

# โครงการวิจัย

การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับ  
การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

Study on Tourism Logistics in Songkhla Province

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ทุนสนับสนุนการศึกษาวิจัยจากศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย  
อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย ประจำปีงบประมาณ 2553

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

พ.ศ. 2554

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย ได้มอบให้ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยมีระยะเวลาในการศึกษา 1 ปี ตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2553 ถึง เดือนสิงหาคม 2554 เพื่อทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ทั้งบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงกระบวนการในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวและดำเนินการเทียบเคียงสมรรถนะระหว่างโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลากับแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว คือ จังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งเน้นเทียบเคียงในกระบวนการทำงาน (Process Benchmarking) เพื่อประเมินและวิเคราะห์ความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการเทียบเคียง และนำเสนอแนวทางที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาดีขึ้นในอนาคต

ในนามของคณะที่ปรึกษาขอขอบพระคุณ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ได้ให้ความร่วมมือ สนับสนุน ให้คำแนะนำและข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการศึกษา ท้ายที่สุดนี้ขอขอบคุณ โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย ที่ได้ให้ความไว้วางใจให้คณะที่ปรึกษาเป็นผู้ดำเนินโครงการนี้ ตลอดจนได้ให้การสนับสนุนอย่างดียิ่งตลอดการศึกษา

คณะที่ปรึกษาโครงการ  
กันยายน 2554

## บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ทั้งบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงกระบวนการในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวและดำเนินการเทียบเคียงสมรรถนะระหว่างโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว คือ จังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งเน้นเทียบเคียงในกระบวนการทำงาน (Process Benchmarking) เพื่อประเมินและวิเคราะห์ความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการเทียบเคียง และนำเสนอแนวทางที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาดีขึ้นในอนาคต

วิธีการศึกษาโดยศึกษาภาพรวมของการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ด้านโลจิสติกส์ร่วมกับกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ (Process Benchmarking) โดยในที่นี้ คือ จังหวัดภูเก็ต โดยใช้ข้อมูลด้านนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แผนยุทธศาสตร์ระดับจังหวัดสงขลา และภูเก็ต ร่วมกับแบบสอบถามนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และภูเก็ต เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงาน

ผลของการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ตทั้งชาวไทยและต่างชาติมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาทั้งชาวไทยและต่างชาติ และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ ด้านสารสนเทศและด้านการเงิน ด้วยการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วิทนี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในภูเก็ตมีความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ โดยการจัดการไหลเวียนด้านการเงินได้รับความพึงพอใจในการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกายภาพ และด้านสารสนเทศที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภูเก็ตมีความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน โดยการจัดการไหลเวียนด้านการเงินได้รับความพึงพอใจในการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสารสนเทศ และด้านกายภาพ โดยจังหวัดสงขลา มีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้านอาหาร และจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้านความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และเมื่อพิจารณาถึงปัญหาด้านการใช้บริการเว็บไซต์ คือ เมื่อทำการสำรวจข้อมูลเว็บไซต์จากการพิมพ์คำสำคัญว่า “ท่องเที่ยวภูเก็ต” และ “Tourism Phuket” ไปพร้อมกัน พบว่า จำนวนหน้าเว็บเพจที่พบ คือ 19,7000,000 และ 17,200,000 ตามลำดับ ในขณะที่เมื่อพิมพ์คำสำคัญว่า “ท่องเที่ยวสงขลา” และ “Tourism Songkhla” ไปพร้อมกัน พบว่า จำนวนหน้าเว็บเพจที่พบ คือ 11,4000,000 และ 876,000 ตามลำดับ ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมาก แสดงให้เห็นถึงการเข้าถึงของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวภูเก็ตมีการเข้าถึงข้อมูลที่มากกว่าจังหวัดสงขลาอย่างมาก

จากผลการศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะ ทั้งการไหลเวียนทางด้านกายภาพ สารสนเทศ และการเงินร่วมกับการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้งในเขตอำเภอหาดใหญ่และสะเดา เช่น การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ โดยการจัดโปรแกรมทัวร์ไหว้พระวัดที่มีชื่อเสียงและความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และอารยธรรมของจังหวัด การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น การจัดโปรแกรมทัวร์เกาะหนู-เกาะแมว เป็นต้น อีกทั้งการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมยุทธการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ร่วมกับการจัดให้มีการสัมมนาระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทางด้านการท่องเที่ยว โดยร่วมมือกันทั้งด้านการบริหาร การประชาสัมพันธ์ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมกับโปรแกรมทัวร์ที่มีความหลากหลายมิติ เพื่อพัฒนาให้เป็นระบบ One Stop Service ด้านการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน การสร้างงานและการเพิ่มรายได้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ และปลูกฝังจิตสำนึกของคนในพื้นที่ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่สามารถรักษากลักรักษ์ของวัฒนธรรมและธรรมชาติตลอดไป

## Abstract

The study of logistics development for tourism in Songkhla is to investigate basic data on logistics aspects for tourism and compare the efficiency of logistics for tourism in Songkhla and that one in Phuket emphasizing on process of benchmarking. The study will suggest solutions to promote better tourism in Songkla in the future.

This study investigates the overall of tourism in Songkla and logistic aspects including comparing with the process benchmarking in Phuket. The study mainly obtained information from the Ministry of tourism and Sports, strategic plan of Songkla and Phuket, gaining information from the questionnaire from tourists in Songkla and Phuket.

The result of the study reveals that both Thai and foreign tourists in Phuket have more expenses than those one in Songkla. When compared the satisfaction in terms of logistics management which are the flow of physical management, information technology and finance and tested through a statistical method, Mann Whitney, it was found that the level of satisfaction of Thai tourists is higher than those one in Songkla with a statistically significant difference. In terms of cash flow management, the study indicated that tourists are satisfied with service most and they are pleased with IT and physical aspects as the minority point. From the study, Songkla has its potential in food management; however, Phuket is efficient in cleaning of tourist attractions. Considering the problems of website service by tying keywords “ห้องเที่ยวภูเก็ต” and “Tourism Phuket”, it revealed that the number of website appeared on the screen was 19,700,000 and 17,200,000 respectively. Whereas tying keywords “ห้องเที่ยวสงขลา” and “Tourism Songkla”, it was found that the number of webpages appeared on the computer was 11,400,000 and 876,000 respectively. This shows a big difference indicating that the access of information for tourists intend to travel in Phuket is much more than those one in Songkla.

The study suggests that flowing of physical aspects, IT, and finance including tourism management besides shopping in Hatyai and Sadao District should focus on cultures, arts and history. For example, offering package tour famous temples which important for history and civilization of the city. Eco-tourist; for instance, a trip to Koh Nu and Koh Maew (Rat and Cat islands). Moreover, it is essential that there should be the development of tourism staff, promoting tourism strategy with an integration, holding a seminar for government and private sector for tourism. The cooperation of these two sectors in terms of administration, IT, infrastructure and facilities including with different package tour to develop one stop service for tourism and to make sustainable tourism to strengthen community, create jobs and increase revenues for local entrepreneurs and to make local people aware of being good hosts, maintaining the cultural uniqueness and nature in a long term.

# สารบัญ

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	a
บทคัดย่อ	b
Abstract	c
สารบัญ	d
สารบัญตาราง	f
สารบัญรูป	h
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย	5
1.4 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
<b>บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 คำจำกัดความทางด้านการท่องเที่ยว	8
2.2 โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism logistics)	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีการเทียบเคียงสมรรถนะ (Benchmarking)	15
2.4 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง	28
2.5 ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสงขลา	32
2.6 การประเมินคุณภาพด้านการท่องเที่ยวตามกรอบและเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว	42
2.7 ผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย	60
3.2 กรอบแนวคิด	61
3.3 การเทียบเคียงสมรรถนะ	63
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	63
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	66
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	68
<b>บทที่ 4 ผลดำเนินการวิจัย</b>	
4.1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างภายในจังหวัดสงขลา	70
4.2 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	83

# สารบัญ

เรื่อง	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลดำเนินการวิจัย</b>	
4.3 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	94
<b>บทที่ 5 สรุปผลดำเนินการวิจัย</b>	
5.1 สรุปผลดำเนินการวิจัย	107
5.2 ปัญหาในการดำเนินการวิจัย	114
5.3 ข้อเสนอแนะ	114
5.4 การจัดทำแผนกลยุทธ์	118
<b>บรรณานุกรม</b>	122
<b>ภาคผนวก</b>	124

# สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 1.1	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดสงขลาในปี 2547-2550	3
ตารางที่ 1.2	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดสงขลาในปี 2547-2552 โดยแบ่งตามสัญชาติ	4
ตารางที่ 2.1	ข้อดีและข้อเสียของการเทียบเคียงสมรรถนะแต่ละประเภท	22
ตารางที่ 2.2	ข้อดีและข้อจำกัดของการสุมแบบอาศัยความน่าจะเป็น	31
ตารางที่ 2.3	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	53
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างภายในจังหวัดสงขลา	70
ตารางที่ 4.2	ลักษณะการเดินทางและแบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสงขลา	73
ตารางที่ 4.3	พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสงขลา	75
ตารางที่ 4.4	พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	76
ตารางที่ 4.5	ความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ	78
ตารางที่ 4.6	เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาต่อการจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพระหว่างนักท่องเที่ยวไทยกับต่างชาติ	80
ตารางที่ 4.7	เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาต่อการจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศระหว่างนักท่องเที่ยวไทยกับต่างชาติ	81
ตารางที่ 4.8	เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาต่อการจัดการการไหลเวียนด้านการเงินระหว่างนักท่องเที่ยวไทยกับต่างชาติ	82
ตารางที่ 4.9	ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	83
ตารางที่ 4.10	ลักษณะการเดินทางและแบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	85
ตารางที่ 4.11	พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	86
ตารางที่ 4.12	พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	89
ตารางที่ 4.13	เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	92
ตารางที่ 4.14	เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	93
ตารางที่ 4.15	เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการจัดการการไหลเวียนด้านการเงินระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	94
ตารางที่ 4.16	ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง	95
ตารางที่ 4.17	ลักษณะการเดินทางและแบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง	95
ตารางที่ 4.18	พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง	97
ตารางที่ 4.19	พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง	101
ตารางที่ 4.20	เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	104
ตารางที่ 4.21	เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	105

## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.22	เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการจัดการการไหลเวียน ด้านการเงินระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต	106
---------------	--	-----



# สารบัญรูป

	หน้า	
รูปที่ 1.1	ห่วงโซ่คุณค่า ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมจังหวัดสงขลาให้เป็นการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเป็นประตูสู่ภูมิภาคอื่น	2
รูปที่ 2.1	การจัดการโลจิสติกส์ภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	13
รูปที่ 2.2	กรอบแนวคิดในการศึกษาโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวในระดับเมืองท่องเที่ยว	15
รูปที่ 2.3	ความสัมพันธ์ของ Benchmarking Benchmark และ Best Practice	17
รูปที่ 2.4	การเทียบเคียงสมรรถนะก่อให้เกิดการปรับปรุงองค์กรแบบก้าวกระโดดก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม	18
รูปที่ 2.5	การเทียบเคียงสมรรถนะสามารถทำได้ทั้งระดับกลยุทธ์และระดับปฏิบัติการ	19
รูปที่ 2.6	การเทียบเคียงสมรรถนะสามารถทำได้ทั้งปัจจัยนำเข้า กระบวนการหรือผลลัพธ์ที่ได้	19
รูปที่ 2.7	การเทียบเคียงสมรรถนะแบบเดี่ยว	23
รูปที่ 2.8	การเทียบเคียงสมรรถนะแบบกลุ่ม	23
รูปที่ 2.9	ขั้นตอนกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะมี 4 ขั้นตอนหลักและ 10 ขั้นตอนย่อย	24
รูปที่ 2.10	วิธีการเก็บข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนเพื่อใช้ในการเทียบเคียงสมรรถนะ	25
รูปที่ 2.11	ความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน	49
รูปที่ 2.12	ความสัมพันธ์ระหว่างการทดสอบสมมติฐานทั้ง 6	50
รูปที่ 2.13	ความสัมพันธ์ระหว่างการทดสอบสมมติฐานทั้ง 6 โดยรวม	51
รูปที่ 2.14	ความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การบริการและการขนส่ง	52
รูปที่ 3.1	กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัยโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	61
รูปที่ 3.2	กรอบแนวคิดการวัดความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	62

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

ในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา ภูมิภาคอาเซียนมีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นมากมาย นักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวตามความต้องการของตนเอง มีการแข่งขันอย่างเข้มข้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกหยิบยกมาใช้เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด คือ กลยุทธ์ทางด้านราคา การใช้กลยุทธ์ดังกล่าวอาจมีความเสี่ยงสูงที่จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้าสู่กับดักราคาต่ำ (Low Price Trap) (มิ่งสรรพ ชาวสอาดและคณะ, 2548) ในภาวะโลกรัฟพร่มแดนเช่นปัจจุบัน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยความสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนต่า นักท่องเที่ยวมีอำนาจการต่อรองมากขึ้น พร้อมกับความคาดหวังที่จะได้รับจากการใช้บริการก็เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน ดังนั้นในสภาพการณ์ดังกล่าวการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงเป็นการแข่งขันในเรื่องของการให้บริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมักมีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวภายหลังจากการที่ได้ท่องเที่ยวแล้ว และยังมีผลทำให้ความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนอีกด้วย

จากกรอบความร่วมมือในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT) ในส่วนด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีประเทศไทยเป็นผู้ประสานงานหลัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในพื้นที่เพื่อทำการตลาด โดยอาศัยความร่วมมือจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) และส่งเสริมการตลาดโดยการสร้างตราสัญลักษณ์และคำขวัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันในพื้นที่ (<http://www.imt-gt.psu.ac.th>) และจากยุทธศาสตร์ของ IMT-GT ด้านการท่องเที่ยวที่จัดให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางด้านการจัดการการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในอนุภูมิภาคนี้มากขึ้น และนำเสนอภาพลักษณ์ของอนุภูมิภาคร่วมกัน

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดสมรรถนะ (SWOT Analysis) ของจังหวัดสงขลา โดยมีจุดแข็ง (Strengths) คือ เป็นศูนย์กลางด้านการค้า การบริการ และการท่องเที่ยว อีกทั้งมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน มีทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายเป็นเมืองสองทะเล และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน ทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวแบบเรียนรู้วิถีชีวิต และการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ นอกจากนี้ยังมีโครงข่ายการคมนาคมที่เชื่อมโยงทุกประเภทและจากแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา ปีพ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2556 ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมจังหวัดสงขลาให้เป็นการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเป็นประตูเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอื่น โดยให้น้ำหนักยุทธศาสตร์ถึง 25 % ในการพัฒนาจังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นประตูการท่องเที่ยวแบบครบวงจร (Complex Tourism Gateway) ซึ่งกลยุทธ์หลัก คือ การพัฒนาระบบโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งให้มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจ การค้า การบริการ และการท่องเที่ยว โดยมีห่วงโซ่คุณค่าดังรูปที่ 1.1

ห่วงโซ่คุณค่า (ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมจังหวัดสงขลาให้เป็นการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเป็นประตูเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอื่น)

ท่องเที่ยว	โครงสร้างพื้นฐาน	แหล่งท่องเที่ยว	อำนาจ การท่องเที่ยว	บุคลากร ด้าน การท่องเที่ยว	กิจกรรมการ ท่องเที่ยว	การสร้าง เอกลักษณ์	ผู้ประกอบการ สนับสนุน	การตลาด และ ประชาสัมพันธ์	การตลาด ต่างประเทศ
กระทรวง	เส้นทางคมนาคม ทรัพยากรธรรมชาติ						ปฏิทิน ททท.		
กลุ่มจังหวัด	ระบบเครือข่าย ข้อมูล IT - Website		ศูนย์บริหาร นักท่องเที่ยว		ส่งเสริม กิจกรรม เชื่อมโยง		วิจัยและพัฒนา พัฒนาผู้ ประกอบการ สนับสนุน	Road show ประชาสัมพันธ์	เสริมสร้าง ตลาดในต่าง ประเทศ
จังหวัด		พัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว ----- ความปลอดภัย	พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก	พัฒนาบุคลากร ส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชน	ส่งเสริม กิจกรรม ครบวงจร ----- MICE	พัฒนาเอกลักษณ์ สัญลักษณ์ MISS Songkhla สินค้าชุมชนที่ระลึก เจ็ดประเพณี พลเมืองปรม	พัฒนาผู้ ประกอบการ สนับสนุน	Road show ประชาสัมพันธ์ ความเชื่อมั่น	ส่งเสริม ผู้ประกอบการ
อปท.	เส้นทางคมนาคม ทรัพยากรธรรมชาติ	พัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว	พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก						

รูปที่ 1.1: ห่วงโซ่คุณค่า ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมจังหวัดสงขลาให้เป็นการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเป็นประตูสู่ภูมิภาคอื่น

(ที่มา : <http://www.songkhla.go.th/songkhla52/index.php>)

จากตารางที่ 1.1 ในปี พ.ศ.2547 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประมาณ 745,514 คน ลดลงจากปี พ.ศ. 2546 ร้อยละ 21.31 ส่วนปี พ.ศ. 2548 - พ.ศ.2549 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาโดยเฉลี่ย 659,503 คน หรือลดลงร้อยละ 11.54 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2547 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวค่อยๆ ลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวภาพรวม ซึ่งในปี พ.ศ. 2547 จังหวัดสงขลามีรายได้จากการท่องเที่ยว 14,033 ล้านบาทและค่อยๆ ลดลงต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2549 มีรายได้เพียง 12,667 ล้านบาทเท่านั้น ซึ่งเมื่อเทียบสัดส่วนของรายได้เท่ากับรายได้ลดลงเกือบ 3,000 ล้านบาท จนถึงปี พ.ศ. 2550 มีปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้าสู่จังหวัดสงขลาเพิ่มขึ้น เนื่องจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและความร่วมมือจากภาคเอกชนในการทำโครงการต่าง ๆ อาทิ เช่น IMT-GT Celebrations และ IMT-GT Plaza

ตารางที่ 1.1: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดสงขลาในปี 2547-2550

ไตรมาส	นักท่องเที่ยวไทย (คน)				นักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)			
	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
1	273,852	286,835	310,187	350,170	209,920	164,276	179,542	147,609
2	327,155	360,724	401,097	389,523	189,329	133,837	195,496	176,000
3	388,235	363,094	368,290	380,001	179,420	122,692	162,576	147,198
4	299,858	355,638	366,866	376,817	166,845	196,489	175,635	177,161
รวม	1,289,100	1,366,291	1,446,440	1,496,511	745,514	617,294	713,249	647,968

แหล่งที่มาข้อมูล: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สنج.ภาคใต้เขต 1

(<http://203.151.20.171/~songkhla/poc/index.php?cmd=tour&mode=tourism>)

จากตารางที่ 1.2 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาจากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์เป็นหลัก มีพฤติกรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ หรือพักค้างแรมเพียง 1-2 คืนที่ด่านสะเดาหรือด่านนอกแทนการเข้ามาพักที่หาดใหญ่ โดยสาเหตุหลักของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงในปี พ.ศ.2547- พ.ศ.2549 นอกจากประเด็นเกี่ยวเนื่องกับสถานการณ์ความไม่สงบชายแดนใต้แล้ว ยังมีปัจจัยที่กระทบต่อการท่องเที่ยว เช่น ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ขาดการพัฒนาสินค้าด้านการท่องเที่ยว ขาดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวใหญ่ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว การเปิดเส้นทางการบินใหม่ของประเทศมาเลเซียที่เชื่อมต่อเมืองท่องเที่ยวอื่นๆ ทำให้นักท่องเที่ยวหันไปเที่ยวที่อื่นมากขึ้น

ตารางที่ 1.2: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดสงขลาในปี 2547-2552 โดยแบ่งตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)					
	ปี 2552	ปี 2551	ปี 2550	ปี 2549	ปี 2548	ปี 2547
Thai	981,059	994,138	1,035,847	986,527	920,314	854,508
Africa	130	103	391	192	51	0
Australia	2,397	1,923	1,616	2,351	2,260	3,293
Austria	627	507	511	643	608	528
Belgium	257	200	368	310	397	317
Canada	878	772	1,300	1,933	2,049	1,287
China	2,523	3,331	2,622	2,740	1,612	1,804
Denmark	592	361	724	1,027	746	601
East Europe	677	327	878	626	266	0
Finland	286	276	256	328	244	0
France	1,625	1,380	2,058	2,653	2,418	2,894
Germany	2,380	2,238	2,899	3,919	3,331	1,989
Hong Kong	335	263	312	130	190	498
India	1,207	1,239	876	1,797	1,192	1,058
Indonesia	12,078	12,021	14,905	13,164	9,914	0
Israel	229	46	97	121	54	0
Italy	1,169	1,144	1,585	1,977	1,613	958
Japan	4,452	6,225	6,143	8,132	5,132	8,186
Korea	828	1,073	1,476	1,629	1,332	1,236
Loas	43	64	123	441	69	0
Malaysia	438,847	416,446	429,305	493,552	404,624	468,236
Middle East	340	222	427	323	551	319
Myanmar	85	83	101	265	110	0
Netherlands	576	990	1,108	1,057	1,270	1,355
New Zealand	526	310	300	568	532	531
Norway	440	256	311	452	243	0
Philippines	573	453	825	1,150	1,050	0
Russia	362	99	301	120	44	0
Singapore	96,645	82,966	104,606	108,067	91,429	132,396
Spain	493	158	292	435	162	0
Sweden	860	876	1,242	1,616	1,559	1,206
Switzerland	978	840	857	1,294	1,112	722
Taiwan	430	393	411	399	217	271
U.K	4,181	4,912	5,686	8,702	8,946	7,380
U.S.A.	3,029	2,983	3,761	4,885	4,433	5,352
Vietnam	129	110	204	426	103	0
Others	4,405	2,968	9,780	14,480	23,873	60,610
<b>Total Foreigners</b>	<b>585,611</b>	<b>548,558</b>	<b>598,657</b>	<b>681,904</b>	<b>573,736</b>	<b>703,027</b>
<b>Grand Total</b>	<b>1,566,670</b>	<b>1,542,696</b>	<b>1,634,504</b>	<b>1,668,431</b>	<b>1,494,050</b>	<b>1,557,535</b>

แหล่งที่มา : [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_tts.php?Year=2009](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tts.php?Year=2009)

นอกเหนือจากการขาดการเชื่อมโยงระบบการขนส่งทั้งในพื้นที่และระหว่างประเทศ ระบบขนส่งมวลชนจากสนามบินไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น ภายในพื้นที่ขาดการเชื่อมต่อเส้นทางการบินกับเมืองหลักในภูมิภาค เช่น หาดใหญ่-ภูเก็ต หาดใหญ่-เกาะสมุย เป็นต้น ทั้งนี้หากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ก็จะมีปัญหาเรื่องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งจะต้องมีค่าใช้จ่ายสูงและไม่สะดวก ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่เพียงจุดใดจุดหนึ่ง และถือเป็นปัญหาที่ค่อนข้างใหญ่ รวมถึงภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและทั่วถึง แม้จะพยายามแก้ปัญหาด้วยการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นแต่ไม่เป็นผลเท่าที่ควร

จากประเด็นข้างต้น งานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาถึงผลกระทบของการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา และจังหวัดสงขลาควรให้ความสำคัญหรือควรปรับปรุงการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวทางด้านใดบ้าง เพื่อเป็นการบูรณาการแนวความคิดด้านการท่องเที่ยวและการจัดการโลจิสติกส์เข้าด้วยกัน ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในพื้นที่จังหวัดสงขลา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและให้สอดคล้องกับกลไกการพัฒนาความร่วมมือจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) การส่งเสริมการตลาดโดยการสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ โดยมีการปรับแนวทางการพิจารณาเกณฑ์มาตรฐานให้สอดคล้องกัน และเพื่อเตรียมพร้อมรับการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียนภายในปี พ.ศ.2553 ตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ทั้งบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงกระบวนการในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว
- เพื่อดำเนินการเทียบเคียงสมรรถนะระหว่างโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นเทียบเคียงในกระบวนการทำงาน (Process Benchmarking)
- เพื่อประเมินและวิเคราะห์ความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการเทียบเคียง
- เพื่อนำเสนอแนวทางที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาดีขึ้นในอนาคต

## 1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

งานวิจัยนี้กำหนดขอบเขตการศึกษาในจังหวัดสงขลา โดยยึดจากแผนยุทธศาสตร์ระดับจังหวัดสงขลาในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ที่ต้องการส่งเสริมจังหวัดสงขลาให้เป็นการท่องเที่ยวแบบครบวงจร เนื่องจากเป็นจังหวัดที่เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ ติดกับพรมแดนประเทศมาเลเซีย และเป็นประตูสู่อินโดจีน เป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย มีพื้นที่ติดต่อกับรัฐเคดาห์ (ไทรบุรี) ของมาเลเซียเป็นเมืองท่าและเมืองชายทะเลที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคใต้มาแต่สมัยโบราณ มีโบราณสถานและโบราณวัตถุมากมาย อีกทั้งมีขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาและการละเล่นพื้นเมืองที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของบรรพบุรุษตกทอดให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษามากมาย สงขลา มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งที่เป็น ชายทะเล น้ำตก ทะเลสาบและมีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ อำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการค้า การคมนาคม เป็นเมืองชุมทางของภาคใต้มีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในทางเศรษฐกิจ

ขณะเดียวกันอำเภอเมืองสงขลายังคงมีสภาพบ้านเมืองที่เก่าแก่อันเป็นเอกลักษณ์ สงขลาจึงเป็นสถานที่ซึ่งเหมาะแก่การท่องเที่ยวเพราะมีลักษณะที่แตกต่างกันในตัว 2 ลักษณะคือ สภาพเก่าแก่ของบ้านเมืองสงขลาและความเจริญของเมืองหาดใหญ่ ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นอาจสามารถที่จะจำแนกออกเป็นประเภท เช่น ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ประเภทวัดและโบราณสถาน ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยาน วนอุทยาน

สำหรับในส่วนของการเทียบเคียงสมรรถนะจะพิจารณาจากแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคเดียวกัน ที่มีศักยภาพ มีมาตรฐานและมีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ มาเปรียบเทียบ โดยทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและเทียบเคียงสมรรถนะการประเมินความพึงพอใจที่ได้รับจากการจัดการด้านโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ได้แก่ การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ ด้านสารสนเทศและด้านการเงิน

#### 1.4 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย มีการใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และสัมภาษณ์เชิงลึกกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และดำเนินการตามกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ (Process Benchmarking) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

##### กิจกรรมที่ 1 : ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการ ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ทั้งบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา รวมถึงกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะสำหรับการท่องเที่ยวและดำเนินการขั้นตอนที่ 1 ของกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ คือ

- การกำหนดองค์กรเปรียบเทียบ
- การกำหนดวิธีการเก็บข้อมูลและการเก็บข้อมูล
- การสร้างแบบสอบถามและการสำรวจในพื้นที่เป้าหมาย

##### กิจกรรมที่ 2 : การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

วิธีการ รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านโลจิสติกส์และกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ (Process Benchmarking) เช่น ศึกษานโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แผนยุทธศาสตร์ระดับจังหวัด สำรวจและศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่ที่ต้องการเทียบเคียงสมรรถนะ

##### กิจกรรมที่ 3 : การศึกษาโดยใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์

วิธีการ การศึกษาโดยการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และสัมภาษณ์เชิงลึกกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและพื้นที่ที่ต้องการเทียบเคียงสมรรถนะ

##### กิจกรรมที่ 4 : ดำเนินการตามขั้นตอนที่ 2-4 ของกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ (Process Benchmarking)

วิธีการ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก และ 10 ขั้นตอนย่อย ดังนี้  
ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน (Planning Stage)

- การกำหนดองค์กรเปรียบเทียบ
- การกำหนดวิธีการเก็บข้อมูลและการเก็บข้อมูล
- การสร้างแบบสอบถามและการสำรวจในพื้นที่เป้าหมาย

### ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Stage)

- การวิเคราะห์ช่วงห่างผลงาน (Performance Gap)
- การคาดคะเนช่วงห่างที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

### ขั้นตอนที่ 3 การบูรณาการ (Integration Stage)

- การค้นหาปัจจัยที่ทำให้ผลงานต่างจากองค์กรที่เปรียบเทียบ
- การกำหนดเป้าหมายผลการดำเนินงานและวัตถุประสงค์

### ขั้นตอนที่ 4 การปฏิบัติ (Action Stage)

- การจัดทำแผนปฏิบัติการ
- การปฏิบัติตามแผนและประเมินความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย
- การทบทวนเป้าหมายและสรุปผล

หมายเหตุ ในงานวิจัยนี้จะดำเนินการจนกระทั่งถึงขั้นตอนที่ 4 ข้อย่อยที่ 1 เท่านั้น เพื่อส่งมอบแผนปฏิบัติการให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลของการศึกษามาวิเคราะห์ศักยภาพของแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยใช้ตามเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวหรือมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (สพท.)

กิจกรรมที่ 5 : สรุปผลงานวิจัยและเขียนรายงานการวิจัย รวมทั้งจัดทำรูปเล่มโครงการวิจัย

วิธีการ สรุปผลจากการทำงานด้านโลจิสติกส์และกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ (Process Benchmarking) ในจังหวัดสงขลา เขียนรายงานและทำเป็นรูปเล่มโครงการวิจัย

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งทางด้านกายภาพ (Physical Flow) ทางด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) และทางด้านการเงิน (Financial Flow) เพื่อให้สอดคล้องกับกรอบความร่วมมือการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT) และกรอบการพัฒนาตามยุทธศาสตร์จังหวัดสงขลาต่อไป



## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 คำจำกัดความทางด้านการท่องเที่ยว

##### 2.1.1 การท่องเที่ยว (Tourism)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ให้ความหมาย การท่องเที่ยว ว่าเป็นการเดินทางใด ๆ ก็เป็นไปตามการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร
2. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเรีงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อธุรกิจ

การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal Tourism) คือ การเดินทางของคนไทยและชาวต่างประเทศ (ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้ว) จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง หรือจากจังหวัดที่เป็นถิ่นพำนักถาวรไปยังจังหวัดอื่นชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป แต่ต้องไม่ใช่การไปทำงานประจำ เพื่อการศึกษาและไม่เป็นคนที่ต้องถิ่น ที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดที่เดินทางไป

การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างเพราะมิได้หมายความว่าเฉพาะการเดินทางอย่างเดียวหรือมุมมองเฉพาะในส่วนของผู้เดินทางเท่านั้น หากพิจารณาจากกระบวนการของการท่องเที่ยว จะพบว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ต้องพิจารณา 4 ประเด็น ดังนี้ (คณะวิทยาการจัดการ, 2550)

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ โดยที่วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางไปเยือน
2. ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว
3. หน่วยงานภาครัฐบาล หมายถึง องค์กรของรัฐที่ทำหน้าที่ดูแลกำกับกับการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐบาลได้วางไว้ เนื่องจากรัฐบาลในหลายประเทศมักให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว
4. ประชาชนในท้องถิ่น หมายถึง ประชาชนในท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยวในการต้อนรับและเป็นเจ้าบ้านที่ดี และยังมีโอกาสเข้ามาประกอบอาชีพเป็นบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้

##### 2.1.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ความหมาย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมใด ๆ ที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรไทย มี

คำตอบแทนและหมายความรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว สถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจสำหรับนักท่องเที่ยวและการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง ออกบ้าน การเผยแพร่หรือดำเนินการอื่นใด โดยมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่เด่นชัด 4 ประการ โดยเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตได้ ดังนี้

โรงงาน หมายถึง แหล่งที่ผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ในการประกอบกิจการ

ลูกค้า หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โดยสิ่งที่ได้รับ คือ ความพอใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การได้สิ่งแปลกใหม่ ความสะดวกสบาย การพักผ่อนและความทรงจำที่ประทับใจ สิ่งเหล่านี้คือสินค้าที่โรงงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องผลิตเพื่อสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า

สินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีข้อได้เปรียบ คือ สินค้าสามารถนำมาขายได้เรื่อย ๆ เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ สิ่งสวยงามที่เกิดจากการสร้างขึ้น วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

การขนส่ง ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นทั้งโรงงานและสินค้าไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ นักท่องเที่ยวจึงต้องเดินทางมาซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ณ แหล่งผลิตหรือโรงงานด้วยตนเอง

### 2.1.3 นักท่องเที่ยว (Tourist)

นักท่องเที่ยวนับเป็นองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นผู้สร้างอุปสงค์(Demand) คือ ความต้องการที่จะบริโภคสินค้าหรือการบริการด้านการท่องเที่ยว จึงก่อให้เกิดอุปทาน (Supply) คือ สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

เมื่อปี ค.ศ. 1963 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาถึง ความหมาย ของ นักท่องเที่ยว โดยกำหนดให้เรียกรวมนักท่องเที่ยวทั้งหมดว่าผู้มาเยือน (Visitor) ซึ่งหมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งที่มิใช่ที่อยู่อาศัยของตนด้วยเหตุผลใดก็ตามที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ดังนั้นคำว่า ผู้มาเยือนจึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนแต่ไม่เกิน 1 ปี เป็นการเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้
2. นักทัศนจร (Excursionist) หมายถึงผู้มาเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศที่เยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ค้างคืน

### 2.1.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางหรือการท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและเพิ่มพูนความรู้ตลอดจนทัศนคติที่กว้างขวาง ในแง่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนเป็นสินค้า และเป็นสินค้าที่สามารถดึงดูดลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาซื้อถึงที่ตั้งสินค้าได้อีกด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ตามลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงามหรือน่าสนใจต่อการเดินทางไปชม

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่าที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นตามวัตถุประสงค์ และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกทางอดีตและที่ได้สร้างขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งมักมีลักษณะเป็นวัตถุ พื้นที่ หรือสิ่งก่อสร้าง แต่มีผลดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประพฤติปฏิบัติที่สืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

### 2.1.5 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายขององค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบหลัก 2 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวและธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. องค์ประกอบที่สนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง โครงสร้างพื้นฐาน และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

### 2.1.6 การจัดการด้านอุปสงค์และด้านอุปทานของการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ของนักท่องเที่ยว การจ้างงาน ระดับค่าครองชีพ ทั้งในเมืองที่เป็นต้นทางและปลายทางต่าง ๆ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
2. ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อุปนิสัยการเดินทาง การรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาว่าง สุขภาพ เป็นต้น
3. ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่น การมีอยู่ของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภูมิอากาศ ภัยธรรมชาติ กฎหมาย และกฎระเบียบต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากการสร้างเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ที่ช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการแล้ว การจัดการทางอุปทานที่ดีก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ นั่นคือ การบริหารตามสายการผลิตที่ดี กล่าวคือ มีการบริหารจัดการต่าง ๆ ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวตามกระแสการไหลเวียนของนักท่องเที่ยว เช่น การบริหารการให้บริการนักท่องเที่ยวตั้งแต่สนามบิน ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว การเดินทางไปยังที่พักโรงแรม ร้านอาหาร ตัวแทนท่องเที่ยว บริษัทเช่ารถ จุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ไปจนกระทั่งถึงโรงพยาบาล ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจสูงสุดในการท่องเที่ยว

### 2.1.7 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำหรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาทางร่างกาย ความคิด และความรู้สึก เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว เช่น จำนวนวันพักของนักท่องเที่ยว เพื่อนร่วมเดินทาง รูปแบบการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวถูกกำหนดจากสิ่งกระตุ้น ความปรารถนา ความต้องการและความคาดหวังของบุคคลต่าง ๆ ในสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้นในการเดินทาง เช่น สิ่งต่าง ๆ ที่กระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การแนะนำจากบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานรัฐบาล
2. ข้อกำหนดของบุคคลในสังคม เป็นลักษณะของข้อบังคับในการตั้งวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน
3. การเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบภายนอก กำหนดความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการให้บริการของผู้ประกอบการ ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดทางด้านราคาและเวลา เป็นต้น

### 2.1.8 ปัจจัยที่กำหนดความต้องการของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวมีหลายประการ ได้แก่

1. สภาวะเศรษฐกิจของประเทศและประชาชน การพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ เป็นผลทำให้ประชาชนมีงานทำ มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการเพื่อเจรจาติดต่อธุรกิจ ประชุม สัมมนา และเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น
2. สภาวะทางสังคม สืบเนื่องจากความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สภาพสังคม วิถีชีวิตและมาตรฐานความเป็นอยู่เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่กับการทำงาน ทำให้ต้องการเวลาว่างและวันหยุดพักผ่อนเพื่อไปท่องเที่ยว
3. สภาพภูมิศาสตร์ มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง (Tourist Destination) ของนักท่องเที่ยว
4. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การขนส่งและการสื่อสาร ช่วยทำให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็วและปลอดภัย
5. ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง สนามบิน หรือยานพาหนะอื่น ๆ โรงแรมและที่พักแบบต่าง ๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร การบริการของบริษัทนำเที่ยว ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางเร็วขึ้น
6. นโยบายของรัฐและกฎระเบียบของประเทศ

### 2.1.9 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

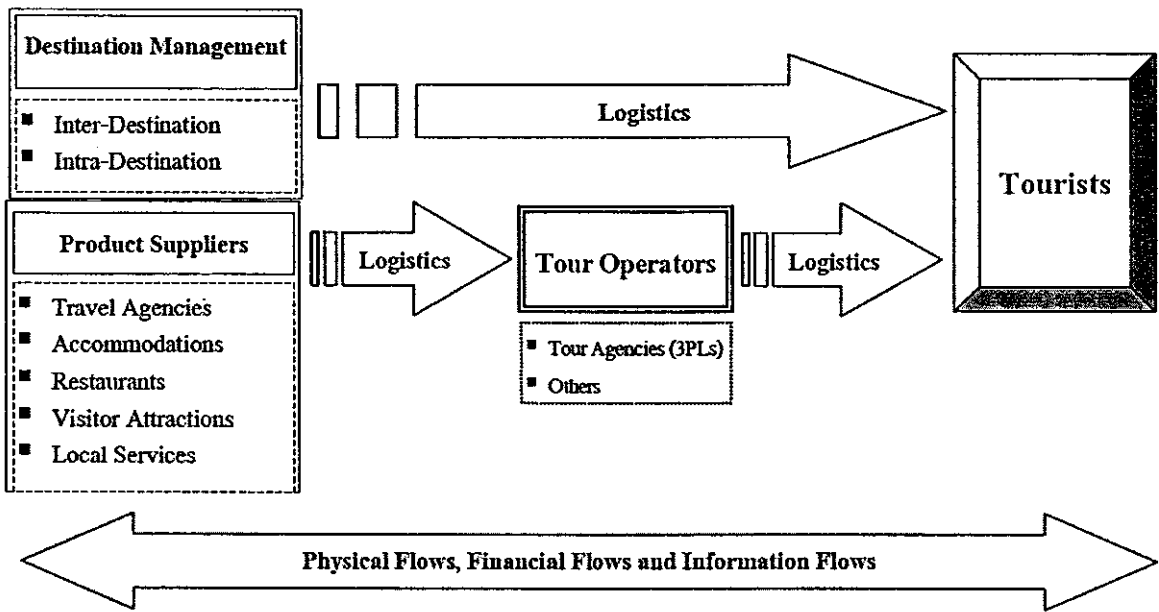
ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง สิ่งดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้น ๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งงานเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น
2. ความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน โดยปกติแล้ว รัฐบาลจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น
4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่การท่องเที่ยว
5. การคมนาคม (Transportation) เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย
6. พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร (Border Control and Information) มีการผ่อนคลายเป็นระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร
7. ที่พัก (Accommodation) มีโรงแรมระดับต่าง ๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ
8. ร้านอาหาร (Food and Beverage) จะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม
9. บริการนำเที่ยว (Tour Guide) มีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัธยาศัยไมตรีและมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว
10. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน
11. ภาพลักษณ์ (Image) เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว

## 2.2 โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics)

โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเริ่มต้นจากเรื่องการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งกรอบแนวคิดของนักวิชาการที่ได้รับการยอมรับมากในยุโรปสองท่าน คือ (Lumsdon and Page, 2004) ซึ่งมีผลงานที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้าน Physical Flow และ Information Flow เป็นหลัก ซึ่ง (คมสัน สุริยะ, 2551) ได้ปรับปรุงเพิ่มเติมกรอบแนวคิดนี้อีกส่วนหนึ่งเพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ (มิ่งสรรพ ขาวสอาดและคมสัน สุริยะ, 2551) พยายามสร้างกรอบสำหรับการวิเคราะห์โลจิสติกส์ที่รวมเอา Financial Flow รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องต่อการขนส่งนักท่องเที่ยวเข้ามาด้วยอย่างบูรณาการ ดังแสดงไว้ในรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1: การจัดการโลจิสติกส์ภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

(ที่มา: [http://www.sri.cmu.ac.th/~gms/tourism/index.php?ge=topicdetail&web\\_id=185](http://www.sri.cmu.ac.th/~gms/tourism/index.php?ge=topicdetail&web_id=185))

(Lumsdon and Page, 2004) ได้เสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การขนส่งนักท่องเที่ยวไว้ 8 ประการ ในหนังสือเรื่อง Tourism and Transport ส่วนประการที่ 9 ถึง 12 นั้น (กมลสัน สุริยะ, 2551) ได้เพิ่มเติมเข้าไปอันได้มาจากประสบการณ์การเดินทางในหลายประเทศ ดังต่อไปนี้

1. สิ่งที่มีให้บริการ (Availability) หมายถึง ประเภทของยานพาหนะที่มีให้บริการ เส้นทางที่เปิดให้บริการ ระดับชั้นของคุณภาพของบริการที่มีให้บริการ เช่น ชั้นหนึ่ง ชั้นสอง รวมทั้งบริการเสริม เช่น ลิฟท์ สำหรับผู้พิการหรือผู้มีสัมภาระหนัก ตู้เก็บสัมภาระ (ล็อกเกอร์) และเครื่องมือสื่อสารในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น
2. การเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่จะสามารถใช้บริการได้ การอำนวยความสะดวกให้ผู้คนมาใช้บริการได้ เช่น เวลาและสถานที่จำหน่ายตั๋ว ที่ตั้งของสถานีรถไฟ ที่ตั้งของป้ายรถเมล์ เป็นต้น
3. ข้อมูลข่าวสาร (Information) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว เพื่อให้ผู้โดยสารไม่เกิดความสับสนในการเดินทางและสามารถวางแผนล่วงหน้าได้ รวมถึงสถานที่ที่ให้ข้อมูลข่าวสารนั้นต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารสามารถติดตามข่าวสารได้โดยง่าย ไม่ติดประกาศไว้ในที่ลึกลับเกินไป
4. เวลา (Time) หมายถึง การจัดการตารางเวลาในการเดินทางหรือการให้บริการที่เหมาะสม ไม่ทิ้งช่วงนานเกินไปจนทำให้ผู้โดยสารรอนานมากเกินไปหรือบ่อยเกินไปจนไม่มีผู้โดยสาร ความรวดเร็วในการเดินทางรวมทั้งความสามารถในการรักษาเวลา ความตรงต่อเวลา
5. การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว (Customer care) หมายถึง การคำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้โดยสาร เช่น ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของที่นั่ง ห้องน้ำ พื้น และที่เก็บสัมภาระ การบริการอาหารและเครื่องดื่มบนยานพาหนะ การมีสถานที่แยกกันต่างหากระหว่างผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ และการมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราความสงบเรียบร้อยและรับเรื่องร้องทุกข์บนยานพาหนะ รวมทั้งการให้ส่วนลดสำหรับผู้เดินทางเป็นประจำ เป็นต้น
6. ความสะดวกสบาย (Comfort) หมายถึง ความเอาใจใส่ในการจัดให้บริการอันสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร ทั้งด้านกายภาพ เช่น เบาะนั่ง ช่องว่างสำหรับการเหยียดเท้า การออกแบบห้องโดยสารให้เหมาะสมสำหรับสรีระ

ของมนุษย์ การปรับอุณหภูมิและความชื้นในห้องโดยสารให้พอเหมาะ และความเรียบสงบในการเดินทาง เป็นต้น

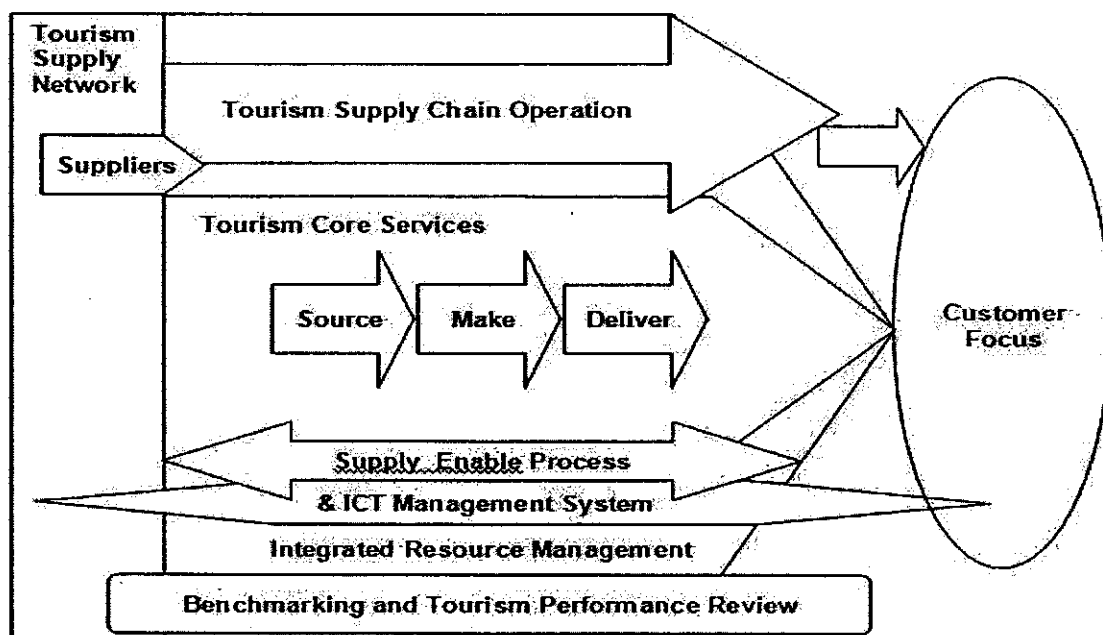
7. ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง การปราศจากอุบัติเหตุในการแล่นไปของยานพาหนะ รวมถึงไม่มีอุบัติเหตุในห้องโดยสาร ไม่มีการร่วงหล่นของสิ่งของสัมภาระมาโดนผู้โดยสาร การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในห้องโดยสาร และการมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น
8. ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental friendliness) หมายถึง การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ และคาร์บอนมอนอกไซด์ การไม่ใช้ก๊าซคลอรีนอันจะทำลายโอโซนในชั้นบรรยากาศ การไม่ปล่อยขยะและของเสียออกไปจากยานพาหนะโดยไม่ผ่านการบำบัด การใช้พลังงานทดแทน รวมทั้งการไม่ก่อให้เกิดเสียงดังรบกวนผู้คนที่อาศัยอยู่ระหว่างเส้นทางที่ยานพาหนะแล่นผ่านไป

นอกเหนือจากกรอบแนวคิดทั้ง 8 ข้อของ (Lumsdon and Page, 2004) แล้ว ในปี 2551 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คมสัน สุริยะ ได้เพิ่มเติมกรอบแนวคิดเข้าไปอีก 4 ข้อ เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์เรื่องการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ดังนี้

9. แม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ งานเทศกาล หรือสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชม ซึ่งสิ่งเหล่านั้นทำหน้าที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเมืองท่องเที่ยว นั้น หากปราศจากแม่เหล็กดังกล่าวก็อาจจะไม่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากนัก แม่เหล็กนี้ทำหน้าที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนที่ของสรรพสิ่งเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้ามาเพื่อบริการนักท่องเที่ยว
10. ถนนคนเดิน หมายถึง ย่านหรือถนนที่ปิดการจราจรไม่ให้มียานพาหนะผ่านสัญจร เพื่ออำนวยความสะดวกให้คนเดินเท้าได้ท่องเที่ยวรอบบริเวณสำคัญของเมืองและช้อปปิ้ง
11. จุดทำเงิน หมายถึง สถานที่ บริการ หรือยานที่จัดไว้สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ด้วยการคาดการณ์แล้วว่านักท่องเที่ยวจะมีอารมณ์อย่างไรเมื่อมาถึงจุดนั้น เช่น ดินแดน เมื่อยล้า หิวกระหาย หรือต้องการรับแสงหาสิ่งของเพื่อไปเป็นของฝากก่อนที่จะจากเมืองนั้นไป เป็นต้น
12. การสร้างความเพลิดเพลินระหว่างการเดินทาง หมายถึง การทำให้การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงแต่การเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการสร้างความเพลิดเพลินใจ เช่น การจัดเส้นทางผ่านสถานที่อันสวยงาม การจัดกิจกรรมบนยานพาหนะ การเสิร์ฟอาหารชั้นเลิศบนยานพาหนะ

ส่วนกรอบแนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในระดับเมืองท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain Operation) (มิ่งสรรพ และคมสัน 2551) ซึ่งมีคำถามวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ ดังรูปที่ 2.2

- มีบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญอะไรบ้าง (Tourism Core Services) และมีกระบวนการสำคัญในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวอย่างไร (Source, Make and Deliver)
- มีปัจจัยใดบ้างที่ช่วยทำให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ (Supply Enable Process)
- มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างไร (ICT Management System)
- มีจุดเชื่อมต่อที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยงของการให้บริการท่องเที่ยวอะไรบ้าง (Integrated Resource Management)
- ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวดีขึ้นในอนาคต จากการเรียนรู้จากบริการท่องเที่ยวแห่งอื่น หรือจากประสบการณ์การให้บริการท่องเที่ยวที่ผ่านมา (Benchmarking and Tourism Performance Review)



รูปที่ 2.2: กรอบแนวคิดในการศึกษาโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวในระดับเมืองท่องเที่ยว

(ที่มา: [http://www.sri.cmu.ac.th/~gms/tourism/index.php?ge=topicdetail&web\\_id=185](http://www.sri.cmu.ac.th/~gms/tourism/index.php?ge=topicdetail&web_id=185))

ทั้งนี้กรอบของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการไหลหรือการเคลื่อนที่ (Flow) สามส่วน คือ การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) และการเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) ดังนี้

ก. การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การสำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น

ข. การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระมัดระวัง เป็นต้น

ค. การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายถึง การอำนวยความสะดวกเรื่องการจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว และการซื้อตั๋วเดินทางต่าง ๆ

โดยการวิเคราะห์แบ่งออกเป็นสามขั้นตอน คือ หนึ่ง ขั้นตอนการเดินทางเข้าสู่เมืองท่องเที่ยว สอง ขั้นตอนการอยู่ในเมืองท่องเที่ยว และสาม ขั้นตอนการเดินทางออกจากเมืองท่องเที่ยว

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีการเทียบเคียงสมรรถนะ (Benchmarking)

### 2.3.1 ความเป็นมาของการเทียบเคียงสมรรถนะ

แนวคิดการเทียบเคียงสมรรถนะเพื่อการปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยอาศัยแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่ง แล้วนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลและกระบวนการดำเนินงานของเราเองเพื่อวิเคราะห์หาช่องว่าง ข้อดี ข้อด้อย เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาองค์กรของเราเองนั้นมีมานานแล้ว และได้มีการพัฒนากระบวนการมาเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงดำเนินการในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการนัก จนกระทั่งในปี ค.ศ.1979 บริษัทผลิตเครื่องถ่ายเอกสารซีร็อกซ์ ในประเทศสหรัฐอเมริกาประสบปัญหาในเรื่องส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งจากเดิมบริษัทซีร็อกซ์เป็นผู้ผูกขาดทางการตลาด



แต่เพียงผู้เดียว แต่หลังจากการเข้ามาทำการตลาดของบริษัทจากประเทศญี่ปุ่น ผลกำไรก็ลดลงเหลือเพียงครึ่งหนึ่งจากที่เคยเป็น หลังจากนั้นบริษัทซีร็อกซ์ได้ทำการเทียบเคียงสมรรถนะกับบริษัทคู่แข่ง เรียนรู้ว่าสิ่งใดที่ทำให้บริษัทของคู่แข่งเป็นเลิศ ด้วยการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงาน ศึกษาวิเคราะห์วิธีที่คู่แข่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้า การกระจายสินค้า การตลาด การขาย การวางบิล การประชาสัมพันธ์ โครงสร้างองค์กร และการดำเนินงาน รวมถึงเทคโนโลยีที่บริษัทคู่แข่งนำมาใช้ ซึ่งผลที่ได้ทำให้พบว่าค่าใช้จ่ายของบริษัทซีร็อกซ์สูงกว่าคู่แข่งเป็นอย่างมาก

จากปี ค.ศ.1980-1985 บริษัทซีร็อกซ์ดัดแปลงเทคนิคของญี่ปุ่นเพื่อให้ต้นทุนหนึ่งต่อการผลิตลดลงครึ่งหนึ่ง และลดต้นทุนคลังสินค้าลงมากกว่า 60 เปอร์เซ็นต์ ตั้งแต่นั้นมาส่วนแบ่งทางการตลาดของเครื่องถ่ายเอกสารบริษัทซีร็อกซ์ ในสหรัฐอเมริกาได้เพิ่มสูงขึ้นอีกครั้ง (วุฒิพงษ์ ยศศาสโรดม, 2547) การเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ของบริษัทซีร็อกซ์ถูกวางการธุรกิจและอุตสาหกรรมจับตามอง และมีการสอบถามจากบริษัทอื่น ๆ มากมายที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป หลังจากนั้นเป็นต้นมาแนวคิดและวิธีการเทียบเคียงสมรรถนะได้เจริญเติบโตและแพร่หลายอย่างรวดเร็วมาก และมีผู้นำแนวคิดและวิธีการดังกล่าวไปใช้ในทุกวงการ ไม่เว้นแม้แต่วงการการศึกษา

### 2.3.2 ความหมายของการเทียบเคียงสมรรถนะ

Benchmarking แปลตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถานว่า การเทียบสมรรถนะ หรือ การเทียบเคียงสมรรถนะ และมีรากศัพท์มาจากนักสำรวจทางธรณีวิทยา ในเรื่องการสำรวจพื้นที่ เทียบเคียงเครื่องหมายที่ทำบนอาคาร หิน หรือ ผ่น้ำ และใช้เป็นจุดอ้างอิงในการวัดตำแหน่ง หรือความสูงของการสำรวจภูมิประเทศ

การเทียบเคียงสมรรถนะ มาจากศัพท์ของนักสำรวจทางธรณีวิทยา ในการสำรวจพื้นที่ ตัวเทียบเคียงเป็นเครื่องหมายที่ทำขึ้นบนหิน อาคาร หรือผ่น้ำ และใช้เป็นจุดอ้างอิงในการวัดตำแหน่งหรือความสูงของการสำรวจภูมิประเทศหรือกระแสน้ำขึ้นลง แต่ในปัจจุบันตัวเทียบเคียงกลายเป็นจุดในการมองสำหรับวัด และนำมาใช้เป็นมาตรฐานเพื่อเทียบกับสิ่งอื่นที่สามารถวัดได้ (วุฒิพงษ์ ยศศาสโรดม, 2547)

Camp (1989) ผู้ริเริ่มนำการเทียบเคียงสมรรถนะมาใช้ในบริษัทซีร็อกซ์ ได้กล่าวโดยสรุปว่า การเทียบเคียงสมรรถนะคือ กระบวนการค้นหาและประยุกต์ใช้วิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practice) จากองค์กรที่มีผลการปฏิบัติที่เหนือกว่า แล้วนำสิ่งที่ค้นหาได้นั้นไปปฏิบัติในองค์กรเพื่อการปรับปรุงกระบวนการทำงานอันจะนำมาสู่ความพึงพอใจของลูกค้า

บุญดี บุญญากิจ และกมลวรรณ ศิริพานิช (2545) ได้กล่าวว่าการเทียบเคียงสมรรถนะ คือ วิธีการในการวัดและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ บริการ และวิธีการปฏิบัติกับองค์กรที่ทำได้ดีกว่า เพื่อนำผลของการเปรียบเทียบมาใช้ในการปรับปรุงองค์กรของตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในธุรกิจ หรืออีกนัยหนึ่งคือ เป็นกระบวนการวัดหรือการค้นหาเพื่อนำไปสู่การได้มาซึ่งวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดที่จะนำกลับมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงองค์กรของตนเอง ผลที่ได้จากการเทียบเคียงสมรรถนะคือ ทำให้รู้ว่าใครเป็นผู้ที่ปฏิบัติเป็นเลิศ และเขามีวิธีการปฏิบัติอย่างไร

จากแนวคิดดังกล่าวจึงพอสรุปได้ว่า การเทียบเคียงสมรรถนะ คือวิธีในการวัดและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ บริการ และวิธีการปฏิบัติกับองค์กรที่สามารถทำได้ดีกว่า เพื่อนำผลของการเปรียบเทียบมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรของตนเองเพื่อความเป็นเลิศ

ซึ่งจากความหมายนี้ สรุปได้ว่าการทำการเทียบเคียงสมรรถนะประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่

1. การเปรียบเทียบวัด (Benchmark) ซึ่งในส่วนนี้ต้องมีการกำหนดตัววัด/ตัวชี้วัด หรือที่เรียกว่า Key Performance Indicators (KPIs) ที่จะเปรียบเทียบกับใคร ในเรื่องใด

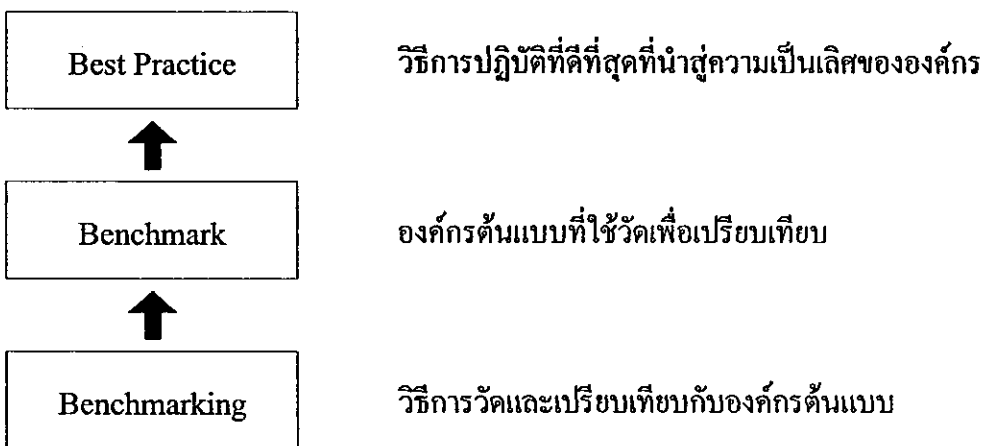
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices) จากผู้ที่ทำได้ดีกว่า โดยเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากการเปรียบเทียบวัดให้รู้ถึงผู้ที่ทำได้ดีกว่า และเข้าไปเรียนรู้วิธีการปฏิบัติซึ่งทำให้ประสบความสำเร็จ หรือมีค่าการเปรียบเทียบวัดสูง เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงองค์กรของตนเอง

ตัววัดเป็นข้อมูลที่เรียกว่า “Benchmark” และค่าของตัววัดนั้น ๆ เรียกว่า “ค่า Benchmark” เช่น บริษัท ก ต้องการปรับปรุงเวลาที่ใช้ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า ซึ่งสมมติว่าปัจจุบันใช้เวลา 1 วัน และทราบข้อมูลว่าภายใต้เงื่อนไขและกระบวนการเดียวกัน มีบริษัท ข. ซึ่งใช้เวลาส่งมอบผลิตภัณฑ์เพียง 1 ชั่วโมง ในกรณีนี้กล่าวได้ว่า “ระยะเวลาที่ใช้ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า” คือ “Benchmark” เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ และ “ค่าของระยะเวลาที่ใช้เปรียบเทียบ” เป็น “ค่า Benchmark” (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547)

ในการกำหนดว่าองค์กรควรเปรียบเทียบกับผู้ที่มีผลการปฏิบัติที่ดีกว่าในระดับใดนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการขององค์กรว่าต้องการปรับปรุงไปสู่ระดับใด หรือต้องการแข่งขันกับคู่แข่งในระดับใด เช่น ระดับอุตสาหกรรม ระดับภูมิภาค หรือระดับโลก อย่างไรก็ตาม ค่าของ Benchmark เป็นตัวเลขซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้น การปรับปรุงองค์กรโดยการเปรียบเทียบวัดและเรียนรู้จากผู้ที่ได้ดีกว่าจึงต้องมีการทำอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เนื่องจากผู้ที่ทำได้ดีกว่าก็ย่อมมีการปรับปรุงตลอดเวลาด้วยเช่นกัน

วิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด หมายถึง วิธีปฏิบัติที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรือ วิธีปฏิบัติที่นำองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งเหมาะสมกับองค์กรนั้น ๆ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่สามารถทำได้หรือเหมาะสมกับทุกองค์กร ในการเรียนรู้วิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดจากผู้ที่ได้ดีกว่า เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงองค์กรของตนเอง ถือเป็นข้อมูลสำคัญที่นำไปสู่การปรับปรุงองค์กร ในการทำการเทียบเคียงสมรรถนะ ซึ่งผู้ใช้ต้องนำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับองค์กรของตนเองด้วย

กล่าวโดยสรุปได้ว่ากระบวนการทำการเทียบเคียงสมรรถนะ นำไปสู่การค้นพบผู้ที่ปฏิบัติได้ดีที่สุดว่าเป็นใคร และสามารถตอบคำถามเราได้ว่า วิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุดที่นำไปสู่ความเป็นเลิศนั้นเขาทำได้อย่างไร ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้ ทั้ง 3 คำนี้มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันดังรูปที่ 2.3



รูปที่ 2.3: ความสัมพันธ์ของ Benchmarking Benchmark และ Best Practice

(ที่มา : มณี สุขประเสริฐ, 2546)

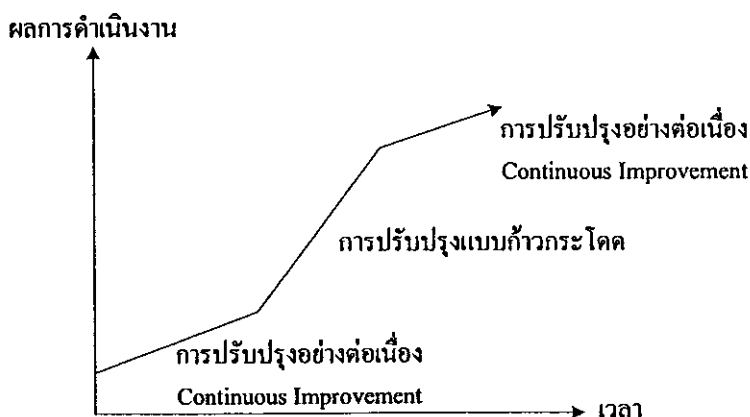
ถ้าการใช้เทคนิคการเทียบเคียงสมรรถนะแล้วนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร จึงถือว่ากระบวนการการเทียบเคียงสมรรถนะนั้นประสบความสำเร็จ

ในการบริหารงานธุรกิจสมัยใหม่พิจารณาการเทียบเคียงสมรรถนะว่าเป็นกระบวนการเปรียบเทียบที่วิธีปฏิบัติมากกว่าค้นหากระบวนการในการพัฒนา โดยการเปรียบเทียบเฉพาะสถิติ หรือมาตรฐานที่กำหนด การเทียบเคียงเป็นการค้นหาตัวเอง ค้นหาวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดจากหน่วยงานอื่นที่กระบวนการคล้ายกัน และนำวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดของหน่วยงานอื่นมาประยุกต์ใช้ในหน่วยงานของตนเอง เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผล และการเทียบเคียงสมรรถนะจะเป็นกระบวนการต่อเนื่องไม่มีสิ้นสุด

### 2.3.3 เหตุผลที่ควรทำการเทียบเคียงสมรรถนะ

การทำการเทียบเคียงสมรรถนะเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพอย่างมากในการเพิ่มผลการปฏิบัติงานขององค์กรให้ดีขึ้นได้ โดยการเปรียบเทียบกับองค์กรที่มีวิธีการดำเนินงานที่ดีที่สุด ซึ่งจะให้ประโยชน์อย่างมากในระยะเวลาอันสั้น เหตุผลที่เราควรนำการเทียบเคียงสมรรถนะมาใช้ นั่นคือ

1. เพราะหลักการของการเทียบเคียงสมรรถนะสนับสนุนการไม่ยึดติดกับความสำเร็จในอดีต คือ "ไม่มีเหตุผลใดที่จะเชื่อว่า สิ่งที่เราทำนั้นดีที่สุดใน"
2. เพราะหลักการของการเทียบเคียงสมรรถนะลดความหยิ่งผยอง ให้ถ่อมตัวโดยยอมรับว่า "เรามีบางด้านอ่อนด้อยกว่าผู้อื่น" คือ รู้จุดยืน จุดเด่นและจุดด้อยของตน
3. เพราะวิธีการของการเทียบเคียงสมรรถนะผลักดันให้เกิดความใส่ใจต่อโลกภายนอก เปิดหูเปิดตาผู้บริหารให้ติดตาม ตรวจสอบ เผ่าดู การเปลี่ยนแปลงของภาวะแวดล้อมทั้งในเชิงที่เป็นโอกาสและภาวะคุกคาม รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของคู่แข่ง
4. เพราะวิธีการของการเทียบเคียงสมรรถนะสร้างวัฒนธรรมในการยอมรับและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ การเรียนรู้และการพัฒนามิใช่เทศกาล แต่เป็นงานประจำที่ต้องทำอยู่เสมอ ซึ่งการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน การฝึกอบรม การค้นคว้า การรับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญล้วนเป็นการเรียนรู้ทั้งสิ้น
5. เพราะกระบวนการการเทียบเคียงสมรรถนะต้องวัดและเปรียบเทียบ การวัดย่อมต้องมีความชัดเจนว่าจะวัดอะไร การเปรียบเทียบย่อมต้องประเมินได้ นั้นย่อมหมายถึง การต้องอาศัยข้อเท็จจริงและข้อมูล (Fact & Data) โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเชิงปริมาณในการทำงาน มิใช่ประสบการณ์หรือความรู้สึก
6. เพราะการเทียบเคียงสมรรถนะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด เพราะเป้าหมาย (Target) การพัฒนามีความชัดเจนและท้าทาย (ผู้ที่เก่งกว่า หรือ เก่งที่สุด) วิธีการเดินทาง (Mean) สู่เป้าหมายเป็นไปได้ (มีผู้เคยทดลองและเคยได้ผลมาแล้ว) หรือการเรียนรู้จากผู้อื่น และการเดินทางเฉพาะทางที่ควรเดิน ไม่ต้องเสียเวลากับความผิดพลาด หรือหลงทาง ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาแบบก้าวกระโดด ดังแสดงในรูปที่ 2.4



รูปที่ 2.4: การเทียบเคียงสมรรถนะก่อให้เกิดการปรับปรุงองค์กรแบบก้าวกระโดดก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม (ที่มา: บุญดี บุญญาภิกิจ และกมลวรรณ ศิริพานิช, 2545: 5)

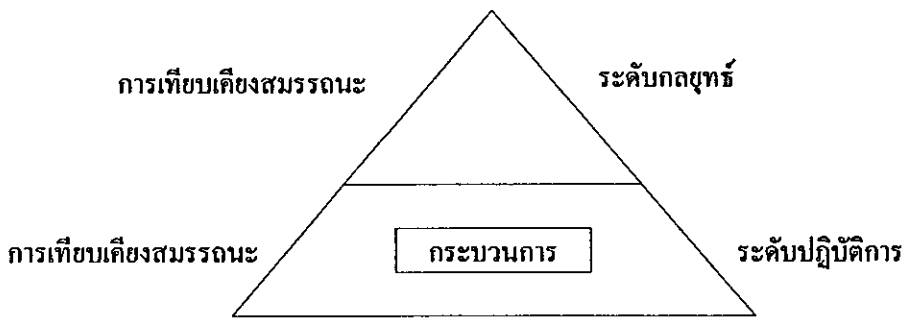
**2.3.4 ข้อคำนึงถึงก่อนทำการเทียบเคียงสมรรถนะ**

Anderson (1996) ได้แนะนำว่า ก่อนจะเริ่มทำการเทียบเคียงสมรรถนะควรเริ่มต้นด้วยการทำ Performance Profile ขององค์กรก่อน เพื่อจะได้รู้ว่า งานด้านไหนที่ต่ำกว่ามาตรฐาน งานไหนอยู่ระดับเฉลี่ยงานไหนอยู่ระดับเป็นเลิศ แล้วจึงวิเคราะห์ว่างานใดควรปรับปรุง ซึ่งมีข้อแนะนำดังนี้

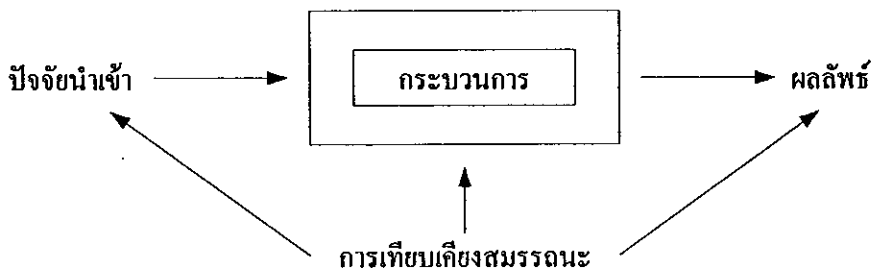
1. การตัดสินใจว่าจะทำการเทียบเคียงสมรรถนะอะไรบ้างนั้นควรพิจารณาจาก Critical Success Factors (CSF) ซึ่งองค์กรแต่ละแห่งจะมีปัจจัยที่ประสบความสำเร็จแตกต่างกัน จะเห็นว่าเราไม่จำเป็นต้องทำการเทียบเคียงสมรรถนะทุกเรื่อง เลือกเฉพาะเรื่องที่สำคัญต่อองค์กรเท่านั้น
2. กำหนดระดับความสำเร็จที่ต้องการ สูง-ต่ำ แค่ไหน ซึ่งเมื่อถึงขั้นนี้ Partner หรือองค์กรที่ต้องการจะเปรียบเทียบกับ เช่นองค์กรระดับเดียวกันในประเทศ หรือจะเปรียบเทียบกับระดับ World Class Organization
3. ควรปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยทำร่วมกับเทคนิคอื่นๆ เช่น การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management, TQM), การพัฒนาและรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation, HA), องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Standard Organization, ISO) เป็นต้น

**2.3.5 ขอบเขตของการเทียบเคียงสมรรถนะ**

การเทียบเคียงสมรรถนะมีขอบเขตกว้างขวาง ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงการทำที่กระบวนการใดกระบวนการหนึ่งหรือระดับใดระดับหนึ่งเท่านั้น การเทียบเคียงสมรรถนะสามารถใช้ได้ทั่วทั้งองค์กร ทั้งระดับกลยุทธ์ และระดับปฏิบัติการ หรือการทำการเทียบเคียงสมรรถนะกระบวนการ โดยการเปรียบเทียบปัจจัยนำเข้า กระบวนการ หรือผลลัพธ์ ของกระบวนการ สามารถทำการเทียบเคียงสมรรถนะได้กับทุกเรื่อง ดังแสดงในรูปที่ 2.5 และรูปที่ 2.6



รูปที่ 2.5: การเทียบเคียงสมรรถนะสามารถทำได้ทั้งระดับกลยุทธ์และระดับปฏิบัติการ (ที่มา : บุญดี บุญญาภิจ และกมลวรรณ ศิริพานิช, 2545: 5)



รูปที่ 2.6: การเทียบเคียงสมรรถนะสามารถทำได้ทั้งปัจจัยนำเข้า กระบวนการหรือผลลัพธ์ที่ได้ (ที่มา : บุญดี บุญญาภิจ และกมลวรรณ ศิริพานิช, 2545: 5)

### 2.3.6 ประเภทของการเทียบเคียงสมรรถนะ

มีผู้แบ่งประเภทของการทำการเทียบเคียงสมรรถนะไว้มากมายแตกต่างกันออกไป แต่ที่มีความชัดเจนและครอบคลุมประเภทของการเทียบเคียงสมรรถนะได้อย่างเหมาะสมครบถ้วนคือการแบ่งประเภทของบุญดี บุญญากิจ และกมลวรรณ ศิริพานิช (2545: 14-18) โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการทำการเทียบเคียงสมรรถนะ และแบ่งตามองค์กรเปรียบเทียบ

#### 2.3.6.1 แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการทำการเทียบเคียงสมรรถนะ

โดยคำนึงถึงลักษณะของการทำการเทียบเคียงสมรรถนะว่ามีความต้องการเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นในเรื่องอะไร เช่น ต้องการเปรียบเทียบเฉพาะตัววัดประสิทธิภาพ เปรียบเทียบกระบวนการ เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ หรือเปรียบเทียบกลยุทธ์องค์กรซึ่งสามารถแบ่งย่อยออกได้ดังนี้

1. การเทียบเคียงสมรรถนะผลการปฏิบัติงาน (Performance or Result Benchmarking) คือการเปรียบเทียบเฉพาะผลการปฏิบัติงานหรือผลลัพธ์ของกระบวนการต่าง ๆ ระหว่างเราและคู่แข่งเปรียบเทียบเพื่อดูความสามารถในการปฏิบัติของกิจกรรมหรือผลลัพธ์การทำงานของกระบวนการต่าง ๆ เช่น การเปรียบเทียบผลกำไร ยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด การเทียบเคียงสมรรถนะผลการปฏิบัติงานเป็นเพียงแค่การเปรียบเทียบตัวเลข เพื่อบอกภาพขององค์กรว่ามีจุดอ่อน-จุดแข็งตรงไหน แต่ไม่ได้บอกว่าจะดีกว่านั้น เขาทำกันอย่างไรได้อย่างไร

2. การเทียบเคียงสมรรถนะระดับกระบวนการ (Process Benchmarking) คือการทำการเทียบเคียงสมรรถนะโดยการเปรียบเทียบกระบวนการทำงานหรือวิธีการปฏิบัติงานระหว่างองค์กรเรากับองค์กรอื่นที่นำมาเปรียบเทียบ โดยเน้นการเรียนรู้วิธีปฏิบัติที่ดีจากองค์กรอื่นเพื่อนำมาปรับปรุงองค์กรเรา ซึ่งเป็นที่มาของคำว่า Best Practice หรือวิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุด ที่กล่าวถึงมาแล้วในตอนต้น เช่น การเปรียบเทียบกระบวนการจัดคิวของผู้รับบริการ การรับคำสั่งซื้อและจัดส่งสินค้าเป็นต้น การทำการเทียบเคียงสมรรถนะด้วยวิธีนี้เป็นที่นิยมมากที่สุดในขณะนี้ เพราะก่อให้เกิดนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ

3. การเทียบเคียงสมรรถนะผลิตภัณฑ์ หรือความพึงพอใจของลูกค้า (Product or Customer Satisfaction Benchmarking) คือการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าว่ามีความพึงพอใจสูงสุดในคุณลักษณะใดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จากนั้นนำผลสรุปของความพึงพอใจของลูกค้านำมาเปรียบเทียบระหว่างการผลิตภัณฑ์ของเรากับคู่แข่ง หรือองค์กรที่เราไปเปรียบเทียบด้วย เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ ความคงทนของผลิตภัณฑ์ การใช้งานหรือรูปแบบการให้บริการ ส่วนใหญ่การเทียบเคียงสมรรถนะผลิตภัณฑ์ หรือความพึงพอใจของลูกค้านิยมทำในสินค้ากลุ่มที่เป็นเทคโนโลยีหรือสินค้าบริการที่ต้องตามแฟชั่น

4. การเทียบเคียงสมรรถนะระดับกลยุทธ์ (Strategy Benchmarking) เป็นการเทียบเคียงสมรรถนะเพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์ระหว่างองค์กรเรากับองค์กรที่ประสบความสำเร็จในด้านการวางกลยุทธ์ ส่วนใหญ่จะเป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จอย่างชัดเจน และมีประวัติศาสตร์ขององค์กรอย่างยาวนาน การเทียบเคียงสมรรถนะระดับกลยุทธ์ถือว่าการเทียบเคียงสมรรถนะในระดับที่สูง ส่วนใหญ่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วย ผลของการเทียบเคียงสมรรถนะระดับกลยุทธ์จะมีผลกระทบต่อองค์กรอย่างรุนแรง ซึ่งอาจหมายถึงการพลิกโฉมหน้าขององค์กรเลยทีเดียว ตัวอย่างเด่นๆในต่างประเทศ คือกรณีของบริษัท Dell Computer ซึ่งได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์จากเดิมที่เคยทำธุรกิจคอมพิวเตอร์ ได้เปลี่ยนมาเป็นการรับคำสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตโดยตรง ผู้ซื้อสามารถเลือกอุปกรณ์ได้ตามที่ต้องการและบริษัทใช้เวลาไม่เกิน 7 วัน ในการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้า กลยุทธ์นี้ส่งผลให้ Dell ก้าวหน้าเป็นผู้นำระดับหน้าในด้านการผลิตคอมพิวเตอร์

### 2.3.6.2 แบ่งตามองค์กรที่เปรียบเทียบ

การแบ่งแบบนี้จะคำนึงถึงกลุ่มที่เป็นคู่เปรียบเทียบ (Partner) เป็นสำคัญว่าเป็นใคร อยู่ในบริษัท เดียวกัน บริษัทคู่แข่งหรือบริษัทที่อยู่ต่างธุรกิจ ซึ่งแบ่งเป็นประเภทย่อยๆ ได้คือ

1. การเทียบเคียงสมรรถนะภายใน (Internal Benchmarking) เป็นการเทียบเคียงสมรรถนะ ความสามารถการปฏิบัติงานระหว่างกลุ่มบริษัทในเครือเดียวกัน หรือหน่วยงานต่างๆในองค์กรเดียวกัน เป็นการ เปรียบเทียบกันเองภายในกลุ่ม ซึ่งการหาข้อมูลมาเปรียบเทียบคงทำได้ไม่ยาก การทำก็ง่ายไม่ยุ่งยาก เพราะ กระบวนการทำงานใกล้เคียงกัน ซึ่งจะมีการเปรียบเทียบวัดและเรียนรู้วิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดระหว่างกัน การทำการ เทียบเคียงสมรรถนะภายในส่วนใหญ่เพื่อนำไปสู่การสร้างมาตรฐานการปฏิบัติ (Work Standard) เนื่องจากทุก หน่วยงานจะเรียนรู้วิธีการปฏิบัติจากผู้ที่เกี่ยวข้อง และสร้างรูปแบบวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดของกลุ่ม ซึ่งก็จะกลายเป็นมาตรฐาน การปฏิบัติที่ทุกหน่วยงานที่ต้องปฏิบัติตาม หลังจากนั้นจึงค่อยขยายไปเปรียบเทียบกับองค์กรนอกกลุ่มต่อไป การทำ การเทียบเคียงสมรรถนะ วิธีนี้จะมีข้อจำกัด เนื่องจากเป็นการเรียนรู้ในวงแคบ จะไม่ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ แต่ เหมาะกับองค์กรที่ต้องการพัฒนาตัวเองในระยะเริ่มต้น

2. การเทียบเคียงสมรรถนะกับคู่แข่ง (Competitive Benchmarking) เป็นการเทียบเคียงสมรรถนะ กับผู้ที่เป็นคู่แข่งของเราโดยตรง วิธีนี้ข้อมูลจะหายากกว่าแบบแรก ข้อมูลหลายอย่างจะเป็นความลับ การทำการ เทียบเคียงสมรรถนะอาจต้องใช้เวลาสร้างความเข้าใจกับทุกฝ่าย ซึ่งอาจทำได้เพียงบางกระบวนการและอาจต้องอาศัย บุคคลที่สามเข้าไปช่วยเก็บหรือวิเคราะห์ข้อมูล วิธีนี้มุ่งหวังในเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ การขึ้นบอกรั้งตำแหน่งของตนใน ตลาดและสิ่งที่เป็นจุดอ่อน-จุดแข็งของตนมากกว่ามุ่งหวังที่จะค้นหาวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดที่สามารถเรียนรู้ปรับปรุงตนเอง

3. การเทียบเคียงสมรรถนะแบบอุตสาหกรรม หรือหน้าที่การดำเนินงาน (Industrial or Functional Benchmarking) คือการเทียบเคียงสมรรถนะกับผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่คล้ายคลึงกัน แต่ไม่ใช่คู่แข่งกันโดยตรง เช่น ในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า บริษัทผลิตโทรทัศน์สามารถทำการเทียบเคียงสมรรถนะกับบริษัทผู้ผลิต เครื่องปรับอากาศ ในอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง บริษัทผลิตปลากระป๋องสามารถทำการเทียบเคียงสมรรถนะกับ บริษัทผู้ผลิตผลไม้กระป๋องได้ การทำการเทียบเคียงสมรรถนะกับผู้ที่อยู่ในธุรกิจใกล้เคียงกับเรานี้ ช่วยหลีกเลี่ยงปัญหา ในการเก็บข้อมูลได้ง่ายกว่า และกระบวนการก็มีความคล้ายคลึงกันในบางส่วนที่อาจเปรียบเทียบกันได้ แต่อย่างไรก็ ตามการเทียบเคียงสมรรถนะแบบอุตสาหกรรม หรือหน้าที่การดำเนินงานยังไม่ได้ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ มากนัก

4. การเทียบเคียงสมรรถนะทั่วไป หรือกระบวนการ (Generic or Process Benchmarking) คือ การ ทำการเทียบเคียงสมรรถนะกับองค์กรที่มีความเป็นเลิศในกระบวนการทำงานนั้น ๆ ซึ่งองค์กรนั้นอาจทำธุรกิจที่แตกต่าง กับเราโดยสิ้นเชิง การเทียบเคียงสมรรถนะทั่วไป หรือกระบวนการ เป็นกระบวนการค้นหาผู้ที่เป็นเลิศจริงๆของ กระบวนการนั้นๆ จากธุรกิจทั้งหมด แต่พบว่าการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับองค์กรที่ต่างธุรกิจกันจะทำได้ยาก ต้องอาศัยการวิเคราะห์ความคล้ายคลึงกันอย่างมีเหตุผล ซึ่งหลายเรื่องอาจจะเทียบกันไม่ได้เลย แต่จะพบว่าการ เทียบเคียงสมรรถนะวิธีนี้จะค้นพบนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดมุมมองใหม่ๆ ซึ่งจะไม่ได้จากการเทียบเคียงสมรรถนะวิธีอื่นๆ ตัวอย่างที่ชัดเจนในธุรกิจใหญ่ๆ เช่น Federal Express ทำการเทียบเคียงสมรรถนะกับ Domino Pizza ในเรื่องการรับ ซื่อและส่งสินค้าให้ลูกค้า หรือ First Chicago National Bank ทำการเทียบเคียงสมรรถนะกับ สายการบินในเรื่องการ จัดการคิวลูกค้า หรือกรณีโรงพยาบาลเอกชน อาจจะทำการเทียบเคียงสมรรถนะกับโรงแรมระดับห้าดาวในเรื่องการ บริหารจัดการขณะอยู่โรงพยาบาลเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ป่วย ก็ได้เหมือนกัน

การเลือกทำการเทียบเคียงสมรรถนะประเภทใดนั้นต้องพิจารณาถึงผลลัพธ์ที่ต้องการ ค่าใช้จ่าย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการขอความร่วมมือจากองค์กรที่จะทำการเทียบเคียงสมรรถนะ ซึ่งทั้ง 4 ประเภทนั้นมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันดังตารางที่ 2.1

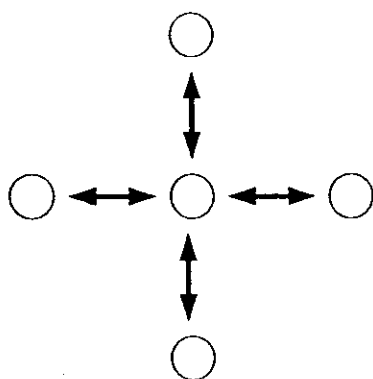
ตารางที่ 2.1: ข้อดีและข้อเสียของการเทียบเคียงสมรรถนะแต่ละประเภท

ประเภท	ข้อดี	ข้อเสีย
การเทียบเคียงสมรรถนะภายใน (Internal Benchmarking)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ถูกและง่ายต่อการเปรียบเทียบ</li> <li>- สนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>- เป็นขั้นเริ่มต้นก่อนไปทำการเปรียบเทียบกับหน่วยงานภายนอก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยังได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์น้อย เนื่องจากเป็นการเปรียบเทียบกันเองภายในองค์กร</li> </ul>
การเทียบเคียงสมรรถนะกับคู่แข่ง (Competitive Benchmarking)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ทราบข้อมูลใหม่ๆ ในการปฏิบัติ</li> <li>- ทราบถึงตำแหน่งของการแข่งขันที่ชัดเจน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยากที่จะได้รับความร่วมมือจากองค์กรคู่แข่ง</li> <li>- เป็นวิธีการที่อ่อนไหวต่อความรู้สึกมากที่สุด (Most Sensitive)</li> </ul>
การเทียบเคียงสมรรถนะแบบอุตสาหกรรม (Industrial Benchmarking)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นการเทียบเคียงในลักษณะของการให้ความร่วมมือ ดังนั้นจะเป็นการเทียบเคียงในลักษณะของการเรียนรู้ร่วมกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จะต้องปฏิบัติตามหลักในการเทียบเคียงสมรรถนะอย่างเคร่งครัด มิฉะนั้นอาจเป็นการละเมิดความลับขององค์กรที่เทียบเคียงสมรรถนะด้วย และอาจทำให้เกิดการบาดหมางระหว่างกันได้</li> </ul>
การเทียบเคียงสมรรถนะทั่วไป (Generic Benchmarking)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้มุมมองที่กว้างไกลที่สุด เพราะเป็นการเปิดกว้างในทุกๆ อุตสาหกรรมที่มีการทำงานในลักษณะเดียวกันและสามารถพัฒนาวิธีการปฏิบัตินั้นไปสู่ Best-in-Class ได้ในที่สุด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีค่าใช้จ่ายสูง</li> <li>- ในบางครั้งเป็นการยากที่จะติดต่อกับองค์กรที่ดีที่สุดในระดับโลก (World Class Organization)</li> </ul>

### 2.3.7 แนวทางการเทียบเคียงสมรรถนะสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

#### 2.3.7.1 การเทียบเคียงสมรรถนะแบบเดี่ยว

โดยองค์กรที่ต้องการเทียบเคียงสมรรถนะเป็นผู้กำหนดหัวข้อเรื่อง และดำเนินการตามกระบวนการการเทียบเคียงสมรรถนะซึ่งองค์กรที่ต้องการทำเป็นผู้ดำเนินการคนเดียวทั้งหมดมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเฉพาะเราและคู่แข่งเปรียบเทียบกับเพื่อนั้น ไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างคู่แข่งด้วยกัน ข้อดี คือ เราเลือกหัวข้อที่ต้องการ และควบคุมระยะเวลาได้ แต่มีข้อจำกัด คือใช้เวลานานกว่าแบบกลุ่มเนื่องจากต้องทำเองทั้งหมด และบางครั้งมีความยากลำบากในการหาผู้จะร่วมทำด้วย โดยเฉพาะกรณีองค์กรเล็กๆ ดังแสดงในรูปที่ 2.7

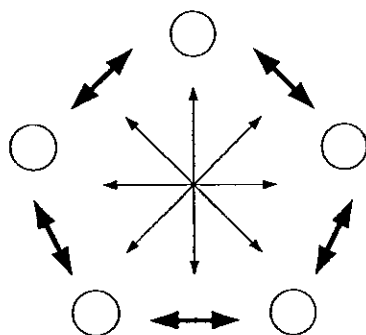


รูปที่ 2.7: การเทียบเคียงสมรรถนะแบบเดี่ยว

(ที่มา : [http://www.cu-qa.chula.ac.th/Benchmark/bench\\_concept.htm](http://www.cu-qa.chula.ac.th/Benchmark/bench_concept.htm))

### 2.3.7.2 การเทียบเคียงสมรรถนะแบบกลุ่ม

เป็นการทำโดยรวมกลุ่มองค์กรที่ต้องการเทียบเคียงสมรรถนะในเรื่องเดียวกัน โดยอาจมีหน่วยงานกลาง เช่น สถาบัน หรือที่ปรึกษา เป็นผู้ประสานงานเก็บข้อมูลให้ ข้อดีของการทำประเภทนี้ คือ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่หลากหลาย สร้างเครือข่าย แต่มีข้อจำกัด คือ การกำหนดหัวข้อเรื่องต้องเป็นมติร่วมกันของกลุ่ม จะไม่สามารถสนองความต้องการขององค์กรได้ทั้งหมด



รูปที่ 2.8: การเทียบเคียงสมรรถนะแบบกลุ่ม

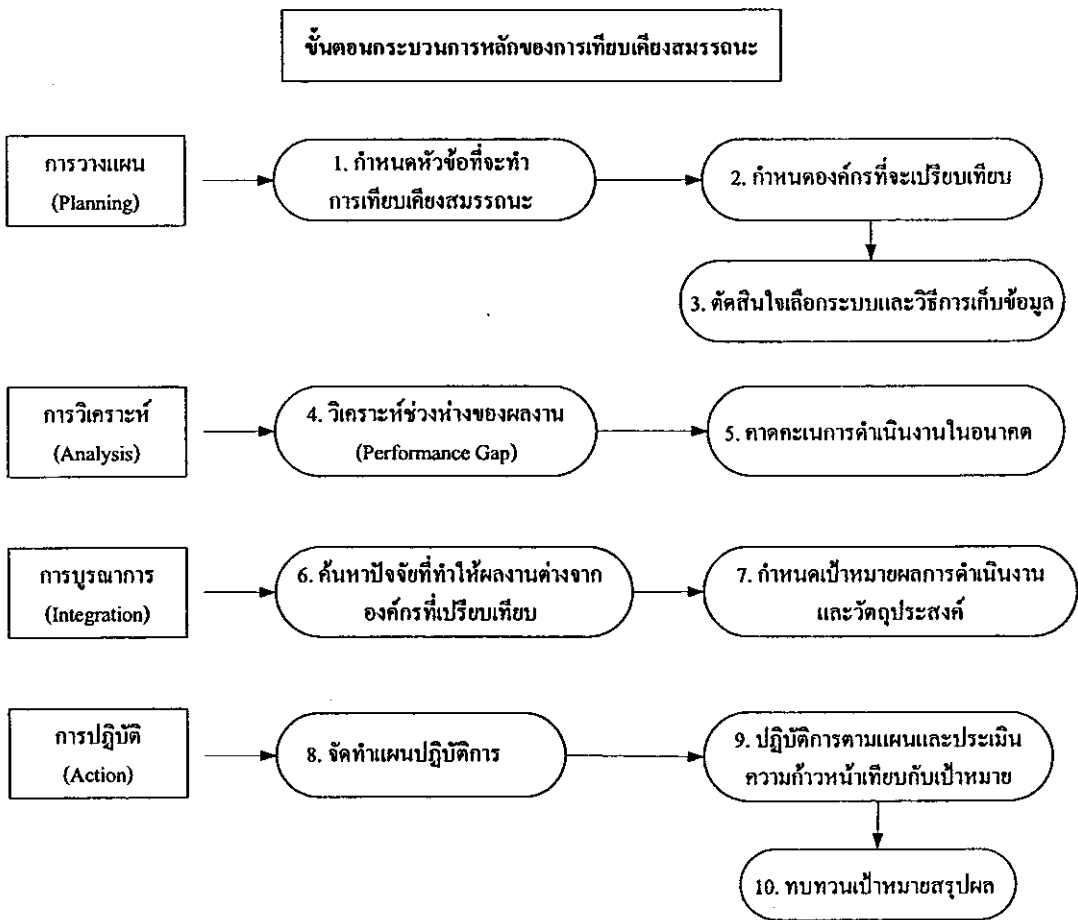
(ที่มา : [http://www.cu-qa.chula.ac.th/Benchmark/bench\\_concept.htm](http://www.cu-qa.chula.ac.th/Benchmark/bench_concept.htm))

การเลือกประเภทและแนวทางการทำการเทียบเคียงสมรรถนะแต่ละเรื่องมีข้อดี และข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในการเลือกทำการเทียบเคียงสมรรถนะ ประเภทต่างๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการขององค์กร

### 2.3.8 ขั้นตอนการเทียบเคียงสมรรถนะ

กระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะมีการพัฒนาและนำไปใช้อย่างแพร่หลาย ขึ้นอยู่กับองค์กรต้นแบบที่นำไปใช้ ว่าต้องการเน้นรายละเอียดในด้านใด แต่อย่างไรก็ตามทุกกระบวนการที่ทำจะอยู่บนพื้นฐานเดียวกัน ซึ่งรูปแบบที่ได้รับความนิยมขององค์กรชั้นนำในระดับโลก ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก และแบ่งเป็น 10 ขั้นตอนย่อยดังนี้





รูปที่ 2.9: ขั้นตอนกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะมี 4 ขั้นตอนหลักและ 10 ขั้นตอนย่อย

(ที่มา : มณี สุขประเสริฐ, 2546)

#### 2.3.8.1 ขั้นตอนการวางแผน (Planning Stage) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

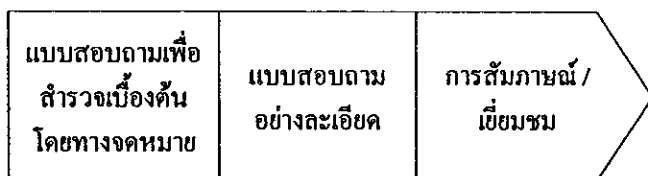
1. การกำหนดหัวข้อการเทียบเคียงสมรรถนะ สามารถทำได้หลายวิธี แต่วิธีที่เหมาะสมที่สุด ควรเริ่มจากการวิเคราะห์กระบวนการของตนเองก่อน ซึ่งมองได้ 2 ด้าน คือ มุมมองภายในที่เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องการปรับปรุงในองค์กร และมุมมองภายนอกที่มาจากสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ในปัจจุบันส่วนใหญ่เริ่มจากมุมมองลูกค้าก่อน (Standpoint of Customer) โดยวิเคราะห์ว่าลูกค้าคาดหวังในเรื่องใด เช่น คุณภาพ ราคา หรือบริการ จากนั้นจึงพิจารณาว่ากระบวนการทำงานใดที่มีผลกระทบต่อความคาดหวังของลูกค้า จัดลำดับหรือเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อคัดเลือกหัวข้อหรือกระบวนการนั้น ๆ เพื่อนำมาทำการเทียบเคียงสมรรถนะ

2. การกำหนดองค์กรเปรียบเทียบ การคัดเลือกผู้ที่องค์กรต้องการเทียบเคียงหรือคู่เปรียบเทียบ (Benchmarking Partner) มีแนวทางปฏิบัติหลักๆ คือ การจัดทำรายชื่อองค์กรที่ต้องการเปรียบเทียบ และคัดเลือกองค์กร ซึ่งต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกที่มีความชัดเจน เพื่อใช้ในการคัดเลือกองค์กรในการทำการเทียบเคียงสมรรถนะ ทั้งนี้อาจพิจารณาจากขนาดของโครงสร้างองค์กร ประเภทผลิตภัณฑ์/บริการ ประเภทอุตสาหกรรม ระดับเทคโนโลยี สถานที่ตั้ง และการได้รับการยอมรับ เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกองค์กรที่มีความเหมาะสมในการทำการเทียบเคียงสมรรถนะ

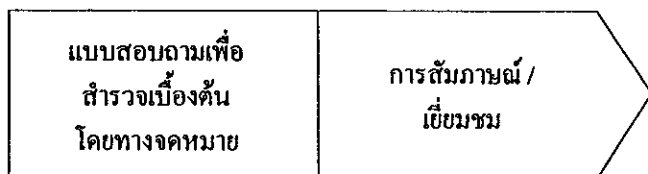
3. การกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การได้มาซึ่งข้อมูลเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่มีความสำคัญ โดยทั่วไปองค์กรจะสามารถได้ข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดในการกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ องค์กรต้องศึกษากระบวนการขององค์กรตนเองอย่างถี่ถ้วน เพื่อพิจารณาว่าควรปรับปรุงในรายละเอียดเรื่องใด จากนั้นก็ต้องหาตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) และปัจจัยแห่งความสำเร็จของกระบวนการนั้นๆ สิ่งเหล่านี้คือที่มาของการกำหนดประเด็นและสร้างแนวคำถามที่จะใช้ถามองค์กรที่เราเปรียบเทียบ

การสร้างแบบสอบถามต้องคำนึงถึงว่าใครเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม การสร้างแบบสอบถามอาจต้องจัดทำหลาย ๆ ครั้งและหลาย ๆ แบบ ขึ้นกับผู้ตอบคำถามและข้อมูลที่ได้รับว่ามีความชัดเจนเพียงพอหรือไม่ ส่วนใหญ่จะเป็นการสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลเบื้องต้นก่อน แล้วจึงใช้แบบสอบถามเพื่อเจาะลึกรายละเอียดประเด็นที่สำคัญ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการจากคู่เปรียบเทียบ การเก็บข้อมูลนี้ควรมีวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ตัวอย่างการผสมผสานวิธีการเก็บข้อมูลแบบต่างๆ แสดงดังรูปที่ 2.10

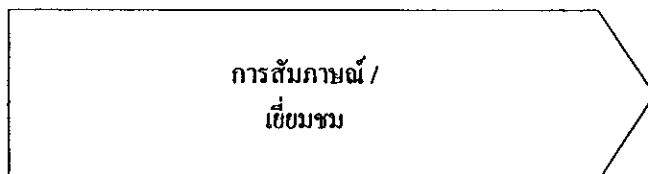
แบบที่ 1



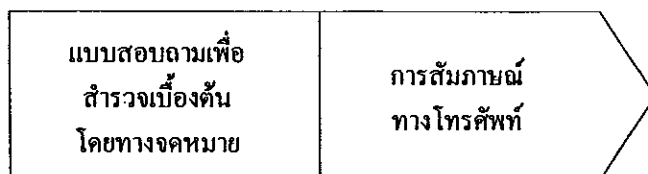
แบบที่ 2



แบบที่ 3



แบบที่ 4



รูปที่ 2.10: วิธีการเก็บข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนเพื่อใช้ในการเทียบเคียงสมรรถนะ

(ที่มา : มณี สุขประเสริฐ, 2546)

### 2.3.8.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Stage) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1. การวิเคราะห์ช่วงห่างระหว่างองค์กรตนเองกับคู่แข่ง เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของประสิทธิภาพหรือความสามารถขององค์กรตนเองและคู่แข่งเทียบ ทั้งในปัจจุบันและคาดคะเนความแตกต่างในอนาคต นอกจากนั้นในการวิเคราะห์จะมุ่งเน้นการค้นหาและตอบคำถามให้ได้ว่าคู่แข่งนั้น ๆ ทำอย่างไรจึงสามารถสร้างวิธีการปฏิบัติที่ดีในองค์กรได้ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ช่วงห่าง (Gap Analysis) จะทำให้องค์กรตอบคำถามได้ว่ามีช่วงห่างเท่าไร และวิธีการปฏิบัติใดบ้างที่ต้องเรียนรู้และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้
2. การคาดคะเนช่วงห่างที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเป็นการประมาณการช่วงห่างที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อประมาณว่าเมื่อใดจึงจะสามารถปิดช่วงห่างและสามารถปรับปรุงองค์กรตนเองให้ดีเท่าหรือสูงกว่าคู่แข่งเปรียบเทียบได้

### 2.3.8.3 ขั้นตอนการบูรณาการ (Integration Stage) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1. การสื่อสารผลลัพธ์ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทราบ และสร้างการยอมรับ ซึ่งเป็นขั้นตอนการสื่อสารผลลัพธ์จากการทำเทียบเคียงสมรรถนะให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบ เพื่อให้เกิดการยอมรับและการมีส่วนร่วมในการปรับปรุงองค์กร โดยต้องการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องสื่อสารให้บุคคลใดรับรู้บ้าง วิธีการและช่องทางในการสื่อสารจะขึ้นอยู่กับเนื้อเรื่องที่ต้องการสื่อ และกลุ่มผู้รับสื่อ โดยต้องเลือกให้เหมาะสม เช่น ผู้บริหารระดับสูงควรจะใช้การรายงานผลสรุปและการประชุม เป็นต้น
2. การตั้งเป้าหมาย เป็นการนำผลลัพธ์ที่ได้จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้พิจารณาตั้งเป้าหมายที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานในอนาคต เพื่อให้แข่งขันกับคู่แข่งได้ ทั้งนี้การตั้งเป้าหมายต้องได้รับการเห็นชอบจากผู้บริหาร และได้รับการยอมรับจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถปฏิบัติได้จริง ดังนั้นจะต้องเป็นการกำหนดเป้าหมายโดยความเห็นชอบร่วมกันจากทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีผลกระทบในการปรับปรุง

### 2.3.8.4 ขั้นตอนการปฏิบัติ (Action Stage) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1. การจัดทำแผนดำเนินการ เป็นการนำผลการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาจัดทำแผนปฏิบัติการที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งต้องระบุรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแผนการดำเนินงาน กิจกรรม ระยะเวลาของแต่ละกิจกรรม ผู้รับผิดชอบ งบประมาณและการติดตามผล ทั้งนี้แผนงานดังกล่าวควรได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารก่อนนำไปดำเนินการในขั้นตอนต่อไป
2. การนำแผนการดำเนินงานไปสู่การปฏิบัติและการควบคุมกำกับดูแลให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นการนำแผนปฏิบัติการที่กำหนดไว้และได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารแล้วไปปฏิบัติ (Implementation) และควบคุม/กำกับความคืบหน้าของการดำเนินการ ในการนำแผนไปปฏิบัติผู้บริหารอาจทดลองปฏิบัติในบางพื้นที่แล้วขยายผลไปสู่หน่วยงานอื่น ๆ และทั่วทั้งองค์กร หลังจากดำเนินการตามแผนแล้วควรมีการสรุปผลการติดตามและรายงานให้ผู้บริหารทราบทุกครั้ง
3. การทบทวนผลโดยเปรียบเทียบค่ากับองค์กรที่ดีที่สุด หรือ คู่เปรียบเทียบหลักจากการดำเนินงานตามแผนแล้ว ซึ่งองค์กรต้องทบทวนผลการดำเนินการโดยตอบคำถามว่า องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ ต้องทบทวนเป้าหมายใหม่หรือไม่ การเทียบเคียงสมรรถนะดีขึ้นหรือไม่ สิ่งที่เราเรียนรู้จากการทำการเทียบเคียงสมรรถนะครั้งนี้คืออะไร และหากจะทำอีกครั้งควรปรับปรุงเรื่องใดบ้าง อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่าผลสำเร็จของการดำเนินการ และการยอมรับสนับสนุนจากผู้นำองค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง การทำการ

เทียบเคียงสมรรถนะก็เช่นเดียวกัน โดยในทางปฏิบัติผู้บริหารระดับสูงจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ประโยชน์ที่จะได้รับ และกระบวนการอย่างถ่องแท้ รวมทั้งให้ความสนับสนุนด้านทรัพยากร เช่น บุคลากร งบประมาณ เวลา และเครื่องมือต่าง ๆ ดังนั้นการเตรียมความพร้อมก่อนการทำการเทียบเคียงสมรรถนะจึงเป็นอีกขั้นตอนที่มีความสำคัญ โดยก่อนเริ่มดำเนินการทำการเทียบเคียงสมรรถนะควรมีการเตรียมความพร้อมขององค์กร เช่น แต่งตั้งผู้รับผิดชอบระดับสูง (Benchmarking Sponsor) การจัดทีมงานเทียบเคียงสมรรถนะและการฝึกอบรมให้ความรู้ เป็นต้น เพื่อให้ทีมงานเข้าใจและสามารถทำการเทียบเคียงสมรรถนะได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

### 2.3.9 ประเด็นที่ต้องทำความเข้าใจให้ถูกต้องในการทำการเทียบเคียงสมรรถนะ

2.3.9.1 การปรับปรุงตนเองด้วยการเรียนรู้จากผู้อื่นไม่ใช่การลอกเลียนแบบ เนื่องจากแต่ละองค์กรมีวัฒนธรรม วิสัยทัศน์ สภาพธุรกิจและปัจจัยภายในองค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้นการเทียบเคียงสมรรถนะจึงต้องเป็นการเรียนรู้เพื่อนำวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในองค์กร

2.3.9.2 การแลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำการเทียบเคียงสมรรถนะต้องทำอย่างเป็นระบบ ได้รับการยอมรับและเต็มใจจากองค์กรต้นแบบ ไม่เปิดเผยข้อมูลหรือนำไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในการทำ ซึ่งในส่วนนี้จะมีจรรยาบรรณ (Code of Conduct) ควบคุมเพื่อให้การทำการเทียบเคียงสมรรถนะยั่งยืนและเกิดประโยชน์สูงสุด ดังนี้

(1) หลักการด้านกฎหมาย (Principle of Legality) หลีกเลี่ยงการทำความผิด หรือใช้วิธีการไม่เหมาะสมในการได้มาซึ่งความลับทางธุรกิจ

(2) หลักการด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Principle of Exchange) เต็มใจในการแลกเปลี่ยน และให้ข้อมูลที่เป็นจริง

(3) หลักการด้านความลับ (Principle of Confidentiality) รักษาข้อมูลที่ได้รับเป็นความลับ ไม่เปิดเผยชื่อและข้อมูลก่อนได้รับการยินยอมจากองค์กรที่ให้ข้อมูล

(4) หลักการด้านการใช้ข้อมูล (Principle of Lease) ใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

(5) หลักการด้านการติดต่อ (Principle of Contact) ติดต่อผ่านช่องทาง/บุคคลที่กำหนด และไม่เปิดเผยชื่อบุคคลก่อนได้รับการยินยอม

(6) หลักการด้านการเตรียมตัว (Principle of Preparation) เตรียมตัวให้พร้อมในการแลกเปลี่ยนข้อมูล

(7) หลักการด้านการทำให้สำเร็จ (Principle of Completion) ปฏิบัติตามข้อตกลงที่ทำไว้ให้ลุล่วงทันเวลา

(8) หลักการด้านความเข้าใจและการปฏิบัติ (Principle of Action) ปฏิบัติต่อผู้ที่ทำการเทียบเคียงสมรรถนะตามที่เขาต้องการ

2.3.9.3 เป้าหมายที่แท้จริง (Ultimate Purpose) ของการเทียบเคียงสมรรถนะคือการศึกษาค้นคว้า Best Practices เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงตนเอง มิใช่การมุ่งเน้นเพียงการเปรียบเทียบวัดเท่านั้น ซึ่งเทียบเป็นสัดส่วนระหว่าง ตัววัด (Benchmark) และวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดจะเป็นสัดส่วนเท่ากับ 10-20% : 80-90%

### 2.3.10 ปัจจัยความสำเร็จในการเทียบเคียงสมรรถนะ

2.3.10.1 การเทียบเคียงสมรรถนะผู้บริหารองค์กรจะต้องมีความเข้าใจและยอมรับ พร้อมทั้งสนับสนุนอย่างจริงจัง การเทียบเคียงสมรรถนะจึงจะประสบความสำเร็จได้

2.3.10.2 การตั้งสมมติฐาน หรือการกำหนดประเด็นปัญหา จะต้องชัดเจนว่าสิ่งใดมีความจำเป็น ความสำคัญอย่างแท้จริง ที่จะต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ หรือนำไปสู่การพัฒนาที่สามารถแข่งขันได้

2.3.10.3 การเลือกคู่เปรียบเทียบที่เหมาะสม การเลือกคู่เปรียบเทียบจะต้องศึกษารายละเอียดถึงจุดแข็ง หรือความโดดเด่นที่เหนือชั้นอย่างชัดเจน ในด้านที่ต้องการจะเปรียบเทียบ ไม่ใช่เพียงแค่สิ่งที่ทำแตกต่างจากเรา เพราะ ความแตกต่างไม่ได้หมายความว่าดีกว่าเสมอไป

2.3.10.4 การเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้รับ จะต้องเปรียบเทียบในสิ่งที่เหมือนกันบนพื้นฐานเดียวกัน และนำข้อมูลไปใช้ให้อยู่ในรูปแบบเดียวกัน

### 2.3.11 ประโยชน์ของการเทียบเคียงสมรรถนะ

การเทียบเคียงสมรรถนะ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการปรับปรุงองค์กรที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากทำให้มีการปรับปรุงองค์กรอย่างก้าวกระโดดจึงขยายผลอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปัจจุบันมีการทำการเทียบเคียงสมรรถนะทั่วทั้งองค์กร และในปัจจุบันการเทียบเคียงสมรรถนะได้รับการยอมรับและนำมาใช้มากขึ้น โดยมีเหตุผลดังนี้

1. เพื่อความยั่งยืนขององค์กร จากสภาพการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การที่องค์กรจะยั่งยืนจำเป็นต้องรักษาและยกระดับความสามารถของตนเองเพื่อให้แข่งขันได้ จึงต้องมีการเรียนรู้และปรับปรุงตนเองอย่างต่อเนื่อง
2. เพื่อการปรับปรุงอย่างก้าวกระโดด โดยความเร็วในการปรับปรุงตนเองเป็นเงื่อนไขสำคัญของความสำเร็จในการแข่งขัน และการเทียบเคียงสมรรถนะเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นนวัตกรรม (Innovation) ในองค์กร ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงการปรับปรุงในระยะเวลานานขึ้นเนื่องจากเป็นการเรียนรู้ วิถีปฏิบัติที่ดีที่สุดจากภายนอกองค์กรทำให้สามารถก้าวทันองค์กรอื่น ๆ จึงเป็นการปรับปรุงแบบก้าวกระโดด
3. เพื่อสนับสนุนรางวัลคุณภาพแห่งชาติ รางวัลเป็นแรงจูงใจให้เกิดการปรับปรุงในช่วงหลายปีที่ผ่านมา หลายประเทศริเริ่มให้มีรางวัลด้านการจัดการเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงคุณภาพด้านการจัดการ เช่น Malcolm Baldrige National Quality Award ในประเทศสหรัฐอเมริกา Singapore Quality Award ในสิงคโปร์ และ Thailand Quality Award ของประเทศไทย รางวัลเหล่านี้ใช้แนวทางของ Malcolm Baldrige เป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสิน ซึ่งได้กำหนดให้องค์กรที่จะได้รับรางวัลต้องมีการดำเนินกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ

## 2.4 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดตัวอย่างมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บข้อมูลกับประชากรทุกหน่วยอาจเสียเวลาและค่าใช้จ่ายที่สูงมากและบางครั้งเป็นเรื่องที่ต้องตัดสินใจภายในเวลาจำกัด การเลือกศึกษาเฉพาะบางส่วนของประชากรจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็น เพื่อให้มีความเข้าใจในการเลือกตัวอย่าง

### 2.4.1 ความหมายของคำที่เกี่ยวข้อง

ประชากร (Population) หมายถึง สมาชิกทุกหน่วยของสิ่งที่สนใจศึกษา ซึ่งไม่ได้หมายถึงคนเพียงอย่างเดียว ประชากรอาจเป็นสิ่งของ เวลา สถานที่

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) หมายถึง ส่วนหนึ่งของประชากรที่นำมาศึกษาซึ่งเป็นตัวแทนของประชากร การที่กลุ่มตัวอย่างจะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรเพื่อการอ้างอิงไปยังประชากรอย่างน่าเชื่อถือได้นั้นจะต้องมีการเลือกตัวอย่างและขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ซึ่งจะต้องอาศัยสถิติเข้ามาช่วยในการสุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง (Sampling) หมายถึง กระบวนการที่ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร

### 2.4.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่เลือกหรือสุ่มได้นั้น จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาผลลัพธ์ไปใช้หรืออ้างอิงเกี่ยวกับประชากร การวิเคราะห์ดังกล่าวมักอยู่ในรูปแบบการประมาณค่า (Estimation) หรือการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

หรือการสร้างโมเดลแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ (วัชรภรณ์ สุริยาภิวพันธ์, 2553) ซึ่งสามารถแบ่งวิธีการสุ่มตัวอย่างเป็น 2 วิธี ได้แก่

#### 2.4.2.1 การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling)

เป็นการสุ่มหน่วยตัวอย่างที่บางครั้งอาจไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ทำให้ไม่สามารถใช้การสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็นได้ และการสุ่มแต่ละครั้งนั้น ทุก ๆ หน่วยของประชากรมีโอกาสถูกสุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่างไม่เท่าเทียมกัน การสุ่มแบบนี้มีหลายวิธี คือ

1. การเลือกตัวอย่างแบบสะดวกสบาย (Convenience หรือ Accidental Sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์ อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูลบางอย่าง เช่น สอบถามความคิดเห็นในการให้บริการอาหารกลางวันของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ผู้วิจัยอาจจะไปยืนตรงประตูทางเข้าโรงอาหาร แล้วคอยสัมภาษณ์นักศึกษา 50 คนที่เดินเข้ามารับประทานอาหารช่วงเช้าของวันหนึ่ง

2. การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive หรือ Judgmental Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นใครก็ได้ที่มีลักษณะตามความต้องการของผู้วิจัย โดยอาจจะกำหนดเป็นคุณลักษณะเฉพาะเจาะจงลงไป เช่น เป็นเพศหญิงที่ทำงานในธนาคารอายุระหว่าง 30 ถึง 40 ปี

3. การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยกำหนดคุณลักษณะและสัดส่วนที่ต้องการไว้ล่วงหน้า คุณลักษณะเช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา ฯลฯ เช่น นักวิจัยต้องการศึกษาเจตคติต่อมหาวิทยาลัย จึงกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง 400 คนแบ่งออกเป็นนักศึกษาปริญญาตรี 60% ปริญญาโท 30% และปริญญาเอก 10%

4. การเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยการแนะนำของหน่วยตัวอย่างที่ได้เก็บข้อมูลไปแล้ว เช่น นักวิจัยได้พบ นาย ก. ที่มีคุณลักษณะตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา นักวิจัยได้เข้าไปสัมภาษณ์เก็บข้อมูล จากนั้นนักวิจัยให้ นาย ก. แนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีลักษณะตรงกับที่นักวิจัยต้องการ แล้วจดชื่อพร้อมที่อยู่ติดต่อได้ไว้ สมมติว่า นาย ก. ได้แนะนำ นาย ข. และ นางสาว ค. แล้วนักวิจัยก็ไปสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจาก นาย ข. และ นางสาว ค. แล้วนักวิจัยก็ให้ นาย ข. และนางสาว ค. แนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีลักษณะตรงกับที่นักวิจัยต้องการ นักวิจัยจดชื่อพร้อมที่อยู่ติดต่อได้ไว้ แล้วผู้วิจัยไปตามสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากบุคคลที่ นาย ข. และ นางสาว ค. ได้แนะนำไว้ ผู้วิจัยทำแบบนี้ไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ

#### 2.4.2.2 การสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling)

เป็นการสุ่มหน่วยตัวอย่างจากประชากร โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

- รู้จำนวนประชากรทั้งหมด
- ประชากรทั้งหมดมีโอกาสที่จะถูกสุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน
- ใช้วิธีการสุ่มที่เหมาะสม เพื่อให้หน่วยตัวอย่างมีโอกาสถูกสุ่มเท่าเทียมกัน
- ใช้วิธีประมาณค่าพารามิเตอร์ที่เหมาะสม

การสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น เป็นวิธีที่นิยมใช้กันมาก เพราะมีความน่าเชื่อถือ ได้แก่

1. การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) การสุ่มอย่างง่ายเป็นวิธีที่ประชากรแต่ละหน่วยมีโอกาสถูกสุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเท่า ๆ กัน ประชากรจะต้องกำหนดเฉพาะลงไปว่าเป็นกลุ่มใด อาจมีบัญชีรายชื่อของประชากรทุกหน่วยแล้วทำการจับสลากหรือใช้ตารางเลขสุ่ม (Random number table) หรือใช้คอมพิวเตอร์สร้างเลขสุ่มจนได้กลุ่มตัวอย่างประชากรครบตามต้องการ เช่น ประชากรเป็นเด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 5 เป็นต้น

2. การสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) วิธีนี้เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการอ่านข้ามทีละ  $k$  คน โดยจะต้องสุ่มเลขเริ่มต้นให้ได้เสียก่อน ซึ่งวิธีนี้จะคล้ายกับการสุ่มอย่างง่าย สมมติว่า ต้องการกลุ่ม

ตัวอย่าง 100 คน จาก 2,000 คน และคุณมีรายชื่อประชากรทั้ง 2,000 คน และให้เลขลำดับแต่ละคนตั้งแต่ 0001 ถึง 2000 เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะต้องสุ่มเลข 1 ถึง 20 ออกมา 1 ตัว เพราะสุ่ม 100 คนจาก 2,000 คน ดังนั้น จุดเริ่มต้นในการสุ่มจะต้องเริ่มที่ 20 คนแรก สมมติว่าคุณสุ่มออกมาได้คนที่ 15 ประชากรที่อยู่เป็นลำดับที่ 0015 จะเป็นกลุ่มตัวอย่างคนแรก แล้วนับต่อไปทีละ 20 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างคนที่ 2 คือ การเลือกตัวอย่างแบบสะดวกสบาย (Convenience หรือ Accidental Sampling) คนที่อยู่ในลำดับที่ 0035 กลุ่มตัวอย่างคนที่ 3 คือ คนที่อยู่ในลำดับที่ 0055 กลุ่มตัวอย่างคนที่ 4 คือ คนที่อยู่ในลำดับที่ 0075 อ่านไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งได้กลุ่มตัวอย่างครบ 100 คน

3. การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เป็นวิธีที่ผู้วิจัยสามารถแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ได้แน่นอน เช่น ในการวิจัยกับเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอหนึ่ง โดยจะศึกษาผลของการใช้หลักสูตรใหม่ว่าจะช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนดีขึ้นหรือไม่ และผู้วิจัยมีความเชื่อว่า เพศ เป็นตัวแปรสำคัญที่จะมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ดังนั้นจึงได้มีขั้นตอนการสุ่มดังนี้

1. ผู้วิจัยกำหนดประชากรเป้าหมาย : นักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 ในอำเภอหนึ่งของจังหวัดอยุธยา
2. ผู้วิจัยพบว่า ในกลุ่มประชากรนี้มีเพศหญิง 219 คน (คิดเป็น 60% ของประชากรทั้งหมด) และเพศชาย 146 คน (คิดเป็น 40% ของประชากรทั้งหมด) และผู้วิจัยต้องการกลุ่มตัวอย่าง 30% จากประชากรทั้งหมด
3. ใช้การสุ่มอย่างง่าย สุ่มกลุ่มตัวอย่าง 30% จากประชากรในแต่ละกลุ่มเพศ จะได้เพศหญิง 66 คน (30% ของ 219 คน) และเพศชาย 44 คน (30% ของ 146 คน) สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จะมีขนาดเท่ากับประชากรคือ เพศชาย 40% และเพศหญิง 60%

การสุ่มแบบแบ่งชั้นมีประโยชน์ช่วยให้ผู้วิจัยมีความมั่นใจว่าคุณลักษณะหรือตัวแปรที่สนใจศึกษาที่อยู่ในประชากรนั้น ก็มิอยู่ในกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่เท่ากัน

4. การสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster (Area) Random Sampling) เป็นวิธีที่ผู้วิจัยใช้ในการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มตามเขตพื้นที่ (Area) ซึ่งในแต่ละเขตพื้นที่จะมีประชากรที่มีคุณลักษณะที่ต้องการกระจายกันอยู่อย่างเท่าเทียมกัน แล้วสุ่มกลุ่มมาจำนวนหนึ่งด้วยวิธีการสุ่มที่เหมาะสม เช่น บริษัทผลิตอาหารสำเร็จกึ่งสำเร็จต้องการสำรวจความต้องการบริโภคอาหารกึ่งสำเร็จของประชากรในกรุงเทพมหานคร ถ้าจะใช้สุ่มอย่างง่าย บริษัทจะต้องมีรายชื่อของประชากรในกรุงเทพมหานครทั้งหมด ซึ่งเป็นเรื่องที่ยุ่งยากมาก ถ้าจะใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยจำแนกประชากรตามระดับรายได้ แน่แน่นอนว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้จะกระจุกกระจายไปทั่วกรุงเทพมหานคร ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลภาคสนาม ดังนั้นการสุ่มแบบแบ่งกลุ่มจึงเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด โดยการใช้การแบ่งกรุงเทพมหานครออกเป็นเขตอำเภอ  $n$  เขต แล้วสุ่มเขตอำเภอ  $m$  เขตมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง เรียกว่า การสุ่มแบบแบ่งกลุ่มขั้นเดียว (Single-Stage Cluster Sampling) เมื่อได้เขตอำเภอที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมาแล้ว จำนวนกลุ่มตัวอย่างอาจจะยังมีเป็นจำนวนมากอยู่ บริษัทที่วิจัยอาจจะสุ่มอีกครั้ง จากเขตที่สุ่มได้มา  $m$  เขตประกอบไปด้วยตำบล  $p$  ตำบล แล้วสุ่มตำบลมา  $q$  ตำบลเป็นกลุ่มตัวอย่าง เรียกว่า การสุ่มแบบแบ่งกลุ่มสองขั้นตอน (Two-Stage Cluster Sampling) ถ้าหากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ยังมีจำนวนมากอยู่ อาจสุ่มโดยใช้หมู่บ้าน หรือชุมชนเป็นหน่วยในการสุ่ม เรียกว่า การสุ่มแบบแบ่งกลุ่มหลายขั้นตอน (Multi-Stage Cluster Sampling)

5. การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) มีวิธีการสุ่ม 4 แบบที่อธิบายไว้แล้ว คือ การสุ่มอย่างง่าย การสุ่มอย่างมีระบบ การสุ่มแบบแบ่งชั้น และการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม ในการทำวิจัยจริง ๆ เราอาจจะใช้วิธีการสุ่มที่ซับซ้อนมากกว่านี้ โดยหลักแล้วจะต้องพิจารณาวิธีการสุ่มทั้ง 4 แบบนี้มาใช้ให้ได้ประโยชน์สูงสุดเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการอย่างแท้จริง เรียกว่าการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เช่น ประชากรคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตการศึกษา 10 ใช้การสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม แบ่งออกเป็น 7 จังหวัด สุ่มได้มา 3 จังหวัด ในทั้ง 3 จังหวัดมี 45 โรงเรียน ใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยแบ่งตามขนาดของโรงเรียน คือโรงเรียนขนาดใหญ่ 10 โรงเรียน ขนาดกลาง 12 โรงเรียน และขนาดเล็ก 23 โรงเรียน สุ่มได้โรงเรียนขนาดใหญ่ 2 โรงเรียน ขนาดกลาง 3 โรงเรียน และขนาดเล็ก 5

โรงเรียน ใน 10 โรงเรียนมีนักเรียนทั้งหมด 10,000 คน ใช้การสุ่มอย่างง่ายมา 20% จากจำนวนนักเรียนทั้งหมด ได้ นักเรียนมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง 2,000 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นทั้ง 5 วิธีที่กล่าวมานี้ มีข้อดีและข้อจำกัดพอสรุปได้ดังตาราง ตารางที่ 2.2: ข้อดีและข้อจำกัดของการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2550)

วิธีการสุ่ม	ลักษณะการสุ่ม	ข้อดี	ข้อจำกัด
1. วิธีสุ่มแบบง่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สุ่มจากหน่วยย่อยของประชากร</li> <li>• ทำการสุ่มโดยการจับสลาก ใช้ตารางเลขสุ่มหรือใช้คอมพิวเตอร์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• วิธีการไม่สลับซับซ้อน</li> <li>• ปฏิบัติได้ง่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ต้องมีบัญชีรายชื่อสมาชิกทุกหน่วยของประชากร</li> <li>• ถ้าประชากรขนาดใหญ่ใช้เวลาดำเนินการมาก และมีค่าใช้จ่ายสูง</li> <li>• อาจเกิดความคลาดเคลื่อนได้มาก</li> </ul>
2. วิธีสุ่มแบบเป็นระบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สุ่มจากหน่วยย่อยของประชากร</li> <li>• ทำการสุ่มตัวเริ่มต้น และสุ่มตัวอย่างถัดไปตามช่วงของการสุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• วิธีการไม่สลับซับซ้อน</li> <li>• ปฏิบัติได้ง่าย และสะดวกแม้จะไม่มีรายชื่อสมาชิกทุกหน่วยของประชากร</li> <li>• ถ้าประชากรจัดเรียงไว้อย่างสุ่มวิธีนี้จะมีประสิทธิภาพสูงกว่าวิธีสุ่มแบบง่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ถ้าบัญชีรายชื่อของประชากรจัดเรียงอย่างเป็นระบบ อาจทำให้เกิดความลำเอียงในการสุ่ม</li> <li>• ถ้าหน่วยของประชากรมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงเป็นวงจรหรือช่วง อาจได้ตัวอย่างที่ลำเอียง</li> </ul>
3. วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น	<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีการแบ่งประชากรเป็นชั้น/พวกหรือประชากรย่อยที่มีลักษณะภายในชั้นคล้ายคลึงกัน แต่มีความแตกต่างกันระหว่างชั้น</li> <li>• สุ่มตัวอย่างจากแต่ละชั้นหรือประชากรย่อย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• วิธีนี้ช่วยควบคุมตัวแปรแทรกซ้อนได้</li> <li>• กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีความเป็นตัวแทนประชากรย่อย</li> <li>• สามารถเลือกใช้วิธีการสุ่มที่แตกต่างกันในแต่ละชั้น</li> <li>• มีประสิทธิภาพสูงในเชิงการวิเคราะห์ทางสถิติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การแบ่งประชากรเป็นประชากรย่อย อาจปฏิบัติได้ยาก ขาดขอบเขตที่ชัดเจน</li> <li>• การประมาณค่าพารามิเตอร์มีความสลับซับซ้อน ถ้าแต่ละชั้นใช้วิธีสุ่มแตกต่างกัน</li> </ul>
4. วิธีสุ่มแบบกลุ่ม	<ul style="list-style-type: none"> <li>• หน่วยย่อยของประชากรอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ซึ่งมีความหลากหลายภายในกลุ่ม แต่มีความคล้ายคลึงกันระหว่างกลุ่ม</li> <li>• สุ่มกลุ่มขึ้นมาทำการศึกษาทั้งกลุ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ปฏิบัติได้ง่ายและสะดวก แม้จะไม่มีรายชื่อสมาชิกทุกหน่วยของประชากร</li> <li>• สามารถสุ่มโดยใช้พื้นที่เป็นหน่วยของการสุ่ม</li> <li>• ประหยัดค่าใช้จ่ายในการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่รวมกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ยากที่จะหากกลุ่มที่มีลักษณะความหลากหลายภายใน และมีความเท่าเทียมกันระหว่างกลุ่ม</li> <li>• ประสิทธิภาพจะต่ำ ถ้าระหว่างกลุ่มมีความแตกต่างกันมาก</li> </ul>
5. วิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ประชากรแบ่งเป็นลำดับชั้นแบบลดหลั่น</li> <li>• สุ่มตามลำดับชั้น จนถึงหน่วยย่อยของประชากรที่ต้องการศึกษา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ใช้ได้ดีกับประชากรขนาดใหญ่ที่แบ่งเป็นลำดับชั้นลดหลั่น</li> <li>• สามารถประมาณพารามิเตอร์ตามลำดับชั้นจนเป็นภาพรวมได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีค่าใช้จ่ายสูงในการติดตามกลุ่มตัวอย่างที่อยู่อย่างกระจัดกระจาย</li> <li>• การประมาณค่าพารามิเตอร์จะสลับซับซ้อนถ้ามีจำนวนชั้นของการสุ่มมาก</li> </ul>



## 2.5 ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสงขลา

สงขลา ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกภาคใต้ของประเทศไทยมาแต่สมัยโบราณ มีชุมชนโบราณและเมืองเก่าแก่ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี และการละเล่นพื้นเมือง ศิลปะพื้นบ้านเป็นมรดกทางวัฒนธรรม

### 2.5.1 ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดสงขลาตั้งอยู่ ระหว่างละติจูดที่  $6^{\circ} 17' - 7^{\circ} 56'$  เหนือ ลองจิจูดที่  $100^{\circ} 01' - 101^{\circ} 06'$  ตะวันออก สูงจากระดับน้ำทะเลโดยเฉลี่ย 4 เมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครตามเส้นทางรถไฟ 947 กิโลเมตร และทางหลวงแผ่นดิน 950 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 7,393.889 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,621,181 ไร่ มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 27 ของประเทศ และใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของภาคใต้ รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีอาณาเขต ติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดพัทลุง ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อ่าวไทย ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี รัฐเคดาห์ และรัฐเปอร์ลิส ของประเทศมาเลเซีย และทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดพัทลุง และจังหวัดสตูล ปัจจุบันจังหวัดสงขลาแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 16 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสงขลา อำเภอระโนด อำเภอกระแสสินธุ์ อำเภอสทิงพระ อำเภอสิงหนคร อำเภอกวนเนียง อำเภอรัตภูมิ อำเภอบางกล่ำ อำเภอหาดใหญ่ อำเภอนาหม่อม อำเภอจะนะ อำเภอเทพา อำเภอนาทวี อำเภอสะบ้าย้อย อำเภอสะเดา และอำเภอคลองหอยโข่ง

### 2.5.2 ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดสงขลามีพื้นที่อยู่ในเขตอิทธิพลของลมมรสุมเมืองร้อน มีลมมรสุมพัดผ่านประจำทุกปีคือลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคม ถึงกลางเดือนมกราคม และลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม จากอิทธิพลของลมมรสุมดังกล่าว ส่งผลให้เกิดฤดูกาลเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน – เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนกรกฎาคม ฤดูฝน – เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคมถึงเดือนมกราคม จังหวัดสงขลา ในปี 2543 มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยรวมตลอดปี 2,417.9 มิลลิเมตร จำนวนวันฝนตก 194 วัน ฝนตกมากที่สุดในช่วงเดือนพฤศจิกายน วัดได้ 878.5 มิลลิเมตร ฝนตกน้อยที่สุดในเดือนกรกฎาคม วัดได้ 25.9 มิลลิเมตร อุณหภูมิเฉลี่ย 27.6 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ยทั้งปี 36.1 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ยทั้งปี 21.9 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ 78.4 %

### 2.5.3 แหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่างเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายเป็นเมืองสองทะเล และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน ทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และสินค้าพื้นเมือง เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว อีกทั้งจังหวัดสงขลามีชายแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซียและมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกทำให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวมาเลเซียและสิงคโปร์นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนมาก ดังต่อไปนี้

#### 2.5.3.1 อำเภอเมือง

(1) แหลมสมิหลา อยู่ในเขตเทศบาลเมือง ห่างจากตลาดสดเทศบาลประมาณ 3 กิโลเมตร มีหาดทรายขาวสะอาด และทิวสนอันร่มรื่น

(2) แหลมสนอ่อน ติดกับแหลมสมิหลา ไปทางตะวันตกเฉียงเหนือด้านทิศตะวันตกของแหลมสนอ่อน เป็นทะเลสาบสงขลา บริเวณรอบ ๆ แหลมสนอ่อนมีถนน สามารถชมทิวทัศน์ได้ทั้งทะเลหลวงและทะเลสาบ

(3) สวนเสรี อยู่บริเวณเขาน้อยใกล้แหลมสมิหลา เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่สวยงามอีกแห่งหนึ่ง บริเวณสวนตกแต่งด้วยต้นไม้จัดเป็นรูปต่าง ๆ

(4) เขาน้อย อยู่ใกล้กับแหลมสมิหลา เป็นภูเขาเล็กๆ มีถนนลาดยางขึ้นสู่ยอดเขา เพื่อชมวิวกว้างทัศน์ของเมืองสงขลา

(5) เขาดังกวน อยู่ทางทิศตะวันออกของเขาน้อย มีบันไดทางขึ้นอยู่ใกล้ วัดแหลมทราย (สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 2,000 ฟุต) บนยอดเขามิเจดีย์และตำหนัก ซึ่งสร้างในสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อขึ้นไปบนยอดเขาดังกวนแล้วสามารถมองเห็นทิวทัศน์ของเมืองสงขลาและทะเลสาบสงขลา

(6) แก้วเส้ง อยู่ทางทิศใต้ของหาดสมิหลาประมาณ 3 กิโลเมตร มีถนนแยกจากถนนไทรบุรี ตรงสามแยกสำโรง (โรงพยาบาลประสาท) เป็นหาดที่สวยงามแห่งหนึ่งของสงขลา มีชายหาดหินระเกะระกะอยู่ริมทะเล และมีอยู่ก่อนหนึ่งตั้งเด่นอยู่เหนือชายหาด ซึ่งชาวบ้านเรียกหินก้อนนี้ว่า "หัวนายแรง"

(7) เกาะหนู-เกาะแมว เป็นเกาะใกล้ชายฝั่งขนาดเล็กอยู่นอกแหลมสมิหลา มีหินสวยงามเหมาะสำหรับตกปลา

(8) ทะเลสาบสงขลา เป็นทะเลสาบแห่งเดียวในประเทศไทย มีความยาวจากปากน้ำ ไปทางทิศเหนือประมาณ 80 กิโลเมตร ส่วนกว้างไม่แน่นอนบางตอนแคบ บางตอนกว้างมาก ส่วนที่กว้างที่สุดประมาณ 20-25 กิโลเมตร ทะเลสาบสงขลาเป็น ทะเลสาบน้ำจืด แต่จะกร่อยในช่วงที่ติดกับทะเลตรงปากอ่าว ในทะเลสาบมีเกาะอยู่หลายเกาะที่สำคัญได้แก่ เกาะใหญ่ เกาะสี่ เกาะห้า เกาะแก้ว เกาะหมาก เกาะราย และเกาะยอ

(9) สวนสัตว์สงขลา เป็นสวนสัตว์เปิดริมถนนสงขลา-จะนะ ตำบลเขารูปช้าง มีเนื้อที่ 911 ไร่ มีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์และขยายพันธุ์สัตว์ป่าของไทยคืนสู่ธรรมชาติ พื้นที่เป็นภูเขาเล็กๆ หลายลูก มีถนนลาดยางโดยรอบและแยกชนิดสัตว์ไว้เป็นหมวดหมู่ มีสัตว์มากมายหลายชนิด ทั้งที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศและต่างประเทศ เช่น อูฐ นกชนิดต่างๆ วัวแดง เสือ จระเข้ ฯลฯ นอกเหนือจากสัตว์ป่าชนิดต่างๆอันควรค่าแก่การศึกษา สวนสัตว์สงขลายังมีจุดเด่นที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดคือ จุดชมวิวซึ่งสามารถมองเห็นทัศนียภาพของเมืองสงขลา

(10) วัดมณีมาวาส (วัดกลาง) อยู่ที่ถนนไทรบุรี เป็นวัดใหญ่และสำคัญที่สุดในจังหวัดสงขลา อายุ 400 ปี สร้างตอนปลายอยุธยา เดิมเรียกว่าวัดยายศรีจันทร์ กล่าวกันว่ายายศรีจันทร์ คหบดีผู้มั่งคั่งในเมืองสงขลาได้อุทิศเงินสร้างขึ้น ต่อมาเป็นผู้สร้างวัดเลียบ ทางทิศเหนือ และวัดโพธิ์ ทางทิศใต้ ชาวสงขลาจึงเรียกวัดยายศรีจันทร์ว่า "วัดกลาง" และได้เปลี่ยนชื่อเป็น "วัดมณีมาวาส" โดยพระเจ้าน้อยยาเธอกรมหมื่นวชิรญาณวโรรสคราวเสด็จเมืองสงขลา เมื่อ พ.ศ. 2431 ในวัดมีโบราณสถานที่น่าสนใจหลายแห่ง อาทิ พระอุโบสถ สร้างสมัยรัชกาลที่ 1 เป็นศิลปะประยุกต์ไทย-จีน ภายในมีภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ยังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เช่น ภาพท่าเรือสงขลาที่หัวเขาแดงที่มีการค้าขายกันคึกคัก ชุ่มประดู เป็นศิลปะจีนกับยุโรป และมีพิพิธภัณฑ์ "ภัทรศิลป์" เป็นที่เก็บพระพุทธรูป วัดอุโบราณ ซึ่งรวบรวมมาจากเมืองสงขลา สทิงพระ ระโนด ซึ่งเป็นหลักฐานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ควรค่าแก่การศึกษา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สงขลา ตั้งอยู่ที่ถนนวิเชียรชม เป็นสถาปัตยกรรมแบบจีน อายุกว่า 100 ปี เดิมเป็นบ้านพักส่วนตัวของพระยาสุนทรานุรักษ์ (เนตร ณ สงขลา) ผู้ช่วยราชการเมืองสงขลา สร้างเมื่อ พ.ศ. 2421 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2437 จึงใช้เป็นที่พักและว่าราชการของพระวิจิตรวรศาสตร์ ข้าหลวงพิเศษตรวจราชการเมืองสงขลา ซึ่งต่อมาก็คือเจ้าพระยามรราช (ปั้น สุขุม) หลังจากนั้นใช้เป็นศาลาว่าการมณฑลนครศรีธรรมราชและเป็นศาลากลางจังหวัดจนถึง ปี พ.ศ. 2496 ในปี พ.ศ. 2516 กรมศิลปากรได้ขึ้นทะเบียนอาคารนี้เป็นโบราณสถานและปรับปรุงเป็น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ และเปิด

อย่างเป็นทางการเมื่อ พ.ศ. 2525 ภายในพิพิธภัณฑ์จัดแสดงศิลปวัตถุภาคใต้ตอนล่าง และเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ทางด้านโบราณคดี ประวัติศาสตร์ศิลปะชาติพันธุ์วิทยา ศิลปะจีน ศิลปะพื้นบ้านพื้นเมือง อาทิ บ้านประตูไม้เดิมของจวน เป็นศิลปะพุทธศตวรรษที่ 24 ทำด้วยไม้จำหลักเขียนสีและประดับมุกฝีมือช่างชาวจีนชั้นครู แสดงออกถึงคตินิยมในธรรมเนียมประเพณี วรรณคดี ศาสนาตามแบบจีนที่วิจิตรงดงามยิ่งความสมบูรณ์อยู่มาก โบราณวัตถุสมัยก่อนประวัติศาสตร์แหล่งโบราณคดีจากบ้านเชียง และกาญจนบุรี

(11) เจดีย์บรรจุพระบรมธาตุวัดชัยมงคล อยู่ด้านหน้าสถานีรถไฟสงขลา มีเจดีย์บรรจุพระบรมธาตุซึ่งได้มาจากศรีลังกา เมื่อ พ.ศ. 2435 ปัจจุบันเป็นวัดหลวง มีอุโบสถ และศาลาการเปรียญ

(12) พิพิธภัณฑ์พะอำมะรงค์ (พะอำมะรง) ตั้งอยู่ที่ถนนจะนะใกล้กับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสงขลา ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งบ้านพักเดิมของรองอำมาตย์โทขุนวินิจทัศนกรรม (บึ้ง ดิณสุลานนท์) บิดาของ ฯพณฯ พลเอกเปรม ดิณสุลานนท์ พิพิธภัณฑ์ฯ เป็นสถาปัตยกรรมแบบเรือนไทยที่สร้างขึ้นเพื่อจำลองสถานที่เกิดของ ฯพณฯ พลเอกเปรม ดิณสุลานนท์ อดีตนายกรัฐมนตรีและรัฐบุรุษซึ่งเป็นชาวจังหวัดสงขลา จากคำบอกเล่าความทรงจำในอดีตสมัยที่บิดาของท่านดำรงตำแหน่งพัสดิเรือินจำ สงขลา “พะอำมะรง” เป็นตำแหน่งเก่าของข้าราชการกรมราชทัณฑ์ ที่มีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีควบคู่กับตำแหน่งพัสดิ ปรากฏหลักฐานอยู่ในกฎหมายตราสามดวง และอัยการลักษณะต่าง ๆ ตำแหน่งพะอำมะรงได้ใช้ติดต่อกันมาตลอดจนได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติ ราชทัณฑ์ พ.ศ. 2479 ตำแหน่งพะอำมะรงจึงได้ถูกยกเลิกไป พิพิธภัณฑ์ฯ

(13) วัดเกาะถ้ำ อยู่ห่างจากสามแยกสำโรง ตามเส้นทางสายสงขลา-นาทวี ประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นวัดเก่าแก่วัดหนึ่ง มีรอยพระพุทธบาทจำลองอยู่บนยอดเขา

(14) บ้านศรีทธา เป็นบ้านที่ชาวสงขลาพร้อมใจกันสร้างเพื่อเป็นอนุสรณ์สถานสำคัญทางประวัติศาสตร์มอบให้กับ ฯพณฯ พลเอกเปรม ดิณสุลานนท์ องคมนตรีและรัฐบุรุษ ในสมัยที่ยังดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี สร้างเสร็จเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2534 ต่อมาท่านได้มอบบ้านศรีทธานี้คืนให้กับชาวสงขลาเมื่อปี พ.ศ. 2539 พร้อมกันนี้ชาวจังหวัดสงขลาได้จัดสร้างอาคารหอสมุดกาญจนาภิเษกขึ้น ตรงเชิงเขาใกล้กับบ้านศรีทธาและเปิดเป็นที่ศึกษาค้นคว้า บ้านศรีทธาตั้งอยู่บนเนินเขา ใกล้กับบ้านศรีทธา และเปิดเป็นที่ศึกษาค้นคว้าและท่องเที่ยว บ้านศรีทธานี้เป็นสิ่งที่ แสดงถึงศรีทธาที่ชาวสงขลามิต่อ ฯพณฯ พลเอกเปรม ดิณสุลานนท์

(15) พิพิธภัณฑ์คดิชวินวิทยา-สถาบันทักษิณคดีศึกษา ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลเกาะยอ อำเภอเมืองสงขลา บริเวณใกล้เชิงสะพานดิณฯ ตอนเหนือ และอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 4146 มีพื้นที่ทั้งหมด 23 ไร่ 1 งาน 39.9 ตารางวา พื้นที่ส่วนหนึ่งอยู่บริเวณเชิงเขา และอีกส่วนหนึ่งอยู่บนยอดเขา และเมื่อขึ้นไปอยู่บนสุดของพื้นที่ จะสามารถมองเห็นทะเลสาบส่วนที่ล้อมเกาะทั้ง 3 ด้าน ซึ่งสถาบันแห่งนี้ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2521 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ และมีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ไว้ เช่น ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านจิตรกรรมฝาผนัง เครื่องดนตรีพื้นบ้านตลอดจนผลิตภัณฑ์งานฝีมือต่างๆ สถาบันทักษิณคดีศึกษาประกอบด้วยส่วนสำคัญ 5 ส่วนคือ พิพิธภัณฑ์คดิชวินวิทยา อุทยานวัฒนธรรมศูนย์วิทยบริการด้านวัฒนธรรม งานส่งเสริมและเผยแพร่และหมู่บ้านวัฒนธรรมสาธิต

(16) เกาะยอ เป็นเกาะเล็ก ๆ ในทะเลสาบสงขลา เดินทางโดยข้ามสะพานดิณสุลานนท์ ไปตามเส้นทาง จากตัวเมืองใช้ทางหลวงหมายเลข 407 และเลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวง 4083 ทางไปอำเภอสิงหนคร เกาะยอมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 9,275 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นไหล่เขาและที่ราบตามเชิงเขา เหมาะแก่การเกษตรกรรม บนเกาะ

ยอมมีการทำสวนผลไม้แบบผสมรวม หมายถึงผลไม้จะผลัดกันให้ผลผลิตตลอดปี เช่น ส้มโอ มะพร้าว ขนุน ผลไม้ที่มีชื่อของเกาะยอคือ จำปาตะ ลักษณะคล้ายขนุนแต่ลูกเล็กกว่า สามารถนำไปทอดเหมือนกล้วยแขก หรือจะกินสดก็ได้ และผ้าทอเกาะยอ เป็นผ้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากผู้นิยมสวมใส่ผ้าไทย มีลายที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ลายราชวัติ ดอกพิกุล ดอกพะยอม เนื้อผ้าดูแลรักษาง่าย นอกจากนี้เกาะยอยังเป็นแหล่งเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชังในทะเลสาบสงขลาอีกด้วย

(17) สะพานดินสุลานนท์ เป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงที่เชื่อมระหว่างทางหลวงหมายเลข 407 สายหาดใหญ่-สงขลา กับทางหลวง 408 สายสงขลา-ระโนด โดยสะพานแห่งนี้ เป็นสะพานข้ามทะเลสาบสงขลา แบ่งออกเป็นสองช่วง คือช่วงแรก เชื่อมระหว่างชายฝั่ง อ.เมือง สงขลา บริเวณบ้านน้ำกระจ่าย กับเกาะยอตอนใต้ ความยาวรวมเชิงสะพานทั้งสองด้าน 1,140 เมตร ช่วงที่ 2 เชื่อมระหว่างฝั่งด้านเหนือของเกาะยอกับฝั่งบ้านเขาเขียว ความยาวทั้งทั้งสิ้น 1,800 เมตร สะพานนี้เริ่มก่อสร้างเมื่อ 26 มีนาคม 2527 และเสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2529 สะพานแห่งนี้ได้กลายเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยว ที่จะต้องเดินทางแวะชมควบคู่ไปกับการมาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารที่เกาะยอ

(18) สถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ตั้งอยู่บริเวณ ปลายแหลมสนอ่อน เป็นโครงการที่ดำเนินการก่อสร้างใน ปี พ.ศ. 2549 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาเกี่ยวกับระบบนิเวศทางน้ำและพันธุ์สัตว์น้ำหลากหลายชนิด มีเนื้อที่รวม ประมาณ 7.5 ไร่ ตัวอาคารมีเนื้อที่ 2 ไร่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนน้ำจืด เป็นการจำลองน้ำตกที่มีชื่อเสียงของ ภาคใต้ และการแสดงพันธุ์ปลาน้ำจืด ส่วนน้ำกร่อย เป็นการจำลองระบบนิเวศของน้ำ เช่น ป่าชายเลน พืช และสัตว์ที่อาศัยบริเวณป่าชายเลน ส่วนทะเล มีสัตว์ทะเลและพันธุ์ปลาหลากหลายชนิด

(19) ประติมากรรมพญานาคพ่นน้ำ เป็นโครงการที่เทศบาลนครสงขลา สรรค์สร้างขึ้นเพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณ ชายหาดสมิหลาให้เป็นสถานที่พักผ่อนของ นักท่องเที่ยวและชาวสงขลา โดยนำเอา คติความเชื่อเกี่ยวกับพญานาคที่เชื่อว่า "พญานาค" เป็นสัญลักษณ์ของการกำเนิดน้ำและความอุดมสมบูรณ์ ชาวใต้จึงนับถือพญานาคเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์และกราบไหว้ขอพร เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตนับเป็นแหล่งการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมแห่งใหม่ที่เกิดขึ้นของชาวสงขลา ประติมากรรมพญานาคพ่นน้ำเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของจังหวัดสงขลา มีลักษณะแบบลอยตัวสามารถมองเห็นได้รอบด้าน เนื้อวัตถุเป็นโลหะทองเหลืองรมสนิมเขียวออกแบบโดยอาจารย์มนตรี สังข์มุสิกานนท์ (รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยทักษิณคนปัจจุบัน) มีการสร้างขึ้นเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง หัวพญานาค ตั้งอยู่บริเวณสวนสองทะเล ปลายแหลมสนอ่อน มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของลำตัว 1.20 เมตร ความสูงจากฐานลำตัวจนถึงปลายยอดสุดประมาณ 9 เมตร พ่นน้ำลงสู่ปากอ่าวทะเลสาบสงขลา ส่วนที่สอง สะดือพญานาค ตั้งอยู่บริเวณลานชมดาว สนามสระบัว แหลมสมิหลา ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของลำตัว 1.20 เมตร ความยาว 5.00 เมตร ความสูง 2.50 เมตร ลักษณะลำตัวโค้งครึ่งวงกลม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ลอดใต้สะดือพญานาคให้เกิดความเป็นสิริมงคลแก่ตนเอง ส่วนที่สาม หางพญานาค ตั้งอยู่บริเวณชายหาดสมิหลาริมถนนสะเดา (หลังสนามกอล์ฟ) ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 1.20 เมตร ความยาว 4.00 เมตร ความสูง 4.50 เมตร

### 2.5.3.2 อำเภอหาดใหญ่

(1) หาดใหญ่ เมืองศูนย์กลางด้านการค้าและธุรกิจของภาคใต้ ซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และเป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ เนื่องจากอยู่ห่างจากด่านสะเดาเพียง 60

กิโลเมตร ปัจจัยที่ทำให้มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมากก็คือ การเป็นศูนย์กลางทางด้านต่างๆ ธุรกิจการค้า การขนส่ง การสื่อสาร การคมนาคม การศึกษา และการท่องเที่ยว ตัวเมืองหาดใหญ่เป็นเมืองที่ค่อนข้างจะทันสมัย ประกอบด้วยอาคารบ้านเรือน ร้านค้าพาณิชย์ต่างๆ มากมาย นักท่องเที่ยวอาจจะเดินชมสินค้าต่างๆ อย่างเพลิดเพลิน โดยตั้งต้นจากจุดหนึ่งในย่านกลางใจเมือง เช่น ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2 หรือ 3 แล้วท่านจะพบสินค้าแปลกๆ ใหม่ที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ศูนย์การค้ามีหลายแห่งคือ ศูนย์การค้าลิโด้ ศูนย์การค้าไอเดียน ถนนเสนาหานุสรณ์ ศูนย์การค้าหาดใหญ่พลาซ่า และตลาดซีกิมหยง ถนนเพชรเกษม ซึ่งย่านการค้าเหล่านี้อยู่ในบริเวณกลางใจเมืองที่สามารถเดินไปถึงได้อย่างสะดวก

(2) วัดหาดใหญ่ใน ถนนเพชรเกษมใกล้สะพานคลองอู่ตะเภา มีพระนอนขนาดใหญ่ประดิษฐานขนาดยาว 35 เมตร สูง 15 เมตร กว้าง 10 เมตร ชื่อพระพุทธรูปหัตถมงคล

(3) สวนสาธารณะเทศบาลเมืองหาดใหญ่ ริมถนนกาญจนวนิช เส้นทางหาดใหญ่-สงขลา ห่างจากตัวเมืองหาดใหญ่ 6 กิโลเมตร เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวหาดใหญ่และบริเวณใกล้เคียง ตลอดจนนักท่องเที่ยวต่างชาติ บริเวณสวนตกแต่งด้วยไม้ดอกไม้ประดับอย่างงดงาม มีศาลากลางน้ำ และสวนสัตว์ มีร้านอาหารที่จอดรถกว้างขวางไว้คอยบริการ

(4) น้ำตกโตนงาช้าง ตั้งอยู่ที่ตำบลทุ่งเสาห่างจากตัวเมืองอำเภอหาดใหญ่ประมาณ 26 กิโลเมตร เป็นน้ำตกที่สวยงามแห่งหนึ่งในภาคใต้ อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าโตนงาช้าง เป็นน้ำตกที่สวยงามแห่งหนึ่งในภาคใต้ อยู่ห่างจากอำเภอ หาดใหญ่ประมาณ 26 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางหาดใหญ่-รัตภูมิ ประมาณ 13 กิโลเมตร น้ำตกโตนงาช้างมีด้วยกันทั้งหมด 7 ชั้น ชั้นที่สวยงามและเป็นชื่อของน้ำตกคือ ชั้นที่ 3 ซึ่งมีสายน้ำตกแยกออกมา ลักษณะคล้ายงาช้าง อันเป็นที่มาของคำว่า "โตน" ภาษาพื้นเมืองแปลว่า น้ำตกโตนงาช้าง หมายถึง น้ำตกรูปร่างงาช้างภายในบริเวณน้ำตกโตนงาช้างยังมีเส้นทางเดินป่าไว้ให้นักท่องเที่ยวที่รักการผจญภัย เข้าถึงธรรมชาติ

(5) วัดถ้ำเขารูปช้าง ตั้งอยู่ตำบลป่าดงเบขาร์ ห่างจากตลาดป่าดงเบขาร์ประมาณ 13 กิโลเมตร เป็นวัดที่ใช้ถ้ำเป็นศาสนสถาน ภายในถ้ำแบ่งออกเป็นห้องๆ หลายห้อง มีหินงอกหินย้อยอันวิจิตรงดงาม รอบๆ บริเวณวัดมีบรรยากาศสงบร่มรื่น

### 2.5.3.3 อำเภอจะนะ

(1) ฟาร์มนกเขาชวา (นกเขาลีเก้) อยู่ที่อำเภอจะนะ ห่างจากตัวเมืองสงขลาและหาดใหญ่ประมาณ 40 กิโลเมตร การเลี้ยงนกเขาชวานั้นเป็นที่นิยมของชาวจะนะมากพอ ๆ กับชาวสุรินทร์เลี้ยงช้างทีเดียว แทบทุกบ้านจะมีกรงนกพร้อมกันซัก นิยมจัดประกวดนกเขา ระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม นกที่ชนะการประกวดจะมีราคาแพงมาก ปกติลูกนกเขาอายุประมาณ 1 เดือนก็จำหน่ายได้แล้ว ปัจจุบันมีฟาร์มเพาะเลี้ยงนกเขาชวาเพื่อจำหน่ายขนาดใหญ่หลายแห่ง เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่นักเลี้ยงนกเขาของประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

(2) วัดขวด หรือสถานปฏิบัติธรรมโคกสัก ตั้งอยู่หมู่ 5 บ้านคลองทาน ตำบลบ้านแค ห่างจากอำเภอหาดใหญ่ 50 กิโลเมตร วัดนี้สร้างเมื่อปี 2536 โดยการนำขวดเก่าหลากสีหลายรูปแบบที่ชาวบ้านบริจาค นำมาสร้างอุโบสถ โรงธรรม กุฏิ เจดีย์ ฝาผนัง กลายเป็นสถาปัตยกรรมอันโดดเด่นสวยงาม ทำให้มีผู้มาชมเป็นจำนวนมาก ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การเดินทาง ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 408 (จะนะ-นาทวี) บริเวณกิโลเมตรที่ 43 หน้าโรงเรียนบ้านแค จะมีถนนเข้าไปถึงวัดขวด ประมาณ 6 กิโลเมตร

#### 2.5.3.4 อำเภอกระแสดินธุ์

(1) สวนพระเทพ บ้านทุ่งบัว หมู่ที่ 1 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ มีสถานที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง และผลไม้ต่าง ๆ ในตำบล เช่นจำปาตะ ขนุน และอื่น ๆ

(2) บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและเป็นศูนย์รวมทางด้านจิตใจของชาวบ้านที่เชื่อว่าหากเจ็บไข้ได้ป่วยแล้วเมื่อได้ดื่มน้ำจากบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์แล้วจะหายจากอาการเจ็บป่วย อันเป็นเหตุมาจากรัชกาลที่ 5 ได้เสด็จประพาสเกาะสีเกะท่า จังหวัดพัทลุง และได้เสด็จเข้ามาในบริเวณบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ และเสด็จพักที่พลับพลา และทรงประหาร พระองค์ทรงเสวยน้ำในบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ ทำให้หายจากการประชวร ทำให้ชาวบ้านเกิดความศรัทธา

#### 2.5.3.5 อำเภอสิงหนคร

(1) เจดีย์พี่น้องยอดเขาแดง - เจดีย์องค์ดำ ตั้งอยู่บนยอดเขาแดง ตำบลเขาแดง อำเภอสิงหนคร เจ้าพระยาคลัง (ดิศ บุนนาค) สมเด็จพระยาองค์ใหญ่ หรือ สมเด็จพระยาบรมมหาประยูรวงศ์สร้างไว้เป็นที่ระลึกเมื่อครั้งปราบกบฏเมืองไทรบุรี เมื่อปี พ.ศ. 2373

(2) เจดีย์องค์ขาว พระยาศรีพิพัฒน์ (ทัต บุนนาค) สมเด็จพระยาองค์น้อย หรือสมเด็จพระยามหาพิชัยญาติ สร้างไว้เป็นที่ระลึก เมื่อครั้งปราบกบฏเมืองไทรบุรี บัตตานี ปีนัง และมลายู เมื่อปราบกบฏได้แล้ว พระยาศรีพิพัฒน์จัดราชการเมืองสงขลาอยู่ 2 ปี และได้สร้างเจดีย์ไว้บนยอดเขากลางเมืองสงขลาอีกองค์หนึ่งคู่กัน แล้วจึงยกทัพกลับกรุงเทพฯ

#### 2.5.3.6 อำเภอรัตนภูมิ

(1) วนอุทยานน้ำตกบริพัตร ตั้งอยู่ในเขต อ.รัตนภูมิ ห่างจาก อ.เมือง ตามทางหลวง 52 กิโลเมตร หมายเลข 406 ระหว่างกิโลเมตร 35-36 แยกทางลูกรังเข้าไป 1 กิโลเมตร

#### 2.5.3.7 อำเภอเทพา

(1) หาดสะกอม อยู่ทางใต้ของเส้นทาง สงขลา-จะนะ-เทพา ห่างจากตัวเมืองสงขลา ระยะทาง 53 กิโลเมตร และห่างจากอำเภอจะนะ 15 กิโลเมตร มีถนนลูกรังเข้าถึงชายหาด ซึ่งมีความยาวประมาณ 1 กิโลเมตร นับเป็นสถานที่เหมาะแก่การพักผ่อน แคมป์ปิ้ง และสามารถเช่าเรือประมงข้ามไปตกปลาที่เกาะขาม ซึ่งมีปลาชุกชุม อยู่ห่างจากฝั่งประมาณ 2 กิโลเมตร และบริเวณหาดแห่งนี้มีอาหารทะเลสดๆ ให้เลือกมากมาย

(2) หาดสร้อยสวรรค์ เป็นสถานที่พักผ่อนริมทางที่แขวงทางหลวง จังหวัดสงขลา จัดสร้างให้นักท่องเที่ยวแวะพักผ่อน อยู่บริเวณกิโลเมตรที่ 27 ช่วงอำเภอจะนะไปอำเภอเทพา ชายหาดมีความยาว 3-4 กิโลเมตร

(3) หาดปากบางสะกอม ที่ตั้ง บ้านปากบาง ตำบลสะกอม อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา เป็นชายหาดที่เกิดจากโครงสร้างธรรมชาติ เป็นหาดทรายยาวประมาณ 2 กิโลเมตร คลื่นได้ซัดทรายขึ้นมากองในยามมรสุม

#### 2.5.3.8 อำเภอสิงหนคร

(1) อุทยานนกน้ำคูขุด (เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา) ตั้งอยู่ที่บ้านคูขุด หมู่ที่ 4 ตำบลคูขุด อำเภอสิงหนคร ห่างจากที่ว่าการอำเภอสิงหนครเข้าไปทางแยกประมาณ 3 กิโลเมตรอยู่ที่คเหนือห่างจากสงขลา 32 กิโลเมตร ได้รับการประกาศเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ทะเลสาบสงขลา เมื่อวันที่ 13 เมษายน 2518 และเป็นอุทยานนกน้ำที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย มีพื้นที่อยู่ในเขตรับผิดชอบทั้งหมด 227,916 ไร่ (365 ตารางกิโลเมตร) ครอบคลุมพื้นที่ อ.เมือง สงขลา อ.รัตนภูมิ อ.สิงหนคร และอ.กระแสดินธุ์ และพื้นที่ส่วนหนึ่งติดต่อกับ อ.ปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

(2) วัดเจ้ทึงพระ ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลเจ้ทึงพระ ห่างจากที่ว่าการอำเภอสทิงพระประมาณ 200 เมตร เดิมเรียกว่า "วัดสทิงพระ" สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1542 ภายในวัดมีโบราณสถานซึ่งเป็นศิลปะสมัยศรีวิชัยที่น่าสนใจ เช่น เจดีย์พระมหาธาตุ วิหารพระพุทธไสยาสน์ หอระฆัง

(3) หาดสทิงพระ อยู่ตรงข้ามกับที่ว่าการอำเภอสทิงพระ มีถนนแยกขวาเข้าไปอีก 500 เมตร หาดสทิงพระเป็นชายหาดยาวประมาณ 3 กิโลเมตร

#### 2.5.3.9 อำเภอหาทวี

(1) อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง มีพื้นที่ประมาณ 220 ตารางกิโลเมตร ในท้องที่อำเภอหาทวีและ สะเดา ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2534 การเดินทางจากหาทวีใช้เส้นทางหาทวี-บ้านสะท้อน-บ้านนาปรัง-บ้านลุ่ม ตำบลปลักหน สภาที่น่าสนใจในเขตอุทยานได้แก่ น้ำตกโตนลาด น้ำตกโตนดาดฟ้า และอุโมงค์ธรรมชาติซึ่งเคยเป็นค่ายพักของผู้ฝึกฝึกลัทธิคอมมิวนิสต์

(2) อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง ตั้งอยู่ในบริเวณเขาน้ำค้าง หมู่ 1 ตำบลคลองขวาง ห่างจากที่ทำการอุทยานประมาณ 4 กิโลเมตร สถานที่แห่งนี้รู้จักกันในนามหมู่บ้านปิยมิตร 5 ในอดีตเป็นหมู่บ้านคอมมิวนิสต์ หลังการสู้รบกับฝ่ายรัฐบาลเกือบ 40 ปี พรรคคอมมิวนิสต์ได้ประกาศยุติการสู้ เข้าร่วมเป็นร่วมพัฒนาชาติไทยเมื่อปี พ.ศ. 2530 อุโมงค์แห่งนี้มีขนาดใหญ่และยาวที่สุดในประเทศไทย ขุดด้วยกำลังคน ใช้เวลาประมาณ 2 ปี ภายในแบ่งเป็น 3 ช่องทาง ลึก 3 ชั้น มีบันไดเชื่อมระหว่างชั้นเข้า-ออกได้หลายช่อง ความยาวตลอดเคี้ยวชั้นลงภายในอุโมงค์ประมาณ 1,000 เมตร สามารถบรรจุคนได้ประมาณ 200 คน ภายในอุโมงค์แบ่งเป็นห้องๆ เช่น ห้องประชุม ห้องพยาบาล ห้องวิทยุ ห้องครัว สนามยิงซ้อมยิงปืน ฯลฯ

#### 2.5.3.10 อำเภอสะบ้าย้อย

(1) วัดถ้ำตลอด ตั้งอยู่ที่บ้านถ้ำตลอด หมู่ที่ 6 ตำบลเขาแดง อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอสะบ้าย้อย ประมาณ 25 กิโลเมตร ตามถนนสาย รพช. (ต.สะบ้าย้อย-ต.เขาแดง) วัดถ้ำตลอด สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย บริเวณวัดมีถ้ำสวยงามมาก เรียกกันว่า "ถ้ำตลอด" มีลักษณะคล้ายอุโมงค์ขนาดใหญ่ ผ่านทะลุออกไปอีกฟากหนึ่งของภูเขา บริเวณถ้ำมี 3 คูหา มีพระพุทธรูปเก่าแก่ สร้างด้วยไม้ใบกปูนซีเมนต์ มีอายุหลายร้อยปีมาแล้วตามหลักฐานการจัดตั้งวัดแห่งนี้ ตั้งเมื่อ พ.ศ. 2219 ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา นับตั้งแต่ พ.ศ. 2275 เป็นที่เคารพนับถือของราษฎรโดยทั่วไป มีพระพุทธรูปปางสมาธิ ปางไสยาสน์ทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ ประมาณ 100 องค์ และยังมีรูปยักษ์ขนาดใหญ่ สูง 6 เมตร ยืนอยู่หน้าถ้ำ

(2) ถ้ำรูนกสั๊ก ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลคูหา อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอสะบ้าย้อย ประมาณ 14 กิโลเมตร (ตามถนนสาย รพช. ต.สะบ้าย้อย-ต.เขาแดง) ระหว่างทางจะมีป้ายด้านขวามือแสดงเส้นทางเข้าไปยังถ้ำรูนกสั๊ก ซึ่งเป็นถ้ำที่สวยงามอีกแห่งหนึ่ง มีลำธารไหลผ่านกลางถ้ำ มีหินงอกหินย้อยรูปร่างลักษณะต่างๆ มากมาย เป็นถ้ำที่ทะลุกัน ยาวประมาณ 300 เมตร บางตอนของถ้ำมืดและบางตอนสว่าง

#### 2.5.3.11 อำเภอบางกล่ำ

(1) วัดคงคาเลียบ ตั้งอยู่ที่บ้านหนองขน หมู่ที่ 5 ตำบลท่าช้าง สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย วัดนี้เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่พุทธศาสนิกชนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศไปเยือนอยู่เสมอ

## 2.5.4 ที่พัก ร้านอาหารและบริษัททัวร์ภายในจังหวัดสงขลา

### 2.5.4.1 ที่พัก

จังหวัดสงขลามีโรงแรมขนาดต่างๆ รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ จำนวนมากในอำเภอหาดใหญ่ อำเภอเมืองฯ อำเภอสิงหนคร อำเภอสะเดา และอำเภอเทพา ราคาห้องพักเริ่มตั้งแต่หลักร้อยไปจนถึงหลายพันบาท ขึ้นอยู่กับประเภทของห้องพัก นอกจากนี้บนเกาะยอ อำเภอเมืองฯ มีที่พักแบบโฮมสเตย์ ดำเนินการโดยชาวบ้านที่รวมกลุ่มกันจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยยังคงรูปแบบวัฒนธรรมความเป็นอยู่ และวิถีชีวิตพื้นบ้านแบบดั้งเดิมไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสอย่างใกล้ชิด มีบริการที่พัก อาหาร และนำเที่ยวในราคาที่ไม่แพง และที่สถาบันทักษิณคดีศึกษา มีห้องพักบริการให้นักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้สงขลายังมีอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้างและอุทยานแห่งชาติสันกาลาคีรี ที่มีบริการบ้านพัก จุดกางเต็นท์ และเต็นท์ให้เช่าในราคาที่ย่อมเยา สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบและต้องการใกล้ชิดธรรมชาติเป็นพิเศษ รวมทั้งผู้ที่นิยมการพักผ่อนในบรรยากาศแบบแคมป์ปิ้งด้วย ซึ่งแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

#### สงขลา

- โรงแรม จำนวน 37 เช่น พาวิลเลียน ,ราชมั่งกลา พาวิลเลียน บีช , บี พี สมิหลา บีช, หาดแก้ว , วีว่า เป็นต้น
- เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จำนวน 1 คือ สถาบันทักษิณคดีศึกษา
- รีสอร์ทและสปา จำนวน 19 เช่น เทพา บีช, สทิงปุระ, ระโนด, ลีลา เป็นต้น
- โฮมสเตย์ จำนวน 1 คือ อ่าวทราย
- B&Bsและเกสต์เฮาส์ จำนวน 4 คือ เอ็มเค เบอร์ลิน อัมสเตอร์ดัมและวัชชากร
- พื้นที่กางเต็นท์และแคมป์ปิ้งจำนวน 1 คือ อุทยานนกน้ำคูขุด
- คอนโด, อพาร์ทเมนท์และแมนชั่น จำนวน 1 คือ สงขลาอพาร์ทเมนท์

#### หาดใหญ่

- โรงแรม จำนวน 91 เช่น โนวาเทล เซ็นทรัล สุคนธา, สิงห์โกลด์เด็นคราวน์, ไดอิชิ, ลีการ์เด็นท์ พลาซ่า, สยาม เซ็นเตอร์, นิวซีชัน เป็นต้น
- เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จำนวน 2 คือ สายทิพย์ และ เหมือนฝัน
- รีสอร์ทและสปา จำนวน 19 เช่น ปาล์ม ซาเล็ด, ท่าไทร, ณัฐวดี เป็นต้น
- B&Bsและเกสต์เฮาส์ จำนวน 11 คือ คาเชย์, สรศิลป์, หลุยส์, ลัดดา เป็นต้น
- คอนโด, อพาร์ทเมนท์และแมนชั่น จำนวน 1 คือ ไฮแมนชั่น

### 2.5.4.2 ร้านอาหาร

อาหารการกินในหาดใหญ่มีให้เลือกมากมายและหลากหลายเชื้อชาติ ทั้งไทย จีน และมาเลเซีย มีขายในร้านอาหารและภัตตาคารทั่วมืองหาดใหญ่ หรือตลาดสดตอนเช้า สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบลิ้มรสอาหารท้องถิ่น ร้านอาหารในตัวเมือง ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และในตลาดสด มีอาหารพื้นเมืองปักษ์ใต้หลายเมนูให้ลองชิม สำหรับสถานบันเทิงแนวไนต์ไลฟ์นั้น นอกจากนี้ ในโรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่ก็มีผับ บาร์ ที่นำไปนั่งจิบเครื่องดื่มพร้อมฟังดนตรีเพราะๆ ในยามค่ำคืน



สงขลา เช่น ด็อกเตอร์กูล, สมิหลาซีสปอร์ต, ชมจันทร์, นันท์ก้วยเตี้ยมะนาว, สองแสน, ตันยอ, บ้านเย, สวนอาหาร 2 ทะเล เป็นต้น

หาดใหญ่ เช่น นัดพบยูงทอง, ก้วยเตี้ยสองพี่น้อง, โคนเสม็ดขุน, โกอ้วน, หมี่ไก่, โกงีเยะ, ข้าวต้มนายยาว, ต่อฮวด, ชูการ์รีอ็อค เป็นต้น

#### 2.5.4.3 บริษัททัวร์

สำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว วิธีที่ดีที่สุดคือซื้อทัวร์หรือแพ็คเกจทัวร์จากบริษัทผู้ประกอบการที่มีความชำนาญในพื้นที่ นอกจากจะได้เดินทางท่องเที่ยวโดยมีมัคคุเทศก์ที่รู้จักจริงคอยให้คำแนะนำและบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ แล้ว ยังได้ท่องเที่ยวแบบคุ้มค่าเวลาอีกด้วย ซึ่งในมีบริษัททัวร์ที่ให้บริการอยู่ในจังหวัดสงขลา เช่น หาดใหญ่สมายล์ ทัวร์ เจ็อกทองฮอลิเดย์ หาดใหญ่ เทลเวล ชันนี่ทัวร์ เป็นต้น

#### 2.5.4.4 การเดินทาง

สงขลาอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 950 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่จังหวัดสงขลาได้หลายวิธี ทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง รถไฟ และเครื่องบิน ดังนี้

**โดยรถไฟ:** การรถไฟแห่งประเทศไทยมีบริการรถไฟออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไปยังอำเภอหาดใหญ่ทุกวัน ทั้งรถธรรมดา รถเร็ว รถด่วน และรถด่วนพิเศษ สอบถามรายละเอียดได้ที่การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร. 1690 สถานีรถไฟหาดใหญ่ โทร. 0 7424 3705 หรือ [www.railway.co.th](http://www.railway.co.th)

**โดยรถยนต์:** จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 35 (ถนนพหลโยธิน 2 หรือถนนธนบุรี-ปากท่อ) ผ่านจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม อำเภอปากท่อ แล้วแยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ผ่านจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ จนถึงชุมพร แล้วใช้ทางหลวงหมายเลข 41 ผ่านจังหวัดสุราษฎร์ธานี อำเภอทุ่งสง จนถึงจังหวัดพัทลุง บรรจบกับทางหลวงหมายเลข 4 อีกครั้ง แล้วขับต่อไปจนถึงอำเภอหาดใหญ่ และจังหวัดสงขลา รวมระยะทางประมาณ 950 กิโลเมตร

**โดยรถประจำทาง:** มีรถโดยสารปรับอากาศของบริษัท ขนส่ง จำกัด และของเอกชน สายกรุงเทพฯ-สงขลา และกรุงเทพฯ-หาดใหญ่ ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี ทุกวัน วันละหลายเที่ยว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 12 ชั่วโมง สอบถามรายละเอียดได้ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร.1490 [www.transport.co.th](http://www.transport.co.th) ปัจจุบันบริษัทขนส่ง จำกัด ได้เปิดให้บริการจองตั๋วรถโดยสารออนไลน์แล้ว ติดต่อได้ที่ [www.thaiticketmajor.com](http://www.thaiticketmajor.com) นอกจากนี้ยังสามารถซื้อตั๋วออนไลน์ได้ที่ไทยรูท ดอทคอม [www.thairoute.com](http://www.thairoute.com)

**โดยเครื่องบิน:** จังหวัดสงขลา มีสนามบินนานาชาติอยู่ที่อำเภอหาดใหญ่ การบินไทย นกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย และวัน ทู โก มีเที่ยวบินไป-กลับ กรุงเทพฯ-หาดใหญ่ ทุกวัน สอบถามข้อมูลการเดินทาง ตารางเที่ยวบิน และสำรองที่นั่งได้ที่

การบินไทย โทร. 0 2356 1111 [www.thaiairways.co.th](http://www.thaiairways.co.th)

นกแอร์ โทร. 1318 [www.nokair.com](http://www.nokair.com)

ไทยแอร์เอเชีย โทร. 0 2515 9999 [www.airasia.com](http://www.airasia.com)

วัน ทู โก โทร. 1126 [www.fly12go.com](http://www.fly12go.com)

การเดินทางภายใน สงขลา

ในตัวจังหวัดสงขลา มีรถชนิดต่างๆ ให้บริการ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการยานพาหนะต่างๆ ได้หลายรูปแบบตามความเหมาะสมรถสองแถว มีวิ่งบริการจากสถานีขนส่งไปยังที่ต่างๆ ในตัวเมือง นักท่องเที่ยวอาจสามารถสองแถวไปเที่ยวได้ทั้งในเมืองและต่างอำเภอ คิดราคาวันละ 1,000-2,000 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทางและการต่อรอง

รถสามล้อเครื่องและมอเตอร์ไซค์รับจ้าง จอดอยู่ตามจุดต่างๆ ในจังหวัด เช่น หน้าตลาดเทศบาล หน้าสถานีขนส่ง ค่าบริการมีทั้งแบบตกลงกันตามแต่ละระยะทางและแบบเหมาจ่าย หากลองรถประจำทาง รถไฟ หรือเครื่องบิน ที่หาดใหญ่ แล้ว สามารถเดินทางเข้าตัวเมืองสงขลาทางโดยรถยนต์ได้ 2 เส้นทาง คือ ถนนกาญจนวนิชและถนนลพบุรีราเมศวร์ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 20 นาที และมีรถโดยสารประจำทางและรถโดยสารรับจ้างจากในตลาดหาดใหญ่วิ่งเข้าตัวเมืองสงขลาตลอดทั้งวัน

ระยะทางจากอำเภอเมืองสงขลาไปยังอำเภอต่างๆ คือ

อำเภอหาดใหญ่ 26 กม	อำเภอสิงหนคร 26 กิโลเมตร
อำเภอนาหม่อม 34 กิโลเมตร	อำเภอสทิงพระ 36 กิโลเมตร
อำเภอจะนะ 37 กิโลเมตร	อำเภอคลองหอยโข่ง 43 กิโลเมตร
อำเภอบางกล่ำ 46 กิโลเมตร	อำเภอนาทวี 52 กิโลเมตร
อำเภอรัตนภูมิ 60 กิโลเมตร	อำเภอสะเตา 70 กิโลเมตร
อำเภอควนเนียง 72 กิโลเมตร	อำเภอระโนด 73 กิโลเมตร
อำเภอเทพา 73 กิโลเมตร	อำเภอกระแสสินธุ์ 74 กิโลเมตร
อำเภอสะบ้าย้อย 104 กิโลเมตร	

#### 2.5.4.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ททท. สำนักงานหาดใหญ่  
โทรศัพท์: 074-231055, 074-238518, 074-243742 โทรสาร: 074-425986
- สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สาขาภาคใต้เขต 1  
โทรศัพท์: 074-232230, 074-220376 โทรสาร: 074-23 0151
- สถานีตำรวจการท่องเที่ยว 5 กองกำกับการ 5 กองบังคับการตำรวจการท่องเที่ยว  
โทรศัพท์: 074-246733, 074-220778 โทรสาร: 074-220778
- สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา  
โทรศัพท์: 074-439561-2 โทรสาร: 074-439563
- สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมหาดใหญ่ – สงขลา โทรศัพท์: 074-355719 โทรสาร: 074-235936
- ทำอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่  
โทรศัพท์: 074-251008-12 โทรสาร: 074-251334
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา  
โทรศัพท์: 074-313195, 074-311573 โทรสาร: 074-311573

## 2.6 การประเมินคุณภาพด้านการท่องเที่ยวตามกรอบและเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว

### 2.6.1 ตัวชี้วัด “ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว”

ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด/จังหวัด ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 เปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยจากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด/จังหวัดเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี คือ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2549, 2550 และ 2553 (ข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยว ปีงบประมาณ พ.ศ. 2551 และ 2552 ไม่สมบูรณ์ จึงไม่สามารถนำมาใช้ในการประเมินผล)

ผู้เยี่ยมชม ได้แก่ นักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว

ข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 คำนวณจากค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของผู้เยี่ยมชม และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลจะได้รับการสำรวจภาคสนามเพื่อทราบสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 โดยมีวิธีการคำนวณ ดังต่อไปนี้

รายได้จากนักท่องเที่ยว	= จำนวนนักท่องเที่ยว × วันพักเฉลี่ย × ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน
รายได้จากนักท่องเที่ยว	= จำนวนนักท่องเที่ยว × ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน
รายได้ของผู้เยี่ยมชม	= รายได้จากนักท่องเที่ยว + รายได้จากนักท่องเที่ยว

สูตรคำนวณ

$$\text{รายได้จากการท่องเที่ยวในปีงบประมาณ พ.ศ. 2554} - \left( \frac{\text{รายได้เฉลี่ยจากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด}}{\text{จังหวัดเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี}} \right) \text{ (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2549, 2550 และ 2553)}$$

\*100

$$\left( \frac{\text{รายได้เฉลี่ยจากการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด}}{\text{จังหวัดเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี}} \right) \text{ (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2549, 2550 และ 2553)}$$

เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ 4	ระดับ 5
-Y	-0.5Y	0	0.5Y	Y

- Y = ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากการท่องเที่ยว เฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี งบประมาณ (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2549, 2550 และ 2553)
- รายได้จากการท่องเที่ยวในปีงบประมาณ = ผลรวมของรายได้จากการท่องเที่ยว รายไตรมาส (ไตรมาสที่ 1 + 2 + 3 + 4 ของปีงบประมาณ)

## 2.6.2 ตัวชี้วัด “ระดับความสำเร็จของการพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด”

### คำอธิบาย:

- การพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาบริการ ด้านการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว และมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- คณะกรรมการประเมินคุณภาพด้านการท่องเที่ยว จะมีกรมการท่องเที่ยวเป็นผู้ประสานงานในการจัดตั้ง คณะกรรมการประเมินคุณภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งจะมีองค์ประกอบ อย่างน้อย 5 คน ประกอบด้วย ผู้แทนจากกรมการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานที่ กรมการท่องเที่ยว มอบหมายให้เป็นผู้ประเมินคุณภาพด้านการท่องเที่ยวแทน กรมการท่องเที่ยว
- การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืน เช่น
  - การให้องค์ความรู้กับบุคลากรในชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐาน
  - การสร้างการรับรู้แก่ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
  - การแสวงหาการยอมรับจากชุมชนในพื้นที่
  - การสร้างความเข้าใจเพื่อให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
  - การสร้างจิตสำนึกให้แก่ชุมชนในพื้นที่ได้ตระหนักและวางแผนแหล่งท่องเที่ยว

### ระดับคะแนน 1

คัดเลือกประเด็นการพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวที่จะทำการพัฒนาในปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 จำนวน 1 ประเด็น (อาจเป็นประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว หรือบริการด้านการท่องเที่ยว) ตามเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว หรือมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว โดยจังหวัดต้องจัดลำดับความสำคัญของประเด็นการพัฒนา และระบุเหตุผลหรือหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือก

### ระดับคะแนน 2

จัดทำเป็นโครงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว 1 โครงการตามประเด็นที่ได้รับการคัดเลือก (หรือทบทวนจากโครงการที่มีอยู่เดิม) และในโครงการฯ ต้องกำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืนด้วย รวมทั้งมีการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายเชิงผลสัมฤทธิ์ของโครงการฯ อย่างชัดเจน

### ระดับคะแนน 3

ดำเนินกิจกรรมตามโครงการแล้วเสร็จร้อยละ 100 ภายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2554

### ระดับคะแนน 4

มีการสรุปประเมินผลตามตัวชี้วัดและเป้าหมายเชิงผลสัมฤทธิ์ของโครงการฯ และมีผลการประเมินสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้

### ระดับคะแนน 5

โครงการที่พัฒนา (พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว/พัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว) ได้รับการประเมินผลตามเกณฑ์ที่กำหนดโดย กรมการท่องเที่ยว/ผู้แทน และ/หรือคณะกรรมการประเมินผลคุณภาพด้านการท่องเที่ยว และได้รับผลการประเมินให้ “ผ่าน” เกณฑ์คุณภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมในการขอรับการตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

**2.6.3 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction Standard)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ คุณค่าของแหล่งธรรมชาติและความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพเพื่อใช้ประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้นด้วย

**ดัชนี (Index)** หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่กำหนดขึ้นมาเพื่อใช้กำหนดคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

**ตัวชี้วัด (Indicator)** หมายถึง ปัจจัยหรือตัวแปรที่กำหนดขึ้นเพื่อแสดงถึงคุณสมบัติของแต่ละดัชนีซึ่งตัวชี้วัดในการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีทั้งที่อยู่ในรูปของค่าเชิงคุณภาพหรือในรูปของค่าเชิงปริมาณ

**แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction)** หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจจะมีความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัตว์หายากที่สำคัญทางธรณีวิทยา และภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

**2.6.4 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction Standard)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพ เพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์นั้นด้วย

**แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของไทย ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ปราสาทหินพิมาย และอนุสาวรีย์ชาวบ้านบางระจัน สะพานข้ามแม่น้ำแคว เป็นต้น

**การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อาจจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ต่างๆ อาทิ ทัวร์เส้นทางศิลปะขอม ตามรอยพ่อขุนเม็งราย เทียวอุทยานประวัติศาสตร์ต่างๆ เป็นต้น

**2.6.5 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อันทนาการ (Recreational Attraction Standard)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อันทนาการที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพ เพื่อใช้ประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการนั้นด้วย

แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้แต่ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษสวนสาธารณะ และสนามกีฬา

2.6.6 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มี องค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพ เพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นด้วย

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมาแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรมสินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษาชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช่างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิตศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

2.6.7 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีหลักเกณฑ์องค์ประกอบ 4 ประการ คือ ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก และการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีดัชนีชี้วัดความมีศักยภาพความมีประสิทธิภาพ และความมีคุณภาพ เพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นด้วย

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง กับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศเข้าไปเกี่ยวข้อง โดยการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นจะต้อง

มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

**2.6.8 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการที่มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมีศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพและความมีคุณภาพ เพื่อใช้ประเมินมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการนั้นด้วย

แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุชัดว่ากิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายแห่ง ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทางแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

## 2.7 ผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คมสัน สุริยะ (2548): ทำการศึกษาเรื่องเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยประมวลผลข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2546 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อตอบคำถามว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างไร ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเส้นทางการเดินทางที่คล้าย ๆ กันแบ่งออกได้หลายกลุ่ม กลุ่มสำคัญคือกลุ่มที่เดินทางขึ้นเหนือด้วยรถบัสซึ่งทำให้จังหวัดตามรายทางได้รับประโยชน์และก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเหล่านั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวสแกนดิเนเวียที่ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่หลากหลาย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่พูดภาษาเยอรมันที่มีจุดรวมตัวกันที่เกาะสมุย กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่รักอิสระที่เดินทางผจญภัยไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ กลุ่มชาวจีนที่นิยมการเที่ยวชายหาด ช้อปปิ้ง และชมการแสดงคาบารेट กลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียตะวันออกที่ห่วงใยเรื่องความปลอดภัยและมีความเหนียวแน่นในกลุ่มชนชาติของตน นักท่องเที่ยวจากอเมริกาเหนือและโอเชียเนียที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่ากลุ่มอื่น รวมไปถึงนักท่องเที่ยวจากมาเลเซียที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวชายแดนทางภาคใต้ อีกทั้งกลุ่มชาวอินเดียและตะวันออกกลางที่เดินทางมาเพื่อค้าขายเป็นหลัก การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติมีการกระจุกตัวอยู่ในไม่กี่จังหวัด อาทิ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา (ชลบุรี) เชียงใหม่ เกาะสมุย (สุราษฎร์ธานี) หาดใหญ่ (สงขลา) และกระบี่ ทำให้ภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญกับการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับจังหวัดอื่น ๆ เพื่อพยายามกระจายนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีการกระจุกตัวมาก ทั้งนี้เพื่อช่วยกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นอื่นโดยทั่วกัน และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความแออัดเกินไปจนรับไม่ไหว อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญก่อนเวลาอันควร

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด นกุล เครือฟู และอัศรพงศ์ อันทอง (2548): ทำการศึกษาเรื่องมูลค่าเพิ่มในประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินบทบาทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเศรษฐกิจไทย โดยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นกรณีศึกษา และใช้มูลค่าเพิ่มโดยเฉพาะส่วนที่เก็บไว้ในประเทศเป็นตัวบ่งชี้ความสำคัญของอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อย 13 สาขา ได้แก่ อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ภัตตาคาร และร้านอาหาร การขนส่งผู้โดยสารระหว่างจังหวัด รถขนส่งมวลชนในท้องถิ่น รถเช่าเหมาคัน บริการให้เช่ารถยนต์ บริการให้เช่ารถจักรยานยนต์ บริการนำเที่ยว บริการบันเทิง กอล์ฟ สปา อุตสาหกรรมที่ระลึกและอุตสาหกรรมสนับสนุน

ได้แก่ บิมน้ำมัน เป็นต้น พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีบทบาททางเศรษฐกิจในระดับสูง เมื่อวัดจากยอดขายพบว่ามียอดรวมกันถึง 38,030 ล้านบาท คำนวณออกมาเป็นมูลค่าเพิ่มสูงถึง 12,009 ล้านบาท ในขณะที่อัตรามูลค่าเพิ่มต่อยอดขายคำนวณได้ร้อยละ 33.28 มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 46 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดในภาคบริการ (service sector) ของจังหวัดเชียงใหม่ และคิดเป็นร้อยละ 14 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัด (Gross Provincial Product :GPP) ของจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาเป็นรายสาขาย่อยพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ไม่รวมกิจการสนับสนุน) ที่มีขนาดของมูลค่าเพิ่มใหญ่ที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ท อุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหาร และอุตสาหกรรมนันทนาการ

ตุลยา วุฒิปรีชา (2549): ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา 3 ประการ คือ ประการแรก ศึกษาผลกระทบของการมีสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย ประการที่สอง ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำ และประการที่สาม ศึกษาการใช้จ่ายเงินที่ประหยัดได้จากการใช้สายการบินต้นทุนต่ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ 604 ตัวอย่าง แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้สายการบินไทย 304 ตัวอย่าง และใช้สายการบินต้นทุนต่ำ 300 ตัวอย่าง ณ สนามบินดอนเมือง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2549 พบว่าการมีสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคอาเซียนมายังไทยมีอิทธิพลทางบวกต่อ จำนวนนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เดินทางมายังประเทศไทยทางอากาศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ขึ้นไป การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยวิธี MCA พบว่า ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 90 ขึ้นไป ผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศจะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินไทย 1,198 บาทต่อคนต่อวัน และผู้ที่มาท่องเที่ยวครั้งแรกจะมีค่าใช้จ่ายมากกว่าผู้ที่มาเที่ยวซ้ำ 1,168 บาทต่อคนต่อวัน การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยปัวซอง (Poisson Regression) และวิธีวิเคราะห์ถดถอยกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square) ซึ่งพบว่าทั้งสองวิธีสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักกับตัวแปรอิสระต่าง ๆ ได้ใกล้เคียงกัน สรุปได้ว่าเพศชายจะมีวันพักยาวนานกว่าเพศหญิง ผู้ที่เกษียณอายุ ผู้ว่างงานหรือแม่บ้านจะมีจำนวนวันพักมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนผู้ที่มาท่องเที่ยวครั้งแรกจะมีวันพักน้อยกว่าผู้ที่มาเที่ยวซ้ำ และผู้ที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางในประเทศไทยจะมีวันพักนานกว่าผู้ที่ใช้สายการบินปกติภายในประเทศ การศึกษารูปแบบการเดินทางภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม MAP for Windows Version 1.1.2 สรุปได้ว่าทั้งนักท่องเที่ยวที่ใช้สายการบินไทยและสายการบินต้นทุนต่ำมีพฤติกรรมการเดินทางแบบเส้นตรงมากที่สุด การศึกษาการใช้จ่ายเงินที่ประหยัดได้จากการใช้สายการบินต้นทุนต่ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยการวิเคราะห์ในรูปค่าเฉลี่ยร้อยละ พบว่านักท่องเที่ยวที่ยินดีจะนำเงินที่ประหยัดได้จากการใช้สายการบินต้นทุนต่ำมาใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละ 68 ไม่ใช้จ่ายคิดเป็น ร้อยละ 32 ในบรรดานักท่องเที่ยวที่เลือกนำเงินไปใช้จ่ายพบว่านักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าและของที่ระลึกเพิ่มขึ้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 22 ดังนั้น สายการบินต้นทุนต่ำน่าจะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยขยายตัวมากขึ้นในอนาคต

มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2549): ทำการศึกษาโครงการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคตแม่น้ำโขงปี 2549: การเปรียบเทียบเชิงระบบโลจิสติกส์ โดยมีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาสถานการณ์ท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) เพื่อสร้างเกณฑ์เทียบสมรรถนะระดับประเทศ จังหวัดท่องเที่ยวหลัก และเปรียบเทียบสมรรถนะระบบโลจิสติกส์สารสนเทศของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์ อีกทั้งเพื่อเป็นการนำเสนอแนะกลยุทธ์ในการจัดการระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงให้มีคุณภาพทัดเทียมและเหนือกว่าประเทศคู่แข่ง พบว่า ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงทางอากาศ แต่มีเวียดนามซึ่งมีแนวโน้มจะสร้างตัวเป็นศูนย์กลางเพื่อรับ



นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา ด้านการเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคมีแนวโน้มการขยายตัวสูงกว่าอัตราการขยายตัวของโลกและเป็นการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยระหว่างร้อยละ 7.5-15.7 ใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยที่เวียดนามและกัมพูชามีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยสูงสุดอยู่ใน 2 อันดับแรก ส่วนการจัดการโลจิสติกส์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า เว็บไซต์ของสิงคโปร์และของไทยมีความดึงดูดใจทัดเทียมกัน แต่การใช้งาน สิงคโปร์มีรายการย่อยมากกว่าไทย 300 รายการและมีการบูรณาการข้อมูลดีกว่า และการศึกษาความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ พนมเปญ เสียมเรียบ เชียงใหม่ อย่างกุ้ง เวียงจันทน์ และหลวงพระบาง ตามเกณฑ์สมรรถนะที่กำหนด ทุกเมืองมีปัญหาโลจิสติกส์ในกรณีฉุกเฉิน เช่น รถเสีย อุบัติเหตุ เมืองที่มีปัญหาการจราจรน้อยที่สุดคือ หลวงพระบาง เมืองที่ขาดแคลนบริการโลจิสติกส์ที่สุดคือ อย่างกุ้ง เมืองที่มีค่าโลจิสติกส์ที่ดีที่สุดคือ เชียงใหม่

**เศกสรรค์ ยวงวิชัยและคณะ (2550):** ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาศักยภาพพื้นที่เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชายแดนไทย-สปป.ลาว กรณีศึกษาจังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์ พบว่า ศักยภาพของอุปทานด้านการท่องเที่ยวของชายแดนไทย-ลาวในส่วนของกรให้บริการทางการท่องเที่ยว ณ เขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์ อยู่ในระดับสูง แต่หากจะมีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคม พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร ที่พัก ร้านอาหาร และสินค้าที่ระลึก อีกทั้ง 2 ประเทศมีนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน จึงควรมีการร่วมจัดทำนโยบายการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมขึ้น และหากจะพัฒนาด้านการท่องเที่ยวพื้นที่ทั้งสองมีความเหมาะสมที่จะจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงศิลปวัฒนธรรม และเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

**จักรี เดชะวารี (2551):** ศึกษาความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวโดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกรณีการท่องเที่ยวของจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทยคือ จังหวัดเชียงใหม่ กับกรณีการท่องเที่ยวของหมู่บ้านชิวะควะ จังหวัดกัมพูชา ในประเทศญี่ปุ่นเพื่อที่จะให้เห็นภาพการจัดการระบบโลจิสติกส์ท่องเที่ยวซึ่งประเทศไทยอาจจะนำบางส่วนหรือบางแนวคิดมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวต่อไปซึ่งเริ่มจากการพิจารณาเปรียบเทียบการนำเสนอข้อมูลการเชื่อมโยงการเดินทางทั้งของประเทศไทย และของประเทศญี่ปุ่นโดยยกตัวอย่างกรณีการเดินทางไป จังหวัดเชียงใหม่ และหมู่บ้านชิวะควะ พบว่า

(1) การให้ข้อมูลการเดินทางของทั้งสองแห่งมีให้บริการไว้อย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปใช้วางแผนการเดินทาง แต่เนื่องจากระบบการคมนาคมพื้นฐานของประเทศญี่ปุ่นมีการเชื่อมโยงที่เป็นเยี่ยม ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถคาดการณ์ระยะเวลาการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งและปฏิบัติได้ตามแผนการนั้น จึงไม่จำเป็นต้องเสียเวลานานในช่วงการเปลี่ยนพาหนะโดยสาร แต่ระบบการคมนาคมของประเทศไทยยังไม่ได้มีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายทั้งประเทศแบบเดียวกับประเทศญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องยึดหยุ่นกับการวางแผนการเดินทางมากกว่า

(2) แม้ว่าความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวของไทยตอนนี้อาจจะยังไม่ได้ระดับเดียวกับญี่ปุ่นเพราะข้อจำกัดด้านการคมนาคม แต่ในระยะสั้น ก็มีจุดที่สามารถปรับปรุงเพื่อช่วยให้ความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดในประเทศไทยเป็นไปอย่างสะดวกมากยิ่งขึ้นคือ การให้บริการแหล่งข้อมูล (เช่น เว็บไซต์) ที่นำเสนอข้อมูลรูปแบบการเดินทางทั้งหมดที่มีในประเทศไว้ด้วยกัน ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนเรื่องเวลาและรูปแบบของพาหนะการเดินทางที่จะใช้ได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามในระยะยาว ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับปรุงการคมนาคมโดยเฉพาะระบบขนส่งมวลชนให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีเครือข่ายเชื่อมโยงกันได้ดียิ่งขึ้น

**คมสัน สุริยะ (2552):** ได้นำเสนอตัวอย่างการพัฒนาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวในประเทศเยอรมนี โดยใช้วิธี Expert Opinion โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ข้อมูลได้จากการเดินทางของผู้เชี่ยวชาญไปยังเมืองต่าง ๆ ระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2550 ถึงมิถุนายน 2552 ซึ่งพบว่า โลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศเยอรมนีมุ่งเน้นให้บริการแก่คนท้องถิ่นมากกว่านักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวต้องการได้รับบริการที่ดีต้องปรับตัวให้กลายเป็นคนท้องถิ่นให้ได้

โดยเฉพาะเรื่องการรักษาเยอรมันและการแสวงหาข้อมูลด้วยการอ่าน บริการที่ดีเยี่ยมและมีประสิทธิภาพมากคือ บริการรถไฟและการให้ข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต ส่วนบริการที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนั้นขาดสีสันไม่ สนุกสนานเท่าไร อันมีสาเหตุมาจากความเคร่งครัดตามแบบชาวเยอรมัน ประเทศไทยจัดบริการโลจิสติกส์สำหรับการ ท่องเที่ยวได้ดีกว่าประเทศเยอรมนีในด้านความยืดหยุ่น ความเปิดกว้าง และความสนุกสนาน เช่น การใช้ภาษาอังกฤษ เป็นภาษากลางในการสื่อสาร และคนไทยยินดีที่จะสนทนากับนักท่องเที่ยวมากกว่า นอกจากนั้นคนไทยยังง่ายและมี เรื่องสนุกสนานเล่นกับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา แต่สิ่งที่ประเทศไทยยังจัดให้บริการไม่ได้เหมือนประเทศเยอรมนีก็เพราะ ชาวเยอรมันเคร่งครัดกว่าคนไทยในเรื่องความตรงต่อเวลาและความต้องการข้อมูลข่าวสารที่แม่นยำและสมบูรณ์

สิ่งที่ประเทศไทยน่าจะเรียนรู้จากระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศเยอรมนี มีดังต่อไปนี้

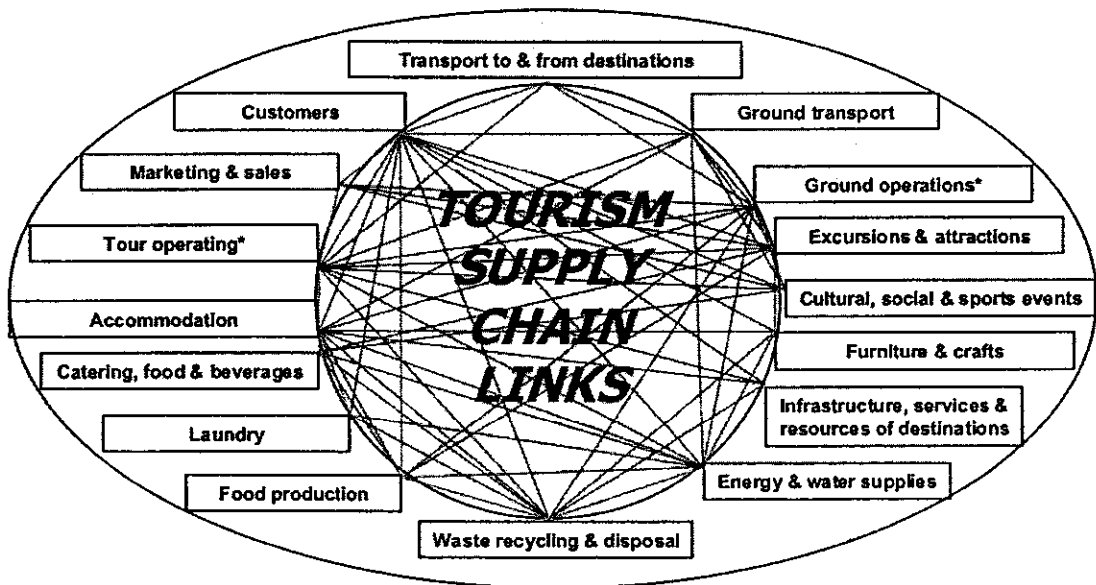
1) ความความตรงต่อเวลาของระบบขนส่งมวลชน

2) การให้ข้อมูลตารางเวลาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยว สามารถวางแผนได้ตลอดเส้นทางการเดินทาง

3) บัตรสมาชิกรถไฟสำหรับผู้เดินทางบ่อย ซึ่งให้ส่วนลดค่าตั๋วรถไฟแบบ 25% หรือ 50% และมีการสะสม แต้มจากการเดินทางแต่ละครั้ง

4) การลงทุนสร้างเครือข่ายสาธารณูปโภคด้านการขนส่งผู้โดยสารให้ครอบคลุมทุกพื้นที่

Tapper and Font (2004): ทำการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว พบว่าห่วงโซ่อุปทานของการ ท่องเที่ยวประกอบด้วยซัพพลายเออร์ของสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ทำการจัดส่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้กับ ผู้บริโภค ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับส่วนประกอบจำนวนมาก ไม่เพียงแต่ที่พัก การขนส่ง บาร์ ร้านอาหาร งานฝีมือ การผลิตอาหาร การกำจัดของเสียและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ ห่วงโซ่อุปทานมีการทำงานผ่านความสัมพันธ์ทางการทำธุรกิจองค์กรกับองค์กร ซึ่งการจัดการให้ยั่งยืนทำได้ควบคู่ไป กับการปรับปรุงประสิทธิภาพของการปฏิบัติทางการเงินโดยดำเนินการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจของแต่ละผู้ผลิตในห่วง โซ่อุปทาน โดยสามารถสร้างเป็นความสัมพันธ์กันในห่วงโซ่อุปทานได้ดังรูปที่ 2.11

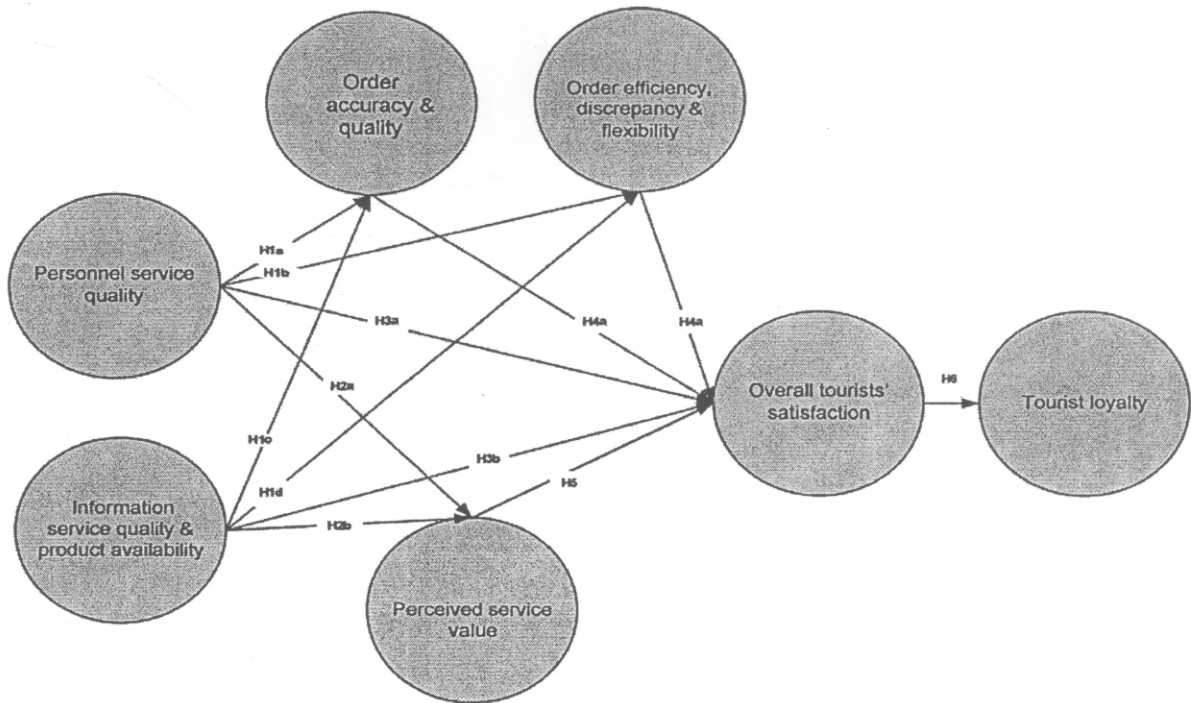


รูปที่ 2.11: ความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน  
(ที่มา : Tapper and Font ,2004)

Liang, Corbitt and Peszynski (2007): ทำการศึกษาผลกระทบของการจัดการโลจิสติกส์กับความพึงพอใจโดยรวมและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยว พบว่า ข้อมูลด้านสารสนเทศมีความสำคัญอย่างมากสำหรับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว โดยทำการทดสอบสมมติฐาน 6 ข้อ คือ

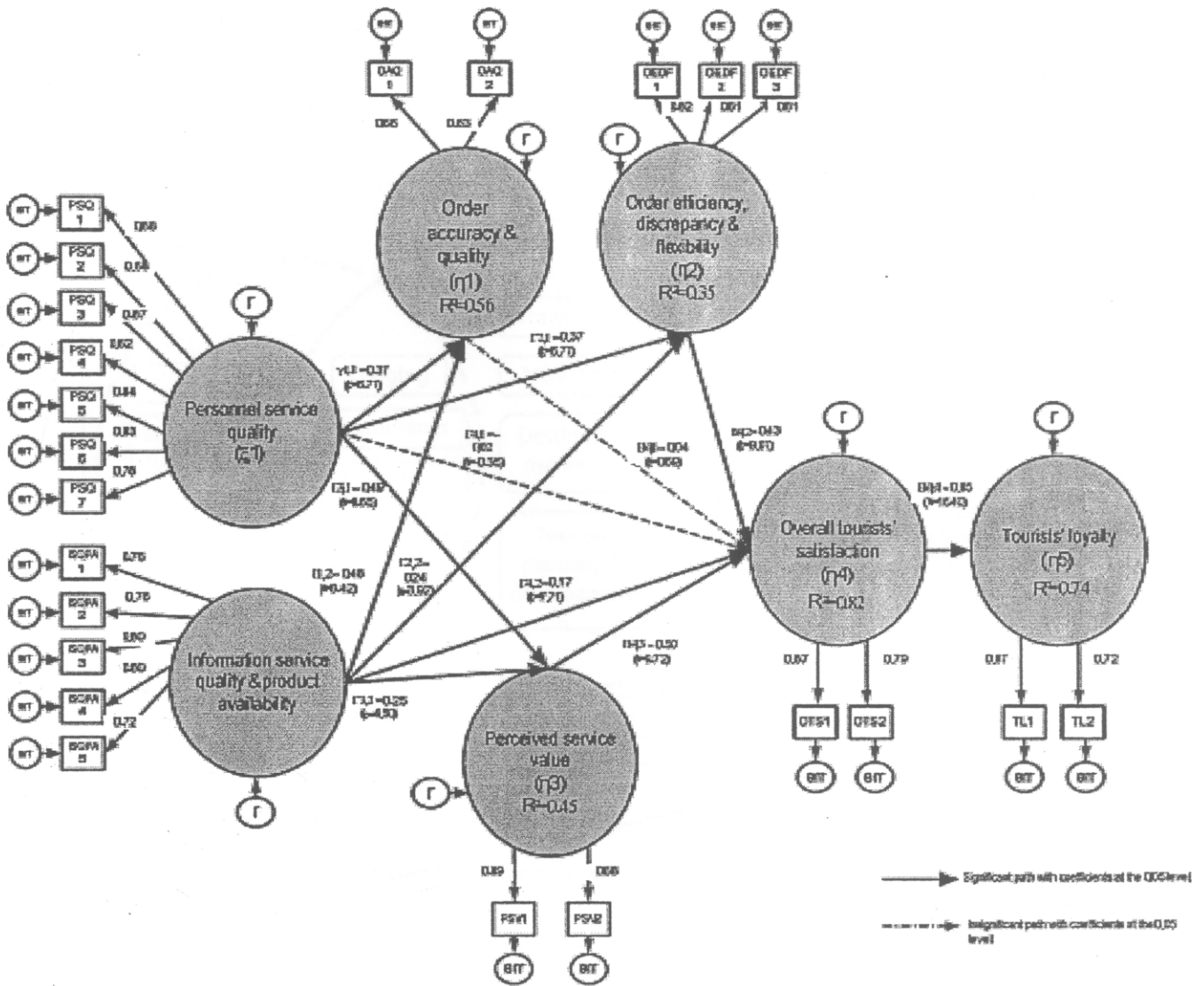
- H 1: การให้บริการของซัพพลายเออร์ที่มีคุณภาพมีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์
- H 2: การให้บริการของซัพพลายเออร์ที่มีคุณภาพมีผลต่อคุณค่าการบริการสื่อสาร
- H 3: การให้บริการของซัพพลายเออร์ที่มีคุณภาพมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยว
- H 4: การจัดการโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยว
- H 5: คุณค่าการบริการสื่อสารที่มีคุณภาพมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยว
- H 6: ความพึงพอใจที่ดีโดยรวมต่อการท่องเที่ยวมีผลต่อความจงรักภักดีของการท่องเที่ยว

เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของซัพพลายเออร์ การจัดการโลจิสติกส์ คุณค่าการบริการสื่อสาร ความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยว ดังรูปที่ 2.12 โดยทำการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 425 ตัวอย่างที่ไทเป ระหว่างเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม 2550 จากผลการสำรวจพบว่า ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอันดับแรกในการสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยว ในขณะที่ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับความถูกต้อง คุณภาพและประสิทธิภาพการสั่งซื้อ โดยความแตกต่างและความยืดหยุ่นเป็นสิ่งที่อยู่ภายใต้โครงสร้างการจัดการโลจิสติกส์ ดังรูปที่ 2.13



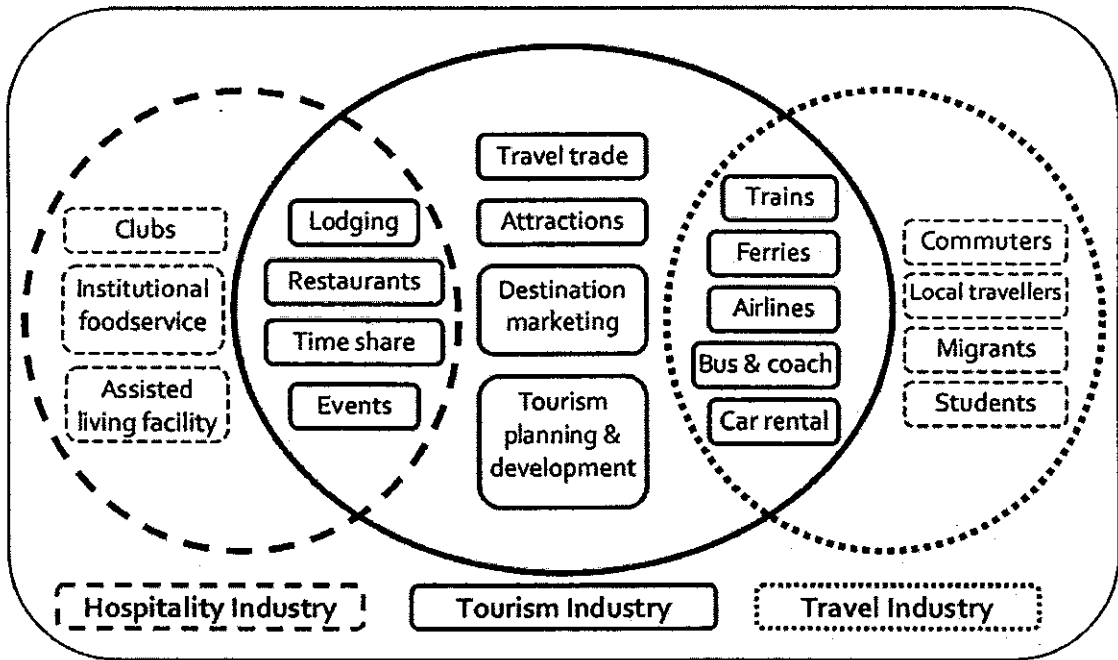
รูปที่ 2.12: ความสัมพันธ์ระหว่างการทดสอบสมมติฐานทั้ง 6

(ที่มา : Liang, Corbitt and Peszynski ,2007)



รูปที่ 2.13: ความสัมพันธ์ระหว่างการทดสอบสมมติฐานทั้ง 6 โดยรวม  
(ที่มา : Liang, Corbitt and Peszynski ,2007)

Piboonrungrroj and Disney (2009): ทำการศึกษากรอบแนวคิดห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว พบว่า การท่องเที่ยวเป็นระบบที่มีความซับซ้อนเป็นอย่างมาก โดยห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการขนส่ง (การเดินทางของนักท่องเที่ยว) โดยสามารถสร้างความสัมพันธ์ได้ดังรูปที่ 2.14



รูปที่ 2.14 : ความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมบริการ การบริการและการขนส่ง  
(ที่มา : Piboonrungrroj and Disney ,2009)

ตารางที่ 2.3: สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
เส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย	คมสัน สุริยะ 2548	<ol style="list-style-type: none"> <li>ศึกษาเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย</li> <li>ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ</li> </ol>	กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติจังหวัดต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2546 วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย	<ol style="list-style-type: none"> <li>นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเส้นทางการเดินทางที่คล้าย ๆ กัน</li> <li>การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติมีการกระจุกตัวอยู่ในไม่กี่จังหวัด เช่น กรุงเทพฯ ภูเก็ต พัทยา (ชลบุรี) เชียงใหม่ เกาะสมุย (สุราษฎร์ธานี) หาดใหญ่ (สงขลา) และกระบี่</li> </ol>
มูลค่าเพิ่มในประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในจังหวัดเชียงใหม่	มิ่งสรรพ ขาวสะอาด นุกูล เครือฟู และ อัครพงศ์ อันทอง 2548	<ol style="list-style-type: none"> <li>ศึกษาถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย และบทบาททางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว</li> <li>ศึกษาความเชื่อมโยงภายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมอื่น</li> <li>ศึกษาสัดส่วนหรือการกระจายของมูลค่าเพิ่มของการบริการที่ให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่มีใช้นักท่องเที่ยว</li> <li>ศึกษามูลค่าเพิ่มส่วนที่เก็บไว้ในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย</li> </ol>	กลุ่มตัวอย่าง คือ สถานประกอบการ 200 ราย ใช้การสัมภาษณ์วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย	<ol style="list-style-type: none"> <li>อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีบทบาททางเศรษฐกิจในระดับสูง เมื่อวัดจากยอดขายพบว่ามียอดรวมกันถึง 38,030 ล้านบาท คำนวณออกมาเป็นมูลค่าเพิ่มสูงถึง 12,009 ล้านบาท</li> <li>อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีขนาดของมูลค่าเพิ่มใหญ่ที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ท อุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหาร และอุตสาหกรรมนันทนาการ</li> </ol>
พฤติกรรมการเดินทางและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย	ศุลยา วุฒิปรีชา 2549	<ol style="list-style-type: none"> <li>ศึกษาผลกระทบของการมีสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย</li> <li>ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำ</li> </ol>	กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ 604 ตัวอย่าง ใช้การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้สายการบินไทย 304 ตัวอย่าง และใช้สายการบินต้นทุนต่ำ 300 ตัวอย่าง ณ สนามบินดอนเมือง ใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอย	<ol style="list-style-type: none"> <li>การมีสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคอาเซียนมายังไทยมีอิทธิพลทางบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เดินทางมายังประเทศไทยทางอากาศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ขึ้นไป</li> </ol>

ตารางที่ 2.3: สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
พฤติกรรมการเดินทางและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย	ศุภยา วุฒิปรีชา 2549	3. ศึกษาการใช้จ่ายเงินที่ประหยัดได้จากการใช้สายการบินต้นทุนต่ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ปัวซอง (Poisson Regression) และวิธีวิเคราะห์ถดถอยกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square)	2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยวิธี MCA พบว่า ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 90 ขึ้นไป ผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศจะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินไทย 1,198 บาทต่อคนต่อวัน และผู้ที่มาท่องเที่ยวครั้งแรกจะมีค่าใช้จ่ายมากกว่าผู้ที่มาเที่ยวซ้ำ 1,168 บาทต่อคนต่อวัน 3. เพศชายจะมีวันพักยาวนานกว่าเพศหญิง ผู้ที่เกษียณอายุ ผู้ว่างงานหรือแม่บ้านจะมีจำนวนวันพักมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนผู้ที่มาท่องเที่ยวครั้งแรกจะมีวันพักน้อยกว่าผู้ที่มาเที่ยวซ้ำ และผู้ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางในประเทศจะมีวันพักนานกว่าผู้ใช้สายการบินปกติภายในประเทศ
โครงการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภาคน่านน้ำโขงปี 2549: การเปรียบเทียบเชิงระบบโลจิสติกส์	มิ่งสรรพ์ ชาวสอาด และคณะ 2549	1. ศึกษาสถานการณ์ท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) 2. เพื่อสร้างเกณฑ์เทียบสมรรถนะระดับประเทศ และจังหวัดท่องเที่ยวหลัก 3. เปรียบเทียบสมรรถนะระบบโลจิสติกส์สารสนเทศของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์	กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวพนมเปญ เสียมเรียบ เชียงใหม่ ย่างกุ้ง เวียงจันทน์ และหลวงพระบาง ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ของข้อมูลเบื้องต้น ความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสถิติ t (t-statistics)	1. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงทางอากาศ แต่มีเวียดนามซึ่งมีแนวโน้มจะสร้างตัวเป็นศูนย์กลางเพื่อรับนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา 2. ด้านการเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคมีแนวโน้มการขยายตัวสูงกว่าอัตราการขยายตัวของโลกและเป็นการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยระหว่าง

ตารางที่ 2.3: สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย และคณะ	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
โครงการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภาคแม่น้ำโขงปี 2549: การเปรียบเทียบเชิงระบบโลจิสติกส์	มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ 2549			<ol style="list-style-type: none"> <li>2. ร้อยละ 7.5-15.7 ใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยที่เวียดนามและกัมพูชามีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยสูงสุดอยู่ใน 2 อันดับแรก</li> <li>3. การจัดการโลจิสติกส์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศพบว่า เว็บไซต์ของสิงคโปร์และของไทยมีความดึงดูดใจทัดเทียมกัน แต่การใช้งานสิงคโปร์มีรายการย่อยมากกว่าไทย 300 รายการ และมีการบูรณาการข้อมูลดีกว่า</li> <li>4. การศึกษาความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ พนมเปญ เสียมเรียบ เชียงใหม่ ย่างกุ้ง เวียงจันทน์ และหลวงพระบาง ตามเกณฑ์สมรรถนะที่กำหนด ทุกเมืองมีปัญหาโลจิสติกส์ในกรณีฉุกเฉิน เช่น รถเสีย อุบัติเหตุ เมืองที่มีปัญหาการจราจรน้อยที่สุด คือ หลวงพระบาง เมืองที่ขาดแคลนบริการโลจิสติกส์ที่สุด คือ ย่างกุ้ง เมืองที่มีค่าโลจิสติกส์ที่ดีที่สุด คือ เชียงใหม่</li> </ol>
การศึกษาศักยภาพพื้นที่ เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์ท่องเที่ยวชายแดนไทย- สปป.ลาว กรณีศึกษาจังหวัดหนองคาย	เศกสรรค์ ยงวณิชย์ และคณะ 2550	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชายแดนไทย-สปป.ลาว ในส่วนของการให้บริการทางการท่องเที่ยว</li> <li>2. ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคายและนครเวียงจันทน์</li> </ol>	กลุ่มตัวอย่าง คือ หน่วยงานราชการ เจ้าหน้าที่ศุลกากร เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง นักท่องเที่ยวต่างชาติในไทยและลาว ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า บริษัทนำเที่ยว ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ของข้อมูลเบื้องต้น	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ศักยภาพของอุทยานด้านการท่องเที่ยวของชายแดนไทย-ลาว ในส่วนของการให้บริการทางการท่องเที่ยว ณ เขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์ อยู่ในระดับสูง</li> </ol>



ตารางที่ 2.3: สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
การศึกษาศักยภาพพื้นที่เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชายแดนไทย-สปป.ลาว กรณีศึกษาจังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์	เสกสรรค์ ยงวณิชย์ และคณะ 2550	3. ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชายแดนไทย-สปป.ลาว ในส่วนของการให้บริการทางการท่องเที่ยว 4. ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคายและนครเวียงจันทน์ 5. วางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่เหมาะสมทั้ง 2 ประเทศ	กลุ่มตัวอย่าง คือ หน่วยงานราชการ เจ้าหน้าที่ศุลกากร เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง นักท่องเที่ยวต่างชาติในไทยและลาว ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า บริษัทนำเที่ยว ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ของข้อมูลเบื้องต้น ความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย	2. เมืองและบริการข่าวสาร ที่พัก ร้านอาหาร และสินค้าที่ระลึก 3. ทั้ง 2 ประเทศมีนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน จึงควรมีการร่วมจัดทำนโยบายการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมขึ้น และหากจะพัฒนาด้านการท่องเที่ยวพื้นที่ทั้งสองมีความเหมาะสมที่จะจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงศิลปวัฒนธรรม และเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
ความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยว กรณีการท่องเที่ยวของจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทยคือจังหวัดเชียงใหม่ กับกรณีการท่องเที่ยวของหมู่บ้านชิระคาวะ จังหวัดกิฟุ ในประเทศญี่ปุ่น	จักรี เดชะวารี 2551	1. เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดในประเทศไทยมีความสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างไร 2. เพื่อศึกษาการจัดการระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว 3. เพื่อนำแนวคิดมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวต่อไป	ข้อมูลด้านสารสนเทศการท่องเที่ยวหมู่บ้านชิระคาวะ จังหวัดกิฟุ ในประเทศญี่ปุ่น และจังหวัดเชียงใหม่	1. การให้ข้อมูลการเดินทางของทั้งสองแห่งมีให้บริการไว้อย่างเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่ระบบการคมนาคมพื้นฐานของประเทศญี่ปุ่นมีการเชื่อมโยงที่เป็นเยี่ยม ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถคาดการณ์ระยะเวลาการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งและปฏิบัติได้ตามแผนการนั้น จึงไม่จำเป็นต้องเสียเวลานานในช่วงการเปลี่ยนพาหนะโดยสาร 2. ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับปรุงการคมนาคมโดยเฉพาะระบบขนส่งมวลชนให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีเครือข่ายเชื่อมโยงกันได้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 2.3: สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
การพัฒนาโลจิสติกส์ ท่องเที่ยวในประเทศ เยอรมนี	คมสัน สุริยะ 2552	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อศึกษาถึงการจัดให้บริการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศเยอรมนี</li> <li>2. เพื่อเสนอแนะถึงสิ่งที่ประเทศไทยควรปรับปรุงการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว</li> </ol>	ข้อมูลได้จากการเดินทางของผู้เชี่ยวชาญไปยังเมืองบอนน์ เบอร์ลิน โคโลญจน์ แฟรงก์เฟิร์ต มิวนิค ฮัมบวร์ก คีล และ เกิร์ทิงเกิน ระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2550 ถึง มิถุนายน 2552 โดยใช้วิธี Expert Opinion	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศเยอรมนี มุ่งเน้นให้บริการแก่คนท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยว</li> <li>2. บริการที่ดีเยี่ยมและมีประสิทธิภาพมากคือบริการรถไฟและการให้ข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต</li> <li>3. บริการที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนั้นขาดสีสันไม่สนุกสนานเร้าใจ อันมีสาเหตุมาจากความเคร่งครัดตามแบบชาวเยอรมัน</li> <li>4. สิ่งที่ประเทศไทยน่าจะเรียนรู้จากระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศเยอรมนี มีดังต่อไปนี้ 1) ความความตรงต่อเวลาของระบบขนส่งมวลชน 2) การให้ข้อมูลตารางเวลาต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนได้ตลอดเส้นทางการเดินทาง 3) บัตรสมาชิกรถไฟสำหรับผู้เดินทางบ่อย ซึ่งให้ส่วนลดค่าตั๋วรถไฟแบบ 25% หรือ 50% และมีการสะสมแต้มจากการเดินทางแต่ละครั้ง และ 4) การลงทุนสร้างเครือข่ายสาธารณูปโภคด้านการขนส่งผู้โดยสารให้ครอบคลุมทุกพื้นที่</li> </ol>

ตารางที่ 2.3: สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
Tourism Supply Chains (ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว)	Tapper and Font 2004	1. ศึกษาห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว 2. เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินการตามแนวปฏิบัติที่ดี	ข้อมูลโดยรวมของโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว	1. ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวประกอบด้วยซัพพลายเออร์ของสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ทำการจัดส่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้กับผู้บริโภค 2. ห่วงโซ่อุปทานมีการทำงานผ่านความสัมพันธ์ทางการทำธุรกิจองค์กรกับองค์กร ซึ่งการจัดการให้ยั่งยืนทำได้ควบคู่ไปกับการปรับปรุงประสิทธิภาพของการปฏิบัติทางการเงินโดยดำเนินการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจของแต่ละผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทาน โดยสามารถสร้างเป็นความสัมพันธ์กันในห่วงโซ่อุปทาน
Impacts of Logistic Service Performance through It on Overall Tourist Satisfaction and Loyalty (ผลกระทบของการจัดการโลจิสติกส์กับความพึงพอใจโดยรวมและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยว)	Liang, Corbitt and Peszynski 2007	1. ศึกษาผลกระทบของการจัดการโลจิสติกส์กับความพึงพอใจโดยรวมและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยว 2. เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของซัพพลายเออร์ การจัดการโลจิสติกส์ คุณค่าการบริการสื่อสาร ความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 425 ตัวอย่างที่ไทเป ระหว่างเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม 2550 วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ของข้อมูลเบื้องต้น ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าไคสแควร์ ค่า Goodness-of-fit ดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ RMR	ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอันดับแรกในการสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยว ในขณะที่ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับความถูกต้อง คุณภาพและประสิทธิภาพการสั่งซื้อ โดยความแตกต่างและความยืดหยุ่นเป็นสิ่งที่อยู่ภายใต้โครงสร้างการจัดการโลจิสติกส์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำวิธีการศึกษามาเป็นแนวทางกรอบการศึกษา การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ผลการศึกษา รวมถึงการนำตัวแปรต่าง ๆ มาพิจารณาในการออกแบบสอบถาม เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลต่อไป

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการเทียบเคียงสมรรถนะของการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลากับการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงาน และศึกษาวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดของการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่มีผลการดำเนินงานดี ที่สุด เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

#### 3.1 ขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย

**กิจกรรมที่ 1 :** ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**วิธีการ** ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ทั้งบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา รวมถึงกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ สำหรับการท่องเที่ยวและดำเนินการขั้นตอนที่ 1 ของกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ คือ

- การกำหนดองค์ประกอบเปรียบเทียบ
- การกำหนดวิธีการเก็บข้อมูลและการเก็บข้อมูล
- การสร้างแบบสอบถามและการสำรวจในพื้นที่เป้าหมาย

**กิจกรรมที่ 2 :** การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง

**วิธีการ** รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านโลจิสติกส์และกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ (Process Benchmarking) เช่น ศึกษานโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แผนยุทธศาสตร์ระดับจังหวัด สำรวจและศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

**กิจกรรมที่ 3 :** การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถาม

**วิธีการ** การศึกษาโดยการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และสัมภาษณ์เชิงลึกกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

**กิจกรรมที่ 4 :** ดำเนินการตามขั้นตอนที่ 2-4 ของการเทียบเคียงสมรรถนะ (Process Benchmarking)

**วิธีการ** กระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก และ 10 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน (Planning Stage)
- การกำหนดองค์ประกอบเปรียบเทียบ
  - การกำหนดวิธีการเก็บข้อมูลและการเก็บข้อมูล
  - การสร้างแบบสอบถามและการสำรวจในพื้นที่เป้าหมาย
- ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Stage)
- การวิเคราะห์ช่วงห่างผลงาน (Performance Gap)
  - การคาดคะเนช่วงห่างที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
- ขั้นตอนที่ 3 การบูรณาการ (Integration Stage)
- การค้นหาปัจจัยที่ทำให้ผลงานต่างจากองค์กรที่เปรียบเทียบ
  - การกำหนดเป้าหมายผลการดำเนินงานและวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 4 การปฏิบัติ (Action Stage)

- การจัดทำแผนปฏิบัติการ
- การปฏิบัติการตามแผนและประเมินความก้าวหน้าเทียบกับเป้าหมาย
- การทบทวนเป้าหมายและสรุปผล

หมายเหตุ ในงานวิจัยนี้จะดำเนินการจนกระทั่งถึงขั้นตอนที่ 4 ข้อย่อยที่ 1 เท่านั้นเพื่อส่งมอบแผนปฏิบัติการให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลของการศึกษามาวิเคราะห์ศักยภาพของแต่ละองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยใช้ตามเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวหรือมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (สพท.)

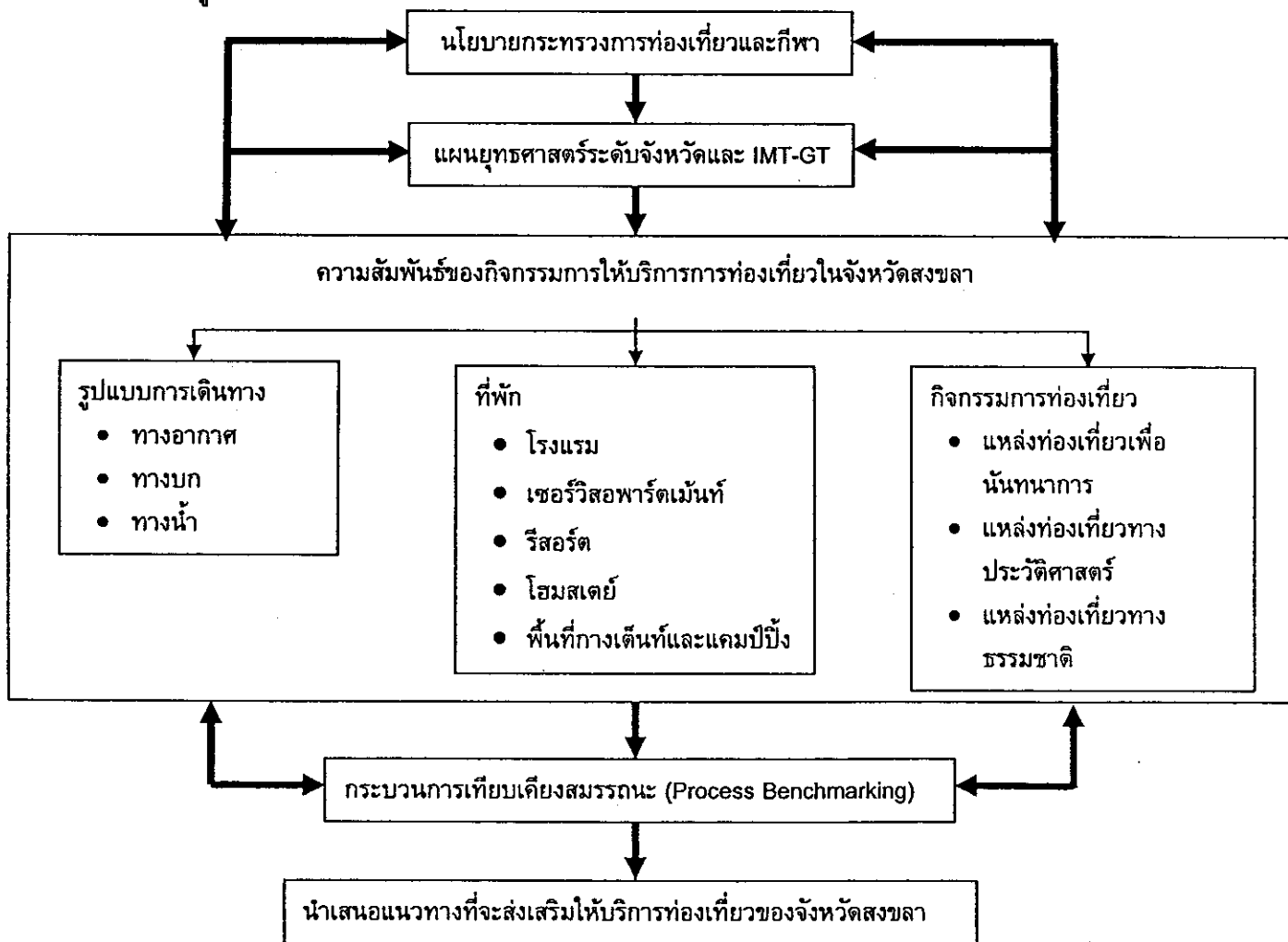
กิจกรรมที่ 5 : สรุปผลงานวิจัยและเขียนรายงานการวิจัย รวมทั้งจัดทำรูปเล่มโครงการวิจัย

วิธีการ : สรุปผลจากการทำงานด้านโลจิสติกส์และกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ (Process Benchmarking) ในจังหวัดสงขลา เขียนรายงานและทำเป็นรูปเล่มโครงการวิจัย

3.2 กรอบแนวคิด

3.2.1 กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัยโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจกรรมการให้บริการการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา แบ่งออกเป็นสองขั้นตอน คือ หนึ่ง ขั้นการเดินทางเข้าสู่เมืองท่องเที่ยว และสอง ขั้นการอยู่ในเมืองท่องเที่ยว แล้วทำการเทียบเคียงสมรรถนะ ดังรูปที่ 3.1



รูปที่ 3.1: กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัยโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

### 3.2.2 กรอบแนวคิดการวัดความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์

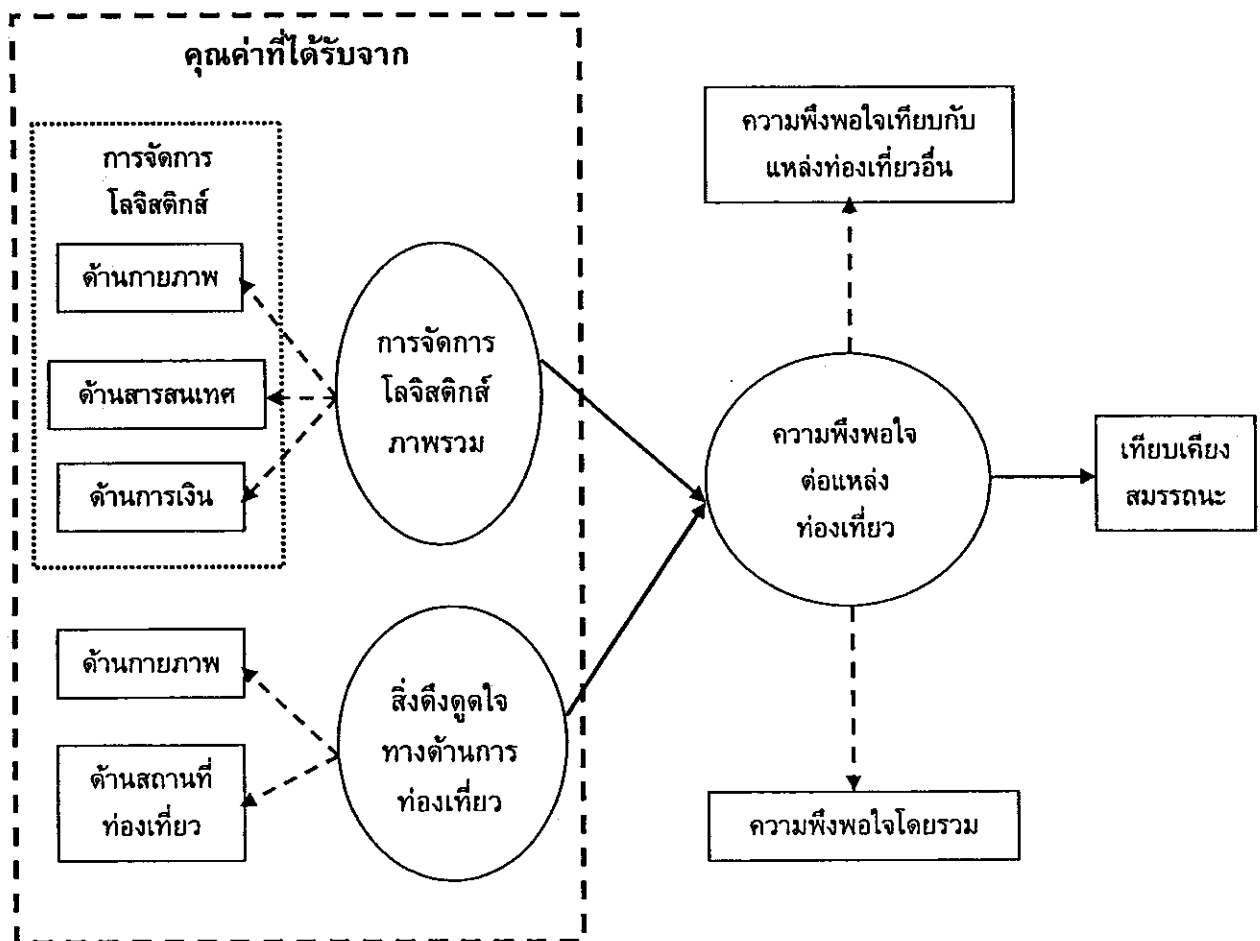
ทั้งนี้กรอบของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องข้องกับการไหลหรือการเคลื่อนที่ (Flow) สามส่วน คือ การไหลทางกายภาพ (Physical Flow) การไหลของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) และการไหลด้านการเงิน (Financial Flow) ดังนี้

ก. การไหลทางกายภาพ (Physical Flow) หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น

ข. การไหลของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และค่าเตือนให้ระวังภัย เป็นต้น

ค. การไหลด้านการเงิน (Financial Flow) หมายถึง การอำนวยความสะดวกเรื่อง การจองชำระค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว และการซื้อตั๋วเดินทางต่าง ๆ

ดังนั้นจึงทำการวิเคราะห์คุณค่าที่ได้รับจากความพึงพอใจดังรูปที่ 3.2



รูปที่ 3.2: กรอบแนวคิดการวัดความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

(ดัดแปลงจาก: มิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ, 2550)

### 3.3 การเทียบเคียงสมรรถนะ

จากจังหวัดที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการท่องเที่ยวในภาคใต้ คือ จังหวัดภูเก็ตซึ่งได้รับเลือกให้เป็น 1 ใน 20 ของการจัดอันดับแหล่งท่องเที่ยวประเภทหมู่เกาะจากการลงคะแนนแหล่งท่องเที่ยวประเภทหมู่เกาะ ที่เป็นที่ยอมรับท่องเที่ยวที่สุดในโลก ประจำปี พ.ศ. 2551 จาก นิตยสาร Conde Nest Traveler ซึ่งเป็นนิตยสารด้านการท่องเที่ยวชั้นนำ ได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกนิตยสารดังกล่าว เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการและผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ ประจำปี พ.ศ.2551 และมีหาดป่าตอง ที่ได้รับการจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามที่สุดในประเทศไทยอันดับ 1 จากข้อมูลดังกล่าว และวิสัยทัศน์ของจังหวัดภูเก็ต คือ “ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลกมีคุณภาพชีวิตที่ดีมีเอกลักษณ์วัฒนธรรมและมีการพัฒนาที่ยั่งยืน ” ดังนั้น การศึกษาจึงจัดให้เป็นจังหวัดที่ใช้ในการเทียบเคียงสมรรถนะ เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดการด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นจังหวัดต้นแบบที่ใช้วัดเปรียบเทียบ โดยทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและเทียบเคียงสมรรถนะการประเมินความพึงพอใจที่ได้รับจากการจัดการด้านโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ได้แก่ การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ ด้านสารสนเทศและด้านการเงิน โดยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างประเมินในระดับคะแนนความพึงพอใจ ระหว่าง 0-5 กำหนดให้ 5 คือ พึงพอใจมากที่สุด 4 คือ พึงพอใจมาก 3 คือ พึงพอใจปานกลาง 2 คือ พึงพอใจน้อย 1 คือ พึงพอใจน้อยที่สุด และ 0 คือ ไม่มีความคิดเห็น

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้มาจากการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาโดยศึกษาจากนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับแผนพัฒนาจังหวัดสงขลาและภูเก็ต ดังนี้

#### นโยบายกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1. เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาคทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว
2. บริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศและยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมการสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชีย
3. เร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง
4. เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดการสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว
5. เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย ป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง



### แผนยุทธศาสตร์ระดับจังหวัดสงขลา

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมจังหวัดสงขลาให้เป็นการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเป็นประตูเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอื่น [ประตูการท่องเที่ยวแบบครบวงจร (Complex Tourism Gateway)]

เป้าประสงค์	1. รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2. เอกลักษณ์ของสงขลาเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)			
		2553	2554	2555	2556
ตัวชี้วัด	1. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว	ร้อยละ 15	ร้อยละ 15	ร้อยละ 15	ร้อยละ 15
	2. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวน ผู้เยี่ยมเยือน	ร้อยละ 15	ร้อยละ 15	ร้อยละ 15	ร้อยละ 15
	3. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของการรู้จักเอกลักษณ์การท่องเที่ยวของสงขลา	ร้อยละ 10	ร้อยละ 10	ร้อยละ 10	ร้อยละ 10

#### กลยุทธ์

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสัญลักษณ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการท่องเที่ยวของสงขลา
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเชื่อมโยง (การท่องเที่ยวครบวงจร, Linkage, Gateway)
3. ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ และการตลาดเชิงรุก

#### แผนยุทธศาสตร์ระดับจังหวัดภูเก็ต

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก

เป้าประสงค์	1. มีรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 2. ประชาชนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)			
		2553	2554	2555	2556
ตัวชี้วัด	1. รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว	ร้อยละ 5	ร้อยละ 5	ร้อยละ 5	ร้อยละ 5
	2. ประชาชนมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80

#### กลยุทธ์หลัก โดยเรียงลำดับความสำคัญ ดังนี้

1. ส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน
2. ปรับโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพสู่มาตรฐานสากลและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
3. ยกระดับมาตรฐานด้านการบริการและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งบุคลากรด้านการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล
4. ส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัด

5. สร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในเรื่องทรัพย์สินพิบัติภัย การก่อการร้ายสากล และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

6. ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยเน้น Mice, Health and Service, International Medical Service, Health Tourism, Spa, OTOP, Marina

7. สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี ตามแผน IMT-GT/ BEMSTEC เชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว การขนส่งทั้งทางบก ทางทะเล และทางอากาศ

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า แผนยุทธศาสตร์ระดับจังหวัดทั้งสงขลาและภูเก็ตมีความสอดคล้องกันทั้งเป้าประสงค์และกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี ตามแผน IMT-GT/ BEMSTEC เชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว การขนส่งทั้งทางบก ทางทะเล และทางอากาศซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดสงขลาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาโลจิสติกส์ต่อไป และข้อมูลที่ใช้รวมกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาและภูเก็ต โดยใช้เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต สำหรับสถานที่ที่เก็บตัวอย่าง ได้แก่ สนามบิน สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ และตามสถานที่ท่องเที่ยวภายในตัวเมืองสงขลา หาดใหญ่ และภูเก็ต โดยเลือกสถานที่ในการสุ่มตัวอย่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต และสถานที่ที่เป็นจุดการเดินทางของนักท่องเที่ยว แล้วทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster (Area) Random Sampling) เป็นวิธีที่ผู้วิจัยใช้ในการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มตามเขตพื้นที่ (Area) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต และสถานที่ที่เป็นจุดการเดินทางของนักท่องเที่ยวและทำการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบสะดวกสบาย (Convenience หรือ Accidental Sampling) โดยดำเนินการเก็บแบบสอบถามโดยให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามเองโดยมีผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดในการตอบแบบสอบถามก่อนทำแบบสอบถามและตอบคำถามนักท่องเที่ยวในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีข้อสงสัย ซึ่งดำเนินการในช่วงเดือนเมษายน – มิถุนายน พ.ศ. 2554 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับโครงสร้างค่าใช้จ่ายในระหว่างการท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 การวัดระดับความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวและการบริการ

สำหรับแบบสอบถามที่ใช้ในการสอบถามได้นำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษา และนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบจำนวน 30 ชุด เป็นจำนวน Pre Test เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวัดความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของ Cronbach คือ การหาสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งพิจารณาจากค่าความสอดคล้องภายในคำตอบระหว่างคำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถาม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k\bar{r}}{1 + (k-1)\bar{r}}$$

เมื่อ

k = จำนวนคำถาม

$\bar{r}$  = ค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคำถามต่าง ๆ

โดยใช้โปรแกรม SPSS 11.5 มาช่วยในการวิเคราะห์ สรุปได้ว่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.816 แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์เข้าใกล้ 1 ทำให้มีความน่าเชื่อถือค่อนข้างสูง

จากจำนวนประชากรของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาปี 2552 พบว่ามีจำนวน 981,059 คนและ 585,611 คน ตามลำดับ และในจังหวัดภูเก็ตปี 2552 พบว่ามีจำนวน 550,031 คนและ 2,171,238 คน ตามลำดับ เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมในการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงแยกกลุ่ม

ประชากรตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ และทำการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างของ Yamane (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่าง (n)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง  
N = ประชากรที่ใช้ในการศึกษา  
e = ความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาชาวไทยในสงขลาและภูเก็ต 981,059 คนและ 550,031 คน ตามลำดับยอมให้เกิดการผิดพลาด 10 % ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$n = \frac{981,059}{1 + 981,059 (.10)^2}$$

$$= \frac{981,059}{9,811.59} = 99.98$$

จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในสงขลาและภูเก็ต 981,059 คนและ 550,031 คน ตามลำดับ ใช้กลุ่มตัวอย่าง 99.98 ตัวอย่างเท่ากัน เพื่อให้ครอบคลุมขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่างเท่ากันทั้งสองจังหวัด

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาต่างชาติในสงขลาและภูเก็ต 585,611 คนและ 2,171,238 คน ยอมให้เกิดการผิดพลาด 10 % ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือใช้กลุ่มตัวอย่าง 99.98 ตัวอย่างและ 99.99 ตัวอย่าง ตามลำดับ เพื่อให้ครอบคลุมขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่างเท่ากันทั้งสองจังหวัด

ดังนั้น ต้องสุ่มตัวอย่างทั้งหมดจังหวัดละ 200 ตัวอย่าง

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกตามจำนวนประชากรของแต่ละสถานที่ที่กำหนดไว้เบื้องต้นในการสุ่มตัวอย่าง (Cluster (Area) Random Sampling) และทำการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience หรือ Accidental Sampling) ตามจำนวนที่แบ่งกลุ่มต่อไป

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่มตามลักษณะนักท่องเที่ยวทั้ง 3 แบบ ดังนี้

- นักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ
- นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต
- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต

แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยไมโครคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัย Statistical Package for Social Science: SPSS 11.5 โดยการคำนวณทางสถิติตามลักษณะของข้อมูล ดังนี้

- วิเคราะห์หาข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมและโครงสร้างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของประชากรกลุ่มตัวอย่างใช้สถิติพรรณนาโดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง คือ ร้อยละ ประกอบคำบรรยาย
- วิเคราะห์หาค่าความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง คือ ค่าเฉลี่ย ประกอบคำบรรยาย

- วิเคราะห์การวัดความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน คือ กายภาพ สารสนเทศและการเงินนำเสนอในรูปแบบตาราง ได้แก่ ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย ค่า U Statistic การทดสอบแมนท์วิทนี ประกอบคำบรรยาย

การวิเคราะห์ความแตกต่างผลรวมของลำดับที่ของคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่มทั้ง 3 รูปแบบ คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลากับจังหวัดภูเก็ต และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลากับจังหวัดภูเก็ตจะถูกทดสอบทางสถิติโดยค่าสถิติ The Mann-Whitney U Test และพิจารณาความแตกต่างโดยแบบข้างเดียว (one-tailed t-test) เพื่อให้สรุปความแตกต่างค่า U Statistic ทั้งสองในรูปมากกว่าหรือน้อยกว่า

โดยมีสมมุติฐาน ดังนี้

- นักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ

- $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

- นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต

- $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต
- $H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา
- $H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. ค่าความถี่ (Frequency)
2. ค่าร้อยละ (Percentage)
3. ค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n x_i$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย

N แทน จำนวนข้อมูล

$$\sum_{i=1}^n x_i \text{ แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด}$$

4. ค่ามัธยฐาน (Median) คือ ค่ากลางของข้อมูลหากข้อมูลมีการแจกแจงเบ้ซ้ายหรือเบ้ขวา การเลือกใช้ค่ามัธยฐานถือว่าเหมาะสมที่สุด

5. การทดสอบแมนท์วีนีย์ The Mann-Whitney U Test เป็นสถิตินอนพาราเมตริกที่มีคุณสมบัติการทดสอบใกล้เคียงกับ t-test หรือถือว่ามีประสิทธิภาพในการทดสอบสูงใช้ทดสอบสมมุติฐานที่ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองที่เป็นอิสระจากกัน มาจากประชากรที่มีการแจกแจงเหมือนกันหรือใช้ทดสอบว่าประชากร 2 ประชากรมีการแจกแจงความน่าจะเป็นชนิดเดียวกันหรือไม่นั่นเอง จึงเป็นการทดสอบที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการเปรียบเทียบประชากรอิสระ 2 กลุ่ม การทดสอบจะต้องอาศัยอันดับ (Rank) คือพิจารณาถึงตำแหน่งที่จัดเรียงตามอันดับของข้อมูลตามที่ปรากฏในกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม (ยูท ไทยวรรณ, 2553)

ข้อกำหนดเบื้องต้น

- ข้อมูลประกอบด้วยตัวอย่างสุ่มด้วยค่า  $X_1, X_2 \dots X_{n1}$  จากประชากรที่ 1 และตัวอย่างสุ่มอีก 1 ชุด ด้วยค่าสังเกต  $Y_1, Y_2 \dots Y_{n2}$  จากประชากรที่ 2 ซึ่งเป็นอิสระกัน
- ตัวอย่าง 2 ชุดนี้เป็นอิสระกัน
- ค่าตัวแปรสุ่มมีค่าต่อเนื่อง (continuous)
- ประชากรมีการแจกแจงแบบไม่ปกติหรือไม่ทราบรูปแบบการแจกแจงของประชากร
- มาตรการวัดอย่างน้อยเป็นแบบเรียงลำดับ (ordinal scale)

• ฟังก์ชันการแจกแจง ของ 2 ประชากร ต่างกันเฉพาะค่ากลาง (ซึ่งนิยมวัดด้วยมัธยฐาน ,  $M_x$  ,  $M_y$ )  
คำนวณหาค่า  $U$  โดยใช้สูตร

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1(n_1 + 1)}{2} - \sum R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2(n_2 + 1)}{2} - \sum R_2$$

เมื่อ	$n_1$	แทน	กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาจากประชากรกลุ่มที่ 1
	$n_2$	แทน	กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาจากประชากรกลุ่มที่ 2
	$\sum R_1$	แทน	ผลรวมของอันดับของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
	$\sum R_2$	แทน	ผลรวมของอันดับของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

$U$  Statistic ที่จะนำไปทดสอบ พิจารณาจากค่าของ  $U_1$  และ  $U_2$  ที่คำนวณได้ โดยเลือกค่านี้น้อยกว่าเป็น  $U$  Statistic เพื่อพิจารณาความแตกต่างกันทางสถิติ

## บทที่ 4

### ผลดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ทั้งบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงกระบวนการในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวแล้วนำมาดำเนินการเทียบเคียงสมรรถนะระหว่างโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ คือ การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งเน้นเทียบเคียงในกระบวนการทำงาน (Process Benchmarking) เพื่อเป็นการบูรณาการแนวความคิดด้านการท่องเที่ยวและการจัดการโลจิสติกส์เข้าด้วยกัน ปรากฏผลการดำเนินงานวิจัยตามรายละเอียดต่อไปนี้

#### ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ได้เสนอการวิเคราะห์ออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2) การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยระหว่างจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต และ 3) การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่างจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามสอบถามนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต จังหวัดละ 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 ตัวอย่างและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 100 ตัวอย่าง

#### 4.1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างภายในจังหวัดสงขลา

##### 4.1.1 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นเพศหญิงร้อยละ 55 และ 45 ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25-54 ปี ร้อยละ 44 และ 62 โดยมีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา/สูงกว่า ร้อยละ 53 และ 75 ส่วนภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 77 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ รองลงมา ได้แก่ ภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคเหนือ ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 15, 5 และ 3 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 61 มาจากประเทศมาเลเซีย และอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 32 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา ได้แก่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และอื่น ๆ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 26, 24, 17 และ 1 ตามลำดับ ในขณะที่อาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 37 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ เกษียณอายุและอื่น ๆ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 23, 23, 15, 1 และ 1 ตามลำดับ ในส่วนของรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 86 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 84 มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ

จากข้อมูลพื้นฐานข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก อยู่ในวัยเรียนเป็นส่วนใหญ่ และมีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นอย่างต่ำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มีฐานะปานกลาง อยู่ในวัยทำงาน และมีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นอย่างต่ำเช่นกัน ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างภายในจังหวัดสงขลา

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	ไทย	ต่างชาติ
<b>1. ภูมิภาค</b>		
กรุงเทพ	9	มาเลเซีย 61
ภาคกลาง	6	ฟิลิปปินส์ 3
ภาคเหนือ	3	สิงคโปร์ 9
ภาคใต้	77	อินโดนีเซีย 1
ภาคอีสาน	5	จีน 3
		ฮ่องกง 3
		อินเดีย 6
		แคนาดา 3
		นอร์เวย์ 6
		แอฟริกาใต้ 3
		ภูฏาน 1
		ไนจีเรีย 1
<b>2. เพศ</b>		
ชาย	45	55
หญิง	55	45
<b>3. ช่วงอายุ</b>		
15-24 ปี	54	29
25-34 ปี	23	31
35-44 ปี	11	23
45-54 ปี	10	8
55-64 ปี	2	5
65 ปีขึ้นไป	0	4
<b>4. การศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	47	25
ปริญญาตรี	51	64
สูงกว่าปริญญาตรี	2	11
<b>5. อาชีพ</b>		
พนักงานบริษัท	17	23
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24	15
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	26	37
เกษียณอายุ	0	1
นักศึกษา	32	23
อื่นๆ	1	1



ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างภายในจังหวัดสงขลา (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ			
	ไทย		ต่างชาติ	
6. รายได้	(บาท/เดือน)		(USD/ปี)	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	44	ต่ำกว่า 20,000 USD	49
	10,000-20,000 บาท	42	20,000-40,000 USD	35
	20,000-30,000 บาท	5	40,000-60,000 USD	12
	30,000-50,000 บาท	3	60,000-80,000USD	3
	50,000-70,000 บาท	1	80,000 USD ขึ้นไป	1
	70,000-100,000 บาท	3		
	100,000-150,000 บาท	1		
	150,000 บาทขึ้นไป	1		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.1.2 ลักษณะการเดินทางและแบบแผนการเดินทาง

นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 38 เดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยรถยนต์ส่วนตัว นอกจากการเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยรถยนต์ส่วนตัวแล้วยังเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง รถไฟ และเครื่องบิน โดยมีสัดส่วนร้อยละ 30, 22 และ 10 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมนิยมเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยเครื่องบินถึงร้อยละ 47 นอกจากการเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยเครื่องบินแล้ว นักท่องเที่ยวต่างชาติยังนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และพาหนะที่ทางบริษัทนำเที่ยวจัดให้ ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 26 และ 20 ในส่วนของการเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางและรถไฟ มีร้อยละ 5 และ 2 แต่เมื่อพิจารณาถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามากที่สุด คือ มาเลเซีย พบว่า นิยมเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยรถยนต์ส่วนตัวถึงร้อยละ 42.6 รองลงมา คือ พาหนะที่ทางบริษัทนำเที่ยวจัดให้ร้อยละ 32.8 จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่าการเดินทางด้วยวิธีอื่น ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ภายในภาคใต้ทำให้ใช้ระยะเวลา ระยะทางไม่มาก และสะดวก ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมนิยมเดินทางด้วยเครื่องบิน เนื่องจากการเดินทางด้วยเครื่องบินมีความสะดวกและรวดเร็ว แต่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่าการเดินทางด้วยวิธีอื่น ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นประเทศเพื่อนบ้านทำให้ใช้ระยะเวลา ระยะทางไม่มาก และสะดวก แต่ปัจจุบันภายหลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำเปิดให้บริการระหว่างหาดใหญ่-กัวลาลัมเปอร์ ทำให้มีความสะดวกและยิ่งทำให้ต้นทุนในการเดินทางลดต่ำลงกว่าในอดีตส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเลือกใช้การเดินทางโดยเครื่องบินร้อยละ 13.1

เมื่อพิจารณาถึงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 38 นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 44 นิยมใช้บริการรถตุ๊ก-ตุ๊กในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา ซึ่งการเดินทางทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติร้อยละ 37 และ 43 เป็นการเดินทางมากับครอบครัว ในการเดินทางครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 76 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มากกว่า 8 ครั้ง ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 49 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นครั้งแรกและมีเพียงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20 เดินทางมาท่องเที่ยวแบบซื้อแพ็คเกจทัวร์ จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาด้วยตนเองมากกว่าการใช้บริการของบริษัททัวร์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่มีการใช้บริการของบริษัททัวร์ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2: ลักษณะการเดินทางและแบบแผนการเดินทางนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสงขลา

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	ไทย	ต่างชาติ
<b>1.วิธีการเดินทาง</b>		
เครื่องบิน	10	47
รถยนต์ส่วนตัว	38	26
รถโดยสารประจำทาง	30	5
รถไฟ	22	2
พาหนะที่จัดโดยบริษัทนำเที่ยว	0	20
<b>2. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัด</b>		
รถยนต์ส่วนตัว	38	26
ตุ๊ก-ตุ๊ก	27	44
รถบัส	10	20
มอเตอร์ไซด์	24	5
รถเช่า	0	2
เดิน	1	3
<b>3. จำนวนครั้งการเดินทาง</b>		
มาครั้งแรก	7	49
2-3 ครั้ง	8	37
4-5 ครั้ง	4	6
6-7 ครั้ง	5	1
มากกว่า 8 ครั้ง	76	7
<b>4. บุคคลที่ร่วมเดินทาง</b>		
เพียงลำพัง	14	6
ครอบครัว	37	43
ญาติพี่น้อง	20	4
องค์กร/บริษัท	5	3
เพื่อน	24	40
กรุ๊ปทัวร์	0	4
<b>5. รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้</b>		
มาด้วยตนเอง	100	80
ซื้อแพ็คเกจทัวร์	0	20

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.1.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาจากการปรึกษาเพื่อน/ญาติ ร้อยละ 56 และ 31 รองลงมา คือ จากอินเทอร์เน็ต โดยมีสัดส่วนร้อยละ 27 เท่ากัน ตามลำดับ ซึ่งสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะพัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 49 พักที่บ้านญาติ/เพื่อน รองลงมา ได้แก่ แมนชั่นและโรงแรม โดยมีสัดส่วนร้อยละ 25 และ 22 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 86 พักที่โรงแรม ในส่วนของแมนชั่นและบ้านญาติ/เพื่อน มีเพียงร้อยละ 9 และ 5 เท่านั้น และเมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า แรงจูงใจหลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 33 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้งและรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 68 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง รองลงมา คือ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 30 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 67 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้งเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 45 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้งและรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 73 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง รองลงมา คือ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 21 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 44 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และจากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างถึงสถานที่ที่วางแผนเดินทางต่อจากจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 21 เลือกเดินทางไปกรุงเทพฯ เป็นสถานที่ต่อไป ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางไปมาเลเซียร้อยละ 38 รองลงมา คือ กลับภูมิลำเนาร้อยละ 30 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง การท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยังคงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ที่เป็นสาเหตุหลักในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสงขลา

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	ไทย	ต่างชาติ
<b>1. วิธีการศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยว</b>		
ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	27	27
ค้นหาข้อมูลจากหนังสือท่องเที่ยว	9	25
ติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยว	1	10
ติดต่อผ่านศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	1	3
ปรึกษาเพื่อน / ญาติ	56	31
อื่นๆ	6	4
<b>2. สถานที่พัก</b>		
บ้านตัวเอง/ญาติ/เพื่อน	49	5
เกสต์เฮาส์	2	0
รีสอร์ท	0	0
แมนชั่น	25	9
โรงแรม	22	86
อื่นๆ	2	0

ตารางที่ 4.3 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสงขลา (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ							
	ไทย				ต่างชาติ			
<b>3.สถานที่วางแผนเดินทางต่อ</b>								
กระบี่	9				8			
ชุมพร	1				0			
ตรัง	5				1			
นครศรีธรรมราช	4				0			
นราธิวาส	6				0			
ปัตตานี	5				0			
พังงา	2				1			
พัทลุง	4				0			
ภูเก็ต	5				12			
ยะลา	5				1			
ระนอง	3				1			
สตูล	10				0			
สุราษฎร์ธานี	3				0			
กลับภูมิลำเนา	6				30			
กรุงเทพ	21				3			
มาเลเซีย	3				38			
สิงคโปร์	0				4			
อื่น ๆ	8				1			
<b>4. แรงจูงใจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา</b>	<b>อันดับ 1</b>	<b>อันดับ 2</b>	<b>อันดับ 3</b>	<b>รวม</b>	<b>อันดับ 1</b>	<b>อันดับ 2</b>	<b>อันดับ 3</b>	<b>รวม</b>
ประวัติศาสตร์	6	3	5	14	21	13	10	44
พิพิธภัณฑ์	3	5	7	15	2	1	2	5
เทศกาล	14	8	15	37	17	22	19	58
ศาสนา	0	2	1	3	2	3	6	11
ธรรมชาติ	30	25	12	67	0	9	4	13
อนุรักษ	2	2	5	9	1	3	4	8
สวนสัตว์	2	13	2	17	1	1	1	3
ช้อปปิ้ง	33	22	13	68	45	15	13	73
อาหาร	3	10	15	28	3	18	17	38
สถานบันเทิง	1	7	10	18	5	8	13	26
ระยะทาง	2	2	12	16	2	6	8	16
ความเป็นมิตร	1	1	2	4	1	1	2	4

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.1.4 พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาด้วยตนเอง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 2,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 74 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาทต่อวันถึงร้อยละ 67 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 300 บาทต่อวัน ร้อยละ 49 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 40 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 100 บาทต่อวัน ร้อยละ 45 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 51 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวันร้อยละ 23 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ เป็นจำนวนเงิน 100-300 บาท ร้อยละ 25 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคิดเป็นจำนวนเงินมากกว่า 3,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 44 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 45 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 300 บาทต่อวัน ร้อยละ 46 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 35 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 100-300 บาทต่อวัน ร้อยละ 57 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 41 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงินมากกว่า 2,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 40 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นจำนวนเงิน 100-300 บาท ร้อยละ 32 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวไทย ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4: พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	ไทย	ต่างชาติ
<b>1. ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวภายในจังหวัด (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 1,500 บาท	52	4
1,500-2,000 บาท	22	8
2,000-2,500 บาท	8	19
2,500-3,000 บาท	5	3
3,000-3,500 บาท	5	22
3,500 บาทขึ้นไป	8	44
<b>2. ค่าที่พัก (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 500 บาท	67	7
500-1,000 บาท	31	39
1,000-1,500 บาท	2	45
1,500-2,000 บาท	0	8
2,000 บาทขึ้นไป	0	1

ตารางที่ 4.4: พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	ไทย	ต่างชาติ
<b>3. ค่าพาหนะเดินทางภายในสงขลา (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 100 บาท	17	19
100-300 บาท	32	27
300-500 บาท	20	27
500-700 บาท	16	11
700-1,000 บาท	8	12
1,000-1,500 บาท	7	4
<b>4. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 300 บาท	25	1
300-500 บาท	40	22
500-1,000 บาท	26	35
1,000-1,500 บาท	7	20
1,500-2,000 บาท	2	14
2,000 บาทขึ้นไป	0	8
<b>5. ค่าบริการท่องเที่ยว (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 100 บาท	45	29
100-300 บาท	26	57
300-500 บาท	17	9
500-700 บาท	6	3
700-1,000 บาท	2	2
1,000 บาทขึ้นไป	4	0
<b>6. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง (บาท/คน/วัน)</b>		
500-1,000 บาท	51	22
1,000-1,500 บาท	26	41
1,500-2,000 บาท	13	16
2,000-2,500 บาท	7	7
2,500-3,000 บาท	1	10
3,000-3,500 บาท	2	4
<b>7. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 300 บาท	18	2
300-500 บาท	21	12
500-1,000 บาท	15	20
1,000-1,500 บาท	23	13
1,500-2,000 บาท	9	13
2,000 บาทขึ้นไป	14	40

ตารางที่ 4.4: พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	ไทย	ต่างชาติ
<b>8. เบ็ดเตล็ด (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า100 บาท	13	27
100-300 บาท	25	32
300-500 บาท	21	10
500-700 บาท	8	8
700-1,000 บาท	11	4
1,000-1,500 บาท	22	19

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.1.5 ความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา

การประเมินความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา โดยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างประเมินในระดับคะแนนระหว่าง 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด) สำหรับสถานที่ที่ไม่เคยไป ก็ไม่มีการประเมินในสถานที่นั้น จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ย 3.60 ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ทะเลสาบสงขลาโดยเฉลี่ย 4.03 รองลงมา คือ ตลาดกิมหยง-สันติสุข มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ย 3.97 ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ย 3.73 ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ตลาดน้ำคลองแห โดยเฉลี่ย 4.40 รองลงมา คือ ทะเลสาบสงขลา มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ย 4.29 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งไทยและต่างชาติมีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้งและทางธรรมชาติซึ่งสอดคล้องกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา ดังกล่าวไว้ข้างต้น ดังแสดงตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 : ความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

รายการ	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย	
	ไทย	ต่างชาติ
<b>สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา</b>		
แหลมสมิหลา ทะเลสาบสงขลา	4.03	4.29
หาดสะกอม	3.39	3.94
เกาะหนู-เกาะแมว	3.60	3.94
สะพานติณสูลานนท์	3.78	3.48
เกาะยอ	3.69	3.56
เก้าเส้ง	3.28	3.31
พิพิธภัณฑ์คีตชนวิทยา	3.67	3.33
สวนสัตว์สงขลา	3.48	3.65
สถานที่แสดงพันธ์สัตว์น้ำ	3.67	3.72

ตารางที่ 4.5 : ความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ (ต่อ)

รายการ	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย	
	ไทย	ต่างชาติ
<b>สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา</b>		
สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่	3.54	3.77
ตลาดน้ำคลองแห	3.68	4.40
ตลาดกิมหยง-สันติสุข	3.97	3.99
ปาดังเบซาร์	3.33	3.48
วัดกลาง	3.38	4.00
วัดถ้ำเขารูปช้าง	3.30	4.02
วัดขวิด	3.19	4.05
วัดจะทิ้งพระ	3.65	4.00
วัดพะโคะ	3.82	3.50
บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์	3.80	3.83
น้ำตกโดนงาช้าง	3.88	4.00
น้ำตกโดนปลิว	3.62	3.50
น้ำตกบริพัตร	3.47	4.00
เขาน้ำค้าง	3.63	3.50
นกน้ำคูขุด	3.44	3.00
สันกาลาศิรี	3.66	3.00
<b>ภาพรวมของสถานที่ท่องเที่ยว</b>	<b>3.60</b>	<b>3.73</b>

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.1.6 ความพึงพอใจจากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา

การประเมินความพึงพอใจที่ได้รับจากการจัดการด้านโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อย่อย ได้แก่ การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ ด้านสารสนเทศและด้านการเงิน โดยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างประเมินในระดับคะแนนระหว่าง 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด) และถ้าไม่มีความคิดเห็น ก็ไม่มีการประเมินในรายการนั้น

##### 4.1.6.1 การจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.24 โดยการจัดการในเรื่องความหลากหลายของอาหารเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.70 รองลงมา คือ ความปลอดภัย ณ ที่พัก มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.64 ในขณะที่การจัดการด้านระบบขนส่งสาธารณะในเมืองและการจราจรทางถนน ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพียง 2.83 และ 2.87 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.29 ซึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการจัดการในเรื่องความหลากหลายของอาหารเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.77 รองลงมา คือ ความพร้อมของอาหาร มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.67 ในขณะที่การจัดการด้านระบบขนส่งสาธารณะในเมืองและการจราจรทางถนน ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพียง 2.99 และ 3.05 และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วิทนี เพื่อทดสอบสมมุติฐาน



$H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

$H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญด้านระบบการขนส่งสาธารณะในเมือง การจราจรทางถนน โดยเฉพาะเรื่องความพร้อมของอาหาร เครื่องดื่ม และราคา อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความประทับใจในอาหารที่หลากหลายและรสชาติที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง แต่ในขณะที่เดียวกันทางด้านความปลอดภัยในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และมนุษยสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนถึงระบบการรักษาความปลอดภัยที่ยังไม่ได้มาตรฐานทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความรู้สึกไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยว และทำทาง การสื่อสาร ของผู้ให้บริการและผู้ประกอบการ แต่เมื่อพิจารณาในภาพของความพึงพอใจเฉลี่ยพบว่าปัญหาหลักของจังหวัดสงขลา คือ ระบบการขนส่งสาธารณะทั้งในเมืองและรอบนอก การจราจร ระบบการติดต่อของหายและความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า จังหวัดสงขลามีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้านอาหาร และยังมีการจัดการที่ไม่ดีพอ คือ เรื่องการคมนาคมที่ไม่สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวได้ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวและการรักษาความปลอดภัยด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไขและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 : เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาต่อการจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับต่างชาติ

การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	ไทย	ต่างชาติ		
1 ระบบการขนส่งสาธารณะในเมือง	2.83	2.99	4258	แตกต่างกันทางสถิติ
2 ระบบการขนส่งสาธารณะรอบนอก	3.03	3.07	4767	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
3 การจราจรทางถนน	2.87	3.05	4285	แตกต่างกันทางสถิติ
4 ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.3	3.32	4808	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
5 ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	3.55	3.16	3479	แตกต่างกันทางสถิติ
6 ความปลอดภัย ณ ที่พัก	3.64	3.28	3633	แตกต่างกันทางสถิติ
7 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.19	3.25	4656	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
8 ความพร้อมด้านแพ็คเกจทัวร์	2.9	3.21	1450	แตกต่างกันทางสถิติ
9 ราคาค่าบริการแพ็คเกจทัวร์	3.14	3.29	1438	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
10 ความพร้อมของอาหาร เครื่องดื่ม	3.39	3.67	3521	แตกต่างกันทางสถิติ
11 ราคา ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.23	3.53	3974	แตกต่างกันทางสถิติ
12 ความหลากหลายของอาหาร	3.7	3.77	4832	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
13 ระบบการติดต่อของหาย	2.92	3.11	2294	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
14 มนุษย์สัมพันธ์	3.61	3.35	3964	แตกต่างกันทางสถิติ
ภาพรวมของการจัดการด้านกายภาพ	3.24	3.29		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.1.6.2 การจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ

การจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ โดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.23 โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านที่พักเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.56 รองลงมา คือ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านอาหารและเครื่องดื่มมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.54 ส่วนปัญหาหลักในการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ คือ ข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 2.85 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศโดยเฉลี่ยในภาพรวม 3.25 ซึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.37 รองลงมา คือ ข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สนามบิน และข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.34 ในขณะที่การจัดการด้านข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพียง 3.13 และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วาทน์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

$H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

$H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญด้านสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะข้อมูลเว็บไซต์ด้านที่พัก แผนที่ท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า การจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศ เป็นการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยในภาพรวมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างต่ำที่สุด เมื่อเทียบกับการจัดการทั้งสามด้าน และเมื่อพิจารณาในภาพของความพึงพอใจเฉลี่ย พบว่าปัญหาหลักของจังหวัดสงขลา คือ ข้อมูลป้ายแนะนำสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลายังมีข้อจำกัดรวมทั้งยังขาดการปรับปรุงให้ทันสมัย ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 : เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาต่อการจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับต่างชาติ

การจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	ไทย	ต่างชาติ		
ข้อมูลข่าวสารสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด				
1 แผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยว	3.00	3.17	3615	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
2 ข่าวสารการท่องเที่ยว	3.27	3.24	3940	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
3 ข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่งทางบก	3.20	3.17	3853	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
4 ข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สนามบิน	3.22	3.34	3498	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ				
5 ที่พัก	3.56	3.29	2718	แตกต่างกันทางสถิติ
6 อาหารและเครื่องดื่ม	3.54	3.34	3443	แตกต่างกันทางสถิติ
7 การเดินทาง	3.40	3.29	3823	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
8 สถานที่ท่องเที่ยว	2.89	3.37	3144	แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

ตารางที่ 4.7 : เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาต่อการจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับต่างชาติ

การจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	ไทย	ต่างชาติ		
9 แผนที่ท่องเที่ยว	3.42	3.15	3192	แตกต่างกันทางสถิติ
10 ป้ายบอกทาง	3.21	3.23	4720	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
11 ป้ายแนะนำสถานที่	2.85	3.13	3315	แตกต่างกันทางสถิติ
ภาพรวมของการจัดการด้านสารสนเทศ	3.23	3.25		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.1.6.3 การจัดการไหลเวียนด้านการเงิน

ในภาพรวมจังหวัดสงขลาสามารถจัดการการไหลเวียนด้านการเงินในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติมีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกการใช้บริการ ATM โดยเฉลี่ย 3.86 และ 3.75 และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วินี เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญโดยเฉพาะ ด้านระบบการชำระสินค้า อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีขั้นตอนในการชำระสินค้าที่มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อมองในภาพรวมการจัดการไหลเวียนด้านการเงินเป็นการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดเมื่อเทียบกับการจัดการทั้งสามด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติได้อย่างดี ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 : เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาต่อการจัดการการไหลเวียนด้านการเงินระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับต่างชาติ

การจัดการไหลเวียนด้านการเงิน	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	ไทย	ต่างชาติ		
1 ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต	3.43	3.25	2438	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
2 ความสะดวกในการใช้บริการ ATM	3.86	3.75	4482	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
3 การคืนเงินภาษี	-	3.22	-	-
4 ระบบการชำระเงินสินค้า	3.72	3.42	3701	แตกต่างกันทางสถิติ
5 ธุรกรรมการเงินต่างประเทศ	-	3.22	-	
ภาพรวมของการจัดการด้านการเงิน	3.67	3.37		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

## 4.2 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

### 4.2.1 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ในจังหวัดสงขลาจำนวน 100 คนและจังหวัดภูเก็ต 100 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 55 และ 67 ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15-24 ปี ร้อยละ 54 เท่ากัน โดยมีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา/สูงกว่า ร้อยละ 53 และ 93 ส่วนภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 77 และ 66 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ และอาชีพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 32 ในขณะที่อาชีพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 41 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในส่วนของรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ร้อยละ 86 และ 72

จากข้อมูลพื้นฐานข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก อยู่ในวัยเรียนและวัยทำงาน และมีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นอย่างต่ำ ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9: ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

ข้อมูลทั่วไป	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>1. ภูมิลำเนา</b>		
กรุงเทพ	9	14
ภาคกลาง	6	11
ภาคตะวันตก	0	2
ภาคตะวันออก	0	3
ภาคเหนือ	3	4
ภาคใต้	77	66
ภาคอีสาน	5	0
<b>2. เพศ</b>		
ชาย	45	33
หญิง	55	67
<b>3. ช่วงอายุ</b>		
15-24 ปี	54	54
25-34 ปี	23	29
35-44 ปี	11	11
45-54 ปี	10	4
55-64 ปี	2	1
65 ปีขึ้นไป	0	1
<b>4. การศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	47	7
ปริญญาตรี	51	80
สูงกว่าปริญญาตรี	2	13

ตารางที่ 4.9: ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>5.อาชีพ</b>		
พนักงานบริษัท	17	41
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24	21
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	26	15
เกษียณอายุ	0	1
นักศึกษา	32	22
อื่นๆ	1	0
<b>6.รายได้ (บาท/เดือน)</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	44	23
10,000-20,000 บาท	42	49
20,000-30,000 บาท	5	16
30,000-50,000 บาท	3	7
50,000-70,000 บาท	1	4
70,000-100,000 บาท	3	0
100,000-150,000 บาท	1	1
150,000 บาทขึ้นไป	1	0

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.2.2 ลักษณะการเดินทางและแบบแผนการเดินทาง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาและภูเก็ตด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 38 และ 44 นอกจากการเดินทางเข้าสู่จังหวัดด้วยรถยนต์ส่วนตัวแล้วยังเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 30 และ 34

เมื่อพิจารณาถึงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวถึงร้อยละ 38 และ 44 นอกจากใช้รถยนต์ส่วนตัวนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลานิยมใช้บริการรถตุ๊ก-ตุ๊ก ร้อยละ 27 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดภูเก็ตนิยมใช้บริการเช่ารถถึงร้อยละ 21 ซึ่งแตกต่างกันอย่างมากกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาไม่มีการใช้บริการรถเช่าเลย อาจเนื่องมาจากกระแสวิกฤตของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของทั้งสองจังหวัด ส่วนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 37 และ 38 เป็นการเดินทางมากับครอบครัว ในการเดินทางครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 76 และ 35 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ตมากกว่า 8 ครั้ง ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10: ลักษณะการเดินทางและแบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>1. วิธีการเดินทาง</b>		
เครื่องบิน	10	20
รถยนต์ส่วนตัว	38	44
รถโดยสารประจำทาง	30	34
รถไฟ	22	0
พาหนะที่จัดโดยบริษัทนำเที่ยว	0	2
<b>2. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัด</b>		
รถยนต์ส่วนตัว	38	44
ตุ๊ก-ตุ๊ก	27	13
รถบัส	10	5
มอเตอร์ไซด์	24	15
รถเช่า	0	21
เดิน	1	2
<b>3. จำนวนครั้งการเดินทาง</b>		
มาครั้งแรก	7	6
2-3 ครั้ง	8	28
4-5 ครั้ง	4	23
6-7 ครั้ง	5	8
มากกว่า 8 ครั้ง	76	35
<b>4. บุคคลที่ร่วมเดินทาง</b>		
เพียงลำพัง	14	5
ครอบครัว	37	38
ญาติพี่น้อง	20	14
องค์กร/บริษัท	5	10
เพื่อน	24	32
กรุ๊ปทัวร์	0	1
<b>5. รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้</b>		
มาด้วยตนเอง	100	98
ซื้อแพ็คเกจทัวร์	0	2

#### 4.2.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา จากการปรึกษาญาติ/เพื่อน ร้อยละ 56 รองลงมา คือ การค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 27 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 38 หาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ การปรึกษาญาติ/เพื่อน ร้อยละ 35 ซึ่งสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะพัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาร้อยละ 49 พักที่บ้านญาติ/เพื่อน รองลงมา ได้แก่ แมนชั่นและโรงแรม โดยมีสัดส่วนร้อยละ 25 และ 22 ตามลำดับ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 36 พักโรงแรม รองลงมา ได้แก่ แมนชั่นและบ้านญาติ/เพื่อน โดยมีสัดส่วนร้อยละ 23 และ 16 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า แรงจูงใจหลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 33 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง และรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 68 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง รองลงมา คือ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 30 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 67 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 58 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 78 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมา คือ การท่องเที่ยวตามเทศกาล โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 17 ของการเลือกการท่องเที่ยวตามเทศกาล และรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 56 ของการเลือกการท่องเที่ยวตามเทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลถือศีลกินเจและประเพณีลอยเรือชาวเล และจากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างถึงสถานที่ที่วางแผนเดินทางต่อจากจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 21 เลือกเดินทางไปกรุงเทพฯ เป็นสถานที่ต่อไป ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 24 เลือกเดินทางไปกระบี่เป็นสถานที่ต่อไปเนื่องจากเป็นจังหวัดใกล้เคียงและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ส่วนการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นสาเหตุหลักในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>1. วิธีการศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยว</b>		
ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	27	38
ค้นหาข้อมูลจากหนังสือท่องเที่ยว	9	18
ติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยว	1	4
ติดต่อผ่านศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	1	5
ปรึกษาเพื่อน / ญาติ	56	35
อื่นๆ	6	0

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

ตารางที่ 4.11 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>2. สถานที่พัก</b>		
บ้านตัวเอง/ญาติ/เพื่อน	49	16
เกสต์เฮาส์	2	11
รีสอร์ท	0	14
แมนชั่น	25	23
โรงแรม	22	36
อื่นๆ	2	0
<b>3.สถานที่วางแผนเดินทางต่อ</b>		
กระบี่	9	24
ชุมพร	1	1
ตรัง	5	2
นครศรีธรรมราช	4	4
นราธิวาส	6	2
ปัตตานี	5	1
พังงา	2	8
พัทลุง	4	0
ภูเก็ต/สงขลา	5	9
ยะลา	5	0
ระนอง	3	2
สตูล	10	3
สุราษฎร์ธานี	3	5
กลับภูมิลำเนา	6	20
กรุงเทพ	21	13
มาเลเซีย	3	2
สิงคโปร์	0	0
อื่น ๆ	8	4

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554



ตารางที่ 4.11 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ							
	สงขลา				ภูเก็ต			
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	รวม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	รวม
<b>4. แรงจูงใจท่องเที่ยวของชาวไทย</b>								
ประวัติศาสตร์	6	3	5	14	5	10	20	35
พิพิธภัณฑ์	3	5	7	15	2	5	3	10
เทศกาล	14	8	15	37	17	19	20	56
ธรรมชาติ	30	25	12	67	58	10	10	78
อนุรักษ	2	2	5	9	2	10	3	15
สวนสัตว์	2	13	2	17	0	4	2	6
ช้อปปิ้ง	33	22	13	68	5	13	9	27
ศาสนา	0	2	1	3	0	0	1	1
อาหาร	3	10	15	28	3	8	15	26
สถานบันเทิง	1	7	10	18	5	18	11	34
ระยะทาง	2	2	12	16	1	3	3	7
ความเป็นมิตร	1	1	2	4	2	0	3	5

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.2.4 พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาด้วยตนเอง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 2,000 บาทต่อวันร้อยละ 74 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาทต่อวันถึงร้อยละ 67 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 300 บาทต่อวัน ร้อยละ 49 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 40 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 100 บาทต่อวัน ร้อยละ 45 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 51 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวันร้อยละ 23 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นจำนวนเงิน 100-300 บาท ร้อยละ 25 ในขณะที่นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตคิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 2,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 33 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000 บาทต่อวันถึงร้อยละ 61 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ตเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 300 บาทต่อวัน ร้อยละ 56 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 58 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 30 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 45 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวันร้อยละ 52 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นจำนวนเงิน 300-500 บาท ร้อยละ 53 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาน้อยกว่าในจังหวัดภูเก็ต อาจเนื่องมาจากจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีค่าครองชีพสูงกว่าจังหวัดสงขลาส่งผลต่อค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12: พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>1. ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวภายในจังหวัด (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 1,500 บาท	52	0
1,500-2,000 บาท/(ต่ำกว่า2,000)	22	33
2,000-2,500 บาท	8	20
2,500-3,000 บาท	5	17
3,000-3,500 บาท	5	10
3,500 บาทขึ้นไป	8	0
3,500-4,000 บาท	0	4
4,000-4,500 บาท	0	5
4,500-5,000 บาท	0	4
5,000-5,500 บาท	0	5
5,500-6,000 บาท	0	2
<b>2. ค่าที่พัก (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 500 บาท	67	0
500-1,000 บาท	31	61
1,000-1,500 บาท	2	31
1,500-2,000 บาท	0	8
<b>3. ค่าพาหนะเดินทางภายในสงขลา (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 100 บาท	17	17
100-300 บาท	32	39
300-500 บาท	20	26
500-700 บาท	16	8
700-1,000 บาท	8	6
1,000-1,500 บาท	7	3
1,500-2,000 บาท	0	1
<b>4. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 300 บาท	25	0
300-500 บาท	40	30
500-1,000 บาท	26	58
1,000-1,500 บาท	7	11
1,500-2,000 บาท	2	1

ตารางที่ 4.12: พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>5. ค่าบริการท่องเที่ยว (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า100 บาท	45	27
100-300 บาท	26	26
300-500 บาท	17	30
500-700 บาท	6	6
700-1,000 บาท	2	10
1,000 บาทขึ้นไป	4	1
<b>6. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง (บาท/คน/วัน)</b>		
500-1,000 บาท	51	45
1,000-1,500 บาท	26	41
1,500-2,000 บาท	13	12
2,000-2,500 บาท	7	1
2,500-3,000 บาท	1	1
3,000-3,500 บาท	2	0
<b>7. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า300 บาท	18	0
300-500 บาท	21	31
500-1,000 บาท	15	52
1,000-1,500 บาท	23	12
1,500-2,000 บาท	9	0
2,000 บาทขึ้นไป	14	3
2,500 บาทขึ้นไป	0	2
<b>8. เบ็ดเตล็ด (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า100 บาท	13	0
100-300 บาท	25	31
300-500 บาท	21	53
500-700 บาท	8	0
700-1,000 บาท	11	10
1,000-1,500 บาท	22	1
1,500-2,000 บาท	0	4
2,000 บาทขึ้นไป	0	1

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.2.5 ความพึงพอใจจากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว

การประเมินความพึงพอใจที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวชาวไทยภายในจังหวัดสงขลา และภูเก็ตในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อย่อย ได้แก่ การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ ด้านสารสนเทศและด้านการเงิน โดยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างประเมินในระดับคะแนนระหว่าง 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด) และถ้าไม่มีความคิดเห็น ก็ไม่มีการประเมินในรายการนั้น

##### 4.2.5.1 การจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.24 โดยการจัดการในเรื่องความหลากหลายของอาหารเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.70 รองลงมา คือ ความปลอดภัย ณ ที่พักมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.64 ในขณะที่การจัดการด้านระบบขนส่งสาธารณะในเมืองและการจราจรทางถนน ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพียง 2.83 และ 2.87 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ย 3.37 ซึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา โดยการจัดการในเรื่องความปลอดภัย ณ ที่พักเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.82 รองลงมา คือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.73 ในขณะที่การจัดการด้านราคา ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม และระบบการขนส่งสาธารณะรอบนอก ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพียง 2.73 และ 2.92 และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนน์-วิทนี เพื่อทดสอบสมมติฐาน

$H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

$H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในภูเก็ตมีความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ด้านความพร้อมด้านแพ็คเกจทัวร์ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ระบบการขนส่งสาธารณะในเมืองความพร้อมของอาหาร เครื่องดื่มและการจราจรทางถนน โดยเฉพาะความพร้อมทางด้านแพ็คเกจทัวร์และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมาก อาจเนื่องมาจากจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดแห่งการท่องเที่ยวทำให้มีแพ็คเกจทัวร์ที่หลากหลายและมากกว่าจังหวัดสงขลา รวมทั้งมีการจัดการด้านความสะอาดที่ดีกว่า แต่ในขณะเดียวกันทางด้านราคาของอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจน้อยกว่าจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงต้นทุนในการจัดส่งสินค้าและค่าครองชีพของแต่ละจังหวัด และเมื่อพิจารณาในของความพึงพอใจเฉลี่ย จังหวัดสงขลาและภูเก็ตยังมีปัญหาจากด้านการคมนาคมเหมือนกัน แต่จังหวัดสงขลา ยังมีการจัดการที่ไม่ดีพอ คือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและความพร้อมด้านแพ็คเกจทัวร์ ส่วนจังหวัดภูเก็ต ยังคงมีปัญหาค่าการจัดการทางด้านราคาของอาหารและเครื่องดื่ม จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า จังหวัดสงขลา มีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้านอาหาร และจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	สงขลา	ภูเก็ต		
1 ระบบการขนส่งสาธารณะในเมือง	2.83	3.18	3855	แตกต่างกันทางสถิติ
2 ระบบการขนส่งสาธารณะรอบนอก	3.03	2.92	4472	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
3 การจราจรทางถนน	2.87	3.10	4157	แตกต่างกันทางสถิติ
4 ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.30	3.14	4349	แตกต่างกันทางสถิติ
5 ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	3.55	3.71	4487	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
6 ความปลอดภัย ณ ที่พัก	3.64	3.82	4349	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
7 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.19	3.73	3383	แตกต่างกันทางสถิติ
8 ความพร้อมด้านแพ็คเกจทัวร์	2.9	3.53	693	แตกต่างกันทางสถิติ
9 ราคาค่าบริการแพ็คเกจทัวร์	3.14	3.26	990	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
10 ความพร้อมของอาหาร เครื่องดื่ม	3.39	3.63	3267	แตกต่างกันทางสถิติ
11 ราคา ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.23	2.73	3687	แตกต่างกันทางสถิติ
12 ความหลากหลายของอาหาร	3.7	3.66	4765	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
13 ระบบการติดต่อของหาย	2.92	3.12	2245	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
14 มนุษย์สัมพันธ์	3.61	3.68	4784	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ภาพรวมของการจัดการด้านกายภาพ	3.24	3.37		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.2.5.2 การจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ โดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.23 โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านที่พักเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.56 รองลงมา คือ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านอาหารและเครื่องดื่มมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.54 ส่วนปัญหาหลักในการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ คือ ข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 2.85 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศโดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.50 โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.88 รองลงมา คือ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านที่พักมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.64 ส่วนปัญหาหลักในการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ คือ ข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.21 และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วาทนีย์ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

$H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

$H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ด้านข้อมูลเว็บไซต์สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสารแผนที่ท่องเที่ยว หนังสือแนะนำเที่ยว ป้ายแนะนำสถานที่ และข้อมูลข่าวสาร ณ สนามบิน โดยเฉพาะข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชื่อเสียงของจังหวัดภูเก็ตด้านแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้มีข้อมูลที่หลากหลายและสามารถหาได้ง่าย และเมื่อพิจารณาในภาพความพึงพอใจโดยเฉลี่ยจังหวัดสงขลาต้องพัฒนา คือ ด้านป้ายแนะนำสถานที่ ข้อมูลเว็บไซต์สถานที่ ข้อมูลข่าวสารแผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยว โดยการดูแล รักษา บำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและมีการประชาสัมพันธ์ ปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า การจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศ มีปัญหาการจัดการข้อมูลป้ายแนะนำสถานที่ทั้งสองจังหวัด ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

การจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	สงขลา	ภูเก็ต		
ข้อมูลข่าวสารสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด				
1 แผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยว	3.00	3.48	2881	แตกต่างกันทางสถิติ
2 ข่าวสารการท่องเที่ยว	3.27	3.48	3938	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
3 ข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่งทางบก	3.20	3.35	4011	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
4 ข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สนามบิน	3.22	3.54	3050	แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ				
5 ที่พัก	3.56	3.64	3700	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
6 อาหารและเครื่องดื่ม	3.54	3.49	3959	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
7 การเดินทาง	3.40	3.60	3520	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
8 สถานที่ท่องเที่ยว	2.89	3.88	1698	แตกต่างกันทางสถิติ
9 แผนที่ท่องเที่ยว	3.42	3.50	3742	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
10 ป้ายบอกทาง	3.21	3.34	4316	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
11 ป้ายแนะนำสถานที่	2.85	3.21	3232	แตกต่างกันทางสถิติ
ภาพรวมของการจัดการด้านสารสนเทศ	3.23	3.50		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.2.5.3 การจัดการไหลเวียนด้านการเงิน

ในภาพรวมทั้งจังหวัดสงขลาและภูเก็ตสามารถจัดการการไหลเวียนด้านการเงินในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกการใช้บริการ ATM โดยเฉลี่ย 3.86 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต มีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต โดยเฉลี่ย 3.86 และเมื่อมองในภาพรวมการจัดการไหลเวียนด้านการเงินเป็นการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวที่มีความพึง

พอใจโดยเฉลี่ยในภาพรวมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เมื่อเทียบกับการจัดการทั้งสามด้าน และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนวิทนี่ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

$H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

$H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ด้านความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการการไหลเวียนด้านการเงินระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

การจัดการไหลเวียนด้านการเงิน	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	สงขลา	ภูเก็ต		
1 ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต	3.43	3.86	2118	แตกต่างกันทางสถิติ
2 ความสะดวกในการใช้บริการ ATM	3.86	3.83	4913	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
3 การคืนเงินภาษี	0.00	0.00	-	-
4 ระบบการชำระเงินสินค้า	3.72	3.63	4365	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
5 ธุรกรรมการเงินต่างประเทศ	0.00	0.00	-	-
ภาพรวมของการจัดการด้านการเงิน	3.67	3.77		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.3 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

##### 4.3.1 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสงขลาจำนวน 100 คนและจังหวัดภูเก็ต 100 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 45 และ 54 ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15-24 ปี ร้อยละ 29 และ 42 โดยมีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา/สูงกว่า ร้อยละ 75 และ 89 ส่วนภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 61 และ 41 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศมาเลเซียและประเทศทวีปยุโรป ตามลำดับ และอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดสงขลาประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 37 ในขณะที่อาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 31 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนนักศึกษา ในส่วนของรายได้ของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 20,000 USD ร้อยละ 49 และ 43

จากข้อมูลพื้นฐานข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก อยู่ในวัยเรียนและวัยทำงาน และมีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นอย่างต่ำ ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16: ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
1. ภูมิสำเนา		
เกาหลี	0	8
แคนาดา	3	1
จีน	3	10
ญี่ปุ่น	0	5
เดนมาร์ก	0	1
ตุรกี	0	1
ไต้หวัน	0	1
นอร์เวย์	6	3
ไนจีเรีย	1	0
โปแลนด์	0	1
ฝรั่งเศส	0	3
ฟินแลนด์	0	3
ฟิลิปปินส์	3	0
ภูฏาน	1	0
มาเลเซีย	61	3
เยอรมัน	0	8
รัสเซีย	0	7
เวียดนาม	0	2
สวีตเซอร์แลนด์	0	1
สวีเดน	0	1
สิงคโปร์	9	0
ออสเตรเลีย	0	10
อังกฤษ	0	10
อเมริกา	0	11
อิตาลี	0	3
อินเดีย	6	3
อินโดนีเซีย	1	4
แอฟริกาใต้	3	0
ฮ่องกง	3	0



ตารางที่ 4.16: ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>2. เพศ</b>		
ชาย	55	46
หญิง	45	54
<b>3. ช่วงอายุ</b>		
15-24 ปี	29	42
25-34 ปี	31	28
35-44 ปี	23	11
45-54 ปี	8	10
55-64 ปี	5	4
65 ปีขึ้นไป	4	5
<b>4. การศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	11
ปริญญาตรี	64	79
สูงกว่าปริญญาตรี	11	10
<b>5. อาชีพ</b>		
พนักงานบริษัท	23	19
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	15	17
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	37	23
เกษียณอายุ	1	6
นักศึกษา	23	31
อื่นๆ	1	4
<b>6. รายได้ (USD/ปี)</b>		
ต่ำกว่า 20,000 USD	49	43
20,000-40,000 USD	35	26
40,000-60,000 USD	12	16
60,000-80,000 USD	3	11
80,000 USD ขึ้นไป	1	4

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.3.2 ลักษณะการเดินทางและแบบแผนการเดินทาง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาและภูเก็ตด้วยเครื่องบิน ร้อยละ 47 และ 94 แต่เมื่อพิจารณาถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามากที่สุด คือ มาเลเซีย พบว่านิยมเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยรถยนต์ส่วนตัวถึงร้อยละ 42.6 รองลงมา คือ พาหนะที่ทางบริษัทนำเที่ยวจัดให้ร้อยละ 32.8 เมื่อพิจารณาถึงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 44 และ 43 นิยมใช้รถยนต์ตุ๊ก-ตุ๊กและรถเช่า ในการเดินทางครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาร้อยละ 49 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นครั้งแรกและร้อยละ 42 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด

ภูเก็ต 2-3 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวร้อยละ 43 ของกลุ่มตัวอย่างขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนร้อยละ 39 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาซื้อแพคเกจทัวร์ร้อยละ 20 มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตซื้อแพคเกจทัวร์ร้อยละเพียง 6 ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17: ลักษณะการเดินทางและแบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>1. วิธีการเดินทาง</b>		
เครื่องบิน	47	94
รถยนต์ส่วนตัว	26	0
รถโดยสารประจำทาง	5	0
รถไฟ	2	0
พาหนะที่จัดโดยบริษัทนำเที่ยว	20	6
<b>2. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัด</b>		
รถยนต์ส่วนตัว	26	0
ตุ๊ก-ตุ๊ก	44	24
รถบัส	20	18
มอเตอร์ไซด์	5	13
รถเช่า	2	43
เดิน	3	2
<b>3. จำนวนครั้งการเดินทาง</b>		
มาครั้งแรก	49	35
2-3 ครั้ง	37	42
4-5 ครั้ง	6	14
6-7 ครั้ง	1	3
มากกว่า 8 ครั้ง	7	6
<b>4. บุคคลที่ร่วมเดินทาง</b>		
เพียงลำพัง	6	14
ครอบครัว	43	24
ญาติพี่น้อง	4	9
องค์กร/บริษัท	3	11
เพื่อน	40	39
กรุ๊ปทัวร์	4	3
<b>5. รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้</b>		
มาด้วยตนเอง	80	94
ซื้อแพคเกจทัวร์	20	6

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

### 4.3.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจากการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตร้อยละ 45 ของกลุ่ม ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลา ร้อยละ 31 หาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากการปรึกษาญาติ/เพื่อน ซึ่งสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะพัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาและภูเก็ตร้อยละ 83 และ 54 พักที่โรงแรม และเมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า แรงจูงใจหลักที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ การท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 45 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง และรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 73 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง รองลงมา คือ การท่องเที่ยวตามเทศกาล โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 17 ของการเลือกการท่องเที่ยวตามเทศกาลและรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 56 ของการเลือกการท่องเที่ยวตามเทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลถือศีลกินเจที่อำเภอหาดใหญ่และเทศกาลโคมไฟสีสันไต้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 31 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 67 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมา คือ การท่องเที่ยวตามเทศกาล โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 29 ของการเลือกการท่องเที่ยวตามเทศกาลและรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 70 ของการเลือกการท่องเที่ยวตามเทศกาล โดยเฉพาะเทศกาลถือศีลกินผักและประเพณีลอยเรือชาวเล และจากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างถึงสถานที่ที่วางแผนเดินทางต่อจากจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 38 เลือกเดินทางไปมาเลเซีย เป็นสถานที่ต่อไป ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 34 เลือกเดินทางกลับภูมิลำเนา จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ส่วนการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>1. วิธีการศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยว</b>		
ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	27	45
ค้นหาข้อมูลจากหนังสือท่องเที่ยว	25	29
ติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยว	10	7
ติดต่อผ่านศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	3	4
ปรึกษาเพื่อน / ญาติ	31	15
อื่นๆ	4	0

ตารางที่ 4.18 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>2. สถานที่พัก</b>		
บ้านตัวเอง/ญาติ/เพื่อน	5	0
เกสต์เฮาส์	0	14
รีสอร์ท	0	23
แมนชั่น	9	9
โรงแรม	86	54
อื่นๆ	0	0
<b>3.สถานที่วางแผนเดินทางต่อ</b>		
กระบี่	8	14
ชุมพร	0	1
ตรัง	1	1
นครศรีธรรมราช	0	0
นราธิวาส	0	0
ปัตตานี	0	0
พังงา	1	4
พัทลุง	0	0
ภูเก็ต/สงขลา	12	1
ยะลา	1	1
ระนอง	1	1
สตูล	0	1
สุราษฎร์ธานี	0	3
กลับภูมิลำเนา	30	34
กรุงเทพฯ	3	18
มาเลเซีย	38	3
สิงคโปร์	4	3
อื่น ๆ	1	15

ตารางที่ 4.18: พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ							
	สงขลา				ภูเก็ต			
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	รวม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	รวม
<b>4. แรงจูงใจท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ</b>								
ประวัติศาสตร์	21	13	10	44	1	7	10	18
พิพิธภัณฑ์	2	1	2	5	3	11	17	31
เทศกาล	17	22	19	58	29	28	13	70
ธรรมชาติ	2	3	6	11	31	20	16	67
อนุรักษณ์	1	3	4	8	29	11	11	51
สวนสัตว์	1	1	1	3	0	0	2	2
ช้อปปิ้ง	45	15	13	73	2	4	8	14
ศาสนา	0	9	4	13	0	1	2	3
อาหาร	3	18	17	38	0	5	8	13
สถานบันเทิง	5	8	13	26	3	6	7	16
ระยะทาง	2	6	8	16	1	0	3	4
ความเป็นมิตร	1	1	2	4	1	4	3	8

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.3.4 พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

จากการสำรวงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคิดเป็นจำนวนเงินมากกว่า 3,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 44 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000-1,500 บาทต่อวันถึงร้อยละ 45 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 100-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 54 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 35 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 100-300 บาทต่อวัน ร้อยละ 57 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 41 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงิน 2,000-2,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 40 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นจำนวนเงิน 100-300 บาท ร้อยละ 32 ในขณะที่นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตคิดเป็นจำนวนเงิน 5,500-6,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 45 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000-1,500 บาทต่อวันถึงร้อยละ 38 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ตเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 31 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 36 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 25 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 27 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงินมากกว่า 2,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 20 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาท ร้อยละ 22 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติภายในจังหวัดสงขลา มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19: พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>1. ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวภายในจังหวัด (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 1,500 บาท	4	0
1,500-2,000 บาท	8	3
2,000-2,500 บาท	19	11
2,500-3,000 บาท	3	12
3,000-3,500 บาท	22	4
3,500 บาทขึ้นไป	44	0
3,500-4,000 บาท	0	3
4,000-4,500 บาท	0	7
4,500-5,000 บาท	0	2
5,000-5,500 บาท	0	13
5,500-6,000 บาท	0	45
<b>2. ค่าที่พัก (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 500 บาท	7	0
500-1,000 บาท	39	33
1,000-1,500 บาท	45	38
1,500-2,000 บาท	8	14
2,000-2,500 บาท	1	12
2,500 -3,000 บาท	0	2
3,000 บาทขึ้นไป	0	1
<b>3. ค่าพาหนะเดินทางภายในสงขลา (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 100 บาท	19	8
100-300 บาท	27	20
300-500 บาท	27	31
500-700 บาท	11	9
700-1,000 บาท	12	13
1,000-1,500 บาท	4	5
1,500-2,000 บาท	0	7
2,000 บาทขึ้นไป	0	7

ตารางที่ 4.19: พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>4. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 300 บาท	1	0
300-500 บาท	22	19
500-1,000 บาท	35	32
1,000-1,500 บาท	20	36
1,500-2,000 บาท	14	9
2,000 บาทขึ้นไป	8	4
<b>5. ค่าบริการท่องเที่ยว (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 100 บาท	29	16
100-300 บาท	57	19
300-500 บาท	9	25
500-700 บาท	3	18
700-1,000 บาท	2	12
1,000 บาทขึ้นไป	0	10
<b>6. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง (บาท/คน/วัน)</b>		
500-1,000 บาท	22	25
1,000-1,500 บาท	41	27
1,500-2,000 บาท	16	20
2,000-2,500 บาท	7	6
2,500-3,000 บาท	10	15
3,000-3,500 บาท	4	7
<b>7. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (บาท/คน/วัน)</b>		
ต่ำกว่า 300 บาท	2	0
300-500 บาท	12	19
500-1,000 บาท	20	18
1,000-1,500 บาท	13	15
1,500-2,000 บาท	13	12
2,000-2,500 บาท	40	16
2,500 บาทขึ้นไป	0	20

ตารางที่ 4.19: พฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

รายการ	สัดส่วนร้อยละ	
	สงขลา	ภูเก็ต
<b>8. เบ็ดเตล็ด (บาท/คนวัน)</b>		
ต่ำกว่า 100 บาท	27	0
100-300 บาท	32	17
300-500 บาท	10	18
500-700 บาท	8	0
700-1,000 บาท	4	22
1,000-1,500 บาท	19	9
1,500-2,000 บาท	0	18
2,000 บาทขึ้นไป	0	16

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.3.5 ความพึงพอใจจากการจัดการด้านโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว

การประเมินความพึงพอใจที่ได้รับจากการจัดการด้านโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาและภูเก็ตในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อย่อย ได้แก่ การจัดการโหลเวียนด้านกายภาพ ด้านสารสนเทศและด้านการเงิน โดยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างประเมินในระดับคะแนนระหว่าง 1-5 (น้อยที่สุด-มากที่สุด) และถ้าไม่มีความคิดเห็น ก็ไม่มีการประเมินในรายการนั้น

##### 4.3.5.1 การจัดการการโหลเวียนด้านกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.29 โดยการจัดการในเรื่องความหลากหลายของอาหารเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.77 รองลงมา คือ ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.67 ในขณะที่การจัดการด้านความปลอดภัยในการเดินทางและการจราจรทางถนน ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพียง 2.99 และ 3.05 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ย 3.49 ซึ่งมากกว่าจังหวัดสงขลา โดยการจัดการในเรื่องมนุษย์สัมพันธ์เป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.93 รองลงมา คือ ความหลากหลายของอาหาร มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.80 ในขณะที่การจัดการระบบการขนส่งสาธารณะรอบนอก ระบบการขนส่งสาธารณะในเมืองและการจราจรทางถนน (ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากัน) เพียง 3.11 และ 3.18 ตามลำดับ และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วินิตซ์ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

$H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

$H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ด้านมนุษย์สัมพันธ์ ความปลอดภัย ณ ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมด้านแพคเกจทัวร์ ระบบการขนส่งสาธารณะในเมือง และราคาค่าบริการแพคเกจทัวร์ โดยเฉพาะด้านมนุษย์สัมพันธ์ที่มีความแตกต่างของความพึงพอใจอย่างมาก เนื่องจากท่าทาง



และการสื่อสารของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการจัดการที่ยังไม่ได้มาตรฐานภายในจังหวัด สงขลาและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการพบเห็นหนูจำนวนมากในบริเวณตลาดที่เป็น แหล่งช้อปปิ้ง เมื่อพิจารณาในภาพรวมของความพึงพอใจเฉลี่ย พบว่า จังหวัดสงขลาและภูเก็ตมีปัญหาหลักด้านการ จัดการทางกายภาพที่เหมือนกัน คือ ระบบการคมนาคม และจังหวัดสงขลายังต้องมีการพัฒนาในด้านความปลอดภัย ณ ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมด้านแพคเกจทัวร์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมี ความพึงพอใจน้อยกว่าความพึงพอใจในภาพรวม จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า จังหวัดสงขลามีศักยภาพในเรื่องการ จัดการทางด้านอาหาร และยังมีจัดการที่ไม่ดีพอ คือ เรื่องระบบการขนส่งสาธารณะ การจราจร ความปลอดภัยใน การเดินทาง ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และด้านมนุษยสัมพันธ์ ในขณะที่จังหวัดภูเก็ตที่มีปัญหาเรื่องระบบการ ขนส่งสาธารณะ การจราจร ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการจัดการการไหลเวียนด้าน กายภาพระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

การจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	สงขลา	ภูเก็ต		
1 ระบบการขนส่งสาธารณะในเมือง	2.99	3.18	4223	แตกต่างกันทางสถิติ
2 ระบบการขนส่งสาธารณะรอบนอก	3.07	3.11	4721	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
3 การจราจรทางถนน	3.05	3.18	4606	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
4 ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.32	3.33	4683	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
5 ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	3.16	3.53	3412	แตกต่างกันทางสถิติ
6 ความปลอดภัย ณ ที่พัก	3.28	3.72	3373	แตกต่างกันทางสถิติ
7 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.25	3.57	3513	แตกต่างกันทางสถิติ
8 ความพร้อมด้านแพคเกจทัวร์	3.21	3.55	2854	แตกต่างกันทางสถิติ
9 ราคาค่าบริการแพคเกจทัวร์	3.29	3.46	3246	แตกต่างกันทางสถิติ
10 ความพร้อมของอาหาร เครื่องดื่ม	3.67	3.61	4845	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
11 ราคา ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.53	3.39	4487	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
12 ความหลากหลายของอาหาร	3.77	3.80	4703	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
13 ระบบการติดต่อของหาย	3.11	3.49	2555	แตกต่างกันทางสถิติ
14 มนุษย์สัมพันธ์	3.35	3.93	2889	แตกต่างกันทางสถิติ
ภาพรวมของการจัดการด้านกายภาพ	3.29	3.49		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.3.5.2 การจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ

นักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดสงขลาที่มีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ โดยเฉลี่ยใน ภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.25 โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นกรณีที่มีระดับ ความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด 3.37 รองลงมา คือ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านอาหารและเครื่องดื่มมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.34 ส่วนปัญหาหลักในการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ คือ ข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความ พึงพอใจเฉลี่ย 3.13 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้าน สารสนเทศ โดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.61 ซึ่งมากกว่าจังหวัดสงขลา โดยการจัดการในเรื่องข้อมูล ผ่านเว็บไซต์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.79 รองลงมา คือ ข้อมูลผ่านเว็บ

ไซต์ด้านที่พักมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.71 ส่วนปัญหาหลักในการจัดการโรงแรมด้านสารสนเทศ คือ ข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.42 และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วีนีย์ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

$H_0$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

$H_1$  : นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญทุกด้าน โดยเฉพาะข้อมูลเว็บไซต์แผนที่ท่องเที่ยวและข้อมูลข่าวสารสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดด้านแผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยวที่มีความแตกต่างกันอย่างมาก แสดงให้เห็นถึงข้อมูลมีไม่เพียงพอต่อการศึกษา เมื่อพิจารณาในภาพรวมของความพึงพอใจเฉลี่ย พบว่า จังหวัดสงขลายังคงมีปัญหาของข้อมูลข่าวสารแผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยว ข่าวสารการท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่งทางบก ข้อมูลเว็บไซต์แผนที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกทางและป้ายแนะนำสถานที่ ที่ต้องการพัฒนาและประชาสัมพันธ์อย่างเร่งด่วน จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า การจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศ มีปัญหาการจัดการข้อมูลป้ายแนะนำสถานที่ทั้งสองจังหวัด ซึ่งจังหวัดสงขลาต้องการมาตรการและวิธีการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

การจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	สงขลา	ภูเก็ต		
ข้อมูลข่าวสารสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด				
1 แผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยว	3.17	3.65	2818	แตกต่างกันทางสถิติ
2 ข่าวสารการท่องเที่ยว	3.24	3.66	3122	แตกต่างกันทางสถิติ
3 ข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่งทางบก	3.17	3.49	3280	แตกต่างกันทางสถิติ
4 ข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สนามบิน	3.34	3.76	2936	แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ				
5 ที่พัก	3.29	3.71	2525	แตกต่างกันทางสถิติ
6 อาหารและเครื่องดื่ม	3.34	3.68	3457	แตกต่างกันทางสถิติ
7 การเดินทาง	3.29	3.52	3888	แตกต่างกันทางสถิติ
8 สถานที่ท่องเที่ยว	3.37	3.79	3174	แตกต่างกันทางสถิติ
9 แผนที่ท่องเที่ยว	3.15	3.62	3017	แตกต่างกันทางสถิติ
10 ป้ายบอกทาง	3.23	3.46	4080	แตกต่างกันทางสถิติ
11 ป้ายแนะนำสถานที่	3.13	3.42	3876	แตกต่างกันทางสถิติ
ภาพรวมของการจัดการด้านสารสนเทศ	3.25	3.61		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

#### 4.3.5.3 การจัดการไหลเวียนด้านการเงิน

ในภาพรวมทั้งจังหวัดสงขลาและภูเก็ตสามารถจัดการการไหลเวียนด้านการเงินในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการใช้บริการ ATM โดยเฉลี่ย 3.75 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต มีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต โดยเฉลี่ย 3.95 และเมื่อพิจารณาในภาพรวมการจัดการไหลเวียนด้านการเงินเป็นการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยในภาพรวมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เมื่อเทียบกับการจัดการทั้งสามด้าน และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วิทนี เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

$H_0$  : นักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต

$H_1$  : นักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต การเงินภาษี ระบบการชำระเงินสินค้า และธุรกรรมการเงินต่างประเทศ ซึ่งแสดงถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลา มีขั้นตอนความยุ่งยากในการได้รับการบริการ โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน หากต้องการให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดสงขลาที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้ง ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 : เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการจัดการการไหลเวียนด้านการเงินระหว่างนักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ต

การจัดการไหลเวียนด้านการเงิน	ความพึงพอใจโดยเฉลี่ย		U Statistic	ระดับนัยสำคัญ 5%
	สงขลา	ภูเก็ต		
1 ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต	3.25	3.95	2425	แตกต่างกันทางสถิติ
2 ความสะดวกในการใช้บริการ ATM	3.75	3.83	4511	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
3 การเงินภาษี	3.22	3.67	2662	แตกต่างกันทางสถิติ
4 ระบบการชำระเงินสินค้า	3.42	3.79	3503	แตกต่างกันทางสถิติ
5 ธุรกรรมการเงินต่างประเทศ	3.22	3.73	2788	แตกต่างกันทางสถิติ
ภาพรวมของการจัดการด้านการเงิน	3.37	3.79		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2554

## บทที่ 5

### สรุปผลดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ทั้งบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงกระบวนการในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวแล้วนำมาดำเนินการเทียบเคียงสมรรถนะระหว่างโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ คือ การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งเน้นเทียบเคียงในกระบวนการทำงาน (Process Benchmarking) เพื่อเป็นการบูรณาการแนวความคิดด้านการท่องเที่ยว การจัดการโลจิสติกส์วิเคราะห์จุดด้อยและเสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา

#### 5.1 สรุปผลดำเนินการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างภายในจังหวัดสงขลา

นักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นเพศหญิงร้อยละ 55 และ 45 ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25-54 ปี ร้อยละ 44 และ 62 โดยมีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา/สูงกว่า ร้อยละ 53 และ 75 ส่วนภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 77 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ รองลงมา คือ ภาคกลาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ร้อยละ 61 มาจากประเทศมาเลเซีย รองลงมา คือ ประเทศสิงคโปร์ และ อาเซียนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 32 เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 26 ในขณะที่อาเซียนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 37 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รองลงมา คือ พนักงานบริษัทและ นักศึกษาร้อยละ 23 เท่ากัน ในส่วนของรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 86 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 84 มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 40,000 ดอลลาร์สหรัฐ

นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 38 เดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยรถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยเครื่องบินถึงร้อยละ 47 แต่เมื่อพิจารณาถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามากที่สุด คือ มาเลเซีย พบว่า นิยมเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยรถยนต์ส่วนตัวถึงร้อยละ 42.6 รองลงมา คือ พาหนะที่ทางบริษัทนำเที่ยวจัดให้ร้อยละ 32.8 และเมื่อพิจารณาถึงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 38 นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 44 นิยมใช้บริการรถตุ๊ก-ตุ๊ก ซึ่งการเดินทางทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ร้อยละ 37 และ 43 เป็นการเดินทางมากับครอบครัว ในการเดินทางครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 76 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มากกว่า 8 ครั้ง ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 49 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นครั้งแรกและมีเพียงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20 ซึ่งเป็นชาวมาเลเซียเดินทางท่องเที่ยวแบบซื้อแพ็คเกจทัวร์ แต่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่าการเดินทางด้วยวิธีอื่น ๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นประเทศเพื่อนบ้านทำให้ใช้ระยะเวลา ระยะเวลาไม่มาก และสะดวก แต่ปัจจุบันหลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำเปิดให้บริการระหว่างหาดใหญ่-กัวลาลัมเปอร์ ทำให้มีความสะดวกและยังทำให้ต้นทุนในการเดินทางลดต่ำลงกว่าในอดีตส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเลือกใช้บริการเดินทางโดยเครื่องบินร้อยละ 13.1

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาจากการปรึกษาเพื่อน/ญาติ ร้อยละ 56 และ 31 ซึ่งสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะพัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 49 พักที่บ้านญาติ/เพื่อน ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 86 พักที่โรงแรม และเมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า แรงจูงใจหลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 33 และ 45 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง และจากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างถึงสถานที่ที่วางแผนเดินทางต่อจากจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 21 เลือกเดินทางไปกรุงเทพฯ เป็นสถานที่ต่อไป ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปมาเลเซียร้อยละ 38 รองลงมา คือ กลัมบูมิลันาร้อยละ 30

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาด้วยตนเอง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 2,000 บาทต่อวันร้อยละ 74 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาทต่อวันถึงร้อยละ 67 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 300 บาทต่อวัน ร้อยละ 49 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 40 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 100 บาทต่อวัน ร้อยละ 45 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 51 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 23 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ เป็นจำนวนเงิน 100-300 บาท ร้อยละ 25 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคิดเป็นจำนวนเงินมากกว่า 3,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 44 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 45 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 300 บาทต่อวัน ร้อยละ 46 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 35 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 100-300 บาทต่อวัน ร้อยละ 57 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 41 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงินมากกว่า 2,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 40 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดเป็นจำนวนเงิน 100-300 บาท ร้อยละ 32

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ย 3.60 ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ทะเลสาบสงขลาโดยเฉลี่ย 4.03 รองลงมา คือ ตลาดกิมหยง-สันติสุข มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ย 3.97 ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ย 3.73 ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ตลาดน้ำคลองแห โดยเฉลี่ย 4.40 รองลงมา คือ ทะเลสาบสงขลา มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ย 4.29

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ยในภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.24 โดยการจัดการในเรื่องความหลากหลายของอาหารเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.70 ในขณะที่การจัดการด้านระบบขนส่งสาธารณะในเมืองและการจราจรทางถนน ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 2.83 และ 2.87 ยังเป็นปัญหาหลักในการจัดการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ยในภาพรวม คือ 3.29 โดยการจัดการในเรื่องความหลากหลายของอาหารเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.77 ในขณะที่การจัดการด้านระบบขนส่งสาธารณะในเมืองและการจราจรทางถนน ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 2.99 และ 3.05 ยังเป็นปัญหาหลักในการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพ และจากการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัยในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก ส่วนการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ โดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.23 โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านที่พักเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.56 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศโดยเฉลี่ยในภาพรวม 3.25 โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.37 ในขณะที่การจัดการด้านข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยทั้งไทยและต่างชาติ 2.85 และ 3.13 และในภาพรวมจังหวัดสงขลาสามารถจัดการการไหลเวียนด้านการเงินได้ดีที่สุด โดย

นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติมีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกการใช้บริการ ATM โดยเฉลี่ย 3.86 และ 3.75 ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่เป็นคนไทยส่วนใหญ่มาจากภูมิภาคเดียวกัน ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาจากประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา คือ การท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้ง โดยเฉพาะอำเภอหาดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคใต้ และเมื่อพิจารณาถึงการจัดการโลจิสติกส์ทั้ง 3 ด้าน พบว่า การจัดการไหลเวียนด้านการเงินได้รับความพึงพอใจในการบริการมากที่สุด อาจเนื่องมาจากความเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทำให้มีการจัดการทางการเงินที่มีระบบต่อเศรษฐกิจอยู่แล้ว จึงส่งผลต่อการท่องเที่ยวเช่นกัน รองลงมา คือ ด้านกายภาพ ยังคงมีปัญหาคาดการจัดการด้านระบบการขนส่งสาธารณะ การจราจร และการรักษาความปลอดภัยด้านต่าง ๆ และที่ต้องการการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน คือ ด้านสารสนเทศ โดยเฉพาะข้อมูลป้ายแนะนำสถานที่ต่าง ๆ ที่ไม่มีข้อมูลด้านภาษาอังกฤษให้นักท่องเที่ยวได้อ่าน ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลายังมีข้อจำกัดรวมทั้งยังขาดการปรับปรุงให้ทันสมัย อีกทั้งยังไม่สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่กำลังเจริญเติบโต

### 5.1.2 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างภายในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสงขลาจำนวน 100 คนและจังหวัดภูเก็ต 100 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 55 และ 67 ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15-24 ปี ร้อยละ 54 เท่ากัน โดยมีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา/สูงกว่า ร้อยละ 53 และ 93 ส่วนภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ร้อยละ 77 และ 66 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ และอาชีพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาเป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 32 ในขณะที่อาชีพของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 41 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในส่วนของรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ร้อยละ 86 และ 72

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาและภูเก็ตด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 38 และ 44 นอกจากการเดินทางเข้าสู่จังหวัดด้วยรถยนต์ส่วนตัวแล้วยังเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 30 และ 34 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวถึงร้อยละ 38 และ 44 นอกจากใช้รถยนต์ส่วนตัวนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลานิยมใช้บริการรถตุ๊ก-ตุ๊ก ร้อยละ 27 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจังหวัดภูเก็ตนิยมใช้บริการเช่ารถถึงร้อยละ 21 ซึ่งแตกต่างกันอย่างมากกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาไม่มีการใช้บริการเช่าเลย อาจเนื่องมาจากกระแห่งของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของทั้งสองจังหวัด ส่วนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 37 และ 38 เป็นการเดินทางมากับครอบครัว ในการเดินทางครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 76 และ 35 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาและภูเก็ตมากกว่า 8 ครั้ง

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาจากการปรึกษาญาติ/เพื่อน ร้อยละ 56 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 38 หาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะพัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาร้อยละ 49 พักที่บ้านญาติ/เพื่อน ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 36 พักโรงแรม และเมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า แรงจูงใจหลักที่นักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 33 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 58 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และจากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างถึงสถานที่ที่วางแผนเดินทางต่อจากจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 21 เลือกเดินทางไปกรุงเทพฯ เป็นสถานที่ต่อไป ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 24 เลือกเดินทางไปกระบี่เป็นสถานที่ต่อไป

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาด้วยตนเอง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 2,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 74 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาทต่อวันถึงร้อยละ 67 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 300 บาทต่อวัน ร้อยละ 49 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 40 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 100 บาทต่อวัน ร้อยละ 45 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 51 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 23 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นจำนวนเงิน 100-300 บาท ร้อยละ 25 ในขณะที่นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตคิดเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 2,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 33 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000 บาทต่อวันถึงร้อยละ 61 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ตเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 300 บาทต่อวัน ร้อยละ 56 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 58 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 30 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 45 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 52 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นจำนวนเงิน 300-500 บาท ร้อยละ 53

เมื่อพิจารณาถึงการจัดการโลจิสติกส์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาทั้ง 3 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.24 โดยการจัดการในเรื่องความหลากหลายของอาหารเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.70 รองลงมา คือ ความปลอดภัย ณ ที่พักมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.64 ในขณะที่การจัดการด้านระบบขนส่งสาธารณะในเมืองและการจราจรทางถนน ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพียง 2.83 และ 2.87 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ย 3.37 ซึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา โดยการจัดการในเรื่องความปลอดภัย ณ ที่พักเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.82 รองลงมา คือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.73 ในขณะที่การจัดการด้านราคา ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม และระบบการขนส่งสาธารณะรอบนอก ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพียง 2.73 และ 2.92 และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วิทนี เพื่อทดสอบสมมุติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในภูเก็ตมีความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ด้านความพร้อมด้านแพ็คเกจทัวร์ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ระบบการขนส่งสาธารณะในเมืองความพร้อมของอาหาร เครื่องดื่มและการจราจรทางถนน โดยเฉพาะความพร้อมทางด้านแพ็คเกจทัวร์และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่างจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดแห่งการท่องเที่ยวทำให้มีแพ็คเกจทัวร์ที่หลากหลายและมากกว่าจังหวัดสงขลา รวมทั้งมีการจัดการด้านความสะอาดที่ดีกว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ โดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.23 โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านที่พักเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.56 รองลงมา คือ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านอาหารและเครื่องดื่มมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.54 ส่วนปัญหาหลักในการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ คือ ข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 2.85 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ โดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.50 โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.88 รองลงมา คือ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านที่พักมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.64 ส่วนปัญหาหลักในการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ คือ ข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.21 และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วิทนี เพื่อทดสอบสมมุติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาอย่างมี

นัยสำคัญ ด้านข้อมูลเว็บไซต์สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสารแผนที่ท่องเที่ยว หนังสือนำเที่ยว ป้ายแนะนำสถานที่ และ ข้อมูลข่าวสาร ณ สนามบิน โดยเฉพาะข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างมากที่สุด

การจัดการการไหลเวียนด้านการเงินในภาพรวมทั้งจังหวัดสงขลาและภูเก็ตอยู่ในระดับปานกลาง โดย นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกการใช้บริการ ATM โดยเฉลี่ย 3.86 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต มีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต โดยเฉลี่ย 3.86 และเมื่อมองในภาพรวมการจัดการไหลเวียนด้านการเงินเป็นการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยในภาพรวมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เมื่อเทียบกับการจัดการทั้งสามด้าน และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วาทน์ เพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ด้านความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลาและภูเก็ตส่วนใหญ่มาจากภูมิภาคเดียวกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสงขลามีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าจังหวัดภูเก็ต และเมื่อพิจารณาถึงการจัดการโลจิสติกส์ทั้ง 3 ด้าน พบว่าความพึงพอใจโดยรวมจังหวัดภูเก็ตสูงกว่าจังหวัดสงขลา โดยการจัดการไหลเวียนด้านการเงินได้รับความพึงพอใจในการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกายภาพ โดยจังหวัดสงขลามีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้านอาหาร และจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้านความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และด้านสารสนเทศที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด และเมื่อพิจารณาถึงปัญหาด้านการใช้บริการเว็บไซต์ คือ เมื่อทำการสำรวจข้อมูลเว็บไซต์จากการพิมพ์คำสำคัญว่า “ท่องเที่ยวภูเก็ต” และ “Tourism Phuket” ไปพร้อมกัน พบว่า จำนวนหน้าเว็บเพจที่พบ คือ 19,7000,000 และ 17,200,000 ในขณะที่เมื่อพิมพ์คำสำคัญว่า “ท่องเที่ยวสงขลา” และ “Tourism Songkhla” ไปพร้อมกัน พบว่า จำนวนหน้าเว็บเพจที่พบ คือ 11,4000,000 และ 876,000 (ที่มา: จากการสำรวจ Google, 2554) ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมาก แสดงให้เห็นถึงการเข้าถึงของข้อมูลที่นักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวภูเก็ตมีการเข้าถึงข้อมูลที่มากกว่าจังหวัดสงขลาอย่างมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชื่อเสียงของจังหวัดภูเก็ตด้านแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้มีข้อมูลที่หลากหลายและสามารถหาได้ง่าย จึงควรมีการพัฒนาปรับปรุงข้อมูลอย่างเร่งด่วน ซึ่งปัญหาด้านการใช้บริการเว็บไซต์ คือ ข้อมูลที่ไม่ทันสมัย การที่ไม่สามารถให้รายละเอียดได้ตามความต้องการเฉพาะเจาะจง และเมื่อพิจารณาในภาพความพึงพอใจโดยเฉลี่ยจังหวัดสงขลาต้องพัฒนา คือ ด้านป้ายแนะนำสถานที่ ข้อมูลเว็บไซต์สถานที่ ข้อมูลข่าวสารแผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือนำเที่ยว โดยการดูแล รักษา บำรุงสถานที่ท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์ ปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

### 5.1.3 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างภายในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสงขลาจำนวน 100 คนและจังหวัดภูเก็ต 100 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 45 และ 54 ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15-24 ปี ร้อยละ 29 และ 42 โดยมีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา/สูงกว่า ร้อยละ 75 และ 89 ส่วนภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ร้อยละ 61 และ 41 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศมาเลเซียและประเทศทวีปยุโรป และอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 37 ในขณะที่อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 31 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ในส่วนของรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและจังหวัดภูเก็ต มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 20,000 USD ร้อยละ 49 และ 43

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาและภูเก็ตด้วยเครื่องบิน ร้อยละ 47 และ 94 แต่เมื่อพิจารณาถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามากที่สุด คือ มาเลเซีย พบว่า นิยมเดินทางเข้าสู่จังหวัดสงขลาด้วยรถยนต์ส่วนตัวถึงร้อยละ 42.6 รองลงมา คือ พาหนะที่ทางบริษัทนำเที่ยวจัดให้ร้อยละ 32.8 และเมื่อพิจารณาถึงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาและภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยว



ร้อยละ 44 และ 43 นิยมใช้รถยนต์ตุ๊ก-ตุ๊กและรถเช่า ในการเดินทางครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลา ร้อยละ 49 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเป็นครั้งแรกและร้อยละ 42 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต 2-3 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวร้อยละ 43 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนร้อยละ 39

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจากการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตร้อยละ 45 ของกลุ่ม ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลา ร้อยละ 31 หาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากการปรึกษาญาติ/เพื่อน ซึ่งสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะพัก พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาและภูเก็ตร้อยละ 83 และ 54 พักที่โรงแรม และเมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า แรงจูงใจหลักที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ การท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 45 ของการเลือกการท่องเที่ยวเพื่อช้อปปิ้ง ในขณะที่นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นแรงจูงใจอันดับแรกถึงร้อยละ 31 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และรวมทั้งสามอันดับมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 67 ของการเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และจากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างถึงสถานที่ที่วางแผนเดินทางต่อจากจังหวัดสงขลา พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 38 เลือกเดินทางไปมาเลเซีย เป็นสถานที่ต่อไป ในขณะที่นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 34 เลือกเดินทางกลับภูมิลำเนา

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา มีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคิดเป็นจำนวนเงินมากกว่า 3,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 44 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000-1,500 บาทต่อวันถึงร้อยละ 45 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 100-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 54 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 35 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 100-300 บาทต่อวัน ร้อยละ 57 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงิน 1,000-1,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 41 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงิน 2,000-2,500 บาทต่อวัน ร้อยละ 40 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นจำนวนเงิน 100-300 บาท ร้อยละ 32 ในขณะที่นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตคิดเป็นจำนวนเงิน 5,500-6,000 บาทต่อวันร้อยละ 45 โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พักเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000-1,500 บาทต่อวันถึงร้อยละ 38 ค่าพาหนะในการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ตเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 31 ค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 36 ค่าบริการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 300-500 บาทต่อวัน ร้อยละ 25 ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 1,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 27 ค่าใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึกเป็นจำนวนเงินมากกว่า 2,500 บาทต่อวันร้อยละ 20 และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นจำนวนเงิน 500-1,000 บาท ร้อยละ 22 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

เมื่อพิจารณาด้านการจัดการโลจิสติกส์ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.29 โดยการจัดการในเรื่องความหลากหลายของอาหารเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.77 รองลงมา คือ ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.67 ในขณะที่การจัดการด้านความปลอดภัยในการเดินทางและการจราจรทางถนน ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพียง 2.99 และ 3.05 ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านกายภาพโดยเฉลี่ย 3.49 ซึ่งมากกว่าจังหวัดสงขลา โดยการจัดการในเรื่องมนุษย์สัมพันธ์เป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.93 รองลงมา คือ ความหลากหลายของอาหาร มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.80 ในขณะที่การจัดการระบบการขนส่งสาธารณะรอบนอก ระบบการขนส่งสาธารณะในเมืองและการจราจรทางถนน (ที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากัน) เพียง 3.11 และ 3.18 ตามลำดับ และจากการทดสอบ

ค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วีนีย์ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ความปลอดภัย ณ ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมด้านแพ็คเกจทัวร์ ระบบการขนส่งสาธารณะในเมือง และราคาค่าบริการแพ็คเกจทัวร์ โดยเฉพาะด้านมนุษยสัมพันธ์ที่มีความแตกต่างของความพึงพอใจอย่างมาก เมื่อพิจารณาในภาพรวมของความพึงพอใจเฉลี่ย พบว่า จังหวัดสงขลาและภูเก็ตมีปัญหาหลักด้านการจัดการทางกายภาพที่เหมือนกัน คือ ระบบการคมนาคม และจังหวัดสงขลายังต้องมีการพัฒนาในด้านความปลอดภัย ณ ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมด้านแพ็คเกจทัวร์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยกว่าความพึงพอใจในภาพรวม

การจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลามีความพึงพอใจ โดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.25 โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด 3.37 รองลงมา คือ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านอาหารและเครื่องดื่มมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.34 ส่วนปัญหาหลักในการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ คือ ข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.13 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ โดยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง คือ 3.61 ซึ่งมากกว่าจังหวัดสงขลา โดยการจัดการในเรื่องข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นกรณีที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดถึง 3.79 รองลงมา คือ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ด้านที่พักมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.71 ส่วนปัญหาหลักในการจัดการไหลเวียนด้านสารสนเทศ คือ ข้อมูลของป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.42 และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วีนีย์ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านสารสนเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญทุกด้าน โดยเฉพาะข้อมูลเว็บไซต์แผนที่ท่องเที่ยวและข้อมูลข่าวสารสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดด้านแผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยวที่มีความแตกต่างกันอย่างมาก แสดงให้เห็นถึงข้อมูลไม่เพียงพอต่อการศึกษา เมื่อพิจารณาในภาพรวมของความพึงพอใจเฉลี่ย พบว่า จังหวัดสงขลายังคงมีปัญหามาตรฐานของข้อมูลข่าวสารแผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยว ข่าวสารการท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สถานที่ขนส่งทางบก ข้อมูลเว็บไซต์แผนที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกทางและป้ายแนะนำสถานที่ ที่ต้องการพัฒนาและประชาสัมพันธ์อย่างเร่งด่วน

ในภาพรวมทั้งจังหวัดสงขลาและภูเก็ตสามารถจัดการการไหลเวียนด้านการเงินในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการใช้บริการ ATM โดยเฉลี่ย 3.75 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ต มีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต โดยเฉลี่ย 3.95 และเมื่อพิจารณาในภาพรวมการจัดการไหลเวียนด้านการเงินเป็นการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยในภาพรวมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เมื่อเทียบกับการจัดการทั้งสามด้าน และจากการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธีแมนท์วีนีย์ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดภูเก็ตมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/เดบิต การเงินภาษี ระบบการชำระเงินสินค้า และธุรกรรมการเงินต่างประเทศ ซึ่งแสดงถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาที่มีขั้นตอนความยุ่งยากในการได้รับการบริการโดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน หากต้องการให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดสงขลาที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้ง

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดสงขลาใช้จ่ายน้อยกว่าจังหวัดภูเก็ต และเมื่อพิจารณาถึงการจัดการโลจิสติกส์ทั้ง 3 ด้าน พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจังหวัดภูเก็ตสูงกว่าจังหวัดสงขลา โดยการจัดการไหลเวียนด้านการเงินได้รับความพึงพอใจในการบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสารสนเทศ และด้านกายภาพ ในขณะที่เดียวกันจังหวัดสงขลาที่มีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้าน

อาหาร และยังมีจัดการที่ไม่ดีพอ คือ เรื่องระบบการขนส่งสาธารณะ การจราจรและความปลอดภัยในการเดินทาง โดยเฉพาะความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการพบเห็นหนูจำนวนมากในบริเวณตลาดที่เป็นแหล่งช้อปปิ้ง และด้านมนุษยสัมพันธ์ เนื่องจากท่าทางและการสื่อสารของผู้ประกอบการแหล่งช้อปปิ้ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการจัดการที่ยังไม่ได้มาตรฐานภายในจังหวัดสงขลา ในขณะที่จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว แต่ที่มีปัญหาเรื่องระบบการขนส่งสาธารณะ การจราจรและราคาอาหาร เครื่องดื่ม ส่วนจังหวัดสงขลามีศักยภาพในเรื่องการจัดการทางด้านอาหาร

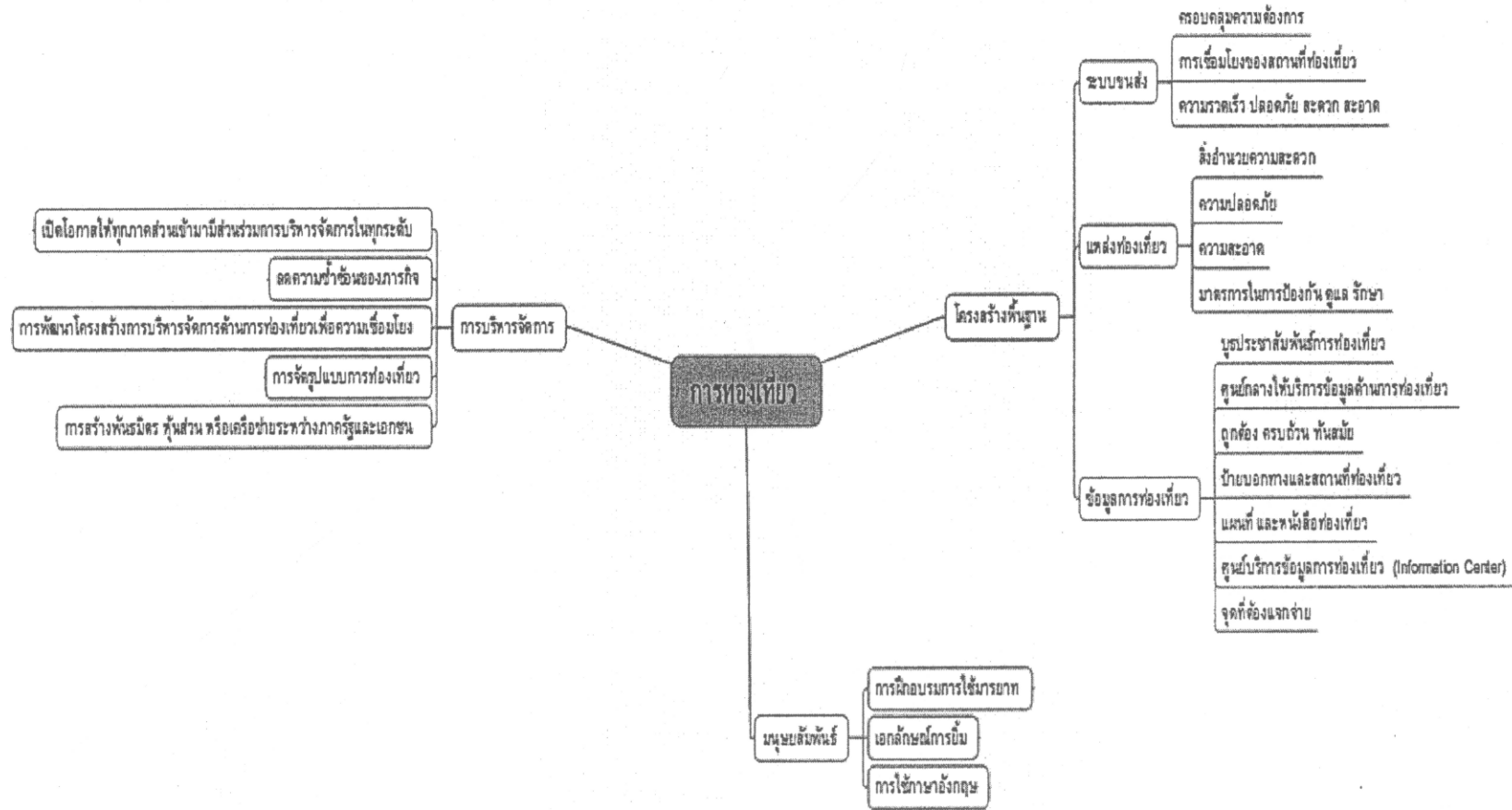
## 5.2 ปัญหาในการดำเนินการวิจัย

- 5.2.1 ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวมีข้อมูลบางเรื่องไม่ตรงกันในแต่ละปีที่มีการจัดทำ ทำให้ไม่สามารถใช้ข้อมูลปัจจุบันล่าสุดได้ในบางส่วน
- 5.2.2 การเก็บข้อมูลในจังหวัดภูเก็ตใช้ระยะเวลาในการติดต่อและดำเนินงานค่อนข้างนานทำให้มีความล่าช้าในการรวบรวมข้อมูล

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดสมรรถนะ (SWOT Analysis) ของจังหวัดสงขลา (แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา, 2553) พบว่า จุดแข็ง คือ มีทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ มีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน อีกทั้งทุนทางสังคมที่เข้มแข็งและหลากหลาย เช่น บุคลากรทางการศึกษา การแพทย์ การท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม ปราชญ์ชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มองค์กรประชาชน เป็นต้น รวมทั้งยังมีโครงข่ายการคมนาคมที่เชื่อมโยงทุกประเภทพร้อมพัฒนาไปสู่ระบบโลจิสติกส์ เพื่อนำไปเป็นศูนย์กลางด้านการค้า การบริการ และการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีโอกาสด้านพื้นที่ติดกับประเทศมาเลเซีย สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี ตามแผนงานการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจ 3 ฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT) เพื่อเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว การขนส่งทั้งทางบก ทางทะเล และทางอากาศนำไปสู่ประตูเชื่อมโยงสู่การค้า (Gate Way) แต่ยังคงมีจุดอ่อนและข้อจำกัด คือ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ คณะทำงานสรุปผลการศึกษา และเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ดังนี้

1. องค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นฐาน



## 2. ศักยภาพของอุปทานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา

โดยภาพรวมแล้วพื้นที่จังหวัดสงขลาเป็นที่ ๆ มีศักยภาพด้านกายภาพสูงเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ทะเล แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม พร้อมทั้งการท่องเที่ยวเชิงบันเทิงครบวงจร ซึ่งนำไปสู่การท่องเที่ยวหลายมิติ แต่หากจะมีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวแล้วนั้น ควรคำนึงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

### 1.1 การไหลเวียนทางด้านกายภาพ (Physical flow)

1.1.1 การคมนาคม ควรจัดระบบการจราจรที่ได้มาตรฐานเพื่อเป็นการรองรับการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเน้นการบริการรถสาธารณะทั้งในเมืองและรอบนอกให้ครอบคลุมความต้องการ มีป้ายบอกอัตราค่าบริการค่าโดยสารทั้งในและนอกเมืองอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันการโกงราคา ตารางการเดินรถที่แน่นอนสำหรับรถโดยสารประจำทาง และการรักษาเวลาในการเดินรถ

1.1.2 ระบบการคมนาคมการท่องเที่ยวระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง โดยการบูรณาการการขนส่งทุกรูปแบบให้มีการเชื่อมโยง เชื่อมต่อระหว่างศูนย์กลางขนส่งประเภทต่างๆ ในจังหวัดเดียวกันและจังหวัดใกล้เคียง

1.1.3 การพัฒนาระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก สะอาด และมีมาตรฐานสากลเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

1.1.4 โครงสร้างพื้นฐาน โดยการฟื้นฟูและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ระบบสาธารณูปโภค คือ ปรับปรุงห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะอาดและจำนวนมากขึ้น รวมทั้งปริมาณถังขยะให้เพียงพอกับการใช้บริการ

1.1.5 การปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ทางลาด บันไดเลื่อน ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล

1.1.6 สิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีระบบสัญญาณอินเตอร์เน็ตให้ครอบคลุมพื้นที่เศรษฐกิจของจังหวัด เพื่อนำไปสู่ประตูเชื่อมโยงสู่การค้า (Gate Way) การลงทุน การท่องเที่ยว ต่อไป

1.1.7 ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับแพ็คเกจทัวร์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

1.1.8 ความปลอดภัย ถึงแม้จะมีข้อจำกัดด้านปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ แต่ทั้งทางภาครัฐและเอกชนต้องสร้างมาตรการที่เป็นมาตรฐานในเรื่องความปลอดภัยด้านต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจ และความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

1.1.9 กำหนดมาตรการในการป้องกัน ดูแล รักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวรวมถึงการท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ

1.1.10 ร้านอาหาร ทั้งทางภาครัฐและเอกชนต้องสร้างมาตรการในการควบคุมและป้องกันเช่น การสุ่มตรวจคุณภาพ ราคา ความสะอาดของอาหารและร้าน โดยกำหนดเป็นมาตรฐาน คือ ร้านอาหารต้องมีภาพแนะนำอาหาร และราคาอย่างชัดเจนเพื่อสะดวกต่อนักท่องเที่ยว โดยมีการออกประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานและควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันผู้ประกอบการเลเย

1.1.11 สนับสนุนกิจกรรมด้านการตรวจประเมินและรับรองสถานประกอบการตามแนวทางสากล

1.1.12 มนุษย์สัมพันธ์ ควรมีการฝึกอบรมการใช้มารยาทและภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานขับรถและผู้ประกอบการ

### 1.2 การไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ (Information flow)

1.2.1 ควรมีบูรณาการสัมพันธภาพการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ สนามบิน สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวและเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ

1.2.2 ควรมีโบรชัวร์ประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์การท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด เพื่อเพิ่มความสะดวกกับนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติที่จะได้รับข้อมูลสารสนเทศ

1.2.3 ควรมีสุนัขกลางให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแบบครบวงจร เบ็ดเสร็จที่สามารถสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยว ประสานแก้ไขความเดือดร้อน ช่วยเหลือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินได้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย และกระจายให้ครอบคลุมตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.2.4 จัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวให้ครบถ้วน ทันสมัย เชื่อมโยงไปยังบริการที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลอย่างแท้จริง

1.2.5 ควรให้บริการข้อมูลด้วยสื่อที่สามารถอ่านได้ และเป็นภาษาสากล นอกจากนั้น ควรให้ความสำคัญกับชื้อถนน ควรระบุชื้อถนนที่ถูกต้องลงในแผนที่ และมีป้ายบอกเป็นภาษาอังกฤษอย่างชัดเจนให้ครอบคลุมถนนทุกสาย

1.2.6 ควรสร้างแผนที่การท่องเที่ยวเพื่อแนะนำและบอกทางสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการและวางในบริเวณเส้นทางในการเดินทางของแหล่งท่องเที่ยว

1.2.7 ควรมีสุนัขบริการข้อมูลการท่องเที่ยว (Information Center) ให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.2.8 ควรมีการปรับปรุงเว็บไซต์ข้อมูลการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งาน

1.2.9 ควรมีการจัดวางข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ที่หน้าหลัก เนื่องจากต้องรวมข้อมูลจากหลายเว็บไซต์จึงได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

1.2.10 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสงขลาเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยว

1.2.11 เผยแพร่และสื่อสารภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยวให้แพร่หลายในทุกช่องทางและครอบคลุมทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรับรู้และความตระหนักในความสำคัญของภาพลักษณ์ ให้กับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น

### 1.3 การไหลเวียนทางการเงิน (Financial flow)

1.3.1 ควรรักษาเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ให้ใช้งานได้ตลอดเวลา

1.3.2 ควรมีการบอกรายละเอียดในการชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตหรือเดบิตให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

1.3.3 ควรมีจุดบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา ณ โรงแรมที่พัก

1.3.4 ควรมีการทำธุรกรรมผ่าน e-commerce

## 2. การพัฒนาการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ทะเล ตลาดน้ำ แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม พร้อมทั้งการท่องเที่ยวเชิงบันเทิง ครบวงจร ซึ่งนำไปสู่การท่องเที่ยวหลายมิติ อีกทั้งยังมีโอกาสและปัจจัยเกื้อหนุนหลายอย่างที่ทำให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ณ ที่แห่งนี้นี้ยังคงเติบโตไปได้ อีกทั้งนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่จัดให้เป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัด หากจะดำเนินการให้สัมฤทธิ์ผลตามที่มุ่งหวังไว้ จึงควรมีการจัดการร่วมกันจัดทำนโยบายการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม ดังนี้

2.1 การจัดรูปแบบการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเพื่อการช้อปปิ้งในเขตอำเภอหาดใหญ่และ สะเดาแล้วควรจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่อไปนี้

2.1.1 การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น การจัดโปรแกรมทัวร์ไหว้พระวัดที่มีชื่อเสียงและความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และอารยธรรมของจังหวัด เช่น วัดมัสยิดมิมาวาส (วัดกลาง) วัดพะโคะ วัดเจ้ทึงพระ เป็นต้น

2.1.2 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น ควรมีจัดโปรแกรมทัวร์เกาะหนู-เกาะแมว โดยจัดโปรแกรมทัวร์ เกาะหนู-เกาะแมวและมีการแสดงประวัติความเป็นมาของเกาะหนู-เกาะแมวที่บริเวณเกาะและรับประทานอาหารยามค่ำ คินกลางทะเลสาบสงขลา

2.2 การจัดให้มีการสัมมนาระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทางด้านการท่องเที่ยว โดยร่วมมือกันทั้งด้านการบริหาร การประชาสัมพันธ์ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมกับโปรแกรมทัวร์ที่มีความหลากหลายมิติ เพื่อพัฒนาให้เป็นระบบ One Stop Service ด้านการท่องเที่ยว

2.3 การพัฒนาบุคลากร โดยการส่งพนักงานเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านบริการการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการและเป็นผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงขึ้น

2.4 การพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัด ประเทศ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นกลไกการจัดการการท่องเที่ยวที่สำคัญ

2.5 การกำหนดภารกิจ ขอบเขตของงานการพัฒนาให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพื้นที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

2.6 ยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คือ แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากร ความหลากหลายในการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ โดยการได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน การสร้างงานและการเพิ่มรายได้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ และปลูกฝังจิตสำนึกของคนในพื้นที่ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและชาติตลอดไป

#### 5.4 การจัดทำแผนกลยุทธ์

จากการศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เพื่อเป็นการปรับปรุงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาทั้งการไหลเวียนทางด้านกายภาพ (Physical flow) การไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ (Information flow) การไหลเวียนทางการเงิน (Financial flow) และการบริหารการจัดการด้านการท่องเที่ยว จึงนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและข้อเสนอแนะมาปรับใช้เป็นแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบครบวงจร ร่วมกับแผนยุทธศาสตร์จังหวัดสงขลา ภูเก็ต และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ปี 2555-2556 ด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) เพื่อเสนอเป็นแนวทางการปฏิบัติของจังหวัดต่อไป

##### แผนกลยุทธ์ การท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเชื่อมโยง

วิสัยทัศน์ ทรัพยากรธรรมชาติหลากหลาย เอกลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม ส่งเสริมเชื่อมโยงภูมิภาคอย่างยั่งยืน

##### พันธกิจ

1. ส่งเสริม อนุรักษ์ ด้านประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์วัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเชื่อมโยง

3. พัฒนาสังคมสงขลาให้น่าอยู่ อบอุ่น พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และรักษาวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน

4. เสริมสร้างและพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน ภาคบริการสู่มาตรฐานสากล

5. พื้นฟูดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสู่ความสมดุลและยั่งยืน

#### เป้าประสงค์

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล เชื่อมโยงกับศิลปวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของจังหวัด โดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สามารถรองรับได้

2. บริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการได้อย่างเหมาะสม

3. ประสานความร่วมมือการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อความเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอื่น

4. การเป็นเมืองน่าอยู่น่าเที่ยวอย่างยั่งยืน

#### ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวน 3 ยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบครบวงจร เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

#### กลยุทธ์หลัก

1. ส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเชื่อมโยง

3. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพสู่มาตรฐานสากลและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

4. ยกระดับมาตรฐานด้านการบริการและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งบุคลากรด้านการท่องเที่ยวสู่

มาตรฐานสากล

5. ส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัด

6. สร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยใน การก่อการร้ายสากล และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

7. ส่งเสริมการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการให้สามารถผลิตและแข่งขันได้

8. สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี ตามแผน IMT-GT/ BEMSTEC เชื่อมโยง

ด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว การขนส่งทั้งทางบก ทางทะเล และทางอากาศ

#### โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเชื่อมโยง

โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
1. โครงการส่งเสริมกิจกรรม และงานประเพณีจังหวัดสงขลา	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> </ul>
2. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านบริการการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> </ul>
3. โครงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>● การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> </ul>



4. โครงการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>● การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> </ul>
5. โครงการเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระวัดดัง	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>● การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> </ul>
6. โครงการเส้นทางท่องเที่ยวเกาะหนู – เกาะแมว	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>● การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> </ul>
7. โครงการพัฒนาโครงข่ายเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสงขลา</li> </ul>
8. โครงการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและธรรมชาติ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> </ul>
9. โครงการปรับปรุงเส้นทางคมนาคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดสงขลา</li> </ul>
10. โครงการจัดตั้งศูนย์บริการท่องเที่ยวครบวงจร	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> </ul>
11. โครงการพัฒนาสารสนเทศการท่องเที่ยวสงขลา	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> </ul>
12. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจจังหวัดสงขลา</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> </ul>
13. โครงการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา</li> </ul>
14. โครงการพัฒนาระบบความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ตำรวจภูธรจังหวัดสงขลา</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>● องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา</li> </ul>

15. โครงการตรวจสอบ/ควบคุมราคาสินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>● องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา</li> </ul>
16. โครงการงานแสดงสินค้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา</li> <li>● หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัด</li> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> </ul>
17. โครงการส่งเสริมช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า OTOP	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสงขลา</li> </ul>
18. โครงการส่งเสริมความร่วมมือในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> </ul>
19. โครงการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>● สำนักงานจังหวัดสงขลา</li> </ul>

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2553. นโยบายด้านการท่องเที่ยว.(ออนไลน์) สืบค้นจาก: [http://www.mots.go.th/ewt\\_news.php?nid=317&filename=index](http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=317&filename=index) (10 ธันวาคม 2553)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. (ออนไลน์) สืบค้นจาก: [http://www.tica.or.th/images/plan\\_tourism2555-2559/2555-2559.pdf](http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf) (17 ธันวาคม 2554)
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551. การใช้ SPSS for windowsในการวิเคราะห์ข้อมูล.สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สนง.ภาคใต้เขต 1. 2553. จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา.(ออนไลน์) สืบค้นจาก: (<http://203.151.20.171/~songkhla/poc/index.php?cmd=tour&mode=tourism>) (20 พฤศจิกายน 2553)
- คณะวิทยาการจัดการ. 2550. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
- คมสัน สุริยะ. 2548. เส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศ.สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- คมสัน สุริยะ. 2551. กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์เรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว.(ออนไลน์) สืบค้นจาก:[http://www.sri.cmu.ac.th/~gms/tourism/index.php?ge=topicdetail&web\\_id=185](http://www.sri.cmu.ac.th/~gms/tourism/index.php?ge=topicdetail&web_id=185)) (15 มิถุนายน 2553)
- คมสัน สุริยะ. 2552. การพัฒนาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวในประเทศเยอรมนี.สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- โครงการสามเหลี่ยมเศรษฐกิจมาเลเซีย-อินโดนีเซีย-ไทย. 2553. การท่องเที่ยวจะบูมขึ้นได้ด้วย IMT-GT. (ออนไลน์) สืบค้นจาก: <http://www.imt-gt.psu.ac.th> (8 พฤศจิกายน 2553)
- จักรี เดชะวารี. 2551. ศึกษาความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวโดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกรณีการท่องเที่ยวของจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทยคือ จังหวัดเชียงใหม่ กับกรณีการท่องเที่ยวของหมู่บ้านชระคาวะ จังหวัดกิฟู ในประเทศญี่ปุ่น.สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ตุลยา วุฒิปรีชา. 2549. พฤติกรรมการเดินทางและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- บุญชม ศรีสะอาด. 2545. การวิจัยเบื้องต้น. สำนักพิมพ์สิริวิद्याสาสน์.กรุงเทพฯ
- บุญดี บุญญาภิจและกมลวรรณ ศิริพานิช. 2545. Benchmarking ทางลัดสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ.สำนักพิมพ์อินโนกราฟฟิกส์.กรุงเทพฯ
- มณี สุขประเสริฐ. 2546. Benchmarking: เครื่องมือสู่ความเป็นเลิศ (1). จุลสาร SPBB; ฉบับที่ 21 (สิงหาคม).
- มณี สุขประเสริฐ. 2546. Benchmarking: เครื่องมือสู่ความเป็นเลิศ (1). จุลสาร SPBB; ฉบับที่ 22 (กันยายน).
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด นกุล เครือฟู และอัครพงศ์ อันทอง. 2548. มูลค่าเพิ่มในประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาดและคณะ. 2550. โครงการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภาคแม่น้ำโขงปี 2549: การเปรียบเทียบเชิงระบบโลจิสติกส์.สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาดและคมสัน สุริยะ. 2551. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในลุ่มแม่น้ำโขง3.สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ยุทธ ไทยวรรณ. 2553. หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS.สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ
- ยุทธศาสตร์พัฒนา. 2553. ทบทวนแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ตปี พ.ศ.2553-2556 (ณ ต.ค. 53) (ออนไลน์) สืบค้นจาก: <http://www.phuket.go.th/webpk/contents.php?str=plan> (23 กุมภาพันธ์ 2554)

- ยุทธศาสตร์พัฒนา. 2553. แผนยุทธศาสตร์จังหวัดสงขลาปีพ.ศ.2553-2556 (ออนไลน์) สืบค้นจาก:<http://www.songkhla.go.th/songkhla52/index.php> (15 พฤศจิกายน 2553)
- วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์. 2553. วิจัยธุรกิจยุคใหม่. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ
- วุฒิพงษ์ ยศตาสุโรดม. 2547. Benchmarking การเทียบเคียง. สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ท.กรุงเทพฯ
- ศิริชัย กาญจนवासี. 2550. สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย (Applied Statistics to Behavioral Research) สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ
- เศกสรรค์ ยงวณิชย์และคณะ. 2550. การศึกษาศักยภาพพื้นที่เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชายแดนไทย-สปป.ลาว กรณีศึกษาจังหวัดหนองคาย และนครหลวงเวียงจันทน์.คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. 2547. โครงการศึกษา “การพัฒนากระบวนการประกันคุณภาพสถาบันอุดมศึกษาไทย ด้วยกระบวนการเทียบเคียงสมรรถนะ”(ออนไลน์) สืบค้นจาก: [http://ftpi.or.th/th/knowninf\\_bnc.htm](http://ftpi.or.th/th/knowninf_bnc.htm) (26 พฤศจิกายน 2553)
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.2548.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ Benchmarking (ออนไลน์) สืบค้นจาก: [http://www.cu-ga.chula.ac.th/Benchmark/bench\\_concept.htm](http://www.cu-ga.chula.ac.th/Benchmark/bench_concept.htm) (8 พฤศจิกายน 2553)
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. 2553. สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา.(ออนไลน์) สืบค้นจาก: [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_tts.php?Year=2009](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tts.php?Year=2009) (15 พฤศจิกายน 2553)
- Anderson, Bjorn. 1996.The benchmarking handbook: Step-by-step instructions. London: Chapman & Hall.
- Camp, Robert C. 1989. Benchmarking: The Search for Industry Best Practices that Lead to Superior Performance. Milwaukee, Wisconsin: APQC Quality Press.
- Liang, Corbitt and Peszynski. 2007. Impacts of Logistic Service Performance through It on Overall Tourist Satisfaction and Loyalty. Royal Melbourne Institute of Technology University. Australia
- Lumsdon, Les and Stephen. 2004. Progress in Transport and Tourism Research: Reformulating the Transport-Tourism Interface and Future Research Agendas.Tourism and Transport: Issues and Agenda for the New Millennium. London: Elsevier.
- Piboonrunroj P. and S.M.Disney. 2009. Tourism Supply Chains: A Conceptual Framework :Logistics Systems Dynamics Group. Cardiff: United Kingdom
- Tapper R. and Xavier Font. 2004. Tourism Supply Chains: Report of a Desk Research Project for The Travel Foundation. Environment Business & Development Group.

**ภาคผนวก**

**แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา**

## แบบสอบถาม

### งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการ การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา”

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา” เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ทั้งบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงกระบวนการในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับโครงสร้างค่าใช้จ่ายในระหว่างการท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 การวัดระดับความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวและการบริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  และเติมข้อความที่ตรงกับข้อมูลหรือความคิดของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ที่อยู่ปัจจุบัน

- |  |                                   |                                     |
|--|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> กรุงเทพมหานคร         | <input type="checkbox"/> ภาคกลาง  | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก           | <input type="checkbox"/> ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> ภาคใต้     |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |                                   |                                     |

2. เพศ

- |                              |                               |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|

3. ช่วงอายุ

- |                                     |                                     |                                      |
|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 15 - 24 ปี | <input type="checkbox"/> 25 - 34 ปี | <input type="checkbox"/> 35 - 44 ปี  |
| <input type="checkbox"/> 45 - 54 ปี | <input type="checkbox"/> 55 - 64    | <input type="checkbox"/> 65 ปีขึ้นไป |

4. ระดับการศึกษา

- |   |                                    |   |
|---|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |
|---|------------------------------------|---|

5. ศาสนา

- |                                      |                                 |                                 |
|--------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> พุทธ        | <input type="checkbox"/> อิสลาม | <input type="checkbox"/> คริสต์ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ..... |                                 |                                 |

6. อาชีพ

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท | <input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> เกษียณอายุ    | <input type="checkbox"/> นักศึกษา              | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....         |

7. ระดับรายได้ต่อเดือน

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001- 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001- 30,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 30,001- 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001- 70,000 บาท | <input type="checkbox"/> 70,001- 100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 100,000 บาทขึ้นไป  |   |  |



## 10. แรงจูงใจในการเดินทางมาจังหวัดสงขลา โดยเรียงลำดับ 1-5

- ..... ประวัติศาสตร์ / วัด (วัดจะทรงพระ / วัดชวด / วัดมณีมาวาส (วัดกลาง) / เจดีย์เขาดังกวน)
- ..... พิพิธภัณฑ์ (สถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำ / สถาบันทักษิณคดีศึกษา)
- ..... เทศกาล (โคมไฟสีส้มเมืองใต้ / ลอยกระทง / ประเพณีลากพระและตักบาตรเทโว  
กินเจหาดใหญ่ / ตรุษจีน / ปีใหม่ / สงกรานต์ )
- ..... กิจกรรมทางศาสนา
- ..... ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง / ทะเลสาบสงขลา / น้ำตกโดนงาช้าง/  
สวนสาธารณะ)
- ..... ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (โฮมสเตย์)
- ..... สวนสัตว์ (สวนสัตว์สงขลา)
- ..... ซุปปิ้ง (ตลาดกิมหยง-สันติสุข / ตลาดน้ำคลองแห / ปาดังเบซาร์)
- ..... อาหารที่หลากหลาย
- ..... สถานบันเทิงยามราตรี
- ..... ระยะทางและเวลาในการเดินทาง
- ..... ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น
- ..... อื่นๆ .....

## 11. ท่านจะกลับมาจังหวัดสงขลาอีกหรือไม่

- กลับ  ไม่กลับ

## 12. สถานที่ที่ท่านวางแผนจะเดินทางต่อ

- |  |  |                                      |
|--|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> กระบี่        | <input type="checkbox"/> ชุมพร         | <input type="checkbox"/> ตรัง        |
| <input type="checkbox"/> นครศรีธรรมราช | <input type="checkbox"/> นราธิวาส      | <input type="checkbox"/> ปัตตานี     |
| <input type="checkbox"/> พังงา         | <input type="checkbox"/> พัทลุง        | <input type="checkbox"/> ภูเก็ต      |
| <input type="checkbox"/> ยะลา          | <input type="checkbox"/> ระนอง         | <input type="checkbox"/> สตูล        |
| <input type="checkbox"/> สุราษฎร์ธานี  | <input type="checkbox"/> กลับภูมิลำเนา | <input type="checkbox"/> กรุงเทพฯ    |
| <input type="checkbox"/> มาเลเซีย      | <input type="checkbox"/> สิงคโปร์      | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ..... |

## ตอนที่ 3 โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

## 1. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาโดยผ่านบริษัทนำเที่ยวหรือไม่

- ไม่ผ่าน  ผ่านบริษัทนำเที่ยว ราคา..... บาท  
ชื่อบริษัทนำเที่ยว.....

## 2. ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคิดเป็นจำนวนเงิน (คน/วัน)

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1,500 บาท | <input type="checkbox"/> 1,501- 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2,001-2,500 บาท |
| <input type="checkbox"/> 2,501- 3,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 3,001- 3,500 บาท | <input type="checkbox"/> 3,500 บาทขึ้นไป |

## 3. ค่าใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางในแต่ละประเภทเป็นจำนวนเงินเท่าไร (คน/วัน)

## 3.1 ค่าที่พัก

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 500 บาท  | <input type="checkbox"/> 501- 1,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 1,001 - 1,500 บาท |
| <input type="checkbox"/> 1,501- 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2,001- 2,500 บาท | <input type="checkbox"/> 2,500 บาทขึ้นไป   |



## 3.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม

- ต่ำกว่า 300 บาท       300-500 บาท       501- 1,000 บาท  
 1,001 - 1,500 บาท       1,501- 2,000 บาท       2,000 บาทขึ้นไป

## 3.3 ค่าพาหนะเดินทางภายในจังหวัดสงขลา

- ต่ำกว่า 100 บาท       101- 300 บาท       301 - 500 บาท  
 501- 700 บาท       701- 1,000 บาท       1,001- 1,500 บาท  
 1,501-2,000 บาท       2,000 บาทขึ้นไป

## 3.4 ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด

- ต่ำกว่า 100 บาท       101- 300 บาท       301 - 500 บาท  
 501- 700 บาท       701- 1,000 บาท       1,000 บาทขึ้นไป

## 3.5 ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง

- 500-1,000 บาท       1,001- 1,500 บาท       1,501 - 2,000 บาท  
 2,001- 2,500 บาท       2,501- 3,000 บาท       3,001- 3,500 บาท

## 3.6 ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก

- ต่ำกว่า 300 บาท       300-500 บาท       501- 1,000 บาท  
 1,001 - 1,500 บาท       1,501- 2,000 บาท       2,000 บาทขึ้นไป

## 3.7 เบ็ดเตล็ด

- ต่ำกว่า 100 บาท       101- 300 บาท       301 - 500 บาท  
 501- 700 บาท       701- 1,000 บาท       1,000 บาทขึ้นไป

## ตอนที่ 4 การวัดระดับความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  และเติมข้อความที่ตรงกับข้อมูลหรือความคิดของท่านมากที่สุดในการวัดระดับความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวและบริการโดยมีระดับความพึงพอใจ 6 อันดับ คือ

- 5 คือ ความพึงพอใจมากที่สุด      4 คือ ความพึงพอใจมาก      3 คือ ความพึงพอใจปานกลาง  
 2 คือ ความพึงพอใจน้อย      1 คือ ความพึงพอใจน้อยที่สุด      0 คือ ไม่มีความคิดเห็น  
 และ **ไม่เคยไป** สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยไปสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

## 1. ความพึงพอใจของผู้เดินทางที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลา

สถานที่ท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ					
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด	(0) ไม่เคยไป
• แหลมสมิหลา						
• ทะเลสาบสงขลา						
• หาดสะกอม						
• เกาะหนู-เกาะแมว						
• สะพานติณสูลานนท์						
• เกาะยอ						

สถานที่ท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ					
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด	(0) ไม่เคยไป
● เก้าเส็ง						
● พิพิธภัณฑสถานคดีชนวิทยา- สถาบันทักษิณคดีศึกษา						
● สวนสัตว์สงขลา						
● สถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำ						
● สวนสาธารณะเทศบาลเมืองหาดใหญ่						
● ตลาดน้ำคลองแห						
● ตลาดกิมหยง-สันติสุข						
● ปาดังเบซาร์						
● วัดมณีมาวาส (วัดกลาง)						
● วัดถ้ำเขารูปช้าง						
● วัดขวด หรือสถานปฏิบัติธรรมโคกลัก						
● วัดจะทิ้งพระ						
● วัดพะโคะ						
● บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ (วัดแหลมบ่อท่อ)						
● น้ำตกโตนงาช้าง						
● น้ำตกโตนปลิว						
● สวนอุทยานน้ำตกบริพัตร						
● อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง						
● อุทยานนกน้ำคูขุด						
● อุทยานแห่งชาติสันกาลาคีรี						
● อื่นๆ.....						

## 2. ความพึงพอใจของผู้เดินทางที่มีต่อจังหวัดสงขลา

ความคิดเห็น	ความพึงพอใจ					
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด	(0) ไม่มีความ คิดเห็น
ทางด้านกายภาพ						
● ระบบการขนส่งสาธารณะในเมือง						
● ระบบการขนส่งสาธารณะรอบนอก						

ความคิดเห็น	ความพึงพอใจ					
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด	(0) ไม่มีความ คิดเห็น
<b>ทางด้านกายภาพ</b>						
• การจราจรทางถนน						
• ความปลอดภัยในการเดินทาง						
• ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว						
• ความปลอดภัย ณ ที่พัก						
• ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว						
• ความพร้อมด้านแพคเกจทัวร์ บริษัทนำเที่ยว						
• ราคา, ค่าบริการแพคเกจทัวร์และบริษัทนำ เที่ยว						
• ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม (ราคา, ค่าบริการ)						
• ราคา, ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม						
• ความหลากหลายของอาหาร						
ระบบการติดต่อของหาย						
• มนุษยสัมพันธ์ การให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี ที่ดี ยิ้มแย้ม						
<b>ทางด้านสารสนเทศ</b>						
ข้อมูลข่าวสารสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด						
• แผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยว						
• ข่าวสารการท่องเที่ยว						
• ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่งทางบก						
• ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สนามบิน						
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ (www.songkhlatourism.org, www.hatyaicity.go.th, www.songkhla.mots.go.th)						
• ที่พัก						
• อาหารและเครื่องดื่ม						
• การเดินทาง						
• สถานที่ท่องเที่ยว						
• แผนที่ท่องเที่ยว						
• ป้ายบอกทาง						
• ป้ายแนะนำสถานที่						

ความคิดเห็น	ความพึงพอใจ					
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด	(0) ไม่มีความ คิดเห็น
<b>ทางการเงิน</b>						
• ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต / บัตรเดบิต						
• ความสะดวกในการใช้บริการ ATM						
• ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการ ที่เกี่ยวข้อง						

3. ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

.....

.....

.....

.....

**The Study titled " A Study on Tourism Logistics in Songkhla Province."**

**Industrial Engineering, Prince of Songkla University.**

**Would like to ask for your kindness to answer this questionnaire.**

**Part 1: Characteristics**

1. Country .....
2. Gender
  - Male                                       Female
3. Age
  - 15 - 24 years                               25 – 34 years                               35 – 44 years
  - 45 – 54 years                               55 – 64 years                               over 65 years
4. Education
  - Below Bachelor degree                       Bachelor degree                               High than Bachelor degree
5. Religion?
  - Buddhism                                       Mohammedanism                               Christianity
  - Other .....
6. Occupation
  - Company officer                               Government officer                               Business owner
  - Retired person                                       Student     Other .....
7. The average of salaries per year
  - Less than 20,000 USD                               20,000 – 39,999 USD                               40,000 – 59,999 USD
  - 60,000 – 79,999 USD                               80,000 USD up
8. Are you working in Thailand?
  - Yes                      For how long?.....year(s)                      .....month(s)
  - No

**Part 2 : Travel information**

1. Transportation type from your origin to visit Songkhla.
  - Airplane                                       Private car                                       Bus
  - Train     Boat     Tour
2. Transportation type within Songkhla.
  - Private car                                       Tuk-Tuk     Bus
  - Motorcycle                                       Rental car     Other.....
3. How many times have you ever been to Songkhla?
  - First time                                       2-3 times     4-5 times
  - 6-7 times                                       8 times up

4. How many persons in your group including you?
- 1 person                       2 – 3 persons                       4 - 5 persons
- 6 - 7 persons                       7 persons or above
5. With whom are you traveling?
- Alone                       Family                       Relatives
- Organization / company                       Friends                       Group tour
- Others .....
6. For this trip, what is the main purpose of visiting Songkhla? (Please select only one)
- Business                       Holiday / Vacation / Tour
- Visiting Friends Relatives                       Education / Conference / Training
- Others (please specify) .....
7. Duration of your stay in Songkhla ..... days.
- 1 day (If you select this choice, please skip to question 11)
- 2 days                       3 days
- 5 days                       1 week                       Other.....
8. Place to stay
- Home.....                       Guesthouse .....
- Resort .....
- Hotel .....
- Mansion.....
- Other.....
9. Where do you obtain information about the trip? (Choose more than one answer, if possible)
- From internet                       Form Guidebook
- Contact Tour company                       Contact Tourism Authority of Thailand (TAT)
- Consult friends / relatives                       Other.....
10. Please chose the interest factors which made you decide to visit Songkhla (Please rank from first to fifth)
- ..... Tradition, Culture and History (Khuat Temple / Cha Thing Phra Temple / Matchimawat Temple / Khao Tang Kuan)
- ..... Museum (The Institute for Southern Thai Studies / Songkhla Aquarium)
- ..... Festival (International Lantern Festival - Colours of the South / Loy Krathong Festival / Lak Phra and Tak Bat Thewo (giving alms) / Nine Emperor Gods Festival / Chinese New Year Festival / Thai New Year / Songkran Festival)
- ..... National park (Khao Nam Khang National Park / Songkhla Lake / Namtok Ton Nga Chang / Public Park)
- ..... Ecotourism (Homestay)
- ..... Zoo (Songkhla Zoo)
- ..... Shopping (Kim Young-Santisuk Market / Klonghae Floating Market / Padang Besar)

- ..... Religious Activities
- ..... Variety of food
- ..... Entertainment place of nightlife
- ..... Distance and Travel Time
- ..... Friendliness of Towners
- ..... Others (please specify) .....

11. You possibly come back to visit Songkhla in the near future.

- Yes, (please specify, why?).....
- No, (please specify, why?).....

12. What's your next destination?

- |  |                                      |                                       |
|--|--------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Krabi               | <input type="checkbox"/> Chumphon    | <input type="checkbox"/> Trang        |
| <input type="checkbox"/> Nakhon Si Thammarat | <input type="checkbox"/> Narathiwat  | <input type="checkbox"/> Pattani      |
| <input type="checkbox"/> Phangnga            | <input type="checkbox"/> Phatthalung | <input type="checkbox"/> Phuket       |
| <input type="checkbox"/> Yala                | <input type="checkbox"/> Ranong      | <input type="checkbox"/> Satun        |
| <input type="checkbox"/> Surat Thani         | <input type="checkbox"/> Hometown    | <input type="checkbox"/> Bangkok      |
| <input type="checkbox"/> Malasia             | <input type="checkbox"/> Singapore   | <input type="checkbox"/> Others ..... |

**Part 3 : Passenger' s expenditure**

1. Are you in Songkhla on a package / group tour? (i.e. a tour in which at least transportation, admission fees and accommodation are included in the price paid for the tour before departure)

- Yes at the cost of ..... (amount) .....(currency)
- No

2. Expenses during staying in Songkhla, totally

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Less than 1,500 Baht | <input type="checkbox"/> 1,501- 2,000 Baht | <input type="checkbox"/> 2,001 - 2,500 Baht |
| <input type="checkbox"/> 2,501- 3,000 Baht    | <input type="checkbox"/> 3,001- 3,500 Baht | <input type="checkbox"/> 3,500 Baht up      |

3. How much of your budget would you spend in Songkhla during this visit on each item?

3.1 Accommodation

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Less than 500 Baht | <input type="checkbox"/> 501- 1,000 Baht   | <input type="checkbox"/> 1,001 - 1,500 Baht |
| <input type="checkbox"/> 1,501- 2,000 Baht  | <input type="checkbox"/> 2,001- 2,500 Baht | <input type="checkbox"/> 2,500 Baht up      |

3.2 Food and Beverage

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Less than 300 Baht | <input type="checkbox"/> 300-500 Baht      | <input type="checkbox"/> 501- 1,000 Baht |
| <input type="checkbox"/> 1,001 - 1,500 Baht | <input type="checkbox"/> 1,501- 2,000 Baht | <input type="checkbox"/> 2,000 Baht up   |

3.3 Domestic Transportation

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Less than 100 Baht | <input type="checkbox"/> 101- 300 Baht   | <input type="checkbox"/> 301 - 500 Baht   |
| <input type="checkbox"/> 501- 700 Baht      | <input type="checkbox"/> 701- 1,000 Baht | <input type="checkbox"/> 1,001-1,500 Baht |
| <input type="checkbox"/> 1,501-2,000 Baht   | <input type="checkbox"/> 2,000 Baht up   |   |

## 3.4 Travel service within Songkhla

- Less than 100 Baht       300-500 Baht       301 - 500 Baht  
 501- 700 Baht       701- 1,000 Baht       1,000 Baht up

## 3.5 Entertainment

- Less than 1,000 Baht       1,001- 1,500 Baht       1,501 - 2,000 Baht  
 2,001- 2,500 Baht       2,501- 3,000 Baht       3,001- 3,500 Baht

## 3.6 Shopping

- Less than 300 Baht       300-500 Baht       501- 1,000 Baht  
 1,001 - 1,500 Baht       1,501- 2,000 Baht       2,000 Baht up

## 3.7 Other (specify)

- Less than 100 Baht       101- 300 Baht       301 - 500 Baht  
 501- 700 Baht       701- 1,000 Baht       1,000 Baht up

**Part 4: Tourists' opinion on tourism destination to measure the satisfaction of attractions and services**

1. Tourism destination in Songkhla, please state your satisfaction to these destinations.

Tourism destination	Never been there	Level				
		(5) Most	(4) Most likely	(3) Fair	(2) less	(1) Less likely
• Samila Beach & Songkhla Lake						
• Sakom Beach						
• Cat & Rat Island						
• Tinsulanon Bridge						
• Ko Yo						
• Kao Seng						
• Institute for Southern Thai Studies						
• Songkhla Zoo						
• Songkhla Aquarium						
• Hatyai Municipality Park						
• Klomghae Floating Market						
• Kim Young-Santisuk Market						
• Padang Besar						
• Matchimawat Temple						
• Tham Khao Rup Chang Temple						
• Khuat Temple						



Tourism destination	Never been there	Level				
		(5) Most	(4) Most likely	(3) Fair	(2) less	(1) Less likely
• Cha Thing Phra Temple						
• Pha Kho Temple						
• Sacred Pond at Laem Bo Tho temple						
• Ton Nga Chang Waterfall						
• Ton Pliw Waterfall						
• Boripat Waterfall						
• Khao Namkhang National Park						
• Khu Khut Waterfall Park						
• San Kala Kiri National Park						
• Other.....						

## 2. Your opinion of the Quality of Songkhla components

Components	Level					
	(5) Most	(4) Most likely	(3) Fair	(2) less	(1) Less likely	(0) N/A
<b>Physical flows management</b>						
▶ City's Transportation						
▶ Rural's Transportation to tourists' attractions						
▶ Road's Traffic						
▶ Safety of transportation						
▶ Safety at tourists' attractions						
▶ Safety at accommodations						
▶ Cleanliness for tourist attractions						
▶ Availability of package tours / tour						
▶ Access to package tours / tour (Price / Service charges)						
▶ Availability of food and beverage						
▶ Access to food and beverage (Price / Service charges)						

Components	Level					
	(5) Most	(4) Most likely	(3) Fair	(2) less	(1) Less likely	(0) N/A
▶ Foods' Variety						
▶ Lost and found services						
▶ Service Mind						
<b>Information flow management</b>						
▶ Tourist Information Center						
• Map and guidebook						
• Tourist attractions information						
• Travel information at Transport Station						
• Travel information at Airport						
▶ Public Service (Internet) (www.songkhlaturism.org,www.hatyaicity.go.th, www.songkhla.mots.go.th)						
• Accommodation information						
• Food and beverage information						
• Transportation information						
• Tourist Attraction						
• Map						
▶ The place signs						
▶ The signs						
<b>Financial flow management</b>						
▶ Accessibility of debit or credit cards						
▶ Ease of foreign currency exchange						
▶ Tax refund system						
▶ Payment of tourism goods and services e.g. accommodation or transportation						
▶ International financial transactions						

3. Kindly suggest how to develop Tourist in Songkhla.

.....  
 .....

**THANK YOU FOR YOUR TIME AND HOPE YOU ENJOY YOUR TRIP IN SONGKHLA**

## แบบสอบถาม

### งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา”

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง“การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา” เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตที่มีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศทางด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว เพื่อนำมาสู่การเทียบเคียงสมรรถนะระหว่างโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาโดยมุ่งเน้นเทียบเคียงในกระบวนการทำงาน (Process Benchmarking)

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับโครงสร้างค่าใช้จ่ายในระหว่างการท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 การวัดระดับความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวและการบริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  และเติมข้อความที่ตรงกับข้อมูลหรือความคิดของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ที่อยู่ปัจจุบัน

- |  |                                   |                                     |
|--|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> กรุงเทพมหานคร         | <input type="checkbox"/> ภาคกลาง  | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก           | <input type="checkbox"/> ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> ภาคใต้     |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |                                   |                                     |

2. เพศ

- |                              |                               |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|

3. ช่วงอายุ

- |                                     |                                     |                                      |
|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 15 - 24 ปี | <input type="checkbox"/> 25 - 34 ปี | <input type="checkbox"/> 35 - 44 ปี  |
| <input type="checkbox"/> 45 - 54 ปี | <input type="checkbox"/> 55 - 64    | <input type="checkbox"/> 65 ปีขึ้นไป |

4. ระดับการศึกษา

- |   |                                    |   |
|---|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |
|---|------------------------------------|---|

5. ศาสนา

- |                                      |                                 |                                 |
|--------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> พุทธ        | <input type="checkbox"/> อิสลาม | <input type="checkbox"/> คริสต์ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ..... |                                 |                                 |

6. อาชีพ

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท | <input type="checkbox"/> ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> เกษียณอายุ    | <input type="checkbox"/> นักศึกษา           | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....         |

7. ระดับรายได้ต่อเดือน

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 10,001- 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001- 30,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 30,001- 50,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 50,001- 70,000 บาท | <input type="checkbox"/> 70,001- 100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 100,000- 150,000 บาท | <input type="checkbox"/> 150,000 บาทขึ้นไป  |  |

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้เดินทางที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

1. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต
 

<input type="checkbox"/> เครื่องบิน	<input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว	<input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง
<input type="checkbox"/> รถไฟ	<input type="checkbox"/> เรือ	<input type="checkbox"/> พาหนะที่จัดโดยบริษัทนำเที่ยว
  2. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

<input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว	<input type="checkbox"/> รถตุ๊กตุ๊ก	<input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง
<input type="checkbox"/> รถมอเตอร์ไซด์	<input type="checkbox"/> รถเช่า	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....
  3. จำนวนครั้งที่เคยมาจังหวัดภูเก็ต
 

<input type="checkbox"/> มาครั้งแรก	<input type="checkbox"/> 2-3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 4-5 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 6-7 ครั้ง	<input type="checkbox"/> มากกว่า 8 ครั้ง	
  4. จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตครั้งล่าสุด
 

<input type="checkbox"/> 1 คน	<input type="checkbox"/> 2-3 คน	<input type="checkbox"/> 4-5 คน
<input type="checkbox"/> 6-7 คน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 7 คน	
  5. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตครั้งล่าสุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

<input type="checkbox"/> เพียงคนเดียว	<input type="checkbox"/> ครอบครัว	<input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง
<input type="checkbox"/> บุคคลในองค์กร/ทำงาน	<input type="checkbox"/> เพื่อน	<input type="checkbox"/> คณะท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> อื่นๆ .....		
  6. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

<input type="checkbox"/> ติดต่อธุรกิจ	<input type="checkbox"/> ท่องเที่ยว / พักผ่อน	<input type="checkbox"/> เยี่ยมญาติ / เพื่อน
<input type="checkbox"/> ประชุม/สัมมนา/ดูงาน	<input type="checkbox"/> อื่นๆ .....	
  7. ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดภูเก็ต
 

<input type="checkbox"/> 1 วัน (ไป-กลับ) (ถ้าไป-กลับให้ข้ามไปตอบข้อที่ 11)		
<input type="checkbox"/> 2 วัน	<input type="checkbox"/> 3 วัน	<input type="checkbox"/> 5 วัน
<input type="checkbox"/> 1 สัปดาห์	<input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ.....วัน)	
- หมายเหตุ สำหรับท่านที่ตอบ 1 วัน (ไป-กลับ) เหตุผลที่ทำให้ไม่ได้อยู่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตต่อ.....
- .....
- .....
8. สถานที่พักแรมที่ท่านพักในจังหวัดภูเก็ต
 

<input type="checkbox"/> บ้านตัวเอง / ญาติ / เพื่อน	<input type="checkbox"/> เกสต์เฮ้าส์
<input type="checkbox"/> รีสอร์ท	<input type="checkbox"/> แมนชั่น
<input type="checkbox"/> โรงแรม	<input type="checkbox"/> อื่นๆ .....
  9. ท่านศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

<input type="checkbox"/> ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/> ค้นหาข้อมูลจากหนังสือท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> ติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยว	<input type="checkbox"/> ติดต่อผ่านศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> ปรึกษาเพื่อน / ญาติ	<input type="checkbox"/> อื่นๆ .....

10. แรงจูงใจในการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต โดยเรียงลำดับ 1-5 อันดับแรกที่มีแรงจูงใจมากที่สุด
- ..... ประวัติศาสตร์ / วัด (วัดฉลอง หรือ วัดไชยธาราราม / วัดพระนางสร้าง / วัดพระทอง)
- ..... พิพิธภัณฑ์ (พิพิธภัณฑ์เปลือกหอยภูเก็ต / พิพิธภัณฑ์หินหายากภูเก็ต / พิพิธภัณฑ์ดึกโบราณภูเก็ต / พิพิธภัณฑ์ดึกโบราณภูเก็ต / พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติถลาง / พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำและศูนย์ชีววิทยาทางทะเลภูเก็ต)
- ..... เทศกาล (วันท้าวเทพกระษัตรี ท้าวศรีสุนทร / อาหารทะเล / กินเจ / ตรุษจีน / พิธีลอยเรือชาวเล / เทศกาลปล่อยเต่า / ไหว้พระจันทร์ / เทศกาล Phuket Travel Fair ท่องเที่ยวภูเก็ต / การแข่งขันลากูน่าไตรกีฬา)
- ..... ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (โฮมสเตย์)
- ..... ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (หาดป่าตอง / แหลมพรหมเทพ / หาดกะตะ / หาดกะรน / อ่าวฉลอง / หาดกมลา / หาดราไวย์ / หาดในยาง / หาดในหาน)
- ..... สวนสัตว์ (สวนสัตว์ภูเก็ต / สวนผีเสื้อและโลกแมลงภูเก็ต)
- ..... ช็อปปิ้ง
- ..... กิจกรรมทางศาสนา
- ..... อาหารที่หลากหลาย
- ..... สถานบันเทิงยามราตรี (ภูเก็ตแฟนตาซี / ไชมอนคาบาเรต์)
- ..... ระยะทางและเวลาในการเดินทาง
- ..... ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น
- ..... อื่นๆ .....

11. ท่านจะกลับมาจังหวัดภูเก็ตอีกหรือไม่

- กลับ  ไม่กลับ

12. สถานที่ที่ท่านวางแผนจะเดินทางต่อ

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> กระบี่        | <input type="checkbox"/> ชุมพร         | <input type="checkbox"/> ตรัง            |
| <input type="checkbox"/> นครศรีธรรมราช | <input type="checkbox"/> นราธิวาส      | <input type="checkbox"/> บัตตานี         |
| <input type="checkbox"/> พังงา         | <input type="checkbox"/> พัทลุง        | <input type="checkbox"/> สงขลา           |
| <input type="checkbox"/> ยะลา          | <input type="checkbox"/> ระนอง         | <input type="checkbox"/> สตูล            |
| <input type="checkbox"/> สุราษฎร์ธานี  | <input type="checkbox"/> กลับภูมิลำเนา | <input type="checkbox"/> กรุงเทพฯ        |
| <input type="checkbox"/> มาเลเซีย      | <input type="checkbox"/> สิงคโปร์      | <input type="checkbox"/> ต่างประเทศ..... |

ตอนที่ 3 โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

1. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตโดยผ่านบริษัทนำเที่ยวหรือไม่

- ไม่ผ่าน  ผ่านบริษัทนำเที่ยว ราคา..... บาท  
ชื่อบริษัทนำเที่ยว.....

2. ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตคิดเป็นจำนวนเงิน (คน/วัน)

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2,001- 2,500 บาท | <input type="checkbox"/> 2,501- 3,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3,001- 3,500 บาท  | <input type="checkbox"/> 3,501- 4,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4,001- 4,500 บาท |
| <input type="checkbox"/> 4,501- 5,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 5,001- 5,500 บาท | <input type="checkbox"/> 5,501- 6,000 บาท |

## 3. ค่าใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางในแต่ละประเภทเป็นจำนวนเงินเท่าไร (คน/วัน)

## 3.1 ค่าที่พัก

- ต่ำกว่า 1,000 บาท       1,001 - 1,500 บาท       1,501- 2,000 บาท  
 2,001- 2,500 บาท       2,500 - 3,000 บาท       3,000 บาทขึ้นไป

## 3.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม

- ต่ำกว่า 500 บาท       501- 1,000 บาท       1,001 - 1,500 บาท  
 1,501- 2,000 บาท       2,001- 2,500 บาท       2,500 บาทขึ้นไป

## 3.3 ค่าพาหนะเดินทางภายในจังหวัดภูเก็ต

- ต่ำกว่า 100 บาท       100- 300 บาท       301 - 500 บาท  
 501- 700 บาท       701- 1,000 บาท       1,001- 1,500 บาท  
 1,501-2,000 บาท       2,000 บาทขึ้นไป

## 3.4 ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด

- ต่ำกว่า 100 บาท       101- 300 บาท       301 - 500 บาท  
 501- 700 บาท       701- 1,000 บาท       1,000 บาทขึ้นไป

## 3.5 ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง

- ต่ำกว่า 1,000 บาท       1,001- 1,500 บาท       1,501 - 2,000 บาท  
 2,001- 2,500 บาท       2,501- 3,000 บาท       3,001- 3,500 บาท

## 3.6 ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก

- ต่ำกว่า 500 บาท       501- 1,000 บาท       1,001 - 1,500 บาท  
 1,501- 2,000 บาท       2,001- 2,500 บาท       2,500 บาทขึ้นไป

## 3.7 เบ็ดเตล็ด

- ต่ำกว่า 300 บาท       300-500 บาท       501- 1,000 บาท  
 1,001 - 1,500 บาท       1,501- 2,000 บาท       2,000 บาทขึ้นไป

## ตอนที่ 4 การวัดระดับความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  และเติมข้อความที่ตรงกับข้อมูลหรือความคิดของท่านมากที่สุดในการวัดระดับความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวและบริการโดยมีระดับความพึงพอใจ 6 อันดับ คือ

5 คือ ความพึงพอใจมากที่สุด      4 คือ ความพึงพอใจมาก      3 คือ ความพึงพอใจปานกลาง

2 คือ ความพึงพอใจน้อย      1 คือ ความพึงพอใจน้อยที่สุด      0 คือ ไม่มีความคิดเห็น

และ ไม่เคยไป สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยไปสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

## 1. ความพึงพอใจของผู้เดินทางที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต

สถานที่ท่องเที่ยว	ไม่เคยไป	ความพึงพอใจ				
		(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
• วัดฉลอง หรือ วัดไชยธาราราม						
• วัดพระนางสร้าง						
• พระทอง (วัดพระมุด)						

สถานที่ท่องเที่ยว	ไม่เคย ไป	ความพึงพอใจ				
		(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
• สวนสัตว์ภูเก็ต						
• สวนผีเสื้อและโลกแมลงภูเก็ต						
• พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำและศูนย์ชีววิทยาทางทะเลภูเก็ต						
• พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติถลาง						
• พิพิธภัณฑ์ศึกโบราณภูเก็ต						
• พิพิธภัณฑ์หินหายากภูเก็ต						
• พิพิธภัณฑ์เปลือกหอยภูเก็ต						
• ภูเก็ตแฟนตาซี						
• ไซมอนคาบาเรต์						
• หาดกมลา						
• หาดกะตะ						
• หาดกะรน						
• หาดในยาง						
• หาดในหาน						
• หาดป่าตอง						
• หาดราไวย์						
• แหลมพรหมเทพ						
• อ่าวฉลอง						
• น้ำตกตื้นไทร						
• น้ำตกบางแป						
• อุทยานแห่งชาติสิรินาถ						
• อื่นๆ.....						

## 2. ความพึงพอใจของผู้เดินทางที่มีต่อจังหวัดภูเก็ต

ความคิดเห็น	ความพึงพอใจ					
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด	(0) ไม่มีความ คิดเห็น
<b>ทางด้านกายภาพ</b>						
▶ ระบบการขนส่งสาธารณะในเมือง						
▶ ระบบการขนส่งสาธารณะรอบนอก						
▶ การจราจรทางถนน						
▶ ความปลอดภัยในการเดินทาง						
▶ ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว						
▶ ความปลอดภัย ณ ที่พัก						
▶ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว						
▶ ความพร้อมของด้านแพคเกจทัวร์และบริษัทนำเที่ยว						
▶ ราคา, ค่าบริการแพคเกจทัวร์และบริษัทนำเที่ยว						
▶ ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม						
▶ ราคา, ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม						
▶ ความหลากหลายของอาหาร						
▶ ระบบการติดต่อของหาย						
▶ มนุษย์สัมพันธ์ การให้บริการด้วย อัธยาศัยไมตรีที่ดี ยิ้มแย้ม						
<b>ทางด้านสารสนเทศ</b>						
▶ ข้อมูลข่าวสารสำนักงานการท่องเที่ยว จังหวัด						
● แผนที่ท่องเที่ยวและหนังสือแนะนำเที่ยว						
● ข่าวสารการท่องเที่ยว						
● ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สถานที่ขนส่งทางบก						
● ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สนามบิน						
▶ ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ (www.phuket.go.th,www.phukettourism.org, http://phuketwan.com/,www.phuketread.com , www.phuketport.com/)						
● ที่พัก						
● อาหารและเครื่องดื่ม						



ความคิดเห็น	ความพึงพอใจ					
	(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด	(0) ไม่มีความ คิดเห็น
• การเดินทาง						
• สถานที่ท่องเที่ยว						
• แผนที่ท่องเที่ยว						
▶ ป้ายบอกทาง						
▶ ป้ายแนะนำสถานที่						
<b>ทางด้านการเงิน</b>						
• ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต / บัตรเดบิต						
• ความสะดวกในการใช้บริการ ATM						
• ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการ ท่องเที่ยว						

3. ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

.....

.....

.....

.....

**The Study titled " A Study on Tourism Logistics in Songkhla Province."**

**Industrial Engineering, Prince of Songkla University.**

**Would like to ask for your kindness to answer this questionnaire.**

**Part 1: Characteristics**

1. Country .....
2. Gender
  - Male  Female
3. Age
  - 15 - 24 years  25 – 34 years  35 – 44 years
  - 45 – 54 years  55 – 64 years  over 65 years
4. Education
  - Below Bachelor degree  Bachelor degree  High than Bachelor degree
5. Religion?
  - Buddhism  Mohammedanism  Christianity
  - Other .....
6. Occupation
  - Company officer  Government officer  Business owner
  - Retired person  Student  Other .....
7. The average of salaries per year
  - Less than 20,000 USD  20,000 – 39,999 USD  40,000 – 59,999 USD
  - 60,000 – 79,999 USD  80,000 USD up
8. Are you working in Thailand?
  - Yes For how long?.....year(s) .....month(s)
  - No

**Part 2 : Travel Information**

1. Transportation type from your origin to visit Phuket.
  - Airplane  Private car  Bus
  - Train  Boat  Tour
2. Transportation type within Phuket.
  - Private car  Tuk-Tuk  Bus
  - Motorcycle  Rental car  Other.....
3. How many times have you ever been to Phuket?
  - First time  2-3 times  4-5 times
  - 6-7 times  8 times up

4. How many persons in your group including you?
- 1 person                       2 – 3 persons                       4 - 5 persons
- 6 - 7 persons                       7 persons or above
5. With whom are you traveling?
- Alone                       Family                       Relatives
- Organization / company                       Friends                       Group tour
- Others .....
6. For this trip, what is the main purpose of visiting Phuket? (Please select only one)
- Business                       Holiday/ Vacation / Tour
- Visiting Friends / Relatives                       Education / Conference / Training
- Others (please specify) .....
7. Duration of your stay in Phuket ..... days.
- 1 day (If you select this choice, please skip to question 9)
- 2 days                       3 days                       5 days
- 1 week                       Other.....
8. Place to stay
- Home.....                       Guesthouse .....
- Resort .....
- Hotel .....
- Mansion.....
- Other.....
9. Where do you obtain information about the trip? (Choose more than one answer, if possible)
- From internet                       Form Guidebook
- Contact Tour company                       Contact Tourism Authority of Thailand (TAT)
- Consult friends / relatives                       Other.....
10. Please chose the interest factors which made you decide to visit Phuket (Please rank from first to fifth)
- ..... Tradition, Culture and History (Chalong Temple / Phra Nang Sang Temple / Pra Thong Temple)
- ..... Museum (Phuket Seashell Museum / Phuket Rare Stones Museum / Phuket Thaihua Museum / Thalang National Museum / Phuket Aquarium)
- ..... Festival (Thao Thep Kasattri and Thao Srisunthon Fair / Seafood Festival / Phuket Vegetarian Festival / Chao Le (Sea Gypsy) Boat Floating Festival / Turtle Release Fair / Phuket Travel Fair / Laguna Phuket Triathlon)
- ..... Ecotourism (Homestay)
- ..... National park (Batong Beach / PhromThep Cape / Kata Beach / Karon Beach / Chalong Bay / Kamala Beach / Rawai Beach / Nai yang Beach / Nai Ham Beach)
- ..... Zoo (Phuket Zoo / Butterfly garden and Insect world Phuket)

- ..... Shopping (Outlet)
- ..... Religious Activities
- ..... Variety of food
- ..... Entertainment place of nightlife (Phuket Fantasy / Simon Cabaret)
- ..... Distance and Travel Time
- ..... Friendliness of Towners
- ..... Others (please specify) .....

11. Will you come back to visit Phuket in the near future?

- Yes, (please specify, why?).....
- No, (please specify, why?).....

12. What's your next destination?

- |  |                                      |                                       |
|--|--------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Krabi               | <input type="checkbox"/> Chumphon    | <input type="checkbox"/> Trang        |
| <input type="checkbox"/> Nakhon Si Thammarat | <input type="checkbox"/> Narathiwat  | <input type="checkbox"/> Pattani      |
| <input type="checkbox"/> Phangnga            | <input type="checkbox"/> Phatthalung | <input type="checkbox"/> Songkhla     |
| <input type="checkbox"/> Yala                | <input type="checkbox"/> Ranong      | <input type="checkbox"/> Satun        |
| <input type="checkbox"/> Surat Thani         | <input type="checkbox"/> Hometown    | <input type="checkbox"/> Bangkok      |
| <input type="checkbox"/> Malasia             | <input type="checkbox"/> Singapore   | <input type="checkbox"/> Aboard ..... |

### Part 3 : Passenger' s expenditure information

1. Are you in Phuket on a package / group tour? (i.e. a tour in which at least transportation, admission fees and accommodation are included in the price paid for the tour before departure)

- Yes at the cost of ..... (amount)..... (travel agent)
- No

2. Expenses during staying in Phuket, totally

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Less than 2,000 Baht | <input type="checkbox"/> 2,001- 2,500 Baht | <input type="checkbox"/> 2,501 - 3,000 Baht |
| <input type="checkbox"/> 3,001- 3,500 Baht    | <input type="checkbox"/> 3,501- 4,000 Baht | <input type="checkbox"/> 4,001- 4,500 Baht  |
| <input type="checkbox"/> 4,501- 5,000 Baht    | <input type="checkbox"/> 5,001- 5,500 Baht | <input type="checkbox"/> 5,500 Baht up      |

3. How much of your budget would you spend in Thailand during this visit on each item? (Baht/day)

3.1 Accommodation

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Less than 1,000 Baht | <input type="checkbox"/> 1,001 - 1,500 Baht | <input type="checkbox"/> 1,501- 2,000 Baht |
| <input type="checkbox"/> 2,001- 2,500 Baht    | <input type="checkbox"/> 2,501 - 3,000 Baht | <input type="checkbox"/> 3,000 Baht up     |

3.2 Food and Beverage

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Less than 500 Baht | <input type="checkbox"/> 501- 1,000 Baht   | <input type="checkbox"/> 1,001 - 1,500 Baht |
| <input type="checkbox"/> 1,501- 2,000 Baht  | <input type="checkbox"/> 2,001- 2,500 Baht | <input type="checkbox"/> 2,500 Baht up      |

3.3 Domestic Transportation

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Less than 100 Baht | <input type="checkbox"/> 101 - 300 Baht  | <input type="checkbox"/> 301 - 500 Baht   |
| <input type="checkbox"/> 501 - 700 Baht     | <input type="checkbox"/> 701- 1,000 Baht | <input type="checkbox"/> 1,001-1,500 Baht |
| <input type="checkbox"/> 1,501-2,000 Baht   | <input type="checkbox"/> 2,000 Baht up   |   |

## 3.4 Travel service within Phuket

- Less than 100 Baht       101 - 300 Baht       301 - 500 Baht  
 501- 700 Baht       701 - 1,000 Baht       1,000 Baht up

## 3.5 Entertainment

- Less than 1,000 Baht       1,001 - 1,500 Baht       1,501 - 2,000 Baht  
 2,001- 2,500 Baht       2,501 - 3,000 Baht       3,000 Baht up

## 3.6 Shopping

- Less than 500 Baht       501 - 1,000 Baht       1,001 - 1,500 Baht  
 1,501- 2,000 Baht       2,001 - 2,500 Baht       2,500 Baht up

## 3.7 Other (specify)

- Less than 300 Baht       300 - 500 Baht       501- 1,000 Baht  
 1,001 - 1,500 Baht       1,501- 2,000 Baht       2,000 Baht up

## Part 4: Tourists' opinion on tourism destination to measure the satisfaction of attractions and services

## 1. Tourism destination in Phuket, please state your satisfaction to these destinations.

Tourism destination	Never been there	Level				
		(5) Most	(4) Most likely	(3) Fair	(2) less	(1) Less likely
• Chalong Temple						
• Phra Nang Sang Temple						
• Pra Thong Temple						
• Phuket Zoo						
• Butterfly garden and Insect world Phuket						
• Phuket Aquarium						
• Thalang National Museum						
• Phuket Thaihua Museum						
• Phuket Rare Stones Museum						
• Phuket Seashell Museum						
• Phuket Fantasy						
• Simon Cabaret						
• Kamala beach						
• Kata beach						
• Karon beach						
• Nai yang beach						

Tourism destination	Never been there	Level				
		(5) Most	(4) Most likely	(3) Fair	(2) less	(1) Less likely
● Nai Harn beach						
● Batong beach						
● Rawai beach						
● PhromThep Cape						
● Chalong bay						
● Ton Sai Waterfall						
● Bang Pae Waterfall						
● Other.....						

## 2. Your opinion of the Quality of Phuket components

Components	Level					
	(5) Most	(4) Most likely	(3) Fair	(2) less	(1) Less likely	(0) N/A
<b>Physical flows management</b>						
▶ City's Transportation						
▶ Rural's Transportation to tourists' attractions						
▶ Road's Traffic						
▶ Safety of transportation						
▶ Safety at tourists' attractions						
▶ Safety at accommodations						
▶ Cleanliness for tourist attractions						
▶ Availability of package tours / tour						
▶ Access to package tours / tour (Price / Service charges)						
▶ Availability of food and beverage						
▶ Access to food and beverage (Price / Service charges)						
▶ Foods' Variety						
▶ Lost and found services						
▶ Service Mind						

Components	Level					
	(5) Most	(4) Most likely	(3) Fair	(2) less	(1) Less likely	(0) N/A
<b>Information flow management</b>						
▶ Tourist Information Center						
• Map and guidebook						
• Tourist attractions information						
• Travel information at Transport Station						
• Travel information at Airport						
▶ Public Service (Internet) (www.phuket.go.th, phuketwan.com, www.phukettourism.org, www.phuketread.com, www.phuketport.com)						
• Accommodation information						
• Food and beverage information						
• Transportation information						
• Tourist Attraction						
• Map						
▶ The place signs						
▶ The signs						
<b>Financial flow management</b>						
▶ Accessibility of debit or credit cards						
▶ Ease of foreign currency exchange						
▶ Tax refund system						
▶ Payment of tourism goods and services e.g. accommodation or transportation						
▶ International financial transactions						

3. Kindly suggest how to develop Tourist in Phuket.

.....

.....

.....

.....

.....

**THANK YOU FOR YOUR TIME AND HOPE YOU ENJOY YOUR TRIP IN PHUKET**