

Appendix A: Songkhla general information

(Source: TAT zone one, 2005)

Songkhla at a glance

Songkhla, one of Thailand's important ports and coastal provinces, is located 950 kilometers from Bangkok. Occupying an area of 7,393 square kilometers on the eastern side of the Malaysian Peninsula, the province is bordered by the States of Kedah (Sai Buri) and Perlis of Malaysia to the south and the Gulf of Thailand to the east. In addition, Songkhla borders on Nakhon Si Thammarat and Phatthalung Provinces to the north, Yala and Pattani Provinces to the south, and Satun and Phatthalung Provinces to the west.

An undeniably historic town endowed with ancient ruins, arts, and places of cultural importance, Songkhla, a melting pot of Thais, Chinese and Malays, charms visitors with its unique traditions, dialect, and folk entertainment. These characteristics are reflections of the provinces rich cultural heritage, which has been preserved and passed down from generations to generations.

Hat Yai, a district of Songkhla, is perhaps better known than the provincial capital itself. Hat Yai serves as a southern hub of communication, trading and transportation as well as a gateway to Malaysia and Singapore. In light of this, Hat Yai has gained importance as the driving force of economic growth in the southern region.

History of Songkhla

Songkhla, a medieval pirate stronghold, is a historic, albeit sleepy town with a thriving fishing community. Another Srivijaya outpost in Thailand's southern region, Songkhla was initially named Sa-thing*. Previously a port and a coastal trading post where Indian, Persian and Arabian merchants came to exchange their products, the place was named "Sing Lha" after the 2 lion-shape islands at the mouth of the city's lake. At present, these 2 islands are Koh Nu (Rat Island) and Koh Maeo (Cat Island). The old part of Songkhla is located at the present-day Amphoe Sathing Phra

Today Songkhla

Over the last few decades, Songkhla has been rapidly developed and is currently a unique attraction worth visiting. Blessed with natural resources such as fine beaches, enchanting waterfalls, and a tranquil lake, the province has an abundance of tourist attractions and an amazing range of seaside resort towns. Moreover, the old section of Songkhla still maintains its unique identity of ancient and historical flavors through local architecture and cuisine.

While Songkhla is noted as a fishing community set in a peaceful atmosphere, Hat Yai, on the other hand, serves as a transportation and communications hub of the south with links to various destinations in the neighboring provinces and Malaysia. Despite being only 30 kilometers apart, Songkhla and Hat Yai have uniquely contrasting characteristics and are ideal places to visit.

Songkhla is administratively divided into 16 districts: Muang Songkhla, Ranot, Krasae Sin, Sathing Phra, Singhanakhon, Khuan Niang, Rattaphum, Bang Klam, Hat Yai, Na Mom, Chana, Thepha, Na Thawi, Saba Yoi, Sadao, and Khlong Hoi Khong.

Distances from Amphoe Muang Songkhla to Neighboring Districts:

Ranot	73	kms.
Hat Yai	26	kms.
Krasae Sin	74	kms.
Na Mom	34	kms.
Sathing Phra	36	kms.
Chana	37	kms.
Singhanakhon	26	kms.
Thepha	73	kms.
Khuan Niang	72	kms.
Na Thawi	52	kms.
Rattaphum	60	kms.
Saba Yoi	104	kms.
Bang Klam	46	kms.
Sadao	70	kms.
Klong Hoi Khong	43	kms.

Ko Yo Hand-woven Fabric

Ko Yo Hand-woven Fabric is another folk product of Songkhla Province, produced mainly from Ko Yo, Amphoe Mueang Songkhla. The sturdy hand-woven fabric has intricate designs such as Lai Rat Chawat, and Lai Luk Kaeo. The long lasting fine cloth with varied designs made by the local residents can be tailored into men's or ladies apparels. The fabric is sold in stores in Hat Yai and Songkhla (on Nakhon Nai and Nang Ngam Roads), and at the market in Koh Yo.

Pickled Wedge-Shell Fish

After cleaning, the shell fish are pickled for 2-3 days by covering them in salt (the large - grained variety). Alternatively, they can be marinated in salt water for 5 days; when the water turns reddish brown, they are ready for eating. Pickled wedge-shell fish are rich in protein and calcium.

Puppet Figure

Nang Talung (shadow puppet) is the souths traditional folk art normally shown to the general public in Nakhon Si Thammarat, Phatthalung, Trang, and Songkhla Provinces. A temporary platform is usually built for the performance. The puppets, cut from animal hide, are placed against the rear of a white screen in front of a bright light so the audience can see their shadows. The story is told by narrators. The puppets can be purchased from souvenir stores.

Sapodilla fruit

The sapodilla fruit is oval in shape with thin brown skin. The ripe fruit has sweet, soft flesh. The sapodilla is only eaten ripe. Widely grown especially in Koh Yor, the sapodilla is an important cash crop for Songkhla Province.

Seafood Products

Shrimp and fish crackers are one of the local products of Songkhla Province. Delicious and inexpensive, they make perfect souvenirs for food lovers. There are also nam budu, cashew nuts, and dried crystal shrimp that can be purchased from stalls on Nakhon Nai Road in the city.

Attractions

Hat Yai

Hat Yai, which is situated approximately 28 kilometers from the city of Songkhla, is an important gateway to Malaysia and Singapore. Strategically located only 60 kilometers from the port of entry at Sadao, Hat Yai has only recently been developed and has rapidly been transformed into the commercial, transportation, communication, educational, and tourism hub of the south. Tourists enjoy shopping at Hat Yai for various goods ranging from fresh produce to consumer products such as electrical appliances. The area of Niphat Uthit 1, 2, or 3 Roads is where major commercial shops are located. Several shopping centers available include Lido Shopping Center, Odeon Shopping Center, Sanehanuson, Hat Yai Plaza Shopping Center, and Si Kimyong Market on Phetkasem Road.

Hat Yai Municipal Park

The park is located on Kanchanawanit Road and is approximately six kilometers from the city center on the Hat Yai–Songkhla Highway. A popular recreational spot for the local residents, the park is beautifully decorated with colorful flowers. With a pavilion in the middle of the pond, an aviary, and food stalls, the park is the perfect place to spend a peaceful evening. Additional attractions include a statue of King Rama V that is enshrined at the foot of the hill near the aviary, a hill-top Brahman shrine and a jade statue of Guan-yin, the Chinese Goddess situated, at the southern foothill near the boy-scout camp.

Namtok Ton Nga Chang

Located in the Ton Nga Chang Wildlife Sanctuary, about 26 kilometers from the city, this 7-tiered waterfall is one of the beautiful waterfalls of the south. The waterfall offers scenic views, with the third level being the most beautiful as the stream is separated into two, resembling the elephants' tusks. Trekking trails are provided for tourists with adventurous hearts. To reach the waterfall by car, follow the Hat Yai-Rattaphum Road for 13 kilometers, then turn left at Ban Hu Rae and proceed for another 13 kilometers. Alternatively, a tuk-tuk can be hired to take visitors to the waterfall for two to three hours at between 300 baht to 400 baht. On the other hand, visitors can also take the minibus from the fresh market (Talat Sot Thet Sa Ban Hat Yai

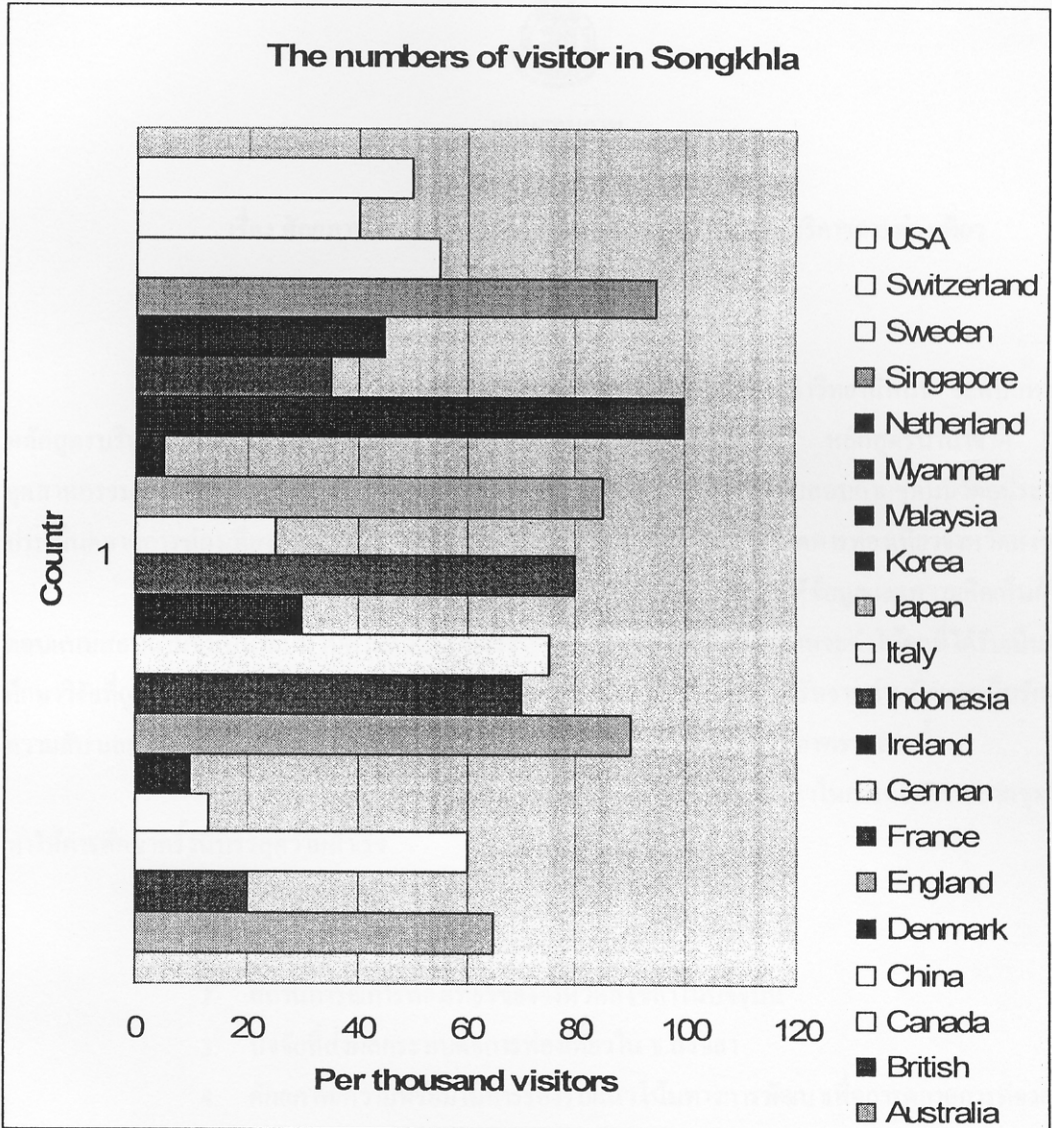
Wat Hat Yai Nai

Located on Phetkasem Road, near Khlong U Taphao Bridge, the monastery is where Phra Phuttha Hattha Mongkhon, a large reclining Buddha measuring 35 meters long, 15 meters tall, and 10 meters wide, is enshrined. Highly revered by both Thai and foreign tourists, the image is believed to be the third largest reclining Buddha in the world.

Ban Sattha (Home of Faith)

The hill-top house overlooking the Tinsulanond Bridge that connects Ko Yo was built in 1991 and was completed in 1996. Surrounded by coconut plantations, the compound was built by local residents to honor H.E. Prem Tinsulanond, the Privy Councilor and Statesman, when he was Prime Minister. H.E. Prem graciously returned the house to the people of Songkhla

Appendix B: The number of visitors arrival per year through Sadao district customhouse classify by nations (Source: Customhouse Sadao district, 2006).



Appendix C: Questionnaire Thai and Translated version



แบบสอบถาม

เรื่อง ศักยภาพและแนวโน้มการพัฒนาตลาดอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยว
จังหวัดสงขลา

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ระดับมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการบริการและการท่องเที่ยว (หลักสูตรนานาชาติ) คณะ
อุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต โดยแบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ
ประเมินตลาดการท่องเที่ยว พร้อมศึกษาศักยภาพและแนวโน้มเพื่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

คณะผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่าน ได้โปรดใช้เวลาให้ข้อมูลและความคิดเห็นด้วยการ
ตอบแบบสอบถามฉบับนี้ที่เป็นไปตามความเป็นจริง จากความร่วมมือของท่านจะทำให้ผลที่ได้รับเป็นผลการ
ศึกษาวิจัยที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์สูงสุด โดยข้อมูลต่างๆบุคคลที่ได้รับจากท่านนี้จะถูกเก็บรักษาเป็น
ความลับ และ นำมาใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาและการวิเคราะห์ผลให้ได้คำตอบในภาพรวมเท่านั้น

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ และ
ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้บรรลุความสำเร็จ

แบบสอบถามชุดนี้ ประกอบด้วย 5 ตอน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
2. สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาในปัจจุบัน
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวใน จ.สงขลา
4. ศักยภาพ/ความพร้อมในการรองรับแนวโน้มทางการพัฒนาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
จังหวัดสงขลา
5. ปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว จ.สงขลา พร้อมข้อเสนอแนะ
ป้องกันและแก้ไข

แบบสอบถาม

เรื่อง ศักยภาพและแนวโน้มการพัฒนาตลาดอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 ผู้ตอบ เพศ

 ชาย หญิง

1.2 อายุ

 ต่ำกว่า 30 ปี 45-49 ปี 30-34 ปี 50-54 ปี 35-39 ปี 55-60 ปี 40-44 ปี 60 ปีขึ้นไป

1.3 ภูมิลำเนาเดิม อำเภอ.....จังหวัด.....

1.4 วุฒิการศึกษาสูงสุด

 มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา ประกาศนียบัตร ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 เคยได้รับ/เคยผ่านการเพิ่มพูนความรู้ หรือการฝึกอบรมเกี่ยวกับธุรกิจการบริการหรือการท่องเที่ยวมาบ้างหรือไม่ ถ้าเคยในระดับใด

 เคยผ่านการอบรม (โปรดระบุ)..... ไม่ได้เรียนสาขาที่เกี่ยวข้อง/ผ่านการอบรมทางด้านบริการการท่องเที่ยว

2. ข้อมูลการประกอบธุรกิจบริการ

2.1 ประเภทของธุรกิจบริการที่ท่านประกอบการอยู่นี้ คือ (สถานประกอบการโปรดตอบเพียง 1 คำตอบ)

 บริการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ ขายสินค้าของที่ระลึกและสินค้าอื่นๆ กิจการขนส่ง บริการอาหารหรือภัตตาคาร สถานที่พักแรม อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.2 สถานะของท่านในการประกอบธุรกิจตามระบุในข้อ 2.1

 เจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วนผู้มีส่วนได้-เสีย ในธุรกิจ ผู้บริหารจัดการ (เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจทุกๆไป) พนักงานหรือผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาในปัจจุบัน

โปรดระบุระดับของคำตอบในแต่ละข้อตามให้ตรงหรือใกล้เคียงกับความคิดเห็นหรือความเข้าใจของท่านมากที่สุด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างของระดับที่ท่านเลือก

3. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว หรือ ใช้บริการหรือรู้จัก ใน จ.สงขลา มีความนิยม แหล่งท่องเที่ยวข้างล่างนี้ในระดับใด	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ออกความเห็น
	5	4	3	2	1	0
3.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น หาดสมิหลา, น้ำตกโตนงาช้าง						
3.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงประเพณีและวัฒนธรรม เช่น ประเพณีชักพระ, ประเพณีลอยกระทง						
3.3 แหล่งท่องเที่ยวเชิงโบราณคดี/โบราณสถาน เช่น พิพิธภัณฑสถานสงขลา						
3.4 แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัดพะโคะ, วัดหาดใหญ่ไฉน						
3.5 แหล่งท่องเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืน						
3.6 แหล่งจับจ่ายซื้อของฝาก/ของที่ระลึก						
3.7 แหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนอุทยาน/สวนสัตว์						
3.8 กิจกรรม/งานแสดงทางการท่องเที่ยวพิเศษ เช่น งานเทศกาลโคมไฟนานาชาติ, การแข่งกีฬาออลเล็ชบอลนานาชาติ, งานเกษตรภาคใต้						
3.9 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						
4. ปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือก จ.สงขลา เป็นจุดหมายของการเดินทาง	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ออกความเห็น
	5	4	3	2	1	0
4.1 ความพร้อมของสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว						
4.2 การคมนาคมที่สามารถเชื่อมต่อไปยังจังหวัดอื่น/ต่างประเทศได้ง่าย						
4.3 ความสมบูรณ์ในธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว						
4.4 มีวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นกว่าจังหวัดอื่น/ใกล้เคียง						
4.5 มีแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี/โบราณวัตถุ ที่โดดเด่น มีความสำคัญ						
4.6 มีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาที่สำคัญ น่าเคารพนับถือ						
4.7 มีแหล่งท่องเที่ยวสถานบันเทิงที่ครบครัน มีมาตรฐาน ทันสมัย						
4.8 มีสินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกหลากหลาย ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ						
4.9 มีมาตรการป้องกันด้านความปลอดภัย						
4.10 มีการจัดการบ้านเมืองให้สะอาด ไม่มีมลภาวะเป็นพิษ และไม่มีเชื้อโรคติดต่อ						
4.11 คนท้องถิ่นมีความเข้าใจการท่องเที่ยวและต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี						

ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้ ส่งผลทำให้ จ.สงขลา เป็นจุดหมายในการเดินทาง สำหรับนักท่องเที่ยวมาก-น้อยเพียงใด(ต่อ)	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ออกความเห็น
	5	4	3	2	1	0
4.12 การอำนวยความสะดวกในการเข้าสู่จังหวัดสงขลาที่มีความสะดวกรวดเร็ว						
4.13 คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ						
4.14 มีบุคลากรทางด้านบริการการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ						
4.15 ที่พักแรมมีมาตรฐาน						
4.16 มีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลากหลาย						
4.17 ความสะดวกด้านพิธีการเข้าเมือง						
4.18 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						
5.ค่าบริการ/ราคาสินค้าหรือบริการ เหมาะสม กับคุณภาพหรือปริมาณที่ นักท่องเที่ยวได้รับ	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ออกความเห็น
	5	4	3	2	1	0
5.1 ค่าบริการตามแหล่งท่องเที่ยวทางราชการ เช่น สวนสัตว์, พิพิธภัณฑ์จังหวัดสงขลา						
5.2 ค่าที่พัก เช่น โรงแรม, รีสอร์ท, เกสต์เฮ้าส์						
5.3 ค่าบริการตามแหล่งท่องเที่ยวของเอกชน สถานบันเทิงต่างๆ						
5.4 ค่าโดยสารภายในตัวเมือง/แหล่งท่องเที่ยว						
5.5 ค่าโดยสารระหว่างจุดขนส่งมวลชนไปยังที่พัก หรือสถานที่ท่องเที่ยว						
5.6 ค่าโดยสารระหว่างจังหวัดสงขลา กับจังหวัดใกล้เคียง						
5.7 ค่าสินค้า/ของที่ระลึก						
5.8 ค่าอาหาร น้ำดื่ม						
5.9 ค่าบริการจากตัวแทน/บ.นำเที่ยว						
5.10 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						
6.ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ/ต้นทุนทางการท่องเที่ยวของ จ.สงขลา	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ออกความเห็น
	5	4	3	2	1	0
6.1 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ						
6.2 ราคาน้ำมัน/ไฟฟ้า						
6.3 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้						
6.4 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

7.แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อบริการของ นักท่องเที่ยวใน จ.สงขลา	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ออกความเห็น
	5	4	3	2	1	0
7.1 แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว, เพื่อนบ้าน,ญาติ, คนรู้จัก						
7.2 แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา, พนักงานขาย, ตัวแทนจำหน่าย, การแสดงสินค้าท่องเที่ยว						
7.3 แหล่งมวลชน ได้แก่ สื่อมวลชน,องค์การคุ้มครองผู้บริโภค						
7.4 แหล่งทดลอง ได้แก่ กรมส่งเสริมการท่องเที่ยว, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม						
7.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						
8.รูปแบบทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของ จ.สงขลาในปัจจุบัน	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ออกความเห็น
	5	4	3	2	1	0
8.1 การจัดกิจกรรมพิเศษทางการท่องเที่ยว เช่น งานโคมไฟนานาชาติ, การแข่งขันกีฬา						
8.2 การจัดงานฉลอง เทศกาล/ประเพณี วันสำคัญต่างๆให้ยิ่งใหญ่ เช่นเทศกาลตรุษจีนขนาดใหญ่						
8.3 การจัดรายการขายแบบแพคเกจหรือรูปแบบพิเศษ						
8.4 การเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด/ประชาสัมพันธ์ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย						
8.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวใน จ.สงขลา

9.ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว จ.สงขลา ในอนาคต	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ออกความเห็น
	5	4	3	2	1	0
9.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ						
9.2 ปัจจัยทางสังคมและศาสนา						
9.3 ปัจจัยทางการเมือง ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ						
9.4ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย						
9.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

10.การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ในอนาคตอาจมีผลกระทบ ต่อประชาชนด้านต่อไปนี้ มาก-น้อย เพียงไร	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ออกความเห็น
	5	4	3	2	1	0
10.1 ด้านเศรษฐกิจ						
10.2 ด้านสังคม และศาสนา						
10.3 ด้านสิ่งแวดล้อม						
10.4 ด้านวัฒนธรรม/ประเพณี						
10.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

ตอนที่ 4 การประเมิน ศักยภาพ/ความพร้อมในการรองรับการพัฒนาเพื่อการตลาดการท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา
ท่านคิดว่า จ.สงขลา มีศักยภาพ/ความพร้อมในการรองรับแนวโน้มทางการพัฒนาเพื่อการตลาดการท่องเที่ยวด้านต่างๆ
ต่อไปนี้ในระดับใด โดยแบ่งเป็น ศักยภาพสูง คือ พร้อม/พัฒนาได้ทันที
ศักยภาพปานกลาง คือ ต้องปรับปรุงเล็กน้อยก่อนการพัฒนา , ศักยภาพต่ำ คือ ต้องปรับปรุงมาก/ไม่พร้อมที่จะพัฒนา

11.ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความพร้อม			
	ศักยภาพสูง	ศักยภาพปานกลาง	ศักยภาพต่ำ	ไม่ออกความเห็น
	3	2	1	0
11.1 การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์				
11.2 การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา/สันทนาการ				
11.3 การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านการแพทย์และ ส่งเสริมสุขภาพ				
11.4 การพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางซื้อสินค้า/สินค้าปลอด ภาษีสำหรับนักท่องเที่ยว				
11.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....				
12.ด้านพัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด	ระดับความพร้อม			
	ศักยภาพสูง	ศักยภาพปานกลาง	ศักยภาพต่ำ	ไม่ออกความเห็น
	3	2	1	0
12.1 การจัดแรลลี่ทางบก เช่น แรลลี่ไทย-มาเลย์-อินโด				
12.2 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางรถไฟ				
12.3 การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต				
12.4 การจัดงานแสดงพิเศษเพื่อการท่องเที่ยว เช่นการจัด นิทรรศการ หรือจัดแสดงสินค้า				
12.5 การจัดท่องเที่ยวราคาพิเศษแบบเหมาจ่าย				
12.6 การจัดทำเอกสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา				

12.ด้านพัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด(ต่อ)	ระดับความพร้อม			
	ศักยภาพสูง	ศักยภาพปานกลาง	ศักยภาพต่ำ	ไม่ออกความเห็น
	3	2	1	0
12.7 การนำเอาเอกลักษณ์ของจังหวัดสงขลาเป็นจุดขาย				
12.8 อื่นๆ (โปรดระบุ).....				
13.ด้านบุคลากร ท่านคิดว่าจังหวัดสงขลามีบุคลากรพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆเหล่านี้ในระดับใด	ระดับความพร้อม			
	ศักยภาพสูง	ศักยภาพปานกลาง	ศักยภาพต่ำ	ไม่ออกความเห็น
	3	2	1	0
13.1 นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี				
13.2 นักท่องเที่ยวจากยุโรป เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส				
13.3 นักท่องเที่ยวกลุ่มอาหรับ เช่น สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรต				
13.4 อื่นๆ (โปรดระบุ).....				
14.การบริหารและสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความพร้อม			
	ศักยภาพสูง	ศักยภาพปานกลาง	ศักยภาพต่ำ	ไม่ออกความเห็น
	3	2	1	0
14.1 การจัดหาบริการ/ข้อมูลการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมสะดวกรวดเร็ว				
14.2 การคมนาคม				
14.3 ที่พักแรม				
14.4 สาธารณูปโภค				
14.5 มาตรการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน				
14.6 มาตรการด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม				
14.7 การอำนวยความสะดวกในพิธีการเข้าเมือง				
14.8 อื่นๆ (โปรดระบุ).....				

15. ท่านมีความเห็นว่าตัวชี้วัดใดเป็นดัชนีกำหนดความสำเร็จของการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของ จ.สงขลา โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ 1 ไปยังน้อยที่สุดคือ 6

- _____ 15.1 จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- _____ 15.2 นักท่องเที่ยวมาจากหลากหลายประเทศมากขึ้น
- _____ 15.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- _____ 15.4 เศรษฐกิจของจังหวัดโดยรวมดีขึ้น
- _____ 15.5 มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาโดยภาครัฐมากขึ้น
- _____ 15.6 มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาโดยภาคเอกชนมากขึ้น

ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว จ.สงขลา พร้อมข้อเสนอแนะ ป้องกันและแก้ไข

16. ท่านคิดว่าปัจจัยด้านใดที่เป็นปัญหา/อุปสรรคต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว จ.สงขลาที่ควรมีการปรับปรุง พัฒนา หรือแก้ไขอย่างเร่งด่วน

1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว/สาธารณูปโภค/ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวคือ

.....

2) ด้านบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ/มีความรู้ทางการท่องเที่ยว/แหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยว

คือ

3) ด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม/เศรษฐกิจ/วัฒนธรรม

คือ

4) ด้านการส่งเสริมตลาด/ประชาสัมพันธ์

คือ

5) ด้านอื่นๆ (โปรดระบุ)

คือ

17. จากปัญหาและอุปสรรค ตามข้อ 1 ท่านมีข้อเสนอแนะ ป้องกันและแก้ไขอย่างไรบ้าง (กรุณาให้รายละเอียดตามที่ท่านเข้าใจ)

1).....

2).....

3).....

4).....

5).....

18. ถ้ามีการพัฒนาตลาด ท่านคิดว่าผู้ขายกลาง เช่น เซอขายห้องพัก ,บ.นำเที่ยว จะได้ผลประโยชน์เพิ่มขึ้น หรือไม่อย่างไร

เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

ไม่เพิ่มขึ้น เนื่องจาก.....

ไม่มีความเห็น



Questionnaire

A prospect and Potential for Hospitality and tourism market at Changwat Songkhla

This questionnaire is a part of thesis in master degree in Hospitality and Tourism Management (International program) Services Industry faculty, Phuket campus. The purpose of this questionnaire is to assessment the present situation of tourism market, and study the potential and prospect for marketing development plan of Songkhla province in the future.

The researcher would like to are your collaborate to fill this questionnaire follow the real situation. Your collaborated will be the high benefits to this study. Your personal demography will be keep as a secret and will be use in educational only.

Thank you for your collaborative to make this research to be success

This questionnaire included with:

Part1 respondent's General Information

Part2 Evaluation of current tourism situation in Songkhla

Part 3 Factors affected to tourism in Songkhla

Part 4. Evaluate the potential support for development of tourism market in Songkhla

Part 5 Problems threats and recommendations for tourism marketing development in Songkhla

Miss Kornravee Hong-amata
Researcher

Questionnaire

A prospect and Potential for Hospitality and tourism market at Changwat Songkhla

Part I respondent's General Information

1. Characters

1.1 Gender

Male

Female

1.2 Age

Less than 30 years old

45-49 years old

30-34 years old

50-54 years old

35-39 years old

55-60 years old

40-44 years old

60 years old and over

1.3 Hometown Distric _____ Province _____

1.4 Education Level

High school

Vocational school

Diploma

Bachelor degree

Master degree or higher

1.5 Have you ever been educated or trained about hospitality or tourism.

Yes (please, specify) _____

No

2. Hospitality and Tourism business

2.1 What is your current business in hospitality (select only 1 answer)?

Tour operator/tour guide

Souvenir/local products shop

Transportation

Food&beverage/restaurant

Accommodation

others (please, specify) _____

2.2 Your posirttion in hospitality business (according to 2.1) is:

Owner/strakeholder

Manager

Employee/officer

Part2 Evaluation of current tourism situation in Songkhla

Please indicate your opinion by / check in corresponding answer.

3. The famousness in each tourism attraction by Songkhla visitors	Opinion level					
	Supr elativ e	High	Mode rate	low	Least	No comment
	5	4	3	2	1	0
3.1 Natural attractions such as Samila beach						
3.2 Cultural attractions						
3.3 Historical attraction such as Songkhla museam						
3.4 Religious attraction such as Pha-ko temple.						
3.5 Nigh Entertainment attractions						
3.6 Shopping						
3.7 National park and Zoo						
3.8 Special event such as International Lantern Festival, Southern Thailand agriculture fair.						
3.9 Others (please, specify) _____						
4. Factors influenced the selesction of attraction, by Songkhla visitors	Opinion level					
	Supr elativ e	High	Mode rate	low	Least	No comment
	5	4	3	2	1	0
4.1 The fully of infrastructure						
4.2 Accessibility of transportation to other provinces of neighbor country						
4.3 The richness of natural at tourism attraction						
4.4 The more uniqueness of culture than nearby provinces						
4.5 The distinguish historical attractions						
4.6 The unique religions attractions						
4.7 The standard and trendy entertainment complexes						
4.8 Variation of souvenirs and local products						
4.9 The safety regulations						
4.10 The sanitation of physical environment						
4.11 The hospitality of local residents						
	Opinion level					

<i>Songkhla visitors(cons')</i>	Supr elativ e	High	Mode rate	low	Least	No comment
	5	4	3	2	1	0
4.12The convenience of custom etiquette						
4.13The qualify service providers						
4.14The sufficient numbers of service providers						
4.15The quality of accommodations						
4.16The variety of tourism activities						
4.17The regulation support the entering Songkhla						
4.18Others(please,specify_____)						
<i>5.Reasonable charge of products and services to the visitors</i>	Opinion level					
	Supr elativ e	High	Mode rate	low	Least	No comment
	5	4	3	2	1	0
5.1Entrance fee at the attractions provided by the government such as zoo, museum						
5.2Room charge at hotel, resort, guesthouse						
5.3Service charge of private tourism attractions						
5.4Fare at city to tourism attractions						
5.5Fare from transport station to accommodations or tourism attractions						
5.6fare form Songkhla to nearby provic=nce						
5.7Souvenir,local products prices						
5.8Food and beverage price						
5.9Service charge of service providers						
<i>6. Factors influenced economic/tourism costs at Songkhla</i>	Opinion level					
	Supr elativ e	High	Mode rate	low	Least	No comment
	5	4	3	2	1	0
6.1 Currency exchange rate						
6.2 Fuel and electricity prices						
6.3 Interest rate						
6.4 Others(please,specify_____)						

7. Source of information influenced visitors decision making	Opinion level					
	Supr elativ e	High	Mode rate	low	Least	No comment
	5	4	3	2	1	0
7.1 Personnel source such as family, friends, relatives						
7.2 Commercial source such as sale person, representative						
7.3 Public source such as media, consumer protection org.						
7.4 Experimental source such as TAT tourism products fair						
7.5 Others(please,specify_____)						
8. Appropriate from of public relation and marketing to tourism development in Songkhla	Opinion level					
	Supr elativ e	High	Mode rate	low	Least	No comment
	5	4	3	2	1	0
8.1 Special tourism activities such as sports competition, International lantern festival						
8.2 Mega traditional fair such as Hatyai-Chinese New year festival						
8.3 Package tour promotion						
8.4 Public relation and marketing through TAT						
8.5 Others(please,specify_____)						

Part 3 Factors affected to tourism in Songkhla

9. Macro economic factors affected to the future growth of tourism in Songkhla	Opinion level					
	Supr elativ e	High	Mode rate	low	Least	No comment
	5	4	3	2	1	0
9.1 Economic						
9.2 Social and religion						
9.3 Political						
9.4 Safety ans security						
9.5 Others(please,specify_____)						

<i>10. The affects to people by the future development of tourism at Songkhla</i>	Opinion level					
	Supr elativ e	High	Mode rate	low	Least	No comment
	5	4	3	2	1	0
10.1 Economic						
10.2 Society and religion						
10.3 Environment						
10.4 Culture and traditional						
10.5 Others(please,specify_____)						

Part 4. Evaluate the potential support for development of tourism market in Songkhla
In your opinion, What is the potential level of each issue of tourism development for Songkhla?
High defined as ready to develop, Moderate defined as need some improve before development, Low defined as need lots of improvement or not ready to development

<i>11. Tourism destinations development</i>	Opinion level			
	High potentiality	Moderate potentiality	Low potentiality	No comment
	3	2	1	0
11.1 Ecotourism destination				
11.2 Sports and recreations				
11.3 Health and medical destination				
11.4 Duty free Shopping center				
11.5 Others(please,specify_____)				
<i>12. Development of tourism activities for marketing promotions</i>	Opinion level			
	High potentiality	Moderate potentiality	Low potentiality	No comment
	3	2	1	0
12.1 Car rally such as Thailand-Malaysia-Indonasia				
12.2 Traveling by train				
12.3 Online advertising				
12.4 Tourism products and services				

exhibition				
12.5 Special tour package				
12.6 Printed media for tourism information				
12. Development of tourism activities for marketing promotions (cont')	Opinion level			
	High potentiality	Moderate potentiality	Low potentiality	No comment
	3	2	1	0
12.7 Promoting uniqueness of Songkhla				
12.8 Others(please,specify_____)				
13.Availability of human resource to serve foreign visitors	Opinion level			
	High potentiality	Moderate potentiality	Low potentiality	No comment
	3	2	1	0
13.1 East-Asia visitors such as Chinese				
13.2 Europe visitors such as France				
13.3 Arabian				
13.4 Others(please,specify_____)				
14. Services provided	Opinion level			
	High potentiality	Moderate potentiality	Low potentiality	No comment
	3	2	1	0
14.1 Availability and ready of tourism information				
14.2 Transportation				
14.3 Accommodations				
14.4 Infrastructures				
14.5 Safety and security regulation				
14.6 Environmental management regulation				
14.7 Customs etiquette regulation				
14.8 Others(please,specify_____)				

15. What are the indicators of successful marketing development for Songkhla tourism.

Please indicate from 1-6 (The superlative The least)

- _____ **15.1 Increasing visitor's numbers**
- _____ **15.2 Variety of visitor' nationality**
- _____ **15.3 Increasing number of infrastructures and facilities**
- _____ **15.4 Growth of economic in Songkhla**
- _____ **15.5 Increasing Tourism promotions by government sectors**
- _____ **15.6 5 Increasing Tourism promotions by providers**

Part 5 Problems threats and recommendations for tourism marketing development in Songkhla

16. What are the problems and threats in each issue of tourism marketing development

1) Tourism attractions/infrastructure/tourism products and service

.....
.....

2) Tourism professionals/Source of tourism information

.....
.....

3) Environment/Socio/Economic/Cultural

.....
.....

4) Marketing promotion/Public relation

.....
.....

5) Others (please, specify)

.....
.....

17. Your recommendations according to those problems and threats in (16)

- 1).....

 2)

 3)

 4)

 5)

18. If there is the tourism marketing development, the middlemen (sale person) will have more benefits or not?

- Yes, they will. Because of.....
- No, they will not. Because of.....
- No comments

*****Thank you******