ ประวัติศาสตร์	1.47	5.88	1.52	0.00	0.00	0.00	3.57	0.00	57.14	7.69	5.85	0.00
เพราะการเดินทางสะดวก	52.94	60.78	21.21	8.33	21.43	20.00	26.79	13.33	57.14	0.00	23.53	0.00
เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกพร้อม	38.24	41.18	12.12	2.78	7.14	20.00	5.36	6.67	14.29	0.00	17.65	0.00
อื่น ๆ	57.35	49.02	3.03	19.44	14.29	0.00	25.00	26.67	0.00	7.69	0.00	0.00
ระยะเวลาที่ขี้อยู่สถานที่นั้น												
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	7.35	0.00	7.59	5.56	42.86	40.00	33.93	53.33	42.86	7.69	11.76	0.00
1-2 ชั่วโมง	13.24	3.92	39.39	30.56	35.71	60.00	44.64	33.33	57.14	69.23	5.88	50.00
ครึ่งวัน	17.65	7.84	34.85	38.89	0.00	0.00	14.29	6.67	6.67	0.00	23.53	0.00
1 วัน	22.06	13.73	12.12	11.11	14.29	0.00	3.57	0.00	0.00	0.00	17.65	50.00
2 วัน	25.00	33.33	3.03	13.89	7.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	41.18	0.00
มากกว่า 2 วัน	14.71	41.18	3.03	0.00	0.00	0.00	3.57	6.67	6.67	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	88	51	66	38	14	5	56	15	15	7	17	2

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดใหญ่
- จุดที่ 2 = แหลมถมิหลา
- จุดที่ 3 = หาดแก้วเลิง
- จุดที่ 4 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 5 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 6 = หาดละกอ

ตารางที่ 32 แสดงประเภทสภาพที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
ประเภทสถานที่พักแรม												
ไม่ได้ค้างแรม	38.24	3.92	74.24	75.00	85.71	100.00	92.86	100.00	100.00	100.00	35.29	50.00
โรงแรม	39.71	92.16	15.15	25.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00
บังกะโล/บ้านพัก	0.00	0.00	3.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	52.94	0.00
แพ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.88	0.00
เกสเฮาส์	2.94	1.96	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.88	0.00
อื่น ๆ	19.12	1.96	7.58	0.00	14.29	0.00	7.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	68	51	66	36	34	5	56	15	7	13	17	2

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดใหญ่
- จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
- จุดที่ 3 = หาดแก้วเล็ก
- จุดที่ 4 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 5 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 6 = หาดชะงอม

ตารางที่ 33 แสดงประเภทธุรกิจจัดมาเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
ไม่ได้รับบริการ	95.59	58.82	96.97	75.00	100.00	40.00	100.00	46.67	100.00	38.46	100.00	50.00
มีคุณทศกัอิสระ	1.47	3.92	0.00	2.78	20.00	0.00	0.00	6.67	0.00	0.00	0.00	0.00
บริการจัดมาเที่ยว	2.94	29.41	1.52	16.67	40.00	0.00	0.00	33.33	0.00	46.15	0.00	50.00
บริการจองตัว	0.00	7.84	1.52	2.78	0.00	0.00	0.00	6.67	0.00	7.69	0.00	0.00
อื่น ๆ	1.47	3.92	0.00	2.78	0.00	0.00	0.00	6.67	0.00	7.69	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	68	51	66	36	34	5	56	15	7	13	17	2

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดใหญ่
- จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
- จุดที่ 3 = หาดแก้วเล็ก
- จุดที่ 4 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 5 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 6 = หาดสะกอม

ตารางที่ 34 แสดงประเภทพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เที่ยวงานแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6	
	ไทย		ตบท.		ไทย		ตบท.		ไทย		ตบท.	
รถรับจ้างสาธารณะ	33.82	64.71	28.79	38.89	14.29	20.00	14.29	26.67	28.57	53.85	17.65	0.00
รถเช่า	0.00	1.96	0.00	5.56	0.00	0.00	3.57	6.67	0.00	0.00	0.00	0.00
รถประจำทาง	27.94	13.73	13.64	19.44	7.14	0.00	10.71	6.67	0.00	15.38	5.88	100.00
รถส่วนบุคคล	36.76	9.80	50.00	16.67	71.43	20.00	60.71	20.00	57.14	0.00	67.47	0.00
รถทัวร์	2.94	15.69	6.06	13.89	0.00	40.00	3.57	33.33	14.29	30.77	0.00	0.00
อื่น ๆ	4.41	9.80	3.03	11.11	7.14	20.00	7.14	6.67	0.00	0.00	5.88	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	68	51	66	36	60	8	56	15	7	13	17	2

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดใหญ่
- จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
- จุดที่ 3 = หาดแก้วลิ้ง
- จุดที่ 4 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 5 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 6 = หาดสะกอม

ตารางที่ 35 แสดงประเภทธุรกิจร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
ไม่ได้ใช้บริการ	8.82	1.96	22.73	22.22	85.71	60.00	41.07	66.67	100.00	76.92	23.53	0.00
ภัตตาคาร	22.06	66.67	4.55	52.78	0.00	20.00	1.79	6.67	0.00	7.69	0.00	50.00
ร้านอาหาร / คอฟฟี่ชอป	64.71	50.98	46.97	5.56	7.14	40.00	32.14	26.67	0.00	7.69	35.29	0.00
เคียงขายอาหาร	16.18	29.41	21.21	13.89	0.00	0.00	10.71	6.67	0.00	7.69	17.65	0.00
รถเข็น/หาบเร่	8.82	17.65	12.12	11.11	7.14	0.00	14.29	6.67	0.00	0.00	5.88	0.00
ร้านอาหารในโรงแรม	27.94	33.33	12.12	2.78	14.29	0.00	3.57	0.00	0.00	0.00	17.65	50.00
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
จำนวนผู้ตอบ (คน)	68	51	66	36	60	8	56	15	7	13	17	2

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดใหญ่
- จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
- จุดที่ 3 = หาดแก้วเสียง
- จุดที่ 4 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 5 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 6 = หาดชะงอม

ตารางที่ 36 แสดงประเภทธุรกิจสินค้าการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ไม่ได้ใช้บริการ	45.59	35.29	89.39	94.44	100.00	100.00	94.64	100.00	100.00	15.38	94.12	100.00
สวนสนุก	16.18	1.96	1.52	0.00	0.00	0.00	1.79	0.00	0.00	15.38	0.00	0.00
บาร์/เบียร์	11.76	13.76	0.00	2.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.88	0.00
สปา/ไก	20.59	45.10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
การแสดงโชว์	7.35	33.33	1.52	2.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	69.23	0.00	0.00
สวนสัตว์	19.12	3.92	0.00	2.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เครื่องเล่นทางน้ำ	1.47	0.00	1.52	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	2.94	9.80	6.06	0.00	0.00	0.00	3.57	0.00	0.00	7.69	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	68	51	66	36	60	8	56	15	7	13	17	2

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดาหฬ
- จุดที่ 2 = แหลมถมิหลา
- จุดที่ 3 = หาดแกลลล
- จุดที่ 4 = แกลลลยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 5 = ศูนย์วัฒนธรรมกาคลล
- จุดที่ 6 = หาดละกอม

ตารางที่ 37 แสดงประเภทของร้านขายของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อ
แยกตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ไม่ได้ซื้อ	13.24	33.33	54.55	75.00	100.00	80.00	39.29	60.00	100.00	84.62	94.12	50.00
ร้านแผงลอย/แผง	19.12	11.76	9.09	8.33	0.00	0.00	16.07	33.33	0.00	0.00	0.00	0.00
ห้าง	8.82	17.65	4.55	8.33	0.00	20.00	1.79	6.67	0.00	0.00	0.00	0.00
ร้านค้า	27.94	41.18	31.82	16.67	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	15.38	5.88	50.00
ศูนย์การค้า/พลาซ่า	69.12	49.02	1.52	2.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	68	51	66	36	60	8	56	15	7	13	17	2

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดสำเภา
- จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
- จุดที่ 3 = หาดแก้วเรียง
- จุดที่ 4 = เกาะขอม/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 5 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 6 = หาดชะงอม

ตารางที่ 38 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
การท่องเที่ยวที่ควรลงทุนเพิ่ม

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 6
1.บริการด้านอาหาร	5.04	7.84	15.79	7.04	0.00	31.58
2.บริการด้านที่พัก	10.08	22.55	26.32	19.72	0.00	26.32
3.บริการด้านสินค้าทางการ	5.88	0.98	0.00	0.00	0.00	10.53
4.บริการด้านผลิตภัณฑ์ระลึก	5.04	6.86	5.26	5.63	0.00	10.53
5.บริการด้านการขนส่ง	30.25	8.82	0.00	8.45	5.00	26.32
6.การวิจัยทรัพยากรที่เกิดประโยชน์	0.84	9.80	5.26	1.41	0.00	26.32
7.บริการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว	15.13	4.90	0.00	4.23	20.00	5.26
8.ปรับปรุงจุดแวะพัก	1.68	4.90	10.53	5.63	0.00	5.26
9.การรักษาความสะอาด	5.04	18.63	26.32	2.82	0.00	0.00
10.บริการนำเที่ยว	4.20	0.98	0.00	1.41	0.00	5.26
11.การรักษาเสถียรภาพ และความปลอดภัย	4.20	0.00	0.00	4.23	0.00	5.26
12.การอนุรักษ์ศิลปและวัฒนธรรม	2.52	0.98	0.00	5.63	5.00	0.00
13.การรักษาสภาพธรรมชาติ	9.24	10.78	0.00	5.63	5.00	15.79
14.การพัฒนาด้านอื่น ๆ	5.04	2.94	0.00	1.41	0.00	0.00
15.ไม่ระบุ	21.01	26.47	31.58	42.25	70.00	10.53
จำนวนผู้ตอบ (คน)	119	102	19	71	20	19

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ดบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = อ่าเภอหาดใหญ่
- จุดที่ 2 = แหลมสมิหลา
- จุดที่ 3 = หาดแก้วฝั่ง
- จุดที่ 4 = เกาะยอ/ทะเลสาบสงขลา
- จุดที่ 5 = ศูนย์วัฒนธรรมภาคใต้
- จุดที่ 6 = หาดชะงอม

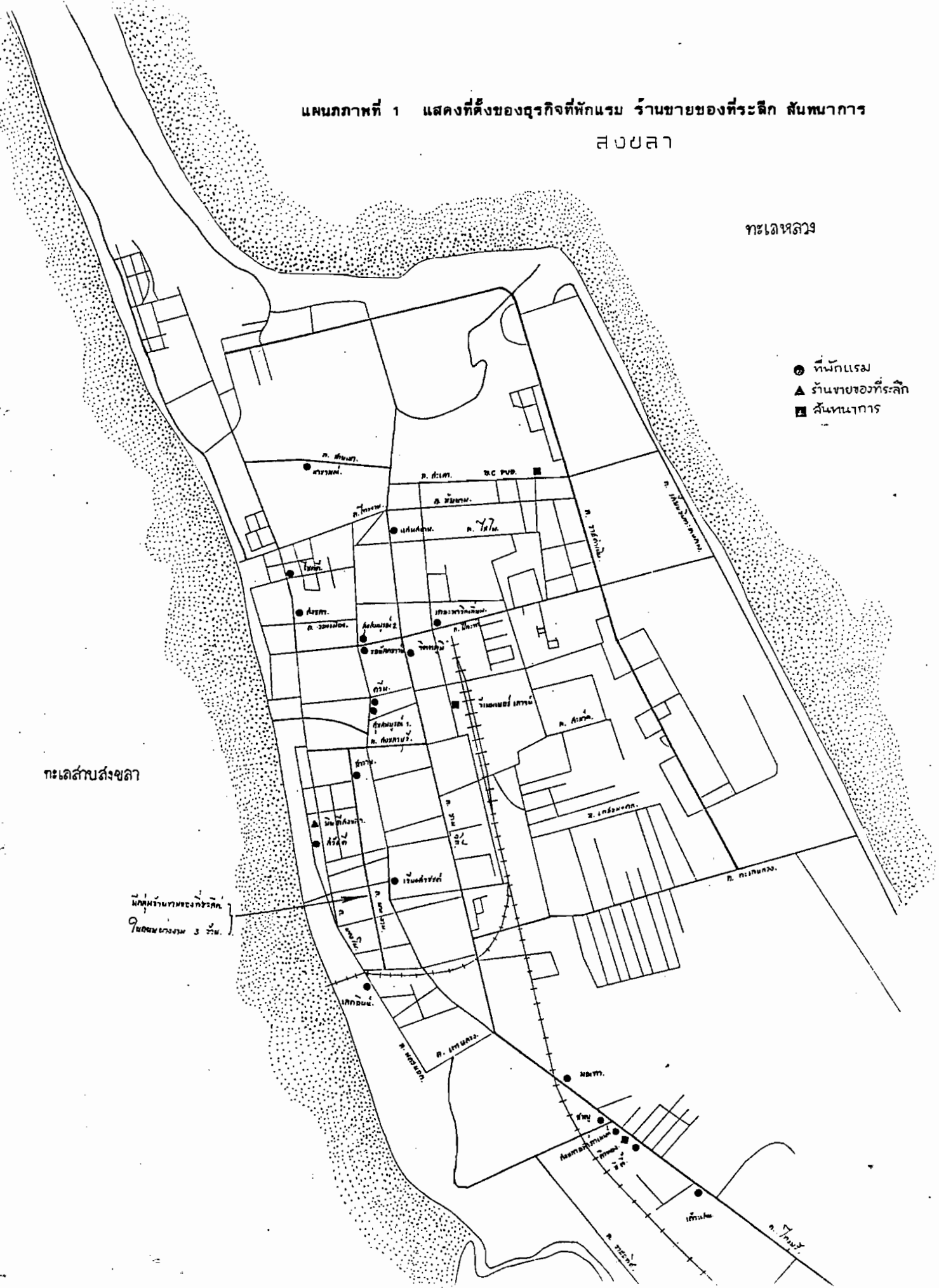
แผนภาพที่ 1 แสดงที่ตั้งของธุรกิจที่หักแรม ร้านขายของที่ระลึก สันทนาการ
สงขลา

ทะเลสาบสงขลา

- ที่พักแรม
- ▲ ร้านขายของที่ระลึก
- สันทนาการ

ทะเลสาบสงขลา

มีที่พักแรมของกระทรวง
ในถนนบางขัน 3 วัน

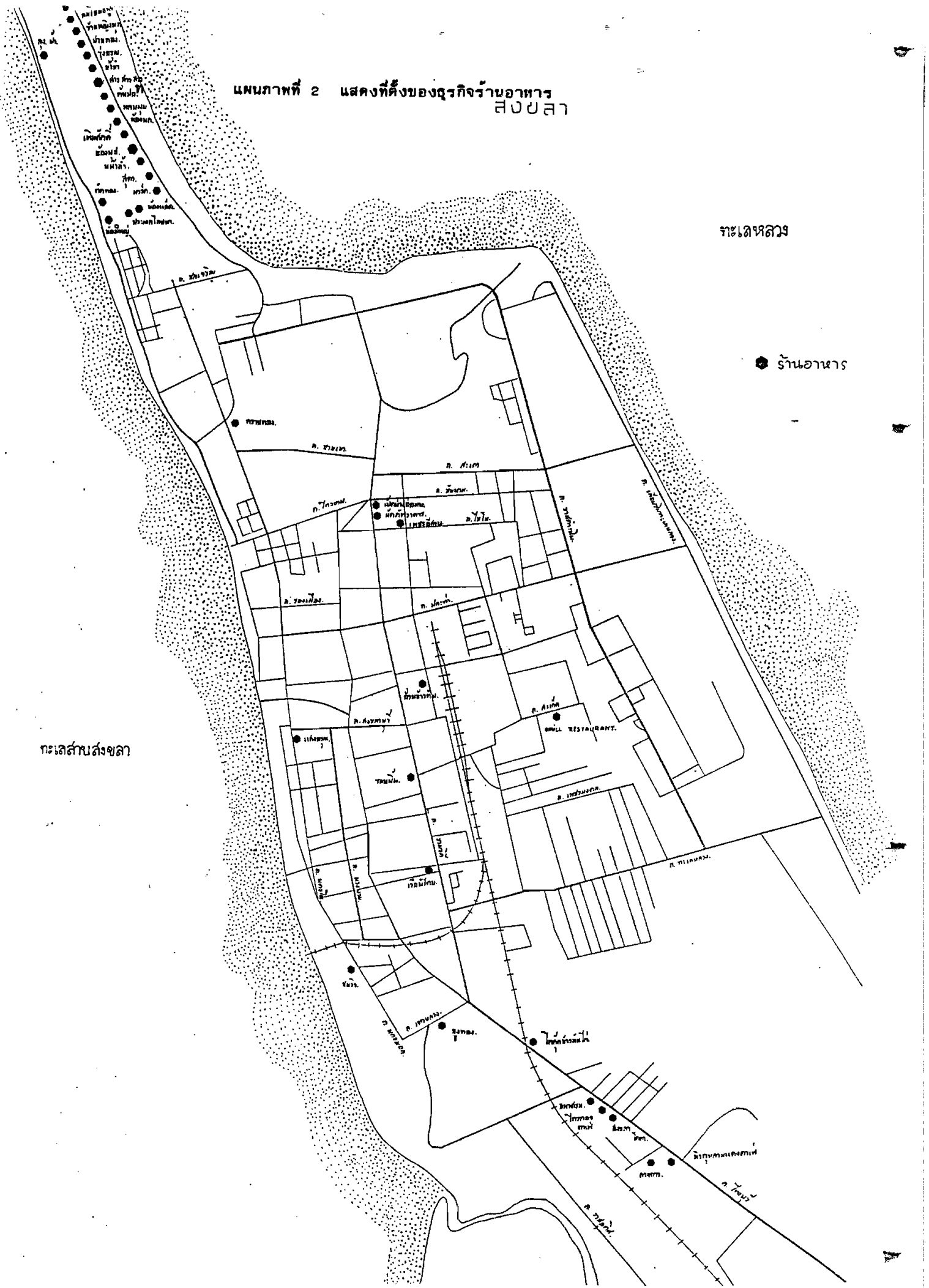


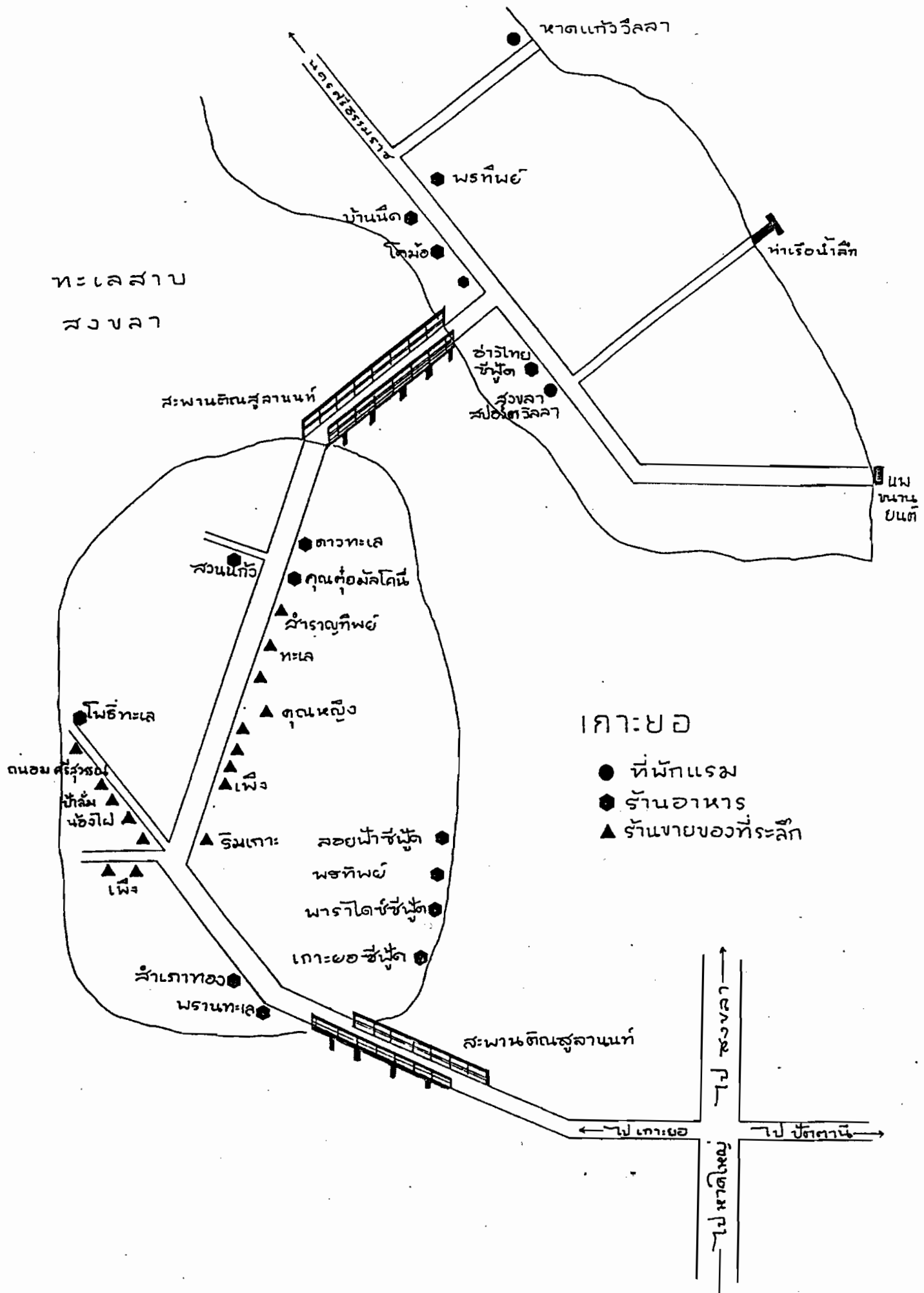
แผนภาพที่ 2 แสดงที่ตั้งของธุรกิจร้านอาหาร
สงขลา

ทะเลหลวง

● ร้านอาหาร

ทะเลสาบสงขลา





ทะเลสาบ
สงขลา

หาดแก้ววิลลา

พรทิพย์

บ้านน็อค

โคม้อ

ท่าเรือน้ำลึก

สะพานติณสูลานนท์

ชาวไทย
ชีนู้ต
สงขลา
สปอนเซอร์วิลลา

แผน
งาน
บัณฑิต

สวนแก้ว

ดาวทะเล
คุณค่อมลโคณี

ลำธารอุทัย

ทะเล

ตุณหญิง

โพธิ์ทะเล

นอมศรีสุวรรณ

ป่าล้ม

น้อจี

ริมหาด

ลอยฟ้าชีนู้ต

พรทิพย์

พาราโดซ์ชีนู้ต

เกาะยอชีนู้ต

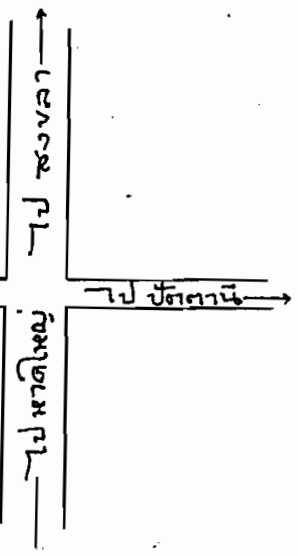
ลำภาทอง

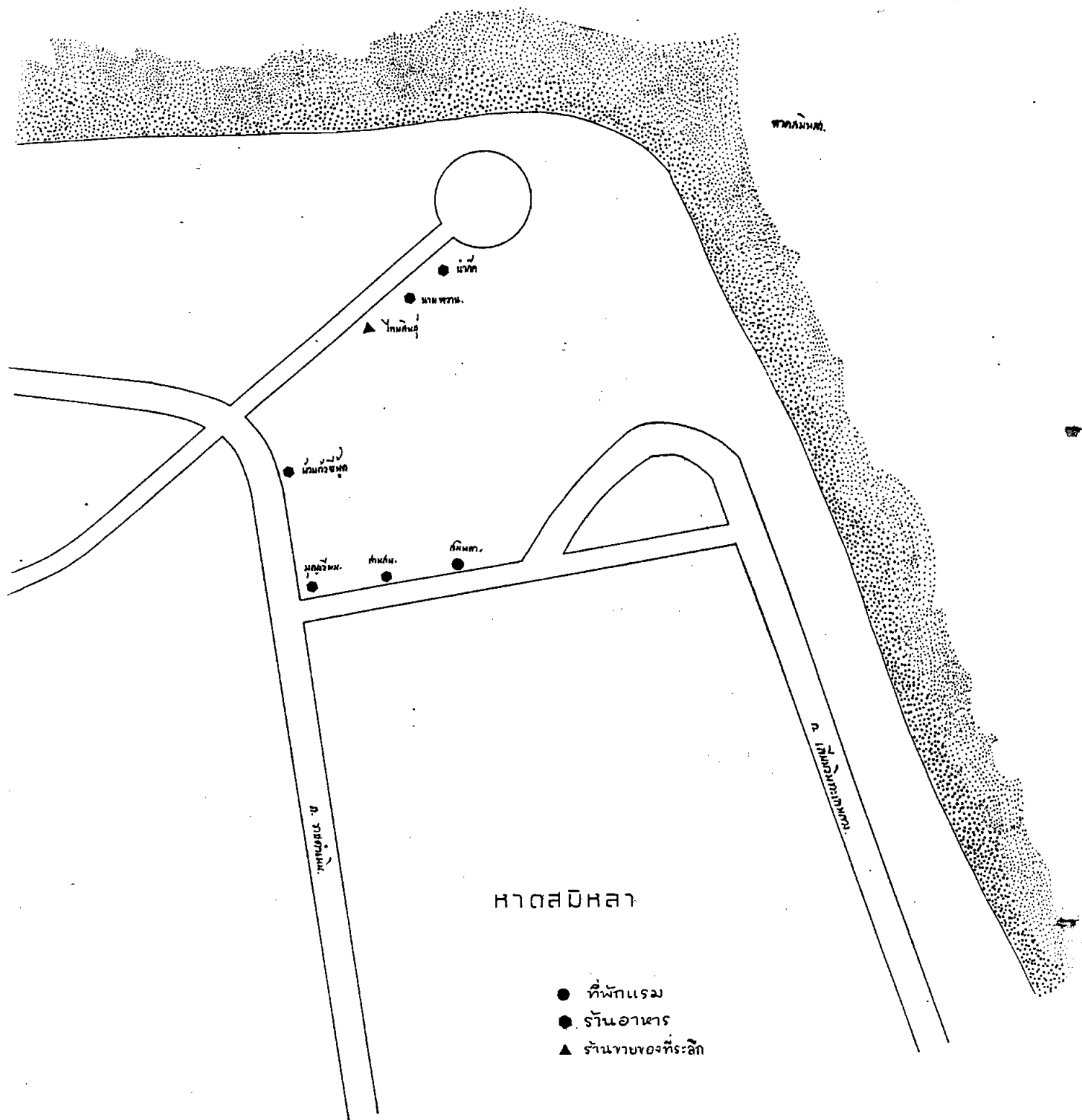
พราณทะเล

สะพานติณสูลานนท์

เกาะยอ

- ที่พักแรม
- ร้านอาหาร
- ▲ ร้านขายของที่ระลึก

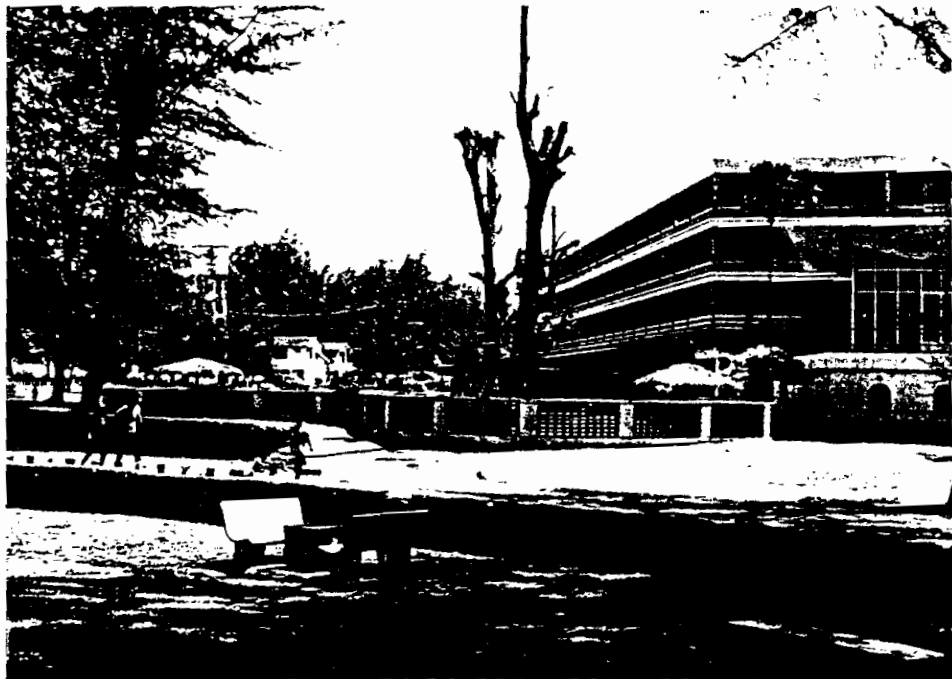




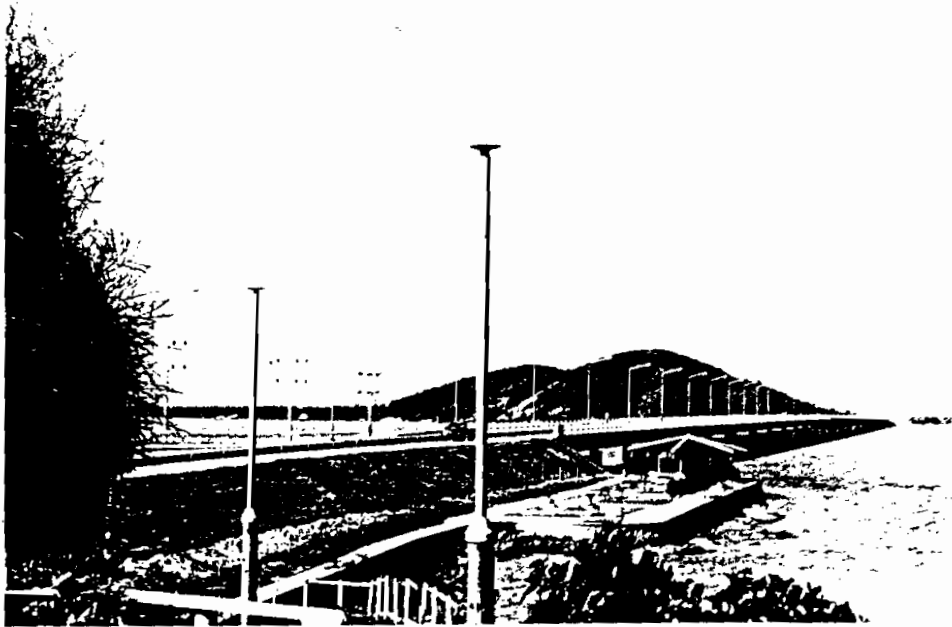
แผนภาพที่ 4 แสดงที่ตั้งของธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก



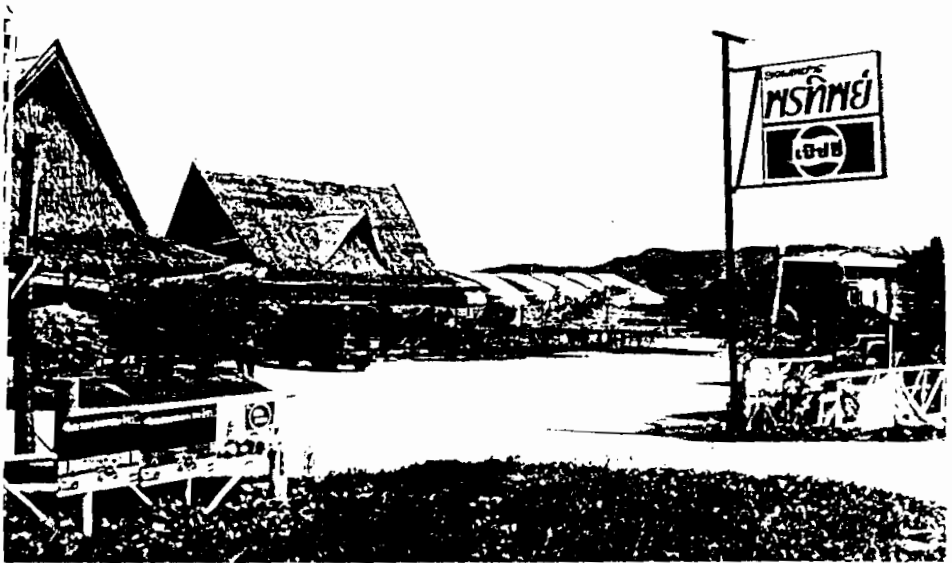
หาดสมิหลา เป็นหาดที่นักท่องเที่ยวและประชาชนในจังหวัดสงขลานิยมแวะมาพักผ่อนหย่อนใจ



โรงแรมสมิหลา เป็นโรงแรมเพียงแห่งเดียวในจุดท่องเที่ยวนี้



สะพาน เปรม ดิมสุลานนท์ ที่สร้างเชื่อมระหว่างจังหวัดสงขลาและเกาะยอ



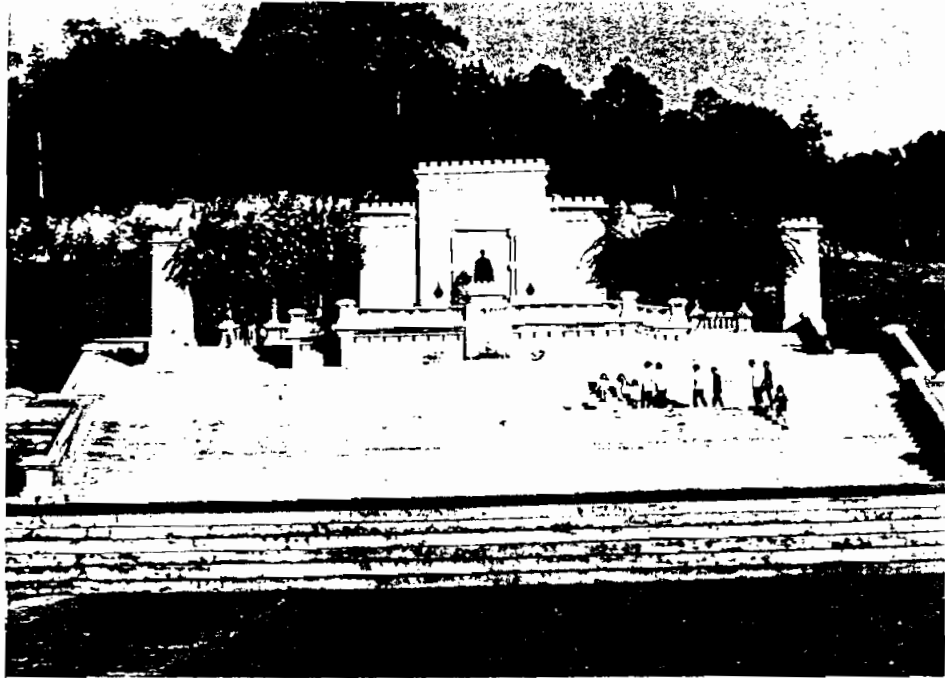
ร้านอาหารบริเวณเกาะยอ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตรงเชิงสะพานเปรม ดิมสุลานนท์



ธุรกิจที่พักแรมเพียงแห่งเดียวในหาดสะกอมซึ่งมีลักษณะเป็นบังกาโล



ร้านขายผ้าเกาะยอ ซึ่งเป็นผ้าทอมือที่มีชื่อของ เกาะนี้



ลานหน้าสนามกีฬาเทศบาล เมืองสงขลาที่นักท่องเที่ยวนิยมมาถ่ายรูปกัน



ส่วนหนึ่งของสถานบันเทิงยามราตรี สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวมาเลย์และสิงคโปร์

จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1. ลักษณะโดยทั่วไปของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.1 ลักษณะทางกายภาพ

1.1.1 ที่ตั้ง สุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดทางภาคใต้ มีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 650 กิโลเมตร มีพื้นที่ 12,892 ตร.กม. และมีพื้นที่มากที่สุดในภาค โดยเป็นพื้นที่ของเกาะสมุย 218 ตร.กม ตั้งอยู่บนฝั่งด้านตะวันตกของอ่าวไทย มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียงดังนี้ คือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดชุมพร และอ่าวไทย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราช และอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดพังงา และจังหวัดระนอง

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดกระบี่

1.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ สุราษฎร์ธานี มีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ คือ

ก. พื้นที่ราบสูง ส่วนใหญ่จะอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัด เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่หล่อเลี้ยงพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดและทางทิศตะวันออกบางส่วนซึ่งเป็นที่สันเขาของเทือกเขาบรรทัด ซึ่งเป็นเขตแดนระหว่างจังหวัดสุราษฎร์ธานีกับจังหวัดนครศรีธรรมราช

ข. พื้นที่ราบริมฝั่งทะเล อยู่ทางตอนเหนือของจังหวัดเลียบมาทางตะวันออกของจังหวัด ซึ่งจะเป็นพื้นที่ตั้งแต่ อำเภอท่าชนะ อำเภอไชยา อำเภอท่าฉาง อำเภอเมือง อำเภอกาญจนดิษฐ์ อำเภอดอนสัก โดยมีชายฝั่งยาวทั้งสิ้น 156 กม. ประกอบด้วยที่ราบแคบ ๆ ชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทย

ค. ที่ราบลุ่มแม่น้ำ เป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มแม่น้ำตาปี หมุดตวง ซึ่งเป็นพื้นที่ตอนกลางของจังหวัดค่อนข้างไปทางใต้ในพื้นที่ของอำเภอพระแสง อำเภอเวียงสระ อำเภอเคียนซา อำเภอเมือง กิ่งอำเภอบ้านนาเดิม อำเภอพุนพิน และอำเภอคีรีรัฐนิคม

ง. พื้นที่เกาะต่าง ๆ ในทะเล เกาะต่าง ๆ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวน 50 เกาะ ตั้งอยู่ทางชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทย มีเกาะที่สำคัญคือ เกาะสมุย รองลงไปได้แก่ เกาะหงัน หมู่เกาะอ่างทอง สำหรับเกาะสมุยคิดเป็นระยะทางห่างจากแผ่นดินใหญ่ประมาณ 20 กม. และห่างจากอำเภอเมืองสุราษฎร์ ประมาณ 80 กม.

1.1.3 ภูมิอากาศ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีอยู่ในเขตที่อบอุ่น มีฝนตกเกือบตลอดปี แบ่งเป็น 2 ฤดู คือ ฤดูฝน และฤดูร้อน ฤดูฝนมีระยะเวลา 9 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-มกราคม เป็น

ช่วงที่มีมรสุมพัดผ่าน ฤดูแล้งหรือฤดูร้อนตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-เมษายน เป็นช่วงปลายของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ฝนตกน้อยอุณหภูมิของอากาศสูงขึ้นเล็กน้อย เป็นช่วงที่เหมาะสมที่สุด สำหรับการท่องเที่ยว

1.1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่สำคัญและมีส่วนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว แบ่งเป็น

ก. ทรัพยากรป่าไม้ อันได้แก่ ป่าสงวนแห่งชาติ 30 แห่ง อุทยานแห่งชาติ 2 แห่ง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า 1 แห่ง และวนอุทยาน 3 แห่ง

ข. แหล่งน้ำ ประกอบด้วยแม่น้ำสายสำคัญ 2 สาย คือ แม่น้ำตาปีและแม่น้ำพุมดวง แม่น้ำ 2 สายนี้เป็นแม่น้ำที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ นอกจากนี้ยังมีคลองอีก 34 สาย

ค. ทรัพยากรด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานีนับว่าเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทั้งสิ้น 99 แห่ง จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 67 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวโบราณคดี และศาสนสถาน 23 แห่ง และแหล่งศิลปวัฒนธรรม 8 แห่ง กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่มีลำดับความสำคัญสูงสุด คือ เกาะสมุย ซึ่งจัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก อันประกอบด้วยกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะจำนวน 19 แห่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ หาด อ่าว และเกาะ 10 แห่ง น้ำตก 2 แห่ง ภูเขาที่ชมวิว 3 แห่ง ประเภทประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และศาสนสถาน 6 แห่ง ประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ กีฬาชนควาย 1 แห่ง นอกจากนี้ เกาะสมุยยังมีชายหาดที่มีชื่อเสียงอีกหลายแห่ง เช่น หาดหน้าทอน หาดละม้าย หาดท้องตะเคียน หาดเจว่ง หาดเชิงมน หาดบ่อผุด หาดแม่น้ำ จากการสำรวจสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในขณะนี้มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังเกาะสมุยกว่า 4000 คน/วัน

1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม

1.2.1 จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีทำเลที่ตั้งอยู่กึ่งกลางของภาคใต้ จึงเหมาะสมในการเป็นศูนย์กลางการคมนาคมของภาคทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคมนาคมทางบก จังหวัดสุราษฎร์ธานีเหมาะที่จะเป็นจุดแวะพักของการเดินทางไปยังภาคใต้ตอนล่างทั้งฝั่งทะเลอันดามัน และอ่าวไทย

(1) การคมนาคมทางบก มีถนนสายสำคัญและถนนสายหลักที่เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดสุราษฎร์ธานีกับจังหวัดใกล้เคียง ประกอบด้วย 2 เส้นทาง คือ

ก. ทางรถยนต์ มีทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 41 ซึ่งเชื่อมต่อระหว่างจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานีและนครศรีธรรมราช ผ่านอำเภอท่าชนะ อำเภอไชยา อำเภอกาบัง อำเภอพุนพิน กิ่งอำเภอ บ้านนาเดิม อำเภอบ้านนาสาร และอำเภอเวียงสระ รวมทั้งยังมีทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 401 ซึ่งเชื่อมระหว่างจังหวัดนครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี และพังงา ผ่านอำเภอ กาญจนดิษฐ์ อำเภอเมือง อำเภอพุนพิน อำเภอบ้านตาขุน และอำเภอพนมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนที่นครศรีธรรมราชจะผ่านอำเภอลิขิต นอกจากนี้ภายในจังหวัดสุราษฎร์ธานีบนฝั่งแผ่นดินใหญ่ จะมีถนนสายหลักของจังหวัดคือทางหลวงหมายเลข 4009 ซึ่งมีปริมาณการจราจรสูงสุด ส่วนฝั่ง เกาะสมุย มีถนนรอบเกาะชื่อถนนทวิราชบุรีภักดิ์ เป็นสายหลักยาว 50 กม.และถนนแยกจากสาย รอบเกาะเข้าสู่หมู่บ้าน ตามอ่าวชายทะเลอีก 6 สาย

ข. ทางรถไฟ เส้นทางรถไฟสายใต้โดยมีทั้งขบวนรถเร็ว และรถด่วนในช่วง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะมีเส้นทางยาว 170 กม. โดยผ่านอำเภอท่าชนะ อำเภอกาบัง อำเภอ พุนพิน อำเภอนาสาร กิ่งอำเภอบ้านนาเดิม และอำเภอเวียงสระ มีสถานีบริการรับส่งสินค้า และ ผู้โดยสารทั้งหมด 22 สถานี กระจายอยู่ทุกอำเภอตามเส้นทางโดยมีสถานีหลักอยู่ที่อำเภอพุนพิน

(2) การคมนาคมทางน้ำ จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีท่าเรือ 3 ประเภท คือ

1) ท่าเรือประมง มี 3 ท่า คือท่าเรือบ้านนาตอน และท่าเรือของเอกชน 2 ท่า

2) ท่าเรือขนส่งสินค้าและผู้โดยสาร 4 แห่ง คือ

- ท่าเทียบเรือบ้านนาตอน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี
- ท่าเทียบเรือท่าทอง อยู่บริเวณปากแม่น้ำตาปี อำเภอเมืองสุราษฎร์ ธานี จะทำการขนส่งสินค้าเป็นหลัก

- ท่าเรือเฟอร์รี่ อำเภอดอนสัก

- ท่าเรือหน้าทอน อำเภอเกาะสมุย

สำหรับการคมนาคมทางน้ำ อันเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยวระหว่าง แผ่นดินใหญ่กับเกาะสมุย ปัจจุบันมีเฉพาะทางเรือ มีท่าเรือที่สำคัญ 2 ท่า คือ ท่าเรือบ้านตอน-ท่า เรือหน้าทอนเกาะสมุย และท่าเรือเฟอร์รี่ขนอม-ท้องยาง ในปัจจุบันมีท่าหนะที่ใช้บริการ 3 รูปแบบ คือ เรือเฟอร์รี่ เรือด่วน และเรือขน

3) ท่าเรือขนส่งน้ำมันและก๊าซแอลพีจี ตั้งอยู่ในคลองท่าทอง มี 4 ท่า

ง. การคมนาคมทางอากาศ สนามบินพาณิชย์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ที่ ตำบลหัวเตย อำเภอพุนพิน ซึ่งเป็นท่าอากาศยานที่ตั้งอยู่ฝั่งแผ่นดินใหญ่บนตัวจังหวัด ดำเนินการมา

ตั้งแต่ปี 2524 และในช่วงต้นเดือนพฤษภาคม 2532 ที่ผ่านมานี้ทางคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(บีโอไอ) ได้มีมติอนุมัติส่งเสริมการลงทุนโครงการสร้างสนามบินของเอกชน^{1/} ที่เกาะสมุย

2. บทบาทของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.1 การเป็นศูนย์กลางกระจายความเจริญ

2.1.1 ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 6 กำหนดให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นเมืองหลักเริ่มพัฒนา มีกิจกรรมบทบาทด้านอุตสาหกรรม ศูนย์กลางกระจายความเจริญด้านชายฝั่งทะเลอ่าวไทยด้านตะวันออก ศูนย์กลางกระจายสินค้าที่สำคัญในภาคใต้ตอนบน

2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2.2.1 ศักยภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีอยู่ในขณะนี้ประกอบด้วย

(1) ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่ติดต่อกับภาคกลาง คือ กรุงเทพฯ ไปสู่ภาคใต้ทั้งทางฝั่งทะเลอันดามันและฝั่งอ่าวไทยด้านตะวันออก เป็นจุดเชื่อมโยงที่สะดวกของเขตอิทธิพลท่าเรือน้ำลึกภูเก็ตกับท่าเรือที่อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงเป็นจุดแวะพักที่สำคัญสำหรับผู้โดยสารและการส่งสินค้า

(2) ความพร้อมทางด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ โดยเส้นทางถนนและรถไฟนั้น ทำหน้าที่ประสานเชื่อมโยงพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เข้ากับพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงได้อย่างสะดวก ซึ่งทำให้สุราษฎร์ธานีทำหน้าที่เป็นแหล่งรวมของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมขนส่งและสามารถรองรับการกระจายความเจริญได้ดีกว่าจังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้ตอนบน

(3) ฐานทางด้านทรัพยากรธรรมชาติทั้งปริมาณและคุณภาพ ซึ่งมีมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในภาคใต้ตอนบน

^{1/} เป็นโครงการสร้างสนามบินที่เกาะสมุยและกิจการขนส่งทางอากาศ ของบริษัททางกอกแอร์เวย์ โดยมีเส้นทางการบิน 6 เส้นทาง คือ เริ่มต้นออกจากสนามบินอู่ตะเภาบินตรงไปยัง เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ภูเก็ต พัทยา และสมุย เป็นเงินลงทุน 60 ล้านบาท

2.2.2 ข้อจำกัดทางด้านกายภาพ ถึงแม้ว่าจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะมีข้อได้เปรียบต่าง ๆ ที่มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาทางด้านกายภาพสูง พอที่จะเป็นศูนย์กลางทางด้านกระจายความเจริญในส่วนภูมิภาคดังกล่าวมาข้างต้น แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถพัฒนาด้านการท่องเที่ยวไปได้มากเท่าที่ควร เนื่องจาก

(1) โครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งได้แก่ การคมนาคม ทางตะวันตกของจังหวัด ถนนส่วนใหญ่เป็นดินลูกรังและบริการเรือ่น้ำประปายังไม่เพียงพอสำหรับบางพื้นที่

(2) ขาดการควบคุมการใช้ทรัพยากรและลักษณะการใช้ประโยชน์ทรัพยากรต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่ยังขาดประสิทธิภาพ ขาดการบูรณะฟื้นฟู และอนุรักษ์ จึงทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสภาวะแวดล้อม

(3) แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังตั้งกระจุกกระจาย และการคมนาคมเข้าถึงยังไม่สะดวกเท่าที่ควร บริการขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเติบโตอย่างขาดการควบคุม

3. นโยบาย เป้าหมาย รูปแบบของระดับการพัฒนา

3.1 กรอบการพัฒนากการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.1.1 จากการศึกษาของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่เกี่ยวกับแผนหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสมุย/สุราษฎร์ธานี โดยพิจารณาจากกรอบนโยบายของการพัฒนาระดับชาติ ระดับภาคและสภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมต่อเนื่อง ซึ่งเป็นแหล่งสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมขึ้นในพื้นที่ และลดปัญหาการว่างงาน การอพยพย้ายถิ่น และการกระจายความเจริญสู่ส่วนกลาง

(2) การท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดการขยายตัวของตลาดสินค้าปฐมภูมิ โดยเฉพาะด้านเกษตรกรรม เมื่อขกระดับรายได้ประชากรในท้องถิ่นและชนบท ทั้งนี้ผลผลิตที่ได้จะถูกส่ง ไปยังผู้บริโภค(ในภาคการท่องเที่ยว) โดยตรง อันจะเป็นผลให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม

(3) การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้ และเสถียรภาพทางการเงิน และการแก้ดุลการชำระเงินตราต่างประเทศ (โดยเกิดจากการหมุนเวียนเงินของนักท่องเที่ยวไทยและการดึงเงินตราต่างประเทศ)

(4) การท่องเที่ยวจะต้องเป็นตัวกระตุ้นให้การขยายตัวของชุมชนหลัก (เมืองสุราษฎร์ธานี) กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว โดยจะเป็นการเสริมนโยบายเมืองหลักในระดับประเทศ

(5) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องก่อให้เกิดการรักษาคุณภาพของการใช้ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น

(6) การท่องเที่ยวจะต้องเสริมสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีแก่ท้องถิ่น

3.1.2 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว และพิจารณาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวและความพร้อมที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถกำหนดกรอบนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดังนี้

(1) กำหนดให้สุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนบน ในระดับเดียวกับจังหวัดภูเก็ต และสงขลา/หาดใหญ่

(2) กำหนดให้การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล (OCEAN RESORT) เป็นการท่องเที่ยวระดับชาติ (INTERNATIONAL OCEAN RESORT) ที่มีความพร้อมด้านการบริการ การรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศอย่างเพียงพอและเหมาะสมกับทรัพยากรที่มี

(3) กำหนดให้เมืองสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการคมนาคม และบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด และให้เกาะสมุยเป็นศูนย์กลางสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

(4) รักษารูปแบบการท่องเที่ยวหลักแบบเดิม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนตากอากาศชายทะเล ซึ่งสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่และความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามควรเพิ่มกิจกรรมประกอบอื่น ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีเป้าหมายกว้างขึ้น และรับกับความต้องการในระดับต่าง ๆ โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ของทรัพยากรที่มีในพื้นที่ไว้ด้วย

(5) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนบก (INLAND RESORT) อันได้แก่ แหล่งศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริม โดยมีโครงข่ายเสริมแหล่งท่องเที่ยวหลักอย่างเหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์

(6) ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ ของจังหวัดให้เสริมซึ่งกันและกัน อันจะเกิดประโยชน์และเป็นการประหยัดงบประมาณและเวลาในการพัฒนามากที่สุด

3.1.3 เพื่อให้บรรลุนโยบายดังกล่าวในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีกลวิธีดังนี้

(1) วางแผนการใช้ที่ดินเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งในระดับจังหวัดและระดับพื้นที่

(2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการศาสนา โดยเน้นเรื่องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ตลอดจนดูแลสภาพของแหล่งท่องเที่ยว ให้สะอาดและอยู่ในสภาพที่ดีตลอดไป

(3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็กที่ยังไม่มีความสำคัญ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวหลักของแต่ละอำเภอ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริม รวมทั้งมีการจัดวางเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการร่วมกัน

(4) พัฒนาสาธารณูปโภคให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนพัฒนาระบบการสื่อสารและโทรคมนาคม เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในอนาคต

(5) ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริม และชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น โดยเฉพาะการขยายวันหยุดของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มากขึ้น และเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ให้มากขึ้น ทั้งนี้ โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับการพัฒนา

(6) ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนภาคเอกชน โดยเฉพาะการลงทุนขนาดเล็กและขนาดกลางในการผลิตสินค้า และบริการอย่างจริงจัง ทั้งนี้ควรดูแลให้การพัฒนาภาคเอกชนอยู่ในกรอบที่เหมาะสม สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางด้านธรรมชาติและสังคมน้อยที่สุด

(7) ในการพัฒนาให้คำนึงถึงการสงวนรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติให้มากที่สุด และอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม เพื่อให้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ตลอดจนวางมาตรการป้องกันและควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อม

(8) พัฒนาองค์กรเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งของรัฐและเอกชน ตลอดจนจัดระบบประสานงานเพื่อการพัฒนา ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการ

(9) กำหนดระยะเวลาการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพความต้องการด้านตลาดการท่องเที่ยวและความเหมาะสมในการลงทุน โดยแบ่งระยะเวลาการพัฒนาเป็น 2 ระยะเวลา คือ ระยะสั้น ในช่วง 5-10 ปี และระยะยาวภายใน 20 ปี ในระยะสั้นควรเน้นการพัฒนาในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในทะเลและชายทะเล ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญสูง ส่วนในบริเวณอื่นควรเตรียมการในระยะยาว

4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ

4.1.1 ธุรกิจประเภทที่พักแรม

(1) ประเภท ขนาดและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจ และเสนอรายงานชั่วคราวไปเมื่อครั้งที่แล้ว พบว่า ธุรกิจประเภทที่พักแรมในตัวอำเภอมีอยู่ 21

แห่ง ส่วนบริเวณพื้นที่ศึกษาบนเกาะสมุยมี 119 แห่ง จำนวนธุรกิจเหล่านี้เมื่อแบ่งตามพื้นที่ตั้ง คือ ในตัวอำเภอเมือง ร้อยละ -85.71 จะอยู่ในรูปโรงแรม โดยที่ร้อยละ 76.19 เป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กระดับ C3 สำหรับเป็นธุรกิจที่เกาะสมุย ร้อยละ 90.76 จะอยู่ในรูปของบังกาลี (ตารางที่ 1) โดยที่ ร้อยละ 91.21 เป็นบังกาลีระดับ C3 ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในที่พักแรมโดยพิจารณาจากขนาดของธุรกิจ พบว่า อัตราการมีลิฟท์ และสวนหย่อมภายในโรงแรมจะลดลงสลับกันไปตามขนาด(ตารางที่ 2) ส่วนประกอบอื่น ๆ ไม่จะเป็นสระว่ายนํ้า ลิฟท์ ที่จอดรถ มักจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมอื่นมากกว่าจะขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ เช่น ที่พักแรมในตัวอำเภอเมืองจะอยู่ในรูปแบบที่เป็นอาคารโรงแรมซึ่งจำเป็นต้องมีลิฟท์ไว้อำนวยความสะดวกแก่แขกที่มาพัก ในขณะที่ที่พักบนเกาะสมุยจะอยู่ในรูปแบบที่เป็นบังกาลีชั้นเดียว เพื่อให้มีรูปแบบที่เข้ากับธรรมชาติซึ่งไม่ต้องมีลิฟท์ สำหรับบริการอื่น ๆ พบว่าสถานที่พักแรมกว่ามีบริการต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ บริการตู้รับภัย (Safety box) แท็กซี่ และบริการซัก-รีดภายในโรงแรม

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจโรงแรมโดยทั่วไปในสุราษฎร์ธานี ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีโรงแรมขนาดเล็กเพิ่มขึ้นร้อยละ 50.71 ส่วนโรงแรมขนาดใหญ่ระดับ A เพียงจะเริ่มมีการทำธุรกิจในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 3) อนึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า กิจการโรงแรมเริ่มมีการขยายตัวสูงขึ้นและเริ่มมีบทบาทในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาซึ่งเป็นช่วงปีการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการสำรวจพบว่าธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ จะมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงเฉพาะที่เกาะสมุย ในขณะที่โรงแรมในตัวอำเภอเมือง โดยเฉลี่ยจะมีอายุการก่อสร้างประมาณ 7 ปีขึ้นไป

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ลูกค้าของโรงแรมที่ทำการสำรวจ ร้อยละ 42.86 ของโรงแรมทั้งหมด ผู้เข้าพักเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวทั้งหมด(ตารางที่ 4) มีเพียงร้อยละ 2.8 เป็นโรงแรมที่มีเฉพาะพ่อค้า เซลล์แมนหรือนักธุรกิจเท่านั้นที่เข้าพัก นอกจากที่กล่าวมาแล้ว จะเป็นโรงแรมที่มีผู้เข้าพักปะปนกันไป แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว มีเพียงร้อยละ 17.14 ของโรงแรมทั้งหมดที่มีเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าพัก หรือเพียงร้อยละ 1.43 ที่ผู้เข้าพักเป็นนักท่องเที่ยวชาวล้านนา ประมาณกึ่งหนึ่งของจำนวนโรงแรมคือร้อยละ 58.57 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักในอัตรา 0.6:1 โดยเฉลี่ยแขกที่เข้าพักอยู่ตามโรงแรมต่าง ๆ ร้อยละ 82.86 เป็นผู้ที่มิรายได้ปานกลางถึงต่ำ ส่วนแขกที่มีรายได้สูงจะมีปริมาณเพียงร้อยละ 12.86

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะการมาของผู้เข้าพักในโรงแรมต่าง ๆ จะเห็นว่ากว่าร้อยละ 60 ของผู้เข้าพักเป็นแขกที่เดินทางมาเอง ส่วนที่เหลือเป็นผู้ที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์

(4) อัตราการเข้าพัก เมื่อได้จัดจำแนกระยะเวลาในการเข้าพัก โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงฤดูการท่องเที่ยวและช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ตามขนาดของโรงแรมตั้งแต่ระดับ A จนถึงระดับ C3 ในจำนวน 1 ตัวอย่างของโรงแรมระดับ A ที่พบ และได้ให้ข้อมูลกล่าวว่าในช่วง Low season หรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยว แขกที่เข้ามาพักในโรงแรมจะมีจำนวนไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 40-60 ในขณะที่ช่วง High season หรือช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวทุกโรงแรม จะมีผู้เข้าพักไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80

สำหรับโรงแรมขนาด B จำนวน 2 แห่ง ที่แห่งหนึ่งไม่ระบุความคิดเห็น ส่วนอีกแห่งหนึ่งกล่าวว่า ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว แขกที่เข้าพักจะอยู่ในอัตรา ร้อยละ 60 ของจำนวนห้องพัก แต่ถ้าเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว จะมีการเข้าพักเกิน ร้อยละ 80 ของจำนวนห้องพัก อนึ่งในการสำรวจโรงแรมขนาด C 3 ระดับ คือ ระดับ C1-C3 ทั้ง 67 แห่ง ร้อยละ 80.60 เป็นโรงแรมระดับ C3 เมื่อเปรียบเทียบอัตราเข้าพักโรงแรมในช่วง Low season เป็นที่น่าสังเกตว่าหากเป็นโรงแรมระดับ C1 กึ่งหนึ่งของผู้ประกอบการตอบว่าจะมีผู้เข้าพักไม่เกิน ร้อยละ 20 ของจำนวนห้อง ในขณะที่โรงแรมระดับ C2-C3 ซึ่งจัดว่ามีขนาดเล็กกว่าระดับ C1 กลับมีอัตราการเข้าพักมากกว่า คือมีผู้เข้าพักตั้งแต่ร้อยละ 21-60 เกินกว่าครึ่งหนึ่งของโรงแรมทั้งสองระดับ

การสำรวจอัตราการเข้าพักค้างแรมในครั้งนี้นอกจากจะคำนึงถึงขนาดของธุรกิจแล้ว เมื่อพิจารณาถึงบริเวณที่ตั้งของธุรกิจ ร้อยละ 17.14 เป็นธุรกิจที่พักแรมใน อ. เมือง ซึ่งอัตราการเข้าพักแรมนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ช่วงที่มีอัตราการเข้าพักสูงสุด อยู่ในระหว่างร้อยละ 60-80 ของจำนวนห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 50 ของโรงแรมที่สำรวจส่วนโรงแรมที่มีผู้เข้าพักสูงกว่า ร้อยละ 80 หรือต่ำกว่า ร้อยละ 60 จะมีจำนวนเฉลี่ยเท่ากัน คือ ร้อยละ 25 ของจำนวนโรงแรมที่สำรวจ เปรียบเทียบกับร้อยละ 82.86 ของโรงแรมที่สำรวจ ซึ่งตั้งอยู่บนเกาะ สมมุติอัตราการเข้าพักเฉลี่ยสูงสุด จะอยู่ในช่วง ร้อยละ 21-60 ของจำนวนห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 60 ของโรงแรมที่สำรวจ และเมื่อเปรียบเทียบอัตราการเข้าพักที่เกินกว่าร้อยละ 60 หรือต่ำกว่า ร้อยละ 20 แล้ว จะมีจำนวนโรงแรมในอัตราการเข้าพักดังกล่าวร้อยละ 20 เท่ากัน (ตารางที่ 5)

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ พิจารณาลักษณะและสภาพแวดล้อมของธุรกิจ-พบว่า ทั้งธุรกิจโรงแรมใน อ. เมืองและธุรกิจโรงแรมที่เกาะสมุยจะอาศัยทำเลที่ตั้งเป็นหลัก ในการดึงดูดความสนใจเพื่อให้มีผู้มาใช้บริการ แต่จะแตกต่างกันในลักษณะที่โรงแรมในตัวเมือง มุ่งความ

สนใจต่อทำเลที่ใกล้แหล่งชุมชน หรือมีความสะดวกสบายแก่ผู้มาพักในแง่ของการเดินทาง หรือ การติดต่อสื่อสาร ในขณะที่ที่ที่กั้นบนเกาะสมุย จะมุ่งทำเลที่ตั้ง โดยอาศัยสภาพสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติและอยู่ใกล้ทะเลเป็นหลัก ส่วนสิ่งดึงดูดให้มีผู้มาใช้บริการอื่น เรียงลำดับตามความสำคัญ ทั้งธุรกิจ ใน อ. เมืองและที่เกาะสมุย คือสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก และบริการด้านอาหาร/ร้านอาหาร ภายในโรงแรม

(6) การตลาดของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ ในเรื่องการกำหนดอัตราค่าบริการ เมื่อเปรียบเทียบจากขนาดของธุรกิจ พบว่า โรงแรมในระดับ A ซึ่งมีอยู่เพียงแห่งเดียว เป็นโรงแรมที่สามารถกำหนดราคาในอัตราที่สูงได้ ในขณะที่ภาวะการแข่งขันของ โรงแรมขนาดเล็กมีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากขนาด C1 ไปจนถึง C3 คือ หากเป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กและมีจำนวนธุรกิจมากขึ้นจะมีการตัดราคาซึ่งกันและกันมากขึ้น ต่างฝ่ายต่างพยายามตั้งราคาให้ต่ำกว่าที่อื่น หรือไม่ก็เท่ากันสำหรับการกำหนดอัตราค่าบริการอื่น ๆ ซึ่งนอกเหนือจากอัตราค่าห้องพัก พบว่า โรงแรมระดับ A และระดับ B จะไม่มีบริการในเรื่องการแบ่งพื้นที่ให้ผู้อื่นเช่าเลย แต่โรงแรมตั้งแต่ระดับ C1-C3 บางแห่งก็มีบริการประเภทนี้

เกี่ยวกับเทคนิคหรือวิธีการส่งเสริมด้านการตลาด พบว่า ในช่วง High season โรงแรมต่าง ๆ ทั้งในเมืองและที่เกาะสมุยร้อยละ 34.29 จะใช้วิธีการโฆษณาทางสื่อมวลชนในหลายรูปแบบ อาทิเช่น การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นป้ายโฆษณา ฯลฯ รวมถึงการจัดโปรแกรมพิเศษ/โปรแกรมโชว์ และมีการขายบริการผ่านทางบริษัททัวร์ ส่วนวิธีอื่น ๆ มีใช้บ้างแต่ไม่มากนัก ในช่วง Low season นั้น วิธีการตลาดก็ใช้ในลักษณะเดียวกับในช่วง High season แต่จำนวนของผู้ประกอบกิจการที่จะลงทุนเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดนั้นลดลงเล็กน้อย คงเหลือร้อยละ 31.43 นอกจากที่กล่าวมาแล้ว จำนวนร้อยละ 52.86 ของผู้ประกอบกิจการโรงแรม (เป็นโรงแรมขนาดเล็กระดับ C ที่การดำเนินงานยังไม่เป็นรูปแบบมาตรฐาน) จะไม่มีการที่จะส่งเสริมด้านการตลาดเลยไม่ว่าในรูปแบบ หรือช่วงเวลาใด

(7) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากการสำรวจของ โรงแรมทั้งหมด บริการด้านความสะดวกสบายที่มีให้แก่ผู้มาพัก กว่า ร้อยละ 90 ไม่มีบริการด้านการสื่อสารเทเลกราฟ/เทเลแฟกซ์ สำนักงานชั่วคราว(Mini office) หรือแม้แต่สระว่ายน้ำ ในขณะที่โรงแรมซึ่งมีบริการด้านต่าง ๆ น้อยๆ จะรู้สึกว่ามีเพียงพอแล้ว ส่วนบริการด้านอื่น ๆ ที่กว่าครึ่งของจำนวนโรงแรม ไม่มีบริการ ได้แก่ ลีอบบี้ ห้องประชุม บาร์เบียร์/ดิสโก้เธค และสถานที่ออกกกำลังกาย (ตารางที่ 6) สำหรับโรงแรมที่มีบริการด้านต่าง ๆ เหล่านี้พอแล้ว เห็นว่าบริการที่ตนมีให้ลูกค้ามีเพียงพอแล้วเช่นกัน นอกจากนี้เกี่ยวกับบริการห้องพัก สำหรับโรงแรมที่เกาะสมุย ผู้ประกอบการยังเห็นว่ามีจำนวนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการของผู้ที่จะมาพัก

(8) ปัญหาของธุรกิจ ในขณะที่ผู้ประกอบการร้อยละ 32.86 มีความพอใจต่อการดำเนินธุรกิจของตนค่อนข้างมาก ร้อยละ 60 มีความไม่เอียงต่อความพอใจในด้านบวก มีเพียงไม่กี่เปอร์เซ็นต์ที่ยังไม่พอใจต่อผลการดำเนินธุรกิจของตน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก และยังไม่ได้มาตรฐานบนเกาะสมุยเท่านั้น แต่ทั้งนี้บรรดาโรงแรมต่าง ๆ ก็ยังมีปัญหาหลายด้านที่เผชิญอยู่ และปัญหาที่ค่อนข้างรุนแรงและมีมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาที่เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปการ เช่น ปัญหาของน้ำใช้-ไฟฟ้า ไม่เพียงพอ โดยเฉพาะร้อยละ 48.57 ของโรงแรมทั้งหมดประสบปัญหานี้ ส่วนปัญหาที่มักประสบในอันดับรองลงไป ได้แก่ ปัญหาด้านการบริหารงานบุคคล ร้อยละ 19.28 กล่าวว่ามีจะประสบกับปัญหาการขาดแคลนแรงงาน/ลูกจ้างมักจะเลือกทำงานในธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่า นอกจากนี้ก็เป็นปัญหาที่เกี่ยวกับด้านการขนส่งยังไม่ดีรวมถึงปัญหาของนโยบายของรัฐบาลลำสมุย เหล่านี้มักพบว่าเป็นปัญหาของโรงแรมบนเกาะสมุย

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 57.14 เป็นผู้ประกอบการ ที่คาดว่าจะเพิ่มบริการและความสะดวกภายในโรงแรมให้มากขึ้น ร้อยละ 25.71 คาดว่า จะเพียงแต่ปรับปรุงบริการในโรงแรมที่มีอยู่ให้ดีขึ้นเท่านั้น ร้อยละ 24.29 คาดว่าจะขยายจำนวนห้องพักให้มากขึ้นและร้อยละ 15.71 จะพยายามหารูปแบบและบริการใหม่มาเสนอให้แก่ลูกค้า

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ร้อยละ 72.86 ของผู้ประกอบการ คาดว่า อัตราการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมจะยังคงมีเพิ่มขึ้นต่อไป

4.1.2 ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

(1) ประเภท ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จำนวนรวมของธุรกิจที่สำรวจพบมี 124 แห่ง เป็นธุรกิจที่สอบถามได้ 118 แห่ง ตั้งอยู่ที่เกาะสมุยคิดเป็นร้อยละ 58.47 รองลงมาคือ ในอำเภอเมือง ร้อยละ 38.14 ส่วนที่อำเภอไชยา(สวนโมกข์) มีเพียงร้อยละ 3.38 ซึ่งลักษณะของร้านจะเป็นประเภทร้านอาหารมากกว่าจะเป็นภัตตาคาร หรือคอฟฟี่ช็อป คือคิดเป็นร้อยละ 87.29 สำหรับร้านอาหารในเมืองส่วนใหญ่จัดเป็นร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ถึงขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 57.78 แต่ถ้าเป็นร้านอาหารที่เกาะสมุยแล้วเกือบทั้งหมดเป็นแผงขายอาหารและมีขนาดเล็ก ในเรื่องประเภทของการบริการอาหาร ถ้าหากเป็นร้านที่ตั้งอยู่ในส่วนของตัวเมืองและในไชยา มักจะเป็นอาหารแถบเอเชีย แต่ถ้าที่เกาะสมุยแล้วมักจะเป็นอาหารทางแถบยุโรปเสียเป็นส่วนใหญ่ทั้งนี้ เพื่อไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวนมากที่ไปยังเกาะสมุย วิธีการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ร้านอาหารจำนวนไม่น้อยมักมีไว้บริการคือ การแสดงโชว์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ดนตรี รำไทย ฯลฯ และจากที่สำรวจพบว่า ร้านอาหารขนาด

ระดับ B จะมีบริการประเภทนี้มากกว่าร้านในขนาดอื่น ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น บริการที่จอดรถและโทรศัพท์ติดต่อโดยตรง ร้านอาหารขนาด C ที่มีบริการด้านนี้จะมีเพียงร้อยละ 30 เท่านั้น

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ร้อยละ 61.02 เป็นร้านอาหารที่เปิดใหม่ได้เพียง 1-2 ปีเท่านั้น และโดยเฉลี่ยส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารซึ่งตั้งอยู่ที่เกาะสมุย แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่ตั้งขึ้นในตัวเมืองสุราษฎร์ธานี

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 29 ของร้านอาหารเป็นร้านที่มิงก์ท่องเที่ยวต่างประเทศเข้าไปรับประทานกว่า ร้อยละ 80 โดยเฉลี่ยแล้วส่วนมากจะเป็นผู้ที่มีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง-สูง ลูกค้าเกินกว่าร้อยละ 60 ของร้านอาหารต่าง ๆ ร้อยละ 87.93 เป็นผู้ที่เดินทางมากินเอง

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ร้อยละ 44.92 เป็นธุรกิจร้านอาหารที่เห็นว่าคุณภาพและลักษณะของอาหารเป็นสิ่ง สำคัญอันดับแรกที่ทำให้มีแขกเข้ามารับประทานอาหารในร้านของตน ในขณะที่เดียวกันร้อยละ 36.44 เห็นว่าเรื่องราคาที่ตั้งไว้ว่าจะมีส่วนสำคัญกว่าที่ทำให้มีผู้เข้ามาทานอาหารในร้าน นอกจากนี้ร้านอาหารจำนวนร้อยละ 30.51 , 27.97 และ 22.03 เห็นว่าสถานที่ตั้ง บริการที่มี และการตกแต่งภายในร้าน เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าในร้านสนใจเข้ามาทานอาหารจากจำนวนธุรกิจที่สอบถามมาได้ทั้งหมดนี้ ส่วนใหญ่ของร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองหรือที่อำเภอไชยา จะเห็นว่าเรื่องของอาหารและราคาเป็นสิ่งดึงดูดลูกค้ามากกว่าเหตุผลอื่น แต่สำหรับร้านอาหารที่เกาะสมุย นอกจากประเภทของอาหารแล้ว เห็นว่าสถานที่ตั้งของร้านน่าจะมีส่วนช่วยให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากกว่า

(5) การตลาดของธุรกิจ ธุรกิจประเภทร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการสำรวจพบว่า ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในบริเวณต่าง ๆ ในจุดสำรวจทั้ง 3 จุดนี้ ธุรกิจมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง เพราะส่วนมากมักจะไม่มี การตั้งราคาให้สูงกว่าร้านอื่นมากนัก มีเพียงร้อยละ 12.07 ของร้านอาหารที่สอบถามมาได้ ที่กำหนดราคาไว้สูงกว่าที่อื่น(ตารางที่ 8)

ในขณะที่ธุรกิจประเภทนี้ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันในการตลาดค่อนข้างสูง แต่ร้อยละ 39.66 ของธุรกิจ จะไม่มีการดำเนินการใด ๆ นอกเหนือจากสภาพที่เป็นอยู่ในขณะนี้ ยังมีธุรกิจร้านอาหารอีกจำนวนร้อยละ 31.03 ที่ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว กล่าวได้ว่าได้พยายามปรับปรุงในเรื่องของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านให้ดีขึ้น อีกร้อยละ 12.07 มีการติดป้ายโฆษณาตามผนังหรือบอร์ดโฆษณาต่าง ๆ หรือแม้แต่การโฆษณาทางวิทยุ/

โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งต่างจากช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวโดย ส่วนมากคิดเป็นร้อยละ 12.07 จะเน้นวิธีการบริการและเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้านมากกว่า คงมีเพียงส่วนน้อยที่จะใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้วิธีการส่งเสริมการตลาดที่กล่าวมาแล้วนี้ ยังมีบางร้านใช้วิธีการจัดรายการพิเศษ มีการแจกของที่ระลึก ลดราคาค่าอาหารและติดต่อบริษัททัวร์ เป็นต้น ซึ่งวิธีการเหล่านี้มักจะมีใช้กันบ้างทั้งในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาล

(6) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องจำนวนธุรกิจที่มีอยู่ในพื้นที่แต่ละแห่งของบริเวณที่สำรวจ บริเวณร้านอาหารที่มีอยู่ในแต่ละจุดมีค่อนข้างมากแล้ว โดยเฉพาะร้านอาหารในตัวเมืองสุราษฎร์ แต่สำหรับบริเวณอำเภอไชยา คิดว่ามีเพียงพอ ซึ่งเป็นไปได้ว่าหากมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไป และรับประทานอาหารในบริเวณนี้เพิ่มมากขึ้น บริเวณนี้ก็ยังมีโอกาสที่จะเปิดดำเนินการร้านอาหารใหม่ขึ้นได้อีก (ตารางที่ 9)

(7) ปัญหาของธุรกิจ แม้ว่าผลจากการสำรวจและสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจในทั้ง 3 จุดจะมีแนวโน้มที่ค่อนข้างพอใจกับผลการดำเนินงานที่ผ่านมา โดยเฉพาะผู้ประกอบการในตัวอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี อำเภอไชยา และที่เกาะสมุย ตามลำดับ ผลกำไรโดยเฉลี่ยของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง ร้อยละ 11-20 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 37.93 ของจำนวนธุรกิจ (ร้อยละ 17.24 ไม่ได้ระบุจำนวน) แต่ส่วนที่เหลือมีเพียงจำนวนร้อยละ 12.07 เท่านั้น ที่มีผลกำไรต่ำกว่านี้ (ตารางที่ 10) ปัญหาที่ธุรกิจส่วนใหญ่ มักจะพบ คือ ปัญหาที่เกี่ยวกับความไม่เพียงพอของโครงสร้างพื้นฐานของน้ำและไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 55.17 และ 43.10 ปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ ปัญหาในการหาลูกจ้างที่มีความสามารถ หรือแม้แต่การหาลูกจ้างทั่วไปปัญหาของการค้างชำระ ปัญหาของการขาดสภาพคล่อง ปัญหาเกี่ยวกับเรื่องภาษีการค้าที่ค่อนข้างสูง ปัญหาของการคมนาคมขนส่งไม่สะดวก แต่สำหรับปัญหาที่เกิดจากการแข่งขันในเรื่องการตลาดนั้นพบว่ามีเพียง ร้อยละ 3.45 ของจำนวนธุรกิจที่สำรวจ (ตารางที่ 11)

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 62.07 ของธุรกิจคาดว่าจะปรับปรุงธุรกิจของตนให้ดีขึ้น โดยปรับปรุงเกี่ยวกับรูปแบบและบริการของอาหารที่มี ซึ่งอาจจะเป็นการเพิ่มรายการอาหารและบริการเข้าไป ที่ร้อยละ 31.03 คาดว่าคงจะเพียงแต่ปรับปรุงด้านบริการเท่านั้น ส่วนธุรกิจอื่น ๆ ก็อาจปรับปรุงในเรื่องของการตลาดและการขาย หรือรูปแบบของอาหารเท่านั้น

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้เกินกว่าครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 53.45 เห็นว่าแนวโน้มในอนาคตของธุรกิจนี้จะยังคงขยายตัวต่อไปได้อีก เพราะมีเพียงร้อยละ

5.17 เท่านั้น ที่เห็นว่า จะมีการแข่งขันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารด้วยกัน ร้อยละ 22.41 ของผู้ประกอบการเห็นว่าจำนวนธุรกิจนี้ น่าจะทรงตัวไม่เปลี่ยนแปลงไปกว่านี้ได้มากนัก (ตารางที่ 12)

4.1.3 ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ ประเภทของธุรกิจมีการจัดแบ่ง 2 ลักษณะ คือ จัดแบ่งตามลักษณะการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นร้านที่ทั้งผลิตและจำหน่ายหรือจำหน่ายเพียงอย่างเดียว หรือแบ่งตามประเภทของสินค้า อันได้แก่ สินค้าที่เป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับกาย เครื่องประดับบ้าน รูปภาพ/โปสการ์ด/หนังสือ หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (รายละเอียดในตารางที่ 13-ตารางที่ 16) โดยจำนวนร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่สำรวจและสัมภาษณ์ได้ทั้งหมดมี 18 แห่ง (จากที่สำรวจพบ 19 แห่ง) เป็นร้านที่อยู่ในตัวอำเภอเมืองสุราษฎร์และที่บ้านหมูเริง 3 แห่ง ทั้ง 3 ร้านจัดว่าเป็นร้านที่มีขนาดเล็ก ซึ่งหากเป็นร้านที่ตั้งอยู่ที่บ้านหมูเริง สินค้าที่จำหน่ายจะเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเสื้อผ้าหรือประเภทผ้าเท่านั้นและจะเป็นทั้งร้านที่ผลิตและจำหน่ายด้วย แต่สำหรับร้านในตัวอำเภอเมือง สินค้าที่จำหน่ายจะมีหลายประเภทแต่ก็เป็นเพียงสินค้าที่รับมาจำหน่าย เช่นเดียวกับร้านค้าที่ตั้งอยู่ในเกาะสมุย แตกต่างกันตรงที่ร้านค้าบนเกาะสมุย จะมีร้านค้าขนาดใหญ่ ตั้งแต่ระดับ A ลงไปจนกระทั่งถึงระดับ C และมีจำนวนมากกว่าร้านค้าที่พบในบริเวณจุดสำรวจ บนฝั่งแผ่นดินใหญ่

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ เฉพาะที่ร้านในบริเวณบ้านหมูเริง พบว่าเป็นร้านที่เปิดดำเนินการมานานกว่า 10 ปี แต่สำหรับร้านที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองหรือจะเป็นที่เกาะสมุยก็ตาม ส่วนใหญ่เป็นร้านที่เพิ่งเริ่มเปิดกิจการกันมาเพียง 1-3 ปี และร้านที่เก่าแก่ที่สุดก็เปิดมาได้ไม่เกิน 6 ปี หากพิจารณาในด้านขนาดของธุรกิจของที่ระลึก ก็จะได้เห็นว่าธุรกิจขายของที่ระลึกส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาด A ขนาด B หรือขนาด C มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ในช่วง 1-3 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66.67 ของธุรกิจทั้งหมด (ตารางที่ 17)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 75 ของจำนวน 12 ร้าน ลูกค้าที่เข้ามาแวะซื้อและชมสินค้าจะเป็นชาวต่างประเทศกว่าครึ่ง โดยมากจะเป็นนักท่องเที่ยวแถบเอเชียที่มีรายได้ทั้งสูง ปานกลาง และต่ำคละเคล้ากันไป โดยจะมีอายุในระหว่าง 21-30 ปีค่อนข้างมาก และพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะนิยมเข้าร้านขายของที่ระลึกมากกว่าเพศชาย คือเป็นเพศหญิงร้อยละ 58 และเพศชายร้อยละ 42 ลักษณะการเดินทางมายังร้าน ส่วนใหญ่จะมากันเอง

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ ธุรกิจร้านค้าสินค้าที่ระลึก ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มักจะอาศัยการขายตรงให้แก่ลูกค้า มีบ้างที่อาศัยการขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งลักษณะของสื่อกลางที่ร้านต่าง ๆ ใช้ มักจะเป็นพ่อค้าปลีก สำหรับบริษัททัวร์หรือมัคคุเทศก์จะเป็นตัวกลางที่มีบทบาทน้อยมาก

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ในบรรดาธุรกิจประเภทร้านขายสินค้าที่ระลึกทั้งหลาย มีอยู่เพียงไม่กี่ร้าน ที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวหรือชนิดเดียว โดยมากมักจะขายกันหลาย ๆ อย่าง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สินค้าที่ทำรายได้และกำไรที่ค่อนข้างดีให้แก่ธุรกิจ มักจะเป็นสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับกาย และเครื่องประดับบ้าน ตามลำดับ

(6) การตลาดของธุรกิจ นับว่าธุรกิจประเภทการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกนี้เป็นธุรกิจที่อาศัยวิธีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ น้อยมาก เพราะแม้จะเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวมีเพียง 1-2 ธุรกิจเท่านั้น ที่จะลงทุนโฆษณาผ่านสื่อ หรือผ่านตัวกลางต่าง ๆ และถึงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวแล้ว จะไม่มีธุรกิจใดเลยที่จะส่งเสริมการขายของตน มากไปกว่าสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน อนึ่งในส่วนที่เกี่ยวกับเรื่องการจัดราคาและภาวะแข่งขัน คงอยู่ในภาวะที่ไม่น่าเป็นห่วงนัก เพราะแต่ละร้านจะพยายามตรึงราคาไม่ให้แตกต่างจากร้านอื่นมากนัก

(7) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสอบถามผู้ประกอบการเกี่ยวกับจำนวนของธุรกิจที่มี เสียงส่วนใหญ่จะให้คำตอบว่าจำนวนที่มีอยู่ในขณะนี้ มีเพียงพอแล้ว ไม่มากหรือน้อยเกินไป ซึ่งเป็นไปได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจเอง อาจจะไม่ต้องการให้มีธุรกิจลักษณะเดียวกับตนให้มากกว่านี้ เพราะจะทำให้เกิดการแข่งขันกันขึ้น ในขณะที่ความเป็นจริง ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังมีโอกาสที่จะเพิ่มขึ้นเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อีก

(8) ปัญหาของธุรกิจ สำหรับธุรกิจที่ตั้งอยู่ในตัวอำเภอเมือง และที่บ้านพุมเรียง ผู้ประกอบการจะมีแนวโน้มที่ค่อนข้างพอใจต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของตน ทั้งนี้เนื่องจากมีธุรกิจประเภทเดียวกันน้อย แม้แต่ธุรกิจบนเกาะสมุย ผู้ประกอบการยังคงพอใจต่อผลการดำเนินงานของตนอยู่ ในเรื่องของปัญหาที่ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมักจะประสบได้แก่ ปัญหาในการขาดวัตถุดิบ ขาดเงินทุนในการดำเนินการ ปัญหาด้านการแข่งขันในตลาดสูง รวมทั้งปัญหาที่เกิดจากการขาดการสนับสนุนของทางราชการ แต่ปัญหาดังกล่าวนี้นี้ มีธุรกิจเพียงไม่กี่รายเท่านั้น ที่ประสบอยู่ เพราะตามสภาพรายได้ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่จะมีกำไรอยู่ในระหว่าง 10-20% (ตารางที่ 19)

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ จากจำนวนธุรกิจทั้ง 18 รายที่สอบถาม สิ่งที่ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะปรับปรุงมากที่สุด คือ เรื่องการจัดหาสินค้าแปลก ๆ ใหม่ ๆ เข้ามาจำหน่าย นอกจากนี้บางราย ต้องการจะปรับปรุงตั้งแต่เรื่องวิธีการผลิตและการใช้วัตถุดิบให้ดีขึ้น คัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพดีเข้ามาจำหน่าย ปรับปรุงวิธีการให้บริการ รวมถึงเรื่องการปรับปรุงสถานที่ให้ดีขึ้นด้วย

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการคาดว่าแนวโน้มของธุรกิจ มีโอกาสที่จะเพิ่มขึ้นอีก แต่ทั้งนี้คงจะต้องขึ้นกับปัจจัยที่จะมาเสริมอื่น ๆ ด้วย

4.1.4 ธุรกิจจัดนำเที่ยว

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ จากการสำรวจพบว่า มีธุรกิจด้านนี้ อยู่ในบริเวณที่ศึกษา 14 แห่ง เป็นธุรกิจที่อยู่ในตัว อ.เมือง 4 แห่ง อยู่ที่เกาะสมุย 10 แห่ง และทั้งหมดจัดว่าเป็นเพียงธุรกิจขนาดเล็ก ร้อยละ 85.72 เป็นธุรกิจจัดนำเที่ยวในประเทศ กิ่งหนึ่ง และอีกกิ่งหนึ่งเป็นเพียงธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นนายหน้าหานักท่องเที่ยวส่งให้บริษัทนำเที่ยวอีกต่อหนึ่ง ที่เหลือเป็นธุรกิจที่จัดนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ลักษณะการบริการที่มีจะอยู่ในรูปของการบริการรถเช่า/เรือเช่าขนาดเล็กหรือจำหน่ายตั๋วเดินทาง ส่วนการจัดนำเที่ยวจะมีบ้าง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ มี 4 ธุรกิจที่มีบริการนำเที่ยวทางเรือ บริเวณที่ตั้งของธุรกิจนำเที่ยวของเกาะสมุยส่วนมากจะอยู่ในบริเวณหาดหน้าทอน

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ร้อยละ 92.86 เป็นธุรกิจที่เพิ่งเริ่มประกอบกิจการมาได้ไม่เกิน 3 ปี

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 80 กล่าวว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ คือประมาณ 70-90 % จะเป็นชาวยุโรป/อเมริกา เป็นชาวไทยประมาณ 22.5% และชาวเอเชีย 20% โดยที่ลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 70.2 จะเป็นลูกค้าที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ปานกลางขึ้นไป และ ร้อยละ 40 เป็นลูกค้าที่ยังเป็นวัยรุ่นหนุ่มสาว คืออยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 23 เป็นลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ ในบรรดาธุรกิจนำเที่ยวที่ประกอบกิจการเอง (ไม่ใช่บริษัทนายหน้า) จะมีความสามารถที่จะจัดนำเที่ยวให้แก่ลูกค้าได้สูงสุดไม่เกิน 100 คน/วัน โดยเฉลี่ยประมาณ 60 คน/วัน ซึ่งถ้าเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยวมา

ใช้บริการกันเต็มที่ แต่ถ้าเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ร้อยละ 60 ของธุรกิจจะมีผู้มาใช้บริการเพียง 50 % อีกร้อยละ 40 จะมีผู้มาใช้บริการไม่ถึง 14%

(5) การตลาดของธุรกิจ ส่วนมากธุรกิจประเภทนี้ จะมีการแข่งขันกันไม่มากนัก เพราะนอกจากมีผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้อยู่เพียงไม่กี่แห่งแล้ว ส่วนใหญ่เป็นเพียงบริษัทนายหน้าขายตัว ดังนั้นการกำหนดอัตราค่าบริการจึงมักจะอยู่ในระดับเดียวกัน โดยที่ผลตอบแทนในรูปของกำไรที่ได้จะมีตั้งแต่ 5-30%

ในเรื่องเทคนิคและวิธีการจัดหาลูกค้าของธุรกิจ ผู้ที่ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่บริษัทนายหน้า จะอาศัยวิธีการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวอื่นในท้องถิ่น ร้อยละ 80 จะดำเนินการร่วมกับบริษัทท่องเที่ยวอื่นในต่างจังหวัดด้วย และอีกวิธีหนึ่งก็โดยอาศัยการติดต่อมาของนักท่องเที่ยวโดยตรง อนึ่งจะพบว่า ไม่มีธุรกิจนำเที่ยวใด ไปจัดตั้งเคาน์เตอร์ของบริษัทตนตามโรงแรมต่าง ๆ เลย ซึ่งคงสืบเนื่องมาจาก การที่มีบริษัทนำเที่ยวอื่นที่เป็นเพียงนายหน้าขายตัวเป็นผู้ติดต่อจัดหาลูกค้าจากตามโรงแรมอยู่แล้ว

ด้านการส่งเสริมและการเผยแพร่ด้านการตลาด พบว่า มีรูปแบบอยู่เพียง 1-2 วิธี คือ ถ้าเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ร้อยละ 80 จะใช้วิธีการโฆษณาผ่านทางสื่อสารมวลชนต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นเพียงรูปแบบเดียวที่ใช้ และถ้าในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ร้อยละ 40 จะยังคงใช้วิธีการโฆษณาผ่านทางสื่อสารมวลชน ร้อยละ 20 จะติดต่อผ่านนายหน้าหรือตัวกลางอื่น ๆ

(6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นว่าบริการนำเที่ยวที่มีอยู่ในขณะนี้ มีปริมาณไม่มากและไม่ค่อยเกินไป ในขณะที่คิดว่าผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจที่ทำอยู่นั้น มีผลการดำเนินงานซึ่งมีแนวโน้มเป็นที่น่าพอใจ

(7) ปัญหาของธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจ ร้อยละ 80 เห็นว่าปัญหาด้านการคมนาคมเป็นปัญหาใหญ่และเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ร้อยละ 60 กล่าวว่าปัญหาที่เกิดขึ้นมักจะเป็นปัญหาด้านสาธารณูปโภคและปัญหาของเงินทุน ส่วนปัญหาด้านการขาดแคลนบุคลากรและปัญหาจากนโยบายหรือกฎระเบียบของราชการ มีจำนวนร้อยละ 40 ที่เห็นว่าเป็นปัญหาของธุรกิจ

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 80 ของผู้ประกอบการ มีแนวโน้มที่จะปรับปรุงในด้านอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับธุรกิจให้อยู่ในสภาพดีและทันสมัย มีประโยชน์ใช้สอยได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 40 จะปรับปรุงมาตรฐานการบริการที่มีอยู่ให้ดีขึ้น ส่วนร้อยละ 20 มีแนวโน้มที่จะปรับปรุงในด้านสถานที่และบุคลากรมากกว่า

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจประเภทนี้ ร้อยละ 60 เห็นว่าธุรกิจชนิดนี้ ยังมีโอกาสและการขยายตัวได้อีกมาก ส่วนร้อยละ 40 กึ่งหนึ่งเห็นว่าเป็นธุรกิจที่ยังสามารถดำเนินต่อไปเรื่อย ในระดับคงที่ และอีกส่วนหนึ่งคิดว่าขณะนี้ซึ่งอยู่ในสภาวะที่ไม่แน่นอน คงขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ร่วมด้วย

4. 1.5 ธุรกิจขนส่ง

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ จากการสำรวจ พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ จะอยู่ใน อ. เมือง มีจำนวน 14 แห่ง ที่สมบูรณ์ 6 แห่ง ธุรกิจขนส่งดังกล่าว ที่ตั้งอยู่ใน อ. เมือง กว่าครึ่งจะอยู่ในรูปของการรับจ้างสาธารณะ ที่เหลือเป็นบริษัทนายหน้าขายตัว ส่วนที่เกาะสมุยจะเป็นบริษัทนายหน้าขายตัวเกือบทั้งหมดนอกจากนี้จะมีบริการรถเช่า ซึ่งโดยมากจะอยู่ในบริเวณหาดหน้าทอน ลักษณะของกิจการร้อยละ 60 กึ่งหนึ่งจะมียานพาหนะของตนเอง อีกกึ่งหนึ่งจะเป็นพาหนะที่เช่ามาจากผู้อื่น ที่เหลือเป็นธุรกิจที่ร่วมกับธุรกิจอื่น โดยจะมีการใช้ยานพาหนะร่วมกัน ในขณะที่ร้อยละ 30 ของธุรกิจขนส่งจะมีรถบัสขนาดใหญ่ไว้บริการ โดยจำนวนรถบัสดังกล่าวจะมีกันตั้งแต่ 2-13 คัน นอกจากนี้ร้อยละ 10 จะเป็นธุรกิจที่มีเรือเช่าและเรือโดยสารไว้บริการ และนอกจากยานพาหนะตามที่กล่าวมาแล้ว ร้อยละ 30 ยังเป็นธุรกิจที่มีรถบัสขนาดเล็กและรถตู้ไว้บริการด้วย

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ร้อยละ 60 เป็นธุรกิจที่เพิ่งเริ่มดำเนินการมาไม่ถึง 5 ปี อีกร้อยละ 40 เป็นธุรกิจที่มีการดำเนินการมากกว่า 6 ปี ซึ่งจะสังเกตเห็นว่า ธุรกิจที่มีการดำเนินงานมานานที่สุด จะเปิดกิจการมานานถึง 40 ปีแล้ว

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ จากจำนวน 4 ตัวอย่างใน 20 ตัวอย่างที่สำรวจได้ กลุ่มลูกค้าของธุรกิจเหล่านี้ จะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มสถาบัน และกลุ่มบุคคล ประเภทกลุ่มบุคคลจะเป็นกลุ่มที่ใช้บริการในอัตราส่วนที่มากกว่า ซึ่งร้อยละ 72.5 จะเป็นแขกที่มาจากทางยุโรป ร้อยละ 18.75 เป็นคนไทย และที่เหลือเป็นแขกที่มาจากแถบทวีปเอเชีย

(4) อัตราค่าบริการ มีอยู่ในหลายรูปแบบ คือ เป็นอัตราที่คิดต่อหัว หรือในลักษณะค่าเช่าเหมาจ่าย โดยมีราคาที่แตกต่างกันไปตามประเภทของยานพาหนะ และลักษณะของการเข้าร่วมถึงระยะเวลาการเช่า นอกจากนี้ยังขึ้นกับการตั้งราคาของธุรกิจแต่ละแห่งด้วย(แต่โดยปกติอัตราค่าเช่าที่ธุรกิจต่าง ๆ ตั้งไว้จะอยู่ในอัตราใกล้เคียงกัน) ตัวอย่างเช่น รถบัสขนาดใหญ่ที่มี

ความจุตั้งแต่ 40-65 คน/คืน จะคิดค่าเช่าตั้งแต่ 65-300 บาท/คน (แล้วแต่ระยะทาง) หากเป็นรถตู้ ซึ่งจะมีความจุ 11 คน/คืน กรณีที่เช่าเหมาคืน จะคิดค่าเช่าตั้งแต่ 1,000-1,200 บาท/คืน (ซึ่งแล้วแต่อัตราที่แต่ละธุรกิจตั้งไว้) หากเป็นค่าเช่าต่อคน จะคิดในอัตรา 100 บาท/คน กรณีที่เป็นค่าเช่าโดยสารเรือ (เป็นค่าเช่าเรือโดยสารจากฝั่งตัวจังหวัดสุราษฎร์ ช้ามไปเกาะสมุย) ถ้าเป็นเรือด่วนซึ่งมีความจุ 340 คน/ลำ ค่าเช่าโดยสารจะอยู่ในระหว่าง 55-80 บาท/คน ถ้าเป็นเรือธรรมดาชั้นเดียว ซึ่งจุได้ 270 คน/ลำ ค่าเช่าโดยสารจะอยู่ในระหว่าง 45-55 บาท/คน ถ้าเป็นเรือ 2 ชั้น ค่าเช่าโดยสารจะอยู่ในระหว่าง 60-80 บาท/คน นอกจากนี้บางธุรกิจยังมีรถมอเตอร์ไซด์ให้เช่า ในอัตรารถใหญ่คันละ 200 บาท/วัน รถเล็กคันละ 150 บาท/วัน

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ในจำนวนธุรกิจขนส่งที่สำรวจและรวบรวมข้อมูลมาได้ มีธุรกิจอยู่ 2 แห่ง (หรือร้อยละ 10) คือ บริษัท เพอร์รี่ และบริษัทส่งเสริมบริการ (ชื่อที่ใช้บนฝั่งตัวจังหวัด) หรือบริษัทส่งเสริมแพรวีล (ชื่อที่ใช้บนฝั่งเกาะสมุย) ที่มีกิจการขนส่งทางเรือ และทั้ง 2 แห่งนี้ประกอบธุรกิจมานานนับสิบปี มีสาขาอยู่ตามท้องถิ่นอื่น และตามต่างจังหวัด ธุรกิจ 11 สาขา ส่วนธุรกิจใหม่ที่เพิ่งมีขึ้นมาไม่นานนัก โดยมากจะเป็นธุรกิจเล็ก ๆ ที่อาจมีรถบัสและรถตู้ให้บริการ

(6) การตลาดของธุรกิจ อาจจะยังมองไม่ชัดเจนนัก ทั้งนี้เพราะจำนวนธุรกิจที่สัมภาษณ์ข้อมูลมาได้มีเพียง 4 ธุรกิจ ซึ่งถ้าพิจารณาจากคำตอบที่ได้พบว่า เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันพอสมควร แต่ก็ยังมีบางแห่งที่ยังไม่คำนึงถึงว่ามีการแข่งขันกันหรือไม่ ดังนั้น จึงกล้าที่จะเสนออัตราราคาค่าบริการในราคาที่สูงกว่าธุรกิจอื่น ทั้งนี้เพราะธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่า และยังมีประสบการณ์ และสาขามากมายหลายแห่ง

เกี่ยวกับเทคนิคและวิธีการทางการตลาด จะใช้วิธีการติดต่อผ่านตัวกลาง เช่น โรงแรม บริษัททัวร์ โกด์ และอื่น ๆ เพื่อหาลูกค้าและวิธีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง คิดเป็นสัดส่วน 80 : 20 เปอร์เซนต์ วิธีการติดต่อโดยผ่านตัวกลางดังกล่าว ธุรกิจได้ใช้วิธีการให้ผลตอบแทนแก่ตัวกลางนั้น ๆ ในรูปของค่าคอมมิชชั่นจำนวน 10-15 % และการจ่ายผลตอบแทนนี้อาจจะจ่ายเป็นรายอาทิตย์หรือรายเดือน

สำหรับเรื่องการส่งเสริมด้านการตลาด ที่ผู้ประกอบการทำอยู่ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ร้อยละ 75 ใช้วิธีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ร้อยละ 25 เพียงแต่ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้ดีขึ้น แต่สำหรับช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ร้อยละ 66.67 จะใช้วิธีปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาด จะมีที่โฆษณาผ่านทางสื่อมวลชนเพียงร้อยละ 33.33

(7) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ พบว่า ธุรกิจขนส่งที่สัมภาษณ์มาได้ เห็นว่าปัจจุบันมีจำนวนยานพาหนะเพียงพอต่อการให้บริการแล้ว ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้ว ธุรกิจขนส่ง มีแนวโน้มที่รู้สึกพอใจในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา

(8) ปัญหาของธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนส่ง และผู้ประกอบการได้กล่าวถึงมี 5 ประการ คือ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการขาดแคลนบุคลากร ปัญหาบุคลากรไม่มีคุณภาพ ปัญหาด้านการชำระเงิน ปัญหาด้านสาธารณสุขโรค ปัญหาด้านการเข้มงวดของกฎระเบียบราชการ และการขาดการส่งเสริมจากทางราชการ ปัญหาต่าง ๆ ที่กล่าวมาผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญ ต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ เท่า ๆ กัน

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ธุรกิจต่าง ๆ ได้ให้ความสนใจต่อการดำเนินงานของตน มีความประสงค์ต้องการที่จะปรับปรุงกิจการให้ดีขึ้นในด้านต่าง ๆ อันได้แก่ การปรับปรุงด้านการบริการ การปรับปรุงสถานที่ และการปรับปรุงด้านกิจกรรมการตลาด โดยเรียงตามลำดับความต้องการ

(10) แนวโน้มธุรกิจ ผู้ประกอบการทั้งหมด เห็นว่าธุรกิจการขนส่งนี้ จะมีแนวโน้มที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้บริการ

4.1.6 ธุรกิจเพื่อการสิ้นทนาการ

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่าธุรกิจนี้มีจำนวน 28 แห่ง ร้อยละ 78.57 เป็นธุรกิจที่อยู่บนเกาะสมุย ขนาดของธุรกิจ ร้อยละ 71.43 เป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็กระดับ C และเกือบทั้งหมดจัดว่ามีขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 25 ของธุรกิจที่สำรวจพบทั้งหมด การดำเนินกิจการ ร้อยละ 71.43 เป็นธุรกิจประเภท บาร์เบียร์ ร้อยละ 25 เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับไนท์คลับและดิสโก้เทค ที่เหลือเป็นธุรกิจประเภทอาบ-อบ-นวด ไบปรีมาดังกล่าว ร้อยละ 90 ของธุรกิจประเภทบาร์เบียร์ จะตั้งอยู่ที่เกาะสมุย ส่วนดิสโก้เทค/ไนท์คลับ ร้อยละ 57.14 อยู่ที่เกาะสมุยเช่นกัน และสำหรับธุรกิจของอาบ-อบ-นวด นั้น ที่พบจะมีเฉพาะในตัวจังหวัด (ตารางที่ 20)

สำหรับขนาดของธุรกิจที่เป็นบาร์เบียร์ทั้งหมด มีขนาดเล็กระดับ C แต่สำหรับดิสโก้เทคทั้งหมด จะมีขนาดค่อนข้างใหญ่จัดว่าอยู่ในระดับ A และสำหรับอาบ-อบ-นวดที่มีขนาดปานกลาง คือระดับ B

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจเพื่อการสันตนาการต่าง ๆ นี้จัดว่าเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่ เพราะร้อยละ 82.14 เป็นธุรกิจที่เพิ่งดำเนินการมาได้ไม่เกิน 2 ปี (ตารางที่ 21)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 60 ของธุรกิจ จะมีลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศในอัตราส่วนตั้งแต่ 80% ขึ้นไปเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจะมีอายุอยู่ในระหว่าง 20-40 ปี มีฐานะและรายได้เฉลี่ยปานกลาง ร้อยละ 93.33 เป็นกลุ่มลูกค้าที่เดินทางมายังเกาะสมุยเองไม่ได้มากับบริษัททัวร์

(4) อัตราค่าบริการ สำหรับธุรกิจประเภทบาร์เบียร์ ราคาค่าเครื่องดื่มที่บริการ ร้อยละ 80 ของธุรกิจจะอยู่ในราคาไม่เกิน 60 บาท/แก้ว (1 ดริง) และถ้าเป็นค่าเครื่องดื่มที่มีบริการในดีส์โก้/ไนท์คลับ ส่วนมากคือ ร้อยละ 71.43 จะอยู่ในระหว่าง 31-90 บาท/แก้ว และสำหรับค่าบริการที่คิดเป็นชั่วโมงในอาบ-อบ-นวด จะอยู่ในราคาชั่วโมงละไม่เกิน 60 บาท

(5) การตลาดของธุรกิจ นับว่าธุรกิจเพื่อการสันตนาการที่มีในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนี้เป็นธุรกิจที่ค่อนข้างมีการตื่นตัวในเรื่องของการแข่งขันกันพอสมควร เพราะไม่ว่าจะเป็นช่วงในฤดูกาลท่องเที่ยวหรือช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่มีการส่งเสริมในด้านการตลาดของธุรกิจตน ด้วยวิธีการต่าง ๆ คือสำหรับช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ธุรกิจส่วนใหญ่จะใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ หรือมีการจัดกิจกรรมและบริการพิเศษไว้บริการแก่ลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ และมีบางรายที่จัดของสมนาคุณไว้แจกลูกค้า กรณีที่เป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว วิธีการที่ผู้ประกอบการมักจะใช้ จะเน้นเรื่องการจัดกิจกรรมและบริการพิเศษเตรียมไว้ให้แก่ลูกค้าเป็นอันดับแรก อันดับรอง ๆ ลงมาได้แก่ วิธีการใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ วิธีการให้ส่วนลดค่าบริการ มีบางรายที่แจกของสมนาคุณ สภาพของการแข่งขันในด้านการตลาดของธุรกิจประเภทนี้ มีบ้างแต่ไม่รุนแรงนัก เมื่อเทียบกับระหว่างร้านที่ตั้งอยู่ในเมืองและที่เกาะสมุย จะเห็นว่าร้านที่อยู่ในเมืองมีการตั้งราคาให้ต่ำกว่ากันเมื่อถึงจุดลูกค้า(ตารางที่ 22) ซึ่งมีจำนวนที่สนใจเข้ามาใช้บริการกันไม่มากนัก

(6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ ปรากฏว่าประเภทธุรกิจเพื่อการสันตนาการที่มีอยู่ในสุราษฎร์ธานีและจัดว่าเป็นธุรกิจที่มีรูปแบบนั้น มีอยู่เพียง 3 ประเภทใหญ่ ๆ ซึ่งจากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการเหล่านี้ ได้ให้ความเห็นว่า มีอยู่ 2 ประเภท ซึ่งน่าจะจะมีเพิ่มมากขึ้นได้บ้างคือธุรกิจไนท์คลับและอาบ อบ นวด นอกจากนั้นธุรกิจอื่น ๆ อาทิเช่น เครื่องเล่นทางน้ำ ยังมีไม่เพียงพอ ควรจะสนับสนุนให้มีเพิ่มขึ้น(ตารางที่ 23) ดังนั้นเมื่อแยกพิจารณาถึงธุรกิจที่ตั้งอยู่ในเมืองและที่เกาะสมุย จากทัศนคติของผู้ประกอบการแสดงความคิดเห็น สรุปได้ว่าการเพิ่มจำนวน

ของธุรกิจอาบ-อบ-นวด รวมถึงธุรกิจประเภทบาร์ เบียร์และไนท์คลับในตัวอำเภอเมืองยังมีโอกาสเป็นไปได้ ส่วนธุรกิจที่เกาะสมุย ธุรกิจที่มีค่อนข้างน้อยและมีโอกาสที่จะเพิ่มจำนวนได้ค่อนข้างสูง ได้แก่ ธุรกิจประเภทสันทนาการทางน้ำ และอาบ-อบ-นวด ส่วนที่ยังพอมีโอกาสที่จะขยายตัวได้อีกเล็กน้อย คือธุรกิจเพื่อการสันทนาการประเภทดีสโก้เทค และการแสดงโชว์ อนึ่ง ในด้านความพอใจในผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของผู้ประกอบการ ร้อยละ 66.67 เห็นว่าอยู่ในสภาวะที่พอไปได้

(7) ปัญหาของธุรกิจ เมื่อได้จัดเรียงลำดับปัญหา ที่ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้มักประสบในการดำเนินงาน พบว่า ปัญหาสำคัญ ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาด้านการแข่งขันทางการตลาด ผลกระทบจากความไม่เพียงพอของโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ อาทิ ปัญหาด้านการขาดแคลนไฟฟ้า น้ำประปา การคมนาคม นอกจากนี้เป็นปัญหาของการติดต่อสื่อสาร ด้านโทรศัพท์-โทรสารต่าง ๆ พนักงานไม่มีคุณภาพ ขาดการสนับสนุนจากทางราชการ

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ธุรกิจประเภทนี้ ผู้ประกอบการมุ่งที่จะปรับปรุงด้านสถานที่ รูปแบบของกิจกรรมสิ่งบันเทิง เป็นอันดับแรก รองลงมา คือการปรับปรุงด้านการบริการ และกิจกรรมด้านการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อย ยังไม่ได้วางแผนที่จะปรับปรุงกิจการ เพราะต้องการดูสถานการณ์ข้างหน้าก่อน บางรายก็เพิ่งจะเปิดกิจการได้ไม่นานจึงยังไม่มีความจำเป็นที่ต้องลงทุนปรับปรุงใด แต่ก็ยังมีบางรายที่ไม่สามารถปรับปรุงเพราะขาดเงินทุนหมุนเวียน

(9) แนวโน้มของธุรกิจ เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้จำนวนมาก ต่างก็มีความเห็นที่ใกล้เคียงกันว่า ในอนาคตธุรกิจประเภทนี้จะต้องดีขึ้น และมีโอกาสที่ขยายตัวได้อีกมาก แต่ก็ยังมีบางรายที่คิดว่าน่าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่เปลี่ยนแปลง หรือยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ ต้องรอดูปัจจัยและสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจ

4.2 แหล่งที่มาจากรายการข้อมูลและสื่อสารมวลชน

4.2.1 ในช่วงตั้งแต่ต้นปี 2532 ที่ผ่านมานี้ สภาพความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี อันมีจุดเด่นของจังหวัด คือ ที่เกาะสมุย เริ่มตั้งแต่เมื่อประมาณ 7-8 ปี จากการที่มีนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ได้หลัง ไหลไปสู่เกาะสมุยกันเพิ่มมากขึ้นทุกปี นักลงทุนทั้งในท้องถิ่นและจากต่างถิ่น เริ่มมองเห็นคุณค่าของเกาะสมุย จึงได้ทยอยเข้าไปลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ อันเป็นการแสวงหารายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรง เริ่มตั้งแต่ธุรกิจบริการ นับตั้งแต่ด้านที่พัก อาหาร การขนส่ง การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

4.2.2 จากวันนั้นจวบจนถึงวันนี้ เกาะสมุขได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จนทำให้สภาพการหมุนเวียนทางการเงินมีจำนวนมหาศาล จากข้อมูลปริมาณแลกเปลี่ยนเงินตรา ในปี 2531 พบว่า สำนักแลกเปลี่ยนเงินตราทุกธนาคารบนเกาะสมุขมีอัตราการแลกเปลี่ยนรวม 600 ล้านบาท ปัจจุบันธุรกิจการเงินและธนาคารพาณิชย์บนเกาะสมุข มี 3 แห่ง และมีแนวโน้มว่าจะมีการเปิดเพิ่มเติมอีกหลายแห่ง แต่ปัจจุบันก็มีธนาคารพาณิชย์ได้เปิดหน่วยให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราขึ้น รายได้ที่เกิดขึ้นเป็นรายได้จากกิจการที่ผูกกรรม อันมีจำนวนมากกว่า 4000 ห้อง รายได้จากกิจการร้านอาหาร รับประทานอาหารเป็นหมอนวนตามชายหาด ความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของเกาะสมุข เป็นผลทำให้เกิดความแออัดในหมู่บ้านท่องเที่ยว บริการทุกอย่างกลายเป็นเงินเป็นทอง ไร้หน้าใจบางแห่งทำการค้าแบบฉกฉวย มีการขูดรีดโกงราคาที่พักและคาร์ต ฯลฯ การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน ซึ่งได้เริ่มดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ไปหลายประการ อาทิ เช่น การจัดอบรมความรู้ทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเมื่อช่วงเดือน พค.-มิย. โดย ททท. การเร่งแก้ไขปัญหาที่เรื้อรังมานานโดยเฉพาะธุรกิจเพาะเลี้ยงหอยเค็ดควายเพื่อนำมาประกอบอาหารไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ปัญหาเรื่องการจัดตั้งทัวร์เถื่อนบนเกาะสมุข ปัญหาตีสึกเกาะเถื่อน การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม-ปะการังชั้นที่เกาะสมุข การเตรียมป้องกันปัญหาน้ำเสียของกรมการสาธารณสุข และการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยกำหนดให้กรมโยธาธิการทำแผนสร้างโรงงานกำจัดน้ำเสีย เป็นต้น

4.2.3 จากสภาพและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ แสดงว่าทั้งภาครัฐบาลและเอกชนเริ่มให้ความสนใจปัญหาที่อาจจะตามมาจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพราะการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ เป็นสิ่งที่ดีช่วยสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ประเทศ แต่จะต้องคำนึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมโดยรอบข้างว่าจะมีผลกระทบและก่อให้เกิดความเสียหายหรือไม่ การพัฒนาและการลงทุนเพื่อการรองรับการท่องเที่ยวอย่างมีรูปแบบ และเหมาะสมกับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เท่ากับว่าเป็นการช่วยรักษาและใช้จ่ายทรัพยากรไปอย่างคุ้มค่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดแผนที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยอันดับแรก จะใช้วิธีการเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มายังจังหวัด โดยใช้สื่อกลางทั้ง โทรทัศน์ประชาสัมพันธ์ ขอความร่วมมือจากจังหวัดอื่น ๆ พร้อมกับดำเนินการทางวิธีการตลาดอาศัยความร่วมมือจากสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว โดยไปทำโปรโมชันยังจังหวัดที่มีศักยภาพทางกายท่องเที่ยว หรือเลยเข้าไปถึงประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะช่วงโลซีชั่นของจังหวัด

4.2.4 สำหรับความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวกับสภาวการณ์การลงทุนทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดสุราษฎร์ธานีในระยะที่ผ่านมาในช่วงนี้ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวทางทะเล โดยเฉพาะการบริการในรูปแบบของเรือสำราญ ซึ่งขณะนี้บริษัทใหญ่ 2 บริษัท (ดูภาคผนวก)

ที่นำเรือท่องเที่ยวขนาดใหญ่มาเล่นบริการแก่นักท่องเที่ยว โดยจะมีเส้นทางเดินเรือในแถบทะเลต่าง ๆ รวมทั้งมีเป้าหมายมุ่งสู่เกาะสมุยด้วย นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศอีกหลายราย ให้ความสนใจในการลงทุนธุรกิจประเภทนี้อย่างกว้างขวาง ซึ่งบางรายได้ดำเนินการที่จะนำเรือประเภทนี้เข้ามาให้บริการแล้ว

4.2.5 นอกจากธุรกิจประเภทเรือสำราญแล้ว ยังมีโครงการบริการเรือโดยสารชนิดใหม่ ๆ เช่น เรือระบบไฮโดรฟอยล์(ดูภาคผนวก) ที่จะมีเส้นทางวิ่งในเส้นทางกรุงเทพ ผ่านจังหวัดต่าง ๆ รวมทั้งที่สุราษฎร์และเกาะสมุย โครงการเรือเร็วบริการซึ่งเป็นเรือชั้นดีและติดเครื่องปรับอากาศทั้งลำวิ่งระหว่างเกาะสมุย-สุราษฎร์(ดูภาคผนวก) และต่อไปก็จะเพิ่มเส้นทางวิ่งระหว่างเกาะพะงัน-สมุย โครงการธุรกิจเรือยอร์ชให้เช่า โครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวทางเรือนี้ ได้มีผู้ยื่นโครงการต่อคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนไม่น้อยกว่า 10 ราย แต่ได้รับการส่งเสริมไป 5-6 รายเป็นเงินลงทุนตั้งแต่ 24.5 ล้านบาทจนถึง 187 ล้านบาท เป็นเรื่อนำเที่ยวขนาดใหญ่ 5 ลำและประเภทเรือยอร์ช 5 ลำ

4.2.6 สำหรับความคืบหน้าในด้านธุรกิจทางน้ำแล้ว ยังมีธุรกิจทางอากาศ ได้แก่ โครงการลงทุนประเภทเรือบินสะเทินน้ำสะเทินบก ที่มีจุดขึ้นลงในหลายจังหวัด และสำหรับที่เกาะสมุยจะมีจุดขึ้นลงที่บริเวณหาดเจวง และที่สุราษฎร์จะมีจุดขึ้นลงที่สนามบิน โครงการนี้ยังอยู่ในระหว่างการดำเนินการส่งเรื่องเข้าสู่การพิจารณาอนุมัติของส่วนราชการ ในด้านเครื่องบินโดยสารของสายการบินกรุงเทพฯ ที่เชื่อมโยงระหว่างเกาะสมุยและจังหวัดอื่น ๆ ได้กำหนดเป้าหมายในการเตรียมรับ-ส่ง ผู้โดยสารจากกรุงเทพ-สมุย หรือเที่ยวบินระหว่างสมุย-ภูเก็ต ซึ่งนอกจากจะช่วยให้การเดินทางรวดเร็วขึ้นแล้ว ยังมีส่วนช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากจังหวัดต่าง ๆ เดินทางมายังจังหวัดสุราษฎร์ธานีและเกาะสมุยเพิ่มมากขึ้นด้วย

4.2.7 โครงการลงทุนใหญ่ ๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจบริการ อาทิเช่น โครงการลงทุนในธุรกิจสถานที่พักผ่อนในช่วงเวลาที่ผ่านมา ซึ่งทางBOIได้ส่งเสริมโครงการลงทุนวงเงินไม่เกิน 100 ล้านบาทสำหรับธุรกิจที่พักแรมให้แก่เอกชน ปรากฏว่า ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีโครงการที่ได้รับการจัดสร้างจำนวน 2 ราย จัดอยู่ในลักษณะที่พักแรมแบบรีสอร์ท จำนวนห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง

5. สภาพ รูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.1 จากการประมาณการ

5.1.1 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคตมีความสำคัญต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ในปัจจุบันได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งทำให้การประมาณการทำได้สะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวที่พักตามสถานที่พักแรม ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางที่ไปพักแรมและอยู่ในท้องที่ซึ่งไม่ใช่แหล่งที่อยู่ของตนไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เชื่อมเขียนญาติมิตร ติดต่อธุรกิจหรือติดต่อราชการ

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย

1) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ใช้ข้อมูลระหว่าง 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 การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

หน่วย : ล้านคน

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

หมายเหตุ : ¹จากการประมาณการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดต่าง ๆ นั้น จะประมาณการ โดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไปพักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดต่าง ๆ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 โดยสมมติให้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวแยกตามจังหวัดคงที่ ซึ่งใน พ.ศ. 2530 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดสุราษฎร์ธานีเท่ากับร้อยละ 4.84 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แต่ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มีข้อหลังไม่มากนัก จึงยังไม่สามารถนำมาประมาณการโดยตรงได้ การศึกษานี้จึงได้ตั้งสมมติฐานว่า รายได้จากสาขาบริการของผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น (GPP) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละจังหวัด จากข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น พ.ศ. 2527-2530 พบว่า รายได้จากสาขาบริการโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี

ผลจากการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปรากฏว่า ใน พ.ศ. 2534 และ พ.ศ. 2539 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวเป็นจำนวน 792,034 คน และ 1,1166,926 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดสุราษฎร์

หน่วย : คน

พ.ศ.	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2532	446,645	232,320	678,965
2533	480,143	251,680	731,823
2534	516,154	275,880	792,034
2535	554,866	300,080	854,946
2536	596,481	329,120	925,601
2537	641,217	358,160	999,377
2538	688,308	392,040	1,081,348
2539	741,006	425,920	1,166,926

ที่มา : จากการคำนวณ

5.1.2 การประมาณการจำนวนห้องพักของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในอนาคต ได้ทำการประมาณการในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนห้องพักที่ต้องการ ในปีต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลประกอบที่จำเป็นต่อการคำนวณ มีดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่พำนักในสถานพักแรม จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉลี่ย ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะมีระยะเวลา 6 เดือน และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนเท่ากับร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งปี
2. จำนวนผู้เข้าพักแรมเฉลี่ยต่อห้อง จากการสำรวจที่ผ่านมา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อห้อง เท่ากับ 1.6 ในทุกจังหวัด
3. ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย กำหนดให้มีค่าคงที่โดยเท่ากับระยะเวลาพำนักเฉลี่ย จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใน พ.ศ. 2530
4. จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณในการศึกษานี้คิดจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นรายเดือน ดังนั้น จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณเท่ากับ 30 วัน
5. อัตราการเข้าพักเฉลี่ย กำหนดให้อัตราการเข้าพักที่เหมาะสมเท่ากับร้อยละ 75 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามกลุ่มที่พัก จะใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ที่เข้าพักแรมในจังหวัด โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม พ.ศ. 2530 ในการคำนวณ (ตารางที่ 5.3) และสมมุติว่า สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวนี้คงที่ ผลปรากฏว่า ใน พ.ศ. 2534 จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักแรมในกลุ่ม 4 (ราคาห้องเที่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท) 158,000 คน กลุ่ม 5 (ราคาห้องเที่ยวตั้งแต่ 200 บาท ลงมา) 275,000 คน สำหรับเกาะสมุยมีผู้เข้าพักแรมตามบังกาโลต่าง ๆ เป็นจำนวน 359,000 คน และใน พ.ศ. 2539 จะมีผู้เข้าพักแรมในกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 เป็นจำนวน 233,000 และคน 405,000 คน ตามลำดับ ส่วนบังกาโลเกาะสมุยจะมีผู้เข้าพักแรมทั้งสิ้น 529,000 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.3 แสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและระยะเวลาพักเฉลี่ย พ.ศ. 2530

กลุ่มที่พักแรม	สัดส่วนนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)	ระยะเวลาพักเฉลี่ย (วัน)
กลุ่มที่ 4 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท	20.00	2.0
กลุ่มที่ 5 ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาทลงมา	34.70	2.0
บังกาลีสมย	45.30	6.1
รวม	100.00	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 5.4 จำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในแต่ละกลุ่ม

หน่วย : ล้านคน

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
กลุ่มที่ 4	.136	.146	.158	.171	.185	.200	.216	.233
กลุ่มที่ 5	.236	.254	.275	.297	.321	.347	.754	.405
บังกาลี	.307	.331	.359	.387	.419	.453	.490	.529

ที่มา : จากการคำนวณ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาประมาณจำนวนห้องพักแรมที่ต้องการในแต่ละปี โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

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

โดยที่	R_i	=	จำนวนความต้องการห้องพักในปีที่คำนวณ
	T_i	=	จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด
	L	=	ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว
	N	=	จำนวนคนเฉลี่ยต่อห้อง
	O	=	อัตราการเข้าพักเฉลี่ย

จำนวนห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการจำแนกตามกลุ่มที่พักแรม แสดงในตารางที่ 5.5 ซึ่งจะพบว่า ใน พ.ศ. 2534 จะมีความต้องการห้องพักทั้งสิ้นเท่ากับ 1442 ห้อง จำแนกเป็นกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 จำนวน 880 ห้อง และ 1,527 ห้อง ตามลำดับ ส่วนที่เกาะสมุยจะมีความต้องการห้องพักเท่ากับ 6,079 ห้อง และเมื่อถึง พ.ศ. 2539 จะมีความต้องการห้องพักทั้งสิ้นเท่ากับ 1,941 ห้อง

ตารางที่ 5.5 แสดงจำนวนห้องพักที่ต้องการ

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
รวมทุกกลุ่ม	1,282	1,359	1,422	1,530	1,624	1,723	1,829	1,941
กลุ่มที่ 4	754	813	880	950	1,025	1,110	1,201	1,296
กลุ่มที่ 5	1,309	1,411	1,527	1,648	1,784	1,926	2,084	2,250
บังกालะสมุย	5,212	5,617	6,079	6,562	7,105	7,671	8,300	8,957

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักทั้งหมดในจังหวัดสุราษฎร์ เทียบกับจำนวนห้องพักที่มีอยู่เดิมใน พ.ศ. 2530 พบว่า ใน พ.ศ. 2531-2532 จะต้องมีความต้องการเพิ่มขึ้น 3,286 ห้อง โดยแยกเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม 5 จำนวนห้องพัก 184 และ 532 ห้อง ตามลำดับ สำหรับบังกालะสมุย ต้องการขยายห้องพักเพิ่มขึ้น 2,570 ห้อง เมื่อถึง พ.ศ. 2539 ต้องขยายห้องพักเพิ่มขึ้นทั้งหมด 918 ห้อง (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	จำนวนที่มีอยู่เดิม	จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น/ปี			
	2530	2532 ²	2534	2536	2539
รวมทุกกลุ่ม	3,989	3,286	645	757	918
กลุ่มที่ 4	570	184	67	78	95
กลุ่มที่ 5	777	532	116	136	166
บังกลาโลเกาะสมุย	2,642	2,570	462	543	657

หมายเหตุ : ² จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น จาก พ.ศ. 2530

ที่มา : จากการคำนวณ

5.2 จากการสำรวจ

5.2.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์ร้อยละ 45.45 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 54.54 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่สัมภาษณ์เจาะจงเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาสุราษฎร์ธานีเพื่อวัตถุประสงค์ของการมาเที่ยวหรือพักผ่อน จากการสำรวจพบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และลักษณะของการเดินทางมานั้นจะมากับเพื่อนหรือครอบครัวมากกว่ามากับกรุ๊ปทัวร์หรือมาลำพังคนเดียว

อายุโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มาสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นหนุ่มสาวที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาก็จะเป็นกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ดังนั้นสถานภาพจึงเป็นโสดมากกว่าสมรสแล้ว และนักท่องเที่ยวที่สัมภาษณ์ส่วนมากจัดได้เป็นสองกลุ่มคือกลุ่มที่ไม่ได้ทำงาน และกลุ่มที่ทำงานแล้ว และมักจะประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือไม่ก็ทำงานบริษัทมากกว่ารับราชการ ส่วนที่ยังศึกษาอยู่มีบ้างแต่ไม่มากนัก สำหรับระดับการศึกษามีมากตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษา และส่วนใหญ่จะอยู่ในชั้นปริญญาตรี รายได้ครอบครัวของนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยร้อยละ 78.67 มีรายได้ต่ำกว่าเดือนละ 10,000 บาท และในจำนวนนี้ กว่า 90 เปอร์เซ็นต์เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่หากจะพิจารณารายได้ของนักท่องเที่ยวแยกตามสัญชาติแล้ว พบว่ารายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จะสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ร้อยละ 28.33 จะมีรายได้ครอบครัวตั้งแต่ 10,000-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 23.34 จะมีรายได้ครอบครัวมากกว่า 30,000 จนถึง 50,000 บาทต่อเดือน

5.2.2 ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

การสำรวจของคณะวิจัย ได้ออกสำรวจเฉพาะบริเวณพื้นที่ศึกษาที่กำหนดสำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานีแบ่งพื้นที่สำรวจออกเป็น 5 บริเวณ คือ

- ในตัวอำเภอเมือง
- บ้านหมูเรียง
- วัดพระธาตุไชยา
- สวนโมกขพลาราม
- เกาะสมุย

จำนวนนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจของจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวนรวม 110 คน ผลจากการสำรวจปรากฏว่า บริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากที่สุดคือ ที่เกาะสมุย คิดเป็นร้อยละ 90.91 โดยจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมดตั้งใจที่จะเดินทางมาสุราษฎร์ธานีเพื่อจะไปยังเกาะสมุย คิดเป็นร้อยละ 98.33 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 82.00 บริเวณที่นักท่องเที่ยวจะไปมาก เป็นอันดับรองลงมาคือ ในตัวอำเภอเมืองคิดเป็นร้อยละ 41.82 จุดที่อยู่ในข่ายศึกษาที่พบว่ามีนักท่องเที่ยวไปน้อยที่สุด คือ ที่บ้านหมูเรียงมีนักท่องเที่ยวจะไปเพียงร้อยละ 14.55 และที่น่าสังเกตคือ นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งสิ้น สำหรับบริเวณอื่น ๆ ที่อยู่นอกข่ายการศึกษาและพบว่ามีนักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางไปเรียงตามลำดับความต้องการ ได้แก่ เกาะพะงัน หมู่เกาะอ่างทอง เขื่อนเชี่ยวหลาน เกาะเต่า และอื่น ๆ

ในบริเวณจุดสำรวจทั้ง 5 จุดนี้ นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาอยู่ในแต่ละแห่งแตกต่างกันไป ซึ่งพอสรุปได้ว่า การใช้เวลาอยู่ในตัวอำเภอเมืองทั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่วนมากจะอยู่ประมาณ 1 วัน จุดที่ 2 คือ ที่บ้านหมูเรียงจะใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกินครึ่งวัน แต่ส่วนใหญ่จะอยู่เพียง 1-2 ชั่วโมงเท่านั้น จุดที่ 3 คือ ที่วัดพระธาตุไชยาหากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมงจนถึง 1 วันส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ใช้เวลาอยู่ประมาณ 1-2 ชั่วโมง และกลุ่มที่อยู่ทั้งวัน จุดที่ 4 คือ ที่สวนโมกขพลาราม ซึ่งในขณะที่ยังสำรวจพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นชาวไทย ร้อยละ 75.00 จะใช้

เวลาอยู่ไม่น้อยกว่าครึ่งวัน ส่วนที่ตั้งใจจะมาแวะพักเพื่อถือศิลวิปัสสนาเกินกว่า 2 วัน มีจำนวน ร้อยละ 15.00 จุดสุดท้าย คือที่เกาะสมุย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการแวะพัก และท่องเที่ยวเกินกว่า 2 วัน (ตารางที่ 24)

สำหรับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวเพื่อจะแวะเที่ยวยังจุดต่าง ๆ นั้น มีเหตุผลแตกต่างกันออกไป คือ ที่ในตัวอำเภอเมืองเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมและการเดินทางสะดวกเป็นเหตุผลหลัก ที่บ้านหมูเรียงนักท่องเที่ยวมีความประสงค์เพื่อจะไปชมธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมเป็นส่วนใหญ่ ที่วัดพระธาตุไชยยานักท่องเที่ยวไทยร้อยละ 81.82 ต้องการไปเพื่อชมโบราณสถาน/ประวัติศาสตร์ ร้อยละ 27.27 ต้องการไปเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 50.00 ต้องการไปเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม ที่เหลือไปเพื่อจุดประสงค์อื่น ที่สวนโมกขพลารามนักท่องเที่ยวที่ไปเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม เพื่อชมธรรมชาติเป็นอันดับรองลงมา แต่ที่ไปเพื่อชมโบราณสถานและประวัติศาสตร์และเห็นว่าการเดินทางสะดวกก็มีไม่น้อย ที่เกาะสมุยนั้น ไม่ว่าจะ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศก็ตามมุ่งหวังไปเพื่อชมธรรมชาติกันมากส่วนเหตุผลอื่นก็มีบ้าง คือสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเห็นว่าการเดินทางไปค่อนข้างสะดวกเป็นเหตุผลอันดับรองลงไป ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสบายว่ามีมากเป็นเหตุผลรองลงไป

5.2.3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจต่าง ๆ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

(1) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม

การพักแรมในหน้าที่ศึกษาทั้ง 5 จุด มีเพียง 2 จุด คือที่ในตัวอำเภอเมืองและที่เกาะสมุย ซึ่งมีศักยภาพในการแวะพักของนักท่องเที่ยว แต่สำหรับที่สวนโมกขพลารามก็เป็นจุดที่สามารถแวะพักได้ แต่ส่วนใหญ่มักเป็นนักท่องเที่ยวที่แวะพักเพื่อหาความสงบหรือต้องการมาถือศิลและนั่งวิปัสสนาสมาธิ

การสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวที่แวะในตัวเมืองที่เป็นชาวไทย ร้อยละ 64.52 จะแวะพักแรม และจะพักในโรงแรมร้อยละ 58.06 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่แวะพักแรมกันในตัวเมืองมีเพียงร้อยละ 33.33 และเกือบทั้งหมดจะพักกันในโรงแรม สำหรับนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย เนื่องจากที่พักแรมบนเกาะสมุยส่วนใหญ่เป็นสิ่งปลูกสร้างประเภทบังกาโล/บ้านพัก ดังนั้นร้อยละ 98.28 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและร้อยละ 54.29 ของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยจะพักแรมบังกาโล/บ้านพัก ส่วนที่พักแรมประเภทโรงแรมจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยไปพักมากกว่าชาวต่างประเทศ (ตารางที่ 25)

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่พักแรมที่ตนไปพักนั้น ด้านที่พักแรมในตัวเมือง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเมื่อเปรียบเทียบเกณฑ์ความพอใจทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศแล้ว เห็นว่าจะมีความพอใจในระดับค่อนข้างพอใจและพอใจมาก ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวที่มักบนเกาะสมุยจะรู้สึกค่อนข้างพอใจเป็นส่วนใหญ่

(2) ความนิยมและทัศนคติที่นักท่องเที่ยวมีต่อบริการเจ้าหน้าที่และบริการขนส่ง

จากการสำรวจพบว่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวไม่ได้ใช้บริการเจ้าหน้าที่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริการเจ้าหน้าที่ที่มีในจังหวัดมีจำนวนน้อย เท่าที่พบของการใช้บริการมักจะอยู่ในรูปของบริการจองตั๋ว ส่วนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเจ้าหน้าที่ในตัวอำเภอเมืองร้อยละ 12.90 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่นักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่มีเลย สำหรับที่เกาะสมุยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 17.14 นักท่องเที่ยวต่างประเทศร้อยละ 1.72 และนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเจ้าหน้าที่เพื่อไปยังวัดพระธาตุไชยา และที่สวนโมกขพลารามมีร้อยละ 18.18 และร้อยละ 25.00 ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด (ตารางที่ 26)

ด้านความพอใจจากบริการเจ้าหน้าที่ที่นักท่องเที่ยวได้รับในแต่ละบริเวณทั้ง 5 จุดที่สำรวจ พบว่า มีแนวโน้มในด้านบวก แต่อย่างไรก็ตามในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สัมภาษณ์ได้ในแต่ละแห่ง มีความรู้สึกเพียงเฉย ๆ ในสัดส่วนสูงที่สุด

เกี่ยวกับเรื่องพาหนะหรือบริการขนส่งที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ภายในตัวอำเภอเมืองร้อยละ 41.94 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและร้อยละ 40.00 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะเดินทางโดยรถประจำทางร้อยละ 38.71 และร้อยละ 46.67 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศจะเดินทางโดยรถรับจ้างสาธารณะ และอีกจำนวนร้อยละ 25.81 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้รถส่วนบุคคล แต่สำหรับชาวต่างประเทศร้อยละ 20.00 จะมาเดินทางโดยรถทัวร์ ส่วนการเดินทางไปบ้านหมูเรียงนักท่องเที่ยวจะไปโดยรถส่วนบุคคล มีบ้างที่เช่ารถไปหรือไปกับรถทัวร์ ในการไปยังวัดพระธาตุไชยาของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีทั้งไปโดยรถเช่ารถประจำทาง หรือรถส่วนบุคคล จำนวนเท่า ๆ กัน ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ไปจะไปกับรถประจำทางหรือโดยสารไปกับพาหนะอื่น ส่วนการเดินทาง

ไปสวนโมกขพลารามร้อยละ 60 ไปโดยรถส่วนตัวและรถทัวร์ ที่ไปโดยรถรับจ้างและรถเช่ามีจำนวนร้อยละ 20 สำหรับที่เกาะสมุย ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะใช้บริการของรถประจำทาง ส่วนการเดินทางลักษณะอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยการใช้รถส่วนบุคคลและรถเช่า แต่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มักจะอาศัยรถเช่าหรือรถทัวร์ (ตารางที่ 27)

ในด้านของความพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากบริการขนส่งหรือพาหนะที่ใช้ สำหรับการเดินทางในตัวอำเภอเมืองจะอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวค่อนข้างพอใจและนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีความรู้สึกพอใจสูงกว่า การเดินทางไปบ้านนมเรียง นักท่องเที่ยวมีความพอใจต่อพาหนะที่ใช้ค่อนข้างสูงทั้งนี้เพราะส่วนมากจะไปโดยรถส่วนตัวซึ่งให้ความสะดวกสบายในการเดินทางอยู่แล้ว สำหรับการเดินทางไปยังวัดพระธาตุ สวนโมกขพลาราม และที่เกาะสมุย พบว่าเกณฑ์ความพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับอยู่ในระดับที่ค่อนข้างพอใจเช่นเดียวกัน

(3) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

การแวะรับประทานอาหารสำหรับบริเวณวัดพระธาตุไชยา บ้านนมเรียงและที่สวนโมกขพลาราม ของนักท่องเที่ยวมีบ้างเป็นส่วนน้อยทั้งนี้เพราะในบริเวณดังกล่าว ร้านอาหารที่มีบริการอยู่ เป็นร้านอาหารประเภทเฟิงชายอาหารและร้านขนาดเล็ก ซึ่งเป็นร้านของชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียงเข้าไปตั้งชายและมีเพียงไม่กี่ร้านเท่านั้น แต่สำหรับในตัวอำเภอเมือง พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 67.74 จะเลือกทานอาหารในร้านอาหารทั่ว ๆ ไป แต่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศร้อยละ 46.67 จะเลือกทานอาหารจากร้านประเภทภัตตาคารมากกว่า สำหรับที่เกาะสมุย นักท่องเที่ยวชาวไทยจะนิยมทานอาหารจากร้านอาหารทั่วไปมากที่สุด รองลงไป คือ รับประทานอาหารจากร้านอาหารในโรงแรมและเฟิงชายอาหาร ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเลือกรับประทานจากร้านประเภทภัตตาคารมากที่สุด รองลงไป คือ รับประทานอาหารทั่วไปและเฟิงชายอาหาร (ตารางที่ 28)

ในทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากบริการร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารในเมือง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อเทียบกับความพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบนเกาะสมุยได้รับ ความพอใจต่อบริการร้านอาหารบนเกาะสมุยจะมีมากกว่า และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยความพอใจที่ได้รับของทั้งสองแห่งจะมีระดับใกล้เคียงกัน

(4) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจสันทนาการและบันเทิง

ประเภทของแหล่งบันเทิงหรือธุรกิจสันทนาการของพื้นที่ศึกษามีอยู่ใน 2 บริเวณ คือ ที่ในตัวอำเภอเมืองและที่เกาะสมุย สำหรับที่ในตัวอำเภอเมือง พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจไปใช้บริการกันน้อยคือร้อยละ 61.29 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และร้อยละ 80.00 ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปใช้กันมักเป็นกลุ่มที่หาความบันเทิงจากดิสโก้เทค บาร์เบียร์และการแสดงโชว์ ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะนิยมไปบาร์เบียร์เพียงแหล่งเดียว หากพิจารณาถึงนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย นักท่องเที่ยวชาวไทยจะนิยมไปใช้แหล่งบันเทิงประเภทเดียวกันกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในตัวอำเภอเมือง และในทำนองเดียวกัน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบนเกาะสมุย ก็จะนิยมหาความบันเทิงจากแหล่งบันเทิงประเภทบาร์เบียร์มากที่สุด แต่ก็ยังมีบางกลุ่มที่เลือกไปใช้บริการจากดิสโก้เทคและการแสดงโชว์

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่ามีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศบางกลุ่มที่ใช้บริการจากเครื่องเล่นทางน้ำ คือร้อยละ 8.57 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และร้อยละ 15.52 ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 29)

ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อบริการที่ได้รับ ทั้งในตัวอำเภอเมืองและที่เกาะสมุย จะอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

(5) ความนิยมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

ความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกในตัวอำเภอเมืองสุราษฎร์ มีเพียงร้อยละ 26.67 และมักจะเลือกซื้อจากร้านค้าทั่วไปมากกว่าแผงลอยหรือศูนย์การค้า ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีความสนใจที่จะเลือกซื้อสินค้ามากกว่า คือร้อยละ 45.16 จะซื้อสินค้าที่ระลึก และมักจะเลือกซื้อจากร้านค้าทั่วไปและจากศูนย์การค้า/ตลาดนัดที่บ้านหมูเรียงซึ่งเป็นแหล่งที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับผ้าไหมทอของหมูเรียง ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่ไปร้อยละ 80.00 จะซื้อสินค้าที่ระลึกจากร้านค้าซึ่งมีอยู่เพียง 3-4 ร้านในบริเวณนั้นติดมือกลับมาด้วย แต่ที่วัดพระธาตุ และที่สวนโมกขพลารามมีนักท่องเที่ยวแวะซื้อของจากร้านค้าประเภทแผงลอย/เพิงที่มีอยู่ตามสองข้างทางบ้าง ส่วนที่ เกาะสมุย เมื่อพิจารณาแล้วกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวทั้งซื้อสินค้าแต่อีกทั้งหนึ่ง ไม่ได้ซื้อกลุ่มที่ซื้อก็นิยมซื้อจากร้านค้าทั่วไป เพราะจากการสำรวจพบว่าธุรกิจร้านขายของที่ระลึกโดยมากจะเป็นร้านเล็ก ๆ และสินค้าที่จำหน่ายก็มักจะเป็นประเภทเสื้อผ้า หรือ

ของใช้จำเป็นที่นักท่องเที่ยวอาจต้องการใช้ขณะอยู่บนเกาะมากกว่าซื้อติดมือกลับบ้าน (ตารางที่ 30)

เกณฑ์ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีต่อธุรกิจขายสินค้าที่ระลึกค่อนข้างพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเล็กน้อย แต่เมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อธุรกิจบริการในตัวอำเภอเมืองและที่เกาะสมุยแล้ว พบว่า ความพอใจของนักท่องเที่ยวในตัวอำเภอเมืองมีระดับสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เกาะสมุยเล็กน้อย สำหรับบริการขายของที่ระลึกในบริเวณอื่น ๆ นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการมีทั้งที่รู้สึกเฉย ๆ หรือค่อนข้างพอใจเล็กน้อย

5. 2. 4 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวร้อยละ 54.28 ไม่ขอแสดงความคิดเห็น และในส่วนที่แสดงความคิดเห็นพอสรุปได้ว่า ในบริเวณตัวอำเภอเมือง นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มในเรื่องของบริการที่พักและสินค้าที่ระลึกค่อนข้างมาก ส่วนบริการอื่นที่ต้องการในอันดับรอง ๆ ลงไปได้แก่บริการด้านอาหาร บริการด้านการขนส่งและการรักษาความสะอาด ที่บ้านหมูเรียงนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมในเรื่องธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกมากที่สุด นอกจากนี้จะเป็นความต้องการเกี่ยวกับบริการด้านการขนส่ง ร้านอาหาร และการรักษาความสะอาด ที่วัดพระธาตุและที่สวนโมกขพลาราม นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้เพิ่มในเรื่องที่คล้ายคลึงกัน คือเกี่ยวกับเรื่องบริการร้านอาหารมากที่สุด ในด้านการรักษาความสะอาดและการรักษาสภาพธรรมชาติในลำดับรองลงไป แต่ที่วัดพระธาตุไชยา นักท่องเที่ยวยังต้องการให้มีบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ด้านการอนุรักษ์และด้านความปลอดภัยเพิ่มขึ้นด้วย (ตารางที่ 31)

เมื่อได้เปรียบเทียบกันระหว่างความเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความเพียงพอของธุรกิจต่าง ๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้กับศักยภาพของแต่ละบริเวณจะสามารถรองรับได้ พอสรุปได้ว่าในอำเภอเมือง นักท่องเที่ยวเห็นว่าธุรกิจประเภทร้านขายสินค้าที่ระลึกยังมีค่อนข้างไม่เพียงพอ ไม่ว่าจะในรูปแบบการบริการหรือจำนวนธุรกิจ เมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ นักท่องเที่ยวเห็นว่ามิอยู่ในระดับปานกลาง ที่บ้านหมูเรียง เมื่อเปรียบเทียบจากเหตุผลและทัศนะของนักท่องเที่ยว บริการนำเที่ยวและยานพาหนะที่ใช้เดินทางยังมีไม่เพียงพอ ในขณะที่วัดพระธาตุไชยานักท่องเที่ยวเห็นว่าบริการนำเที่ยวยังอยู่ในระดับต่ำมาก ส่วนที่สวนโมกข์ก็น่าจะมีบริการขนส่งให้มากกว่านี้ แต่ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวบนเกาะสมุย เห็นว่าธุรกิจต่าง ๆ ที่มีอยู่บนเกาะสมุย จะอยู่ในระดับปานกลางไม่สูงนักและในขณะเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างธุรกิจต่าง ๆ จะเห็นว่าธุรกิจประเภทร้านอาหาร และธุรกิจสันตนาการ ยังอยู่ในระดับที่มีต่ำกว่าธุรกิจอื่น ๆ เล็กน้อย

6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานี/เกาะสมุย

6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

6.1.1 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวใน 5 บริเวณของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรูปแบบและความสามารถที่จะลงทุนธุรกิจประเภทต่าง ๆ จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ รวม 67 ราย เป็นผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจสหนาการ ส่วนนักท่องเที่ยวจำนวน 182 ราย แต่มีผู้ประกอบการที่เสนอข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้รวม 18 ราย และนักท่องเที่ยวอีก 97 ราย

6.1.2 ความคิดเห็นต่อการลงทุนในพื้นที่ฝั่งแผ่นดินใหญ่(บริเวณจุดสำรวจที่ 1-4) การให้ทัศนะที่ค่อนข้างมีน้ำหนัก และเป็นศักยภาพการลงทุนที่เป็นไปได้ ปรากฏว่า การลงทุนที่มีผู้เสนอมากที่สุด คือ ธุรกิจสถานที่พักผ่อนในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี รองลงมา คือ ธุรกิจเพื่อการสหนาการและสิ่งสำคัญที่ควรจะได้รับการพัฒนาปรับปรุง คือ ธุรกิจขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานด้านบริการการคมนาคมขนส่งถนนและรถโดยสารภายในตัวจังหวัด ทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่บ้านนมเรียงตามความคิดเห็นที่ได้รับ ควรจะเป็นการลงทุนและปรับปรุงที่เกี่ยวกับธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจบริการร้านอาหาร

6.1.3 และสำหรับบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่เกาะสมุย หากมองจากความคิดเห็นที่หลากหลายของบุคคลหลายวงการ พบว่า ต่างก็มีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันมากที่สุด ในการลงทุนที่เกี่ยวกับเรื่องการให้บริการชาวสารแก่นักท่องเที่ยว แต่เมื่อเปรียบเทียบทั้งด้านจำนวนและความหลากหลายของผู้ตอบ พบว่าธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและน่าลงทุนมาก รองลงมาคือธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจเพื่อการสหนาการ ธุรกิจนำเที่ยว สำหรับสิ่งที่ต้องพัฒนาปรับปรุงอย่างมากบนเกาะสมุย คือ การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย

6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูล การวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ

6.2.1 การลงทุนในส่วนฝั่งแผ่นดินใหญ่

(1) การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม อาศัยจากข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากการศึกษา และทัศนคติที่สำรวจได้ กอปรกับผังโครงสร้างของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีโครงการส่งเสริม

อุตสาหกรรมรายพื้นที่ซึ่งพิจารณาจากเกณฑ์ของเส้นทางคมนาคม วัตถุประสงค์ ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชุมชนในปัจจุบันและอนาคต และขอบเขตการปกครอง ได้เสนอแนะให้มีการลงทุนประเภทอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกลุ่มที่ประกอบด้วยเขตอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี อำเภอพนมหิน อำเภอกาญจนดิษฐ์ และอำเภอดอนสัก จากสภาพของธุรกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและสภาพพื้นฐานแวดล้อม จัดว่ากลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับกลุ่มท่องเที่ยวอื่น ๆ ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวได้ทุกระดับ แต่เมื่อพิจารณาถึงสภาพธุรกิจที่พักแรมที่ตั้งอยู่ในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมืองแล้ว จะเป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กระดับ C3 เกือบทั้งหมด อีกทั้งเป็นโรงแรมเก่าที่มีอายุการก่อสร้างเฉลี่ยกว่า 7 ปีขึ้นไป ดังนั้นจึงมีข้อจำกัดในด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ และการชักจูงใจหรือสร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักแรม ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่าศักยภาพและโอกาสลงทุนสำหรับที่พักแรมในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีซึ่งประกอบด้วยอำเภอต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วนี้ ควรจะเป็นการลงทุนที่พักแรมที่มีขนาดใหญ่ มีห้องพักไม่ต่ำกว่า 200 ห้อง ประกอบด้วยส่วนประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครัน มีบริการที่จำเป็น อาทิเช่น รถบริการรับส่งให้แก่นักท่องเที่ยว บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourist Information Service) บริการด้านโทรคมนาคมประเภทโทรศัพท์ทางไกล แฟกซ์(Fax) เพื่อรองรับความต้องการของแขกที่มาพักและต้องการติดต่อทางธุรกิจ

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอแนะมีดังนี้

- 1) การมีมาตรการในการสนับสนุนโครงข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจัดให้กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีให้เป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอื่น
- 2) โครงการปรับปรุงข่ายคมนาคมทุกระดับทั้งทางถนน รถไฟ ทางน้ำและทางอากาศ ให้สามารถบริการแก่นักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นในอนาคต เท่ากับว่าความต้องการต่อการพักแรมย่อมมีเพิ่มขึ้นด้วย
- 3) โครงการสนับสนุนการลงทุนประเภทที่พักแรมของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 4) ผลประโยชน์อันเกิดจากแผนการเชื่อมโยงภาคใต้กับนานาชาติ ซึ่งทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดหนึ่งที่จะมีศักยภาพ และเป็นเมืองท่าทางชายฝั่งตะวันออก ที่สามารถเชื่อมโยงกับประเทศต่าง ๆ คือ กัมพูชา เวียดนาม มัลดีปัส รวมทั้งจังหวัดในภาคกลางของประเทศ
- 5) ผลประโยชน์อันเกิดจากการสร้างถนนหรือทางรถไฟเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดทางแถบชายฝั่งทะเลด้านตะวันตก ไม่ว่าจะเป็นการสร้างถนนเชื่อมระหว่าง จังหวัดภูเก็ต - สุราษฎร์ธานีหรือสายที่เชื่อมระหว่าง กระบี่-สุราษฎร์ธานี รวมทั้งการสร้างทางรถไฟเชื่อม

ระหว่างจังหวัดตรัง-สุราษฎร์ธานี ซึ่งโครงการสร้างโครงข่ายเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดนี้ เพื่อรองรับมาตรการการพัฒนาให้จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีบทบาทสำคัญในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม ศูนย์กระจายสินค้าและเมืองศูนย์กลางเพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมฝั่งอ่าวไทยและเชื่อมโยงกับพื้นที่อุตสาหกรรมชายฝั่งตะวันออก ดังนั้นย่อมทำให้เกิดความต้องการต่อสถานที่พักแรมจากผู้ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมและต้องเดินทางเข้ามาติดต่อธุรกิจในจังหวัด

6) การคาดการณ์ของความต้องการและจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตว่าจะมีนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ที่สูงขึ้น มีความสามารถในการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และมีความต้องการพักแรมในสถานที่ที่สามารถให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน

(2) การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว เนื่องจากสภาพธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดนำเที่ยวที่ได้จากการสำรวจนั้น มักจะเป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นเพียงนายหน้าขายตัวจำนวนไม่น้อย ไม่มีธุรกิจบริการของตนเอง ส่วนผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการนำเที่ยวเองนั้น มีไม่มากนัก และกิจการก็เป็นเพียงธุรกิจขนาดเล็ก ส่วนใหญ่มีบริการรถเช่า และมีโปรแกรมการจัดนำเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังมีเพียงไม่กี่รายเท่านั้นที่มีบริการเรือเช่าหรือเรือนำเที่ยวขนาดเล็ก แนวทางเสนอแนะสำหรับการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ คือ ควรเป็นกิจการที่เน้นการนำเที่ยวทางทะเล โดยมีสำนักงานของกิจการตั้งอยู่ที่ในตัวจังหวัดสุราษฎร์และที่เกาะสมุย และในขณะเดียวกันก็ยังสามารถให้บริการจัดนำเที่ยวภายในจังหวัด โดยรถตู้หรือรถโดยสารขนาดเล็ก ซึ่งมีอยู่อย่างมากมายเพราะจากการสำรวจในแหล่งท่องเที่ยวหลายจุด ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมักจะต้องเดินทางไปกันเองทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจากบริการนำเที่ยวที่มีอยู่ภายในจังหวัดขณะนี่ยังเป็นธุรกิจที่ไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนทำให้เกิดความไม่แน่ใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังไม่เพียงพอ และยังไม่มีการจัดนำเที่ยวในจุดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการจะไป ทั้งนี้มีส่วนที่เกิดจากสภาพการคมนาคมไปยังจุดท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายนี้ไม่สะดวกเท่าที่ควร สภาพถนนไม่ดี

สำหรับธุรกิจนำเที่ยวทางทะเลนั้น ควรจะเป็นการนำเที่ยวโดยเรือนำเที่ยวที่มีสมรรถนะและความปลอดภัยที่ดีขึ้นกว่ารูปแบบที่เป็นเรือประมงหรือเรือหาปลาที่มีบริการในปัจจุบัน นอกจากนี้ควรจัดรูปแบบบริการให้เป็นมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ เพราะจากสภาพปัจจุบันผู้ประกอบการบางรายถือโอกาส ขูดรีดราคาค่าโดยสารจากนักท่องเที่ยว หรือจัดเก็บค่าบริการและวิธีการให้บริการแต่ตนจะเห็นสมควร ส่วนเส้นทางการจัดนำเที่ยว อาจเป็นโปรแกรมการจัดนำเที่ยวไปยังบริเวณที่สวยงามหลาย ๆ แห่ง ทั้งในตัวเกาะต่าง ๆ ในบริเวณใกล้เคียง

เหตุผลที่สนับสนุนข้อเสนอมีดังนี้

1) ความคิดเห็นจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวบางส่วน จากการสำรวจ ณ แหล่งท่องเที่ยวที่เกาะสมุย ว่าควรจะสนับสนุนการลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจการนำเที่ยวที่เกาะสมุย

2) ข้อเสนอแนะและผลการศึกษาที่มีพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล กรณีตัวอย่างของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่เกี่ยวกับธุรกิจการจัดบริการนำเที่ยวซึ่งยังไม่แพร่หลาย รวมทั้งยังไม่เหมาะสมกับจำนวนทรัพยากรการท่องเที่ยวของเกาะสมุย น่าจะมีการส่งเสริมให้มีการลงทุนในธุรกิจนี้

3) จากผลการศึกษาของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทย ทำให้ทราบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดนำเที่ยวและดำน้ำตื้นปะการังในทะเล ในบริเวณเกาะแก่งต่าง ๆ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวนถึง 2160 คน/เดือน ในช่วง 4 เดือน ซึ่งเป็นช่วงฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ อันเป็นฤดูกาลที่เหมาะสมแก่การดำน้ำ และนักท่องเที่ยวจำนวนนี้ก็เพียงส่วนหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการใช้บริการนำเที่ยวทางทะเลของจังหวัด รวมทั้งยังไม่ได้นับถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นได้อีกมาก ดังนั้น การลงทุนสำหรับธุรกิจประเภทนี้ในรูปแบบที่ใหม่ขึ้นและมีมาตรฐานความสะดวกปลอดภัยที่เพิ่มขึ้น ย่อมมีความเป็นไปได้อย่างมาก ที่จะสามารถดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปซึ่ง เกาะสมุยและจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น

4) มีนโยบายและแผนการพัฒนาของรัฐ รองรับในประเด็นที่เกี่ยวกับการกำหนดให้การท่องเที่ยวทางทะเลเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติ รวมถึงประเด็นที่กำหนดให้เมืองสุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางการคมนาคมและบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด และจัดให้เกาะสมุยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเล

(3) การลงทุนในการสร้างท่าเทียบเรือ ซึ่งเป็นบริการที่สามารถรองรับโครงข่ายการคมนาคมทางน้ำ อาจจะเป็นการลงทุนโดยภาคเอกชนหรือร่วมมือกันทั้ง 2 ฝ่าย และควรเป็นท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ สามารถรองรับเรือท่องเที่ยวขนาดใหญ่หรือเรือบรรทุกสินค้าทั้งที่เดินทางมาจากประเทศอื่น หรือเป็นเรือของผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศ เช่น ประเภทเรือสำราญขนาดใหญ่ เป็นต้น ทั้งนี้การก่อสร้างท่าเรือดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ขอคำปรึกษาและพิจารณาจากกรมเจ้าท่าและเมื่อสร้างเสร็จจะต้องให้กรมเจ้าท่าส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปดูแล และให้คำปรึกษาโดยคิดเป็นค่าบริการส่งเข้ากรมเจ้าท่า

ท่าเทียบเรือดังกล่าวอาจเป็นท่าเทียบเรือที่สร้างขึ้นในบริเวณชายฝั่งแผ่นดินใหญ่ของตัวจังหวัด หรือบริเวณชายฝั่งของเกาะสมุย ทั้งนี้โดยต้องคำนึงถึงสภาพการคมนาคมติดต่อทั้ง

ทางบกและทางน้ำ ที่จะสะดวกและมีประโยชน์ใช้สอยและการลงทุนที่คุ้มค่า จำเป็นต้องมีการศึกษา และพิจารณาให้รอบคอบก่อน

เหตุผลที่สนับสนุนในการลงทุนธุรกิจประเภทนี้

- 1) การมีนโยบายและแผนของคณะกรรมการประสานแผนขนส่งทางน้ำ ซึ่งกระทรวงมหาดไทยรองรับ ในการสนับสนุนให้เอกชนมีส่วนร่วมในการลงทุนเพื่อรับทำเรือให้มีความสามารถรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่
 - 2) การสร้างท่าเรือจะทำให้ผู้ลงทุนได้รับประโยชน์จากการลงทุนที่ติดกับท่าเรือ เช่น การสร้างศูนย์การค้า ร้านอาหาร ฯลฯ
 - 3) การส่งเสริมการลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวทางทะเล โดยเฉพาะเรือสำราญขนาดใหญ่ ซึ่งมีผู้สนใจลงทุนประกอบธุรกิจประเภทนี้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งที่เป็นธุรกิจที่ต้องทุ่มงบประมาณจำนวนมหาศาล ย่อมเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงอนาคตการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทยยังไปได้อีกไกล แต่ผู้ลงทุนจะต้องอยู่ในลักษณะต้องช่วยเหลือตนเองตลอดเวลาและประสบปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานของท่าเทียบเรือเพื่อรองรับการท่องเที่ยวซึ่งปัจจุบันแทบจะไม่มีเลย ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าท่าเทียบเรือแห่งนี้จะต้องเป็นท่าเทียบเรือที่ผู้ประกอบการเดินเรือทั้งหลายมุ่งหวังที่จะมาใช้บริการจอดเทียบท่าเรือของตน
 - 4) นิจรรณาจากสถานการณ์ การท่องเที่ยวทางทะเลโดยเรือท่องเที่ยวขนาดใหญ่จากหลายประเทศได้ ซึ่งมีความต้องการเดินทางมายังประเทศไทยโดยจัดให้มีโปรแกรมการนำเที่ยวมายังเกาะสมุย/สุราษฎร์ธานีมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แต่ก็ติดปัญหาของการขาดมาตรฐานของท่าเทียบเรือ ดังนั้นการจัดสร้างท่าเทียบเรือขนาดใหญ่จะเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้นานาชาติมีความสนใจที่จะแวะมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้น
 - 5) การสร้างท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ในบริเวณชายฝั่งสุราษฎร์ธานี จะทำให้จังหวัดกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางทะเลในระดับประเทศ และระดับชาติ
- (4) การลงทุนที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อการสัญนาการ โดยเฉพาะในรูปแบบใหม่ที่ยังไม่แพร่หลาย คือ ธุรกิจการให้บริการเพื่อการสัญนาการทางน้ำ อันเป็นบริการอุปกรณที่ให้เช่าเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาพักผ่อนอยู่เป็นเวลานานๆ เช่น อุปกรณเพื่อการประดาน้ำ แผ่นกระดานโต้คลื่น เรือใบ สกูตเตอร์ สกีนน้ำ และอุปกรณกีฬาชายหาดที่แปลกใหม่ที่เกี่ยวข้อง เพราะสถานที่ให้บริการในขณะนี้มิได้อยู่ไม่กี่แห่งและยังไม่แพร่หลาย ส่วนมากเป็นบริการที่เจ้าของที่พักขนาดใหญ่มีไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาพัก อุปกรณที่มีบริการก็มีอยู่เพียงไม่กี่ชนิด

ลักษณะและรูปแบบของการลงทุนธุรกิจประเภทนี้ ควรจะอยู่ในบริเวณที่จัดไว้เพื่อ การให้เช่าโดยเฉพาะมีสถานที่แน่นอน มีอุปกรณ์ให้เลือกหลายชนิด ผู้ประกอบการควรจัดหาผู้ที่มี ประสบการณ์และความชำนาญไว้คอยให้คำปรึกษา สาธิต และแนะนำวิธีการใช้อุปกรณ์แต่ละชนิดแก่นักท่องเที่ยวและผู้มาใช้บริการ การตั้งหรือกำหนดราคาจะต้องยุติธรรมและมีหลักเกณฑ์ที่แน่นอน สำหรับอุปกรณ์ที่ให้เช่าบางชนิดที่มีเครื่องขนส่งเสียงดัง ทำลายบรรยากาศและกระทบถึงความ ปลอดภัยของนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เล่นน้ำอยู่ริมหาดนั้น ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจควรจัดบริการ อุปกรณ์ประเภทนี้ไว้ในบริเวณที่เหมาะสม และกำหนดเขตเส้นทางขับขี่โดยผู้ประกอบการควรขอคำแนะนำปรึกษาจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง อาทิ นายอำเภอท้องถิ่น กรมเจ้าท่า บริเวณที่จัดไว้นี้ ควรอยู่ห่างจากชายฝั่งประมาณ 50 เมตร และไม่ให้ขยับเกินกว่าที่หน่วยที่กรมเจ้าท่ากำหนด เพื่อ ความปลอดภัยของผู้ขับขี่เอง ซึ่งผู้ประกอบการควรชี้แจงให้ผู้มาใช้บริการเข้าใจถึงปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ด้วย

เหตุผลที่สนับสนุนการลงทุนธุรกิจประเภทนี้

1) ภาวะการตลาดของธุรกิจบริการอุปกรณ์เพื่อการสันทนาการทางน้ำ ภายในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ยังมีโอกาสที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ เพราะสถานการณ์ของการ แข่งขันและการดำเนินธุรกิจที่เป็นรูปแบบยังมีไม่แพร่หลายมากนัก ลักษณะการดำเนินธุรกิจที่มี ก็ เป็นเพียงการลงทุนขนาดเล็ก ซึ่งเจ้าของมักเป็นชาวบ้านในท้องถิ่น ไม่มีการกำหนดราคาที่แน่นอน มักมีการจูงใจโอกาสโกงราคาเช่า วิธีการให้บริการยังไม่มีความสะดวกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจนดีพอ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สนใจที่จะมาใช้บริการ เพราะความไม่สะดวกดังกล่าว นอกจากนี้การบริการ อุปกรณ์กีฬาทางน้ำบางชนิด ก็เป็นเพียงบริการที่มีในที่พักแรมให้แก่ลูกค้าที่มาพักเท่านั้น

2) สภาพพื้นที่อันมีชายหาดและเกาะแก่งอย่างมากมายของจังหวัด เป็นสิ่งที่เอื้ออำนวย ให้มีศักยภาพในการรองรับการลงทุนทั้งในด้านกายภาพและความต้องการในกลุ่มนักท่องเที่ยว

3) จากผลของการศึกษาคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ของภาควิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ฯ ได้เสนอผลการวิเคราะห์ สนับสนุนให้มีการจัดเสนอบริจากรที่เกี่ยวข้องกับการให้เช่าอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อการสันทนาการทางน้ำไว้ เช่นกัน

4) การลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ เป็นการลงทุนที่ใช้งบประมาณการลงทุนน้อยกว่า ธุรกิจอื่น ๆ ที่เสนอมา เหมาะสำหรับนักธุรกิจที่มีเงินลงทุนไม่มากนัก นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับ การบริหารกิจการไม่ยุ่งยากซับซ้อนเหมือนโครงการลงทุนขนาดใหญ่ ค่าใช้จ่ายในการดูแลบำรุง รักษาก็ไม่มากนัก แต่ผู้ประกอบการจะต้องหาวิธีในการคุ้มครองและป้องกันอุปกรณ์และผู้มา ใช้ บริการด้วย

6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

6.3.1 จากข้อเสนอแนวทางการลงทุน สำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเพียงแนวทางการลงทุนสำหรับธุรกิจที่คณะศึกษาเห็นว่ามีความเหมาะสมและลำดับความสำคัญระดับสูง ซึ่งจากสภาพปัจจุบันผังโครงสร้างจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีนโยบายและแผนการพัฒนาและยกระดับให้จังหวัดมีบทบาทเป็นศูนย์กลางหลักของภาคใต้ในด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การค้าและบริการ การคมนาคมขนส่งในการกระจายหรือรวบรวมสินค้า และผลผลิตการเกษตรระหว่างพื้นที่ชายฝั่งทะเลด้านตะวันออก และชายฝั่งด้านตะวันตกของภาคใต้ตอนบนกับภูมิภาคอื่น ๆ รวมทั้งการติดต่อกับนานาชาติ ๆ ซึ่งมีความเป็นไปได้อีกมากมายหลายประเภท โดยจะมีทั้งการลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมจากการประมงทะเล อุตสาหกรรมแปรรูปไม้ อุตสาหกรรมอาหาร อันจะมีผลทางอ้อมต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง

6.3.2 การลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ ที่น่าจะยังมีโอกาสขยายตัวและมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาก่อการท่องเที่ยว ควรจะอยู่ในรูปการลงทุนปรับปรุงและขยายขีดความสามารถในการรองรับให้เพิ่มขึ้นอีกระดับหนึ่ง ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่บ้านหมูเรียง ให้เป็นศูนย์หัตถกรรมขนาดกลาง ที่จะสามารถดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวยังจุดนี้เพิ่มขึ้น เพราะอย่างน้อยบริเวณแหล่งท่องเที่ยวจุดนี้เป็นจุดที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักทั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศอยู่แล้ว หากแต่สภาพกิจกรรมในพื้นที่ที่ได้พบจากการสำรวจนั้น มีรูปแบบที่ซึ่งไม่มีสิ่งใดเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปจากอดีตมากนัก มีร้านค้าเพียง 3 ร้าน มีเครื่องทอผ้าไม่กี่เครื่อง ชาวบ้านไม่กี่คน เมื่อมาเป็นผู้สาธิตวิธีการทอให้นักท่องเที่ยวได้ดูก่อนแวะซื้อกลับไปเป็นของที่ระลึก สินค้าในร้านก็เป็นประเภทเสื้อผ้า สิ่งทอ นอกเหนือจากนั้นก็มียี่ร้านอาหารซึ่งสร้างเป็นแบบเพิงริมน้ำชายอาหารทะเล 2 ร้าน สามารถรับรองผู้ที่เข้าไปรับประทานอาหารได้ประมาณไม่เกิน 150-200 คน ดังนั้นเมื่อมีการปรับปรุงทางด้านสินค้าและโครงสร้างของรูปแบบสถานที่จำหน่ายแล้ว น่าจะมีการปรับปรุงร้านอาหารให้สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากันเป็นกรุ๊ปทัวร์ โดยพยายามสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจและให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาในพื้นที่ให้นานขึ้น ชักชวนหรือมีโปรแกรมให้แวะรับประทานอาหารเช้า เพราะ ณ บริเวณบ้านหมูเรียงมีสภาพที่เหมาะสมและสะดวกในการขนส่งและการหาวัตถุดิบ ระยะเวลาสำรวจปรากฏว่า บริเวณแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปน้อยมาก และส่วนใหญ่จะเดินทางไปกันเอง อาจสืบเนื่องจากเส้นทางการคมนาคมไม่สะดวกเท่าที่ควร ควรมีการปรับปรุงคุณภาพของถนน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมอาชีพให้แก่ชาวบ้านที่หมูเรียง (แต่ยังคงให้ความสำคัญแก่สินค้าผ้าทอ) ยกกระดับให้เป็นชุมชนตัวอย่าง มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เช่น ผ้าไหมทอหมูเรียง

เครื่องใช้/เครื่องประดับจากมะพร้าว โดยมีการรวมกลุ่มกันตั้งชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียงเข้า
ร่วมมือ มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารทะเลตากแห้ง อาหารผลไม้หรือผลผลิตท้องถิ่น
ไว้จำหน่าย

ควรมีการส่งเสริมการลงทุนในการปรับปรุงกิจการที่พักแรมบนเกาะสมุยให้มีคุณภาพ
และมาตรฐานที่ดีขึ้น เพราะนอกจากจะเป็นการส่งเสริมและรักษาความเป็นระบบและเหมาะสมกับ
สภาพแวดล้อมแล้ว ยังมีส่วนช่วยให้เกิดความประทับใจแก่ผู้มาพักแรมและชื่อเสียงแก่กิจการนั้น ๆ
ซึ่งจะส่งผลให้ผู้มาพักแรมพักนานวันขึ้น และเป็นที่ต้องการของผู้ที่คิดจะมาพักแรมที่เกาะสมุยได้
อีกด้วย

ภาคผนวก

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของธุรกิจที่พักแรม

หน่วย: ร้อยละ

ประเภทของที่พักแรม	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
โรงแรม	18.57	55.71	6.72
เกสต์เฮาส์	3.57	9.52	2.52
บังกาลอ	77.86	4.76	90.76
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 อากาศเมือง
จุดที่ 2 เกาะสมุย

ตารางที่ 2 แสดงถึงอำนาจความสะอาดของที่พักแรม

ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก	หน่วย: แห่ง					
	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
ลอบบี้/ห้องรับแขก	46 (32.86)	1 (100.00)	2 (66.67)	7 (70.00)	6 (37.50)	30 (27.27)
ลิฟท์	8 (5.71)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (12.50)	6 (5.45)
ที่จอดรถ	110 (78.57)	1 (100.00)	3 (100.00)	9 (90.00)	14 (87.50)	83 (75.45)
สวนธรรมชาติ	37 (26.43)	1 (100.00)	1 (33.33)	6 (60.00)	8 (50.00)	21 (19.09)
สระว่ายน้ำ	9 (6.43)	1 (100.00)	1 (33.33)	0 (0.00)	5 (31.25)	2 (1.82)
อื่น ๆ	6 (4.29)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	1 (6.25)	4 (3.64)
รวมบริการ	19 (13.57)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	2 (12.50)	16 (14.55)
รวม	140 (100.00)	1 (100.00)	3 (100.00)	10 (100.00)	16 (100.00)	110 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง
 ขนาด B = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง
 ขนาด C1 = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง
 ขนาด C2 = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง
 ขนาด C3 = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 3 แสดงระยะเวลาในการดำเนินการธุรกิจของธุรกิจโรงแรม

หน่วย : แห่ง

	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
1 ปี	34 (24.29)	0 (0.00)	2 (66.67)	2 (20.00)	4 (25.00)	26 (23.64)
2 ปี	27 (19.29)	1 (100.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	3 (18.75)	22 (20.00)
3 ปี	13 (9.29)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	1 (6.25)	11 (10.00)
4 ปี	8 (5.71)	0 (0.00)	1 (33.33)	2 (20.00)	0 (0.00)	5 (4.55)
5 ปี	6 (4.29)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (5.45)
6 ปี	10 (7.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	0 (0.00)	9 (9.18)
7 ปี	11 (7.86)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	3 (18.75)	7 (6.36)
8 ปี	3 (2.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (6.25)	2 (1.82)
9 ปี	2 (1.43)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (1.82)
10 ปี	11 (7.86)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	3 (18.75)	7 (6.36)
มากกว่า 10 ปี	14 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (10.00)	0 (0.00)	13 (11.82)
ไม่ระบุ	1 (0.17)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (6.25)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	140 (100.00)	1 (100.00)	(0.00) (100.00)	10 (100.00)	16 (100.00)	110 (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 แสดงลักษณะกลุ่มลูกค้าของที่พักแรม

หน่วย : ไร่ยะ

กลุ่มของลูกค้า	จำนวนของที่พักแรม
นักท่องเที่ยว	42.56
นักธุรกิจและอื่น ๆ	
1-20	38.57
21-40	1.43
41-60	1.43
61-80	7.14
81-99	5.71
100	2.86
รวม	100.00

ตารางที่ 5 แสดงอัตราการเข้าฝึกแรมานช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Seson)

หน่วย : ร้อยละ

อัตราการเข้าฝึก	จุดที่ 1	จุดที่ 2
1-20	0.00 (0.00)	0.00 (18.97)
21-40	8.33 (8.33)	5.17 (29.31)
41-60	8.33 (16.67)	1.72 (27.59)
61-80	33.33 (50.00)	31.03 (10.34)
81-99	8.33 (8.33)	7.24 (5.17)
100	41.67 (16.67)	41.38 (3.45)
รวม	0.00 (0.00)	3.45 (5.17)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 อากาศเมือง
จุดที่ 2 เกาะสมุย

() หมายถึงอัตราการเข้าฝึกแรมานช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season)

ตารางที่ 6 แสดงบริการในด้านต่าง ๆ ของที่พักแรม

หน่วย : แห่ง

ประเภทของบริการ	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
ผู้โดยสาร	73	1	3	8	10	51
บริการเรียกรถ	(52.14)	(100.00)	(100.00)	(80.00)	(65.50)	(46.36)
บริการซักผ้า	80	1	3	8	11	57
บริการซักผ้า	(57.14)	(100.00)	(100.00)	(80.00)	(68.75)	(51.82)
บริการจัดเตียง/ประชุม	90	1	3	8	14	64
บริการจัดเตียง/ประชุม	(64.29)	(100.00)	(100.00)	(80.00)	(87.50)	(58.18)
สถานีงานชั่วคราว	22	1	0	5	5	11
สถานีงานชั่วคราว	(15.71)	(100.00)	(0.00)	(50.00)	(31.25)	(10.00)
แท็กซี่/แท็กซี่	5	0	0	1	1	3
แท็กซี่/แท็กซี่	(3.57)	(0.00)	(0.00)	(10.00)	(6.25)	(2.73)
อื่น ๆ	7	1	0	1	3	2
อื่น ๆ	(5.00)	(100.00)	(0.00)	(10.00)	(18.75)	(1.82)
รวมบริการ	22	0	0	4	2	16
รวมบริการ	(15.71)	(0.00)	(0.00)	(40.00)	(12.50)	(14.55)
รวมบริการ	28	0	0	0	2	26
รวมบริการ	(20.00)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(12.50)	(23.64)
รวม	140	1	3	10	16	110
รวม	(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 7 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจของภัตตาคารและร้านอาหาร

หน่วย : ล้าน

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
1-2 ปี	72 (61.02)	16 (35.56)	2 (50.00)	54 (78.26)
3-4 ปี	11 (9.32)	5 (11.11)	0 (0.00)	6 (8.70)
5-6 ปี	6 (5.03)	4 (8.89)	0 (0.00)	2 (2.90)
7-8 ปี	7 (5.93)	3 (6.67)	1 (25.00)	3 (4.35)
9-10 ปี	6 (5.08)	5 (11.11)	0 (0.00)	1 (1.45)
11-12 ปี	3 (2.54)	2 (4.44)	1 (25.00)	0 (0.00)
มากกว่า 12 ปี	12 (10.17)	10 (22.22)	0 (0.00)	2 (2.90)
ไม่ระบุ	1 (0.95)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.45)
จำนวนผู้ตอบ	118 (100.00)	45 (100.00)	4 (100.00)	69 (100.00)

หมายเหตุ จุดที่ 1 = อ้าเภอเมือง
 จุดที่ 2 = พุมเรียง, ลวนทมกั
 จุดที่ 3 = เกาะสมุย
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 8 แสดงการกำหนดขีดราคาอาหารและบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นจุนระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
สูงกว่า	12.07	13.33	0.00	12.00
เท่ากัน	55.17	60.00	33.33	52.00
ต่ำกว่า	32.76	26.67	66.67	36.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ จุดที่ 1 = อําเภอเมือง
 จุดที่ 2 = พุมเรียง ,สวนรมภักดิ์
 จุดที่ 3 = เกาะสมุย

ตารางที่ 23 แสดงทัศนคติในความเพียงพอที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการของธุรกิจสหกรณ์การ

หน่วย : ร้อยละ

สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ	รวม	มากเกินพอ	มาก	ค่อนข้างเพียงพอ	เพียงพอ	ไม่เพียงพอ	ไม่รู้
กีฬาทางน้ำ	100.00	0.00	0.00	0.00	13.33	26.67	60.00
สวนสนุก	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
สวนสัตว์และสวนธรรมชาติ	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6.67	93.33
โบว์ต่าง ๆ	100.00	13.33	13.33	40.00	13.33	13.33	6.67
บาร์/เบียร์	100.00	20.00	6.67	53.33	13.33	6.67	0.00
คิสโก้เฮค/ไนท์คลับ	100.00	6.67	0.00	53.33	13.33	6.67	20.00
อาบอบนวด	100.00	0.00	0.00	20.00	0.00	20.00	60.00

ตารางที่ 9 ผลตรงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านอาหารที่รองรับนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2	จุดที่ 3
มากเกินไป	20.69	26.67	0.00	16.00
ค่อนข้างมาก	39.66	46.67	0.00	36.00
เพียงพอ	27.59	20.00	100.00	28.00
ไม่ค่อยเพียงพอ	10.34	3.33	0.00	20.00
น้อยเกินไป	1.72	3.33	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ จุดที่ 1 = อ่าเภอเมือง
จุดที่ 2 = หุมเรียง, สวนรมภย์
จุดที่ 3 = เกาะสมุย

ตารางที่ 10 แสดงผลการสุทศิยของธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
1-10	12.07
11-20	37.93
21-30	15.52
31-40	6.90
41-50	6.90
51-60	3.45
ไม่ระบุ	17.24
รวม	100.00

ตารางที่ 11 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน
พนักงานไม่เพียงพอ	10.34
พนักงานไม่มีคุณภาพ	18.97
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	6.90
ขาดแคลนวัตถุดิบ	6.90
การแข่งขันสูง	3.45
ปริมาณความถี่และค่าบริการมีไม่เพียงพอ	1.72
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	12.07
หนี้สิน	8.62
เสียภาษีสูง	8.62
ปัญหาเกี่ยวกับกฎระเบียบของราชการ	1.72
การคมนาคมไม่สะดวก	8.62
ขาดแคลนน้ำประปา	55.17
ขาดแคลนไฟฟ้า	43.10
จำนวนพาหนะมีไม่เพียงพอ	3.45
อื่น ๆ	6.90
ไม่ระบุ	13.79

ตารางที่ 12 แสดงแนวโน้มของธุรกิจประเภทร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	จำนวน
ยังสามารถขยายตัวได้อีก	53.45
มีการแข่งขันกันมาก	5.17
ไม่แน่นอน (ขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลและปัจจัยทาง เศรษฐกิจ)	6.90
คงที่	22.41
ไม่ระบุ	1.72
รวม	100.00

ตารางที่ 13 แสดงสินค้าของพิธีกรรมประเภทเสื้อผ้า

หน่วย : ร้อย

	จุดที่ 1		จุดที่ 2	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
ผ้าไหม	2 (66.67)	2 (66.67)	3 (20.00)	5 (33.33)
ผ้าฝ้าย 1 บาทติด	2 (66.67)	2 (66.67)	4 (26.67)	8 (53.33)
ผ้าทอมือ	2 (66.67)	2 (66.67)	1 (6.67)	5 (33.33)
รวม	3 (100.00)	3 (100.00)	15 (100.00)	15 (100.00)

หมายเหตุ :

จุดที่ 1 = อําเภอเมือง + พุมเรียง

จุดที่ 2 = เกาะสมุย

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 14 แสดงสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับกาย

หน่วย : บาท

	จุดที่ 1		จุดที่ 2	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/นาค)	0 (0.00)	1 (33.33)	4 (26.67)	6 (40.00)
อัญมณี (เช่น พลอย/ไข่มุก)	0 (0.00)	1 (33.33)	2 (13.33)	2 (13.33)
เปลือกหอย/งา/ปะการัง	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (33.33)	6 (40.00)
เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิค	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (13.33)	3 (20.00)
เครื่องถม	0 (0.00)	1 (33.33)	4 (26.67)	6 (40.00)
อื่น ๆ	0 (0.00)	1 (33.33)	0 (0.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	3 (100.00)	3 (100.00)	15 (100.00)	15 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อําเภอเมือง+หุมเชียง
 จุดที่ 2 = เกาะสมุย
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 15 แสดงสินค้าของที่ลงทะเบียนและเกณฑ์ของประชาชน/เครือข่าย

หน่วย : ล้าน

	จุดที่ 1		จุดที่ 2	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
โลหะ (เงิน/ทอง/ทองคำ)	0	1	2	1
	(0.00)	(33.33)	(13.33)	(6.67)
เสื้อผ้า/รองเท้า/กระเป๋า	0	1	2	4
	(0.00)	(33.33)	(13.33)	(26.67)
เครื่องใช้ในบ้าน/เฟอร์นิเจอร์	0	0	2	2
	(0.00)	(0.00)	(13.33)	(13.33)
เครื่องสำอาง	0	1	2	2
	(0.00)	(33.33)	(13.33)	(13.33)
ร่ม/พวงมาลัย	0	0	3	6
	(0.00)	(0.00)	(20.00)	(40.00)
เครื่องเขียน	0	0	2	2
	(0.00)	(0.00)	(13.33)	(13.33)
ผ้า	2	2	2	4
	(66.67)	(66.67)	(13.33)	(26.67)
เครื่องหนัง	0	1	3	7
	(0.00)	(33.33)	(20.00)	(46.67)
อื่น ๆ	0	1	2	2
	(0.00)	(33.33)	(0.00)	(13.33)
จำนวนผู้ตอบ	3	3	15	15
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ่างทอง/เมืองพุมเรียง
 จุดที่ 2 = เกาะสมุย
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 16 แสดงสัมประสิทธิ์ระยะเวลารูปภาพ/ใบปลิว/หนังสือ

หน่วย : ชั่วโมง

	จุดที่ 1		จุดที่ 2	
	ผลิต	จำหน่าย	ผลิต	จำหน่าย
รูปภาพ/ใบปลิว/หนังสือ	0	0	3	5
อื่น ๆ	(0.00)	(0.00)	(20.00)	(33.33)
	0	1	2	0
	(0.00)	(33.33)	(13.33)	(0.00)
จำนวนผู้ตอบ	3	3	15	15
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอเมือง+พุมเรียง
 จุดที่ 2 = เกาะสมุย
 () หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 17 แสดงรายละเอียดการวัดค่าเป็นมูลค่าของสินทรัพย์ระยะสั้น

หน่วย : ล้านบาท

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปีหรือน้อยกว่า 1 ปี	5 (27.75)	1 (50.00)	2 (66.07)	2 (15.35)
2 ปี	5 (27.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (38.46)
3 ปี	2 (11.11)	1 (50.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
4 ปี	1 (5.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
5 ปี	1 (5.56)	0 (0.00)	1 (33.33)	0 (0.00)
6 ปี	1 (5.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
มากกว่า 10 ปี	2 (11.11)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (15.35)
ไม่ระบุ	1 (5.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (7.69)
จำนวนคู่ตอบ	18 (100.00)	2 (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 15 แสดงส่วนแบ่งของลูกค้าชาวทมิฬในธุรกิจสินค้าของศิริลักษณ์

หน่วย : ร้อยละ

ส่วนแบ่ง	จำนวนลูกค้าน
1-10	33.33
11-20	5.33
21-30	5.33
31-40	16.67
51-60	5.33
71-80	5.33
81-90	5.33
ไม่มี	5.33
รวม	100.00

ตารางที่ 19 แสดงการสุทธิเจียนธุรกิจสินค้าของทีระลึก

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
6-10	8.33
11-15	16.67
16-20	50.00
26-30	8.33
ไม่ระบุ	16.67
รวม	100.00

ตารางที่ 20 แสดงประเภทของธุรกิจสหภาพการ

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทของธุรกิจ	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
บาร์เบียร์	71.43	33.33	81.82
ดีลโก้/ร้านค้าปลีก	25.00	50.00	18.18
อาบอบนวด	3.57	16.67	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อากะเมือง
จุดที่ 2 = เกาะลุมพุก

ตารางที่ 21 แสดงระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจสหภาพการ

หน่วย : แห่ง

ระยะเวลา	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C
1 ปี	19 (67.86)	3 (42.86)	0 (0.00)	16 (80.00)
2 ปี	4 (14.29)	1 (14.29)	0 (0.00)	3 (15.00)
3 ปี	1 (3.57)	1 (14.29)	0 (0.00)	0 (0.00)
5 ปี	1 (3.57)	1 (14.29)	0 (0.00)	0 (0.00)
10 ปี	1 (3.57)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.00)
มากกว่า 10 ปี	1 (3.57)	1 (14.29)	0 (0.00)	0 (0.00)
ไม่ระบุ	1 (3.57)	0 (0.00)	1 (100.00)	0 (0.00)
จำนวนผู้ตอบ	28 (100.00)	7 (100.00)	1 (100.00)	20 (100.00)

หมายเหตุ : A = ธุรกิจที่รองรับลูกค้าได้ตั้งแต่ 200 คนขึ้นไป
 B = ธุรกิจที่รองรับลูกค้าได้ 100-199 คน
 C = ธุรกิจที่รองรับลูกค้าได้น้อยกว่า 100 คน

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 22 แสดงอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับร้านมาตรฐานระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	รวม	จุดที่ 1	จุดที่ 2
สูงกว่า	6.67	0.00	9.09
เท่ากัน	73.33	50.00	81.82
ต่ำกว่า	13.33	50.00	0.00
ไม่ระบุ	6.67	0.00	9.09
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ่าเภอเมือง

จุดที่ 2 = เกาะลมย์

ตารางที่ 24 แสดงเหตุผลในการเลือกสถานที่และระยะเวลาที่ซื้อยานที่ขึ้น

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.
สาเหตุที่เลือก										
เพื่อชมธรรมชาติ	19.35	6.67	40.00	0.00	9.09	0.00	60.00	0.00	97.14	100.00
เพื่อชมศิลปวัฒนธรรม	3.23	13.33	60.00	0.00	27.27	50.00	95.00	0.00	5.71	17.24
เพื่อชมโบราณสถาน/ ประวัติศาสตร์	0.00	6.67	0.00	0.00	81.82	0.00	45.00	0.00	8.57	5.17
เพราะการเดินทางสะดวก	45.16	26.67	20.00	0.00	18.18	0.00	30.00	0.00	40.00	32.76
เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก หรือ	58.06	46.67	20.00	0.00	9.09	0.00	15.00	0.00	22.86	46.55
อื่น ๆ	38.71	46.67	20.00	0.00	9.09	50.00	5.00	0.00	20.00	5.17
ระยะเวลาที่เข้าสถานที่นั้น										
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	16.13	0.00	20.00	0.00	27.27	0.00	10.00	0.00	0.00	0.00
1-2 ชั่วโมง	9.68	26.67	60.00	0.00	45.45	50.00	55.00	0.00	0.00	0.00
ครึ่ง วัน	9.68	20.00	20.00	0.00	9.09	0.00	20.00	0.00	2.86	0.00
1 วัน	25.81	53.33	0.00	0.00	18.18	50.00	0.00	0.00	17.14	1.72
2 วัน	19.35	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	34.29	3.45
มากกว่า 2 วัน	19.35	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	15.00	0.00	45.71	94.83
จำนวนผู้ตอบ (คน)	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58

ไทย = นักท่องเที่ยวไทย

ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

แหล่งท่องเที่ยว

- จุดที่ 1 = วนอุทยานเขาเมือง
- จุดที่ 2 = บ้านหมี่เรียง
- จุดที่ 3 = วัดพระธาตุไชยา
- จุดที่ 4 = สวนรุกขชาติลาราม
- จุดที่ 5 = เกาะสมุย

ตารางที่ 25 แสดงประเภทสถานที่พักผ่อน

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.
ประเภทสถานที่พักผ่อน										
ไม่จัดค้างแรม	35.48	66.67	100.00	0.00	100.00	50.00	85.00	0.00	8.57	1.72
โรงแรม	58.06	26.67	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	11.43	3.45
บังกะโล/บ้านพัก	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	54.29	98.28
แพ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เกลเฮาส์	3.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.86	0.00
อื่น ๆ	3.23	6.67	0.00	0.00	0.00	0.00	15.00	0.00	22.86	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = งานอำเภอเมือง
- จุดที่ 2 = บ้านหมี่เรียง
- จุดที่ 3 = วัดพระธาตุนายา
- จุดที่ 4 = สวนรมภพพลาราม
- จุดที่ 5 = เกาะสมุย

ตารางที่ 26 แสดงประเภทธุรกิจจัดนาเที่ยวที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ

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.
ไม่ได้ใช้บริการ	64.52	80.00	90.00	0.00	81.82	100.00	75.00	0.00	54.29	74.14
มีคหุเทศกัอึลระ	3.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.71	0.00
บริการจัดนาเที่ยว	12.90	0.00	0.00	0.00	18.18	0.00	25.00	0.00	17.14	1.72
บริการจองตั้ว	16.13	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	31.43	24.14
อื่น ๆ	3.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.72
จำนวนผู้ตอบ (คน)	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = วนาเภอเมือง
- จุดที่ 2 = บ้านพุมเรียง
- จุดที่ 3 = วัดพระธาตุนายา
- จุดที่ 4 = สวนนกขพลารวม
- จุดที่ 5 = เกาะสมุย

ตารางที่ 27 แสดงประเภทพาหนะที่ฝึกห้องเดี่ยวชายเดี่ยวจำนวนแหล่งห้องเดี่ยวแต่ละแห่ง

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 1		แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 2		แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 3		แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 4		แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 5	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
รถรับจ้างสาธารณะ	38.71	46.67	0.00	0.00	9.09	0.00	10.00	0.00	2.86	0.00
รถเช่า	3.23	0.00	20.00	0.00	18.18	0.00	10.00	0.00	20.00	41.38
รถประจำทาง	41.94	40.00	0.00	0.00	18.18	50.00	5.00	0.00	54.29	77.59
รถส่วนบุคคล	25.81	0.00	60.00	0.00	18.18	0.00	35.00	0.00	25.71	0.00
รถทัวร์	9.68	20.00	10.00	0.00	9.09	0.00	25.00	0.00	11.43	15.52
อื่น ๆ	3.23	13.33	10.00	0.00	27.27	50.00	15.00	0.00	22.86	6.90
จำนวนผู้ตอบ (คน)	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58

หมายเหตุ : ไทย = ฝึกห้องเดี่ยวไทย ตปท. = ฝึกห้องเดี่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = วนอากะเมือง
- จุดที่ 2 = บ้านหมี่เรียง
- จุดที่ 3 = วัดพระธาตุไชยา
- จุดที่ 4 = สวนโมกขพลาราม
- จุดที่ 5 = เกาะสมุย

ตารางที่ 28 แสดงประเภทธุรกิจร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

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.
มาด้าบริการ	9.68	13.33	40.00	0.00	72.73	50.00	50.00	0.00	5.71	0.00
ภัตตาคาร	25.81	46.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	14.29	82.76
ร้านอาหาร/คอกีฬา	67.74	33.33	30.00	0.00	9.09	50.00	10.00	0.00	60.00	36.21
เสาชายอาหาร	25.81	33.33	40.00	0.00	18.18	0.00	40.00	0.00	37.14	34.48
รถเข็น/ทาบเฝ	9.68	0.00	0.00	0.00	9.09	0.00	5.00	0.00	14.29	10.34
ร้านอาหารในโรงแรม	35.48	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	40.00	15.52
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = วนอุทยานเมือง	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58
จุดที่ 2 = บ้านหมื่นไวย	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58
จุดที่ 3 = วัดพระธาตุไชยา	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58
จุดที่ 4 = สวนรมมาชนพาราม	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58
จุดที่ 5 = เกาะสมุย	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58

ตารางที่ 29 แสดงประเภทธุรกิจสินค้าการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

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.
ไม่ได้รับบริการ	61.29	80.00	100.00	0.00	100.00	100.00	100.00	0.00	45.71	31.03
สวนสนุก	3.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
บาร์/บีช	12.90	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	37.14	62.07
ดีลท์	25.81	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	45.71	34.48
การแสดงโชว์	12.90	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	11.43	29.31
สวนสัตว์	9.68	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5.71	0.00
เครื่องเล่นทางน้ำ	3.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	8.57	15.52
อื่น ๆ	3.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = ในอำเภอเมือง
- จุดที่ 2 = บ้านพุมเรียง
- จุดที่ 3 = วัดพระธาตุไชยา
- จุดที่ 4 = สวนรมภพพัลาราม
- จุดที่ 5 = เกาะลมุน

ตารางที่ 30 แสดงประเภทของร้านขายของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวซื้อ
แยกตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด

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.
	ไม่มีซื้อ	54.84	73.33	20.00	0.00	72.73	100.00	65.00	0.00	48.57
ร้านแผงลอย/แผง	6.45	13.33	0.00	0.00	27.27	0.00	30.00	0.00	17.14	17.24
ห้างร้าน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.86	5.17
ร้านค้า	25.81	26.67	80.00	0.00	0.00	0.00	10.00	0.00	45.71	48.28
ศูนย์การค้า/พลาซ่า	25.81	6.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.86	5.17
จำนวนผู้ตอบ (คน)	31	15	10	0	11	2	20	0	35	58

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- จุดที่ 1 = ในอำเภอเมือง
- จุดที่ 2 = บ้านหมี่เรียง
- จุดที่ 3 = วัดพระธาตุไชยา
- จุดที่ 4 = สวนโรมกษพลาาราม
- จุดที่ 5 = เกาะลมุน

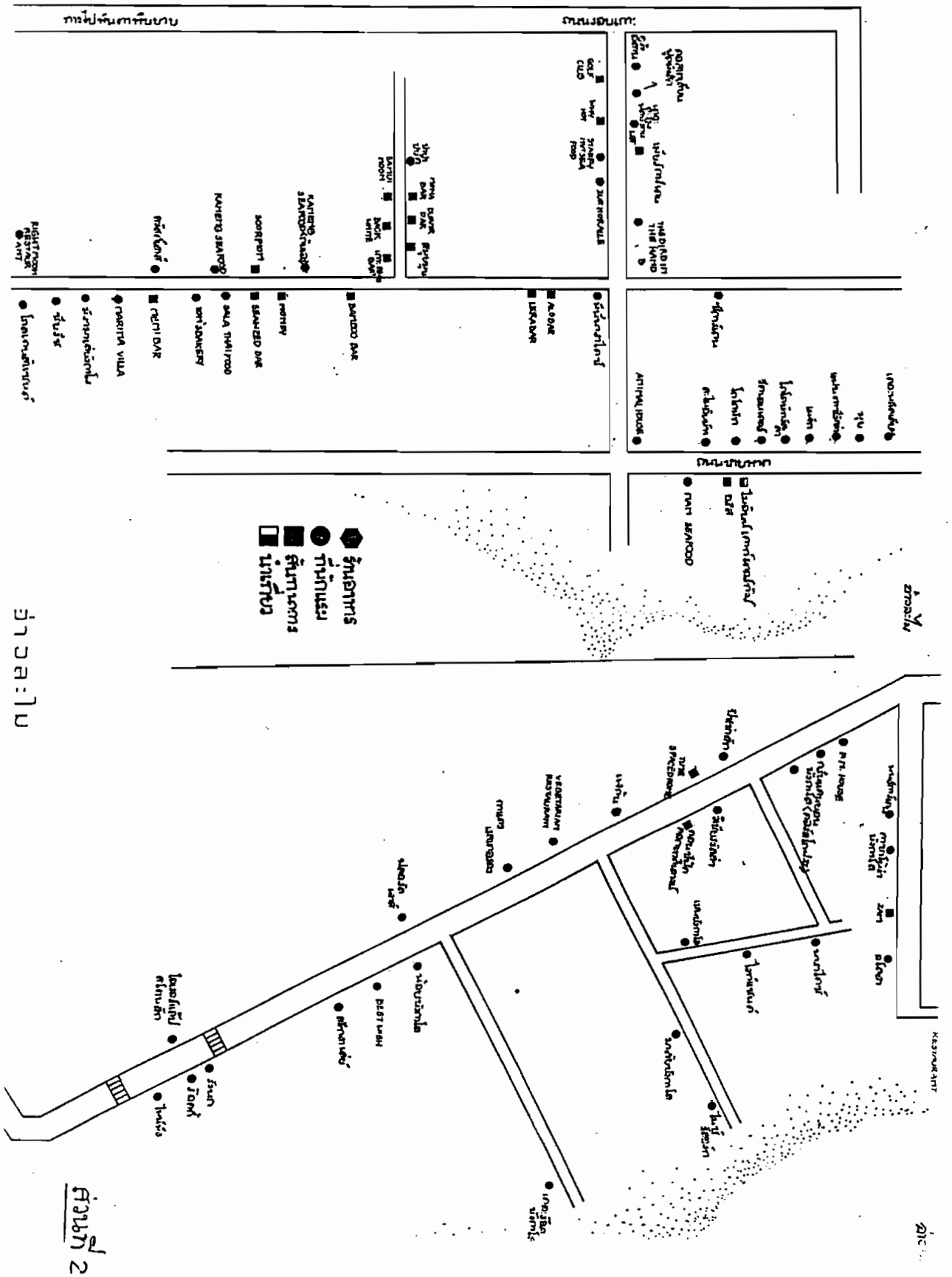
ตารางที่ 31 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
การท่องเที่ยวที่ควรลงทุนเพิ่ม

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 4	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 5
1.บริการด้านอาหาร	6.52	10.00	15.38	10.00	7.53
2.บริการด้านที่พัก	8.70	0.00	0.00	0.00	10.75
3.บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.35	0.00	0.00	0.00	3.23
4.บริการด้านผลิตภัณฑ์ระลึก	8.70	30.00	7.69	0.00	0.00
5.บริการด้านการขนส่ง	6.52	10.00	0.00	0.00	19.35
6.การเข้าถึงทรัพยากรที่เกิดประโยชน์	2.17	0.00	0.00	0.00	4.30
7.บริการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว	0.00	0.00	0.00	0.00	3.23
8.ปรับปรุงจุดแวะพัก	4.35	0.00	0.00	0.00	0.00
9.การรักษาความปลอดภัย	6.52	10.00	7.69	5.00	10.75
10.บริการนำเที่ยว	0.00	0.00	0.00	0.00	3.23
11.การรักษาทัศนียภาพและความปลอดภัย	4.35	0.00	7.69	0.00	4.30
12.การอนุรักษ์ศิลปและวัฒนธรรม	2.17	0.00	7.69	0.00	1.08
13.การรักษาสภาพธรรมชาติ	2.17	0.00	7.69	5.00	11.83
14.การพัฒนาอื่น ๆ	2.17	10.00	0.00	0.00	2.15
15.ไม่ระบุ	56.52	40.00	61.54	80.00	33.33
จำนวนผู้ตอบ (คน)	46	10	13	20	93

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวไทย ตปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

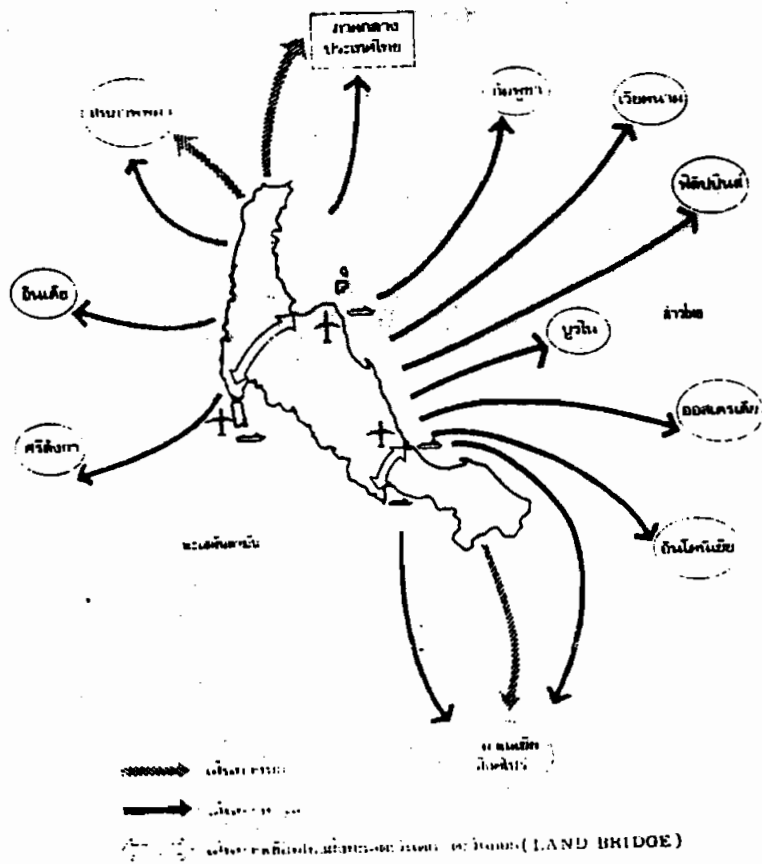
- จุดที่ 1 = วนอุทยานเอื้อง
- จุดที่ 2 = บ้านหมื่นเรียง
- จุดที่ 3 = วัดพระธาตุไชยา
- จุดที่ 4 = สวนนกขมิ้นพลาาราม
- จุดที่ 5 = เกาะลมุน



อ่าวละไม

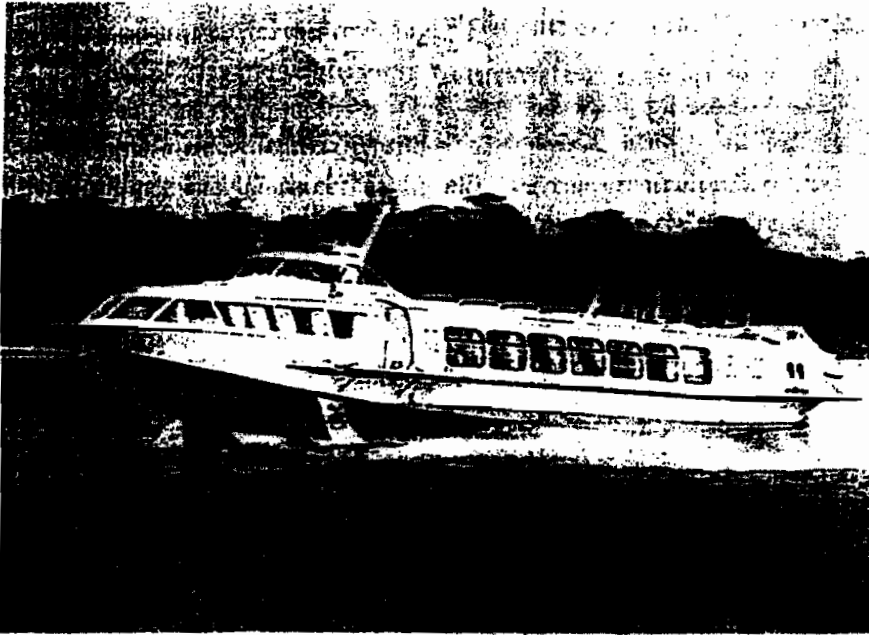
ส่วนที่ 2

แผนภาพที่ 1 แสดงธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่างๆบริเวณ อ่าวละไม

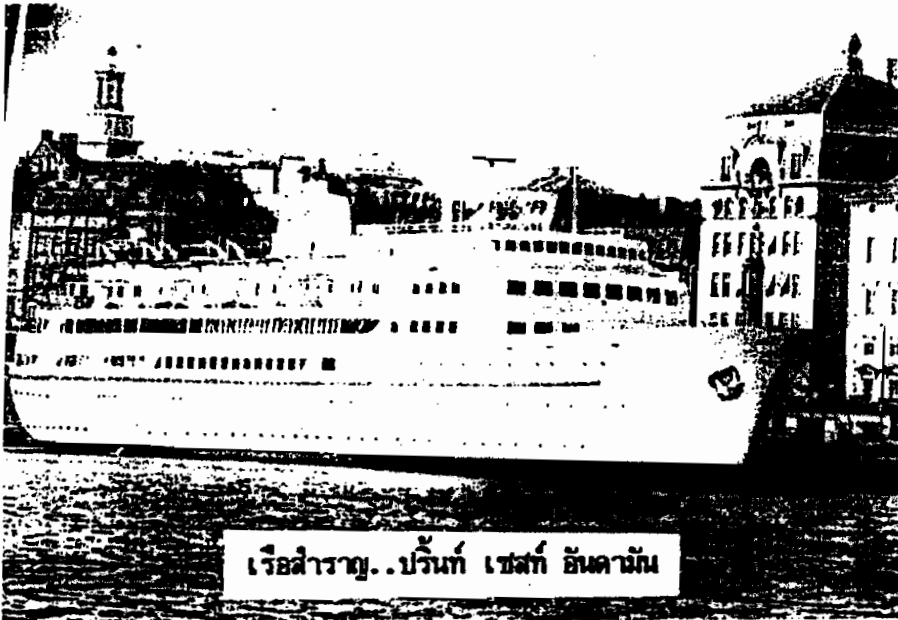


แผนที่ 5 แสดงโครงข่ายเชื่อมโยงระหว่างภาคใต้กับนานาชาติ

แผนภาพที่ 6 แสดงเรือท่องเที่ยวและเรือโดยสารชนิดใหม่ประเภทต่าง ๆ



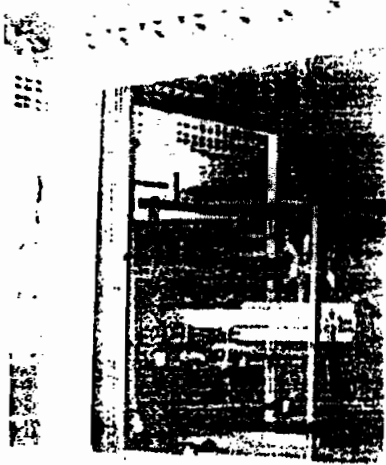
เรือไฮโดรฟรอด



เรือสำราญ..ปรีนท์ เซลท์ อันดามัน



เรือซอร์บ



แผนภาพที่ 7 แสดงร้านค้าผ้าที่บ้านผมเวียง... จะมีเครื่องทอผ้าไว้แสดงให้นักท่องเที่ยวชม



แผนภาพที่ 8 แสดงร้านอาหารที่บ้านผมเวียง

พจนานุกรมของกรมการปกครอง



แผนภาพที่ 9 แสดงสถานที่ที่จัดตั้งกรมการปกครอง



แผนภาพที่ 10 แสดงสถานที่ที่จัดตั้งกรมการปกครอง

สุราษฎร์ธานี

จังหวัดนราธิวาส

1. ลักษณะ โดยทั่วไปของจังหวัดนราธิวาส

1.1 ลักษณะทางกายภาพ

1.1.1 ที่ตั้ง นราธิวาสเป็นจังหวัดชายแดนใต้สุดของฝั่งทะเลด้านตะวันออกของแหลมมลายู มีระยะ โดยทางรถยนต์ห่างจากกรุงเทพ ฯ ประมาณ 1149 กิโลเมตร ทางรถไฟประมาณ 1116 กิโลเมตร มีพื้นที่ของจังหวัดประมาณ 4475.43 ตร.กิโลเมตร แบ่งการบริหารส่วนภูมิภาคออกเป็น 11 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ 74 ตำบล 459 หมู่บ้าน มีการปกครองส่วนท้องถิ่นจัดเป็นรูป เทศบาลเมือง 1 แห่ง เทศบาลตำบล 1 แห่งและสุขาภิบาล 8 แห่ง มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดปัตตานี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับรัฐกะลันตัน ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดยะลา

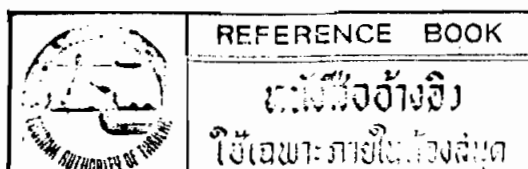
1.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ นราธิวาส มีลักษณะพื้นที่ที่สำคัญแบ่งเป็น 5 ลักษณะ คือ

ก. พื้นที่หาดทราย (beach) และสันทราย (beach ridges) มักเป็นพื้นที่ซึ่งอยู่เป็นแนวเหนือใต้ของด้านทิศตะวันออกของจังหวัด เป็นแนวยาวไปตามริมฝั่งทะเล เกิดจากการกระทำของคลื่นหรือกระแสน้ำพัดทรายไปกองทับถมตามริมฝั่งและบริเวณเหนือหาด ทำให้เกิดเป็นสันทรายเตี้ย ๆ พื้นที่ประเภทนี้จะมีอยู่เป็นจำนวนร้อยละ 2.83 ของพื้นที่จังหวัด

ข. พื้นที่ลุ่มต่ำมาก (depression) ส่วนใหญ่พบในบริเวณด้านตะวันออกของจังหวัด มีสภาพเป็นแอ่งยาวอยู่ระหว่างสันทรายและมักมีน้ำขังตลอดปี ปัจจุบันได้แก่ บริเวณที่เป็น "พรุ" และบริเวณปากแม่น้ำ ประมาณว่ามีพื้นที่ประเภทนี้คิดเป็นเนื้อที่ร้อยละ 10.27 ของพื้นที่จังหวัด

ค. ที่ต่ำราบเรียบและไหลล้นน้ำระดับต่ำ (flood plain and low terrace) เป็นบริเวณพื้นที่ซึ่งมีภูมิประเทศเป็นที่ต่ำราบเรียบ ส่วนใหญ่น้ำท่วมถึง สำหรับภูมิประเทศประเภทไหลล้นน้ำระดับต่ำมักเป็นบริเวณพื้นที่ที่เคยเป็นที่ราบเรียบ น้ำท่วมถึงมาก่อน ซึ่งถูกกัดกร่อนโดยลำน้ำที่ไหลผ่าน พื้นที่ทั้ง 2 ประเภทนี้มีจำนวนร้อยละ 14.86 ของพื้นที่จังหวัดและมักจะเป็นพื้นที่ตอนกลางของจังหวัดที่มีอาณาเขตแผ่กว้างและค่อนข้างยาวขนานไปกับแนวฝั่งทะเล

ง. ที่ดอน (upland) ได้แก่ บริเวณพื้นที่ที่มีลักษณะเป็น



- สันดินริมน้ำ (levee) ที่เกิดจากการกัดเซาะของลำน้ำมาทับถมไว้ตามริมฝั่ง ส่วนใหญ่อยู่ในสองฝั่งคลองสาขาบุรี คสองตันทองมัส และแม่น้ำโกลก
- ที่ราบไหล่ลำน้ำระดับกลางและระดับสูง (middle and high terrace) อันเป็นพื้นที่ซึ่งเดิมเคยเป็นพื้นที่ที่น้ำท่วมถึงมาก่อนและถูกกระแสน้ำกัดกร่อนออกไป
- พื้นที่ผิวที่เหลือนี้ค้ำจากการกัดกร่อน (erosional surface) จะมีสภาพเป็นที่ดอน เกิดจากการที่เขาหรือภูเขาถูกน้ำกัดกร่อนเป็นวงจรถลาหลายวงจรถลาจนเหลือให้เห็นพื้นที่ลอนลาดและลอนชัน
- ที่ลาดเชิงเขา (foot hill slope) มักจะเป็นพื้นที่ที่มีความลาดชันน้อยกว่า 30 % และมักมีลำน้ำย่อย ๆ ซึ่งมีต้นน้ำมาจากภูเขาตัดผ่าน

จ. เขา (hill) และ ภูเขา (mountain) เป็นพื้นที่ซึ่งประกอบด้วยเขาและภูเขาจำนวนมากมาขสลับซับซ้อนกัน มีความลาดชันมากกว่า 30% พื้นที่ดังกล่าวจะครอบคลุมบริเวณทิศตะวันตกเกือบทั้งหมดของจังหวัด คิดเป็นเนื้อที่ประมาณร้อยละ 40.80 ของพื้นที่จังหวัด

1.1.3 ภูมิอากาศ มีภูมิอากาศเช่นเดียวกับจังหวัดอื่น ๆ ในแถบภาคใต้และจังหวัดใกล้เคียงคือ เป็นลักษณะอากาศแบบมรสุมในเขตร้อน มี 2 ฤดู ได้แก่ ฤดูฝนและฤดูร้อน โดยที่ฤดูฝนจะแบ่งเป็น 2 ช่วงคือตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-ตุลาคมช่วงหนึ่งซึ่งได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้และตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-มกราคมโดยได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับฤดูร้อนของจังหวัดจะอยู่ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน

1.1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ ในจังหวัดนราธิวาส ที่สำคัญและมีส่วนในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว แบ่งเป็น

ก. ทรัพยากรป่าไม้ อันได้แก่ ป่าสงวนแห่งชาติ 19 แห่ง วนอุทยาน 3 แห่ง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า 1 แห่งคิดเป็นร้อยละ 35.43 ของพื้นที่จังหวัด

ข. แหล่งน้ำ จังหวัดนราธิวาสเป็นพื้นที่ที่อุดมไปด้วยแม่น้ำทั้งแหล่งน้ำธรรมชาติ แหล่งน้ำได้ดินและโครงการชลประทาน ซึ่งรวมทั้งโครงการชลประทานในพระราชดำริ จังหวัดนราธิวาสนับว่าเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำสายใหญ่ที่สำคัญหลายสาย อาทิ เช่น แม่น้ำสาขาบุรี ที่เกิดจากทิวเขาสันกาลาศีรี ไหลผ่านหลายอำเภอในจังหวัดนราธิวาสและต่อเนื่องไปยังอำเภอสาขาบุรี ในจังหวัดปัตตานี ออกทะเลที่อ่าวไทยมีระยะทางยาวประมาณ 170 กิโลเมตร แม่น้ำโกลกอันเกิดจากทิวเขาสันกาลาศีรีเช่นกัน เป็นแม่น้ำที่กั้นพรมแดนระหว่างไทยและมาเลเซีย ไหลผ่านอำเภอต่าง ๆ ของนราธิวาส และออกทะเลที่อ่าวไทยมีความยาวประมาณ 60 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีแม่น้ำบางนรา แม่น้ำตากใบ แม่น้ำชะงังและคลองตันทอง แหล่งน้ำดังกล่าวจะกระจายอยู่ทั้งทางฝั่งตะวันออก ฝั่งตะวันตกและตอนกลางของจังหวัด สำหรับแม่น้ำสาขาบุรีและแม่น้ำโกลกมักจะได้รับน้ำฝนสูง ในฤดูฝนจนเกิดภาวะอุทกภัยบ่อยครั้ง

ค. ทรัพยากรด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนราธิวาสอุดมไปด้วยทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและโบราณสถานและศาสนสถานรวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธุรกิจการค้าที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ คือด่านลันตุนบนขง อยู่ติดเขตของอำเภอสุไหงโกลลก ทั้งนี้พบว่าในช่วงปี 2529 มีผู้เดินทางไปยังจังหวัดนราธิวาสจำนวน 281,362 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 113,245 คน และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 161,810 คน เป็นเพียงนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาโดยไม่หักค่างแรมจำนวนรวม 6,307 คน ร้อยละ 69.35 จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังนราธิวาสมากที่สุด ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียคิดเป็นจำนวน 148,060 คน รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์คิดเป็นจำนวน 9,620 คน (ซึ่งเป็นตัวเลขของนักท่องเที่ยวที่เก็บจากผู้มาพักแรมในโรงแรมที่อ.สุไหงโกลลกเท่านั้น)

ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนราธิวาส ซึ่งได้จากการจัดลำดับที่มีคะแนนการประเมินสูงหรือต่ำ^{1/} แสดงถึงระดับความพร้อมและศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักหรือรอง ใน 10 อันดับแรก ประกอบด้วยลำดับที่ 1 คือ การแข่งขันเรือกอลและ ลำดับที่ 2 งานเสื่อกระจูด ลำดับที่ 3 วันลองก๊อง ลำดับที่ 4 ถึงลำดับที่ 10 ได้แก่ หาดนราทัศน์ เขามงคลนิช สุโหงโกลลก ปากบาง-แม่น้ำนรา ตำนกักกษิณราชนิเวศน์ งานแห่เจ้าแม่โต๊ะโมะ แหล่งอุตสาหกรรมผ้าปาเต๊ะ ตามลำดับ และเป็นที่น่าสนใจเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ติดลำดับนี้จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมติดอันดับถึง 6 แห่ง

1.2 ระบบโครงข่ายคมนาคม

1.2.1 จังหวัดนราธิวาสเป็นจังหวัดที่มีท่าเลที่ตั้งอยู่ชายแดนสุดของประเทศ ลักษณะโครงข่ายการคมนาคมเป็นที่สิ้นสุดของทางหลวงแผ่นดินและทางรถไฟ มีการคมนาคมสะดวกทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ จากกรุงเทพฯ-นราธิวาส ทางรถยนต์ตามทางหลวงเลียบชายฝั่งทะเล ตะวันออกสายใหม่มีระยะทาง 1,149 กม. ทางรถไฟ 1,116 กม. สูดสายที่สถานีดินหยงมีส ทางเครื่องบินสุดสายที่สนามบินบ้านทอนระยะทาง 915 กม.

(1) การคมนาคมทางบก มีถนนสายสำคัญและถนนสายหลักที่เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดนราธิวาสกับจังหวัดปัตตานี ขะลาอยู่หลายสาย อาทิเช่น ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32 ทาง

^{1/} เป็นการศึกษาเพื่อจัดกลุ่มโดยการให้คะแนนแต่ละตัวแปร เพื่อประเมินความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในการชีวิตให้เห็นถึงระดับความพร้อมในการที่จะพัฒนา จากการศึกษาเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว สตูล ปัตตานี ขะลา นราธิวาส ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2531

หลวงจังหวัดหมายเลข 4060 ,4136 ,4984, 4056, 4057, 4115, 4058, 4107, 4155, และ 4207 นอกจากนี้เส้นทางสายเดียวกับทางไปจังหวัดปัตตานี ยังเป็นเส้นทางที่ใช้เดินทางขึ้นมายังกรุงเทพฯ ได้ และโดยปรกติจากสถานีกรุงเทพฯ ยังให้บริการรถโดยสารปรับอากาศไปยังสถานีปลายทางที่สุโขทัย วันละ 1 เที่ยว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 17 ชั่วโมง จะออกจากกรุงเทพฯ เวลา 18.30 น. และเที่ยวกลับจากนราธิวาสจะออกจากสถานี เวลา 11.00 น. ส่วนประเภทรถโดยสารธรรมดา จะมีไปยังนราธิวาสวันละ 2 เที่ยว เวลา 15.00 น. และเวลา 21.00 น. เที่ยวกลับออกจากนราธิวาสวันละ 2 เวลา คือ 9.00 น. และ เวลา 12.00 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 18 ชั่วโมง อัตราค่าโดยสารระหว่างรถปรับอากาศและรถโดยสารธรรมดาจะต่างกันประมาณ 171 บาท

ข. ทางรถไฟ เส้นทางรถไฟที่เชื่อมต่อกับกรุงเทพฯ ผ่านเข้าตอนกลางของพื้นที่จังหวัด โดยจะตัดผ่านอำเภอหรือเสาะ ระแงะ สุโขทัย และ สิ้นสุดทางที่อำเภอสุโขทัย ติดเขตแดนประเทศมาเลเซีย ประชาชนส่วนใหญ่ มักนิยมใช้เส้นทางรถไฟ เพราะสามารถติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก เช่น ยะลา ปัตตานี และสงขลา ภายในจังหวัดนราธิวาสจะมีสถานีรถไฟ 11 แห่ง มีสถานีที่สำคัญที่สุโขทัย และสถานีตันหยงมัส หากเดินทางโดยทางรถไฟจากกรุงเทพฯ จะต้องลงที่สถานีรถไฟตันหยงมัสซึ่งห่างจากตัวจังหวัด 22 กิโลเมตร แล้วนั่งแท็กซี่หรือรถสองแถวเข้าเมืองอีกที หรือนั่งรถไฟไปลงที่สถานีหาดใหญ่ แล้วนั่งรถประจำทางหรือแท็กซี่ไปนราธิวาสจะสะดวกรวดเร็วกว่า ขบวนรถไฟที่ออกจากกรุงเทพฯ ไปยังนราธิวาสมี 2 เที่ยว คือ เวลา 14.00 น. เป็นขบวนรถด่วน เวลา 12.30 น. เป็นขบวนรถเร็ว สิ้นสุดที่สถานีปลายทางตันหยงมัส ขบวนรถด่วนเที่ยวกลับออกจากตันหยงมัสเวลา 11.48 น. และขบวนรถเร็วออกจากตันหยงมัสเวลา 11.00 น.

ค. การคมนาคมทางน้ำ เนื่องจากจังหวัดนราธิวาสมีแม่น้ำสายใหญ่ ๆ หลายสาย ทำให้การเดินทางทางน้ำจึงมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำซึ่งหลายสายไหลออกสู่ทะเล นอกจากนี้ยังเชื่อมต่อไปยังจังหวัดใกล้เคียงได้อีกด้วย และไม่ใช่แต่เพียงชาวบ้านในจังหวัดนราธิวาสเท่านั้นที่อาศัยการคมนาคมทางน้ำ แต่โดยสภาพทางภูมิศาสตร์แล้วทำให้ประเทศไทยและมาเลเซียถูกแบ่งเขตแดนประเทศโดยมีแม่น้ำ โกลกขวางกั้น และแม่น้ำนี้ก็เป็นเพียงแม่น้ำแคบ ๆ มีระยะทางยาวถึง 25 กิโลเมตร ดังนั้น จึงทำให้ชาวมาเลเซียจำนวนไม่น้อยที่เดินทางโดยทางเรือลักลอบข้ามฝั่งเข้าเมืองสุโขทัย โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมายจำนวนมหาศาล เพื่อเข้ามาติดต่อค้าขายและเข้ามาเที่ยว ทั้งประเภทค้างคืนและเข้าไป-เย็นกลับ ปัจจุบันท่าเทียบเรือที่สำคัญของนราธิวาสอยู่ที่อำเภอตากใบ-ด่านตาบา

ง. การคมนาคมทางอากาศ จังหวัดนราธิวาสมีท่าอากาศยาน 1 แห่งอยู่ที่ บ. บ้านทอน ต. โฉกเคียน อ. เมือง ห่างจากตัวจังหวัดไปทางเหนือประมาณ 14 กม. ปัจจุบันกำลังขยายและปรับปรุงทางวิ่ง ให้รับเครื่องบินขนาดใหญ่ได้ การเดินทางโดยเที่ยวบินของการบินไทย จะไม่มีสายตรงไปยังนราธิวาส แต่จะมีบริการระหว่างกรุงเทพฯ-หาดใหญ่ วันละ 3 เที่ยว และต้อง

ต่อรถประจำทาง หรือแท็กซี่เข้านราธิวาสอีก 204 กม. หรือไม่สามารถเดินทางได้ด้วยเครื่องชอร์ตของการบินไทย ซึ่งจะมีบริการบินระหว่างหาดใหญ่-นราธิวาส สัปดาห์ละ 4 เที่ยวบิน

2. บทบาทของจังหวัดนราธิวาส

2.1 การเป็นจังหวัดชายแดนอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจการค้าที่สำคัญ

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ฉบับที่ 6 จังหวัดนราธิวาสมีบทบาทเป็นแต่เพียงที่ตั้งของกลุ่มจังหวัดชนบทที่ขาดแคลนบริการด้านต่าง ๆ ดังนั้น จึงดูเหมือนว่าจังหวัดนราธิวาสนั้นมีบทบาทต่อพื้นที่ภาคใต้น้อยเต็มที แต่อย่างไรก็ดี การที่นราธิวาสเป็นจังหวัดติดชายแดน ทำให้เกิดธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ดังนั้น จังหวัดนราธิวาสจึงนับว่ามีบทบาทที่สำคัญทางเศรษฐกิจ โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวธุรกิจการค้าที่สำคัญด้านชายแดนประเทศ และยังเป็นแหล่งผลิตผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะผลไม้ประเภทลองกอง ซึ่งมีชื่อเสียง และมีมากที่สุดในประเทศ นอกจากนี้ยังมีทุเรียน ซึ่งนราธิวาสนับได้ว่ามีพื้นที่ปลูกมากเป็นอันดับหนึ่งของภาคใต้ จังหวัดนราธิวาวยังได้รับการประกาศให้เป็นท้องที่ท่องเที่ยว โดยมีมติของคณะรัฐมนตรี เมื่อ 22 พฤศจิกายน 2526 นอกจากสถานภาพข้างต้นแล้วบทบาทที่สำคัญอีกประการหนึ่งของนราธิวาส คือ การเป็นศูนย์กลางการบริหารราชการที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคใต้ตอนล่าง ปัจจุบันมีหน่วยราชการรวม 36 หน่วยงาน รัฐวิสาหกิจ 40 หน่วยงาน และมีธนาคารพาณิชย์ทั้งสิ้น 15 แห่ง

2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาของจังหวัดที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

2.2.1 ศักยภาพของจังหวัดนราธิวาส ที่มีอยู่ในขณะนี้ประกอบด้วย

- (1) ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ที่จังหวัดนราธิวาสมีอยู่สูงทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นป่าไม้ แหล่งน้ำและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ
- (2) ความพร้อมทางด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ โดยเส้นทางถนนและรถไฟนั้น ทำหน้าที่ประสานเชื่อมโยงพื้นที่จังหวัดนราธิวาสเข้ากับพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้อย่างสะดวก

2.2.2 ข้อจำกัดทางด้านกายภาพ ที่ทำให้จังหวัดนราธิวาส เกิดข้อจำกัดในการพัฒนาต่าง ๆ รวมถึงด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- (1) การที่ลักษณะภูมิประเทศ ประมาณร้อยละ 72 ของพื้นที่จังหวัดเป็นพื้นที่ราบสูง

และภูเขา ทำให้พื้นที่ทั้งจังหวัดเหลือพื้นที่ราบเพียงร้อยละ 15 ของพื้นที่จังหวัด ดังนั้นพื้นที่ในการพัฒนาจึงมีจำกัด

(2) ขาดการควบคุมการใช้ทรัพยากรและลักษณะการใช้ประโยชน์ทรัพยากรต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่ยังขาดประสิทธิภาพ ขาดการบูรณะฝายหินผุ และอนุรักษ์ จึงทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสภาวะแวดล้อม

(3) แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังตั้งกระจุกกระจาย และการคมนาคมเข้าถึงยังไม่สะดวกเท่าที่ควร บริการขั้นพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเติบโตอย่างขาดการควบคุม

(4) ทุกปี เมื่อถึงฤดูกาลมรสุมน้ำทะเลจะพัดเอาทรายมาปิดปากอ่าว ตรงบริเวณปากแม่น้ำซึ่งมีการเข้า - ออก ของเรือประมง 2 ทาง คือในเขตอ. เมือง และอ. ดงใหญ่ ทำให้เกิดการตื้นเขิน และส่งผลกระทบต่อกรมการคมนาคมทางน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณปากแม่น้ำบางนรา (หาดนราทัศน์)

(5) การที่พื้นที่ป่าไม้จำนวนไม่น้อย ถูกบุกรุกทำลายจับจองที่ดิน เพื่อใช้ในการเกษตร

(6) พื้นที่เกือบ 320,000 ไร่ ในจังหวัดนราธิวาส เป็นดินประเภทที่เรียกว่า "พรุ" ซึ่งเป็นดินที่มีกรดกำมะถันเจือปนอยู่ ดังนั้น จึงไม่เหมาะสมในการเพาะปลูก หรือดำเนินการด้านประมงเพราะดินเปรี้ยว ซึ่งปัญหานี้ นับว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาจังหวัดนราธิวาส

3. นโยบาย เป้าหมาย รูปแบบของระดับการพัฒนา

3.1 กรอบการพัฒนากการท่องเที่ยวจังหวัดนราธิวาส

3.1.1 จากการศึกษาของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่เกี่ยวกับการศึกษาเบื้องต้นเพื่อพัฒนากการท่องเที่ยวสตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส และผังโครงสร้างจังหวัดนราธิวาส โดยสำนักผังเมือง กระทรวงมหาดไทย สามารถกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนากการท่องเที่ยวจังหวัดนราธิวาส ได้ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมขึ้นในพื้นที่ และลดปัญหาการว่างงาน การอพยพย้ายถิ่น และการกระจายความเจริญสู่ส่วนกลาง

(2) การท่องเที่ยวจะต้องก่อให้เกิดการขยายตัวของตลาดสินค้าปทุมภูมิ โดยเฉพาะด้านเกษตรกรรม เพื่อยกระดับรายได้ประชากรในท้องถิ่นและชนบท ทั้งนี้ผลผลิตที่ได้จะถูกส่งไปยังผู้บริโภค (ในภาคการท่องเที่ยว) โดยตรง อันจะเป็นผลให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม

(3) การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้ และเสถียรภาพทางการเงิน และการแก้ดุลการชำระเงินตราต่างประเทศ (โดยเกิดจากการหมุนเวียนเงินของนักท่องเที่ยวไทยและการดึงเงินตราต่างประเทศ)

(4) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องผสมผสานกับการพัฒนาระดับท้องถิ่น ของหน่วยราชการและภาคเอกชนด้วย

(5) การพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องสอดคล้องกับระบบชุมชนภายในภาคได้ตามศักยภาพและข้อจำกัดแต่ละด้าน เป็นการประสานประโยชน์ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในจังหวัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม มีความขัดแย้งกันน้อยที่สุด และไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศน์วิทยา

(6) การท่องเที่ยวจะต้อง เสริมสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีแก่ท้องถิ่น

(7) การพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องมีความสำคัญอยู่ที่การสร้างสรรปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว จัดบริการ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และสร้างกรอบเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ให้เกื้อหนุนต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากแหล่งต่าง ๆ มาสู่พื้นที่โครงการ

3.1.2 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากสถานการณ์การท่องเที่ยวและความพร้อมที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถกำหนดกรอบนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนราธิวาสได้ดังนี้

(1) พัฒนาจังหวัดนราธิวาส ให้เป็นพื้นที่ที่มีความเจริญในเขตจังหวัดชายแดนภาคใต้ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยนำเอาทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และเร่งพัฒนาการบริการสังคมซึ่งเป็นความจำเป็นอย่างเร่งด่วนแก่ประชากรในพื้นที่

(2) ปรับปรุงระบบคมนาคมขนส่ง และบริการขั้นพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพในการติดต่อระหว่างชุมชนในพื้นที่ของจังหวัด และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง โดยมีการประสานการขนส่งทางรถไฟ รถยนต์ ซึ่งจะส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส

(3) การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติต้องเกิดปัญหาต่อเนื่อง

(4) การพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องไม่ทำลายเอกลักษณ์ทางด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

(5) การพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องมีส่วนในอันที่จะกระตุ้นให้ฐานะเศรษฐกิจดีขึ้นมีการกระจายรายได้ ให้มีการขยายตัวทางการผลิต และบริการในพื้นที่เพื่อเพิ่มผลผลิตทั้งสินค้าและบริการ

(6) การพัฒนาการท่องเที่ยวควร เป็นโครงการเอนกประสงค์

(7) โครงการพัฒนาควรกระทำให้เหมาะสมตามศักยภาพของเมืองและแหล่งท่องเที่ยวไม่ควรผันแปรเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจากประเภทหนึ่ง ไปสู่อีกประเภทหนึ่ง

(8) การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคใหญ่/สงขลา

(9) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องกระทำในลักษณะที่ต้องแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้ ในเชิงบริการและแหล่งท่องเที่ยว

(10) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องแสวงหาจุดประสงค์ในทางสร้างสรรค์ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของประชากรในท้องถิ่น

3.1.3 เพื่อให้บรรลุนโยบายดังกล่าวในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีกลวิธีดังนี้

(1) วางแผนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ ให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในพื้นที่โครงการ

(2) ส่งเสริมและฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมตลอดจนโบราณสถาน ศาสนสถาน และศิลปวัตถุให้เป็นที่ยอมรับในความสำเร็จ ความสวยงามแก่นักท่องเที่ยวและคนทั่วไป

(3) ปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อมทั้งในเมืองและแหล่งธรรมชาติ ให้มีสภาพดีขึ้นกว่าเดิม

(4) พัฒนาสาธารณูปโภคให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนพัฒนาระบบการสื่อสารและโทรคมนาคม เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในอนาคต

(5) ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริม และชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น โดยเฉพาะการขยายวันพักของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านให้นานขึ้น และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านให้เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 4.5

(6) ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนภาคเอกชน โดยเฉพาะการลงทุนขนาดเล็กและขนาดกลางในการผลิตสินค้าและบริการอย่างจริงจัง ทั้งนี้ควรดูแลให้การลงทุนภาคเอกชนอยู่ในกรอบที่เหมาะสม สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางด้านธรรมชาติและสังคมน้อยที่สุด

(7) สร้างความสามัคคีระหว่างกลุ่มคนที่ต่างวัฒนธรรมในพื้นที่โครงการ ให้เกิดความปรองดองและอยู่ร่วมกันอย่างราบรื่น

(8) สร้างสำนึกให้เกิดความเป็นไทยขึ้นในกลุ่มคนที่เป็นชาวไทยมุสลิม

(9) พัฒนาองค์การเพื่อการท่องเที่ยวทั้งของรัฐและเอกชน ตลอดจนจัดระบบประสานงานเพื่อการพัฒนา ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการ

(10) พัฒนาให้สุโขทัย โกลก มีสภาพพร้อมที่จะเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

(11) ควรกระจายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงให้เป็นศูนย์กลางของกลุ่มและสำหรับจังหวัดนราธิวาสควรเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ สถาน ประเพณีศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรม อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของสตูล ปัตตานี ยะลา นราธิวาส โดยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่า เทศบาลตำบลสุโขทัย โกลก และเทศบาลเมืองนราธิวาสมีศักยภาพความเป็นศูนย์กลางเหมาะสมเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้

(12) พัฒนาโครงข่ายคมนาคมทางบกให้สะดวกขึ้น เช่นควรมีถนนเลียบริมชายแดนตั้งแต่ อ.ตากใบ ไปจนถึง อ.เมือง จ.สตูล

4. สภาพ รูปแบบ และลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4.1 แหล่งที่มาจากการสำรวจ

4.1.1 ธุรกิจประเภทที่พักแรม

(1) ประเภท ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจจำนวนสถานที่พักแรมในสุโขทัย โกลกพบว่าทั้งหมดเป็นโรงแรมขนาดเล็ก และราคาค่าห้องพักสูงสุดจะอยู่ในอัตราไม่เกิน 1000 บาท แต่โดยเฉลี่ยมักจะอยู่ในราคาที่ต่ำกว่า 400 บาทต่อคืน คือจากจำนวนโรงแรมที่สำรวจพบมี 51 แห่ง ร้อยละ 96.08 เป็นโรงแรมที่มีขนาดระดับ C3 คือมีราคาห้องพักไม่เกิน 400 บาทต่อคืน อีกทั้งลักษณะการประกอบการเกือบทั้งหมดจัดอยู่ในรูปโรงแรม มีเพียงร้อยละ 3.29 และ 1.96 จะเป็นเกสต์เฮาส์และบังกาโล (ตารางที่ 1) โดยที่ส่วนประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในโรงแรมนั้น (ตารางที่ 2) มีจำนวนถึงร้อยละ 68.63 ที่มีลิ้นชักภายใน ทั้ง ๆ ที่เป็นเพียงโรงแรมเล็ก ๆ ก็เนื่องมาจากการที่ส่วนของลิ้นชักจะเป็นเสมือนสถานที่รับแขก และนัดพบของหญิงบริการต่าง ๆ ได้สะดวก ในขณะที่ลิ้นชักของสถานที่พักแรมที่ได้สำรวจนั้น ก็นับว่าเป็นสิ่งที่น่าจะอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้อย่างมากนั้น ปรากฏว่ามีเพียงจำนวนร้อยละ 21.57 ของจำนวนธุรกิจที่สำรวจที่มีบริการลิ้นชัก นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ของโรงแรมในสุโขทัย โกลกที่นับว่ามีไว้บริการค่อนข้างมาก ได้แก่ ที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 39.22 บริการแท็กซี่ คิดเป็นร้อยละ 65.31 บริการซักรีด คิดเป็นร้อยละ 51.02 ของจำนวนโรงแรมทั้งหมดที่มีเหล่านี้ (ตารางที่ 3)

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จัดได้ว่าธุรกิจประเภทสถานที่พักแรม ในสุโขทัยสามารถจัดออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มที่มีอายุอยู่ในช่วงกลางเก่า-กลางใหม่ ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุอยู่ระหว่าง 4-6 ปี คิดเป็นจำนวนร้อยละ 41.18 และอีกกลุ่มหนึ่งได้แก่กลุ่มที่มีอายุค่อนข้างเก่ามาตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นจำนวนร้อยละ 37.25 ส่วนที่เหลือคือกลุ่มที่มีอายุการก่อสร้างอยู่ในช่วง 1-3 ปี และ 7-9 ปี ดังนั้นจึงเป็นข้อมูลที่อาจจะทำให้เห็นภาพความจริงได้มากกว่าที่จะสรุปแต่เพียงว่าธุรกิจที่พักแรมในสุโขทัย มีการขยายตัวและให้บริการมานานเพียงอย่างเดียว อันที่จริงแล้วน่าจะพอสรุปได้ว่าธุรกิจประเภทที่มีหญิงบริการในโรงแรมในสุโขทัย มีการมานานทีเดียว ทั้งนี้เพราะเกือบทุกโรงแรมจะต้องมีส่วนประกอบที่เป็นหญิงบริการไว้เพื่อดึงดูดความสนใจของแขกที่มาพักมาตั้งแต่อดีตแล้ว (ตารางที่ 4)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ การที่จะพิจารณาว่าลูกค้าที่มาพักแรมนั้นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับคำจำกัดความและหลักเกณฑ์ในการจัดประเภท เพราะแขกที่มาพักอยู่ตามสถานที่พักแรมที่ได้สำรวจมานั้น ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจชาวมาเลเซียหรือมีชาวสิงคโปร์ประกอบบ้าง ซึ่งได้พากันข้ามแดนเข้ามายังสุโขทัยเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อมาใช้ชีวิตกลางคืนพักค้างคืนโดยหมดไปกับหญิงบริการและบันเทิงราตรีมากกว่าจุดประสงค์ที่จะท่องเที่ยวไปยังจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ในขณะที่เดียวกันลูกค้าชาวไทยที่มาพักแรม ส่วนใหญ่ก็มักจะมีจุดประสงค์ทำนองเดียวกันกับนักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย ด้านการเข้าพักแรมร้อยละ 36.36 เป็นโรงแรมที่มีลูกค้าชาวต่างประเทศเข้าพักแรมเกินกว่า 60% ขึ้นไป นอกจากนี้เกือบทั้งหมดของโรงแรมที่สอบถาม แขกที่มาพักเป็นผู้ที่เดินทางมาเองไม่น้อยกว่า 60% โดยเฉลี่ยแล้วจะเป็นผู้ที่มีฐานะอยู่ในระดับปานกลาง-ต่ำ (ตารางที่ 5)

(4) อัตราการเข้าพัก หากเป็นโรงแรมระดับ C2 สำหรับช่วง High season จะมีแขกเข้าพักอยู่ในอัตราที่ไม่ต่ำกว่า 60 % แต่ถ้าในช่วง Low season แขกที่เข้าพักอาจลดลงบ้าง คือ อาจจะมีบางช่วงที่มีแขกเข้าพักเพียง 20 % แต่โดยเฉลี่ยแล้วก็มักอยู่ในระดับ 40-80 % และสำหรับโรงแรมระดับ C3 พบว่า อัตราการเข้าพักไม่ว่าจะเป็น High หรือ Low season จะใกล้เคียงกัน คือ โดยเฉลี่ยทั้งหมดจะอยู่ในระหว่าง 41-60 % และที่มีอัตราการเข้าพักต่ำกว่า 20 % มีเพียงจำนวนร้อยละ 5 ของจำนวนธุรกิจที่พักแรมที่สำรวจทั้งหมด (ตารางที่ 6)

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ประเภทที่พักแรมในสุโขทัยที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่าร้อยละ 81.82 จากจำนวนผู้ตอบ 22 ราย กล่าวว่าในเรื่องของการบริการภายในห้องพักและประเภทห้องพักที่มีเป็นสิ่งดึงดูดใจแก่ลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของโรงแรม ส่วนประกอบด้านวัตถุประสงค์ประเภทอื่น ๆ เป็นเพียงส่วนประกอบย่อยที่ช่วยสนับสนุนให้แขกมาพักเท่านั้น

(6) การตลาดของธุรกิจ เมื่อเปรียบเทียบจากบริการต่าง ๆ ที่มีภายในโรงแรมพบว่าโรงแรมในสุโขทัยจะมีการแข่งขันในเรื่องการตัดราคาค่าห้องพักกันค่อนข้างสูง โดยจะ

พยายามกำหนดอัตราให้ต่ำกว่า โรงแรมที่มีเกรดเดียวกัน แต่ยังมีโรงแรมบางแห่งที่มีมาตรฐานดี กว่าก็ยังสามารถกำหนดราคาของตนให้สูงกว่าผู้อื่นได้ ซึ่งในภาวะที่มีการแข่งขันด้านราคาห้องพัก กันนั้น ในโรงแรมหลาย ๆ แห่งก็พยายามเพิ่มรายได้ของตนจากภัตตาคาร/ค็อกฟีร็อกม์ ร้านอาหาร ที่มีภายในโรงแรม โดยขอข่าน้อยการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการจะพยายามรักษาให้ได้รับดับ เดียวกันกับร้านอาหารในโรงแรมอื่น และจะไม่มีกาตั้งราคาให้ต่ำกว่าอย่างแน่นอน

วิธีการจำหน่ายห้องพักที่โรงแรมในสุโขทัย โลกมักจะใช้กันมากน้อยตามลำดับ ได้แก่ วิธีการลดเปอร์เซ็นต์ให้หากมีแขกมาติดต่อกที่จะเข้าพักล่วงหน้า วิธีการติดต่อกับโรงแรมอื่น ๆ เพื่อ ผลประโยชน์ร่วมกัน เช่นกรณีห้องพักของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเต็มก็จะส่งลูกค้าไปให้ยังอีกโรงแรมหนึ่ง เป็นต้น วิธีการติดต่อโดยตรงกับหน่วยงานหรือสถาบันต่าง ๆ หรือกรณีที่หน่วยงานมาติดต่อเองก็ จะให้ส่วนลดถึง 30 % สำหรับวิธีการอื่น ๆ มิใช่กันบ้างแต่ไม่มากนัก ในด้านวิธีการส่งเสริม ยอดขายของธุรกิจประเภทนี้เช่นเดียวกันกับธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร ในแง่ที่มักจะทำกันต่อเนื่อง ตลอดปี โดยที่ยอดของการใช้แตกต่างกันมากน้อยไม่ว่าจะเป็นช่วง High หรือ Low season ทั้งนี้เพราะความที่สุโขทัย โลกมักจะมีนักท่องเที่ยวต่างถิ่นหรือจากประเทศเพื่อนบ้านเดินทางกันเข้า มาเรื่อย ๆ ตลอดปีในอัตราที่ไม่แตกต่างกันมากนักนั่นเอง คือจากจำนวนผู้ประกอบการ 22 รายจะ ใช้วิธีคิดผ่านป้ายโฆษณาหรือโฆษณาผ่านทางสื่อสารมวลชนทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์และในสมุดโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 45.45 ในช่วง High season และลดลงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 36.36 สำหรับ ช่วง Low season รองลงมาคือการแจกของที่ระลึก แจกคูปองพิเศษเพื่อสะสมไว้พักฟรี รวมทั้งการ ทำจดหมายชี้ชวนไปยังกลุ่มทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 18.18 และร้อยละ 13.64 ของช่วง High และ Low season ตามลำดับ นอกจากนี้ก็คือวิธีการให้ลูกค้าไปบอกต่อกันเอง คิดเป็นร้อยละ 4.55 ยังมีผู้ประกอบการถึง 45.45 ที่ยังไม่ได้ใช้วิธีการส่งเสริมใด ๆ

(7) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ปรากฏว่าในด้านสิ่ง อำนวยความสะดวกที่มีภายในโรงแรมในสุโขทัย โลกนอกเหนือจากบริการห้องพักนั้น พบว่าโรงแรม ที่มีร้านจำหน่ายของที่ระลึกอยู่ภายใน ซึ่งมีเพียงแห่งเดียวจากการที่สำรวจได้ เห็นว่าการมีร้าน ประเภทนี้อยู่ในโรงแรมของตนนั้นเป็นสิ่งที่มีความต้องการของลูกค้า ซึ่งก็แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มาพักแรมนั้น ไม่ได้สนใจที่จะจับจ่ายเพื่อซื้อของที่ระลึกเท่าใดนัก และในขณะเดียวกันโรงแรมที่มีดีสไก้เทคหรือไนท์คลับจำนวน 5 แห่ง มีร้านอาหารอยู่ภายใน 9 แห่ง ก็ยังเห็นว่าบริการ ที่มีเหล่านี้มีความต้องการของผู้มาพักอีกเช่นกัน ส่วนบริการอื่น ๆ ก็มีความโน้มเอียงไปในทิศทางที่ค่อนข้างมากเช่นกัน ยกเว้นบริการประเภท exercise หรือ sport club จากการสำรวจไม่พบว่ามีการบริการประเภทนี้อยู่ในโรงแรมที่สุโขทัย โลกเลย และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างโรงแรมขนาดต่าง ๆ แล้ว ปรากฏว่าโรงแรมขนาดระดับ C จะมีความรู้สึกต่อความพร้อมด้าน

บริการที่ว่ามีมากเกินไปนั้น น้อยกว่าโรงแรมที่มีขนาดใหญ่กว่า

(8) ปัญหาของธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ใน สุโขทัย โกลสก/นราธิวาส ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาด้านการบริการ-การตลาดและปัญหาด้านการเงินเป็น ส่วนใหญ่ หรือคิดเป็นจำนวนรวมได้ร้อยละ 59.09 ปัญหาด้านการบริการ-การตลาดได้แก่ ปัญหาที่ นักท่องเที่ยวเข้ามาไม่แน่นอนและยังน้อยกว่าจำนวนห้องพักที่มี ปัญหาที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้ โรงแรม ใหม่ทำให้เกิดการแข่งขันด้านการตลาดที่ค่อนข้างสูง และปัญหาที่เกี่ยวกับการขาดสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกบางประการที่ไม่มีบริการแก่แขก เป็นต้น ส่วนปัญหาด้านการเงินนั้นจะเกี่ยวกับเรื่อง การขาดแคลนเงินที่จะนำมาปรับปรุงกิจการรวมทั้งปัญหาที่เกิดจากการกู้ยืมธนาคารมาลงทุน นอกจากนี้ ปัญหาใหญ่ ๆ 2 ประการนี้แล้ว ก็ยังมีปัญหาด้านบุคลากรของโรงแรม เพราะหาพนักงานที่มีความ รู้เกี่ยวกับภาษาจีนและอิสลามได้ยาก เกิดการแข่งขันด้านบุคลากรระหว่าง โรงแรมด้วยกัน สำหรับ ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับด้านกฎระเบียบของราชการนั้น เช่น ด้านความเข้มงวดของการตรวจคน เข้าเมือง เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวและแขกที่มาพักลดน้อยลงด้วย (ตาราง ที่ 7) แต่เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปัญหาที่ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญอยู่กับความพอใจต่อผลการ ดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา มีผู้ประกอบการจำนวนร้อยละ 40.91 ที่รู้สึกที่ค่อนข้างพอใจ และร้อยละ 59.09 รู้สึกว่าพอใจไม่ได้ มีไม่มากนักที่รู้สึกค่อนข้างไม่พอใจ

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ จากความคิดเห็นที่ได้รับ สิ่งที่ผู้ประกอบการที่ คาดว่าจะปรับปรุงกิจการของตน คิดจะทำกันมากที่สุด คือการปรับปรุงตกแต่งภายในโดยการทำสี ห้องใหม่ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 59.09นอกจากนี้ก็จะ เป็นวิธีการเฉพาะที่ผู้ประกอบการแต่ละราย คาดว่าจะดำเนินการ อาทิเช่นการเพิ่มให้มีห้องสำหรับบริการอาหารบุฟเฟต์ที่แขกจะสามารถเลือก ทานกันได้ การปรับปรุงใหญ่เพื่อยกระดับให้เทียบเท่าโรงแรมชั้นนำ การขยายสาขาออกไป การ สร้างห้องพักเพิ่มขึ้น การปรับปรุงบริเวณรอบ ๆ โรงแรมให้เป็นจุดสนใจ และการพยายามดึงกลุ่ม ทัวร์เข้ามา(แต่ยังติดปัญหาที่จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ของนราธิวาสยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว ได้รู้จักเพียงพอ)

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ในทัศนะของผู้ประกอบการที่แสดงออกมา ผู้ประกอบการที่ วิตกว่าต่อไปสถานการณ์ของธุรกิจ โรงแรมจะต้องซบเซาลงเพราะมีนักท่องเที่ยวลดลงจะมีมากกว่า ผู้ประกอบการที่มองว่าธุรกิจนี้จะดีขึ้นเรื่อยๆและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี คิดเป็นร้อยละ 41:28 ในขณะที่เวลานี้ผู้ประกอบการจำนวนร้อยละ 27.27 เห็นว่าคงยังไม่สามารถตัดสินใจว่า อนาคตจะเป็นอย่างไร จะต้องรอดูสถานการณ์ชายแดนและเศรษฐกิจของประเทศมาเลเซีย อันเป็น ประเทศที่นักท่องเที่ยวพากันมาซึ่งสุโขทัย โกลสกมากที่สุด อีกทั้งยังขึ้นกับความนิยมของนักท่องเที่ยว ด้วยว่าจะมีแนวโน้มว่าจะเป็นอย่างไรต่อไปด้วย (ตารางที่ 8)

4.1.2 ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

(1) ประเภท ขนาด และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีของธุรกิจ จำนวนรวมของธุรกิจที่สำรวจพบมี 23 แห่ง และสามารถสอบถามและเก็บตัวอย่างได้ทั้งหมด ธุรกิจร้านอาหารดังกล่าวมีลักษณะการจับกลุ่มอยู่กันเป็นบริเวณ ตามถนนสายสำคัญต่าง ๆ ของสุโขทัย โกลกร้อยละ 91.30 เป็นมีลักษณะเป็นธุรกิจประเภทร้านอาหารธรรมดา และจะมีลักษณะเป็นธุรกิจประเภทภัตตาคารหรือคอฟฟี่ช็อป เพียงร้อยละ 8.70 และนอกจากธุรกิจร้านอาหารที่สำรวจพบนี้ ยังมีร้านอาหารประเภทที่จัดในรูปแบบหรือเฟิงชาอาหารตลอดแนวถนนบางสายของสุโขทัย โกลที่เปิดบริการในช่วงเวลากลางวัน ส่วนที่หาดตากใบและตพานั้น เดิมเคยมีร้านอาหารที่เปิดดำเนินการในช่วงที่มีการ promote หาดนี้ใหม่ ๆ แต่เนื่องจากการที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวนิยมไปที่หาดนี้กันมากนัก กอปรกับปัญหาของการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภคใหม่ ๆ จึงทำให้ร้านอาหารต่าง ๆ ที่เคยเปิดดำเนินการต้องปิดตัวเองลงไป

ในเรื่องประเภทของการบริการอาหาร โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นอาหารไทย และอาหารจีน คือ โดยเฉลี่ยร้อยละ 65.22 ของบรรดาร้านอาหารต่าง ๆ จะมีอาหารไทยไว้บริการ และร้อยละ 56.52 ก็จะมีอาหารจีนไว้บริการ ส่วนอาหารประเภทอื่น ๆ นั้นมีบริการบ้าง และสามารถรับประทานได้ไม่ยากนัก และจากขนาดของธุรกิจร้านอาหารที่สำรวจพบ ร้อยละ 78.26 เป็นธุรกิจขนาดระดับ C มีเพียงร้อยละ 8.70 ที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ระดับ A แต่ส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่จะมีบริการที่จอดรถและโทรทัศน์ติดต่อ มีเพียงร้อยละ 13.04 ที่ไม่มีบริการทั้งสองประเภทนี้ โดยที่เป็นร้านที่มีขนาดเล็กระดับ C ทั้งหมด ส่วนบริการด้านบันเทิงหรือการจัดแสดงโชว์หรือดนตรีในร้าน พบว่า ร้านที่มีขนาดระดับ A และ B จะมีบริการประเภทนี้กว่าครึ่ง ส่วนร้านที่มีขนาดเล็กมีเพียงร้อยละ 11.11 เท่านั้นที่มีบริการด้านนี้

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ร้อยละ 56.53 เป็นร้านอาหารที่เปิดดำเนินการมากกว่า 5 ปีแล้ว เพราะจำนวนไม่น้อยเป็นร้านอาหารที่เปิดดำเนินการอยู่ชั้นล่างภายในโรงแรมไม้ขนาดเล็ก และมีอายุการดำเนินงานนานปีของสุโขทัย โกลกนั้นเอง (ตารางที่ 9)

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ จากการสำรวจมีร้านที่รับคำตอบมาเพียง 10 แห่ง ซึ่งร้อยละ 90 ของร้านอาหารเป็นร้านที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าไปรับประทานกว่า 60% โดยเฉลี่ยแล้ว ส่วนมากจะเป็นผู้ที่มียารายได้อยู่ในระดับปานกลาง-สูง ลูกค้าเกินกว่า 60 % ของร้านอาหารต่าง ๆ ร้อยละ 80.00 เป็นผู้ที่เดินทางมาคนเดียว

(4) ลักษณะเด่นของธุรกิจ ร้อยละ 78.26 เป็นธุรกิจร้านอาหารที่เห็นว่าคุณภาพลักษณะของอาหารและราคา ต่างก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้มีผู้เข้ามารับประทานอาหารในร้านของตนเท่า ๆ กัน ในขณะที่ร้อยละ 34.78 เห็นว่า เรื่องสถานที่ตั้งและการจัดร้านเป็นส่วนที่ดึงดูดให้มี

ลูกค้าสนใจมารับประทานอาหารในร้านของตน

(5) การตลาดของธุรกิจ ธุรกิจประเภทร้านอาหารในจังหวัดนครราชสีมาว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง เพราะจากการสำรวจพบว่าเมื่อเปรียบเทียบด้านราคาค่าบริการและค่าอาหาร ส่วนใหญ่จะตั้งราคาไม่ให้สูงกว่าร้านอื่น ๆ หรือไม่ก็จะพยายามตั้งราคาให้ต่ำกว่าร้านอื่น ๆ ด้วย (ตารางที่ 10)

ขณะเดียวกันเมื่อธุรกิจร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันในการตลาดค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงมีบางส่วนของธุรกิจที่ผู้ประกอบการพยายามที่จะ โน้มน้าวชักจูงให้ลูกค้าสนใจที่จะมารับประทานอาหารในร้านของตนโดยที่ร้อยละ 20 ได้ใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และร้อยละ 10 ใช้การแจกคูปองส่วนลดหรือของที่ระลึก และวิธีการดังกล่าวนี้มักจะทำกันในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว แต่หากเป็นช่วง Low season แล้ว มีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่ยังมีการ promote ธุรกิจของตน ซึ่งวิธีการที่ใช้คือการโฆษณาผ่านสื่อกลางต่าง ๆ

(6) ความพร้อมด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องจำนวนธุรกิจที่มีอยู่ในสุโขทัย โกลกว่า ปริมาณร้านอาหารที่มีอยู่ในปัจจุบันมีค่อนข้างสูงมาก เพราะนอกจากจะเป็นร้านอาหารที่เปิดดำเนินการในรูปแบบที่เป็นร้านอาหารถาวรแล้วยังมีร้านอาหารในรูปแบบแฟรนไชส์หรือร้านแผงลอยอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน (ตารางที่ 11)

(7) ปัญหาของธุรกิจ เพราะจากการที่มีปริมาณการกระจุกตัวของจำนวนร้านอาหารในสุโขทัย โกลกค่อนข้างสูง ซึ่งทำให้การแข่งขันค่อนข้างรุนแรงเป็นเงาตามตัว ดังนั้นผู้ประกอบการของธุรกิจประเภทนี้จากการสำรวจและสอบถามมาได้ร้อยละ 60 จึงดำเนินการปิดกิจการ โดยอยู่ในสถานะที่เห็นว่าธุรกิจร้านอาหารของตนอยู่ในสถานการณ์ที่ยังพอดำเนินการอยู่ได้เท่านั้น และถึงแม้ค่อนข้างไม่พอใจกับผลการดำเนินการธุรกิจของตน เพราะนอกจากปัญหาด้านการแข่งขันที่ตนต้องเผชิญอยู่ร้อยละ 40 เห็นว่ากฎเกณฑ์และความเข้มงวดของทางราชการเป็นปัญหาใหญ่ สำหรับการดำเนินการธุรกิจของตน นอกจากนั้นร้อยละ 50 เห็นว่าในเรื่องบุคคลากรและพนักงาน ทั้งด้านการขาดคุณภาพและขาดแรงงาน นับว่ามีปัญหาสำหรับธุรกิจของตน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่ามีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่ให้ความเห็นว่าปัญหาของธุรกิจตนเกิดจากการที่จำนวนลูกค้าไม่คงที่ หรือสถานะของจำนวนนักท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอตลอดปี ซึ่งก็แสดงว่าปริมาณนักท่องเที่ยวที่ไปยังสุโขทัย โกลกเท่าที่เป็นอยู่ขณะนี้ คาดว่าคงมีปริมาณพอควร โดยที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเห็นว่า เป็นแหล่งที่ยังสามารถทำรายได้ให้ธุรกิจของตนได้อยู่ เฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการร้อยละ 70 กล่าวว่าผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ อยู่ในระหว่าง 11-30 เปอร์เซ็นต์ ส่วนผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่เหลือกล่าวว่าสูงกว่านี้แต่ก็ไม่เกิน 60 เปอร์เซ็นต์ของราคาทุน (ตารางที่ 12)

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ มีเพียงร้อยละ 30.00 ของธุรกิจที่คาดว่าจะปรับปรุงธุรกิจของตนให้ดีขึ้น โดยประสงค์ที่จะปรับปรุงในเรื่องสถานที่ประกอบการร้อยละ 20

ส่วนอีกร้อยละ 10 คิดว่าจะปรับปรุงด้านการส่งเสริมการขาย และการตลาดที่น่าสนใจยิ่งขึ้น นอกจากผู้ประกอบการจำนวนนี้แล้ว ผู้ประกอบการรายอื่นจำนวนร้อยละ 30 คิดว่าจะไม่มีการลงทุนปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงใด ๆ อีกร้อยละ 40 ของจำนวนผู้ประกอบการไม่ได้ให้ข้อคิดเห็นใด ๆ ในเรื่องนี้

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการร้านอาหารในสุโขทัย โกลกได้ให้ทัศนะที่เกี่ยวกับแนวโน้มในอนาคตของธุรกิจประเภทร้านอาหาร โดยสรุปแล้ว จะมีทัศนะในแง่ลบต่อการขยายตัวหรือลงทุนใหม่ ๆ ที่จะเกิดของธุรกิจร้านอาหาร คือจำนวนร้อยละ 40 เห็นว่าการดำเนินธุรกิจเท่าที่มีอยู่ในขณะนี้ ยังทรงตัวต่อไปได้ แต่ก็เห็นว่าถึงจุดอิ่มตัวแล้ว และอีกจำนวนร้อยละ 30 เห็นว่าการดำเนินธุรกิจร้านอาหารต่อไปในอนาคตจะทำได้ยากลำบากยิ่งขึ้นจะต้องประสบกับภาวะการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงขึ้น และต่อไปก็ต้องประสบกับภาวะซบเซาลงไป ซึ่งยังมีผู้ประกอบการอีกร้อยละ 30 ที่คาดว่าจะยังมีการขยายตัวของธุรกิจประเภทนี้ขึ้นอีกต่อไป ในระยะนี้ ซึ่งผู้ประกอบการรายดังกล่าวที่ตอบนี้ จะมองถึงผลลัพท์ที่จะเกิดขึ้นในแง่ลบมากกว่าที่จะสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวขึ้น

4.1.3 ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีในธุรกิจ นับว่าในสุโขทัย โกลกมีธุรกิจบริการด้านนี้อยู่ไม่น้อยมากเพราะจากการสำรวจพบว่า มีร้านขายสินค้าที่ระลึกอยู่เพียง 3 ร้าน โดยเป็นร้านที่มีขนาดระดับ B และระดับ C เท่านั้น คือเป็นร้านที่มีพื้นที่ต่ำกว่า 140 ตรม. ลักษณะของสินค้าที่จำหน่ายมักจัดอยู่ในประเภทเครื่องประดับ หรือเครื่องใช้ที่ทำด้วยโลหะ เครื่องถม เครื่องเงิน ไม้/หวาย ผ้า เครื่องหนัง และอื่น ๆ สินค้าดังกล่าวทางร้านเป็นเพียงผู้ที่รับมาจากนายอีกต่อหนึ่งจากแหล่งผลิตในกรุงเทพฯ มิได้มีการผลิตเอง โดยที่ในจำนวนร้านทั้งหมดหนึ่งร้านที่ให้บริการรับบัตรเครดิต ส่วนอีกร้านหนึ่งจะมีบริการรับคำสั่งพิเศษและบริการนอกสถานที่ และร้านที่เหลือก็เป็นเพียงการให้บริการขายสินค้าตามปกติเท่านั้น

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ร้านขายสินค้าประเภทของที่ระลึกซึ่งเปิดดำเนินการมานาน มีระยะเวลาถึง 45 ปี นับว่าเป็นร้านที่เก่าแก่ของสุโขทัย โกลกทีเดียว ร้านดังกล่าวนอกจากจะเป็นร้านที่ดำเนินธุรกิจมานานกว่าร้านอื่นแล้ว ยังเป็นร้านที่มีขนาดและบริการสินค้าน่ามากกว่าร้านอื่น ๆ อีกด้วย สำหรับอีก 2 ร้านนั้นได้ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3 ปีแล้ว

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ พบว่า ลูกค้าที่มาจับจ่ายซื้อของนั้นเป็นเพศชายทั้งหนึ่งและเป็นเพศหญิงทั้งหนึ่ง ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศใกล้เคียงและแถบ

เอเชีย โดยเฉลี่ยแล้วคิดเป็นอัตราร้อยละ 80 ส่วนที่เหลือจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากทางยุโรปและอเมริกา มีจำนวนไม่เกินร้อยละ 20 ที่เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งมากับกรุ๊ปทัวร์ โดยกลุ่มอายุที่เข้ามาซื้อของนั้นจะเป็นกลุ่มที่มีอายุอยู่ในวัยกลางคน คือ มีอายุอยู่ในระหว่าง 31-50 คิดเป็นร้อยละ 63.33 ทั้งนี้ประมาณร้อยละ 80-90 เป็นผู้มีฐานะที่จัดว่าอยู่ในระดับดีและฐานะปานกลาง

(4) ความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ การจัดจำหน่ายสินค้าของธุรกิจสินค้าที่ระลึก 2 ใน 3 ร้านจะมีลักษณะเข้ามาเพื่อขายโดยตรงให้กับลูกค้าทั่วไป ส่วนอีกหนึ่งร้านนั้นร้อยละ 40 ของจำนวนสินค้าจะจำหน่ายให้แก่ตัวกลางหรือพ่อค้าปลีก แต่ทั้งนี้ก็เป็นเพียงการขายเงินสดที่ไม่ได้ให้ส่วนลดใด ๆ ลักษณะของการบริการหลังการขาย พบว่าในจำนวน 2 ร้านแห่งหนึ่งจะมีบริการจัดส่งสินค้าไปยังผู้สั่งซื้อ อีกแห่งหนึ่งจะมีบริการจัดกระเช้าและรับคำสั่งพิเศษ

(5) ลักษณะเด่นของธุรกิจ นับว่าร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของสุโขทัยโลกนี้ทั้งหมดจะพยายามไม่จำหน่ายสินค้าให้หลากหลายมากนัก โดยมักจะเลือกจำหน่ายเฉพาะสินค้าเพียง 2-3 ประเภทที่คิดว่าเป็นที่ต้องการของลูกค้า เช่น สินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบที่เป็นโลหะ เครื่องถม หรือเครื่องหวาย จะเป็นสินค้าที่มีจำหน่ายกันมากกว่าสินค้าประเภทอื่น

(6) การตลาดของธุรกิจ อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่อาจดำเนินงานไปได้เรื่อย ๆ โดยมักจะไม่ต้องอาศัยวิถีทางการตลาดมากนัก เพราะจากการสำรวจมีอยู่เพียงร้านเดียวที่ใช้วิธีการลดราคาในช่วงเทศกาลสำหรับระยะเวลา High season นอกเหนือจากการขายตามปกติ ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าของแต่ละร้าน จะอยู่ในระดับเดียวกันหมด

(7) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการของ 3 ร้านที่มีอยู่ขณะนี้ ให้ความเห็นในเชิงของความเพียงพอที่ยังมีโอกาสจะขยายตัวได้อีก เพราะในแง่ของการประกอบการที่ดำเนินอยู่ 2 ใน 3 รายไม่พอใจกับผลการดำเนินงานของตนเท่าใดนัก ในขณะที่อีกหนึ่งรายค่อนข้างจะพอใจมากต่อภาวะการค้าที่เป็นอยู่ของตน ทั้งนี้ผู้ประกอบการทั้งรายที่ยังไม่พอใจกับผลการดำเนินงานของตนนั้น กล่าวว่าถ้าโรสุทธิที่ได้ จะมีเพียงร้อยละ 10 ของยอดขายเท่านั้น

(8) ปัญหาของธุรกิจ เมื่อเปรียบเทียบดูกับธุรกิจประเภทอื่นแล้ว นับว่าผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก อาจจะไม่ต้องเผชิญกับภาวะที่ต้องหนักใจในหลาย ๆ ด้านเช่นเดียวกับที่ผู้ประกอบการโรงแรมหรือธุรกิจอื่น ๆ ต้องประสบอยู่ เพราะมีเพียงผู้ประกอบการรายเดียวที่กล่าวว่าธุรกิจของตนมีปัญหา ซึ่งปัญหาที่ว่านั้น ก็เป็นความต้องการที่อยากให้ทางหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องช่วย Promote ให้นักท่องเที่ยวที่มาจากสุโขทัยโลกสนใจที่จะซื้อของติดมือกลับบ้านเท่านั้น

(9) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ส่วนใหญ่จะเน้นในด้านการจัดหาสินค้าใหม่ ๆ เข้าร้านหากมีเงินทุนเพียงพอ และ ด้านการขยายตลาด โดยจำหน่ายสินค้าส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย

(10) แนวโน้มของธุรกิจ ผู้ประกอบการ 2 รายมีทัศนคติต่อธุรกิจ โดยคาดว่าอนาคตของธุรกิจซึ่งมีแนวทางที่จะขยายตัวและเจริญขึ้นอีก หากทางชาวมาเลเซียยังให้ความสนใจต่อสินค้าที่จำหน่าย และยังมีคนเข้ามาเที่ยวในสุโหงโกลก แต่ผู้ประกอบการอีกหนึ่งรายนั้น ไม่แน่ใจว่าธุรกิจของตนจะเป็นอย่างไรต้องขึ้นกับสถานการณ์แวดล้อมของสุโหงโกลก

4.1.4 ธุรกิจจัดนำเที่ยว จากการสำรวจ ไม่พบว่ามียุ้ประกอบการธุรกิจด้านนี้ที่เด่นชัด

4.1.5 ธุรกิจขนส่ง บริเวณที่สำรวจทั้งที่สุโหงโกลกและที่หาดตาปา/ตากใบ ธุรกิจขนส่งที่มีอยู่เป็นธุรกิจที่มีลักษณะของการได้รับสัมปทานหรือลักษณะใกล้เคียงมากกว่าจะเป็นการค้าในธุรกิจของเอกชนรายใดรายหนึ่งที่อยู่ในพื้นที่โดยเฉพาะ ลักษณะการขนส่งดังกล่าว ได้แก่ กลุ่มแท็กซี่รับจ้าง มอเตอร์ไซด์ หรือรถสามล้อรับจ้าง ที่รวมกลุ่มกันขึ้นเป็นสหกรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากการเดินทางเขตอำเภอโกลกมีระยะทางไม่ไกลนักมีระยะทางยาวเพียง 1 กิโลเมตรเท่านั้น ดังนั้นอาศัยจากการที่นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ก็มักไม่มีสัมภาระติดตัวกันมามาก ทำให้ประเภทมอเตอร์ไซด์และสามล้อถีบรับจ้างค่อนข้างนิยมและมีผู้ประกอบการอาชีพนี้กันค่อนข้างมาก โดยประมาณจำนวนรถมอเตอร์ไซด์รับจ้างที่มีอยู่ในปัจจุบันมีจำนวนถึง 2000 คันและมักจะจอดให้บริการอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชนต่าง ๆ เช่น ที่สถานีรถไฟ หัวสะพานรัตนู โรงแรมและย่านชุมชนที่สำคัญ การจอดรับนักท่องเที่ยวจะถูกกำหนดกันเป็นเขต ๆ อัตราค่าโดยสารสำหรับระยะทางสั้น ๆ คนละ 5 บาท หากเป็นระยะทางที่ไกลขึ้นคิดในอัตราคนละ 10 บาท ส่วนรถแท็กซี่รับจ้างก็มักเป็นรถสี่ล้อเล็กซึ่งมีวิ่งอยู่ทั่วไปในเขตเทศบาล สำหรับอัตราค่าบริการรถสี่ล้อเล็ก 4 บาทตลอดสายต่อคน

4.1.6 ธุรกิจเพื่อการพักผ่อนการ

(1) ประเภท-ขนาดและบริการที่มีของธุรกิจ จากการสำรวจพบว่าธุรกิจประเภทนี้ในสุโหงโกลกมีอยู่ 7 แห่ง โดยเฉลี่ยจะเป็นธุรกิจในลักษณะของอาบ-อบ-นวด และ ดิสโก้เทค/ไนท์คลับ เกือบจะทั้งหมด และมีธุรกิจบาร์เบียร์เพียงหนึ่งแห่ง จัดว่าธุรกิจประเภทสันทนาการในสุโหงโกลกส่วนมากจะมีขนาดค่อนข้างใหญ่ โดยเฉพาะธุรกิจดิสโก้เทค/ไนท์คลับจะมีขนาดระดับ

A ทั้งหมด และในบรรดาธุรกิจดิสโก้เทคเหล่านั้น ก็อาจจะมีการดำเนินธุรกิจ อาบ-อบ-นวด ด้วย แต่สำหรับธุรกิจที่เป็นสถานอาบ-อบ-นวดโดยตรง 2 แห่งนั้นจะมีขนาดเพียงระดับ C

(2) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จัดว่าธุรกิจสันตนาการที่เกิดขึ้นในสุโขทัย /นราธิวาส นี้ เป็นธุรกิจที่เพิ่งเกิดขึ้นได้ไม่นานนัก เพราะธุรกิจที่เปิดมานานที่สุด เปิดได้เพียงระยะเวลาไม่เกิน 7 ปี แต่โดยส่วนใหญ่ เฝ้าจะเริ่มตั้งขึ้นได้ไม่เกิน 3 ปีเท่านั้น

(3) ลักษณะลูกค้าของธุรกิจ ร้อยละ 71.42 ของธุรกิจ จะมีลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศในอัตราส่วนตั้งแต่ 70 % ขึ้นไปเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดังกล่าว เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศเพื่อนบ้าน และกลุ่มทวีปเอเชีย เกือบทั้งหมด ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ หรือ จากญี่ปุ่นบางส่วน โดยจะสังเกตได้ว่า นักท่องเที่ยวจากแถบเอเชียเหล่านี้ มักจะสนใจและมาใช้บริการธุรกิจประเภทไนท์คลับ และอาบ อบ นวด กันมาก แต่สำหรับธุรกิจบาร์เบียร์ซึ่งมีอยู่แห่งหนึ่งนั้น แทบจะเรียกได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ คิดเป็นร้อยละ 95 และนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปและสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 5 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าของธุรกิจสันตนาการในสุโขทัยในแต่ละประเภท โดยมากมักจะลูกค้าเพศชายที่มีกลุ่มอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด รองลงมา คือกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 20-30 ปี เฉลี่ยแล้วมักเป็นผู้ที่มีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าของธุรกิจสันตนาการนี้บางกลุ่มเป็นลูกค้าประจำกัน หรือไม่ก็อาจเป็นลูกค้าใหม่ ๆ ที่เคยได้รับคำแนะนำมาจากลูกค้าเก่า แต่เกือบทั้งหมดมักจะเดินทางมาใช้บริการกันเอง

(4) อัตราค่าบริการ เกี่ยวกับเรื่องราคาค่าบริการหลักสำหรับธุรกิจสันตนาการประเภทไนท์คลับและดิสโก้เทค ได้แก่ค่าเครื่องดื่ม ซึ่งจะมียอดอยู่ในระหว่าง 80-190 บาท ขึ้นกับราคาของแต่ละกิจการจะกำหนดไว้ สำหรับธุรกิจประเภทอาบ-อบ-นวด มักจะมีราคาใกล้เคียงกัน คือจะคิดในอัตราค่าบริการเป็นรายชั่วโมงอยู่ 80-95 บาท และด้านธุรกิจบาร์เบียร์นั้นก็จัดว่าราคาเครื่องดื่มมีราคาค่าบริการต่ำกว่าที่มีบริการในธุรกิจสันตนาการประเภทอื่นที่กล่าวมาคืออยู่ในระหว่างราคาแก้วละ 55-60 บาทเท่านั้น

(5) การตลาดของธุรกิจ จากการสำรวจอาจจะพอสรุปได้ว่าการส่งเสริมการขายบริการของธุรกิจประเภทนี้ จะพยายามให้เกิดการต่อเนื่องกันตลอดไม่ว่าจะอยู่ในช่วง High season หรือ ช่วง Low season ทั้งนี้เพราะธุรกิจประเภทนี้ แม้ว่าจะมีการประกอบธุรกิจให้เห็นเป็นรูปแบบที่ชัดเจนไม่มากนัก แต่ในสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้ โดยส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นในโรงแรมขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็จะมีบริการแทรกตัวหรือปะปนอยู่ของลักษณะการให้บริการต่าง ๆ อยู่ เช่น การมีหญิงไว้ต้อนรับและให้บริการแก่แขก เป็นต้น ดังนั้น จึงทำให้เกิดการแข่งขันของธุรกิจอยู่บ้าง สังเกตได้จากการตั้งอัตราค่าบริการภายในของร้านที่สำรวจทั้งหมด จะเห็นว่าทุกแห่งจะพยายามขายในสนนราคาค่าบริการที่อยู่ในอัตราเดียวกันหรือต่ำกว่ากัน เพราะฉะนั้นธุรกิจประเภทนี้ จึงมักใช้วิธีส่งเสริมการขายโดยโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านตัวกลางหรือสื่อต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 57.14 ของจำนวนธุรกิจทั้งหมด ส่วนการส่งเสริมการตลาดวิธีการอื่นที่อาจจะแตกต่างกันบ้างใน

แต่ละช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (แต่จากการสำรวจ สู่ โลก/นราธิวาส มักจะมีนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะจากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์เดินทางเข้ามาอยู่ตลอดเกือบทุกวัน เพราะสามารถเดินทางเข้ามาได้หลายทาง อีกทั้งระยะทางไม่ไกลกันมากนักระหว่างเขตแดนไทยและมาเลเซีย ดังนั้นปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นในช่วงฤดูกาลหรือนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของสู่ โลกจึงไม่แตกต่างกันมากนัก) ได้แก่ การใช้วิธีการการตลาดโดยผ่านกลุ่มนายหน้า หรือกลุ่มสื่อกลางที่เป็นบุคคล และจะให้ค่าตอบแทนในรูปส่วนแบ่งเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย รวมทั้งวิธีการที่ทางร้านติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งเป็นวิธีที่มักใช้กันสำหรับช่วง High season แต่สำหรับช่วง Low season การติดต่อโดยผ่านตัวกลางหรือสื่อต่าง ๆ และการให้ของสมนาคุณพิเศษแก่ลูกค้า มักจะเป็นวิธีที่มีผู้ประกอบการธุรกิจใช้กันมากกว่า

(6) ความพร้อมด้านบริการของธุรกิจ ในส่วนของธุรกิจประเภทสังฆนาการเท่าที่สำรวจพบในสู่ โลก/นราธิวาสนั้น มักจะเป็นธุรกิจสังฆนาการประเภทบันเทิงราตรี อาทิเช่นไนท์คลับ/ดิสโก้เทค บาร์ เบียร์ รวมทั้งอาบ-อบ-นวด ซึ่งก็มักจะมีบริการและศึกษากันในช่วงกลางวันเช่นกัน จึงแทบจะเรียกได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจสังฆนาการ ที่ส่งเสริมสังฆนาการประเภทพักผ่อนหย่อนใจ หรือกิจกรรมการให้บริการในช่วงกลางวันหรือสังฆนาการด้านอื่น นับว่ามีน้อยมาก ทั้ง ๆ ที่จังหวัดนราธิวาสเองก็นับว่ามีแหล่งท่องเที่ยวอยู่มากมาย แต่จากเหตุผลที่นักท่องเที่ยวที่มาจากสู่ โลก/นราธิวาส ก็เพราะภาพพจน์ของการที่เห็นสู่ โลก/นราธิวาส เป็นเพียงแหล่งที่ตนจะมาหาความสำราญกับหญิงบริการที่มีอยู่เท่านั้น และมีใช้เฉพาะที่สู่ โลกเพียงแห่งเดียวใกล้เคียงกับบริเวณจุดสำรวจ อีกแห่งหนึ่งคือที่ตำบลชายแดนตาบาของอำเภอตากใบ ซึ่งมีรีสอร์ตที่ล้อมรอบด้วยบ้านที่มีผู้หญิงไว้บริการแขกมาเลย์โดยเฉพาะ ดังนั้น จึงพอจะสรุปได้ว่า ธุรกิจการสังฆนาการและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเท่าที่ปรากฏอยู่ขณะนี้ จำกัดอยู่ในประเภทธุรกิจ 3 ประเภทข้างต้นเกือบทั้งหมด จากการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการ ให้ความคิดเห็นว่าธุรกิจอาบ-อบ-นวด เป็นธุรกิจที่มีอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างมากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจดิสโก้เทค/ไนท์คลับ นับว่ามีค่อนข้างมากแล้วเช่นกัน ส่วนในด้านธุรกิจสังฆนาการประเภทโชว์ เท่าที่มีผู้ประกอบการแสดงความเห็น ก็ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ยังมีโอกาสที่จะมีเพิ่มขึ้นกว่าเดิมได้ นอกจากธุรกิจต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้แล้ว พบว่า ธุรกิจประเภทบาร์ เบียร์หรือธุรกิจสังฆนาการอื่น ๆ อาทิ ประเภทเครื่องเล่นกีฬาทางน้ำ สวนสนุก สวนธรรมชาติ ฯลฯ ก็ตาม ผู้ประกอบการไม่ได้แสดงความเห็นแต่อย่างใด

ในด้านผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ผ่านมา ปรากฏว่าโดยเฉลี่ย ผู้ประกอบการทั้งหมดพอใจกับการดำเนินธุรกิจของตนในเกณฑ์ค่อนข้างสูง

(7) ปัญหาของธุรกิจ ก็คงจะเป็นไปตามสภาพที่ได้ศึกษาเห็นแล้วว่าธุรกิจประเภทนี้มีผู้นิยมลงทุน ประกอบกันมาก จึงทำให้ ผู้ประกอบการร้อยละ 42.86 ลงความเห็นว่าการแข่งขันทางการตลาดเป็นประเด็นปัญหาใหญ่ที่สุด รองลงมาคือ ปัญหาด้านบริการและพนักงาน

งานไม่มีคุณภาพ ร้อยละ 28.57 และ 14.29 นอกจากนี้ก็จะ เป็นปัญหาในเรื่องการขาดความคล่องตัวทางการเงิน ปัญหาการขาดการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐบาลในเรื่องกฎระเบียบที่เข้มงวดมากเกินไป

(8) แนวโน้มในการปรับปรุงธุรกิจ ร้อยละ 42.86 ของผู้ประกอบการต้องการรอดูสถานการณ์ อีกทั้งยังเห็นว่าเงินจะเปิดกิจการมาได้เพียงไม่กี่ปี ดังนั้นจึงคิดว่าจะยังไม่มีการปรับปรุงกิจการไม่ว่าในด้านใด ๆ แต่สำหรับผู้ประกอบการอีกร้อยละ 57.14 ส่วนหนึ่งคาดว่าจะปรับปรุงในด้านรูปแบบของกิจกรรมและสิ่งบันเทิงต่าง ๆ ให้มีจำนวนมากขึ้น รวมทั้งมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ผู้ประกอบการอีกส่วนหนึ่งเห็นว่า การปรับปรุงกิจกรรมทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจตนมีความสำคัญกว่าและคิดว่าจะต้องปรับปรุงเป็นอันดับแรก

(9) แนวโน้มของธุรกิจ ในแง่ของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ ยังคาดว่าขนาดของธุรกิจประเภทสันทนาการ โดยเฉพาะสันทนาการประเภทบันเทิงราตรีนั้น จะยังคงมีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น หรือไม่ก็อาจจะคงที่มากกว่าที่จะซบเซาลง

4.2 แหล่งที่มาจากเอกสารข้อมูลและสื่อมวลชน

4.2.1 จังหวัดนราธิวาส เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดสงขลา จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันตรงที่จุดศูนย์รวมของความเจริญทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมทั้งหลายของจังหวัด มิได้อยู่ที่ตัวอำเภอเมือง เพราะในขณะจุดศูนย์กลางความเจริญของจังหวัดสงขลา ได้แก่ อำเภอหาดใหญ่ ส่วนของจังหวัดนราธิวาสจะอยู่ที่อำเภอสุไหงโกลก ทั้งนี้คงสืบเนื่องมาจากการที่สุไหงโกลกเป็นอำเภอที่ติดชายแดน สะดวกในการคมนาคมและติดต่อระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย จนกระทั่งทำให้สุไหงโกลกได้รับคำกล่าวขานว่า เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีเรื่องของสินค้าทมิฬจากฝั่งมาเลเซียสู่ฝั่งไทย

4.2.2 ไม่ใช่เพียงแต่ธุรกิจของทมิฬอย่างเดียว แต่ยังมีกลุ่มผู้ค้าอีกจำนวนมาก ที่สร้างรายได้จำนวนมหาศาลจากการค้าไม้ข้ามแดนจากฝั่งมาเลเซียสู่ประเทศไทย รวมถึงธุรกิจของการค้าผู้หญิง ที่ฝ่ายไทยเป็นผู้ขาย และมาเลเซียเป็นผู้ซื้อ

4.2.3 และจากการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เชื่อถือได้จากหลายแหล่ง พบว่า ธุรกิจค้าหญิงบริการที่สุไหงโกลก นับวันจะทวีจำนวนสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งเมื่อเปรียบเทียบกับในหลาย ๆ จังหวัดในแผ่นดินทางใต้ ไม่ว่าจะเป็นหาดใหญ่ เบตง และสุไหงโกลกแล้ว ปริมาณของหญิงขาย

บริการที่มีในสุโขทัย อาจจะยังไม่สามารถเทียบเท่ากับแหล่งกำเนิดของธุรกิจประเภทนี้ ในภาคใหญ่ แต่ก็จัดว่าปริมาณที่มีอยู่ของหญิงบริการในสุโขทัยขณะนี้ อาจจะอยู่ในอันดับที่ 2 ของแผ่นดินทางภาคใต้แล้วก็ได้ สิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้ แม้ว่าจะมีส่วนที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อย อีกทั้งยังมีส่วนในการสร้างรายได้ที่ดีให้แก่ตัวของผู้ประกอบการอาชีพ ครอบครัวผู้เกี่ยวข้อง หรือแม้กระทั่งแก่ท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ก็จริง แต่จากเหตุการณ์ที่กำลังเป็นที่น่าวิตกขณะนี้ ได้เริ่มก่อตัวขึ้นแล้วในอำเภอหาดใหญ่ นั่นก็คือการแพร่กระจายของโรคร้ายที่น่าสะพรึงกลัวของทุก ๆ คน คือโรคเอดส์ (โดยพบว่าที่อำเภอหาดใหญ่มีผู้ติดเชื้อโรคนี้อยู่ขณะนี้รวม 200 คนขึ้นไป) แม้ว่าจะได้มีการพยายามโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ภาพพจน์ต่าง ๆ ให้แก่จังหวัดสงขลาอยู่ในขณะนี้ แต่ทางคณะผู้วิจัยเชื่อแน่เหลือเกินว่า เหตุการณ์ที่แก่งในหาดใหญ่ครั้งนี้ คงจะสร้างความหวุ่นวิตกแก่นักท่องเที่ยว อันจะมีผลกระทบต่อภาวะการนักท่องเที่ยวอยู่ไม่น้อย ดังนั้น ถ้าหากจังหวัดนราธิวาสยังไม่พยายามแก้ไข และเร่งดำเนินการเปลี่ยนแปลงภาพพจน์ของจังหวัด และพยายามโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ต่อทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งประเภทธรรมชาติ น้ำตก ภูเขา ทะเล ฯลฯ ประเภทศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุอื่น ๆ อีกมากมายที่มีอยู่ให้มากกว่าการเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในด้านธุรกิจสังฆนาการบันเทิงเพียงอย่างเดียว ต่อไปในอนาคตอันใกล้ อาจเป็นไปได้ว่า สุโขทัย คงจะต้องเริ่มประสบปัญหาเดียวกับปัญหาที่หาดใหญ่กำลังประสบอยู่ในขณะนี้ก็ได้

4.2.4 ผลของการขยายตัว อันมีจุดสำคัญอยู่ที่ความสนใจต่อธุรกิจสังฆนาการบันเทิงราตรี และหญิงบริการที่มีของจังหวัด ทำให้มีบุคคลทั้งในและต่างท้องถิ่นมุ่งความสนใจที่จะทุ่มทุนเพื่อจะลงทุนสร้างที่พักแรมโดยมิได้คำนึงถึงมาตรฐานของที่พักแรมเท่าใดนัก ดังนั้นจึงมีโรงแรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นเกือบทุกเดือน และมักเป็นโรงแรมขนาดเล็ก ทำให้ปัจจุบันจำนวนห้องพักทั้งหมดที่มีเฉพาะในสุโขทัยประมาณว่ากว่า 2,083 ห้อง จนทำให้ทางคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (ปี. โอ. โอ) ต้องกำหนดให้สุโขทัย/นราธิวาส เป็นหนึ่งใน 6 จังหวัดที่ขกเว้นการส่งเสริมการลงทุนประเภทโรงแรม

4.2.5 จากสภาพที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของ อ. สุโขทัย เป็นส่วนที่เกื้อหนุนให้เกิดธุรกิจต่าง ๆ ทั้งร้านค้า โรงแรม สถานบริการ ที่มีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แต่อย่างไรก็ตาม สภาพการการท่องเที่ยวของจังหวัดดังกล่าว ก็ถูกกำหนดขึ้นจากนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศมาเลเซีย เพราะฉะนั้น ธุรกิจการค้าหรือธุรกิจอื่น ๆ ของสุโขทัยจะดีหรือชบเซา ก็ย่อมขึ้นกับสถานการณ์ของประเทศมาเลเซียด้วยส่วนหนึ่ง ถ้าช่วงใดที่มาเลเซียเข้มงวดการเดินทางเข้า-ออกของราษฎรชาวมาเลเซีย จะกระทบกระเทือนถึงธุรกิจต่าง ๆ ใน อ. สุโขทัย ไปด้วย

4.2.6 ในด้านความวิตกกังวลเกี่ยวกับนโยบายของประเทศมาเลเซียนั้น หากมองถึงความร่วมมือระหว่างประเทศไทยที่มีต่อประเทศมาเลเซียขณะนี้ พบว่า ได้มีการเจรจาตกลงร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน เพื่อหวังเสริมประสิทธิภาพและประหยัดงบประมาณไปในตัว โดยมีคณะกรรมการร่วมท่องเที่ยวและวัฒนธรรมไทย-มาเลเซีย ลงมติให้หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่าง 2 ประเทศ ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน ขณะนี้ได้เริ่มกระทำความร่วมมือระหว่าง 2 ชาติ จัดทำการโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันในประเทศเกาหลีใต้ ผ่านแมกกาซีนต่าง ๆ เพราะช่วงนี้เป็นจังหวะดีที่เกาหลีใต้เปิดโอกาสให้ชาวเกาหลีไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศได้มากขึ้น ส่วนในอีกแง่มุมหนึ่ง คือ ปัญหาการกีดกันประชาชนของประเทศมาเลเซียที่ต้องการข้ามแดนมาหาความบันเทิงในฝั่งไทย ซึ่งกำลังทวีความรุนแรงและมีผลต่อธุรกิจท่องเที่ยวที่สูง โลกอย่างมากขณะนั้น ทางประเทศมาเลเซียรับปากว่าจะเสนอให้รัฐบาลลดมาตรการกีดกันนักท่องเที่ยวออกนอกประเทศ หากทางประเทศไทยให้ความร่วมมือที่จะลดการขาดดุลทางการท่องเที่ยวที่ฝ่ายไทยได้เปรียบอยู่ประมาณปีละ 1600 ล้านบาท โดยฝ่ายไทยจะต้องพยายามเปิดตลาดมาเลเซียโดยนำนักท่องเที่ยวไทยข้ามไปให้มากที่สุด ซึ่งขณะนี้ในเชิงปฏิบัติฝ่ายไทยอาจไม่สามารถดำเนินการตามแผนมาเลเซียได้ เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวของมาเลเซียมีข้อจำกัดที่เกี่ยวข้อกับจารีตประเพณี ดังนั้น กรณีที่รัฐเคตาทประเทศมาเลเซีย ได้ส่งหนังสือมาเชิญฝ่ายไทยร่วมจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจ โดยมีตัวแทนฝ่ายละ 5 คนในช่วงมีนาคม 2532 ซึ่งมีผลบังคับและเริ่มต้นดำเนินการไปบ้างแล้ว ทางฝ่ายประเทศไทยจึงจะหาวิธีป้องกันและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดยจะพยายามให้คณะกรรมการเฉพาะกิจของไทยชุดดังกล่าว กระจายให้นักธุรกิจไทยไปลงทุนที่เกาะลังกาวิของมาเลเซียเพิ่มขึ้น รวมทั้งจะพยายามเปิดตลาดบรูไน เมื่อเป็นตลาดสำรองไว้อีกด้วย

4.2.7 จากการเปิดเผยของบริษัทดอลาปัสเสแอนด์ทราเวล จำกัดเมื่อปลายเดือนเมษายน ค.ศ.นี้ กล่าวว่าบริษัทได้ดำเนินธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาสมานานกว่า 6 ปี เดิมบริษัทฯ เป็นเพียงห้างหุ้นส่วนเล็ก ๆ และได้ดำเนินการด้านการให้บริการท่องเที่ยวมาโดยตลอด กอปรกับจังหวัดที่การท่องเที่ยวในแถบจังหวัดทางชายแดนภาคใต้ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในช่วงเวลาที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้กิจการสามารถปรับปรุงมาเป็นบริษัทที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ อ.สุโขทัย และเมื่อธุรกิจประสบผลดีขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้ต้องขยายสาขาออกไปอีก 2 แห่ง คือที่ อ.เมือง และ อ.ระแงะ ในด้านการบริการ บริษัทฯได้ปรับปรุงและขยายบริการด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสำรองที่พักโรงแรม บริการรถเช่า การรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การจำหน่ายตั๋วเครื่องบินและบริการทำหนังสือเดินทางอีกด้วย กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ต่างประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี และนับวันจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น นอกจากบริการกับลูกค้าที่เป็นชาว

ต่างประเทศแล้ว ปัจจุบันทางบริษัทเริ่มให้บริการกับลูกค้าชาวไทย โดยเฉพาะลูกค้าที่จะเดินทางไปประกอบพิธีทางศาสนาที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียน ให้เข้ามาจังหวัดนราธิวาสเพิ่มขึ้น และวิธีการที่ทางบริษัทสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า คือการเน้นเรื่องบริการที่สะดวกรวดเร็ว และมารยาทของพนักงานทั้งที่ประจำที่ศนาศรและที่ประจำสาขาสำนักงานต่าง ๆ

4.2.8 จากการสำรวจของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เมื่อปี 2531 ได้จัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งรวมเอางานประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้าด้วย ปรากฏว่างานแห่เจ้าแม่โต๊ะโมะอันเป็นประเพณีของชาวนราธิวาสที่ประเพณีปฏิบัติมากกว่า 36 ปี ถูกจัดอยู่ในลำดับที่ 9 ของประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยทั่วไปซึ่งควรได้รับการส่งเสริมและการพัฒนาตามความเหมาะสมนั้น เป็นที่น่ายินดีว่าจากการจัดงานไปเมื่อ 25 เม.ย.-1 พ.ค.ที่ผ่านมา ได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่ายทั้งหน่วยงานในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน รวมทั้งความร่วมมือของประชาชนในอันที่จะรักษาประเพณีไว้ ให้เป็นมรดกตกทอดไปยังลูกหลาน และเป็นสิ่งเชิดหน้าชูตาของท้องถิ่นในอันที่จะดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยได้มีรายการแสดงต่าง ๆ มากมาย พร้อมด้วยขบวนแห่ ขบวนรถบุปผาชาติ ฯลฯ สิ่งนี้ก็คือนิมิตหมายอันดีที่แสดงถึงความตั้งใจในอันที่จะส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว โดยเป็นความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยมีต้องคำนึงถึงว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว จะต้องได้รับการพัฒนาเป็นลำดับที่เท่าใด หากเพียงแต่ว่าเมื่อถึงเวลา ทุกฝ่ายก็พร้อมที่จะประสานและร่วมมือกันพัฒนาให้เกิดความเจริญได้เสมอ ขอทำให้เกิดความมั่นใจแก่ประชาชนในท้องถิ่นได้ว่าแม้สิ่งนั้นจะมีความสำคัญมากน้อยเพียงใดก็ตาม หากหน่วยงานของรัฐเห็นว่าก่อให้เกิดประโยชน์แก่ท้องถิ่นและส่วนรวมได้แล้ว สิ่งเหล่านั้นก็ควรจะได้รับการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการพัฒนา อันนำมาซึ่งความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของบุคคลในท้องถิ่นต่อไป

4.2.9 ในการประชุมคณะรัฐมนตรีสัญจรที่หาดใหญ่ ช่วงต้นปีที่ผ่านมา โดยสภาพนั้น มีเวลาประมวลในข้อคิดเห็นภายหลังการรับฟังหอการค้าและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เพียงไม่ถึงเดือน ว่ายุทธศาสตร์ใหม่ที่ได้ออกกำหนดขึ้น คือการฟื้นฟูภาคใต้อย่างต่อเนื่อง ให้ก้าวไปสู่ยุคใหม่แห่งการพัฒนา โดยการปรับปรุงโครงสร้างการผลิตต่าง ๆ ส่วนด้านกวางท่องเที่ยว นั้นจะเปิด 14 จังหวัดภาคใต้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตนเอง ทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศนานาชาติ และเพื่อให้เมืองปรับตัวรองรับโครงการสร้างการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไป ก็ต้องพัฒนาเมืองให้สามารถรับผิดชอบ และช่วยท้องถิ่นของตนให้มากขึ้น สำหรับเขต 5 จังหวัดตามชายแดน รวมทั้งจังหวัดนราธิวาส จะเปิดเป็นเขตเศรษฐกิจเสรี พร้อมด้วยการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

5. สภาพรูปแบบและลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนราธิวาส

5.1 จากการประมาณการ

5.1.1 การประมาณการจำนวนของนักท่องเที่ยวในอนาคต มีความสำคัญต่อการวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ในปัจจุบันได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งทำให้การประมาณการทำได้สะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวในการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรม ซึ่งหมายถึงผู้เดินทางที่ไปพักแรม และอยู่ในท้องที่ซึ่งไม่ใช่แหล่งที่อยู่ของตนไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เชื่อมเยือนญาติมิตร ติดต่อธุรกิจหรือติดต่อราชการ

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว แยกพิจารณาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ ใช้ข้อมูลระหว่าง 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 ¹
2533	5.2
2534	5.7
2535	6.2
2536	6.8
2537	7.4
2528	8.1
2539	8.8

หมายเหตุ : ¹จากการประมาณการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปจังหวัดต่าง ๆ นั้น จะประมาณการโดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ไปพักแรมตามสถานที่พักแรมใน จังหวัดต่าง ๆ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 โดยสมมุติให้สัดส่วนของ นักท่องเที่ยวแยกตามจังหวัดคงที่ ซึ่งใน พ.ศ. 2530 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางไปจังหวัดนราธิวาส เท่ากับร้อยละ 5.13 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทาง มายังประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนนัก ท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากจังหวัดท่องเที่ยวหลัก แต่ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มีข้อบกพร่องไม่มากนัก จึงยังไม่สามารถนำมาประมาณการโดยตรงได้ การศึกษานี้จึงได้ตั้ง สมมุติฐานว่า รายได้จากสาขาบริการของผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น (GPP) มีความสัมพันธ์โดยตรง กับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ซึ่งจากข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดเบื้องต้น พ.ศ. 2525-2528 พบว่า รายได้จากสาขาบริการโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้นด้วยอัตราร้อยละ 6.3 ต่อปี

ผลจากการประมาณการจำนวนท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดนราธิวาส ปรากฏ ว่า ใน พ.ศ. 2534 และ พ.ศ. 2539 มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวเป็นจำนวน 392,718 คน และ 587,586 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมตามสถานที่พักแรมในจังหวัดนราธิวาส

หน่วย : คน

พ.ศ.	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2532	88,770	246,240	335,010
2533	94,363	266,760	361,123
2534	100,308	292,410	392,718
2535	106,627	318,060	424,687
2536	113,345	348,840	462,185
2537	120,486	379,620	500,106
2538	128,077	415,530	543,607
2539	136,146	451,440	587,586

ที่มา : จากการคำนวณ

5. 1. 2 การประมาณการจำนวนห้องพักของสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในอนาคต โดยทำการประมาณการในช่วงระยะเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 โดยแสดงให้เห็นถึงจำนวนห้องพักที่ต้องการในปีต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลประกอบที่จำเป็นต่อการคำนวณมีดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานพักแรม จะใช้จำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งที่ผ่านมาช่วงฤดูท่องเที่ยวจะมีระยะเวลา 6 เดือน และจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวตลอดปี ดังนั้น จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุดต่อเดือนเท่ากับร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งปี
2. จำนวนผู้เข้าพักแรมเฉลี่ยต่อห้อง จากการสำรวจที่ผ่านมา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อห้องเท่ากับ 1.6 ในทุกจังหวัด
3. ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวกำหนดให้มีค่าคงที่ โดยเท่ากับระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน พ.ศ. 2530
4. จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณ ในการศึกษานี้คิดจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นรายเดือน ดังนั้น จำนวนวันที่ใช้ในการคำนวณเท่ากับ 30 วัน
5. อัตราการเข้าพักเฉลี่ย กำหนดให้อัตราการเข้าพักที่เหมาะสมเท่ากับร้อยละ 75 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยในช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสูงสุด

การจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมตามกลุ่มที่พัก จะใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้าพักแรมในจังหวัด โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม พ.ศ. 2530 ในการคำนวณ (ตารางที่ 5.3) และสมมติว่าสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวนี้คงที่ ผลปรากฏว่าใน พ.ศ. 2534 จะมีนักท่องเที่ยวเข้าพักแรมในกลุ่ม 4 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท) 204,000 คน กลุ่ม 5 (ราคาห้องเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาท ลงมา) 189,000 คน และ ใน พ.ศ. 2539 จะมีผู้เข้าพักแรมในกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 เป็นจำนวน 305,000 คน และ 283,000 คน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.3 แสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและระยะเวลาที่นักท่องเที่ยว น.ศ 2530

กลุ่มที่พักแรม	สัดส่วนนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)	ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยว (วัน)
กลุ่มที่ 4 ราคาห้องพักเดี่ยวตั้งแต่ 201-400 บาท	51.86	1.5
กลุ่มที่ 5 ราคาห้องพักเดี่ยวตั้งแต่ 200 บาทลงมา	48.14	1.3
รวม	100.00	

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 5.4 จำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในแต่ละกลุ่ม

หน่วย: ล้านคน

น.ศ	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
กลุ่มที่ 4	.174	.187	.204	.220	.240	.259	.281	.305
กลุ่มที่ 5	.161	.174	.189	.204	.222	.241	.262	.283

ที่มา : จากการคำนวณ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาประมาณจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการในแต่ละปี 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

จำนวนห้องพักที่นักท่องเที่ยวต้องการจำแนกตามกลุ่มที่พักแรม แสดงในตารางที่ 5.5 ซึ่งจะพบว่า ใน พ.ศ.2534 จะมีความต้องการห้องพักทั้งสิ้นเท่ากับ 1,532 ห้อง จำแนกเป็นกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 จำนวน 849 ห้อง และ 683 ห้อง ตามลำดับ เมื่อถึง พ.ศ. 2539 จะมีความต้องการห้องพักทั้งสิ้นเท่ากับ 2,291 ห้อง

ตารางที่ 5.5 แสดงจำนวนห้องพักที่ต้องการ

หน่วย : ห้อง

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
<u>รวมทุกกลุ่ม</u>	1,305	1,408	1,532	1,656	1,802	1,950	2,120	2,291
กลุ่มที่ 4	723	780	849	918	999	1,081	1,175	1,270
กลุ่มที่ 5	582	628	683	738	803	869	945	1,021

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดนราธิวาสจำนวนห้องพักที่มีอยู่เดิมใน พ.ศ. 2530 จะพบว่า ใน พ.ศ. 2531-2532 ห้องพักยังมีเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว แต่ใน พ.ศ. 2539 ความต้องการขยายห้องพักจะเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2538 เป็นจำนวน 129 ห้อง โดยแยกเป็นกลุ่ม 4 และกลุ่ม 5 เป็นจำนวนห้องพัก 95 ห้อง และ 34 ห้อง ตามลำดับ (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการขยายห้องพักในจังหวัดนครราชสีมา

หน่วย: ห้อง

พ.ศ.	จำนวนที่มีอยู่เดิม		จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้น 1 ปี		
	2530	2532 ²	2534	2536	2539
รวมทุกกลุ่ม	1,732	-	69	81	129
กลุ่ม 4	745	-	69	81	95
กลุ่ม 5	987	-	-	-	34

หมายเหตุ: ²จำนวนห้องพักที่ต้องการขยายเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2530

ที่มา : จากการคำนวณ

5.2 จากการสำรวจ

5.2.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

จากกลุ่มที่ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจสอบถามมา พบว่า ร้อยละ 80 เป็นชาวต่างประเทศ อีกร้อยละ 20 เป็นชาวไทย โดยวัตถุประสงค์ของการมาราชสีมาในครั้งนี้นั้น ร้อยละ 97.50 ของจำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์ชาวต่างประเทศ ต้องการที่จะมาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดนครราชสีมา และอีกร้อยละ 2.5 มาเพราะมีการประชุมสัมมนา ในขณะที่อีกจำนวน ร้อยละ 10.00 ของชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวหรือมาประชุมสัมมนา มีจุดประสงค์ที่จะมาติดต่อธุรกิจการค้าด้วย สำหรับคนไทยนั้น ทั้งหมดที่สัมภาษณ์ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ในขณะเดียวกัน จำนวนร้อยละ 20 เป็นการเดินทางเพื่อมาเยี่ยมชมด้วย ร้อยละ 10 มาประชุมด้วย และอีกร้อยละ 30 มาติดต่อการค้าด้วย

ลักษณะของการเดินทางมานั้น มีมากที่สุด คือการมาเที่ยวพักผ่อน รองลงมาคือ เดินทางมาคนเดียว และที่เหลือน้อยคือการมาเที่ยวครอบครัว และเป็นที่น่าสนใจให้ตีว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มานั้น จะมาเที่ยวเพียง 2 ลักษณะ ก็คือ ไม่มาเที่ยวพักผ่อนคนเดียว ซึ่งไม่พบเลยว่ามีมาเที่ยวครอบครัว

ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศโดยเฉลี่ย จะอยู่ในราว 31-40 ปี ส่วนชาวไทยจะอยู่ในราว 20-30 ปีเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พบในบริเวณพื้นที่ศึกษาของ อ.สุโขทัย ร้อยละ 97.50 จะเป็นเพศชาย และเมื่อนิยามถึงนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย จะเป็นเพศชายและเพศหญิงอย่างละครึ่ง สำหรับจุดสำรวจบริเวณหาดตาบา/ตากใบนั้น นักท่องเที่ยวที่สำรวจพบมีจำนวนไม่มากนักส่วนใหญ่มักจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 31-40 ปีเช่นเดียวกัน และโดยสถานภาพทางครอบครัวแล้ว ทั้งสองบริเวณมักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ซึ่งโสดอยู่กว่า 50 % ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พบบริเวณหาดตาบา/ตากใบ ทั้งหมดจะสมรสแล้ว

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่มาขังนราธิวาส ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับมัธยมศึกษา ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่พบบริเวณหาดตาบา/ตากใบร้อยละ 66.67 จะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อนึ่งในด้านอาชีพการงาน หากเป็นนักท่องเที่ยวในบริเวณสุโขทัย เก่ากว่าร้อยละ 40 จะเป็นนักธุรกิจ แต่สำหรับบริเวณหาดตาบา/ตากใบ นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยจะทำงานรับราชการมากที่สุด คิดเป็นจำนวนร้อยละ 66.67 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้น กลุ่มที่จัดว่ามีมาก มีทั้งที่เป็นเกษตรกร ชาวประมง นักธุรกิจและอื่น ๆ โดยช่วงรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ น้อยกว่า 10,000 บาทและอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จะมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือคิดเป็นร้อยละ 27.50 และ 22.50 ตามลำดับ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 70 จะมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน

5.2.2 ความนิยมของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว

จากบริเวณจุดสำรวจ 2 บริเวณ คือ ที่ อ.สุโขทัย และที่หาดตาบา /อ.ตากใบ สามารถเก็บตัวอย่างนักท่องเที่ยวได้รวม 69 คนเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 13 คน และชาวต่างประเทศ 56 คน จากการสอบถามความต้องการและจุดมุ่งหมายของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งสองพวกตั้งใจจะไป พบว่าจุดที่มีนักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมมากที่สุด คือที่สุโขทัย คิดเป็นร้อยละ 79.71 รองลงมาคือ ที่หาดตาบา/อ.ตากใบ คิดเป็นร้อยละ 40.58 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่สอบถาม จุดที่มีผู้นิยมมากเป็นอันดับรอง ๆ ลงไปก็ได้แก่ ตำนกั๊กกษัตริย์ราชนิเวศน์ น้ำตกถวัลยารินและน้ำตกบาโจ มุขอุทยานมุกษัตริย์กษัตริย์มิ่งมงคล และอันดับสุดท้ายคือ ที่หาดนราทัศน์ แต่ทั้งนี้พบว่า เมื่อได้สอบถามถึงความตั้งใจจะไปซึ่งแหล่งท่องเที่ยวใด หากได้มาอีกครั้งหนึ่ง พบว่า อ.สุโขทัยและที่หาดตาบา/อ.ตากใบ ยังคงเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปมากเป็นอันดับที่ 1 และ 2 อยู่เหมือนเดิม แต่สำหรับจุดที่สนใจจะไปในอันดับที่ 3 นั้นกลายเป็นหาดนราทัศน์ ส่วนในอันดับรอง ๆ ลงไปก็ได้แก่ พระตำหนักกษัตริย์ราชนิเวศน์ น้ำตกบาโจ อ.เมือง น้ำตกถวัลยาริน และอันดับสุดท้ายคือ อุทยานพระมุกษัตริย์กษัตริย์มิ่งมงคล

นอกจากนี้ผลของการสำรวจยังพบว่า ในพื้นที่ที่ทำการศึกษากัน 2 แห่ง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มักจะแวะพักที่สุโขทัย 2 วัน หรือมากกว่า 3 วันขึ้นไป ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่สำรวจได้ปรากฏว่า ร้อยละ 70 จะมาพักอยู่ในสุโขทัยเกินกว่า 3 วัน ซึ่งค่อนข้างนาน จึงคาดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มนี้ คงเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อการประชุมและการค้าไปด้วย เพราะจากสถิติที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยศึกษามาได้นั้น (ปี 2529) พบว่านักท่องเที่ยวที่มายังสุโขทัยจะพักค้างคืนมีวันพักเฉลี่ย 1.7 วันเท่านั้น ส่วนการใช้เวลาของนักท่องเที่ยวสำหรับการเที่ยวชมบริเวณหาดตาบา/อ.ตากใบซึ่งอยู่บนเกาะชวานั้น หากเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มักจะใช้เวลาเที่ยวชมเฉลี่ยนานกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ก็จะอยู่กันเพียงไม่เกิน 1 วัน (ตารางที่ 13) ทั้งนี้เพราะบริเวณหาดตาบา/อ.ตากใบนั้น ยังขาดบริการด้านสาธารณูปโภค ไฟฟ้า และสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณนี้ก็ยังมีอยู่น้อยมาก ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำหรือแม้กระทั่งความสะดวกในการเดินทางเพราะการที่จะเดินทางไปยังหาดตาบานั้น จะต้องข้ามสะพานไม้ที่มีความยาว 365 เมตร โดยนักท่องเที่ยวจะต้องเดินข้ามไปเพราะรถไม่สามารถข้ามได้ จากนั้นยังต้องเดินต่อไปอีก 200 เมตรเพื่อจะไปให้ถึงยังชายหาด ทั้งที่เดิมในบริเวณหาดตาบา/อ.ตากใบนี้เคยมีการตั้งตัวอยู่พักหนึ่ง ในการที่จะพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัด จนกระทั่งมีบรรดานักลงทุนและผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อย ตัดสินใจไปเปิดร้านค้า ร้านอาหารกันในบริเวณหาด แต่ในที่สุดเนื่องจากการที่ยังไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เพราะสภาพแวดล้อมที่ขาดสิ่งดึงดูดใจต่าง ๆ ดังได้กล่าวมาแล้วนี้ กอปรกับการที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้ ทำให้ร้านค้าต่าง ๆ ที่เคยเปิดดำเนินการอยู่ต้องปิดตัวเองลงไป และจากการสอบถามทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวชมยังสถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าที่สุโขทัยนั้นเต็มไปด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกหลายอย่างรวมทั้งการเดินทางด้วย ในขณะที่ร้อยละ 87.50 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศก็มีความเห็นเช่นเดียวกันนี้ ส่วนที่หาดตาบา/อ.ตากใบนั้น จุดสำคัญที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ คือ สภาพความเป็นธรรมชาติ ส่วนเหตุผลอื่น ๆ ได้แก่ สภาพของศิลปวัฒนธรรมที่มีอยู่และโบราณสถานต่าง ๆ ที่มีอยู่ใน อ.ตากใบ เช่น ที่วัดชลธาราสิงเห ซึ่งภายในมีภาพจิตรกรรมฝาผนังที่งดงาม รวมทั้งปูชนียสถาน ปฐมกรรมและเครื่องถ้วยชามโบราณที่หาชมได้ยาก เป็นต้น

5.2.3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจต่าง ๆ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

(1) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจที่พักแรม

ที่ อ.สุโขทัย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่พักแรมมีจำนวนคิดเป็นร้อยละ 90 ซึ่งในจำนวนดังกล่าวนี้ มีเพียงร้อยละ 55.55 ที่พักกันในโรงแรม ส่วนที่เหลือมักจะพักกับญาติหรือเพื่อนแต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแล้วส่วนใหญ่ เมื่อมายังสุโขทัยแล้วก็มักจะต้อง

แวะพักแรมกัน มีเพียงร้อยละ 2.50 ของชาวต่างประเทศเท่านั้น ที่เป็นเพียงนักท่องเที่ยว (ไม่พักค้างคืน) ซึ่งจากการสำรวจจำนวนร้อยละ 92.50 ของผู้พักค้างคืน จะพักกันที่โรงแรม มีบ้างที่หาที่พักอื่น ๆ เช่น บังกโล หรือบ้านคนรู้จัก ส่วนที่หาดตาบา/อ.ตากใบ ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้วจะแวะเที่ยวแล้วเดินทางกลับไป ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ยังมีบ้างที่พักค้างแรมกัน โดยร้อยละ 12.50 พักกันในโรงแรม ร้อยละ 6.25 พักที่แพ ร้อยละ 12.5 พักที่เกสเฮาส์ และอีกร้อยละ 12.5 จะหาที่พักอื่น ๆ (ตารางที่ 14) ซึ่งความรู้สึกต่อสถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวที่แวะพักกันในทั้งสองจุดสำรวจนี้ พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวทั้งหมดมีความรู้สึกในแง่บวกต่อสถานที่พักแรมนั้น แต่อย่างไรก็ดีสำหรับบริเวณหาดตาบา/อ.ตากใบแล้ว นักท่องเที่ยวก็ยังคงไม่รู้สึกประทับใจต่อสถานที่พักแรมมากนัก

(2) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจจัดนำเที่ยวและบริการขนส่ง

โดยสภาพปัจจุบันแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนนราธิวาส ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และการเดินทางเข้ามายังประเทศไทยนั้น ก็สามารถเข้ามาได้หลายทางคือ โดยเข้ามาทางรถยนต์ที่อาจเป็นรถส่วนบุคคล รถมินิบัสปรับอากาศ รถปรับอากาศขนาดใหญ่ และโดยนั่งเรือข้ามฟาก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียบางพวกก็จะนั่งรถประจำทางและแท็กซี่มาลงที่ด่านชายแดน แล้วเดินเท้าผ่านแดนเข้ามา จากนั้นจะต่อรถรับจ้างเข้ามาเที่ยวในสุโหงโกลกและจังหวัดนราธิวาสต่อไป ซึ่งรถรับจ้างต่าง ๆ ดังกล่าวเท่าที่สำรวจได้นั้น จะไม่มีผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการที่ดำเนินธุรกิจประเภทนี้ กันอย่างเด่นชัด และเต็มรูปแบบ ผู้ที่ประกอบการด้านนี้จริง ๆ ก็คือชาวบ้านที่มีรถจะรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ๆ และใช้วิธีการจดทะเบียนที่สถานีตำรวจเพื่อให้มีบัตรและเสียสัญลักษณ์ว่าเป็นรถรับจ้าง (โดยเฉพาะรถมอเตอร์ไซด์) จากนั้นก็จะแยกกันออกไปรับจ้างกันเป็นเขต ๆ ทำให้ลักษณะของธุรกิจขนส่งและธุรกิจนำเที่ยวที่มี จึงอยู่ในรูปลักษณะที่ผสมผสานกัน เพราะรถรับจ้างดังกล่าว นอกจากจะรับส่งแล้วอาจจะรับเหมานำเที่ยวไปยังที่ที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งผลการสำรวจลักษณะการเดินทางไปยังที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ (ตารางที่ 15) พบว่า ในบริเวณสุโหงโกลก การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 60 จะอาศัยจากรถประจำทาง ส่วนอีกร้อยละ 40 จะใช้รถส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 40 จะใช้บริการของรถรับจ้างสาธารณะประเภทรถมอเตอร์ไซด์รับจ้างมีอยู่เป็นจำนวนไม่น้อยนี้ หรือไม่ก็อาจเป็นแท็กซี่รับจ้างบ้าง (มอเตอร์ไซด์รับจ้างเฉพาะในตัว อ.สุโหงโกลก จะรวมตัวกันอยู่หลายจุดทั้งตามโรงแรมต่าง ๆ สถานีรถไฟ หัวสะพานวันตุ หรือย่านชุมชน สถานีรถบ.ช.ส. เป็นต้น ประมาณว่าปัจจุบันนี้ มีรถมอเตอร์ไซด์รับจ้างอยู่ราว 2000 คัน ส่วนรถแท็กซี่รับจ้างนั้น มักเป็นแท็กซี่รับจ้างเพื่อการเดินทางที่มีระยะทางไกล เช่น การให้บริการวิ่งระหว่างหาดใหญ่/สงขลา-นราธิวาส มากกว่าที่จะมีผู้ว่าจ้างวิ่งภายในจังหวัด อัตราค่าบริการไปหาดใหญ่

คนละ 70 บาท โดยจะมีกำหนดระยะเวลาออกเที่ยวแรก 7.00 น. เที่ยวสุดท้าย 17.00 น.) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอีกกลุ่มหนึ่งในจำนวนเท่า ๆ กัน จะเดินทางโดยใช้รถส่วนบุคคล ที่เหลือบางพวกจะเช่ารถมาใช้ และบางพวกจะอาศัยรถประจำทาง สำหรับการเดินทางไปชายหาด ตาบา/อ.ตากใบ จะพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมดจะเดินทางโดยรถส่วนตัว แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากจะไปโดยรถยนต์ส่วนตัว ยังมีบางส่วนที่เช่ารถ หรือใช้บริการของรถรับจ้างสาธารณะ ทั้งนี้เพราะการเดินทางไปชายหาดตาบา/อ.ตากใบ ต้องเดินทางเป็นระยะทาง 35 กิโลเมตร จากตัวเมืองซึ่งค่อนข้างไกลอีกทั้งการคมนาคมไม่สะดวก แต่ปรากฏว่า รถโดยสารประจำทางไม่มีบริการ จึงทำให้นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องเรียกใช้รถเช่าและรับจ้างสาธารณะดังกล่าว

ในด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อการใช้พาหนะเดินทางของตน ปรากฏว่า หากเป็นบริเวณสุโขทัย-โลก นักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างจะมองถึงบริการที่ได้รับ ในด้านลบมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และในทำนองเดียวกัน สำหรับที่บริเวณหาดตาบา/อ.ตากใบ ความรู้สึกต่อพาหนะที่ใช้ของนักท่องเที่ยวไทยยังมีความรู้สึกในทำนองที่ไม่ดีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีความรู้สึกที่ค่อนข้างพอใจว่านักท่องเที่ยวในบริเวณสุโขทัย-โลก แต่ผลของการสำรวจนี้อาจจะยังชี้ชัดถึงความแตกต่างของความรู้สึกที่นักท่องเที่ยว มิได้ไม่ชัดเจนเท่าใดนัก เพราะตัวอย่างทั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่แสดงความคิดเห็นในบริเวณหาดตาบา/อ.ตากใบนั้น มีจำนวนที่ค่อนข้างน้อยมาก

เมื่อได้กล่าวถึงสภาพของการประสมประสานกันอย่างไม่ค่อยมีรูปแบบของลักษณะการนำเที่ยวและการขนส่งที่มีในบริเวณสำรวจของจังหวัดนราธิวาส ทำให้อาจจะพอสรุปได้ว่าธุรกิจของการนำเที่ยวภายในจังหวัด ยังไม่มีการดำเนินธุรกิจกันอย่างจริงจัง เหตุผลที่พอจะสนับสนุนแนวคิดนี้อีกประการหนึ่ง ได้แก่ การสำรวจลักษณะการใช้บริการนำเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งในบริเวณสุโขทัย-โลก และหาดตาบา/อ.ตากใบ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในบริเวณสุโขทัย-โลกกว่า 80% ไม่ได้ใช้บริการด้านนี้ ส่วนที่เหลือนั้นจะมีลักษณะของการใช้บริการในรูปแบบของ Book ticket เพื่อจะจองตัวไปยังที่อื่นมากกว่าที่จะใช้บริการนำเที่ยวภายในจังหวัด และสำหรับในบริเวณหาดตาบา/อ.ตากใบ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งหมดไม่ได้ใช้บริการนำเที่ยวเลย ไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม (ตารางที่ 16) ดังนั้น ความรู้สึกต่อการใช้บริการนำเที่ยว จึงมีเฉพาะของนักท่องเที่ยวในบริเวณสุโขทัย-โลก ที่มีความรู้สึกที่ค่อนข้างพอใจพอควรต่อบริการที่ได้รับ

(3) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร

ในการเลือกรับประทานอาหารจากร้านอาหารต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างมากมายที่บริเวณสุโขทัย โกลกนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ร้อยละ 60 และ 65 จะเลือกทานอาหารในร้านอาหารทั่วไปหรือคือഫิซ็อนที่เป็นสัดส่วนมีบริการที่เป็นของตนเองมากกว่าที่จะเลือกทานจากร้านประเภทเฟิงหรือแผงลอย ซึ่งค่อนข้างจะพลุกพล่านและหาความเป็นส่วนตัวไม่ค่อยได้ และอีกประการหนึ่งคือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซึ่งจังหวัดนราธิวาส มักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีฐานะครอบครัวและระดับรายได้ที่ไม่สูงนัก จึงมักไม่ค่อยนิยมที่จะเลือกรับประทานอาหารตามภัตตาคาร พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเพียงร้อยละ 20 ที่ทานอาหารจากภัตตาคาร ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งก็ไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้สูง แต่อาจมีรายได้สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเล็กน้อย แต่ปรากฏว่าร้อยละ 60 ที่ทานอาหารในภัตตาคาร ทั้งนี้อาจเป็นข้อสังเกตที่ว่า การที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวนไม่น้อย รับประทานอาหารจากภัตตาคาร เป็นเพราะราคาค่าบริการภายในร้านถูกกว่าที่ตนจะหาซื้อรับประทานได้ภายในประเทศของตน รวมทั้งการเข้าไปทานอาหารในภัตตาคารนี้ คงจะเป็นเพียงบางมือหรือบางโอกาสเท่านั้น เพราะนอกจากภัตตาคารและร้านอาหารทั่วไปแล้ว ร้อยละ 45 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยยังพอใจที่จะรับประทานอาหารจากร้านประเภทฟาส์ฟูดหรือบริการตนเอง ที่มีอาหารประเภทสำเร็จรูปต่าง ๆ ไว้บริการ ส่วนร้านอาหารที่ อ.ตากใบ/หาดตาบันั้น พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะไม่สนใจที่จะรับประทานอาหารที่นี้เลย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 37.5 ก็ไม่ได้รับประทานอาหารในบริเวณนี้เช่นกัน แต่สำหรับนักท่องเที่ยวบางส่วนที่ได้แวะทานอาหาร มักจะเลือกทานอาหารจากร้านอาหารธรรมดาทั่วไปหรือคือഫิซ็อนมากที่สุด (ตารางที่ 17)

สำหรับในแง่ของความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวที่ได้บริโภคอาหารจากร้านอาหารที่สุโขทัย โกลกความประทับใจในรสชาติอาหารและบริการต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่อนข้างจะอยู่ในเกณฑ์ที่อาจเห็นว่าไม่แตกต่างจากที่ตนเคยรับประทานจากที่อื่นนัก แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศค่อนข้างจะพึงพอใจ แต่เมื่อมองถึงนักท่องเที่ยวในบริเวณ อ.ตากใบ/หาดตาบันั้น ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะ ไม่ค่อยรู้สึกพอใจเท่าใดนัก

(4) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจสินค้านานาชาติและบันเทิง

คงเป็นที่ทราบโดยทั่วไปว่า ความสนใจที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มุ่งมายังจังหวัดนราธิวาสในปัจจุบันนี้ มิใช่การมุ่งมาเพื่อเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่ในตัวจังหวัดเท่าใดนัก จะสังเกตว่านักท่องเที่ยวที่สำรวจพบ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย

ซึ่งเท่าที่ศึกษาและสำรวจข้อมูลได้ พบว่า มีนักท่องเที่ยวมาซึ่งนราธิวาสตลอดปี เช่น ในช่วงบ่ายวันพฤหัสบดีหรือเข้าวันศุกร์ซึ่งเป็นวันหยุดของรัฐทางภาคเหนือของมาเลเซีย จะเริ่มมีนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียทยอยกันเข้ามาเที่ยวยังสุโหงโกลก เพื่อใช้ชีวิตในยามค่ำคืนกันที่นี่ เพราะในขณะที่เมืองทางฝั่งประเทศมาเลเซีย เช่น ฝั่งรันตูบินจางเจียบเหงามาก แต่ทางฝั่งสุโหงโกลก โดยเฉพาะในยามค่ำคืนจะคึกคักเต็มไปด้วร้านค้า ร้านอาหาร และธุรกิจประเภทบันเทิงราตรีที่เปิดคอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่าง ๆ อยู่ ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าจุดสำคัญของจังหวัดนราธิวาสไม่ได้อยู่ที่ตัวเมือง แต่ความเจริญเติบโตทั้งทางเศรษฐกิจ การเงินและการท่องเที่ยวของจังหวัดจะอยู่ที่ อ. สุโหงโกลก โดยสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในขณะนี้ ก็คือ ธุรกิจประเภทบันเทิงราตรีต่าง ๆ รวมทั้งหญิงบริการที่มาจากทั่วทุกภาคของประเทศและมีบริการกันอยู่อย่างคึกคัก ถึงแม้ว่าสิ่งนี้เองเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดรายได้จำนวนมากให้แก่จังหวัดและผู้ประกอบการ แต่ทางคณะของผู้สำรวจเกรงว่า สิ่งนี้เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ไม่ดีแก่ตัวอำเภอและจังหวัด ซึ่งต่อไปอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบอีกหลาย ๆ ด้านตามมา

การสำรวจที่ อ. สุโหงโกลก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ได้ใช้บริการของธุรกิจประเภทนี้ มีจำนวนร้อยละ 30 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่ได้ใช้บริการมีจำนวนร้อยละ 22.5 สำหรับผู้ใช้บริการ ประเภทของธุรกิจสังฆนาการบันเทิงที่นักท่องเที่ยวใช้กันมากที่สุด คือ ธุรกิจประเภทดิสโก้เทค/ไนท์คลับ โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการอยู่จำนวนร้อยละ 50 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวนร้อยละ 75 แต่ในอันดับรองลงมานั้น หากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จะนิยมไปร้านประเภทบาร์เบียร์คิดเป็นจำนวนร้อยละ 30 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะเข้าร้านที่มีการแสดงโชว์ คิดเป็นร้อยละ 60 อนึ่งธุรกิจสังฆนาการที่ อ. ดากใบ ไม่พบว่ามียกนักท่องเที่ยวสนใจธุรกิจประเภทนี้เลย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศก็มีเพียงร้อยละ 18.75 เท่านั้น ที่ใช้บริการของธุรกิจสังฆนาการบันเทิง อันได้แก่ ธุรกิจกลุ่มของร้านบาร์เบียร์ (ตารางที่ 18)

เมื่อพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ของการมาของนักท่องเที่ยว ที่ส่วนใหญ่จะมุ่งมาหาความสุขและความบันเทิงจากบริการที่มีของธุรกิจต่าง ๆ เหล่านี้ไปแล้ว ดังนั้นจึงทำให้ผลการสำรวจด้านความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากธุรกิจสังฆนาการ/บันเทิงที่ตนไป จึงอยู่ในเกณฑ์ที่มีความรู้สึกค่อนข้างพอใจมาก

(5) ความนิยมและทัศนคติที่มีต่อธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

อาจเป็นเพราะความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ที่มาเยือนราฐิवासจำนวนไม่น้อยที่ ต้องการมาเพียง เพื่อหาความบันเทิง เพียงชั่วครั้งชั่วคราวและพักผ่อนเป็นส่วนตัว หรือไม่ก็อาจจะ มาโดยไม่ได้บอกให้ทางครอบครัวทราบว่าตนจะมาเที่ยว ดังนั้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 60 และ 66.67 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 45 และ 68.75 ในบริเวณ สุโขทัย และ อ.ตากใบ/หาดตาปา ไม่สนใจที่จะเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกจากที่ใดเลย แต่หากเป็น นักท่องเที่ยวที่สนใจหาซื้อสินค้าใด ๆ แล้ว ร้อยละ 65 ของนักท่องเที่ยวที่สุโขทัย และ 68.75 ของนักท่องเที่ยวที่ อ.ตากใบ/หาดตาปานั้น ลักษณะการซื้อสินค้าที่ระลึกมักจะทำในประเภทของสินค้าที่ระลึกจากร้านประเภทขายของชำ (store) และอีกร้อยละ 37.5 จะหาซื้อจากแผงขายของ ในขณะ เดียวกันที่ อ.ตากใบ/หาดตาปานั้น ลักษณะการซื้อสินค้าที่ระลึกมักจะทำในประเภทของแผงขายของมาก ทำให้การเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวร้อยละ 58.33 ซื้อสินค้าจากร้านค้าประเภทนี้ (ตาราง ที่ 19)

ในด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าและบริการในร้าน พบว่า ร้านค้าที่ สุโขทัย สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้พอควร

6. แนวทางการลงทุนสำหรับจังหวัดนราธิวาส/สุโขทัย6.1 แนวทางการลงทุนที่ได้จากทัศนะของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

6.1.1 จำนวนผู้ประกอบการที่มีอยู่ในพื้นที่ซึ่งทำการสำรวจ อันประกอบด้วย อ.สุโขทัย และ อ.ตากใบ-ตาปา พบว่า มีเพียงผู้ประกอบการด้านการสัมมนาการเพียงไม่กี่ราย และ นักท่องเที่ยวรวม 69 ราย ที่ได้ทำการสัมภาษณ์ความคิดเห็นในเรื่องนี้ (ตารางที่ 20)

6.1.2 จากการสอบถามถึงแนวโน้มและความเหมาะสมในการลงทุนสำหรับพื้นที่ทั้งสองแห่งนั้น ปรากฏว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่แสดงความคิดเห็น เพียงครึ่งหนึ่งของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ทำการ สัมภาษณ์ทั้งหมด ส่วนผู้ประกอบการนั้นก็มีการแสดงความคิดเห็นเพียงรายเดียว

6.1.3 แนวความคิดและข้อเสนอที่ได้รับมา พบว่า สำหรับในพื้นที่แรก คือที่ อ.สุโขทัย สิ่งที่ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเห็นว่าน่าจะมีการลงทุนมากที่สุด คือ ธุรกิจร้านอาหาร และ ธุรกิจสัมมนาการ รองลงมาคือธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก ในขณะที่ข้อเสนอที่มีผู้เสนอมากเป็นอันดับ ที่สาม มี 2 ประเภท คือ การปรับปรุงด้านการคมนาคมขนส่ง และ การให้บริการข่าวสาร และ

ประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

6.1.4 สำหรับในหน้าที่สองคือที่หาดตากใบ-ตาบา ข้อเสนอมีเพียงรายเดียวเป็นข้อเสนอจากนักท่องเที่ยว คือเสนอให้มีบริการประเภทที่พักแรม

6.2 แนวทางการลงทุนที่ได้จากการศึกษา เปรียบเทียบกับข้อมูล การวางแผนและการศึกษาของสถาบันการศึกษาและแผนพัฒนาของรัฐ

6.2.1 แนวโน้มในการลงทุนหรือปรับปรุงพัฒนาสำหรับธุรกิจหรือทรัพยากรที่มีอยู่เดิม

(1) ธุรกิจสถานที่พักแรม

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการสถานที่พักแรมจากการคำนวณกับจำนวนห้องพักที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่า ขณะนี้จำนวนห้องพักที่มีอยู่เพียงเฉพาะที่สุโง โกลกแห่งเดียว จะเห็นว่าจำนวนเกินกว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไปซึ่งนราธิวาสมาก เพราะในระดับจำนวนห้องพักที่มีอยู่ในขณะนี้ สมควรที่จะเป็นจำนวนห้องพักสำหรับอีก 6-7 ปีข้างหน้า ดังนั้น มาตรการควบคุมการลงทุนก่อสร้างโรงแรมที่ทางบี. โอ. ไอ กำหนดมิให้มีการลงทุนประเภทธุรกิจนี้ในจังหวัดนราธิวาส ยกเว้นจะได้รับการพิจารณาจาก บี. โอ. ไอ ก่อน จึงเป็นสิ่งที่เหมาะสมสำหรับสถานการณ์ในขณะนี้ ซึ่งสมควรให้ระยะเวลาของการควบคุมมีผลบังคับใช้ไปจนกระทั่งปริมาณนักท่องเที่ยวสูงขึ้นสมดุลงกับจำนวนห้องพักที่มีอยู่ ซึ่งคาดว่าจะต้องควบคุมให้อยู่จำนวนนี้ไปอีกประมาณ 4-5 ปี ข้างหน้า แต่ในขณะเดียวกันธุรกิจสถานที่พักแรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน ควรที่จะได้รับการปรับปรุงและดูแลรักษาจากเจ้าของกิจการให้ได้มาตรฐาน โดยที่ บี. โอ. ไอ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพิจารณาวางมาตรฐานควบคุมสถานที่พักแรมในแต่ละระดับ เพื่อให้ธุรกิจประเภทนี้มีคุณภาพและก่อให้เกิดความปลอดภัยรวมทั้งความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าไปพักแรม

เหตุผลสนับสนุน ประกอบด้วย

1) ในขณะที่โรงแรมใหม่ ๆ ถูกควบคุมและระงับมิให้ทำการก่อสร้างขึ้นอีก ดังนั้น โรงแรมที่มีอยู่เดิม มิใช่จะอาศัยว่ามีเป็นจำนวนมากเพียงอย่างเดียวเป็นเกณฑ์ แต่จะต้องมีศักยภาพที่จะรองรับความต้องการของผู้มาพักแรมและนักท่องเที่ยวได้ด้วย ดังนั้น การควบคุมและกำหนดมาตรฐานสำหรับสถานที่พักแรมขึ้น ย่อมจะช่วยให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถทราบถึงสภาพของที่พัก รวมถึงช่วยให้เกิดความมั่นใจและยังช่วยอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจที่จะเลือกพักได้ถูกต้องกับความสามารถที่จะจ่ายและรสนิยมของแต่ละบุคคลได้

2) จากสภาพของธุรกิจที่พักแรมที่สำรวจพบ เกือบทั้งหมดเป็นเพียงโรงแรมที่มีขนาดเล็กอีกทั้งมีถึงร้อยละ 37.25 ที่เป็นโรงแรมเก่าแก่ก่อสร้างมานานกว่า 10 ปี นอกจากนี้ภายในโรงแรมแต่ละแห่ง แทบจะเรียกได้ว่าเป็นแหล่งที่จะต้องมีหญิงบริการเป็นส่วนประกอบเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดและเรียกร้องความสนใจจากแขกที่มาพักแรม ซึ่งโดยมากมักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีระดับฐานะอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง-ต่ำ ดังนั้น การที่จะ Promote เพื่อให้จังหวัดนราธิวาสเป็นจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงขึ้น ประการที่สำคัญที่สุดที่ควรจะต้องพิจารณา คือ เรื่องที่พักซึ่งจะสามารถให้ความสะดวกสบาย สะอาด และเกิดความมั่นใจได้ว่าเป็นโรงแรมที่ได้มาตรฐานดีพอ ซึ่งตามเหตุผลดังกล่าวจึงนำที่ธุรกิจสถานที่พักแรมที่มีอยู่ควรได้รับการปรับปรุงพัฒนา เพื่อให้ได้มาตรฐานมากขึ้นกว่าสภาพที่ดำรงอยู่ในปัจจุบัน

3) เมื่อพิจารณาถึงผลที่ได้มีการปรับปรุงสถานที่พักแรมให้ดีขึ้น ขอมสร้างโอกาสให้แก่เจ้าของธุรกิจนั้น ๆ ได้อย่างมาก ทั้งนี้เพราะในช่วงปี 2533 ซึ่งเป็นปีการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาเลเซีย จะทำให้มีนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกหลั่งไหลกันเข้ามาเที่ยวยังประเทศทางแถบเอเชียและประเทศมาเลเซียสูงขึ้นอย่างแน่นอน ซึ่งเมื่อได้พิจารณาจากสภาพแวดล้อมในประเทศมาเลเซีย เมื่อเทียบกับประเทศไทยพบว่ามีข้อเสียเปรียบและข้อจำกัดอยู่มากมายหลายอย่าง อาทิ เช่น ชนบทรอบเมืองประเพณีที่เคร่งครัดย่อมทำให้เกิดข้อจำกัดแก่พฤติกรรมการแสดงออกอย่างมีอิสระของนักท่องเที่ยวทางภาคพื้นยุโรป อเมริกาหรือแม้แต่นักท่องเที่ยวต่างประเทศอีกหลายชาติ อันจะส่งผลถึงความรู้สึกที่ถูกจำกัดเสรีภาพและความรู้สึกประทับใจของนักท่องเที่ยวเหล่านั้นลงได้ อีกทั้งค่าครองชีพและค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงและปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในมาเลเซียเองอาจจะไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ๆ ได้ ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยเองอาศัยจากสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยอยู่ไม่ไกลจากชายแดนมาเลเซียเท่าใดนัก และยังสามารถเดินทางข้ามพรมแดนมาได้ไม่ยากนัก นำมีส่วนเป็นอย่างมากในการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเลขนมาเที่ยวต่อจังหวัดใกล้เคียงในประเทศไทย อันได้แก่ จังหวัดต่าง ๆ ทางภาคใต้รวมทั้งจังหวัดนราธิวาสด้วย แต่อย่างไรก็ตาม กรณีดังกล่าวนักท่องเที่ยวเองก็ย่อมจะต้องพิจารณาจากปัจจัยหลาย ๆ อย่างเป็นส่วนประกอบ โดยเฉพาะสถานที่ที่ตนจะมานักแรมนั่นเอง

4) มิใช่แต่เพียงการปรับปรุงธุรกิจสถานที่พักแรม จะส่งผลดีจากปีการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาเลเซียเท่านั้น จากความเคลื่อนไหวและแนวนโยบายที่ผ่านการพิจารณาจากคณะรัฐมนตรีเมื่อต้นเดือนธันวาคม 2532 ที่ผ่านมานี้ จะเห็นว่าทางรัฐบาลเห็นด้วยที่จะอนุมัติโครงการรถไฟสาย Express ซึ่งจะวิ่งเชื่อมโยงระหว่างเชียงใหม่สู่ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ ที่จะเดินทางมายังประเทศไทย โดยเฉพาะนราธิวาสเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากประเทศสิงคโปร์เท่าใดนัก ดังนั้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ จะแวะมาเที่ยวในช่วงวันหยุดสั้น ๆ (Short Weekend) ในจังหวัดนราธิวาส

ย่อมมีโอกาสเป็นไปได้มาก แต่ทั้งนี้ก็ย่อมจะต้องขึ้นอยู่กับการบริหารท้องถิ่นของจังหวัดนครราชสีมา และความสนับสนุนจากหน่วยงานจากส่วนกลางที่จะส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด ให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น ควบคู่ไปกับการปรับปรุงมาตรฐานสถานที่พักผ่อนดังกล่าวด้วย

5) มิใช่แต่เพียงเหตุผลที่เสนอแนะให้มีการพัฒนาปรับปรุงสถานที่พักผ่อนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเท่านั้น แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยเองตามสภาพปัจจุบัน ก็นับว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีความต้องการในด้านความสะดวกสบายของที่พักผ่อน และต่อสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ยิ่งหย่อนกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อีกทั้งแผนการพัฒนาศูนย์บินของจังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งแผนการปรับปรุงสถานีรถไฟต่าง ๆ เช่น ที่สุโขทัย โกลก ดันยงมัส และร้อยเอ็ด รวมทั้งการปรับปรุงด้านการบริการการสื่อสาร เหล่านี้ย่อมเป็นสิ่งที่จะช่วยเสริมให้เกิดความเจริญและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักธุรกิจก็ตามที่มีคุณภาพสูงขึ้น สนใจที่จะไปเที่ยวและไปพักผ่อนยังจังหวัดนครราชสีมาได้เพิ่มขึ้นด้วย

(2) ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก

เป็นธุรกิจหนึ่งซึ่งน่าสนใจที่ควรจะได้รับปรับปรุง หรือแม้แต่การที่ลงทุนขึ้นใหม่ เพราะจากการสำรวจพบว่าธุรกิจประเภทนี้มีเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น การลงทุนหรือปรับปรุงสำหรับธุรกิจขายสินค้าที่ระลึกนี้ ควรจะลงทุนหรือปรับปรุงให้เป็นกิจการที่มีขนาดใหญ่ระดับ B ขึ้นไป ทั้งนี้เพราะในจำนวนธุรกิจขายสินค้าที่ระลึกที่มีอยู่ขณะนี้แม้ว่าจะมีเพียง 2-3 แห่ง และมีขนาดเล็กเพียงระดับ C ก็จริง แต่จากการสำรวจแบบเจาะลึกพบว่าธุรกิจต่าง ๆ เหล่านี้เป็นธุรกิจที่รู้ลู่ทางการตลาดเป็นอย่างดี และมีทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าจรอยู่ไม่น้อย เพราะต่างก็เปิดดำเนินการกันมานานหลายปี โดยเฉพาะร้านที่เปิดดำเนินการมากกว่า 45 ปี ดังนั้น กรณีที่ผู้ประกอบการเดิมสามารถจะขยายกิจการออกไปได้นั้นก็คงจะไม่มีปัญหาเท่าใดนัก แต่สำหรับผู้สนใจหรือนักลงทุนรายใหม่ หากต้องการที่จะทำธุรกิจนี้ให้มีสถานะที่ทัดเทียมกับธุรกิจที่มีอยู่เดิม ก็ควรจะเป็นร้านที่มีจุดเด่น มีขนาดค่อนข้างใหญ่และสามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้โดยจะต้องมีสินค้าที่ค่อนข้างจะหลากหลายและควรเป็นสินค้าที่แปลกตา ซึ่งอาจเป็นสินค้านั้นเองที่หาได้ภายในจังหวัดเองหรือจากจังหวัดที่ใกล้เคียงมากกว่าที่จะต้องขนขวายมาจากท้องถิ่นที่ห่างไกล สินค้าพื้นเมืองที่อาจจัดมาจำหน่าย อาจจะมีทั้งที่เป็นสินค้าประเภทของรับประทานทั้งในรูปอาหารสดที่เป็นผลไม้ที่หาได้และมีชื่อเสียงในจังหวัดเช่น ลองกองหรือแม้แต่ทุเรียน เงาะ หรืออื่น ๆ ที่หาได้ไม่ยากนักจากจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ก็อาจเป็นสินค้าประเภทอาหารแห้ง เช่น ข้าวเกรียบปลา อาหารทะเลตากแห้ง/ทำเค็ม ผัสดองเค็ม เครื่องเรือนที่ทำจากไม้ยางพารา เครื่องหวาย เสื้อกระจูด รวมทั้งสินค้าที่ระลึกที่ได้จากการผลิตจากหัตถกรรมพื้นบ้าน ฯลฯ ซึ่งสินค้าต่าง ๆ เหล่านี้คงหาได้ไม่ยากนัก เพราะเป็นสินค้าที่ได้รับการส่งเสริมให้มีการผลิตได้เอง ทั้งในรูปของโรงงาน

ขนาดใหญ่ ๆ ที่กระจายตัวอยู่ตามอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดนครราชสีมา และในรูปของการส่งเสริมอาชีพและอุตสาหกรรมในครัวเรือน นอกจากสินค้าเหล่านี้จะหาได้ง่าย ยังเป็นสินค้าที่สามารถหาซื้อมาจำหน่ายได้ในร้านทุนที่ต่ำ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมอาชีพและกระจายรายได้สู่ประชาชนในท้องถิ่นได้

เหตุผลสนับสนุน ประกอบด้วย

1) จากการที่สภาพจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ไปยังจังหวัดนครราชสีมาเพิ่มขึ้น ซึ่งจากการประมาณการคาดว่าในปี 2532 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปจังหวัดนครราชสีมากว่าสามแสนคน ทั้งนี้ยังมีได้รวมจำนวนผู้ไปเยือนที่เป็นเพียงนักทัศนาจรอีกจำนวนไม่น้อย ทำให้สามารถมองเห็นช่องทางของธุรกิจประเภทนี้ได้ว่าน่าจะเป็นธุรกิจหนึ่งที่จะได้รับผลดีตามไปด้วย แม้ว่าในการเดินทางไปของนักท่องเที่ยวเหล่านั้นอาจมิได้มีจุดมุ่งหมายที่ต้องการจะไปเพื่อหาซื้อสิ่งของก็จริง แต่โดยธรรมชาติของบุคคลโดยทั่วไปย่อมปรารถนาที่จะหาสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ติดมือกลับไปฝากครอบครัว หากเห็นว่าสิ่งนั้นสามารถจะหาซื้อได้ในราคาที่เหมาะสม และเป็นสิ่งที่ถูกกับรสนิยมของตนและครอบครัว โดยเฉพาะซึ่งเป็นของที่ผลิตขึ้นในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วยย่อมจะสร้างความประทับใจแก่ผู้ซื้อได้มากยิ่งขึ้น

2) เมื่อได้วิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ จะเห็นว่าธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการพบกับอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินงานน้อยกว่าธุรกิจประเภทอื่นในจังหวัดมาก อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่ผู้ประกอบการเหล่านั้นจะปรับปรุงกิจการของตน โดยการจัดหาสินค้าใหม่ ๆ เข้าร้านหากมีเงินทุนเพียงพอ นอกจากนี้ยังคาดว่าจะจำหน่ายสินค้าออกไปขายยังต่างประเทศอีกด้วย ดังนั้น จึงพอที่จะสนับสนุนแนวความคิดที่จะส่งเสริมให้มีการลงทุนในธุรกิจประเภทนี้เพิ่มขึ้นได้ แต่มีข้อเสนอนั้นว่าผู้ที่ลงทุนควรมีเงินทุนเพียงพอที่จะจัดหาสินค้าหลาย ๆ ประเภทมาจำหน่ายในร้าน รวมทั้งอาจมีบริการพิเศษในรูปของการจำหน่ายโดยรับบัตรเครดิต ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศส่วนใหญ่ มักจะเคยชินต่อการใช้บัตรเครดิตมากกว่าการพกเงินสด และการที่ลูกค้าสามารถใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าได้ ย่อมทำให้เจ้าของกิจการมีโอกาสที่จะจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าได้มากกว่า ซึ่งด้วยเหตุนี้นอกจากผู้ประกอบการจะต้องมีเงินทุนสำหรับการซื้อสินค้าสำรองไว้ในร้านแล้ว ก็ควรต้องมีเงินทุนหมุนเวียนไว้ใช้หมุนเวียนในกิจการด้วย และอีกประการหนึ่งที่สำคัญ คือ สินค้าที่จำหน่ายควรเป็นสินค้าที่มีราคาไม่แพงนัก เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไปยังจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลาง-ต่ำ ทำให้สนใจสินค้าที่อาจมีคุณภาพที่ไม่ต้องสูงนักแต่ราคาปานกลาง

(3) ธุรกิจขนส่ง

ตามสภาพในปัจจุบันของธุรกิจขนส่งที่มีอยู่ในจังหวัดนราธิวาส ส่วนใหญ่ผู้มักจะ เป็นรถสี่ล้อเล็กรับจ้าง แท็กซี่รับจ้างหรือไม่ก็เป็นมอเตอร์ไซด์รับจ้าง ที่มีบริการอยู่เพียงในบาง บริเวณที่สำคัญและเป็นจุดใหญ่ของจังหวัดเท่านั้น อีกทั้งยังเป็นเพียงบริการที่ไม่มีจุดรับส่งผู้โดยสาร ที่แน่นอนและไม่ได้อิงประจำทาง ดังนั้นในกรณีที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางมาจากต่างถิ่น อาจ ไม่ทราบถึงบริเวณที่ตั้งหรือจุดที่มีบริการที่แน่นอน ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการเดินทาง อีกทั้ง สภาพของรถสี่ล้อเล็กและมอเตอร์ไซด์รับจ้างเหล่านี้ นอกจากจะเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความคับคั่ง และความหนาแน่นของการจราจรแล้ว ยังเป็นยานพาหนะที่มีความปลอดภัยค่อนข้างน้อย ดังนั้นจึง น่าที่จะมีการปรับปรุงและลงทุนสำหรับธุรกิจขนส่ง ที่เป็นรูปแบบและมีศักยภาพในการให้บริการแก่ ผู้โดยสารและนักท่องเที่ยวมากขึ้น คือ ควรให้บริการประเภทรถเมล์สาธารณะที่วิ่ง เชื่อมโยงระหว่าง สถานีต่าง ๆ ทั้งในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล โดยควรเป็นรถที่วิ่งรับส่งผู้โดยสารแบบ ประจำทาง มีจุดขึ้นลงโดยมีป้ายรถประจำทางที่แน่นอน และรถดังกล่าวควรให้บริการวิ่งใน บริเวณรอบเมือง โดยเฉพาะในเขต และตลอดแนวถนนสายสำคัญ ทางสายหลัก และสายรองของ จังหวัด

เหตุผลสนับสนุนประกอบด้วย

1) ในสภาพการคมนาคมในเขตเทศบาลเมืองของนราธิวาสค่อนข้างจะมีความหนาแน่นมาก ทั้งในถนนสายสำคัญต่าง ๆ ของเมืองรวมถึงถนนสายรองที่เชื่อมติดต่อระหว่างถนนสายหลักของเทศบาล ดังนั้นการจัดให้มีบริการรถเมล์ประจำทางขึ้น ย่อมจะช่วยให้สามารถรับส่งผู้โดยสารได้มากขึ้น และยังจะช่วยให้สามารถลดปริมาณความต้องการต่อการเดินทางโดยรถประเภท สามล้อหรือมอเตอร์ไซด์รับจ้างลงได้มาก เมื่อมีรถโดยสารประจำทางขึ้นแล้วก็ควรที่ผู้มีอำนาจ และผู้เกี่ยวข้อง ที่จะต้องกำหนดมาตรการควบคุมจำนวนรถที่รับจ้างสาธารณะประเภทอื่นให้น้อยลง อีกทั้งควรจัดเขตหรือกระจุกกลุ่มของรถรับจ้างที่มีอยู่ในขณะนี้ ออกไปยังบริเวณอำเภออื่น ๆ หรือนอกเขตเทศบาลเมือง เมื่อลดความคับคั่งของการจราจรในเขตเทศบาลลง อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้ผู้ประกอบอาชีพขับรถรับจ้างที่มีอยู่เดิมสามารถประกอบอาชีพของตนต่อไปได้

การพัฒนาปรับปรุงและลงทุนประกอบการ สำหรับธุรกิจขนส่งในรูปแบบของรถโดยสาร ประจำทางนี้ อาจเป็นอยู่ในลักษณะที่ทางภาครัฐบาลโดยหน่วยงานบริหารของจังหวัดสนับสนุนให้ ภาคเอกชนรับสัมปทานในการวิ่งรถโดยสารประจำทางดังกล่าว ทั้งในเส้นทางระหว่างเขต เทศบาลเมือง และถนนสายรองอื่น ๆ ที่เชื่อมติดต่อระหว่างถนนสายหลักของเทศบาล ผลดีจากการจัดรูปแบบธุรกิจขนส่งนี้ นอกจากจะสามารถช่วยลดปัญหาการจราจรแล้ว ยังสามารถที่จะ

ช่วยให้ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างถิ่น ได้รับความความสะดวกสบาย ในการเดินทางไปยังแหล่งต่าง ๆ อีกทั้งยังประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย อีกประการหนึ่งคือรถเมล์ โดยสารนี้ยังสามารถรับผู้โดยสารได้คราวละมากขึ้น ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการประหยัดทรัพยากร เชื้อเพลิง และยังมีความปลอดภัยในการเดินทางเพิ่มขึ้นด้วย ใช้แต่เพียงผลดีต่อธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เท่านั้น การมีรถโดยสารประจำทางซึ่งส่งผลถึง โครงสร้างทางเศรษฐกิจโดยส่วนรวมในสาขาอื่น ๆ ของจังหวัดอีกมากมาย เช่น สาขาเกษตรกรรม สาขาอุตสาหกรรม เป็นต้น

2) เมื่อมีบริการขนส่งที่ดี และมีระบบมากขึ้นย่อมช่วยให้เกิดสิ่งจูงใจที่ทำให้ประชากร ที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งกระจุกตัวอยู่ในบริเวณของชุมชนเทศบาลเมือง เทศบาลตำบลและตำบลที่เป็นที่ตั้งของสุขาภิบาล มีแนวโน้มที่จะขับขายออกไปตั้งถิ่นฐานและประกอบอาชีพในบริเวณอื่น ๆ ทั้งนี้ เพราะเห็นว่าจะสามารถติดต่อและคมนาคมกับชุมชนอื่นได้สะดวกขึ้น

3) การที่ท้องถิ่นใดมีโครงสร้างพื้นฐานในด้านการคมนาคมขนส่งที่ดี ย่อมทำให้อยู่ในฐานะที่ได้เปรียบกว่าท้องถิ่นอื่น ๆ ทั้งในแง่ของการเติบโตของชุมชน รวมทั้งด้านสุขาภิบาลและอนามัย คือทั้งประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวจะสามารถพึ่งพาการบริการขนส่งที่มีเส้นทางที่ชัดเจนและทราบเวลาที่แน่นอนเพื่อไปยังสถานบริการสาธารณสุขที่มีอยู่ได้ง่ายขึ้น

4) จากการศึกษาเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว สตูล ปัตตานี ยะลา และ นราธิวาส ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เมื่อปี 2531 ได้ให้ความเห็นว่าควรจะมีการปรับปรุงโครงข่ายการคมนาคมเช่นกัน คือเห็นควรให้มีการส่งเสริมเอกชนเปิดบริการเดินรถโดยสารประจำทาง ระหว่างตัวจังหวัดถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมนสูงเป็นประเด็นหลัก

(4) การปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและ โครงข่ายเส้นทางคมนาคม

อาศัยจากทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างมากมายภายในจังหวัดนราธิวาส ซึ่ง จากการศึกษาวิจัยของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี ได้จำแนกสถานที่ท่องเที่ยว เหล่านั้นออกตามศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวไว้ โดยจะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวภายใน จังหวัดนราธิวาสทั้งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและประเภทกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีมากกว่า 30 แห่ง แต่ขาดสภาพความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวบางประการ ที่เหมือนกันหรือแตกต่างกัน บ้างในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามจะเห็นว่า ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีอยู่ในนราธิวาสเหล่านี้ หากได้รับการส่งเสริม รวมทั้งพัฒนาปรับปรุงในรูปแบบและทิศทางที่ เหมาะสมจากภาครัฐบาล โดยหน่วยงานในระดับท้องถิ่น รวมถึงภาคเอกชน โดยอาจดำเนินการ

ตามแนวทางและมาตรการอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายบางแห่งที่เสนอไว้ โดยคณะวิจัยของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี ดังนี้คือ

- ทาดนราทัศน์ ควรมีมาตรการอนุรักษ์ คือ
 1. ป้องกันการกัดเซาะของคลื่น
 2. ปลุกต้นไม้เพิ่มขึ้น
 3. จัดร้านค้าให้เป็นระเบียบ
 4. มีคณะกรรมการรับผิดชอบดูแลความสะอาด
- สุโขทัยโลกและเบตง ควรมีมาตรการอนุรักษ์ คือ
 1. ควบคุมการก่อสร้างให้เป็นไปตามผังเมือง
 2. จัดเขตบริการให้เป็นสัดส่วน
 3. ให้ความสนใจในอุบัติเหตุเพลิงไหม้เป็นพิเศษ
 4. จัดให้มีโครงการรณรงค์เรื่องความสะอาด
- งานแข่งขันเรือกอลและ ควรมีมาตรการอนุรักษ์ คือ
 1. พัฒนารูปแบบของเรือให้สวยงาม
 2. กำหนดเอกลักษณ์ของฝีพาย
 3. สร้างสำนึกให้ชาวพระราชวังทุกคนเป็นเจ้าของงาน
- พุทธอุทยานทักษิณมิ่งมงคล ควรมีมาตรการอนุรักษ์ คือ
 1. ควรมีมัคคุเทศก์ประจำพุทธอุทยาน
 2. บูรณะวัตถุสิ่งก่อสร้างอย่างสม่ำเสมอ
 3. บำรุงดูแลสนามรององค์พระให้สวยงาม
- วันลองกอง ควรมีมาตรการอนุรักษ์ คือ
 1. ควรใช้สถานที่สวนที่อยู่ริมเส้นทางคมนาคมบริเวณจัดงาน
 2. มีปริมาณลองกองสนองความต้องการอย่างเพียงพอ

ส่วนแหล่งท่องเที่ยวอื่น ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาแล้ว ก็ สามารถประยุกต์ใช้วิธีการในทำนองเดียวกันนี้ เพื่อเป็นมาตรการในการอนุรักษ์และฟื้นฟูให้แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ สามารถยกระดับขึ้นมาเป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น

สำหรับในเรื่องของสภาพถนนที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางจังหวัดควรพิจารณาอนุมัติงบประมาณการก่อสร้างและปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่ดี สามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางของประชาชนและนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

เหตุผลสนับสนุนประกอบด้วย

1) เนื่องจากในสภาพปัจจุบันเส้นทางคมนาคม ที่เชื่อมโยงระหว่างตัวจังหวัด และแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งยังอยู่ในสภาพที่ถนนชำรุด หรือไม่มีเส้นทางเข้าออกนอกบางแห่ง มีเพียง เส้นทางเดิรซึ่งหากเกิดภาวะคับขัน เช่นกรณีเกิดอุทกภัยหรือถนนชำรุดระหว่างจังหวัด นครราชสีมา กับจังหวัดอื่นทั้งถนนก็ข่อมไม่สามารถเลือกใช้เส้นทางเข้าออกอื่นใดได้

2) หากกรณีที่สามารถพัฒนาปรับปรุงถนนที่เชื่อมโยงภายในจังหวัดนครราชสีมา ให้มีศักยภาพสูงขึ้นควบคู่ไปกับการพัฒนาปรับปรุงถนนสายหลัก ซึ่งขณะนี้ได้มีโครงการตัดถนนเชื่อมโยงหลายสายระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ทางภาคใต้ อันสืบเนื่องมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ที่ต้องการจะยกระดับให้จังหวัดต่าง ๆ เช่น สงขลา สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต ฯลฯ เป็นศูนย์กลางความเจริญในระดับภาค เพื่อให้สามารถรองรับความเจริญเติบโตและการขยายตัวของเศรษฐกิจ อันเป็นผลมาจากภาวะการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปยังจังหวัดเหล่านั้น ดังนั้น หากนักท่องเที่ยวบางส่วนมีจุดประสงค์ที่ต้องการจะเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอื่น ๆ ก็ย่อมจะต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายที่ตนจะได้รับในการเดินทาง รวมทั้งสภาพภูมิทัศน์ และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ๆ จะเดินทางไป อีกทั้งความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินรวมถึงความเป็นส่วนตัวที่จะได้รับ จึงจะเห็นว่า การติดต่อคมนาคมระหว่างนครราชสีมา กับหาดใหญ่ ก็สามารถเดินทางได้สะดวก ทั้งทางรถโดยสารประจำทางวันละหลายเที่ยวรวมทั้งทางรถแท็กซี่ และทางรถไฟซึ่งมีขบวนที่วิ่งไป-กลับระหว่างนครราชสีมาและหาดใหญ่วันละไม่น้อยกว่า 6 เที่ยว อีกทั้งหากจะเลือกเดินทางโดยเครื่องบินก็ยังมีเที่ยวบิน ที่บินระหว่างหาดใหญ่-นครราชสีมา สัปดาห์ละ 4 เที่ยวบิน และไม่เพียงแต่สามารถติดต่อกับอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาได้สะดวกเท่านั้น การติดต่อเชื่อมโยงระหว่างอำเภออื่นและจังหวัดอื่น ๆ ก็สามารถทำได้สะดวก เช่น อำเภอสาขบุรี และจังหวัดปัตตานี ซึ่งมีรถประจำทางและรถแท็กซี่วิ่งอยู่ ส่วนจังหวัดยะลา ก็สามารถเดินทางเชื่อมโยงกันได้โดยอากาศยานแท็กซี่

นอกจากจะสามารถติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก จังหวัดนครราชสีมา ยังได้เปรียบกว่าอีกหลายจังหวัด เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดชายแดนที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซีย โดยที่สามารถติดต่อทางบกและทางน้ำในระยะที่ค่อนข้างใกล้ และโดยได้ทีกล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นว่า หากจังหวัดนครราชสีมาได้รับการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมติดต่อ ทั้งภายในจังหวัด และระหว่างจังหวัดที่จะสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้สะดวกขึ้นแล้ว ย่อมจะมีโอกาสดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเที่ยวได้มาก อีกทั้งยังอาจช่วยให้เกิดมาตรฐานในการรักษาความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินสำหรับนักท่องเที่ยวหรือแม้แต่ประชาชนที่มา ยังจังหวัด

นราธิวาสได้ดีขึ้นทั้งในระหว่างการเดินทางและขณะท่องเที่ยวอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างที่ห่างไกล ทั้งนี้เพราะความเจริญและความสะดวกสบายของการเดินทางจะช่วยให้ผู้ก่อการร้ายลดลงได้

3) การที่จังหวัดนราธิวาสมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่งเพียงด้านเดียว คือในลักษณะของการเป็นแหล่งบันเทิงราตรีที่สามารถหาความสุขจากผู้หญิงชายบริการได้ในสนนราคาที่ไม่แพงนัก อีกทั้งทั้งก่อนข้างที่จะหาง่ายและอิสระที่จะทำได้ ซึ่งลักษณะดังกล่าวจัดว่าเป็นสิ่งที่ไม่ได้ช่วยให้เกิดความประทับใจเท่าใดนัก กับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นที่ต้องการแสวงหาความสุขจากการเดินทาง เพื่อจะเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติประเภทต่าง ๆ ทั้งที่จังหวัดนราธิวาสจัดว่าค่อนข้างจะมีความอุดมสมบูรณ์ ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่หลายแห่งชาติ แต่อย่างไรก็ตามได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และปรับปรุงให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ มีศักยภาพที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น หากมีการพัฒนาโครงสร้างของเส้นทางคมนาคมที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ ให้อยู่ในสภาพที่ดี ย่อมจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่จะสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ ได้รับการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ได้รวดเร็วขึ้น และสามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้ในเวลาไม่นานนัก

4) จากการติดตามความเคลื่อนไหวข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ของจังหวัดนราธิวาส จะเห็นได้ว่าสภาพเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้นทุกวันนี้ เกิดจากรายได้ที่ได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่ข้ามพรมแดนมาเที่ยว ในลักษณะการมาหาความสุขจากหญิงบริการและบันเทิงราตรีเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น อาจเรียกได้ว่าอู่ข้าวอู่น้ำของจังหวัดคือ นักท่องเที่ยวที่ข้ามพรมแดนมาจากประเทศมาเลเซียนั่นเอง จึงได้เกิดภาวะการกีดกันประชาชนที่จะข้ามพรมแดนมายังฝั่งไทยขึ้น โดยทางรัฐบาลของประเทศมาเลเซียได้พยายามกำหนดมาตรการต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดความไม่สะดวก ความรู้สึกน่ารำคาญ น่าเบื่อหน่ายและยุ่งยากให้แก่ผู้ที่ต้องการเดินทางข้ามพรมแดนมาไทย รวมทั้งภายในประเทศมาเลเซียเองก็ได้พยายามที่จะทุ่มทุนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ขึ้นในประเทศของตน

เหตุการณ์ดังกล่าว ควรจะเป็นแนวทางที่ทางจังหวัดควรเตรียมการในการป้องกันและแก้ไขไว้โดยอาจจะ เป็นวิธีการหาตลาดนักท่องเที่ยวจากแหล่งใหม่ โดยอาจเริ่มจากนักท่องเที่ยวจากประเทศใกล้เคียงอื่น รวมทั้งจะต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่จังหวัด กอปรกับการใช้วิธี Supply push คือทุ่มทุนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ๆ ขึ้นบ้าง จากการอาศัยข้อได้เปรียบทั้งในด้านของจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างมาก ความมีอิสระอาศัยใจคอที่ดี ด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ และวิถีชีวิตของคนไทยที่มีลักษณะพิเศษและน่าสนใจ แตกต่างไปจากที่พบเห็นทั่วไปในเมืองใหญ่หรือเขตวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งความได้เปรียบต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้ว ชาติแต่อย่างใด โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ และการคมนาคมยังไม่ดีพอ หากได้รับการปรับปรุงและพัฒนา ก็จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ได้อีกมาก

6.2.2 การลงทุนสำหรับธุรกิจใหม่

(1) ธุรกิจนำเที่ยว

ในการสำรวจไม่พบว่ามีการลงทุนในธุรกิจนี้ที่เด่นชัด แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อได้ทำการติดตามค้นคว้าหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง โดยเฉพาะจากการติดตามความเคลื่อนไหวของจังหวัดนราธิวาส จากทางสื่อมวลชนข่าวธุรกิจการท่องเที่ยว ทำให้ทราบว่าธุรกิจประเภทนี้ อันที่จริงได้มีผู้ดำเนินการแล้ว และเป็นการประกอบกิจการมานานกว่า 6 ปี โดยเริ่มจากการรวมตัวในรูปแบบของห้างหุ้นส่วนเล็ก ๆ จนกระทั่งสามารถขยายกิจการและจดทะเบียนเป็นบริษัทขึ้น

อนึ่งแม้ว่าจากข่าวสารที่ได้ทราบมานี้ จะทำให้เข้าใจว่าธุรกิจประเภทนี้มีใช้การลงทุนที่แปลกใหม่นัก ซึ่งอันที่จริงที่เรียกว่าเป็นธุรกิจใหม่ที่นำลงทุนนั้น คือใหม่ในรูปแบบและเส้นทางการนำเที่ยวนั้นเอง โดยสามารถกำหนดให้มีเส้นทางบริการนำเที่ยวใน 2 ลักษณะ คือ การบริการนำเที่ยวไปยังจุดท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ภายในจังหวัด และอีกลักษณะหนึ่ง คือ การบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดใกล้เคียงร่วมด้วย

สำหรับเส้นทางของการนำเที่ยวนั้น อาจพิจารณาจากระยะทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งพิจารณาถึงระยะเวลาของการนำเที่ยว และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย

ตัวอย่างของเส้นทางนำเที่ยว อาจกำหนดจุดเริ่มต้นที่สุโหงโกลกหรือที่อำเภอเมืองนราธิวาสเป็นหลัก เพราะโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมักจะพักแรมกันในสองบริเวณนี้

กรณีที่กำหนดที่สุโหงโกลกเป็นจุดเริ่มต้น อาจกำหนดให้มีเส้นทางนำเที่ยว ดังนี้

- 1) เริ่มจากสุโหงโกลก-แหล่งอุตสาหกรรมผ้าปาเต๊ะ-ด่านตาบา-วัดชลาธารสิงเห-เกาะยาว-ตัวเมืองนราธิวาส (ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน)
- 2) เริ่มจากตัวเมืองนราธิวาส-หาดนราทัศน์-ชายหาดอ่าวมะนาว-พระตำหนักทักษิณราชินีเวศน์-พุทธอุทยานทักษิณมิ่งมงคล-กลับเข้าตัวเมืองนราธิวาส (ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน)
- 3) เริ่มจากตัวเมืองนราธิวาส-น้ำตกบาโจ-หาดม้า-ยะลา-เขื่อนบางลาง-หมู่บ้านซาโก-อ. เบตง (ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 วัน)

สำหรับตัวอย่างของเส้นทางนำเที่ยวที่เสนอแนะนี้ อาจมีการผนวกรายการตามข้อใดข้อหนึ่งเข้าด้วยกัน ในกรณีที่มีระยะเวลาในการนำเที่ยวเพิ่มวันขึ้น หรือไม่อาจเปลี่ยนแปลงบาง

รายการ เพื่อให้เหมาะสม โดยพิจารณาจากความพร้อมของ เส้นทางคมนาคม รวมทั้งพิจารณาจากรสนิยมของกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

เหตุผลสนับสนุนที่เห็นว่าธุรกิจนี้น่าสนใจสำหรับการลงทุน ประกอบด้วย

- 1) เป็นธุรกิจที่ยังไม่แพร่หลายนัก ในจังหวัดนครราชสีมา
- 2) จากข้อมูลที่เปิดเผยของผู้ที่ได้ดำเนินธุรกิจประเภทนี้ ทำให้ทราบว่า เป็นธุรกิจที่ค่อนข้างประสบผลสำเร็จ สามารถสร้างความมั่นคงให้แก่ผู้ประกอบการ ได้จนกระทั่ง สามารถขยายกิจการได้ในระยะเวลาเพียงไม่นานนัก
- 3) เนื่องจากความได้เปรียบและความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างมากมายในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งนับว่าเป็นพื้นฐานที่ดีของการดำเนินธุรกิจประเภทนี้
- 4) การลงทุนสำหรับธุรกิจนี้ จะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการลงทุนที่สามารถช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่จังหวัด เพราะเท่ากับว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบว่า นครราชสีมายังมีเอกลักษณ์และสิ่งที่น่าสนใจอื่น ๆ ในจังหวัดอีกไม่น้อย

6.3 สรุปผลการศึกษาและรวบรวมสถานการณ์การลงทุนของจังหวัดนครราชสีมา

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีคู่ทางการลงทุนหรือปรับปรุงพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวได้หลายประเภท ดังนั้น จึงอาจเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการเดิมที่จะเร่งปรับปรุงกิจการของตนรวมทั้งสำหรับนักลงทุนรายใหม่ที่สนใจธุรกิจต่าง ๆ ที่เสนอแนะ คงจะมีส่วนไม่มากนักน้อย ที่จะนำประโยชน์แก่การตัดสินใจของภาคเอกชนและภาครัฐบาล ที่จะเล็งเห็นหรือ ทาทางแก้ไขภาพพจน์ของจังหวัดในด้านการ เป็นแหล่งบันเทิงราตรี การหาความสุขจากหญิงบริการต่าง ๆ เพราะหากพิจารณาถึงผลที่อาจจะเกิดขึ้นในระยะยาวแล้ว จะพบว่าธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงมากต่อชื่อเสียงและผลกระทบในด้านลบอื่น ๆ ที่จะตามมา เพราะลักษณะของธุรกิจประเภทนี้ อาจเป็นบ่อเกิดของโรคภัยที่รุนแรงหลายโรค รวมทั้ง โรคเอดส์ ซึ่งเมื่อใดเกิดการระบาดของโรคนี้ขึ้น จะต้องส่งผลกระทบต่อสถานที่รุนแรงต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างแน่นอน แต่อย่างไรก็ตาม การจะเปลี่ยนแปลงโดยจับพละนให้สภาพแหล่งท่องเที่ยวลักษณะหนึ่ง ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกลักษณะหนึ่งนั้นคง เป็นเรื่องยาก ดังนั้นจึงน่าจะมีมาตรการป้องกัน อาจจะโดยลักษณะของการตั้งหน่วยควบคุมโรคติดต่อ ที่มีอำนาจหน้าที่ที่สามารถ เรียกตรวจหญิงบริการจากแหล่งต่าง ๆ ประกอบกับหน้าที่ในการให้ความรู้ ออกไปรับรองสุขภาพโดยมีการตรวจเช็คสุขภาพหญิงบริการเหล่านั้นกันเป็นระยะ ๆ ซึ่งในการดำเนินการอาจขอความร่วมมือโดยตรงจากหน่วยงานที่มีการรณรงค์ต่อต้าน โรคเอดส์อยู่ในขณะนี้ด้วย

ภาคผนวก

ตารางที่ 1 แสดงประเภทของธุรกิจที่ศึกษารวม

หน่วย: ร้อยละ

ประเภทของศึกษารวม	รวม	จุดที่ 1
โรงแรม	94.12	94.12
เกสต์เฮาส์	3.92	3.92
บังกาโล	1.96	1.96
รวม	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอสุทโงโกลก

ตารางที่ 2 แสดงถึงอำนาจความสะดวกของที่พักแรม

ประเภทของบริการ	หน่วย: แห่ง					
	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
ลอบบี้/ห้องรับแขก	35 (68.63)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	2 (7.69)	33 (67.35)
ลิฟท์	11 (21.57)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	9 (18.37)
ที่จอดรถ	20 (39.22)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	9 (69.23)	18 (36.73)
สระว่ายน้ำ	2 (2.92)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	6 (46.15)	0 (0.00)
ร่มบริการ	14 (27.45)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	14 (28.57)
รวม	51 (100.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	2 (100.00)	13 (100.00)	49 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง
 ขนาด B = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง
 ขนาด C1 = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง
 ขนาด C2 = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง
 ขนาด C3 = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 3 แสดงบริการในด้านต่าง ๆ ของที่พักแรม

ประเภทของบริการ	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
คู่มือ	10	0	0	2	8	0
บริการเรียกรถ	(19.61)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(16.33)	(0.00)
บริการซักรีด	34	0	0	2	32	5
บริการจัดเลี้ยง/ประชุม	(66.67)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(65.31)	(27.78)
โทรศัพท์ เทเลแฟกซ์	27	0	0	2	25	10
อื่น ๆ	(52.94)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(51.02)	(55.56)
ไม่มีบริการ	4	0	0	2	2	0
รวม	(7.84)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(4.08)	(0.00)
ไม่มีบริการ	3	0	0	2	1	
รวม	(5.99)	(0.00)	(0.00)	(100.00)	(2.04)	
ไม่มีบริการ	14	0	0	0	14	0
รวม	(27.45)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(28.57)	(0.00)
ไม่มีบริการ	25	0	0	0	25	4
รวม	(48.02)	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(51.02)	(22.22)
รวม	69	0	0	2	49	18
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ : ขนาด A = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อห้อง
 ขนาด B = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,500-2,500 บาทต่อห้อง
 ขนาด C1 = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 1,000-1,499 บาทต่อห้อง
 ขนาด C2 = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง
 ขนาด C3 = ที่พักที่พักรวมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 4 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจของรัฐวิสาหกิจ

หน่วย : แห่ง

	รวม	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C1	ขนาด C2	ขนาด C3
1 ปี	1 (1.96)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (50.00)	0 (0.00)
3 ปี	5 (9.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (10.20)
4 ปี	2 (3.92)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (4.08)
5 ปี	13 (25.49)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (50.00)	12 (24.49)
6 ปี	6	0	0	0	0	6

ขนาด C3 = ที่สำนักงานที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

() หมายถึงตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 5 แสดงลักษณะกลุ่มลูกค้าของที่พักแรม

หน่วย : ร้อยละ	
กลุ่มของลูกค้า	จำนวนของ ที่พักแรม
นักท่องเที่ยว	4.55
นิสิตธุรกิจและอื่น ๆ	
1-20	36.36
21-40	267.27
41-60	13.64
61-80	13.64
100	4.55
รวม	100.00

ตารางที่ 6 แสดงอัตราการเข้าพักนรมานช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season)

หน่วย: ร้อยละ

อัตราการเข้าพัก	ขนาด C2	ขนาด C3
1-20	0.00 (0.00)	5.00 (5.00)
21-40	0.00 (50.00)	30.00 (35.00)
41-60	0.00 (0.00)	35.00 (35.00)
61-80	50.00 (50.00)	20.00 (20.00)
81-99	50.00 (0.00)	0.00 (0.00)
100	0.00 (0.00)	10.00 (5.00)
รวม	100.00 (100.00)	100.00 (100.00)

หมายเหตุ : ขนาด C2 = ที่พักรวมที่มีราคาห้องพักระหว่าง 400-999 บาทต่อห้อง
 ขนาด C3 = ที่พักรวมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 400 บาทต่อห้อง

() หมายถึงอัตราการเข้าพักนช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season)

ตารางที่ 7 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจที่ฝึกนรม

หน่วย : ร้อยละ

ปัญหาและอุปสรรค	รวม	จุดที่ 1
พนักงานไม่เพียงพอ	9.09	9.09
พนักงานไม่มีคุณภาพ	13.64	13.64
ปัญหาระบบครอบครัว	4.55	4.55
การแข่งขันสูง	18.18	18.18
การบริการไม่ดี	9.09	9.09
ไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยว	13.64	13.64
เงินทุนหมุนเวียนต่ำ	27.27	27.27
การคมนาคมไม่สะดวก	9.09	9.09
ข้อจำกัดของระเบียบราชการ	27.27	27.27
อื่น ๆ	4.55	4.55
ไม่ระบุ	31.82	31.82

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ่างทอง

ตารางที่ 8 แสดงแนวโน้มของธุรกิจที่ศึกษารวม

หน่วย : ร้อยละ

แนวโน้มของธุรกิจ	รวม	จุดที่ 1
ซึ่งสามารถขยายตัวได้อีก	31.82	31.82
ไม่แน่นอน	27.27	27.27
มีการแข่งขันกันมาก	36.36	36.36
โรงแรมขนาดใหญ่จะได้เปรียบโรงแรมขนาดเล็ก	4.55	4.55
รวม	100.00	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อำเภอสุเทพวิทยาคาร

ตารางที่ 9 แสดงระยะเวลาการดำเนินงานธุรกิจของกิจการและร้านอาหาร

หน่วย : ไร่

ระยะเวลา	จุดที่ 1
1-2 ปี	7 (30.43)
3-4 ปี	3 (13.04)
5-6 ปี	2 (8.70)
7-8 ปี	1 (4.35)
9-10 ปี	4 (17.39)
11-12 ปี	2 (8.70)
มากกว่า 12 ปี	4 (17.39)
จำนวนผู้ตอบ	23 (100.00)

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ้าเกอสุหงโกลก
() หมายถึง ตัวเลขแสดงร้อยละ

ตารางที่ 10 แสดงการกำหนดอัตราค่าอาหารและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นระดับเดียวกัน

หน่วย : ร้อยละ

	จุดที่ 1
เท่ากัน	80.00
ต่ำกว่า	20.00
รวม	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อ้าเกอสุหงโกลก

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนร้านอาหารที่รองรับนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

จุดที่ 1	
มากเกินไป	10.00
ค่อนข้างมาก	40.00
เพียงพอ	50.00
รวม	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอสุโขทัย

ตารางที่ 12 แสดงผลการสุ่มของธุรกิจร้านอาหาร

หน่วย : ร้อยละ

การ	จำนวนร้าน
11-20	30.00
21-30	40.00
41-50	10.00
51-60	10.00
ไม่ระบุ	10.00
รวม	100.00

หมายเหตุ : จุดที่ 1 = อาเภอสุโขทัย

ตารางที่ 13 แสดงแหล่งเงินการเลือกสถานที่และระยะเวลาที่ขึ้นอยู่กับนั้น

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
สาเหตุที่เลือก				
เพื่อชมธรรมชาติ	30.00	22.50	100.00	56.25
เพื่อชมศิลปวัฒนธรรม	0.00	5.00	33.33	0.00
เพื่อชมโบราณสถาน/ ประวัติศาสตร์	0.00	0.00	33.33	0.00
เพราะการเดินทางสะดวก	30.00	47.50	33.33	6.25
เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม	50.00	40.00	33.33	6.25
อื่น ๆ	50.00	25.00	0.00	37.50
ระยะเวลาที่เข้าพัก				
1-2 ชั่วโมง	0.00	0.00	33.33	18.75
ครึ่งวัน	0.00	2.50	33.33	37.50
1 วัน	10.00	30.00	33.33	37.50
2 วัน	20.00	35.00	0.00	6.25
มากกว่า 2 วัน	70.00	32.50	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	10	40	3	16

หมายเหตุ : ไทย = นิกท่องเที่ยวไทย ตปท. = นิกท่องเที่ยวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อาเภอสุโขทัย

จุดที่ 2 = หาดตาบ/หาดตาบา

ตารางที่ 14 แสดงประเภทสถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	
	ไทย	คปท.	ไทย	คปท.
ประเภทสถานที่พักแรม				
ไม่ได้ค้างแรม	10.00	2.50	100.00	62.50
โรงแรม	50.00	92.50	0.00	12.50
ซิงเกิ้ล/บ้านพัก	0.00	2.50	0.00	0.00
แพ	0.00	0.00	0.00	6.25
เกสเฮาส์	0.00	0.00	0.00	12.50
อื่น ๆ	40.00	5.00	0.00	12.50
จำนวนผู้ตอบ (คน)	10	40	3	16

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย คปท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อ่างทอง/หนองปรือ
จุดที่ 2 = หาดตากใบ/หาดตาบา

ตารางที่ 15 แสดงประเภทหาหนะที่นิกห้องเดี่ยววช้เดี่ยววนแหล่งห้องเดี่ยวนแต่ละแห่ง

หน่วย : ไร่ยละ

	แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 1		แหล่งห้องเดี่ยว จุดที่ 2	
	ไทย	ตปท.	ไทย	ตปท.
กรรับจ้างสาธารณะ	0.00	40.00	0.00	31.25
กรเช่า	0.00	15.00	0.00	18.75
กรปรจาทาง	60.00	5.00	33.33	0.00
กรส่วนบุคคล	40.00	40.00	100.00	43.75
กรทิวรี่	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	5.00	0.00	6.25
จำนวนผู้ตอบ (คน)	10	40	3	16

หมายเหตุ : ไทย = นิกห้องเดี่ยววไทย ตปท. = นิกห้องเดี่ยววต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อากอสวทงโลก

จุดที่ 2 = หาดตากวบ/หาดตาบา

ตารางที่ 16 แสดงประเภทธุรกิจटनाเที่ยวที่นิกท่องเที่ยวเข้ารับบริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 3	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ไม่ได้เข้ารับบริการ	80.00	92.50	100.00	100.00
มีคคเทคกยิสระ	0.00	5.00	0.00	0.00
บริการटनाเที่ยว	0.00	0.00	0.00	0.00
บริการจองตัว	20.00	2.50	0.00	0.00
อื่น ๆ	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	10	40	3	16

หมายเหตุ : ไทย = นิกท่องเที่ยวไทย ตบท. = นิกท่องเที่ยวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อากอสูทงโกลก
จุดที่ 2 = หาดตากบ/หาดตาบา

ตารางที่ 17 แสดงประเภทธุรกิจร้านอาหารที่นิกท่องเที่ยวเลือกเข้ารับบริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ไม่ได้เข้ารับบริการ	0.00	0.00	66.67	37.50
ภัตตาคาร	20.00	60.00	0.00	18.75
ร้านอาหาร/คอฟฟียอ	60.00	65.00	33.33	18.75
เตียงอาหาร	20.00	25.00	0.00	18.75
รถเข็น/หามเ	10.00	25.00	0.00	0.00
ร้านอาหารนโรงแรม	30.00	45.00	0.00	12.50
อื่น ๆ	10.00	5.00	0.00	6.25
จำนวนผู้ตอบ (คน)	10	40	3	16

หมายเหตุ : ไทย = นิกท่องเที่ยวไทย ตบท. = นิกท่องเที่ยวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อากอสูทงโกลก
จุดที่ 2 = หาดตากบ/หาดตาบา

ตารางที่ 18 แสดงประเภทธุรกิจสินค้าการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ไม่ได้ใช้บริการ	30.00	22.50	100.00	81.25
สวนสนุก	0.00	20.00	0.00	0.00
บาร์/เบียร์	30.00	22.50	0.00	18.75
ดีสโก้	50.00	75.00	0.00	0.00
การแสดงโชว์	10.00	60.00	1.67	0.00
สวนสัตว์	0.00	0.00	0.00	0.00
เครื่องเล่นทางน้ำ	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่น ๆ	20.00	47.50	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	10	40	3	16

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อ่าเภอสุทโงภคค

จุดที่ 2 = หาดตากำบ/หาดตาบา

ตารางที่ 19 แสดงประเภทธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

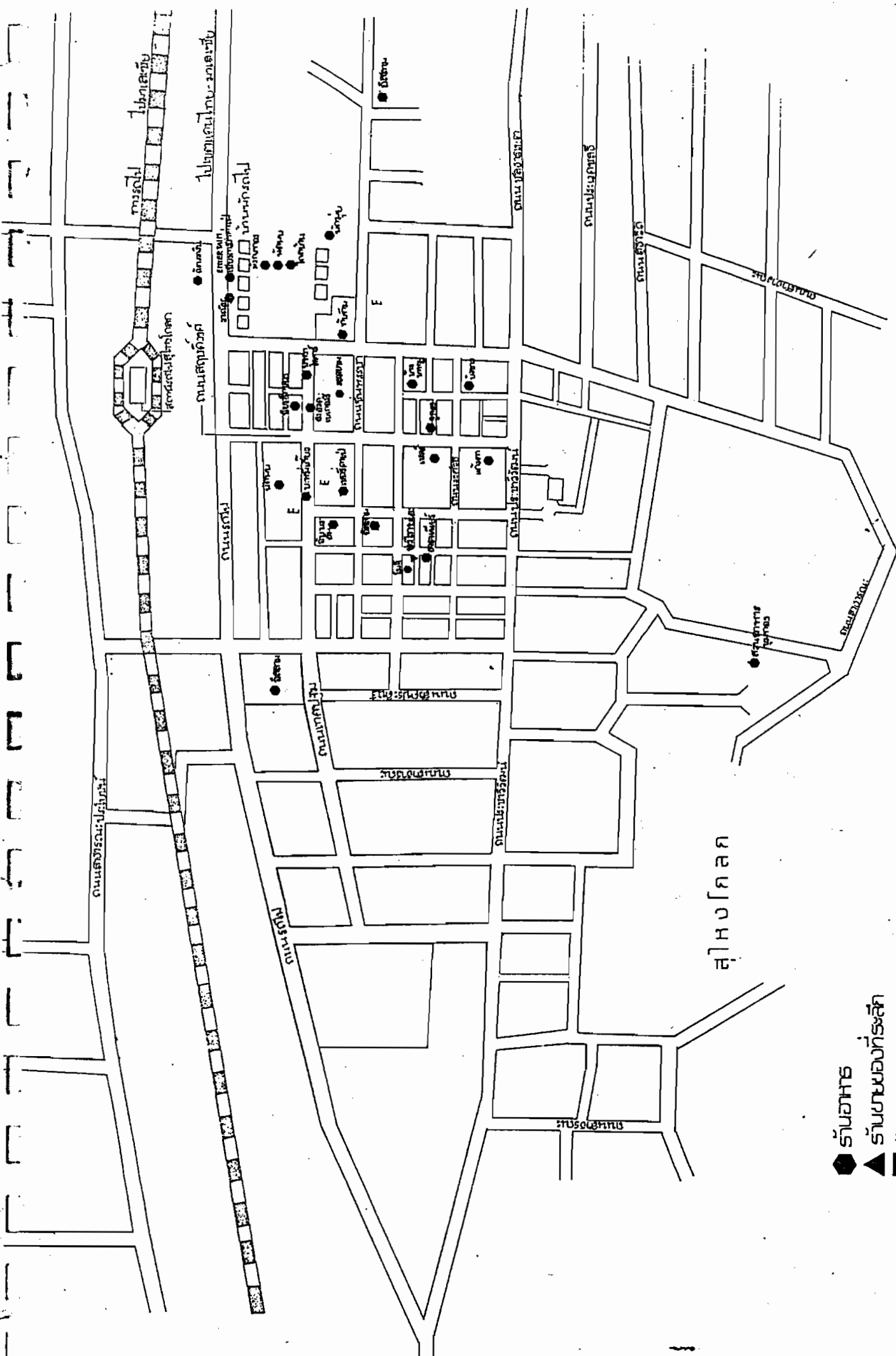
หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1		แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2	
	ไทย	ตบท.	ไทย	ตบท.
ไม่ได้ซื้อ	60.00	45.00	66.67	68.75
ร้านแผงลอย/เฟิง	20.00	17.50	33.33	25.00
ห้างเร	0.00	5.00	0.00	0.00
ร้านค้า	20.00	45.00	0.00	12.50
ศูนย์การค้า/พลาซ่า	0.00	32.50	0.00	0.00
จำนวนผู้ตอบ (คน)	10	40	3	16

หมายเหตุ : ไทย = นักท่องเที่ยวชาวไทย ตบท. = นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

จุดที่ 1 = อ่าเภอสุทโงภคค

จุดที่ 2 = หาดตากำบ/หาดตาบา



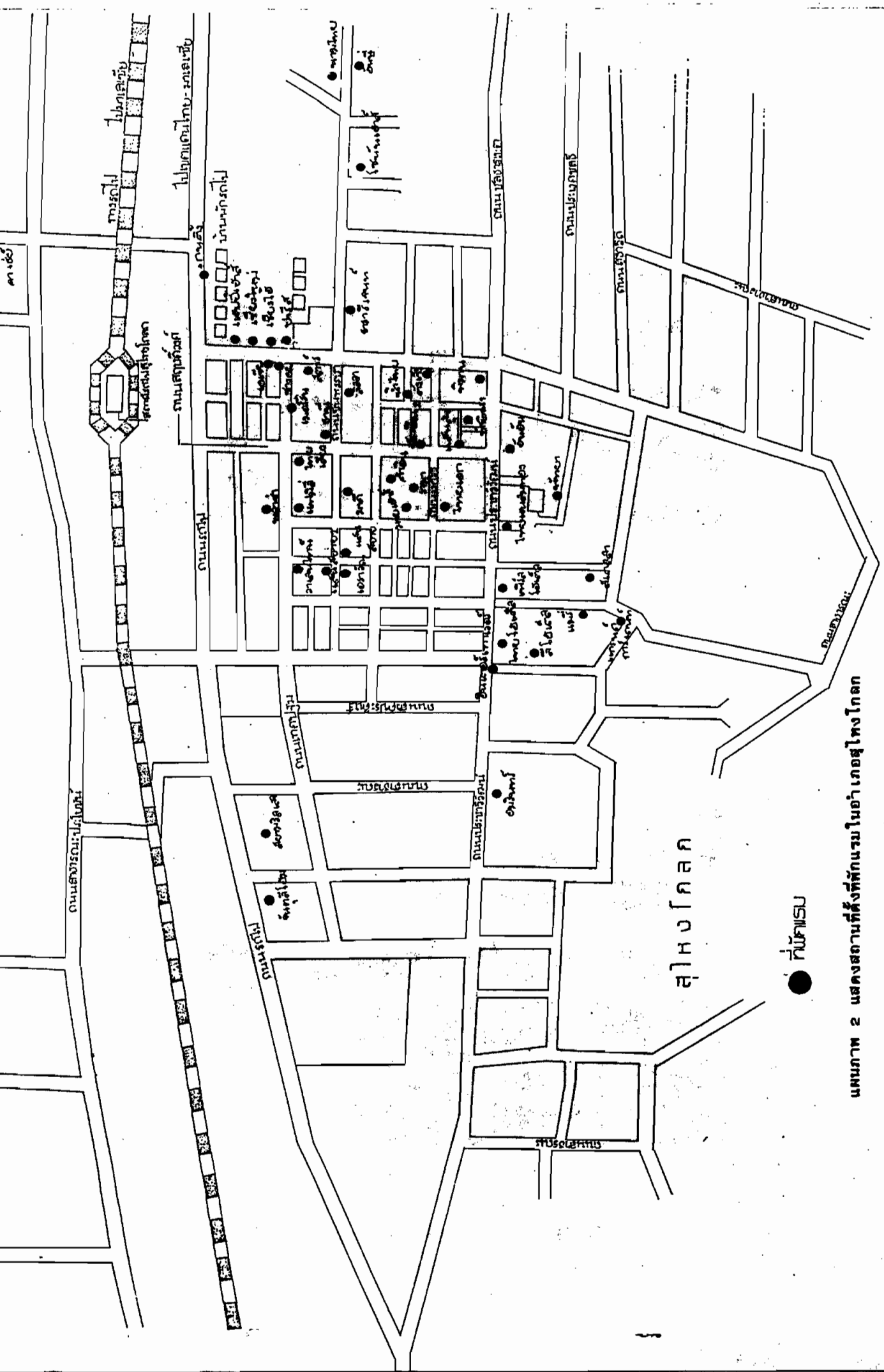
แผนภาพ 1 แสดงสถานที่ตั้งร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และสถานที่สัมมนาการในอำเภอสุโขทัย

- ◆ ร้านอาหาร
- ▲ ร้านขายของที่ระลึก
- สัมมนาการ

ตารางที่ 20 แสดงทัศนคติของนิสิตท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
การท่องเที่ยวที่ควรลงทุนเพิ่ม

หน่วย : ร้อยละ

	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 1	แหล่งท่องเที่ยว จุดที่ 2
1.บริการด้านอาหาร	12.00	0.00
2.บริการด้านที่พัก	6.00	5.26
3.บริการด้านสินทางการ	12.00	0.00
4.บริการด้านผลิตภัณฑ์ระลึก	10.00	0.00
5.บริการด้านการขนส่ง	8.00	0.00
6.การรักษาพยาบาลที่เกิดประโยชน์	0.00	0.00
7.บริการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว	8.00	0.00
8.ปรับปรุงจุดแวะพัก	2.00	0.00
9.การรักษาความปลอดภัย	0.00	0.00
10.บริการนำเที่ยว	0.00	0.00
11.การรักษาเสถียรภาพ และความปลอดภัย	4.00	0.00
12.การอนุรักษ์ศิลปและวัฒนธรรม	0.00	0.00
13.การรักษาสภาพธรรมชาติ	2.00	0.00
14.การพัฒนาอื่น ๆ	6.00	0.00
15.ไม่ระบุ	50.00	94.74
จำนวนผู้ตอบ (คน)	50	19



แผนภาพ 2 แสดงสถานที่ตั้งที่พิพิธภัณฑสถานในอำเภอสุโขทัย



สะพานรัตนสุทีเชื่อมชายแดนไทย - มาเลเซีย



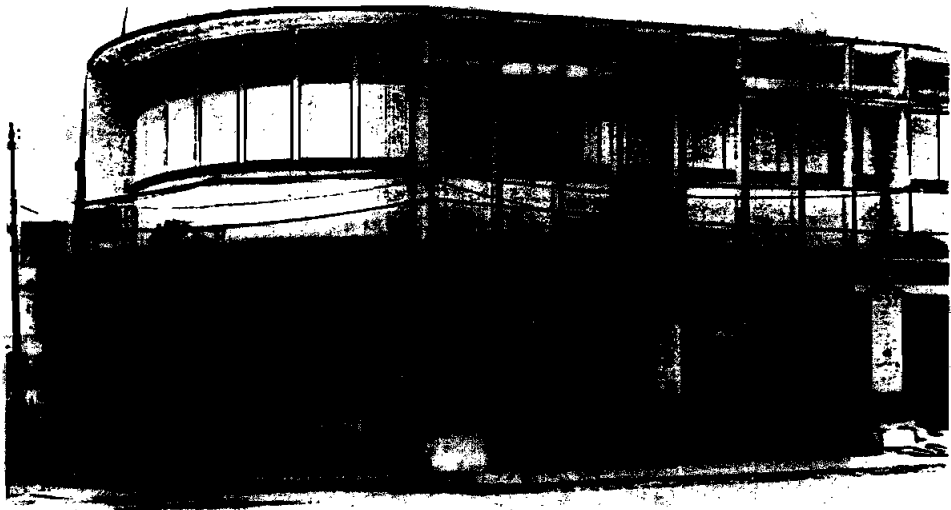
สะพานไม้ที่เชื่อมระหว่างฝั่งตามาและเกาะยาวในอำเภอกิลก



โรงแรมขนาดเล็กซึ่งมี เป็นจำนวนมากในโลก ซึ่งบริเวณชั้นล่างมักทำ เป็นร้านอาหาร



โรงแรมในโลกที่ เริ่มมีการพัฒนา เป็นโรงแรมขนาดกลาง



ร้านอาหารที่เปิดบริการแก่นักท่องเที่ยวใน อำเภอโกลก



ร้านอาหารแบบ... ..กลางคืน

THAI NATIONAL LIBRARY
 1111



แสดงยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้ในการเดินทางในระยะสั้นๆ

	REFERENCE BOOK
	หนังสืออ้างอิง ใช้เฉพาะภายในห้องสมุด
ตั้งสมเด็จฯ	TAT LIBRARY