



รายงานฉบับสมบูรณ์

การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทย
กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง

Tour Repackaging for Thailand
A Case Study of Central Region of Thailand

โดย ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ และคณะ

เมษายน 2550

รายงานฉบับสมบูรณ์

การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง

Tour Repackaging for Thailand A Case Study of Central Region of Thailand

คณะผู้วิจัย		สังกัด
1. ดร. วรางคณา	อดิสรประเสริฐ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ผศ. เพชรรัตน์	มีสมบูรณ์พูนสุข	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. ผศ. ปิยดา	สมบัติวัฒนา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. ผศ. สุริชา	โกมลทัต	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ชุดโครงการการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนอง ความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัย เรื่อง “การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง” ฉบับนี้ ได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์จาก ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้จัดการการวิจัยการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ตลอดจนคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ขอขอบคุณศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ให้การประสานงานการจัดสัมมนาเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป “เขตภาคกลาง” ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากตัวแทนบริษัทนำเที่ยว เพื่อนำมาใช้ในการวิจัยให้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณมัคคุเทศก์ ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่อนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถาม

และท้ายนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนทุกท่าน ที่ได้กรุณาประสานงานการจัดทำรายงานวิจัยในครั้งนี้ จนเสร็จสมบูรณ์

คณะผู้วิจัย

30 เมษายน 2550

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งด้านสินค้าและบริการหลายประเภท การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ก่อให้เกิดการจ้างงาน การหมุนเวียนของเงินตรา และการกระจายรายได้ไปในทุกภาคเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรของชาติ ความรักและหวงแหนในมรดกของประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ประชาชนคนไทย รู้จักทำนุบำรุงรักษาในทรัพยากรท่องเที่ยวสืบต่อไปในรุ่นลูกหลาน

การท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นมีหลายรูปแบบได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546) ในบรรดาการท่องเที่ยวหลายรูปแบบนี้ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้เริ่มเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบัน และได้กลายเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นในแวดวงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบหรือเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงผสม” ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมไม่น้อยไปกว่าการท่องเที่ยวเชิงเฉพาะรูปแบบอื่น

การท่องเที่ยวในประเทศเชิงธรรมชาติ เชิงวัฒนธรรม และเชิงผสมทั้ง 3 รูปแบบนี้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางได้ในทุกจังหวัดของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นครปฐม นครนายก ชัยนาท ปทุมธานี และกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเหล่านี้โดยทั่วไปนั้น สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (Fully Independent Traveller: FIT) และนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม (Group Tour) การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่จะเดินทางโดยอาศัยข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว ซึ่งบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จะมีโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ โปรแกรมดังกล่าวมักจะมีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเดิมๆ ส่งผลให้การกระจายรายได้ และการจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำเที่ยวกระจุกตัวเพียงบางพื้นที่ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ขาดแรงจูงใจในการพัฒนา

ดังนั้น การพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ เนื่องจากจะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวภายในประเทศมีความน่าสนใจมากขึ้น ช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวซ้ำและนักท่องเที่ยวใหม่ อีกทั้งยังช่วยสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในโปรแกรมสำเร็จรูปที่พัฒนาใหม่ อันจะนำไปสู่การจ้างงานและการกระจายรายได้ในทุกพื้นที่อย่างเท่าเทียมกัน และจะส่งผลในเชิงบวกต่อเศรษฐกิจชุมชน และเศรษฐกิจไทยในที่สุด

2. วัตถุประสงค์และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการได้แก่ เพื่อสำรวจและวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลที่ได้จากการวิจัยคาดว่าจะประโยชน์หลักต่อการสร้างและเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ชุมชนใน 16 จังหวัดภาคกลาง และเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยต่อไป

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในปัจจุบัน และแหล่งท่องเที่ยวของ 16 จังหวัดในภาคกลาง รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยทำการเก็บข้อมูลจากวรรณกรรม งานวิจัย บทความ เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา บริษัทนำเที่ยวต่างๆ และสถาบันการศึกษาต่างๆ ฯลฯ

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อให้ได้ข้อมูลดังนี้

1) ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในปัจจุบันและแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างร่วมกับการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจากมัคคุเทศก์ไทย และพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว

ประชากรที่ศึกษาในส่วนนี้ คือมัคคุเทศก์ไทยทั้งหมดในกรุงเทพฯและเขตภาคกลาง ที่จดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ซึ่งเป็นทั้งมัคคุเทศก์อิสระและมัคคุเทศก์ที่สังกัดบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯและเขตภาคกลาง รวมทั้งพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวทั้งหมดที่ทำงานในบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯและเขตภาคกลาง ซึ่งประชากรดังกล่าวไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม จากสถิติของสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพฯพบว่า ณ กันยายน 2548 มีจำนวนมัคคุเทศก์ไทยที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯและเขตภาคกลางทั้งสิ้น 1,266 ราย และมีจำนวนบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯและเขตภาคกลางทั้งสิ้น 836 แห่ง การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงจะคำนวณโดยใช้ข้อมูลสถิติในปี 2548 นี้ เป็นจำนวนประชากร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างมัคคุเทศก์ไทย ซึ่งคำนวณได้จึงมีจำนวนทั้งสิ้น 304 ราย ส่วนพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยว หากประมาณโดยเฉลี่ยจากบริษัทนำเที่ยวแห่งหนึ่งคน จะคำนวณได้ทั้งสิ้น 271 ราย ในการเก็บข้อมูลจะทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มในอัตราร้อยละ 10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ มัคคุเทศก์ไทยจำนวน 30 รายและพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยว 27 ราย รวมเป็น 57 ราย อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการเก็บข้อมูลจริง โดยการสุ่มแบบมีระบบจากรายชื่อมัคคุเทศก์ไทยและบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพฯ ปรากฏว่า มีผู้ตอบรับและยินดีให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและเข้าร่วมประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจำนวนทั้งสิ้น 19 คน

2) ข้อมูลความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ศึกษาในส่วนนี้ คือประชาชนชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเคยเดินทางท่องเที่ยวไปใน 16 จังหวัดภาคกลางด้วยตนเอง อย่างน้อย 3 จังหวัด ภายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากจำนวนของประชากรดังกล่าวไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

สำหรับการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะทำโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยทำการจับฉลากเลือกจังหวัดที่จะไปแจกแบบสอบถาม รวมทั้งสิ้น 8 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 50 ของจังหวัดทั้งหมด 16 จังหวัด ได้แก่จังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดนครนายก จังหวัดสระบุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสมุทรปราการ และ

จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้จะทำการแจกแบบสอบถามตามโควต้า จังหวัดละ 50 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง

3) ข้อมูลความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่มใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ศึกษาในส่วนนี้ คือ ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในด้านเวลา ผู้วิจัยจึงจะเก็บกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางในจำนวน 20 คน

สำหรับการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่เคยเข้าร่วมการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น และทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากตัวแทนบริษัทนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ที่จัดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบ 20 คน

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองและความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำแนกตามเส้นทางที่คาดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่มสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว ใน 16 จังหวัดภาคกลาง คณะผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณค่าทางสถิติ โดยจะแจกแจงความถี่และเสนอผลเป็นค่าร้อยละ

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางที่นักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเองและแบบกลุ่มสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง คณะผู้วิจัยได้จัดทำเป็นแผนที่เส้นทางจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้ง 2 กลุ่ม

4. ผลการวิจัย

4.1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของไทย ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นครปฐม นครนายก ชัยนาท ปทุมธานี และ กรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

จุดแข็งของจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งหลายจังหวัด มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ที่มีความสวยงาม และมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นต่างมีศักยภาพ สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยว มาท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดทุกจังหวัดใน 16 จังหวัดภาคกลาง ต่าง มีที่พักหลายรูปแบบ หลายระดับราคาให้เลือกพัก ตั้งแต่โรงแรมจนถึงโฮมสเตย์ ซึ่งบางชุมชนมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยให้กลุ่มเกษตรกรได้รวมกลุ่มกันพัฒนาชุมชนและที่อยู่อาศัยของตนให้เป็นที่พักแบบโฮมสเตย์ นอกจากนี้ในด้านร้านอาหาร และภัตตาคาร จังหวัดส่วนใหญ่มีศักยภาพสูง สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศได้ เป็นอย่างดี ทั้งอาหารพื้นเมือง อาหารไทยและอาหารต่างชาติ

ด้านศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น ผู้คนในท้องถิ่นของจังหวัดส่วนใหญ่ต่างมีการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสชมการดำเนินชีวิตแบบพื้นบ้าน อีกทั้งการจัดงานเทศกาลหลายหลากของแต่ละจังหวัดยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

ด้านเส้นทางเดินทางระหว่างจังหวัดต่างๆ มีถนนคอนกรีต และระบบเชื่อมต่อกับกรุงเทพฯ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย สามารถเดินทางไปยังจังหวัดต่างๆ ได้รวดเร็ว ในระยะเวลาสั้น

ด้านสินค้าประจำจังหวัด/ท้องถิ่น บางจังหวัดมีของฝากที่มีชื่อเสียงและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เช่น ปลาช่อนแม่ลา จังหวัดสิงห์บุรี โรตีสายไหม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ขนมสาลี่ จังหวัดสุพรรณบุรี กะหรี่ปั๊บ จังหวัดสระบุรี เป็นต้น

ด้านอัตราค่าของคนในท้องถิ่น ส่วนใหญ่มีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจและให้การต้อนรับแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี องค์กรต่างๆ ภายในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ร่วมกันสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเข้มแข็ง

จุดอ่อนของจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านสถานที่ท่องเที่ยว บางจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความหลากหลาย เช่นมีเพียงโบราณสถานและวัดเท่านั้น ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบอื่น นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวยังขาดความน่าดึงดูดใจ ขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่จะบรรยายถึงเกร็ดประวัติศาสตร์ของแต่ละสถานที่ อีกทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวในบางจังหวัดยังไม่ดีเท่าที่ควร การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของบางจังหวัดเช่น จังหวัดสระบุรี ยังไม่มีประสิทธิภาพ การเตือนภัยในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอันตราย เช่น น้ำตกนางรอง น้ำตกสาริกา ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเสียชีวิตบ่อยครั้ง

ด้านสินค้าประจำจังหวัด/ท้องถิ่น บางจังหวัดเช่น กล้วยฉาบ เผือกฉาบ จังหวัดนครนายก เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นต้น ยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตน จนเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัดซึ่งมีการคมนาคมโดยรถสาธารณะภายในจังหวัดส่วนใหญ่ยังไม่คล่องตัว เนื่องจากมีเส้นทางเดินรถน้อยเส้นทางและช่วงเวลาเดินรถมีจำกัด บางครั้งมีการปรับปรุงเส้นทางการจราจรภายในจังหวัดเป็นประจำทำให้มีปัญหการจราจรติดขัดถนนที่เข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีขนาดเล็กไม่สะดวกรถบรรทุกขนาดใหญ่ ทำให้เป็นข้อจำกัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่

นอกจากนี้ป้ายบอกทางไปสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ยังไม่ชัดเจน รวมถึงป้ายอธิบายความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ยังมีจำนวนน้อย

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว โรงแรมและร้านอาหารในตัวจังหวัดมีจำนวนน้อยและไม่สะอาด โรงแรมและร้านอาหารส่วนใหญ่ไม่อยู่ในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยว ห้องน้ำในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ และไม่สะอาด อีกทั้งบางครั้งพบว่า ผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มบางราย ขวยโอกาสขายอาหารและเครื่องดื่มเกินราคาที่ยุติธรรม

ด้านอื่น ๆ ได้แก่การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีน้อย และประชาชนในพื้นที่ไม่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน จึงไม่ให้ความร่วมมือในการรักษาสิ่งแวดล้อมและโบราณสถานในท้องถิ่น จังหวัดส่วนใหญ่ยังขาดการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิเช่น ททท. สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดไม่เป็นไปในเชิงรุกเท่าที่ควร ขาดนักวิชาการและภาคีเครือข่ายท้องถิ่นที่มีความสามารถ จึงทำให้การค้นคว้าเกร็ดประวัติศาสตร์และนิยายปรัมปราในท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีน้อย และขาดการวางแผนเมืองที่ดี จะเห็นได้ว่ามีชุมชนแออัดอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ชุมชนแออัดบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ และบริเวณข้างพระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์

โอกาสของจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งบางจังหวัดอยู่ใกล้กรุงเทพ และมีเส้นทางเดินรถ ระหว่างจังหวัดใกล้เคียง จึงมีความสะดวกปลอดภัย และรวดเร็ว เป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง

ด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางส่วนใหญ่ราคาไม่แพงและสะดวกอีกทั้งประหยัดเวลา ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในหลายๆจังหวัด ประชากรในพื้นที่จึงมีรายได้ต่อเนื่อง

ด้านนโยบายรัฐ จากการที่รัฐมีการจัดการระบบสาธารณูปโภคที่ดีและกระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในหลายๆจังหวัดจึงมีส่วนช่วยสร้างโอกาสให้แก่การท่องเที่ยวในจังหวัด

ต่างๆ นอกจากนี้ การมีสถาบันการศึกษาทุกระดับ โดยเฉพาะในระดับอาชีวศึกษา จึงเป็นแหล่งแรงงานที่ดีของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต

อุปสรรคของจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อมบางจังหวัดมีมลภาวะจากกลิ่น น้ำเน่าเสีย ป่าชายเลนเสื่อมโทรม ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ ถูกทำลายเป็นจำนวนมาก จนสูญเสียสภาพป่า บางฤดูกาล เช่นฤดูร้อน อากาศร้อนจัดมาก ทำให้สภาพป่า และน้ำตกหมดสภาพน่าท่องเที่ยว

ด้านนโยบายรัฐ ขาดการสนับสนุนหรือพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความต่อเนื่องและไม่มีประสิทธิภาพ พื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่งเสื่อมสภาพจนหมดสภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีและน่าสนใจไป

4.2 ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของ 16 จังหวัดภาคกลางในการรองรับนักท่องเที่ยว

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง จากภาพรวมของจังหวัดใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่พักแรม และด้านการอุปโภคบริโภค ทั้งนี้เพื่อให้ทราบศักยภาพ ในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ภาพรวมในแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

ด้านการคมนาคม การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลางมีได้หลายแบบดังนี้

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดปทุมธานี มี 4 แบบ คือทางรถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง และเรือ

จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสระบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดลพบุรี และจังหวัดนครปฐมนั้น มีได้ 3 แบบ คือทางรถยนต์ รถไฟ และรถโดยสารประจำทาง ส่วนจังหวัดนนทบุรีนั้น มี 3 แบบเช่นกัน คือทางรถยนต์ รถโดยสารประจำทาง และเรือ

จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดนครนายก และจังหวัดชัยนาท มีเพียง 2 แบบ คือ ทางรถยนต์ และ รถโดยสารประจำทาง

ส่วนการเดินทางภายในกรุงเทพฯ มี 6 แบบ คือทางรถยนต์ รถไฟที่ดำเนินการโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน รถโดยสารประจำทาง และ เรือ

ด้านสถานที่พักแรม จังหวัดต่างๆ ใน 16 จังหวัดภาคกลางนั้น มีสถานที่พักแรมหลากหลายรูปแบบดังนี้

จังหวัดสระบุรี จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดชัยนาท และกรุงเทพฯ มีสถานที่พักแรมทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ต บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติ บ้านพักรับรองของทางราชการ และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีสถานที่พักแรมทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ โรงแรม/บังกะโล/รีสอร์ต เกสต์เฮาส์ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติ และบ้านพักรับรองของทางราชการ

จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดนครนายก มีสถานที่พักแรมทั้งหมด 4 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ต บ้านญาติ/บ้านเพื่อน/โฮมสเตย์ และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์

จังหวัดลพบุรี จังหวัดนครปฐม และจังหวัดปทุมธานี มีสถานที่พักแรมทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ โรงแรม/โฮมสเตย์ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์

ส่วนจังหวัดสมุทรปราการมีเพียง 2 รูปแบบ คือ โรงแรม/ เกสต์เฮาส์/ บังกะโล/ รีสอร์ต และบ้านญาติ/ เพื่อน

ด้านการอุปโภคบริโภค ที่เกี่ยวกับร้านอาหาร ร้านขายของฝากและของที่ระลึก ใน 16 จังหวัดภาคกลางนั้น มีมากมายหลากหลายประเภท ดังนี้

ร้านอาหารส่วนใหญ่มีทั้งร้านอาหารพื้นเมือง ไทย จีนและฝรั่ง นอกจากนี้หลายจังหวัดยังมีร้านอาหารทะเลหลายร้านที่มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพความสดและความอร่อย ร้านอาหารเกือบจังหวัดจะมีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก เว้นแต่บางจังหวัดยังขาดร้านอาหารขนาดใหญ่ที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ เช่น จังหวัดชัยนาท จังหวัดอ่างทอง จังหวัดนครนายก เป็นต้น

ในส่วนร้านขายของฝากนั้น มีหลายประเภท อาทิเช่น อาหารทะเลสด ได้แก่ กุ้ง หอย ปู ปลา ปลาหมึก กุ้ง อาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ กะปิ กุ้งแห้ง หอยพื้มแห้ง ปลาเค็ม น้ำปลา ข้าวเกรียบกุ้ง ปลาหมอบแดดเดียว ปลาสด และปลาช่อนแม่ลา ฯลฯ ขนม ได้แก่ เค้กปลาช่อน ขนมเปียะ ขนมตาลกะทิสด ขนมสาเล่ ขนมไทยหม้อแกง ขนมชั้น และวุ้นกะทิ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผลไม้แช่อิ่ม กล้วยตากแผ่น กล้วยทอด มะขามแก้ว เป็นต้น

สำหรับร้านขายของที่ระลึกนั้น ในหลายๆจังหวัดส่วนใหญ่ของที่ระลึกจะเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน และผ้าทอพื้นเมือง เช่นผ้าตีนจก ผ้าไหม ผ้ามัดหมี่ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ได้แก่ ตะกร้าไม้ไผ่ ตะกร้าหวาย เครื่องจักสานชนิดต่างๆ เสื่อกก นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ถักทอจากเส้นใยพืช ผลิตภัณฑ์แกะสลัก ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ตุ๊กตา ดอกไม้ประดิษฐ์ เครื่องถ้วยชาม ทั้งเซรามิค และเบญจรงค์ เครื่องทองเหลือง และเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น

4.3 โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และจำนวนวันเดินทาง

1) เส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเอง

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – นนทบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – ชัยนาท – สุพรรณบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – ชัยนาท – อุทัยธานี – สุพรรณบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – นครนายก เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – อุทัยธานี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – นครนายก และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สระบุรี – นครนายก เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ชัยนาท – อุทัยธานี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา – ปทุมธานี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สิงห์บุรี – ชัยนาท

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ชัยนาท – อุทัยธานี – สุพรรณบุรี

2) เส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สมุทรปราการ

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สมุทรสงคราม – สมุทรสาคร - นครปฐม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – อ่างทอง - ลพบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – นครปฐม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – ชัยนาท

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – นครนายก และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สระบุรี – นครนายก เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สมุทรสงคราม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – สิงห์บุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – นครนายก

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี

5. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยดังนี้

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย

- 1) กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรเผยแพร่โปรแกรมสำเร็จรูป ใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเอง ด้วยการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยว แจกผ่านศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ สถานีขนส่งประจำจังหวัด และสนามบินทั่วประเทศ
- 2) กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรเผยแพร่โปรแกรมสำเร็จรูป ใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มไปยังบริษัทนำเที่ยวและฝ่ายบุคคลของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งส่วนราชการและเอกชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการท่องเที่ยว และจัดประชุมสัมมนาของหน่วยงาน
- 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรนำข้อมูลโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย มาปรับปรุงเพิ่มเติมลงในฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งแบบเดินทางด้วยตนเองและแบบกลุ่ม มีทางเลือกในการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวม 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย

- 1) การท่องเที่ยวของจังหวัดแต่ละจังหวัด ควรจะมีการสำรวจข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแบบเจาะลึกในจังหวัด เพื่อให้ทราบประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง และนำข้อมูลเหล่านั้นมานำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ แผ่นป้ายบรรยายในสถานที่ท่องเที่ยว สื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการนำเสนอผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ ที่จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดต้องการมาเยี่ยมชมในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น
- 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการบูรณะและรักษาสภาพสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งในจังหวัด ให้คงรูปแบบที่เป็นลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ ให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต
- 3) หน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยเฉพาะจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียงกัน ด้วยการสร้างและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มจังหวัด เพื่อให้จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวน้อยและไม่มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- 4) การท่องเที่ยวประจำจังหวัด ควรจัดอบรมอย่างต่อเนื่องให้กับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการรายย่อย และคนท้องถิ่น ให้มีความรู้ความเข้าใจในทรัพยากร

ท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้นอย่างแท้จริง ตระหนักถึงความสำคัญและปลูกจิตสำนึกในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีความภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงสามารถให้คำแนะนำวิธีการท่องเที่ยวที่จะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่แหล่งท่องเที่ยว

5) แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานที่สำคัญในจังหวัดต่าง ๆ ยังขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นประจำแต่ละแหล่งท่องเที่ยวที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ดังนั้น แต่ละจังหวัดควรมีการประสานงานไปยังสถาบันการศึกษาที่อยู่ใกล้เคียงให้ช่วยพัฒนามัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้มีปริมาณที่เพียงพอและมีคุณภาพที่พร้อมให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ประวัติความเป็นมา และความสำคัญของโบราณสถานเหล่านั้น

6) การท่องเที่ยวประจำจังหวัดควรจะมีการรณรงค์ให้คนท้องถิ่นฟื้นฟูและรักษาการเล่น การแสดงพื้นบ้าน เช่น การเล่นเพลงอีแซว เพลงเกี่ยวข้าว เพลงลำตัด เพลงฉ่อย ประเพณีดั้งเดิมต่าง ๆ และจัดให้มีสถานที่สาธิตการแสดงพื้นบ้านดังกล่าวให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมได้ตลอดทั้งปี ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้กับจังหวัดที่เคยมีหรือยังคงมีการเล่นและการแสดงพื้นบ้านดังกล่าว ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการรักษาวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมดั้งเดิมของชนชาติไทยให้คงอยู่และเป็นที่ยอมรับในหมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีโอกาสเข้าชมด้วย

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG 4950137

ชื่อโครงการ : การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนอง
ความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทย
กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง

ชื่อนักวิจัย : ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ ผศ. เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข
ผศ. ปิยดา สมบัติวัฒนา ผศ. สุวิชา โกมลทัต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail Address : wadisornprasert @ yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กันยายน 2549 ถึง 30 เมษายน 2550

การวิจัยเรื่อง"การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยกรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง" มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อสำรวจและวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย 2) เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยว 4) เพื่อพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และเคยเดินทางท่องเที่ยวไปใน 16 จังหวัดภาคกลางด้วยตนเอง อย่างน้อย 3 จังหวัดภายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง จำนวน 20 คน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า เส้นทางท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเองมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก มีดังนี้

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – นนทบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – ชัยนาท – สุพรรณบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – ชัยนาท – อุทัยธานี – สุพรรณบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – นครนายก เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – อุทัยธานี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – นครนายก และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สระบุรี – นครนายก เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ชัยนาท – อุทัยธานี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา – ปทุมธานี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สิงห์บุรี – ชัยนาท

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ชัยนาท – อุทัยธานี – สุพรรณบุรี

สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวคาดว่า นักท่องเที่ยวแบบกลุ่มมีความต้องการที่จะท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก มีดังนี้

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สมุทรปราการ

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สมุทรสงคราม – สมุทรสาคร – นครปฐม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี – พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – อ่างทอง - ลพบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – นครปฐม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – ชัยนาท

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – นครนายก และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สระบุรี – นครนายก เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สมุทรสงคราม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – นครปฐม และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี - สิงห์บุรี และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – นครนายก

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา และ เส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี

คำหลัก : โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ความต้องการของนักท่องเที่ยว
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และ 16 จังหวัดภาคกลาง

Abstract

Project Code : RDG 4950137

Project Title : Tour Repackaging for Thailand: The Case Study of Central Region of Thailand

Investigators: Dr. Warangkana Adisornprasert,
Asst. Prof. Petcharat Mesomboonpoonsuk,
Asst. Prof. Piyada Sombattana, Asst. Prof. Suwicha Komaladat
Srinakharinwirot University

E-mail Address : wadisornprasert@yahoo.com

Project Duration : 1 September 2006 – 30 August 2007

The objectives of research on Tour Repackaging for Thailand: The Case Study of Central Region of Thailand were as follows: 1) to identify and analyze the weaknesses and strengths of package tour in 16 provinces of central region 2) to examine the potentials of tourist destinations in 16 provinces of central region 3) to survey Thai tourists' traveling requirements classified by tourist types and traveling styles and 4) to develop package tour for Thai tourists who would like to travel in 16 provinces of central region.

The samples were divided into two groups. The first was 400 Thai free independent travelers who were 18 years old and above, had been traveling to at least 3 provinces within 16 provinces of central region for the past 5 years. Self-administered questionnaire was used to collect the data. Descriptive statistical including percentage, mean and standard deviation were utilized to analyze the data. The second sampling group was 20 representatives from registered tour companies which are located within 16 provinces of central region. Interviewing form was used to collect the data.

The research results revealed that the top three routes that were chosen by 400 Thai free independent travelers classified by their traveling styles were as follows:

One-day trip cultural based programs. Route 1: Bangkok – Phra Nakhon Si Ayutthaya, Route 2: Bangkok - Samut Sakhon – Nakhon Pathom and Route 3: Bangkok – Nonthaburi.

Two-day trip cultural based programs. Route 1: Bangkok – Phra Nakhon Si Ayutthaya, Route 2: Bangkok – Sing Buri – Chai Nat – Suphan Buri and Route 3: Bangkok – Lop Buri – Sara Buri.

Three-day trip cultural based programs. Route 1: Bangkok - Lop Buri – Sara Buri – Phra Nakhon Si Ayutthaya, Route 2: Bangkok – Sing Buri – Chai Nat – Uthai Thani - Suphan Buri and Route 3: Bangkok - Samut Sakhon – Samut Songkhram - Nakhon Pathom.

One-day trip natural based programs . Route 1: Bangkok – Nakhon Nayok, Route 2: Bangkok - Lop Buri – Sara Buri and Route 3: Bangkok - Suphan Buri.

Two-day trip natural based programs. Route 1: Bangkok - Suphan Buri - Uthai Thani, Route 2: Bangkok – Nakhon Nayok and Route 3: Bangkok – Sara Buri - Lop Buri.

Three-day trip natural based programs. Route 1: Bangkok – Sara Buri - Nakhon Nayok, Route 2: Bangkok – Sara Buri - Lop Buri and Route 3: Bangkok –Chai Nat – Uthai Thani.

One-day trip mix programs. Route 1: Bangkok – Phra Nakhon Si Ayutthaya – Pathum Thani, Route 2: Bangkok - Nakhon Pathom and Route 3: Bangkok - Lop Buri – Sara Buri.

Two-day trip mix programs. Route 1: Bangkok - Lop Buri – Sara Buri, Route 2: Bangkok - Samut Sakhon – Samut Songkhram - Nakhon Pathom and Route 3: Bangkok – Ang Thong – Sing Buri - Chai Nat.

Three-day trip mix programs. Route 1: Bangkok - Lop Buri – Sara Buri, Route 2: Bangkok - Phra Nakhon Si Ayutthaya and Route 3: Bangkok - Chai Nat –Uthai Thani - Suphan Buri.

Furthermore, the top three routes classified by group tour traveling styles according to the opinion of tour companies representatives were as follows:

One-day trip cultural based programs. Route 1: Bangkok – Phra Nakhon Si Ayutthaya, Route 2: Bangkok and Route 3: Bangkok – Samut Prakan.

Two-day trip cultural based programs. Route 1: Bangkok - Samut Songkhram - Samut Sakhon –Nakhon Pathom, Route 2: Bangkok – Phra Nakhon Si Ayutthaya and Route 3: Bangkok – Lop Buri – Sara Buri.

Three-day trip cultural based programs. Route 1: Bangkok - Lop Buri – Sara Buri – Phra Nakhon Si Ayutthaya, Route 2: Bangkok - Samut Sakhon – Samut Songkhram - Nakhon Pathom and Route 3: Bangkok - Suphan Buri Ang Thong – Lop Buri.

One-day trip natural based programs. Route 1: Bangkok – Nakhon Pathom, Route 2: Bangkok - Samut Sakhon and Route 3: Bangkok - Suphan Buri – Chai Nat.

Two-day trip natural based programs. Route 1: Bangkok – Sara Buri - Lop Buri, Route 2: Bangkok – Nakhon Nayok and Route 3: Bangkok - Suphan Buri - Lop Buri.

Three-day trip natural based programs. Route 1: Bangkok – Sara Buri - Nakhon Nayok, Route 2: Bangkok – Sara Buri - Lop Buri and Route 3: Bangkok – Suphan Buri.

One-day trip mix programs. Route 1: Bangkok – Samut Songkhram, Route 2: Bangkok - Nakhon Pathom and Route 3: Bangkok.

Two-day trip mix programs. Route 1: Bangkok - Samut Sakhon – Samut Songkhram - Nakhon Pathom, Route 2: Bangkok - Suphan Buri - Sing Buri and Route 3: Bangkok – Nakhon Nayok.

Three-day trip mix programs. Route 1: Bangkok - Lop Buri – Sara Buri, Route 2: Bangkok - Phra Nakhon Si Ayutthaya and Route 3: Bangkok - Suphan Buri.

Keywords : Package Tour, Tourist Requirements, Tourist Behavior , 16 Provinces of Central Region

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(2)
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	(3)
บทคัดย่อภาษาไทย	(15)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(18)
สารบัญ	(21)
สารบัญตาราง	(23)
บทที่ 1 : บทนำ	
1. หลักการและเหตุผล	1
2. วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	3
4. นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 : ทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	7
2.1.1 ความหมายการท่องเที่ยว	7
2.1.2 ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว	8
2.1.3 ประเภทต่างๆของการท่องเที่ยว	18
2.1.4 ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	20
2.1.5 ประเภทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	23
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.2.1 วรรณกรรมในประเทศ	24
2.2.2 วรรณกรรมต่างประเทศ	29
บทที่ 3 : วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	36
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	36

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 : ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1	การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของ การท่องเที่ยวใน 16 จังหวัด	38
ส่วนที่ 2	การวิเคราะห์โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในปัจจุบัน ของ 16 จังหวัด ภาคกลาง จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของโปรแกรมการท่องเที่ยว	55
ส่วนที่ 3	การวิเคราะห์ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว 16 จังหวัด ภาคกลางในการรองรับนักท่องเที่ยว	71
ส่วนที่ 4	การวิเคราะห์ความต้องการและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองต่อ การท่องเที่ยว ใน 16 จังหวัดภาคกลาง	98
ส่วนที่ 5	การวิเคราะห์ความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่อ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน 16 จังหวัด ภาคกลาง	157
ส่วนที่ 6	โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของ ประเทศไทย ที่สอดคล้องกับความต้องการของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	214
	ข้อเสนอแนะ	231

บทที่ 5 : บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1	สรุปส่วนสำคัญ	241
5.2	อภิปรายผล	283
5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	286

บรรณานุกรม	287
------------	-----

ภาคผนวก ก บทความการวิจัย	289
--------------------------	-----

ภาคผนวก ข กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์	305
---	-----

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ค ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และ กิจกรรมที่ดำเนินการมา และผลที่ได้รับตลอดโครงการ	307
ภาคผนวก ง ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับมัคคุเทศก์ไทย และพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยว	310
ภาคผนวก จ ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง	316
ภาคผนวก ฉ ตัวอย่างแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเพื่อสำรวจความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว	328
ภาคผนวก ช ข้อมูลจากการระดมความคิดเห็นการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย: กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง	341
ภาคผนวก ซ รูปภาพกิจกรรม	382
ภาคผนวก ฌ ประวัติความเป็นมา และอาณาเขตของ 16 จังหวัดในภาคกลาง	386
ภาคผนวก ญ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันของ 16 จังหวัดในภาคกลาง	401
ภาคผนวก ฎ สถานที่ตั้งและข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ 16 จังหวัดในภาคกลาง	463
ภาคผนวก ฏ รายชื่อที่พัก ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก สินค้าพื้นเมืองของ 16 จังหวัดในภาคกลาง	522
ภาคผนวก ฐ ประวัติผู้วิจัยและคณะ	639

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสมุทรสาคร	39
ตารางที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสมุทรปราการ	40
ตารางที่ 3 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสมุทรสงคราม	41
ตารางที่ 4 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสระบุรี	42
ตารางที่ 5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสิงห์บุรี	43
ตารางที่ 6 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสุพรรณบุรี	44
ตารางที่ 7 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดอ่างทอง	45
ตารางที่ 8 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดอุทัยธานี	46
ตารางที่ 9 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดนนทบุรี	47
ตารางที่ 10 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	48
ตารางที่ 11 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดลพบุรี	49
ตารางที่ 12 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสุพรรณบุรี	50
ตารางที่ 13 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดนครนายก	51
ตารางที่ 14 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดชัยนาท	52
ตารางที่ 15 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดปทุมธานี	52
ตารางที่ 16 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกรุงเทพมหานคร	53
ตารางที่ 17 เส้นทาง จุดแข็ง และจุดอ่อนของ โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	55
ตารางที่ 18 เส้นทาง จุดแข็ง และจุดอ่อนของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	58
ตารางที่ 19 เส้นทาง จุดแข็ง และจุดอ่อนของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงผสม	59
ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเพศ	98
ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเอง จำแนกตามอายุ	98
ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
ตารางที่ 23 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเอง จำแนกตามจังหวัดที่ประทับใจมากที่สุด	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเหตุผลที่ประทับใจในแต่ละจังหวัด	101
ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์	105
ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวด้านราคา	106
ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่	106
ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด	107
ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเอง จำแนกตามจังหวัดที่สนใจจะไปเที่ยวในอีก 2 ปี ข้างหน้า	108
ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน	109
ตารางที่ 31 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน	115
ตารางที่ 32 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน	120
ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน	126
ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และคำร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน	131

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน	136
ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน	141
ตารางที่ 37 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน	147
ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทาง ด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน	152
ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำแนกตาม เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ที่คาดว่านักท่องเที่ยว ชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด	159
ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำแนกตาม เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ที่คาดว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด	166
ตารางที่ 41 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำแนกตาม เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ที่คาดว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด	172
ตารางที่ 42 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำแนกตาม เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน ที่คาดว่านักท่องเที่ยว ชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด	178
ตารางที่ 43 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำแนกตาม เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ที่คาดว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด	184

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 44 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทน้ำทิพย์ จำแนกตาม เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ที่คาดว่าจะ นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด	189
ตารางที่ 45 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทน้ำทิพย์ จำแนกตาม เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน ที่คาดว่าจะนักท่องเที่ยว ชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด	195
ตารางที่ 46 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทน้ำทิพย์ จำแนกตาม เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ที่คาดว่าจะนักท่องเที่ยว ชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด	202
ตารางที่ 47 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทน้ำทิพย์ จำแนกตาม เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ที่คาดว่าจะนักท่องเที่ยว ชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด	208

บทที่ 1 บทนำ

บทนำในงานวิจัยชุดโครงการ”การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง” นี้จะประกอบด้วยหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์โครงการ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ และนิยามศัพท์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งด้านสินค้าและบริการหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว และธุรกิจการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน งานการโฆษณาเผยแพร่ เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546) ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ก่อให้เกิดการจ้างงาน การหมุนเวียนของเงินตรา และการกระจายรายได้ไปในทุกภาคเศรษฐกิจของประเทศไทย

ตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยประกอบด้วย ตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ตลาดนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศ และตลาดนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ โดยสถานการณ์ของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทดังกล่าว จะบ่งชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มของผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ที่จะเกิดขึ้นกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ในส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น ถึงแม้จะไม่ก่อให้เกิดผลได้ทางเศรษฐกิจโดยตรงในการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทย แต่การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้ก่อให้เกิดผลได้อย่างอื่นมหาศาล ไม่ว่าจะเป็นการช่วยไม่ให้เกิดการไหลออกของเงินตราต่างประเทศแล้ว การสนับสนุนในด้านการกระจายรายได้ และการจ้างงานอันเกิดจากผลของการท่องเที่ยวภายในประเทศ การเกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวของชาติ ความรักและหวงแหนในมรดกของประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ประชาชนคนไทย รู้จักทำนุบำรุงรักษาในทรัพยากรท่องเที่ยวสืบต่อไปในรุ่นลูกรุ่นหลาน

จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ในปี 2546 มูลค่าตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวนถึง 289,986.81 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 317,224.62

ล้านบาท ในปี 2547 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.39 โดยในปี 2548 และ 2549 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 347,300 ล้านบาท และ 378,000 ล้านบาท ตามลำดับ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า มูลค่าตลาดของไทยเที่ยวไทยจะมีแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งจะส่งผลต่อการกระตุ้นให้เกิดการผลิตสินค้า บริการ และความเจริญทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546) ในบรรดาการท่องเที่ยวหลายรูปแบบนี้ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้เริ่มเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบัน เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเป็นการท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวไปยังแหล่งธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้ทำความเข้าใจกับพัฒนาการทางวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อม ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศ (ยศ สันตสมบัติ, 2542) ส่วนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการชมหรือสัมผัสวัฒนธรรมแขนงต่างๆ รวมทั้งงานเทศกาล ประเพณี ตลอดจนงานเที่ยวชมมรดกทางประวัติศาสตร์ที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนสถาน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546) ดังนั้นการท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบจึงได้กลายเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นในแวดวงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบหรือเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงผสม” ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมไม่น้อยไปกว่าการท่องเที่ยวเชิงเฉพาะรูปแบบอื่น

การท่องเที่ยวในประเทศเชิงธรรมชาติ เชิงวัฒนธรรม และเชิงผสมทั้ง 3 รูปแบบนี้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางได้ในทุกจังหวัดของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นครปฐม นครนายก ชัยนาท ปทุมธานี และกรุงเทพมหานคร

นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยทั่วไป สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (Fully Independent Traveller: FIT) และนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม (Group Tour) การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่จะเดินทางโดยอาศัยข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว ซึ่งบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จะมีโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ ซึ่งโปรแกรมดังกล่าว มักจะมีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเดิมๆ ส่งผลให้การกระจายรายได้ และการจ้าง

งานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำเที่ยวกระจุกตัวเพียงบางพื้นที่ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆขาดแรงจูงใจในการพัฒนา

ดังนั้นการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ เนื่องจากจะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวภายในประเทศมีความน่าสนใจมากขึ้น ช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวซ้ำและนักท่องเที่ยวใหม่ อีกทั้งยังช่วยสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในโปรแกรมสำเร็จรูปที่พัฒนาใหม่ อันจะนำไปสู่การจ้างงานและการกระจายรายได้ในทุกๆพื้นที่อย่างเท่าเทียมกัน และจะส่งผลในเชิงบวกต่อเศรษฐกิจชุมชน และเศรษฐกิจไทยในที่สุด

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 2.1 เพื่อสำรวจและวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย
- 2.2 เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว
- 2.3 เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยว
- 2.4 เพื่อพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

- 3.1 แหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางที่มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจะได้รับ การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
- 3.2 นักท่องเที่ยวจะมีข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลายและสามารถเลือกให้ สอดคล้องกับความต้องการและจุดประสงค์การท่องเที่ยวของตนเองได้
- 3.3 สร้างและเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่
- 3.4 บริษัทนำเที่ยวมีเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจและสามารถนำเส้นทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ไปเสนอแก่นักท่องเที่ยวโดยเลือกสรรให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
- 3.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทาง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย

4. นิยามศัพท์

1) **โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป** หมายถึง เส้นทางการท่องเที่ยวทั้งแบบไปเช้า-เย็นกลับ และแบบค้างคืน ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศน์ เป็นต้น ได้มีการจัดทำไว้ในปัจจุบัน และเผยแพร่ในแผ่นพับหรือเว็บไซต์ โดยโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 3 รูปแบบได้แก่ โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และเชิงผสม

2) **โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** หมายถึง เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ หรือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น หรือการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น

3) **โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ** หมายถึง เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ หรือการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อเรียนรู้ทำความเข้าใจ และมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งเพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

4) **โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงผสม** หมายถึง เส้นทางที่รวมการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการันทนาการ เป็นต้น

5) **การปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป** หมายถึง การปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงแต่เพียงบางส่วนหรือทั้งหมดของโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยการเปลี่ยนแปลงนั้นอาจเป็นเพียงการเปลี่ยนแปลงระยะเวลาในการท่องเที่ยว หรือเปลี่ยนแปลงสถานที่ท่องเที่ยวในโปรแกรมนั้นๆ

6) **ความต้องการของนักท่องเที่ยวไทย** หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยในโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติและเชิงผสม

7) **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย** หมายถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยใน ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของฝากหรือของที่ระลึก

8) **ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว** หมายถึงเครื่องมือที่นักการตลาดใช้ในการวางกลยุทธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

8.1) **ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว** หมายถึงผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม และการบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความโดดเด่นของประเพณีและเทศกาล ระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งคุณภาพและชื่อเสียงของสินค้าที่ระลึก/ของฝากในท้องถิ่น ร้านอาหาร และโรงแรม

8.2) **ราคาและบริการของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว** หมายถึงราคาที่เป็นจริงและราคาทางจิตใจ ราคาที่เป็นจริง เป็นราคาของผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ราคาหรือค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ราคาของที่พัก อาหาร ของที่ระลึก/ของฝาก และค่าเดินทาง ส่วนราคาทางจิตใจ เป็นราคาหรือคุณค่าที่สร้างขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวภูมิใจมีความสุขและพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียมเมื่อเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยว

8.3) **ช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่** หมายถึงวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม รวมทั้งการจัดสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะดวกและเข้าถึงง่าย ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง ความชัดเจนของป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งความชัดเจนของป้ายบอกทางภายในสถานที่ท่องเที่ยว

8.4) **การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้ง กระบวนการขายโดยบุคคล (Personal Selling) และไม่ใช้บุคคล (Nonpersonal Selling) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเคลื่อนย้ายไปสู่ นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด รวดเร็วที่สุด และมีผลกำไรตามที่ ต้องการ ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทางรายการโทรทัศน์/วิทยุ แผ่นป้ายโฆษณาและหนังสือท่องเที่ยวต่าง ๆ การได้รับข้อมูลจากคู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการบริการของศูนย์ประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยว

9) **จังหวัด 16 จังหวัดภาคกลาง** หมายถึง จังหวัดต่างๆของประเทศไทยที่จัดอยู่ในเขตภาคกลาง ตามการนิยามของสำนักประสานงานการพัฒนา และจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นครปฐม นครนายก ชัยนาท ปทุมธานี และกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยชุดโครงการ “การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง” คณะผู้วิจัยได้รวบรวม ทฤษฎีแนวคิด และวรรณกรรม ซึ่งสรุปได้ดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

2.1.2 ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว

2.1.3 ประเภทต่างๆ ของการท่องเที่ยว

2.1.4 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.1.5 ประเภทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 วรรณกรรมในประเทศ

2.2.2 วรรณกรรมต่างประเทศ

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

International Association of Scientific Experts in Tourism (1981) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมเฉพาะ ที่เลือกสรรจากทางเลือกต่างๆ เพื่อกิจกรรมนอกที่พักอาศัย

Tourism Society of England (1976) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางชั่วคราว หรือระยะสั้นของผู้คนเพื่อไปยังนอกสถานที่ที่เคยพักอาศัยหรือทำงาน รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้คนเหล่านั้นได้กระทำในการไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

ฮันซิกเกอร์ และคราฟท์ (Hunziker and Krapft, 1941) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางและพักอาศัยของคนนอกท้องถิ่น ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่พักถาวรและไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสร้างรายได้ในท้องถิ่นนั้น

มาทิสัน และวอลล์ (Mathison and Wall, 1982) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางชั่วคราวของผู้คนเพื่อไปยังนอกสถานที่ที่เคยพักอาศัยและทำงานอยู่เดิม รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้คนเหล่านั้นได้กระทำในการไปพักอาศัยยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

มิลล์ และมอร์ริสัน (Mill and Morrison, 1988 : 6-7 อ้างใน วิจิตรา ชัยศรี, 2537 : 12) ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของการนันทนาการ (Recreation) ของมนุษย์ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง (Leisure Time) โดยผูกพันอยู่กับการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งเป็นบ้านของตัวเองไปสู่อีกที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ถือว่าวัตถุประสงค์เพื่อประสบการณ์และความรู้เพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่างๆ เป็นการตอบสนองตนเอง

สมพุทธ ธุระเจน (2540: 5-6) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เกี่ยวข้องกับการเดินทางของคนที่มีได้รู้ในถิ่น มีลักษณะการพักอยู่ชั่วคราวในพื้นที่ที่ไปเยือน การพักอยู่ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ผูกพันกับการหาเลี้ยงชีพ

นิคม จารุมณี (2539) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นการที่คนเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ และตลอดระยะเวลาเหล่านั้นได้มีกิจกรรมต่างๆเกิดขึ้น การไปเที่ยวชมสถานที่ที่สวยงามหรือทัศนียภาพแปลกๆ หรือเดินซื้อสิ่งของต่างๆ เป็นต้น

จากความหมายของการท่องเที่ยวข้างต้น การท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย จึงหมายถึงการเดินทางของผู้คนไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นครปฐม นครนายก ชัยนาท ปทุมธานี และกรุงเทพมหานคร ซึ่งการไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเหล่านี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์และความรู้ รวมทั้งเป็นการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวอีกด้วย

2.1.2 ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว

ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่นักการตลาดใช้ในการวางกลยุทธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจ และดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) ประกอบด้วยสินค้าทั้งที่เป็นรูปธรรมนามธรรม และการบริการที่คาดว่าจะตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากที่สุด มีลักษณะเด่นดังนี้

1) มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ผสม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผสมกัน ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว

ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจบันเทิง ฯลฯ ธุรกิจบริการเหล่านี้ต่างก็มีนโยบาย การวางแผนการตลาด รูปแบบการบริการและการดำเนินงานอื่นๆ ในลักษณะที่แตกต่างกัน ทำให้ยากต่อการระบุ มาตรฐานและการควบคุม นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความพอใจ ความร่วมมือทางธุรกิจ และการประสานงานของทุกหน่วยงาน จึงมีความสำคัญมากในการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว และทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเจริญเติบโต

2) ส่วนผสมบางส่วนของผลิตภัณฑ์เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือทดลองใช้ก่อนได้ เช่น การบริการ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ลูกค้าจึงต้องใช้ความรู้สึกส่วนตัว อารมณ์ และจินตนาการในการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบธุรกิจก็ต้องนำเสนอขาย โดยการสร้างสถานการณ์สมมติให้ลูกค้าเกิดจินตนาการและเห็นภาพชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร เช่น ภาพโฆษณาของบริษัทการบินไทยจำกัด ซึ่งแสดงถึงความอ่อนโยนและความนุ่มนวลของการให้บริการ โรงแรมจัดทำโบรชัวร์ (Brochure) ที่มีภาพห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยถ่ายทำจากสถานที่จริง ทั้งนี้ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องสร้างภาพ หรือจินตนาการให้ใกล้เคียง หรือเหมือนกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อแสดงว่าไม่หลอกลวงลูกค้า หรือสร้างความคาดหวังให้แก่ลูกค้าในลักษณะที่เกินความจริง

3) อายุของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาล เนื่องจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่ใช่สินค้าจำเป็นต่อการบริโภคประจำวัน ลูกค้าต้องการบริโภคเมื่อต้องการเดินทางหรือหยุดพักผ่อนในช่วงสุดสัปดาห์หรือฤดูกาลท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน รายการนำเที่ยวบางอย่างเป็นที่นิยมตามฤดูกาล เช่น รายการนำเที่ยวทางทะเลในฤดูร้อน รายการนำเที่ยวภูเขาในฤดูหนาว แต่ในฤดูฝนคนไม่นิยมเดินทางกัน ดังนั้นอายุของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จึงสั้น ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับฤดูกาล และต้องมีวิธีการส่งเสริมการขายนอกฤดูกาล เพื่อกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่คนไม่นิยมเดินทาง

4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีช่องทางการจำหน่ายมาก การจำหน่ายผ่านตัวแทน (Travel Agent) ทำให้ขายได้ในปริมาณมากกว่าการขายตรง ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น บริษัทการบิน สวนสนุก โรงแรมจะต้องลงทุนสูงจึงต้องการกระจายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เงินทุนกลับคืนหรืออยู่ในจุดคุ้มทุนให้รวดเร็วที่สุด ลูกค้าซื้อสินค้าได้ราคาถูกกว่าซื้อจากผู้ผลิตโดยตรงเพราะผู้ผลิตได้ให้สิทธิพิเศษ หรือราคาพิเศษแก่ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งผิดกับการซื้อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ซึ่งมักจะมีราคาสูงขึ้นเมื่อผ่านตัวกลาง แต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกลับมีราคาถูกลง ช่องทางการจำหน่ายในตลาดการท่องเที่ยวจึงมีหลากหลาย

5) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวถูกกลอกเลียนแบบได้ง่าย ทั้งในส่วนของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการบริการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติเป็นสินมรดกของประเทศไม่มีผู้ใดเป็น

เจ้าของแต่ละทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และรูปแบบการบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจคิดขึ้นอาจถูกลอกเลียนแบบได้ง่ายเมื่อเห็นว่าสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้ามาแล้ว เช่น การท่องเที่ยว การชมโลกใต้ทะเล แต่การประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์และตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะทำให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้าต่อไปเรื่อยๆ นอกจากนี้ความเอาใจใส่ต่อสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และตอบสนองในทันทีจะสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้ามาก การซื้อบริการครั้งต่อไปจึงซื้อด้วยความพอใจมากกว่าเหตุผลใดๆ

จากลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวข้างต้น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจึงมีรูปแบบดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง สินค้าและบริการหลักที่สร้างความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด เป็นจุดขายหลักโดยพิจารณาว่าลูกค้ามีความต้องการจำเป็น (Core Needs) ที่คล้ายคลึงกัน และคู่แข่งก็รู้ถึงความต้องการนี้เช่นเดียวกัน เช่น ห้องพักในโรงแรมในการวางแผนการตลาดควรใช้ภาพลักษณ์ (Image) มาเป็นตัวช่วยในการเสริมสร้างให้สินค้าเป็นที่รู้จักเหนือกว่าคู่แข่ง เช่น การออกแบบห้องพักในโรงแรม การออกแบบตกแต่งภายในจะเน้นศิลปะแบบตะวันตก หรือศิลปะแบบไทย เพื่อให้ลูกค้าประทับใจ จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะ (Tangible Product) และมีจุดเด่นอื่น ๆ ขยายออกไปจากจุดขายหลัก

2) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับหรือมีสิทธิที่จะได้รับเมื่อมาซื้อสินค้าและบริการ เช่น การได้รับการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในโรงแรม ได้แก่ ห้องอาหาร ความสะดวกสบาย โทรทัศน์ Mini Bar สถานที่ออกกำลังกาย การบริการอาหารในห้องพัก (Room Service) สถานที่จอดรถ ความสะดวกสบายต่างๆ และความปลอดภัย

3) ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง สินค้าและบริการเสริมที่ลูกค้าจะได้รับเพิ่มเติมควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า อาจเป็นผลิตภัณฑ์ การบริการเสริมหรือข้อเสนอพิเศษแบบใดก็ได้ที่ผู้ผลิตคิดขึ้นและมอบให้กับลูกค้าควบคู่ไปกับการขายผลิตภัณฑ์หลัก เช่น บริษัทนำเที่ยวแถมรายการนำเที่ยวแบบเลือกซื้อ (Optional Tour) เพิ่มเติมในโปรแกรม โรงแรมแถมอาหารเช้าหรืออาหารเย็น 1 มื้อให้แก่ลูกค้าที่มาพักโรงแรมใดโรงแรมหนึ่งในเครือ สายการบินเพิ่มรายการอาหาร รายการภาพยนตร์ในเครื่องบินให้เลือก ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต บริการรถรับส่ง การบริการของร้านปลอดภาษี (Duty Free) ในสนามบิน การจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการเสริมนี้เป็นจุดขายเสริมที่ธุรกิจใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน ช่วยสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าอย่างชัดเจน และดึงดูดใจลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น

4) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต รูปแบบของบริการใหม่ๆ ที่ลูกค้าไม่คาดหวังว่าจะ

ได้รับหรือสร้างความปลอดภัย แปลกใจ ตื่นเต้น ประทับใจให้แก่ลูกค้าที่เริ่มมาใช้บริการ เช่น พนักงานโรงแรมสามารถจำชื่อลูกค้า สามารถทักทาย และเสนอสิ่งที่ลูกค้าชอบได้ถึงแม้ว่าจะเคยมาพักเพียงครั้งเดียว การบริการรับลูกค้าที่สนามบินในช่วงที่มีลูกค้าน้อย โดยโรงแรมตรวจสอบเที่ยวบินที่ลูกค้าจะมาล่วงหน้าเอง การบริการซื้อขายตั๋วเครื่องบินโดยเอทีเอ็ม การให้ข้อมูลด้วยระบบสารสนเทศ เป็นการพัฒนาคุณภาพการผลิตให้ดีขึ้น

การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเน้นลักษณะเฉพาะ (Features) และผลประโยชน์หรือจุดเด่น (Benefits) ของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และถือว่าเป็นผลคุ้มค่าของทั้งสองฝ่ายคือ ผู้ประกอบธุรกิจได้กำไรและลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

ราคาและบริการของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1) ราคาที่เป็นจริง หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการแต่ละประเภทที่เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้นทุนหรือมูลค่าของการผลิตสินค้านั้น ๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ารถ ค่าซื้อของที่ระลึก ค่าโดยสารเครื่องบิน ค่าเข้าชม ฯลฯ

2) ราคาทางจิตใจ หมายถึง ราคาหรือคุณค่าที่สร้างขึ้นเพื่อให้ลูกค้าภูมิใจ มีความสุขและพอใจในการใช้สินค้าและบริการนั้น ตัวอย่างเช่น การเข้าพักโรงแรมห้าดาว

ราคาที่เป็นจริง = ค่าลงทุนการก่อสร้างโรงแรม + ต้นทุนของสินค้าและบริการอื่น ๆ ในโรงแรม

ราคาทางจิตใจ = ความหรูหรา การเพิ่มการบริการรูปแบบพิเศษ ให้ความรู้สึกเป็นเจ้าของ

นักท่องเที่ยวที่มาพักใช้บริการจะได้รับความภูมิใจ ได้คุณค่าทางจิตใจ พอใจ แม้จะต้องจ่ายค่าที่พักแพงก็ยินดี และถ้าผู้ประกอบการธุรกิจสามารถจัดสินค้าและบริการตอบสนองความพอใจได้มากเท่าใด ก็จะสามารถสร้างราคาที่สูงกว่าราคาจริงได้มากเท่านั้น

ดังนั้นราคาการท่องเที่ยวแต่ละครั้งจึงหมายถึงราคาของสินค้าที่เป็นจริงบวกกับราคาหรือคุณค่าทางจิตใจ

ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยว

ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง วิธีการที่จะนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสมที่นักท่องเที่ยวสามารถมาซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว วิธีการเหล่านี้ได้แก่

1) การรวบรวมสินค้า (Storage) หมายถึง การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในปริมาณที่มากพอสมควรในนามของบริษัทและนำมารวบรวมไว้เพื่อแบ่งขายหรือขายรวมกันเป็นชุด (Package) ให้แก่นักท่องเที่ยวหรือให้แก่วัฒนพจน์จำหน่ายที่พยายามจัดหาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลายๆ ประเภทเพื่อเสนอขายแก่ลูกค้า เช่น บัตรโดยสารเครื่องบิน และพาหนะในการเดินทางอย่างอื่นๆ โรงแรม ร้านอาหาร การเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ ฯลฯ วิธีนี้ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการที่แตกต่างกันและเหมาะสมกับงบประมาณของตน

2) การแปรรูปสินค้า (Transformation) หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลายประเภทที่รวบรวมไว้มารวมอย่างเหมาะสมและขายเป็นชุด (Package) ในราคาเหมาจ่าย บริษัทจำหน่ายที่นำผลิตภัณฑ์มาจัดจะต้องทราบความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถจัดและดัดแปลงรายการนำเที่ยวได้อย่างเหมาะสมตามวันและเวลา และความสามารถในการซื้อของลูกค้า ดังนั้นการติดต่อสำรวจหรือจัดซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาจัดรวมไว้ จึงเป็นการซื้ออย่างเลือกสรร และต้องมีความร่วมมือทางธุรกิจเป็นอย่างดี

3) การกระจายสินค้า (Dispersion) หมายถึง วิธีการกระจายการจำหน่ายสินค้าที่รวบรวมไว้แล้วไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือนักท่องเที่ยวโดยวิธีการต่างๆ ดังนี้

3.1) การขายตรง หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจจัดแผนขายเองหน้าร้านของบริษัท โดยมีพนักงานประจำเรียกว่า Counter Sale หรือ Collective Sale หรือส่งพนักงานขายออกไปขายยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น บริษัทต่าง ๆ หรือสมาคมที่ต้องการให้รางวัลการท่องเที่ยวแก่พนักงานของตน (Incentive Tour) ที่ทำงานเกินเป้าหมายที่กำหนด หรือ การขายผ่านระบบคอมพิวเตอร์ การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้ใบสั่งสินค้าทางจดหมาย

3.2) การขายโดยผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจควรพิจารณาเลือกสรรตัวแทนจำหน่ายที่เหมาะสมที่สุด เริ่มตั้งแต่ทำเลที่ตั้งหรือสถานที่จำหน่ายที่ใกล้ลูกค้าเป้าหมายและมีความสะดวกทางด้านการคมนาคมมากที่สุด ความสามารถและความร่วมมือในการจำหน่ายสินค้า การให้บริการ การหาตลาดเพิ่มเติมและความสามารถในการครอบคลุมตลาด การสร้างแรงจูงใจการซื้อความพร้อมและความสามารถในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว การเปิดสาขาใหม่ ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นการเพิ่มต้นทุนมากขึ้น

การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคล (Personal Selling) และไม่ใช้บุคคล (Nonpersonal Selling) เข้าไปติดต่อลูกค้าเพื่อทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้สินค้าและ

บริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด รวดเร็วที่สุด และมีผลกำไรตามที่ธุรกิจนั้นต้องการ

ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion Tools/ Activities) เพื่อติดต่อสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Mix) ระหว่างผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายและลูกค้าตลาดเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเครื่องมือเหล่านี้ประกอบด้วย

- 1) การโฆษณา (Advertising)
- 2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
- 3) การขายโดยบุคคล (Personal Selling)
- 4) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

1) การโฆษณา

การโฆษณา (Advertising) หมายถึง รูปแบบหรือความคิดในการเสนอขายสินค้าและบริการโดยผ่านสื่อต่างๆ ที่มีใช้ตัวบุคคล เพื่อบอกให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการซื้อหรือเพิ่มการใช้สินค้าและบริการของธุรกิจนั้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ลักษณะเด่นของการโฆษณา มีดังนี้

1.1) เป็นการขายโดยใช้สื่อต่างๆ ไม่ใช่บุคคล การเสนอขายจะให้ข้อมูลกับคนจำนวนมาก ไม่เฉพาะเจาะจงลูกค้าคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะเป็นการขายในปริมาณมาก (Mass Selling)

1.2) เป็นการเผยแพร่ แสดงความคิดอย่างกว้างขวาง ออกมาในรูปภาพ เสียง สิ่งพิมพ์ เพื่อเสนอข้อมูลซ้ำๆ กันหลายครั้งเพื่อให้ผู้บริโภคคุ้นเคย มั่นใจ ตรวจสอบ ยอมรับ เปรียบเทียบ ข้อมูลระหว่างคู่แข่งกันต่าง ๆ เปลี่ยนทัศนคติ ทดลอง สั่งซื้อ และสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สินค้าและองค์กรนั้นๆ

1.3) เป็นการเสนอขายโดยอาศัยเหตุผล ทั้งเหตุผลจริงและเหตุผลสมมติ มีการจูงใจ บอกความจริงแต่ไม่ทั้งหมด ไม่บอกส่วนที่ไม่ดี มีผู้กล่าวว่า “สิ่งที่ปรากฏในโฆษณาทั้งหมดเป็นจริง แต่ความจริงทั้งหมดไม่ได้ปรากฏในโฆษณานั้น”

2) ประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การปฏิบัติงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน บริษัท ในการเผยแพร่ข่าวสาร และการดำเนินงานวิธีอื่นๆ อย่างมีแบบแผน เป็นการกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1) เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ชี้แจง แลกเปลี่ยนนโยบาย การดำเนินงาน กิจกรรมการเคลื่อนไหวของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน บริษัทให้กลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไปได้ทราบ

2.2) เพื่อชักชวนให้กลุ่มเป้าหมาย และสาธารณชนมีส่วนร่วมสนับสนุนและเห็นชอบกับวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน และให้ความเชื่อถือ

2.3) เพื่อสร้างบรรยากาศแห่งความเข้าใจอันดี มีมนุษยสัมพันธ์และทัศนคติที่ดีทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน

2.4) เพื่อเป็นการเผยแพร่สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จัก และไว้วางใจ

การประชาสัมพันธ์ของธุรกิจท่องเที่ยว กระทำได้หลายวิธีได้แก่

1) การเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Publicity) คือ การตีพิมพ์บทความต่าง ๆ ของธุรกิจท่องเที่ยวลงในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในตลาดนักท่องเที่ยว อาจไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงในการลงบทความเหมือนการโฆษณาแต่จะเสียค่าใช้จ่ายให้ผู้จัดทำไปหาข้อมูล

กิจกรรมการเผยแพร่ต่อสาธารณชนของการท่องเที่ยว ที่กระทำกันอยู่โดยทั่วไป ได้แก่

1.1) การจัดทัศนศึกษา (Education Trip) คือ การเชิญผู้แทนสื่อมวลชนและบริษัทนำเที่ยวมาทัศนศึกษาในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำเสนอในหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อต่าง ๆ ซึ่งได้รับความเชื่อถือจากนักท่องเที่ยว

1.2) การทำจดหมายแจ้งข่าว (Business News or Newsletter) สำนักงานการท่องเที่ยวจัดขึ้นเพื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และความเคลื่อนไหวทางการท่องเที่ยว เช่น การเปิดโรงแรมบริษัทนำเที่ยวใหม่ๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังได้รับการพัฒนา

1.3) การแจ้งข่าวเป็นครั้งคราว (Press/News Release) เป็นการแจ้งข่าวหรือแถลงการณ์เมื่อมีเหตุการณ์ใหม่ๆ เกิดขึ้นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและองค์กร

1.4) การสัมภาษณ์บุคคล (Photo Release) เป็นการเผยแพร่ข่าวการสัมภาษณ์พร้อมรูปถ่ายของบุคคลในองค์กรหรือในวงการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

1.5) การจัดแถลงข่าวสื่อมวลชน (Press Conference) เป็นการจัดแถลงข่าวให้กับสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

2) การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชนต่างๆ (Community Relations) เช่น ร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญ หรือของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเคยจัดรถบุปผชาติเข้าร่วมงาน Rose Parade ของเมืองลอสแอนเจลิส เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

3) การจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ (Special Event) เป็นการจัดกิจกรรมเป็นครั้งคราวในโอกาสหรือวาระพิเศษ เช่น งานกีฬา การประกวดแข่งขันต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

3) การขายโดยบุคคล

การขายโดยบุคคล (Personal Selling) หมายถึง การนำสินค้าและบริการขายตรงไปยังลูกค้าหรือผู้ที่คาดหวังว่าจะเป็นลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวสินค้าและบริการโดยอาศัยพนักงานขาย (Salesman) ซึ่งจะต้องมีความรู้ความสามารถทางด้านทฤษฎี กระบวนการ และเทคนิคการขาย จึงจะสามารถขายสินค้าและบริการให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ลักษณะของงานขายโดยบุคคล เป็นงานอิสระ ต้องใช้ความคิดริเริ่มในการพัฒนาการขาย เป็นงานท้าทายต่อการรับ หรือปฏิเสธของลูกค้า ต้องใช้ความอดทนสูง ทำรายได้สูง และมีความก้าวหน้า

ข้อแตกต่างระหว่างการขายโดยบุคคลกับโฆษณา

1) การขายโดยบุคคลเป็นการเสนอข่าวสารแบบตัวต่อตัว สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าการขายแบบ Mass Selling

2) การขายโดยบุคคลมีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน สามารถเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานได้ดีกว่าการโฆษณาเพราะทราบถึงความต้องการ แรงจูงใจ และมูลเหตุของการซื้อ ตลอดจนปฏิกิริยา ข้อโต้แย้งจากลูกค้า

3) การขายโดยบุคคลเป็นเครื่องมือที่ใช้ขายจริง และพนักงานขายสามารถให้บริการอื่นนอกเหนือจากการขายด้วย เช่น แนะนำเทคนิค ชักชวน การเก็บรักษา การโฆษณาเรียกร้องความสนใจก่อให้เกิดการตัดสินใจ ซึ่งมีผลดีกว่าการโฆษณา แต่บริษัทอาจเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่า เช่น ต้องจ่ายเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง ค่าเดินทาง ค่านายหน้า สวัสดิการ ฯลฯ

4) การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมหรือเครื่องมือทางการตลาดอย่างหนึ่งที่กระตุ้นให้ร้านค้าและผู้ประกอบการสนใจซื้อและขายสินค้ามากขึ้น เป็นการผลักดันให้สินค้าที่ขายอยู่สามารถทำยอดขายได้สูงกว่าคู่แข่ง และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อเร็วขึ้น

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย มีดังนี้

1) การส่งเสริมการขายต่อสินค้า (Trade Sales Promotion) เพื่อให้กลุ่มผู้จัดจำหน่ายเพิ่มความพยายามในการขาย จูงใจให้รับสินค้าเข้าไปจำหน่าย หรือผลักดันสินค้าให้ออกจากร้านมากกว่าสินค้าของคู่แข่ง โดยการให้ส่วนลดการซื้อ การโฆษณาร่วม การแสดงสินค้า ณ จุดขาย การให้โบนัส ค่าธรรมเนียมการขาย การสาธิตวิธีการขาย ฯลฯ

2) การส่งเสริมการขายต่อพนักงานขาย (Sales Forces Promotion) เพื่อให้พนักงานขายเร่งทำยอดขาย เป็นการเพิ่มรายได้แก่พนักงาน และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้จัดจำหน่าย

และผู้บริโภคโดยให้รางวัลพิเศษเป็นเงินสดแก่พนักงานขาย จัดทัวร์รางวัลให้ไปท่องเที่ยวในต่างประเทศจัดการแข่งขันการขายระหว่างพนักงาน ประชุมเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายให้คำชมเชย เลื่อนตำแหน่ง ฯลฯ

3) การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค (Consumer Sales Promotion) เพื่อให้ลูกค้าเพิ่มความสนใจเปลี่ยนใจจากสินค้าของคู่แข่งมาใช้สินค้าและบริการของตน รักษาความจงรักภักดีในตัวสินค้าเร่งการบริโภคของลูกค้า ซึ่งจะทำให้การระบายสินค้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ มากขึ้น โดยการแจกตัวอย่างสินค้า คุปอง ให้ของแถม เสนอส่วนลดพิเศษ เสนอเงินคืน เสนอการแข่งขันชิงโชค ฯลฯ

การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว นิยมดำเนินการใน 2 ลักษณะดังนี้

1) การส่งเสริมการขายต่อสินค้า (Trade Sales Promotion) รูปแบบที่นิยมคือ

1.1) การจัดส่งเสริมการขายให้แก่ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Familiarization Trip/FAM trips) โดยผู้ผลิตสินค้าและบริการการท่องเที่ยวต่างๆ ให้ความร่วมมือให้ตัวแทนเหล่านี้ เดินทางมาเที่ยวชมฟรีหรือลดราคาเป็นพิเศษ เพื่อสร้างความประทับใจในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้เจรจาติดต่อธุรกิจ และจัดพานักท่องเที่ยวมาในภายหลัง

1.2) การร่วมโฆษณากับผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว (Local Joint Advertising) เช่น ร่วมโฆษณากับผู้ประกอบธุรกิจจัดนำเที่ยวในต่างประเทศที่จัดรายการนำเที่ยวมาประเทศไทยโดยร่วมออกค่าใช้จ่ายในการโฆษณานั้น ๆ

1.3) การโฆษณา ณ จุดขาย (Advertising at Purchasing Point) โดยการจัดนิทรรศการ การจัดเอกสารการโฆษณาเพื่อตกแต่งหน้าสำนักงานของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ (Window Display) การฉายภาพยนตร์ สไลด์วิดีโอ การสาธิตกิจกรรมต่างๆ เพื่อเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทางการท่องเที่ยวของไทย และเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ ณ จุดที่ขายซึ่งบริษัทอาจดำเนินงานโดยลำพังหรือร่วมมือกับบริษัทเอกชนทั้งในและต่างประเทศ

1.4) การเข้าร่วมงานเสนอซื้อขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ซึ่งร่วมจัดโดยองค์กรสมาคมการท่องเที่ยวทั้งของรัฐและเอกชน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่

- สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (Association of Thai Travel Agents : ATTA)
- สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotel Association : THA)
- Japan Association of Travel Agents (JATA)
- Inter Tour Exposition, Hong Kong
- Australian Tourism Exchange

2) การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค (Consumer Sales Promotion) รูปแบบที่นิยมคือ

- 2.1) การเข้าร่วมงานเสนอซื้อขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนที่สนใจการเดินทางท่องเที่ยวเข้าชมงานได้
- 2.2) การเข้าร่วมการส่งเสริมการขายกับหน่วยงานอื่น เช่น โรงแรม ศูนย์การค้า ที่จัดนิทรรศการ แนะนำสินค้าการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น อาหารไทย ของที่ระลึก สินค้าหัตถกรรมต่างๆ ให้ประชาชนได้ชม
- 2.3) จัดชิงโชค ชิงรางวัล หรือการแจกรางวัลให้แก่ผู้ชนะเลิศในการแข่งขันต่างๆ เช่น รายการเกมโชว์ การตอบปัญหา การจัดประกวดถ่ายภาพ ฯลฯ ได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวในที่ต่างๆ โดยความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยว สายการบิน และบริษัทที่ขายสินค้าอื่นๆ

จากนิยามส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวข้างต้น คณะผู้วิจัยจะทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์หลักที่เป็นรูปธรรมคือสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ส่วนผลิตภัณฑ์หลักที่เป็นนามธรรมคือความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความโดดเด่นของประเพณีและเทศกาลในแต่ละจังหวัด ระบบการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว คุณภาพและชื่อเสียงของสินค้าที่ระลึก ของฝากในท้องถิ่น ร้านอาหาร และโรงแรม เป็นต้น

ด้านราคาที่เป็นจริงของโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปต่างๆ คือต้นทุนหรือมูลค่าที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายไปในการท่องเที่ยวตามโปรแกรมนั้นๆ ซึ่งรวมทั้งค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ายานพาหนะ ค่าซื้อของที่ระลึก และค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ต่างๆ ด้วย

นอกจากนี้ยังมีราคาทางจิตใจ ซึ่งเป็นความรู้สึกของนักท่องเที่ยวในด้านความคุ้มค่าของราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ความเหมาะสมของราคาของที่ระลึก/ ของฝาก ราคาอาหาร และราคาที่พัก เป็นต้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป หากนักท่องเที่ยวเป็นแบบเดินทางด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ โดยอาศัยความสะดวกของการคมนาคม ความชัดเจนของป้ายบอกทางในแต่ละเส้นทางที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว และความชัดเจนของป้ายภายในสถานที่ท่องเที่ยว แต่หากนักท่องเที่ยวเป็นแบบกลุ่ม นักท่องเที่ยวอาจซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปจากบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ซึ่งจะบริการนักท่องเที่ยวในการจัดเส้นทาง ยานพาหนะในการเดินทาง ที่พัก และอาหาร ในหลายๆรูปแบบตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ด้านการส่งเสริมการตลาดของโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปนั้น ผู้ทำการส่งเสริมการตลาดมักจะเป็นบริษัทนำเที่ยวและหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งใน

ระดับประเทศและระดับท้องถิ่น อาทิเช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ แผ่นป้ายโฆษณา และหนังสือท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้ง การมีศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว และในจังหวัดต่างๆ เป็นต้น

2.1.3 ประเภทต่างๆ ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง (นิคม จารุมณี ,2539) เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายต่างๆ เป็นต้น โดยทั่วไปแล้วอาจจะแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

- 1) การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆภายในประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจโดยเฉพาะของสถานที่นั้น เช่น แหล่งฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น
- 2) การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านกระบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศและอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ การท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่ มักจะมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่นๆ หลากอย่างมากกว่าประเทศขนาดเล็ก แต่บางครั้งการที่จะต้องเดินทางไกลๆ ก็อาจเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ซึ่งอาจจะแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 6 ลักษณะดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวแบบนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง
- 2) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่างๆ

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวแบบนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรก เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส ฯลฯ การแข่งขันกีฬานี้ถึงแม้ว่าจะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้ สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งที่ดีดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อยิงนกตกปลาหรือส่องสัตว์ เป็นต้น จากจุดประสงค์ดังกล่าวจะพบว่าประเทศที่มีทัศนียภาพหรือลักษณะภูมิประเทศหลายรูปแบบ มักจะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มาก

5) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ความจริงแล้วลักษณะการท่องเที่ยวแบบนี้ ไม่น่าจะจัดว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะตามหลักแล้ว การท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางไปเพื่อที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อน แต่ความเป็นจริงแล้วผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่า สนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือมีโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดีสะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ

6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษา ดูงาน หรือวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์-นักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างหนึ่ง

จากนิยามประเภทต่างๆของการท่องเที่ยวข้างต้น การท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย จัดเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งมีลักษณะการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบตามประเภทต่างๆที่ได้นิยามไว้ข้างต้น อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยนี้ จะได้ทำการศึกษาเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมทิวทัศน์ พัฒนาการทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัส วัฒนธรรมแขนงต่างๆ งานเทศกาลและประเพณี ตลอดจนการเที่ยวชมมรดกทางประวัติศาสตร์ ที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนสถาน นอกจากนี้ยังจะทำการศึกษากการท่องเที่ยวเชิงผสมซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่รวมการท่องเที่ยวทั้งเชิงธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรมไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวเดียวกัน

2.1.4 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ หรืออาจเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Eco-tourism” ซึ่งเป็นคำที่ผสมกันระหว่างคำว่า Ecology หรือนิเวศวิทยา กับคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว นอกจากนี้ในวงการท่องเที่ยวยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่สำคัญ ได้แก่ “Nature Tourism” หรือ “Bio-tourism” หรือ “Green Tourism” แทน “Eco-tourism” ได้เช่นกัน เพื่อบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) แต่จะเรียกกันอย่างไรก็ตาม นิยามและความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็ได้รับการกำหนดขึ้นจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ไว้มากมาย ที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับกันมีดังนี้

เซบาลอส ลาซุเรน (Ceballos-Lasurain, 1990 อ้างใน Boo, 1990) แห่งสหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ (International Union for the Conservation of National Resources-IUCN) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นบุคคลแรกที่กำหนดความหมายของวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

บู (Boo, 1990) ซึ่งเป็นผู้คลุกคลีกับงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลาตินอเมริกาและหมู่เกาะแคริบเบียน พร้อมกับเขียนรายงานเรื่อง “Eco-tourism : The Potentials and Pitfalls” ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่นและการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

The International Ecotourism Society. (2007) ซึ่งเป็นองค์กรที่มีบทบาทโดยตรงเกี่ยวกับการศึกษา วางแผน และเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการเดินทางเยือนแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ธรรมชาติด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ และในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น

จากคำนิยามข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ความหมายที่เป็นสาระสำคัญพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและระบบนิเวศ โดยการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม

3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส หรือมีประสบการณ์กับ สภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อม ธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังจะเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้าน สิ่งแวดล้อมเชิงบวกด้วย

4) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะเดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้จะมุ่งเน้นที่คุณค่าของธรรมชาติหรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นที่การเสริมแต่งหรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

แนวคิดและหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น นักวิชาการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวได้จัดแบ่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ ทรัพยากรทางการ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ กับมรดกทางวัฒนธรรมหรือการ ท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึก มีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและระบบ นิเวศนั้นๆ
- 2) เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่สร้างความรู้ ให้ความรู้
- 3) เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ประชาชนให้ท้องถิ่นมีบทบาท มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมจัดทำและร่วมได้รับประโยชน์อย่างเสมอภาค

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ธีระ อินทรเรือง (2546) ได้อธิบายรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนว่าประกอบด้วยการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมซึ่งมี ลักษณะของแต่ละรูปแบบดังนี้

1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)

1.1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มี เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของ ท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2) **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism)** คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน กิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเล อาทิ เดินป่าชมธรรมชาติ ป่าบนเกาะ ป่าชายหาด ป่าชายเลน การดำน้ำดูปะการัง

1.3) **การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาหรือศิลปะ (Litho Travel)** หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศักยภาพธรรมชาติของหินประเภทต่างๆ และซากบรรพชีวิน หรือฟอสซิล ได้ความรู้ มีประสบการณ์ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4) **การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism)** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและผลิตผลในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)

2.1) **การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)** หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและผลิตผลในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อาจจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ต่างๆ อาทิเช่นทัวร์เส้นทางศิลปะตามรอยพ่อขุนเม็งราย เทียวอุทยานประวัติศาสตร์ต่างๆ เป็นต้น

2.2) **การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism)** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรีย์ศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรมโดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยววัฒนธรรม

และประเพณี ได้แก่ งานประเพณีในราชสำนัก (ประเพณีหลวง) และประเพณีพื้นบ้าน อาทิ พระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง

2.3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้านมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ ได้แก่ หมู่บ้านช้าง / ปางช้าง หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านทำเงิน หมู่บ้านทำร่ม หมู่บ้านจักสาน หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

2.1.5 ประเภทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

โคเฮน (Cohen, 2004) ได้นำแนวคิดด้านลักษณะร่วมทางพฤติกรรมและบทบาททางสังคมมาจัดประเภทของนักท่องเที่ยวเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม (Organized Mass Tourists) คือ นักท่องเที่ยวที่ซื้อรายการนำเที่ยวกับบริษัทจัดนำเที่ยวที่ได้เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในด้าน การเดินทาง ที่พัก มื้ออาหาร สถานที่ท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยวไว้เรียบร้อยแล้ว โดยนักท่องเที่ยวไม่ต้องวางแผนการเดินทางเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการเพียงการพักผ่อน ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินแปลกใหม่ และไม่คาดหวังที่จะได้ความรู้หรือทำความคุ้นเคยเข้ากับคนและวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มอิสระหรือส่วนบุคคล (Individual Mass Tourists) คือ นักท่องเที่ยวที่มีความชำนาญในเส้นทางท่องเที่ยวและสามารถเดินทางเองโดยไม่ต้องมีผู้นำเที่ยวนำคอยดูแลแต่ยังคงให้บริษัทจัดนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวตามแผนการเดินทางหรือความประสงค์ของตน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการคล้ายกับกลุ่มแรก คือต้องการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียงสวยงามสะดวกสบาย ต้องการที่จะพักผ่อนและได้รับความสนุกสนานจากการเดินทางเท่านั้น

3. นักสำรวจ (Explorer) คือ นักท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงเส้นทาง สถานที่ และกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วไป นิยมแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางใหม่ด้วยตัวเอง ซึ่งแตกต่างจากสองกลุ่มแรก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่คาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบายหรือความสนุกสนาน แต่ต้องการที่จะบรรลุความมุ่งมั่นของตนเอง (Self-Actualization) จึงพอใจที่จะศึกษาและทำความเข้าใจวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นและเปิดใจกว้างสำหรับประสบการณ์ใหม่

4. นักเดินทางท่องเที่ยวแบบพเนจร (Drifter) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีพฤติกรรมคล้ายกับนักสำรวจ คือ เดินทางโดยลำพังไม่ซื้อรายการนำเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวไม่สนใจไปสถานที่ที่มีชื่อเสียง

และหลีกเลี่ยงกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวทั่วไปนิยม ไม่เดินทางไปในที่ต่างๆ ในฐานะนักท่องเที่ยวแต่ไปในฐานะเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น แต่นักเดินทางท่องเที่ยวแบบพเนจรมีพฤติกรรมแตกต่างจากนักสำรวจ คือ นักเดินทางท่องเที่ยวแบบพเนจรไม่เพียงแค่อ่านและเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นเท่านั้น แต่รวมไปถึงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่เช่นเดียวกับคนท้องถิ่นหรือคนในสังคมนั้น เพราะต้องการแสวงหาความหมายและคุณค่าของชีวิต และต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมท้องถิ่น

จากความหมายของประเภทนักท่องเที่ยวข้างต้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย ต่างมีหลากหลายประเภท แต่ในงานวิจัยนี้ จะทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (Fully Independent Traveller: FIT) และนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม (Group Tour) การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่จะเดินทางโดยอาศัยข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว และมีความต้องการเดินทางที่คล้ายๆกัน คือต้องการไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียง สวยงามสะดวกสบาย ต้องการที่จะพักผ่อนและได้รับความสนุกสนานจากการเดินทาง

2.2 บรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 . บรรณกรรมในประเทศ

ศักดิ์ชัย เสนาพรหม (2548) ได้ทำการศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของ 5 ตัวแปรคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มี 3 ตอนคือตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานะภาพโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม ถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวไทยที่มาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 30-45 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ต่ำกว่า 7,200 บาทต่อเดือน

เมื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวไทย พบว่าโดยรวมปัจจัยทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้าน พบว่าปัจจัยด้านพื้นฐานทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้าน

บริหารจัดการของรัฐ และด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ต่างกัน เห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน แต่กลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน มีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จิรวดี ปิ๋วธัญญา (2549) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้แก่บริษัทผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการวางแผนการดำเนินการด้านค่าที่พักแรมและค่าอาหาร เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครที่เคยท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้วิธีของ LSD และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 11.5

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.5 โดยมีช่วงอายุมากที่สุดคือช่วงอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 71 ส่วนมากจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.25 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน มีจำนวนมากที่สุดคือ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54.5 และส่วนใหญ่เป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 86.25

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจำนวนครั้งและด้านจำนวนวันที่ใช้ในการท่องเที่ยว ด้านจำนวนเงินที่จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดีและทัศนคติของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศ

สำหรับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดในช่วง เดือนเมษายน-พฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 4.0 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดส่วนใหญ่เป็นครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 53.7 แหล่งท่องเที่ยวที่ไปมากที่สุดส่วนใหญ่ไปแหล่งท่องเที่ยวตามทะเล คิดเป็นร้อยละ 68.75

บุคคลที่เดินทางมาด้วยมากที่สุดส่วนใหญ่มากับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 48.75 สิ่งที่ผู้บริโภคร้องขอเพิ่มเติมจากการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายมากที่สุดส่วนใหญ่อ้างอิงถึงการบริการที่ประทับใจ การดูแลเอาใจใส่คิดเป็นร้อยละ 25.2 การเดินทางท่องเที่ยวในช่วง 3 ปี มีจำนวนครั้งในการมาเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย 1.65 ครั้ง จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย 3.34 วัน จำนวนเงินที่จ่ายในการมาท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย 4,921.50 บาท ต่อครั้ง

การศึกษาด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีมูลเหตุจูงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 โดยมีมูลเหตุจูงใจต่อการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานบันเทิงอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และ 4.24 และ มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนวันที่มาท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะเดียวกันพบว่า มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้ง ด้านการมาท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายในช่วง 3 ปี และด้านจำนวนเงินที่ต้องจ่ายในการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย

สำหรับค่านิยมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่านิยมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ทั้งนี้ ค่านิยมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวด้านสถานที่ที่เป็นทะเลและเกาะอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 ในการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า ค่านิยมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นอกจากนี้พบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ธีระ อินทรเรือง (2546) ได้ศึกษาความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ด้านคือ ด้านความต้องการทั่วไป ด้านความต้องการเฉพาะ และเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และลักษณะการจัดรายการนำเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือเคยเดินทาง

ท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาแล้ว จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการทั่วไป และด้านความต้องการเฉพาะ ประกอบด้วย ด้านคุณลักษณะโปรแกรมท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านที่พักอาศัย ด้านยานพาหนะ ด้านรูปแบบอาหาร ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

นักท่องเที่ยวที่มีเพศ และความต้องการลักษณะโปรแกรมนำเที่ยวต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความต้องการเฉพาะ นักท่องเที่ยวมีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านความต้องการทั่วไป นักท่องเที่ยวมีความต้องการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความต้องการเฉพาะนักท่องเที่ยวมีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านความต้องการทั่วไป นักท่องเที่ยวมีความต้องการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านความต้องการทั่วไปนักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความต้องการเฉพาะนักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นักท่องเที่ยวที่สถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านความต้องการทั่วไปแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านความต้องการเฉพาะนักท่องเที่ยวมีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นักท่องเที่ยวที่กลุ่มรายได้แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการทั่วไปและด้านความต้องการเฉพาะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่างกันมีความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความต้องการทั่วไปนักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านความต้องการเฉพาะ นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เนาวรัตน์ พลอยน้อย และคณะ (2538 : 15) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว พบว่าสำหรับสื่อที่ผลิตขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สื่อโทรทัศน์จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าสื่ออื่นๆ

ผู้ที่สมรสแล้วหรือผู้ที่มิบุตรแล้วจะเลือกเดินทางกับครอบครัวมากกว่าคนโสด ในทางตรงข้าม กลุ่มเพื่อนจะเป็นกลุ่มที่คนโสดเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วย มากกว่าเดินทางกับครอบครัว นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่สมรสแล้วนิยมจะท่องเที่ยวในแหล่งที่สะดวกสบาย (คือชายทะเล) มากกว่าคนโสด ซึ่งกลุ่มหลังนี้ชอบที่จะเที่ยวตามป่าเขา หรือน้ำตกมากกว่า มีความยืดหยุ่นในการเลือกใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า มีความพร้อมที่จะพักตามบังกะไลและบ้านเช่ามากกว่า และให้ความสำคัญต่อสถานที่พักในเขตเมืองน้อยกว่า นอกจากนี้แล้วยังพบว่าผู้ที่สมรสแล้วมีแนวโน้มที่จะเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าคนโสด

ผู้ที่ประกอบอาชีพโดยมีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะมีลักษณะงานที่สามารถยืดหยุ่นได้มากกว่าจะมีผลให้โอกาสในการท่องเที่ยวมีมากกว่าและใช้บริการท่องเที่ยวที่ราคาสูงกว่า

รายได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยรายได้ที่สูงขึ้นจะส่งผลสนับสนุน มีการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งขึ้น มีจำนวนวันหรือระยะเวลาการท่องเที่ยวมากขึ้น และมีการใช้จ่ายเงินในระหว่างการท่องเที่ยวมากขึ้น

บุคคลเมื่อมีอายุมากขึ้นมักไม่นิยมที่จะท่องเที่ยวแบบเสี่ยงภัยหรือต้องใช้กำลังมาก เช่น การท่องเที่ยวตามป่าเขาและน้ำตก แต่จะนิยมการท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย ตลอดจนมีความพอใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและโบราณสถานมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ที่อายุ 36 ปี ขึ้นไป มักจะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุน้อยมักนิยมท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด เนื่องจากมีอิสระในการท่องเที่ยว และไม่มียาพาหนะหลักในการรับผิดชอบต่อครอบครัว

ทักษิณา คุณารักษ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการทำทัวร์เหมาจ่ายภายในประเทศ: กรณีศึกษาบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะทราบทิศทางการเคลื่อนไหวของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวว่ามีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการเลือกใช้บริการอย่างไรบ้าง เมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา ทั้งนี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนรหัส 22 กับสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ภาคเหนือ และเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และมีสำนักงานอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มบริษัทนำเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้เปิดดำเนินธุรกิจมาแล้วตั้งแต่ 2-30 ปี พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวมีอายุระหว่าง 25-40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รองลงมาเป็นอาชีพส่วนตัว ช่วงฤดูหนาวระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมีนาคม จะนิยมเดินทางมากที่สุด ในขณะที่เห็นว่าปัญหาที่พบและอยากให้นักท่องเที่ยวแก้ไขคือปัญหามัคคุเทศก์ รถที่ให้บริการ คุณภาพของบริการไม่ดี แต่ราคาค่าบริการสูง สำหรับบุคคลที่นิยมเดินทางด้วยมากที่สุดคือครอบครัว รองลงมาเป็นเพื่อน

ในอนาคตเห็นว่าอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทมากขึ้น ทำให้บริษัทนำเที่ยวจะถูกลดบทบาทเป็นเพียงผู้ให้คำปรึกษาการเดินทาง เป็นผู้จัดการเรื่องการเช่ารถ พร้อมจัดคนขับให้ ส่วนที่พักและการบริหารเวลาการเดินทาง จะขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวเอง การทำทัวร์ประเภท Tailor Made ที่จัดตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละรายจะเป็นที่นิยมมากที่สุด และสอดคล้องกับ รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ส่วน Adventure Tour น่าจะเพิ่มตลาดของคนวัยทำงาน โดยเน้นคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวก สำหรับ One Stop Service for all ซึ่งได้แก่การทำให้ทุกคนที่ไปพร้อมกัน ได้มีกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวพร้อมๆกัน ตามแต่รสนิยมของแต่ละคน จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

2.2.2 . วรรณกรรมต่างประเทศ

นิวพาเน โมไรส์ และกราเฟ (Nyaupane, Morais, and Graefe ,2004) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Nature Tourism Constraints) โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อหาเหตุผลของการที่บุคคลใดๆไม่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 3 ประเภทได้แก่ การล่องแพ การล่องเรือแคนู และการขี่ม้า ซึ่งทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทนี้มีการเติบโตที่จำกัด ขณะที่การท่องเที่ยวโดยทั่วไปในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ในการศึกษาได้ใช้ตัวแบบข้อจำกัดด้านการใช้เวลาว่าง (Leisure Constraints Model) เป็นกรอบทฤษฎี ตัวแบบดังกล่าวประกอบด้วย 3 มิติ (Three-Dimensions) ได้แก่ มิติระดับบุคคล มิติระหว่างบุคคล และมิติโครงสร้างของกิจกรรม

มิติระดับบุคคล หมายถึง ข้อจำกัดภายในของแต่ละบุคคล ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในการใช้เวลาว่างต่างๆ ได้แก่ ความเครียด ความซึมเศร้า ความกังวล ความเคร่งในศาสนาทัศนคติต่อกลุ่มอ้างอิงหรือกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อความคิด การรับรู้ในทักษะของตนเอง และวิจารณ์ญาณในการประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมในการใช้เวลาว่างแต่ละประเภท เป็นต้น

มิติระดับบุคคลเป็นมิติที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อความคิดของบุคคล เนื่องจากเป็นสิ่งที่ใกล้ชิดที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลมากที่สุด เมื่อบุคคลพิจารณามิติดังนี้แล้ว หรืออาจไม่ได้คำนึงถึงมิติดังนี้เลย บุคคลมักจะพิจารณาในส่วนมิติระหว่างบุคคลอีกมิติหนึ่ง

มิติระหว่างบุคคล ได้แก่ ความต้องการเพื่อน หรือครอบครัว ร่วมทำกิจกรรมในการใช้เวลาว่าง เป็นต้น

นอกจากนี้มิติโครงสร้างกิจกรรม ก็อาจเป็นอีกมิติหนึ่งที่บุคคลพิจารณาในการเข้าร่วมกิจกรรมการใช้เวลาว่าง ซึ่งมิติโครงสร้าง ได้แก่ ฤดูกาล ภูมิอากาศ ตารางการทำงาน สถานะทางการเงินและโอกาส เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มผู้ที่มีความกระตือรือร้นที่จะท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แต่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมบางประเภทของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติใน 2 ปีที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้เป็นผู้ที่ทำงานในหน่วยงานรัฐ ของประเทศสหรัฐอเมริกา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Confirmatory Factor Analysis) พบว่าบางส่วนให้ผลสนับสนุนตัวแบบข้อจำกัดด้านการใช้เวลาว่างที่ใช้ในการศึกษา กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างบางส่วน พิจารณาการเข้าร่วมกิจกรรมในการใช้เวลาว่าง ด้วยมิติต่างๆของตัวแบบข้อจำกัดด้านการใช้เวลาว่าง

นอกจากนี้จากการเปรียบเทียบความสำคัญของข้อจำกัดด้านการใช้เวลาว่างของแต่ละบุคคลซ้ำๆ กันหลายๆ ครั้ง พบว่ามีความแปรปรวนเกิดขึ้นในกลุ่มบุคคลกลุ่มเดิม

โมลินา และเอสทีบาน (Molina and Esteban, 2006) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์และประโยชน์ของแผ่นพับการท่องเที่ยว (Tourism Brochures Usefulness and Image) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของแผ่นพับการท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งลักษณะของแผ่นพับ ที่มีความสัมพันธ์กับการก่อเกิดภาพลักษณ์และการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การศึกษาได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ส่วนการเก็บข้อมูล ได้จากนักท่องเที่ยวชาวแมดริด ในประเทศสเปน

จากการศึกษาได้พบว่า คุณลักษณะเพียง 2 ประการของแผ่นพับ ได้แก่ สีที่ดึงดูดใจและรูปแบบที่มองเห็นได้ สามารถก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบที่มองเห็นได้ของแผ่นพับมีความสำคัญมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

ส่วนคุณลักษณะอื่นๆของแผ่นพับ อาทิเช่น การจำได้ง่าย การมีภาพที่สวยงาม จะมีอิทธิพลต่อการเลือกในสถานที่ท่องเที่ยว

สำหรับความพึงพอใจต่อการใช้แผ่นพับ เกิดจากคุณลักษณะที่แตกต่างกัน 7 ประการของแผ่นพับ ได้แก่ความน่าพอใจ (Pleasant) ความน่าสนใจ (Interesting) ความง่ายในการจดจำ (Easy to remember) ความน่าขบขัน (Funny relation) ความง่ายในการเปิด (Easy to open) การเชิญชวน (Inviting) และ การมีข้อมูลที่กว้างพอ (Broad information)

ผลของการศึกษาทำให้ได้ตัวแบบที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบรูปแบบและรายละเอียดของแผ่นพับ นอกจากนี้ ยังสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ทฤษฎีในด้านแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ทางเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และความพึงพอใจของลูกค้า

ส่วนข้อเสนอแนะต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิเช่น องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ควรใช้แผ่นพับและใบปลิวเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด และควรมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์ในการออกแบบรูปแบบและเนื้อหาของแผ่นพับ

นอกจากนี้การพัฒนารูปแบบของแผ่นพับ ควรจะคำนึงถึงความต้องการและความชอบของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการจัดทำแผ่นพับควรมีการวางหลักเกณฑ์ที่ดี เพื่อให้แผ่นพับมีความน่าสนใจ มีภาพใหม่ๆ และมีศิลปะในการจัดทำ

โอเลียร์ และมอร์ริสัน (O'Leary and Morrison, 2004) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของประสบการณ์ครั้งก่อนๆ ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในวันหยุด (The effect of prior experience on vacation behavior) โดยได้อ้างอิงถึงทฤษฎีความเกี่ยวพันของผู้บริโภค (Consumer Involvement) เพื่อที่จะอธิบายลักษณะธรรมชาติของการมาเที่ยวซ้ำ และทดสอบข้อมูลว่าประสบการณ์ครั้งก่อนๆ ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการมาท่องเที่ยวในวันหยุด

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าประสบการณ์ครั้งก่อนๆ ไม่มีส่วนกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อเวลาที่ใช้ในการวางแผนท่องเที่ยวและการจองตั๋วเดินทาง แต่มีอิทธิพลต่อการเดินทางในปัจจุบันในด้านกิจกรรมที่เข้าร่วมและรูปแบบของการใช้จ่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยวและระบบราคาของการใช้จ่ายต่างๆ

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดจากการสะสมทางด้านประสบการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวซึ่งก่อให้เกิดความแตกต่างของความต้องการ รวมทั้งลักษณะเฉพาะของความ

ต้องการ (Requirement Unique) ในตลาดการท่องเที่ยวซ้ำ ดังนั้นผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวควรที่จะพิจารณาให้มีการส่งเสริมกิจกรรมที่หลากหลายในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง หรือควรที่จะให้มีการเจาะเฉพาะกิจกรรมบางประเภทและพัฒนากิจกรรมเฉพาะนั้นๆ ให้น่าสนใจขึ้น

การมีโปรแกรมที่แตกต่างกันสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ส่งผลให้เกิดประสบการณ์ที่น่าพอใจ และการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการสร้างโอกาสที่ดีที่จะเสนอทางเลือกของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวซึ่งมีประสบการณ์ในระดับต่างกัน ทั้งนี้ในแต่ละ web site ควรจัดให้มี web page เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวครั้งแรก และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ โดยในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำควรเจาะลึกข้อมูลเฉพาะมากกว่าในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นชอบ และควรมีการเชื่อม web site เข้ากับ web site ของผู้ชำนาญในกิจกรรมท่องเที่ยวแต่ละด้าน รวมทั้งมีการกระตุ้นการจองทาง on-line และควรมีจดหมายข่าวหรือวิธีอื่นๆ ที่น่าสนใจ เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับนักท่องเที่ยวซ้ำ

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยชุดโครงการ “การปรับปรุงโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง” ครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อสำรวจและวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 4 เพื่อพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้างต้น คณะผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับดังนี้

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

1) ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในปัจจุบันและแหล่งท่องเที่ยวของ 16 จังหวัดในภาคกลาง จะเก็บรวบรวมจากวรรณกรรม งานวิจัย บทความ เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา บริษัทนำเที่ยวต่างๆ และสถาบันการศึกษาต่างๆ ฯลฯ โดยข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 และ 2

2) ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย จะเก็บรวบรวมจากวรรณกรรม งานวิจัย บทความของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2

3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

1) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างกับมัคคุเทศก์ไทย และพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว ข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1,2 และ 3

2) ข้อมูลจากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจากภาคีภาคีไทย และพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว โดยใช้แนวคำถามการจัดประชุมกลุ่ม ข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1,2 และ 3

3) ข้อมูลจากการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองต่อการท่องเที่ยว ใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยใช้แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ 4

4) ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่มใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ 4

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในปัจจุบันและแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในปัจจุบันและแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างร่วมกับการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นนั้น ประชากรคือภาคีภาคีไทยทั้งหมดในกรุงเทพฯและเขตภาคกลาง ที่จดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ซึ่งเป็นทั้งมัคคุเทศก์อิสระและมัคคุเทศก์ที่สังกัดบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯและเขตภาคกลาง รวมทั้งพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวทั้งหมดที่ทำงานในบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯและเขตภาคกลาง ซึ่งประชากรดังกล่าวไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนในปัจจุบัน

จากสถิติของสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพฯ พบว่า ณ กันยายน 2548 มีจำนวนมัคคุเทศก์ไทยที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯและเขตภาคกลาง ทั้งสิ้น 1,266 ราย และมีจำนวนบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯและเขตภาคกลาง ทั้งสิ้น 836 แห่ง การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงจะคำนวณโดยใช้ข้อมูลสถิติในปี 2548 นี้เป็นฐานจำนวนประชากร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างมัคคุเทศก์ไทย ซึ่งคำนวณได้จึงมีจำนวนทั้งสิ้น 304 ราย ส่วนพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวหากประมาณโดยเฉลี่ยจากบริษัทนำเที่ยวแห่งละหนึ่งคน จะคำนวณได้ทั้งสิ้น 271 ราย ในการเก็บข้อมูลจะทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มในอัตราร้อยละ 10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ มัคคุเทศก์ไทยจำนวน 30 รายและพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยว 27 ราย รวมเป็น 57 ราย อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการเก็บข้อมูลจริง โดยการสุ่มแบบมีระบบจากรายชื่อมัคคุเทศก์ไทยและบริษัทนำเที่ยวที่

จดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพฯ ปรากฏว่า มีผู้ตอบรับและยินดีให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและเข้าร่วมประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจำนวนทั้งสิ้น 19 คน

3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง ใน 16 จังหวัดภาคกลาง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง ใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยใช้แบบสอบถามนั้น ประชากรคือประชาชนชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเคยเดินทางท่องเที่ยวไปใน 16 จังหวัดภาคกลางด้วยตนเอง อย่างน้อย 3 จังหวัด ภายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากจำนวนของประชากรดังกล่าวไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

สำหรับการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยทำการจับฉลากเลือกจังหวัดที่จะไปแจกแบบสอบถาม รวมทั้งสิ้น 8 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 50 ของจังหวัดทั้งหมด 16 จังหวัด ได้แก่จังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดนครนายก จังหวัดสระบุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสมุทรปราการ และกรุงเทพฯ ทั้งนี้จะทำการแจกแบบสอบถามตามโควต้า จังหวัดละ 50 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง

3.2.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่มใน 16 จังหวัดภาคกลาง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่มใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างนั้น ประชากร คือ ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในด้านเวลา ผู้วิจัยจึงจะเก็บกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางในจำนวน 20 คน

สำหรับการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่เคยเข้าร่วมการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น และทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากตัวแทนบริษัทนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ที่จดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบ 20 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

- 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับมัคคุเทศก์ หรือพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยว ของบริษัทนำเที่ยว เพื่อใช้เก็บข้อมูลให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1, 2 และ 3
- 2) แนวคำถามสำหรับการประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นจากมัคคุเทศก์ไทย และพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เพื่อใช้เก็บข้อมูลให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1, 2 และ 3
- 3) แบบสอบถามเพื่อสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองต่อการท่องเที่ยว ใน 16 จังหวัดภาคกลาง เพื่อใช้เก็บข้อมูลให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ 4
- 4) แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเพื่อสำรวจความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่มใน 16 จังหวัดภาคกลาง เพื่อใช้เก็บข้อมูลให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ 4

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 3.4.1 นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ได้จากการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ไทย และพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว มาดำเนินการวิเคราะห์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1, 2 และ 3
- 3.4.2 นำข้อมูลที่ได้จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นของมัคคุเทศก์ไทย และพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวมาสังเคราะห์และวิเคราะห์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1, 2 และ 3
- 3.4.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับคำตอบจากนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง มาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณค่าทางสถิติของข้อมูล โดยจะแจกแจงความถี่และเสนอผลเป็นค่าร้อยละ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ 4
- 3.4.4 นำแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่ได้รับคำตอบจากตัวแทนบริษัทนำเที่ยวมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการคำนวณค่าทางสถิติของข้อมูล โดยจะแจกแจงความถี่และเสนอผลเป็นค่าร้อยละ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ 4
- 3.4.5 นำข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางที่นักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเองและแบบกลุ่มสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ซึ่งจำแนกตามโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเชิงวัฒนธรรม เชิงธรรมชาติ และเชิงผสม มาจัดทำแผนที่เส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้ง 2 กลุ่ม

บทที่ 4 ผลการวิจัย

ในการวิจัยชุดโครงการ “การปรับปรุงโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง” คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล พฤติกรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและได้ทำการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับมัคคุเทศก์ไทยและพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ รวมทั้งทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง และใช้แบบสอบถามกับตัวแทนบริษัทนำเที่ยวซึ่งผลการวิจัย สามารถแบ่งได้เป็น 6 ส่วน เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อสำรวจและวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย ผลการวิจัยจะนำเสนอใน

- **ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง และ

- **ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในปัจจุบันของ 16 จังหวัดภาคกลาง จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงผสม รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของโปรแกรมการท่องเที่ยวแต่ละลักษณะการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยจะนำเสนอใน

- **ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของ 16 จังหวัดภาคกลางในการรองรับนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยว ผลการวิจัยจะนำเสนอใน

- **ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองต่อการท่องเที่ยว ใน 16 จังหวัดภาคกลาง

- **ส่วนที่ 5** การวิเคราะห์ความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่ม ใน 16 จังหวัดภาคกลาง

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 4 เพื่อพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยจะนำเสนอใน

- **ส่วนที่ 6** โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ของประเทศไทย ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง

การท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นครปฐม นครนายก ชัยนาท ปทุมธานี และกรุงเทพมหานคร นั้น คณะวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ซึ่งได้นำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสมุทรสาคร

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1.มีโบราณสถาน และวัดสำคัญมากมาย เช่นศาลพันท้ายนรสิงห์ วัดช่องลม บ่อมวิเชียรไชยก 2.มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร(ประมง) และมีแหล่งผลิตเบญจรงค์ที่สำคัญแห่งหนึ่งในประเทศและเป็นแหล่งรวมของอาหารทะเลสดใหม่ ราคาสสมเหตุสมผล ทั้งอาหารสด และอาหารสำเร็จรูป ด้านอื่น ๆ 1.การเดินทางจากกรุงเทพไปยังสมุทรสาครมีความสะดวก สามารถเดินทางได้หลายรูปแบบ เช่นทางรถไฟ รถยนต์ส่วนตัวโดยสารประจำทาง และรถตู้	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1.ปัญหาด้านขยะมูลฝอยภายในตัวเมือง บริเวณท้องที่อุตสาหกรรม และแหล่งท่องเที่ยว ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1.การคมนาคมโดยรถสาธารณะภายในจังหวัดไม่คล่องตัวเนื่องจากมีเส้นทางเดินรถน้อยเส้นทางและช่วงเวลาเดินรถมีจำกัด ด้านอื่น ๆ 1.การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีน้อย 2.ปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติดมีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรมจำนวนมาก 3.มีแรงงานต่างด้าวจำนวนมากในพื้นที่ ก่อให้เกิดปัญหาอื่นตามมา เช่นปัญหาอาชญากรรม 4.ปัญหาการขาดแคลนน้ำประปาคุณภาพดี เพราะแม่น้ำท่าจีนซึ่งเป็นแหล่งน้ำผิวดินหลักของจังหวัดเป็นน้ำกร่อย มีสารปนเปื้อนสูงมาก และน้ำบาดาลมีคุณภาพต่ำ
โอกาส	อุปสรรค
ด้านสิ่งแวดล้อม 1.เป็นจังหวัดที่ใกล้กรุงเทพฯมากที่สุด เหมาะแก่การท่องเที่ยวแบบครอบครัวระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์ 2.เส้นทางเดินรถระหว่างจังหวัดใกล้เคียงมีความสะดวกปลอดภัย และรวดเร็ว เนื่องจากมีการขยายเส้นทางเดินรถจาก 4 เลนเป็น 8 เลน	ด้านสิ่งแวดล้อม 1.เนื่องจากจังหวัดเป็นศูนย์กลางการค้าส่งอาหารทะเลขนาดใหญ่ จึงทำให้บรรยากาศภายในตัวจังหวัด อับอวลไปด้วยกลิ่นคาวปลา 2.เป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการขึ้นลงของน้ำทะเล และมีปัญหาแผ่นดินทรุดจากการขุดเจาะบ่อบาดาล ตลอดจนเป็นพื้นที่ที่รองรับน้ำจากกรุงเทพมหานคร จึงทำให้จังหวัดประสบปัญหาน้ำท่วมบ่อยครั้ง และแต่ละครั้งกินระยะเวลานาน 3.ปัญหาน้ำเน่าเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม การทำนาทิ้งบ่อเลี้ยงปลา และน้ำเสียจากชุมชน ทำให้คุณภาพน้ำในแม่น้ำท่าจีนมีสารปนเปื้อนของโลหะหนัก ตลอดจนก่อให้เกิดปัญหาดินเสียซึ่งส่งผลเชิงลบต่อภาคเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ 4.ปัญหาป่าชายเลนเสื่อมโทรมกลายเป็นทะเลเนื่องจากคลื่นลมและกระแสน้ำที่พัดเข้าหาฝั่งอย่างรุนแรง ทำให้พื้นที่ป่าชายเลนถูกทำลาย

ตารางที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสมุทรปราการ

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1.สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ฟาร์มจระเข้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก หรือ บ่อมพระจุลจอมเกล้า ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งหรือตลาดน้ำบางพลี 2.มีแหล่งระบบนิเวศที่สมบูรณ์ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชนเพื่อเป็นการอนุรักษ์รูปแบบของชุมชนไว้ และเป็น การดึงดูดเงินเข้ามาสนับสนุนชุมชน ได้แก่ การล่องลำคลองเพื่อดูสภาพนิเวศป่าชายเลน ชุมชนริมคลองและการประมง เช่น อำเภอบางบ่อ อำเภพระสมุทรเจดีย์ หรือพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เพื่อการศึกษาการใช้ชีวิตริมคลอง การจับสัตว์น้ำ และการอยู่แบบพึ่งพาระบบนิเวศวิทยา ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1.การเดินทางการคมนาคมมีความสะดวกสบายและพัฒนาให้เป็นระบบเชื่อมต่อกับกรุงเทพฯ ด้านอื่น ๆ 1.พื้นที่ในจังหวัดมีน้อยทำให้พัฒนาหรือควบคุมดูแลได้ง่าย 2.อยู่ใกล้ศูนย์กลางการขนส่งและมีช่องทางการเดินทางที่ครบถ้วนทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ	ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1.มีการปรับปรุงเส้นทางการจราจรภายในจังหวัดเป็นประจำ ทำให้มีปัญหารถจราจรติดขัด ด้านอื่น ๆ 1.ภาพพจน์ของจังหวัดเป็นเมืองอุตสาหกรรม จึงไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว
โอกาส	อุปสรรค
ด้านเศรษฐกิจ 1. พื้นที่ท่องเที่ยวมีจำกัดทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ทำได้ยาก เพราะพื้นที่ของจังหวัดไม่ใหญ่ 2. เนื่องจากจังหวัดสมุทรปราการเป็นเมืองอุตสาหกรรม ทำให้ประชากรในพื้นที่มีรายได้ และมีวันหยุด ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายใช้สอยในพื้นที่ ด้านนโยบายรัฐ 1. พื้นที่ของจังหวัดอยู่ใกล้ทะเล และปากแม่น้ำสามารถเป็นแม่เหล็กท่องเที่ยวได้หากได้รับการพัฒนาพื้นที่และเพิ่มการประชาสัมพันธ์	ด้านเศรษฐกิจ 1. การเดินทางในพื้นที่ยังไม่มีระบบที่สามารถรองรับการเดินทางระหว่างพื้นที่ ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับจุดศูนย์กลางชุมชน แต่มุ่งเน้นที่การระบายคนออกจากพื้นที่ในแหล่งอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ ทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ทำได้ยาก 2. การรับรู้เกี่ยวกับจังหวัดสมุทรปราการถูกมองว่าเป็นแหล่งอุตสาหกรรม ด้านนโยบายรัฐ 1. ขาดการสนับสนุนหรือพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง เนื่องจากนโยบายจังหวัดมุ่งเน้นให้เป็นเมืองอุตสาหกรรมด้านสิ่งแวดล้อม 2. เส้นทางการคมนาคมที่นำไปสู่ตัวจังหวัด มีปัญหาการจราจรติดขัดและมีปัญหาน้ำท่วมในช่วงฝนตกหนักมาก ๆ การเดินทางไม่สะดวกและแออัดในเวลาเร่งด่วน

ตารางที่ 3 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสมุทรสงคราม

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1.ธรรมชาติส่วนใหญ่ของจังหวัด ยังไม่ถูกทำลายจากอุตสาหกรรม สมุทรสงครามเป็นเพียงจังหวัดเดียวในประเทศไทย ที่ยังมีหิ่งห้อยให้ชม 2.มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแหล่ง ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และศาสนา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1.มีที่พักหลายรูปแบบ หลายระดับราคาให้เลือกพัก ตั้งแต่โรงแรมจนถึงโฮมสเตย์ ตั้งแต่ระดับราคาหนึ่งร้อยบาทจนถึงพันกว่าบาท ด้านศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น 1.ผู้คนในพื้นที่มีการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถชมการดำเนินชีวิตแบบพื้นบ้าน เช่นการเคียวน้ำตาล และหาซื้อของฝากแบบดั้งเดิม เช่น กะปิคลองโคน ขนมจาก เกล็ดชนิดเม็ด 2.มีการจัดงานเทศกาลหลายหลากเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1.หิ่งห้อยเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ไม่สามารถควบคุมได้ ถ้ามีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก หรือนักท่องเที่ยวส่งเสียงรบกวน หรือมลพิษทางน้ำเพิ่มขึ้น หิ่งห้อยก็จะมีจำนวนลดลง 2.หิ่งห้อยเป็นจุดขายของจังหวัด เป็นทรัพยากรที่อาจหมดสิ้นไปได้ถ้าไม่ช่วยกันรักษา และถ้าไม่มีหิ่งห้อย อัตราการมาท่องเที่ยวก็จะลดลง ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1.ถนนที่เข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีขนาดเล็กมาก รถบัสขนาดใหญ่เดินทางไม่สะดวก บ้ายบอกทางไปสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ยังไม่ชัดเจน ด้านอื่น ๆ 1. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่มีน้อยมาก คนไทยส่วนใหญ่ไม่รู้ว่สมุทรสงครามมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ
โอกาส	อุปสรรค
ด้านเศรษฐกิจ 1.เป็นเมืองที่ไม่ไกลกรุงเทพมหานครมากนักเส้นทางคมนาคมสะดวก มีถนนสายหลักจากกรุงเทพไปยังภาคใต้ผ่านตัวจังหวัด สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสาร และรถไฟ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ด้านนโยบายรัฐ 1.มีระบบสาธารณูปโภคที่ดีและกระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ด้านสิ่งแวดล้อม 1.ไม่มีน้ำท่วม หรือมรสุม จึงสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี 2.มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านจังหวัดสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำได้ในอนาคต	ด้านสิ่งแวดล้อม 1.รถสาธารณะที่ใช้เดินทางภายในจังหวัด มีน้อยเส้นทางการระยะเวลาเดินทางไม่แน่นอน และระยะเวลาการเดินทางในแต่ละวันไม่ชัดเจน จึงไม่เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัว 2.การท่องเที่ยวเพื่อชมหิ่งห้อยเป็นการท่องเที่ยวที่มีข้อจำกัด กล่าวคือ สามารถชมได้เฉพาะช่วงช่วงสว่างและช่วงหน้าแล้ง ซึ่งไม่มีฝนตก และนักท่องเที่ยวจะต้องไม่ทำเสียงอีกที

ตารางที่ 4 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสระบุรี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. เป็นจังหวัดที่มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มีศักยภาพ หลายแห่ง สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในจังหวัดได้หลายวัน ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. เส้นทางคมนาคมสะดวก มีถนนคอนกรีต และถนนลาดยาง ที่นำไปสู่พื้นที่ท่องเที่ยวทุก ๆ พื้นที่	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. พื้นที่ท่องเที่ยวบางแห่งที่มีศักยภาพ เช่น สวนพุแค ซึ่งเป็นสวนป่านานาพรรณ ไม่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่าที่ควร ทั้ง ๆ ที่เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่ไปมาสะดวกที่สุด 2. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่มีประสิทธิภาพ เช่น เวลาม้างานประจำปีพระพุทธรูป จะมีนายหน้าคอยแนะนำให้นักท่องเที่ยวจ่าย แก้วพระสงฆ์ และการอนุญาตให้มีขบวนจำนวนมาก ในพื้นที่ท่องเที่ยว 3. การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมหลายแห่ง ยังมีความไม่เหมาะสม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1. โรงแรมและร้านอาหารในตัวจังหวัดมีจำนวนน้อยและไม่สะดวก โรงแรมและร้านอาหารส่วนใหญ่ไม่อยู่ในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยว ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. ป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ยังไม่ชัดเจน รวมถึงป้ายอธิบายความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ยังมีจำนวนน้อย ด้านอื่น ๆ 1. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด ยังมีน้อย
โอกาส	อุปสรรค
ด้านสิ่งแวดล้อม 1. เป็นจังหวัดที่เป็นชุมทางสำคัญของการขนส่งทางบก ที่สามารถเดินทางไปยังภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งทางรถยนต์และรถไฟ 2. เป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร สามารถใช้เวลาเดินทางภายในเวลา 2 ชั่วโมง 3. ความแออัด เจริญ และความเครียดของผู้คนเมืองใหญ่ ทำให้ความต้องการแสวงหาธรรมชาติ ที่ไม่ไกลกรุงเทพ สามารถเดินทางไปพักผ่อนในวันสุดสัปดาห์ได้	ด้านสิ่งแวดล้อม 1. เป็นจังหวัดที่มีแหล่งหินปูนขนาดใหญ่ มีโรงงานปูนซีเมนต์ขนาดใหญ่หลายแห่ง ทำให้สภาพแวดล้อมเต็มไปด้วยฝุ่นปูน หมดสภาพแหล่งท่องเที่ยว 2. ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ ถูกทำลายเป็นจำนวนมาก จนสูญเสียสภาพป่า 3. การสร้างสะพานลอยผ่านเมืองสระบุรี ทำให้นักท่องเที่ยวผ่านตัวเมืองสระบุรีไป โดยไม่แวะ 4. บางฤดูกาล เช่นฤดูร้อน อากาศร้อนจัดมาก ทำให้สภาพป่า และน้ำตกหมดสภาพท่องเที่ยว

ตารางที่ 5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสิงห์บุรี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (ชุมชนบ้านบางระจัน) และวัดโบราณต่างๆ ซึ่งมีพระและเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง ด้านสินค้าประจำจังหวัด/ท้องถิ่น 1. มีของฝากที่มีชื่อเสียงหลายอย่างเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เช่น ปลาช่อนแม่ลา ซาลาเปาแม่สายใจ ไรตีนายกิมเฮียะ หมูหุบ ขนมหาลกะทิสด น้ำพริกประทุมทิพย์ เป็นต้น ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. นักท่องเที่ยวสามารถล่องเรือเยี่ยมชมวิถีชีวิตแบบไทยแท้ของผู้คนในท้องถิ่นที่อยู่ริมฝั่งแม่น้ำ เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำน้อย และ แม่น้ำลพบุรี ด้านอื่น ๆ 1. ผู้คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจ และให้การต้อนรับแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. แหล่งท่องเที่ยวขาดความหลากหลาย ส่วนใหญ่เป็นวัด ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบอื่น 2. แหล่งท่องเที่ยวขาดความน่าดึงดูดใจ และขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่จะบรรยายถึงเกร็ดประวัติศาสตร์ ของแต่ละวัด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1. ห้องน้ำในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ และไม่สะอาด 2. บางครั้งพบว่า ผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มบางราย ขวยโอกาสขายอาหารและเครื่องดื่มเกินราคาที่ยุติธรรม ด้านอื่น ๆ 1. การดูแลด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวมีน้อย 2. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจากภาครัฐ มีน้อยเกินไป
โอกาส	อุปสรรค
ด้านเศรษฐกิจ 1. เป็นจังหวัดที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ภายในเวลา 1 วัน ด้านนโยบายรัฐ 1. มีรถโดยสารประจำทางของบริษัทขนส่ง และบริษัทรถทัวร์ต่างๆ จากกรุงเทพ ไปยังสิงห์บุรีตลอดวัน ด้านสังคม/วัฒนธรรม 1. ภาพยนตร์ไทยเรื่อง บางระจัน เป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนไทยได้รู้จักจังหวัดสิงห์บุรีมากยิ่งขึ้น	ด้านสิ่งแวดล้อม 1. สิงห์บุรีเป็นเพียงทางผ่านไปยังลพบุรีซึ่งมีจุดเด่นมากกว่า ทำให้ความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวลดลง 2. ตัวจังหวัดมีระยะทางไกลจากถนนสายหลัก ทำให้นักท่องเที่ยวผ่านเลยไปจังหวัดอื่นโดยไม่แวะ 3. แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นวัดหลายแห่ง อยู่ในพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำ ได้รับความเสียหายจากภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) ยากแก่การบูรณะ

ตารางที่ 6 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสุพรรณบุรี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (ดอนเจดีย์ วัดพระพระธรรมโชติ) แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวรรณคดีไทย (ขุนช้างขุนแผน) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (บึงฉวาก) แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น (หอคอยบรรหาร-แจ่มใส และสวนเฉลิมภัทรราชินี) และมีสินค้า OTOP ที่ขึ้นชื่อ ด้านอื่น ๆ 1. มีสนามบินพาณิชย์ที่ได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นที่แข่งขันกีฬาระดับชาติบ่อยครั้ง	ด้านอื่น ๆ 1. มีการก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของธรรมชาติ และมลพิษในด้านต่างๆ 2. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด มีน้อยไป
โอกาส	อุปสรรค
ด้านเศรษฐกิจ 1. เป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ สามารถท่องเที่ยวแบบเช้าไป-เย็นกลับได้ ด้านนโยบายรัฐ 1. มีสถาบันการศึกษาทุกระดับ โดยเฉพาะในระดับอาชีวศึกษา ซึ่งจะเป็นแหล่งแรงงานที่ดีของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านสังคม/วัฒนธรรม 1. ภาพยนตร์ไทย เรื่องสมเด็จพระนเรศวรมหาราช จะเป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัดที่ดีมาก ด้านสิ่งแวดล้อม 1. เส้นทางคมนาคมภายในจังหวัดและระหว่างจังหวัดอยู่ในระดับดีมาก	ด้านสิ่งแวดล้อม 1. บางพื้นที่ของจังหวัด มีน้ำท่วมขังทุกปี

ตารางที่ 7 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดอ่างทอง

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เข้มแข็ง 2. เป็นแหล่งรวมของวัฒนธรรมด้านศาสนามีวัดที่สำคัญมากมาย เช่นวัดไชโยวรวิหาร(เพื่อนมัสการสมเด็จพระพุฒาจารย์โต พรหมรังสี) วัดป่าโมก (นมัสการพระพุทธไสยาสน์) 3. มีการฟื้นฟูบูรณะโบราณสถานอย่างต่อเนื่อง ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาดเพื่อการท่องเที่ยว 1. มีความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับชุมชน โดยกลุ่มเกษตรกรได้รวมกลุ่มกันพัฒนาชุมชนและที่อยู่อาศัยของตนให้เป็นที่พักแบบโฮมสเตย์ ด้านศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น 1. เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการผลิตศิลปหัตถกรรม เช่น งานปั้นตุ๊กตาชาววัง การทำกลอง การทำอัฐดินเผาการผลิตเครื่องจักสานและสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอีกมากมาย	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวัดทำให้จำกัดกลุ่มนักท่องเที่ยวอยู่เพียงกลุ่มเดียว คือท่องเที่ยวที่สนใจธรรมะทำให้แหล่งท่องเที่ยวอื่น ขาดแรงจูงใจในการพัฒนา 2. โรงแรมที่พักในตัวจังหวัดมีน้อยและไม่ได้มาตรฐาน ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. เส้นทางเดินรถภายในจังหวัดคับแคบ ไม่ได้มาตรฐาน
โอกาส	อุปสรรค
ด้านนโยบายรัฐ 1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐให้ ไทยเที่ยวไทย ทำให้มีรูปแบบของการท่องเที่ยวหลากหลายขึ้นส่งผลในเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง	ด้านสิ่งแวดล้อม 1. จังหวัดอ่างทองตั้งอยู่ในที่ราบลุ่ม เป็นพื้นที่รับน้ำเหนือ ดังนั้นจังหวัดจึงประสบปัญหาน้ำท่วมทุกปี ส่งผลให้วัด และโบราณสถานหลายแห่งได้รับความเสียหาย ด้านอื่น ๆ 1. จังหวัดอ่างทอง ถูกขนานนามด้วยจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น พระนครศรีอยุธยา และ สุพรรณบุรี จึงทำให้นักท่องเที่ยวมองข้ามอ่างทองไปเที่ยวจังหวัดที่มีชื่อเสียงมากกว่า

ตารางที่ 8 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดอุทัยธานี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1.เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่เป็นมรดกโลก ซึ่งยังคงสภาพอุดมสมบูรณ์ของป่า เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่นิยมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 2.เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่อยู่ไม่ไกลกรุงเทพ ซึ่งเป็นแหล่งรวมของนักท่องเที่ยววัยทำงานที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 3.พบหลักฐานว่าเป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ และเป็นที่ตั้งของเมืองโบราณหลายเมือง ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1.การคมนาคมสะดวกทั้งการคมนาคมจากกรุงเทพ และการเดินทางระหว่างจังหวัด ด้านอื่น ๆ 1.ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมหนักที่ก่อให้เกิดมลภาวะ	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1. โรงแรมที่พักที่มีมาตรฐานในแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย ด้านอื่น ๆ 1. การประชาสัมพันธ์จังหวัด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีน้อยไป 2. ไม่สามารถท่องเที่ยวป่าในฤดูฝนได้ เนื่องจากอาจได้รับอันตรายจากทาก
โอกาส	อุปสรรค
ด้านสังคม/วัฒนธรรม 1. ตัวจังหวัดมีแม่น้ำสะแกกรังไหลผ่าน สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ เพื่อชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนเรือนแพริมฝั่งแม่น้ำ ซึ่งเป็นชุมชนโบราณที่หาได้ยากในปัจจุบัน ด้านสิ่งแวดล้อม 1.ตัวจังหวัดอยู่บนเส้นทางผ่านของเส้นทางรถยนต์เพื่อเดินทางไปยังภาคเหนือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถแวะท่องเที่ยวได้	ด้านสิ่งแวดล้อม 1. มีการบุกรุกป่า เพื่อเป็นที่ดินทำกิน ทำให้พื้นที่ป่า และธรรมชาติที่ยังบริสุทธิ์ ซึ่งเป็นจุดขายของจังหวัดลดลง

ตารางที่ 9 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดนนทบุรี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. มีประเพณีและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจโดยมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 2. จังหวัดนนทบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ด้านสินค้าประจำจังหวัด/ท้องถิ่น 1. มีสภาพภูมิประเทศที่ตั้งอยู่สองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งก่อให้เกิดที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์ มีพืชผลท้องถิ่นหลายชนิดสามารถพัฒนาให้เป็นของฝากได้ดี ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. การคมนาคมสะดวก เนื่องจากนนทบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกรุงเทพฯ จึงทำให้มีเส้นทางคมนาคมหลายเส้นทางด้วยกัน อาทิ ถนนติวานนท์ ถนนงามวงศ์วาน ถนนบางกรวย-ไทรน้อย ถนนบางบัวทอง-ตลิ่งชัน ถนนรัตนาธิเบศร์ และถนนตลิ่งชัน-สุพรรณบุรี ทั้งยังสามารถเดินทางโดยทางเรือจากท่าหน้าในกรุงเทพฯ และชมทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในเวลาเดียวกัน	ด้านอื่น ๆ 1. ประชาชนในพื้นที่ไม่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน จึงไม่ให้ความร่วมมือในการรักษาสีน้ำแวดล้อมและโบราณสถานในท้องถิ่น
โอกาส	อุปสรรค
ด้านเศรษฐกิจ 1. นนทบุรีเป็น 1 ใน 5 จังหวัดปริมณฑล จึงได้รับความเจริญและความทันสมัยต่างๆ และเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการเงินของภูมิภาคร่วมกับกรุงเทพมหานคร 2. มีบทบาทในการเป็นแหล่งอุตสาหกรรม การก่อสร้าง การค้าและบริการ เพื่อรองรับการขยายตัวจากกรุงเทพมหานคร	ด้านสิ่งแวดล้อม 1. จังหวัดนนทบุรีมีพื้นที่บางส่วนติดต่อกับกรุงเทพมหานคร และมีเส้นทางจราจรเชื่อมต่อกันจึงทำให้เกิดปัญหาจราจรติดขัด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวโดยรวม 2. จังหวัดนนทบุรีอยู่ติดกับแม่น้ำและใช้เรือในการสัญจรไปมา เรือติดเครื่องยนต์จำนวนมากก่อให้เกิดเสียงรบกวน และการกัดเซาะของชายฝั่ง ส่วนคว้นจากท่อไอเสียของการจราจรที่คับคั่งบนท้องถนน ก่อให้เกิดมลภาวะความเป็นพิษโดยทั่วไป 3. คุณภาพน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยาในปัจจุบัน อยู่ในระดับต่ำกว่ามาตรฐานโดยเฉพาะช่วงเทศบาลเมืองปากเกร็ดและเทศบาลนครนนทบุรี ซึ่งเป็นเขตอุตสาหกรรม เต็มไปด้วยสิ่งปฏิกูลและคราบน้ำมันจากเรือ ขยะมูลฝอยในจังหวัดนนทบุรีไม่สามารถหาที่ทิ้งได้เนื่องจากที่ดินมีราคาสูงมาก อีกทั้งการสร้างเตาเผาขยะประสิทธิภาพสูงนั้นต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ขยะบางส่วนจึงถูกทิ้งลงในแม่น้ำ

ตารางที่ 10 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. เป็นเมืองมรดกโลก ที่ชาวต่างชาติทุกคนใฝ่ฝันที่จะได้มาเยี่ยมเยือนอย่างน้อย 1 ครั้ง ในชีวิต ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1. มีที่พัก โรงแรมระดับ 5 ดาว เหมาะสมกับการพักผ่อน 2. ศักยภาพของร้านอาหาร-ภัตตาคาร และร้านขายของที่ระลึก มีอยู่สูง สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศได้ เป็นอย่างดี ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. มีบริการของบริษัททัวร์หลายบริษัทให้บริการล่องเรือเที่ยวชมความงดงามของลำนํ้าเจ้าพระยา จากกรุงเทพ ถึงพระนครศรีอยุธยา ด้านอื่น ๆ 1. มีองค์กรต่างๆ ภายในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ร่วมกันสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเข้มแข็ง 2. มีการปรับปรุง ซ่อมแซมสภาพแวดล้อมบริเวณเมืองเก่าอย่างสม่ำเสมอ	ด้านอื่น ๆ 1. มีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก ทำให้มีกลิ่นต่างถิ่น หลังไหลเข้ามา ก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรม และความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน 2. มีแหล่งบันเทิงจำนวนมาก ขัดแย้งกับภาพพจน์เมืองประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกโลก และขัดแย้งกับวัฒนธรรมไทย
โอกาส	อุปสรรค
ด้านเศรษฐกิจ 1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมของชาวต่างชาติ จึงมีสถาบันการเงินที่ให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ด้านนโยบายรัฐ 1. มีสถาบันการศึกษาระดับสูง คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา ผลิตทรัพยากรมนุษย์ และทำการวิจัยค้นคว้าเกร็ดประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสิ่งแวดล้อม 1. การคมนาคมสะดวก ไปมาได้หลายเส้นทาง ทั้งทางเรือและรถไฟ	ด้านสิ่งแวดล้อม 1. พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่ม รับน้ำเหนือทำให้เกิดน้ำท่วมบ่อยครั้งในฤดูน้ำหลาก 2. พื้นที่บางส่วนของจังหวัด ถูกพัฒนาให้เป็นโรงงานอุตสาหกรรม การขนส่งสินค้าและวัตถุดิบ ก่อให้เกิดความชำรุดทรุดโทรมของถนนโดยทั่วไป

ตารางที่ 11 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดลพบุรี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีความเจริญทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า 3000 ปี ตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์ จนถึงช่วงเวลาที่สูงเรื่องที่สุดคือ สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช 2. มีโบราณสถานและโบราณวัตถุอยู่กลางเมือง ง่ายและสะดวกต่อการท่องเที่ยวแม้ว่าจะไม่มีรถยนต์ส่วนตัวมากก็ตาม นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในตัวเมืองได้ภายในระยะเวลาเพียง ครึ่ง วัน 3. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงามและมีชื่อเสียงในอำเภอรอบนอก เช่น หุบเขาต่วน และเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ในอำเภอพัฒนานิคม 4. เป็นเมืองที่อุดมพล สฤณี ธนรัชต์ วางพื้นฐานไว้ให้เป็นเมืองท่องเที่ยว จึงมีการก่อสร้างถนนซึ่งมีการจำลองรูปแบบมาจากถนนราชดำเนิน และถนนของเอลิเซในกรุงปารีส ตลอดจนบริเวณรอบนอกของอำเภอเมืองก็มีภูเขาใหญ่น้อย ซึ่งสภาพภูมิประเทศคล้ายคลึงกับเยอรมัน เหมาะแก่การฝึกภาคสนามทางทหาร ดังนั้นลพบุรี จึงเป็นเมืองทหารด้วย ด้านสินค้าประจำจังหวัด/ท้องถิ่น 1. มีของฝากและของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งเกิดจากการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นมาตั้งแต่โบราณ เช่น ดินสอพอง ผ้ามัดหมี่ ด้านอื่น ๆ 1. เนื่องจากเป็นเมืองทหาร ในตัวเมืองลพบุรีจึงมีอาชญากรรมค่อนข้างต่ำกว่าเมืองอื่น นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวอย่างเย็น-ค่ำได้อย่างปลอดภัย	ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1. โรงแรมและร้านอาหารในจังหวัดมีไม่เพียงพอและยังไม่มีคุณภาพและความสะอาดเท่าที่ควร นักท่องเที่ยวร้องเรียนบ่อยครั้ง ด้านอื่น ๆ 1. ขาดการประสานงานกันระหว่าง ททท. กับสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดไม่เป็นไปในเชิงรุกเท่าที่ควร 2. ขาดนักวิชาการท้องถิ่นที่ค้นคว้าเกี่ยวกับลพบุรีอย่างจริงจัง และขาดภาคีองค์กรท้องถิ่นที่มีความสามารถ จึงทำให้การค้นคว้าเกียรติดประวัติศาสตร์และนิยายปรัมปราในท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีน้อย 3. ขาดการวางผังเมืองที่ดี จะเห็นได้ว่ามีชุมชนแออัดอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ชุมชนแออัดบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ และบริเวณข้างวังนารายณ์ราชวินิแคว้น
โอกาส	อุปสรรค
ด้านนโยบายรัฐ 1. มีสถานศึกษาระดับสูง ผลผลิตบัณฑิตในระดับปริญญาตรีและสูงกว่า สามารถผลิตผลงานวิจัยเพื่อพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น และสืบค้นตำนาน หรือเกียรติดประวัติศาสตร์ รวมทั้งเป็นแหล่งแรงงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	ด้านเศรษฐกิจ 1. เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์เป็นจุดขายคล้ายคลึงกับอยุธยา แต่พื้นที่ที่เป็นโบราณสถานและโบราณวัตถุมีความสมบูรณ์แบบน้อยกว่า และไกลจากกรุงเทพมหานครกว่าอยุธยา จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวในสถานที่เชิงประวัติศาสตร์เลือกที่จะไปอยุธยามากกว่า เนื่องจากสมบูรณ์แบบมากกว่า และอยู่ใกล้กรุงเทพฯมากกว่า สามารถ ไป-กลับ ได้ภายในวันเดียว

ด้านสิ่งแวดล้อม 1. การเดินทางระหว่างจังหวัดสะดวกมาก สามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง ทั้งรถยนต์และรถไฟ	ด้านอื่น ๆ 1. บริเวณศาลพระกาฬและปรางค์สามยอดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญมีสิ่งจำนวนมาก ซึ่งสิ่งดังกล่าวอาจทำร้ายหรือขโมยสิ่งของจากนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวบางคนหวาดกลัว และไม่กล้าที่จะมาเที่ยวอีก นอกจากนั้น สิ่งเหล่านี้อาจหิบบชววัตถุสำคัญทางประวัติศาสตร์
---	---

ตารางที่ 12 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดสุพรรณบุรี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ได้แก่ สวนสามพราน ลานแสดงช้าง และฟาร์มจระเข้สามพราน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (พระปฐมเจดีย์ และพระราชวังสนามจันทร์) แหล่งท่องเที่ยวแบบเที่ยวไป – กินไป (ตลาดน้ำวัดดอนหวาย) แหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางศาสนา (พุทธมณฑล) 2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพ ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1. เป็นแหล่งรวมของร้านอาหารอร่อย ราคาไม่แพง ด้านศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น 1. มีการจัดประกวดราชินีช้างประจำปี ทำให้จังหวัดเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น 2. นักท่องเที่ยวสามารถมีกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การให้อาหารปลา การให้อาหารช้าง การทำบุญไหว้พระ การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวสวนผลไม้ริมฝั่งคลอง ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. เป็นจังหวัดที่เป็นประตูไปสู่จังหวัดภาคตะวันตก มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย	ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1. โรงแรมที่พักตั้งแต่ระดับ 3 ดาวขึ้นไปในตัวจังหวัด มีน้อย 2. ปัญหาการจราจรแออัดและการขาดแคลนที่จอดรถบริเวณย่านพาณิชย์กรรม ที่เป็นแหล่งขายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกจังหวัด โดยเฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์ ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. ปัญหาการขาดแคลนป้ายบอกเส้นทาง และป้ายต่างๆ ที่จะสื่อความหมายและบ่งบอกความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว 2. ขาดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดนครปฐมกับจังหวัดใกล้เคียง ด้านอื่น ๆ 1. การประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีน้อย 2. ปัญหาสภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม เช่น ปัญหาการทิ้งเศษอาหารจากแพขายอาหาร การทิ้งขยะบริเวณวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 3. ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่เป็นภาษาอังกฤษ ยังไม่มีรายละเอียดเท่าที่ควร 4. ขาดการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา ปรับปรุง และบำรุงรักษาเส้นทางที่เชื่อมโยงในแหล่งท่องเที่ยว
โอกาส	อุปสรรค
ด้านนโยบายรัฐ 1. มีสถานศึกษาระดับสูงที่มีชื่อเสียง มีนักเรียนนักศึกษาต่างถิ่นเข้ามาศึกษาต่อจำนวนมาก เป็นโอกาสให้ผู้ปกครองที่มารับ-ส่งบุตรหลาน มีการท่องเที่ยวสถานที่สำคัญของจังหวัด	ด้านสิ่งแวดล้อม 1. การจราจรติดขัดบนเส้นทางถนนเพชรเกษม ซึ่งเป็นถนนสายหลักไปยังนครปฐม ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาเดินทางค่อนข้างนาน

ด้านสิ่งแวดล้อม 1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้กรุงเทพมหานครมากที่สุด ใช้เวลาเดินทางเพียงครึ่งชั่วโมง 2. สามารถเดินทางได้โดยสะดวกทั้งรถไฟ และรถโดยสารประจำทาง	
--	--

ตารางที่ 13 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดนครนายก

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจำนวนมาก และยังมีโรงเรียนนายร้อย จปร. จัดการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ให้แก่ประชาชนทั่วไป เหมาะกับนักท่องเที่ยวหนุ่มสาวที่ชอบผจญภัย	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งมีอันตราย เช่น น้ำตกนางรอง น้ำตกสาลิกา มีนักท่องเที่ยวเสียชีวิตบ่อยครั้ง 2. มีการก่อสร้างอาคารในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ทำให้ภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยวสูญเสียไป ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1. ร้านอาหารส่วนใหญ่อยู่บริเวณถนนเลียบคลองซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่ามีสภาพ ด้านอื่น ๆ 1. ขาดการประสานงานกับจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น ปราจีนบุรี สระแก้ว อรัญประเทศ 2. ประชาชนในจังหวัดขาดการรวมตัวกันพัฒนาการท่องเที่ยว
โอกาส	อุปสรรค
ด้านนโยบายรัฐ 1. เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางการศึกษา มีสถานการศึกษาระดับสูงในพื้นที่หลายสถาบัน เช่น มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า โรงเรียนเตรียมทหาร นักเรียนนักศึกษาวัยรุ่น เหล่านี้คือนักท่องเที่ยวที่ดีในอนาคต ด้านสังคม/วัฒนธรรม 1. มีวัดพระธรรมกาย ซึ่งเป็นวัดที่มีชื่อเสียงอยู่บริเวณใกล้เคียง นักท่องเที่ยวที่มาวัดพระธรรมกาย อาจเลยมาท่องเที่ยวนครนายก	ด้านสิ่งแวดล้อม 1. เส้นทางไปสู่จังหวัดนครนายกมีเพียงเส้นทางเดียวคือเส้นทางเลียบคลองรังสิต ซึ่งถ้าเส้นทางนั้นมีปัญหา ก็จะส่งผลถึงการท่องเที่ยวในตัวจังหวัดไปด้วย

ตารางที่ 14 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดชัยนาท

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสินค้าประจำจังหวัด/ท้องถิ่น 1. มีกลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้าน ที่รวมตัวกันผลิตสินค้า OTOP คุณภาพดี จากผลผลิตการเกษตรหลายรูปแบบ ในราคา สมเหตุสมผล สามารถหาซื้อเป็นของฝากได้ดี ด้านอื่น ๆ 1. เป็นจังหวัดที่มีเสน่ห์ด้านธรรมชาติที่สมบูรณ์ เช่นมีต้นยาง ใหญ่อายุเป็นร้อยปีเป็นต้น	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. สถานที่ท่องเที่ยวมีน้อย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว 1. โรงแรมและที่พักรูปแบบต่างๆ มีจำนวนน้อยและไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. การเดินทางภายในจังหวัดไม่คล่องตัว เนื่องจากมีรถสาธารณะจำนวนน้อย ผู้คนในท้องถิ่นนิยมใช้บริการจากมอเตอร์ไซด์รับจ้าง ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายแก่นักท่องเที่ยว ด้านอื่น ๆ 1. ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการของจังหวัด
โอกาส	อุปสรรค
ด้านสิ่งแวดล้อม 1. เป็นเส้นทางผ่านของผู้ที่จะไปภาคเหนือ 2. เป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเรือได้	ด้านนโยบายรัฐ 1. ขาดการร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากกลุ่มธุรกิจต่างๆ

ตารางที่ 15 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของจังหวัดปทุมธานี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. มีโบราณสถานอยู่เป็นจำนวนมากโดยเฉพาะวัด 2. มีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่ทั่วไป บางแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพที่สามารถยกระดับเพื่อเป็นจุดขายของจังหวัดได้ 3. มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ทางศิลปกรรม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณคดีอยู่หลายแห่ง ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. มีถนนวงแหวนและเส้นทางการจราจรขนาดใหญ่เชื่อมต่อจากกรุงเทพ ทำให้การคมนาคมระหว่างจังหวัดมีความสะดวก 2. มีการแบ่งแยกโซนอุตสาหกรรมอย่างเป็นระเบียบและชัดเจน 3. สามารถเดินทางได้ทั้งรถประจำทาง รถไฟ เรือ และ	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. ความเป็นเมืองหน้าด่านเข้าสู่กรุงเทพ จึงถูกมองข้ามเรื่องแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด 2. การท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวแบบ เข้าไป-เย็นกลับ ไม่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวแบบค้างคืนได้ ทำให้ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีการใช้จ่ายได้มากเท่าที่ควร 3. นักท่องเที่ยวไม่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมากนัก ด้านสินค้าประจำจังหวัด/ท้องถิ่น 1. ไม่มีของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ทำให้ไม่ได้รับ

รถยนต์ส่วนตัว ด้านอื่น ๆ 1. สภาพพื้นที่กว้างใหญ่และมีพื้นที่สีเขียวอยู่เป็นบริเวณกว้าง 2. เป็นจังหวัดที่อยู่ใกล้กับเมืองหลวงแต่ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน เพราะยังคงมีความเป็นธรรมชาติอยู่มาก	รายได้เท่าที่ควร ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. การเดินทางภายในระหว่างพื้นที่ใกล้เคียงไม่สะดวก ด้านอื่น ๆ 1. พื้นที่ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม เป็นเพียงการรู้จักกันอยู่ในวงจำกัด เพราะขาดการประชาสัมพันธ์และการจัดการที่ดี
โอกาส	อุปสรรค
ด้านเศรษฐกิจ 1. ประชากรรุ่นใหม่ในพื้นที่ เป็นชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อ 2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวในจังหวัดราคาไม่แพงและสะดวกอีกทั้งประหยัดเวลา ด้านนโยบายรัฐ 1. รัฐบาลกำลังให้การสนับสนุน โครงการ “ Thailand Grand Invitation ” ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทย และให้คนไทยออกมาท่องเที่ยวกันมากขึ้นโดยแต่ละจังหวัดจะค้นหาจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัดปทุมธานีเน้นจุดขายที่กีฬาออลฟ ซึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพการใช้จ่ายสูง ด้านสิ่งแวดล้อม 1. รูปแบบการท่องเที่ยวของคนทำงานคือ การมุ่งหาความสงบเงียบ และในพื้นที่ของจังหวัดมีวัดอยู่จำนวนมาก จึงเป็นจุดดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวคนทำงานรุ่นใหม่ ที่รักสงบและธรรมชาติได้	ด้านเศรษฐกิจ 1. การขยายตัวด้านแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่มีโอกาสน้อย เพราะพื้นที่ท่องเที่ยวกระจายตัวอยู่ทั่วไป ด้านนโยบายรัฐ 1. ยังไม่มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวภายในจากหน่วยงานที่เป็นรูปธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม 1. การเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดยังไม่สะดวกมากเท่าที่ควร รถประจำทางและระบบขนส่งไม่ทั่วถึง 2. จังหวัดปทุมธานีมีพื้นที่การท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กับริมแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยน้ำท่วมในฤดูน้ำหลากทุกปี ด้านอื่น ๆ 1. แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดส่วนใหญ่เป็นเพียงการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาสั้นและไม่ท้าทาย

ตารางที่ 16 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกรุงเทพมหานคร

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. มีเอกลักษณ์โดดเด่นในด้านประวัติศาสตร์สูงมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว	ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1. แหล่งท่องเที่ยวแถบชานเมือง ยังไม่ได้รับการพัฒนา และยังมีแหล่งท่องเที่ยวชานเมืองที่สำคัญระดับนานาชาติ

2. ระบบสาธารณูปโภคทั่วไป เช่น ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และการสื่อสารดีมาก 3. ระบบสาธารณสุข โรงพยาบาล ตำรวจ ให้บริการค่อนข้างดี รวมทั้งห้างสรรพสินค้า และร้านค้าของที่ระลึกมีจำนวนมาก ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. มีระบบการขนส่งมวลชนที่หลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่มอเตอร์ไซด์รับจ้าง จนถึงรถไฟฟ้า มีระบบถนน ทางด่วน ทางน้ำที่ให้บริการในแม่น้ำเจ้าพระยา และคลองขนาดใหญ่ รวมทั้งมีสนามบินนานาชาติ ด้านอื่น ๆ 1. ได้รับการพัฒนาการวางแผนด้านการตลาดอย่างเข้มแข็งจากภาครัฐบาลและ ททท. 2. มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ	2. ยังไม่สามารถที่จะรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทั้งสิ้นและแยกหมวดหมู่ที่ชัดเจน ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัด 1. ระบบขนส่งมวลชนยังไม่พอเพียง แม้จะมี BTS และรถไฟฟ้าใต้ดิน จำเป็นต้องสนับสนุนรถไฟฟ้ามวลชนให้พัฒนาครอบคลุมพื้นที่ให้ครอบคลุมทุกเส้นทาง ความสะอาด และการประชาสัมพันธ์ ของระบบรถเมล์โดยสารยังไม่ดีพอ ด้านอื่น ๆ 1. การพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย ยังดำเนินการไม่เต็มที่และโดยทั่วไปจะเน้นตลาดต่างประเทศ 2. ยังขาดการพัฒนาด้านให้บริการรถไฟที่ดีที่จะต่อเชื่อมกับสนามบินและจุดท่องเที่ยวอื่น ๆ 3. ความสกปรก ชยะ น้ำเสีย ยังเป็นปัญหามากโดยเฉพาะการใช้พื้นที่ฟุตบอลชายหาดของ ดั่งชยะและทิ้งเศษขยะ 4. ขาดป้ายประชาสัมพันธ์ที่ดีโดยเฉพาะในเขตกรุงเก่าและรอบขอบเมือง ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีหลายภาษาชัดเจน 5. การเข้า-ออก จากสนามบิน และท่าเรือยังมีปัญหาความล่าช้าของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
โอกาส	อุปสรรค
ด้านเศรษฐกิจ 1. มีโอกาสที่จะสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่สำคัญระดับโลกทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ด้านความเชื่อ ด้านศาสนา และการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์วัฒนธรรม 2. มีโอกาสในการสร้างตลาดต่างประเทศใหม่ ๆ ยังมีอยู่มาก เช่น ตลาดการท่องเที่ยวแบบพักระยะยาวของผู้สูงอายุ ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตลาดการประชุมนานาชาติ (MICE) และตลาดแสดงสินค้า ยังไม่ได้รับการวางแผนในภาพรวม ด้านนโยบายรัฐ 1. มีโอกาสที่จะเสริมสร้างแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ เช่น การพัฒนาภูมิทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา การพัฒนาสวนรุกชาติ สวนสมุนไพร โดยประสานงานกับงานผังเมืองกรุงเทพฯ และภาคเอกชน 2. มีโอกาสจะสร้างความร่วมมือในทุกระดับตั้งแต่ประจำกรุงเทพมหานคร เขตชุมชน ให้คำแนะนำและดูแลความปลอดภัยในพื้นที่	ด้านนโยบายรัฐ 1. ปัญหาเรื่องการระบายน้ำ ในช่วงฤดู ยังมีปัญหาซึ่งจะต้องแก้ผ่านระบบผังเมือง ด้านสังคม/วัฒนธรรม 1. มีภาพลบเกี่ยวกับโสเภณี โรคเอดส์ และยาเสพติด ด้านสิ่งแวดล้อม 1. ยังไม่มีความหลากหลายด้านธรรมชาติ 2. บางฤดูกาล เช่นในหน้าฝน หน้าร้อน เช่น เดือน พฤษภาคม- มิถุนายน และกันยายน- ตุลาคม สภาพดินฟ้าอากาศและอุณหภูมิ ทำให้นักท่องเที่ยวลดจำนวนลง 3. ขาดการพัฒนากระบวนการขนส่งและการเข้าถึงทางน้ำที่ดีรวมทั้งระบบท่าเรือ และการเชื่อมต่อ ทางน้ำ-ทางบก 4. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พอใจสภาพการจราจรในกรุงเทพ 5. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางอากาศฝุ่นละออง และอากาศ

3. การส่งเสริมธุรกิจขนาดย่อม กลาง และขนาดใหญ่ โดยได้รับการสนับสนุนจาก BOI ก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากขึ้น 4. มีการสร้างระบบประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกรุงเทพ ที่สอดคล้องกันทั้งในประเทศ ต่างประเทศ และท้องถิ่น ด้านอื่น ๆ 1. ของที่ระลึกควรจะทำมากขึ้น โดยเฉพาะของที่ระลึกเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม	เป็นพิษ โดยเฉพาะเขตเมืองชั้นในยังมิได้แก้ไข
--	---

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในปัจจุบันของ 16 จังหวัดภาคกลาง จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงผสม รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของโปรแกรมการท่องเที่ยวแต่ละเชิง

จากการวิเคราะห์โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปของ 16 จังหวัดภาคกลาง ซึ่งจำแนกตาม 3 ลักษณะได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงผสมนั้น พบว่า ในปัจจุบันมีโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ทั้ง 3 ลักษณะ รวมทั้งสิ้น 70 เส้นทาง ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 11 เส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จำนวน 5 เส้นทาง และการท่องเที่ยวเชิงผสมจำนวน 54 เส้นทาง รายละเอียดเส้นทางจำแนกตามโปรแกรมการท่องเที่ยว และจำนวนวันที่เดินทาง รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของแต่ละเส้นทาง มีดังนี้

ตารางที่ 17 เส้นทาง จุดแข็ง และจุดอ่อนของ โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม			
โปรแกรม 1 วัน	1) กรุงเทพฯ- สระบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	1.1) กรุงเทพฯ- วัดพระพุทธบาท- วัดต้นตาล- วัดสมุห์ประดิษฐาราม- วัดพะเยา- วัดถ้ำนารายณ์- วัดพระธาตุเจริญธรรม- วัดพระพุทธราย	1) เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจไหว้พระ 9 วัด	
	1.2) กรุงเทพฯ- วัดพิบูลเงิน- วัดปรางค์หลวง- วัดอัมพวัน- วัดคงคา- วัดบางโค- วัดราษฎร์ประคองธรรม- วัดเสารังหิน- วัดศรีราษฎร์	1) เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจไหว้พระ 9 วัด	

	2) กรุงเทพฯ- สิงห์บุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	2.1) กรุงเทพฯ- วัดเสถียรวัฒนดิษฐ์- วัดโชติการาม- วัดพิบูลทอง- วัดพระนอนจักรสีห์- วัดสิงห์สุทธาวาส- วัดโพธิ์เก้าต้น	1) สามารถหาซื้อสินค้าที่ระลึกประจำท้องถิ่น (เค้ก ปลาช่อน) ได้ง่ายตามร้านข้างทาง	1) แหล่งท่องเที่ยวในโปรแกรมไม่มีจุดเด่นไม่เหมาะสมแก่การมาท่องเที่ยว 2) มีร้านค้าของที่ระลึกและร้านอาหารจำนวนจำกัด
	3) กรุงเทพฯ- สุพรรณบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	3.1) กรุงเทพฯ- วัดไผ่โรงวัว- วัดประดู่सार- อุทยานมัจฉา วัดพระนอน- ศาลหลักเมือง- วัดป่าเลไลยก์		1) มีสถานที่ท่องเที่ยวในโปรแกรมน้อยเกินไป
	3.2) กรุงเทพฯ- พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชานนาไทย- พิพิธภัณฑ์วัดสุวรรณภูมิ- พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง	1) มีโบราณวัตถุสมัยอยุธยาจัดแสดง และบาตรสังคโลก สมัยสุโขทัย ซึ่งมีขึ้นเดียวในประเทศไทย	1) สถานที่ท่องเที่ยวบางที่ ต้องขออนุญาตเข้าชมล่วงหน้า 2) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง อยู่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ
	4) กรุงเทพฯ- พระนครศรีอยุธยา	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4.1) กรุงเทพฯ- วัดพนัญเชิงมหา มงคล- วัดใหญ่ชัยมงคล- วัดพระญาติการาม- วัดสมณโกศาราม- วัดประดู่ทรงธรรม- พระบรมสารีริกธาตุ- วิหารพระมงคลบพิตร- วัดธรรมิกราช- วัดหน้าพระเมรุราชิกการาม	1) เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจไหว้พระ 9 วัด 2) มีร้านอาหารและร้านขายสินค้าที่ระลึกที่หลากหลาย 3) สามารถเดินทางได้หลายรูปแบบ ทั้งทางบกและ ทางน้ำ	
	4.2) กรุงเทพฯ- พระราชวังบางปะอิน- วัดไผ่ล้อม	1) เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจไหว้พระ 9 วัด 2) มีร้านอาหารและร้านขายสินค้าที่ระลึกที่หลากหลาย	

		3) สามารถเดินทางได้ หลายรูปแบบ ทั้งทางบก และ ทางน้ำ	
	4.3) กรุงเทพฯ- พระราชวังบางปะอิน- วัดพระศรีสรรเพชญ์ – พระราชวัง โบราณ- วัดไชยวัฒนาราม- วัดโพธิ์ แดงใต้- ล่องเรือแกรนด์เพิร์ล	1) เหมาะสำหรับ นักท่องเที่ยวที่สนใจไหว้ พระ 9 วัด 2) มีร้านอาหารและร้าน ขายสินค้าที่ระลึกที่ หลากหลาย 3) สามารถเดินทางได้ หลายรูปแบบ ทั้งทางบก และ ทางน้ำ	
	5) กรุงเทพฯ- นนทบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	5.1) กรุงเทพฯ- วัดพิบูลเจิน- วัดคงคา- วัดปรางค์หลวง- วัดอัมพวัน- วัด ราษฎร์ประคองธรรม- วัดเสาชิงหิน- วัดอินทร์- วัดสะแก- วัดสวนแก้ว	1) อยู่ใกล้กรุงเทพฯ สะดวกในการเดินทาง 2) มีสถาปัตยกรรมไทยที่ สมบูรณ์ที่สุด เป็นเรือนไม้ ยกใต้ถุนสูงตั้งอยู่ในวัด อัมพวัน	1) สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละ แห่งไม่ค่อยมีความ แตกต่าง
	6) กรุงเทพฯ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	6.1) กรุงเทพฯ- ทำวองค้อมรินทราธิ ราช- พระตรีมูรติ- ทำวมหาวพรม- พระนารายณ์ทรงสุบรรณ- พระลักษมี- พระพิฆเนศ	1) นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ศิลปะทางความเชื่อ การ ยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับ ความรู้ มีความเข้าใจต่อ สภาพสังคมและวัฒนธรรม ไทย ที่มีมาในอดีต	1) ไม่ได้ดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยวทั่วไป แต่ เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ สนใจในศาสนาพราหมณ์
	6.2) กรุงเทพฯ- วัดกัลยาณมิตรธรรมหา วิหาร- วัดชนะสงครามวรวิหาร- วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชว รวิหาร- วัดพระศรีรัตนศาสดาราม- วัดระฆังโฆสิตารามวรวิหาร- วัด สุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร- วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร-	1) นักท่องเที่ยวมีโอกาสช ชมและเพลิดเพลินความ สวยงามของสถาปัตยกรรม การก่อสร้างต่างๆ ในแต่ละ วัดตามแต่ละยุคสมัย 2) นักท่องเที่ยวได้มีโอกาส นมัสการพระพุทธรูปต่างๆ	1) นักท่องเที่ยว ที่ไม่ได้ สนใจในประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมอย่างแท้จริงอาจ เกิดความเบื่อหน่าย เนื่องจากวัดและสถานที่ สำคัญทางประวัติศาสตร์ เหล่านั้น มีลักษณะใน

ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร- ศาลเจ้าพ่อเสือ	และสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อความเป็นสิริมงคลของชีวิต	ภาพรวมที่คล้ายคลึงกันมาก ประกอบกับภูมิอากาศของประเทศไทยจะค่อนข้างร้อนมากในตอนสายๆ และบ่ายๆ นักท่องเที่ยวอาจเหนื่อยล้า และให้ความสนใจน้อย หรือไม่สนใจเลยในรายการต่างๆ ของโปรแกรม
---	--	---

ตารางที่ 18 เส้นทาง จุดแข็ง และจุดอ่อนของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ			
โปรแกรม 1 วัน	1) กรุงเทพฯ-สมุทรสาคร	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	1.1) กรุงเทพฯ- ล่องปากอ่าว- ตลาดริมน้ำ	1) นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสบรรยากาศปากอ่าวของประเทศไทย	1) โปรแกรมไม่ค่อยน่าสนใจ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เคยเที่ยวตลาดน้ำแล้ว จะไม่ค่อยสนใจท่องเที่ยวซ้ำอีก การล่องปากอ่าวไม่ค่อยได้รับความสนใจเท่าที่ควร
โปรแกรม 2 วัน 1 คืน	2) กรุงเทพฯ-สระบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	2.1) กรุงเทพฯ- ศูนย์ศึกษาธรรมชาติเจ็ดคต- ไปก่อนเล่า- น้ำตกโกรกอีดก- พักค้างคืน- ท่องทานตะวัน- เชื้อนป่าสักชลสิทธิ์	1) สามารถเห็นความหลากหลายของธรรมชาติ เช่น น้ำตก ป่า พันธุ์พืช และสัตว์ป่านานาชนิด	1) จำกัดฤดูกาลในการชมทุ่งทานตะวัน
	3) กรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	3.1) กรุงเทพฯ- บึงฉวาก- เชื้อนกระเสียว- อุทยานแห่งชาติพุเตย- พักแรมที่อุทยาน- หมู่บ้านตะเพินคี- ถ้ำเพชร- น้ำตกตะเพินคี่น้อย/ ตะเพินคีใหญ่- ถ้ำเวฬุวัน	1) มีนกเปิดน้ำอพยพมาอยู่ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน – มีนาคม มีพันธุ์ปลาต่างประเทศที่หาได้ยากกว่า 50 ชนิด	1) มีสถานที่ท่องเที่ยวมากเกินไปในโปรแกรม

	4) กรุงเทพฯ-นครนายก	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4.1) กรุงเทพฯ- ล่องแก่งเรือคายัค- พักค้างคืน- อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่- น้ำตกธารรัตนา- น้ำตกสองสวรรค์- น้ำตกวังบอน- อ่างเก็บน้ำวังบอน	1) มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น น้ำตกและป่า	1) ระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีระยะทางที่ไกลกัน
โปรแกรม 3 วัน 2 คืน	5) กรุงเทพฯ-นครนายก	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	5.1) กรุงเทพฯ- น้ำตกกะอาง- น้ำตกเขาชะงู- น้ำตกลานรัก- น้ำตกสาริกา- อุทยานวังตะไคร้- น้ำตกนางรอง- น้ำตกไทรโยงหิน- น้ำตกเหวนแหล้ง- น้ำตกตาดตาโม่ง- น้ำตกตาดตาภู- น้ำตกมะนาว	1) เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาสัมมนาเป็นหมู่คณะ	1) สถานที่ท่องเที่ยวมีลักษณะที่คล้ายกัน ไม่มีจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) ที่จอดรถมีจำกัด ในบริเวณแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

ตารางที่ 19 เส้นทาง จุดแข็ง และจุดอ่อนของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงผสม

โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงผสม			
โปรแกรม 1 วัน	1) กรุงเทพฯ-สมุทรสาคร	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	1.1) กรุงเทพฯ- ล่องแม่น้ำท่าจีน- ศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์พืชสวน- สวนไม้แปลกภูทอง- อุทยานมัจฉา- ลักการะหลวงพ่อดำ		1) โปรแกรมการท่องเที่ยวเข้าชมหลายแห่งเกินไป ทำให้ไม่สามารถเข้าชมได้อย่างทั่วถึง 2) บางสถานที่ท่องเที่ยวไม่เป็นที่รู้จัก เช่น ศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์พืชสวน สวนไม้แปลกภูทอง
	1.2) กรุงเทพฯ- ล่องคลองโขกขาม- อนุสาวรีย์พันท้ายนรสิงห์- คลองพิทยาลงกรณ์- คลองประมง- ชมโลมาหัวบาตรและโลมาปากขวด	1) มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพราะเดินทางทางเรือตลอดโปรแกรม	1) รายการชมโลมามีโอกาสชมได้บางช่วง เท่านั้น 2) ไม่เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่เป็นเด็กเล็ก 3) ไม่สามารถหาสถานที่พักรับประทานอาหารกลางวันได้

	1.3) กรุงเทพฯ- วัดนางสาว-วัดป่าชัยรังสี- ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง- ศาลหลักเมือง- ตลาดท่าฉลอม- วัดช่องลม- อนุสาวรีย์พันท้ายนรสิงห์- ท่าหนักกรมหลวงชุมพรฯ- วัดโกธกกราก	1) ถ้าตัดบางรายการออกจะเหมาะกับนักท่องเที่ยวที่สูงอายุ	1) บางสถานที่ท่องเที่ยวไม่เป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ท่าหนักกรมหลวงชุมพรฯ 2) มีรายการสถานที่มากเกินไป ไม่สามารถเที่ยวชมได้ทั่วถึงทุกที่
	2) กรุงเทพฯ-สมุทรสงคราม-สมุทรสาคร	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	2.1) กรุงเทพฯ- ตลาดน้ำท่าคา - อุทยาน ร.2 – บ้านดอนไก่อี -ตลาดสดทะเลไทย		1) ขาดการประชาสัมพันธ์สำหรับบางสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ตลาดน้ำท่าคา เป็นตลาดน้ำที่มีความเก่าแก่มาก แต่ไม่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยว 2) บ้านดอนไก่อี เป็นสถานที่ทำเบญจรงค์ที่มีชื่อเสียงแต่ไม่เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไป 3) ตลาดสดทะเลไทย ไม่เหมาะสำหรับการนำกรุ๊ปทัวร์ไปชม
	3) กรุงเทพฯ-สมุทรสาคร-นครปฐม	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	3.1) กรุงเทพฯ- บ้านดอนไก่อี – สวนกล้วยไม้และผลไม้-พระปฐมเจดีย์- พระราชวังสนามจันทร์- วัดไร่ขิง		1) สวนกล้วยไม้และผลไม้ไม่เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจสถานที่ท่องเที่ยวลักษณะนี้ 2) บ้านดอนไก่อีในโปรแกรมไม่เป็นที่รู้จักของมัคคุเทศน์ แต่เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตเครื่องเบญจรงค์จึงเป็นที่รู้จักกันในนามบ้านเบญจรงค์

	4) กรุงเทพฯ- สมุทรสงคราม	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	4.1) กรุงเทพฯ- ตลาดน้ำท่าคา- ชมสวนผลไม้ริมคลอง- ชมการเคี้ยวน้ำตาล	1) นักท่องเที่ยวมีโอกาสสัมผัสบรรยากาศชุมชนริมฝั่งแม่น้ำ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์และแหล่งวัฒนธรรมเฉพาะถิ่น และได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆที่จัดขึ้นโดยชุมชนริมฝั่งแม่น้ำ	1) นักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวสถานที่เหล่านี้แล้ว มักไม่ค่อยสนใจที่จะไปอีก เนื่องจากเกิดความเบื่อหน่าย ไม่มีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆดึงดูดความสนใจ
	4.2) กรุงเทพฯ- คลองโคน- พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านยี่สาร- หลวงพ่อบ้านแหลม-		1) คลองโคนเป็นแหล่งผลิตกะปิเคยตาดำ ต้องมีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ เพราะไม่เป็นที่รู้จัก 2) โปรแกรมท่องเที่ยวที่นี่น้อยเกินไป ควรเพิ่ม บ้านดอนไก่ดีที่ผลิตเบญจรงค์มีชื่อเสียงและวัดบางแก้ว ที่มีจุดเด่นที่โบสถ์ที่มีรากไม้ปกคลุม คล้ายกับวัดในเขมร ซึ่งที่วัดบางแก้วนี้มีต้นไม้ถึง 4 ชนิด ปกคลุม คือ ต้นโพธิ์ ต้นไทร ต้นไกร และต้นกราก
	4.3) กรุงเทพฯ- วัดธรรมกายาราม- ตลาดน้ำดำเนินสะดวก- ตลาดน้ำท่าคา- วัดบางกุ้ง- อนุสรณ์สถานแผ่นดินจันทร์- พิพิธภัณฑ์เรือ- ดอนหอยหลอด- วัดศรัทธาราม- วัดเขายี่สาร- บ้านปลายโพรงพาง		1) มีแหล่งท่องเที่ยวที่ซ้ำซ้อน คือ ตลาดน้ำสองแห่ง ควรตัดออกหนึ่งแห่ง 2) การท่องเที่ยวบ้านปลายโพรงพางควรเป็นการท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืนเพื่อจะได้พักแบบโฮมสเตย์ (homestay) 3) เส้นทางดูนกวนไปมา
	5) กรุงเทพฯ- สมุทรปราการ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	5.1) กรุงเทพฯ- พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ- พิพิธภัณฑ์ทหารเรือ- เมืองโบราณ- ฟาร์มจระเข้และสวน	1) เส้นทางนี้เหมาะกับนักเรียนเยาวชนเพื่อการทัศนศึกษา	1) การเดินทางต้องใช้เวลามาก เพราะรถหนาแน่น บางครั้งติดมาก อาจเข้าชม

	สัตว์สมุทรปราการ		ได้ไม่ครบทุกรายการ 2) ค่าใช้จ่ายมาก เพราะเสีย ค่าเข้าชมเกือบทุกสถานที่
	5.2) กรุงเทพฯ- ฟาร์มจระเข้และ สวนสัตว์สมุทรปราการ- สถานตาก อากาศบางปู- เมืองโบราณ	1) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว เหมาะสมกับการท่องเที่ยว 1 วัน เพราะมีรายการไม่มาก จนเกินไป และได้เยี่ยมชม สถานที่สำคัญของจังหวัดได้ เกือบครบ	
	5.3) กรุงเทพฯ- ตลาดโบราณบาง พลี- วัดบางพลีใหญ่ใน- วัดบางพลี ใหญ่กลาง	1) เหมาะสำหรับการ ท่องเที่ยวแบบครอบครัว	1) ตลาดโบราณบางพลียัง ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ เป็นที่รู้จักในวงกว้าง
	5.4) กรุงเทพฯ- ตลาดกลางสวน- วัดโสมนัสราชวรวิหาร- ล่องเรือชม แม่น้ำบางปะกง- ตลาดบ้านใหม่- วัดจีนประชาสโมสร- วัดอุภัยภาติ การาม		1) โปรแกรมมีสถานที่ ท่องเที่ยวหลายแห่งเกินไป นักท่องเที่ยวอาจไม่มีเวลาใน แต่ละแห่งได้เต็มที่
	5.5) กรุงเทพฯ- ตลาดคลองสวน- ล่องเรือชมโลมา ชิมปลากะพง เที่ยวดงนก		1) รายการชมโลมาสามารถ ชมได้บางช่วงและไม่มีความ แน่นอน 2) เรือล่องชมโลมาเป็นเรือ เล็กของชาวประมง ทำให้ไม่ มีความปลอดภัย 3) ควรจะมีแวะสถานที่ ท่องเที่ยวอื่นเพิ่มเติม
	5.6) กรุงเทพฯ- ตลาดน้ำบาง น้ำผึ้ง- เมืองโบราณ	1) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็น ตลาดขนาดเล็กเหมาะ สำหรับการท่องเที่ยวแบบ ครอบครัว	
	6) กรุงเทพฯ- สมุทรสงคราม	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	6.1) กรุงเทพฯ- คลองอัมพวา- วัด จุฬามณี- วัดกุฎีทอง- วัด บางแขใหญ่- วัดบางกุ้ง-อุทยาน		1) ควรเพิ่มตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นตลาดน้ำตอนเย็นเข้าไป ด้วย เพราะอยู่ในบริเวณ

	ร.2- วัดอัมพวันเจติยาราม		เดียวกับวัดอัมพวันเจติยาราม
	6.2) กรุงเทพฯ- อำเภอบางตะบูน- เขายี่สาร- พิพิธภัณฑ์บ้านเขายี่สาร- อุทยาน ร.2- วัดบางกะพ้อม	1) โปรแกรมนี้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว 1 วัน	
	7) กรุงเทพฯ- สิงห์บุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	7.1) กรุงเทพฯ- แม่น้ำน้อย- วัดจำปาทอง- วัดกลางท่าข้าม- วัดพิบูลทอง	1) นักท่องเที่ยวสามารถแวะทานอาหารเมนูปลาในช่วงเทศกาลกินปลาน้ำจืดตามร้านอาหารริมแม่น้ำ	1) ไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว
	7.2) กรุงเทพฯ- วัดพระนอนจักรสีห์- วัดพิบูลทอง- หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร- อนุสาวรีย์วีรชนค่ายบางระจัน- วัดโพธิ์เก้าต้น		1) สถานที่ท่องเที่ยวไม่ค่อยน่าสนใจ เมืองเล็กเกินไป น่าจะเข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดอ่างทองเพิ่มเติม
	8) กรุงเทพฯ- สุพรรณบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	8.1) กรุงเทพฯ- ตลาดเก้าห้อง- ตลาดบางลี่- บ้านเรือนไทย	1) มีสินค้าพื้นเมืองจำหน่ายหลากหลายชนิด เช่น ผลไม้ ผัก ปลา	
	8.2) กรุงเทพฯ- แม่น้ำท่าจีน- ศาลเจ้าพังมวง- วัดบ้านกร่าง	1) สามารถล่องเรือท่องเที่ยวดูวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 2) มีการสาธิต ทำขนมสาเล่ ซึ่งเป็นของฝากประจำจังหวัด	1) นักท่องเที่ยวไม่สามารถมาเยี่ยมชมได้ทุกวัน
	8.3) กรุงเทพฯ- แม่น้ำท่าจีน- กลุ่มศิลปหัตถกรรมบ้านธรรมกุล- วัดพระนอน- วัดแก- หอคอยบรรหาร- แจ่มใส- วัดพระรูป- ตลาดเก้าห้อง- วัดสวนหงษ์	1) สามารถล่องเรือท่องเที่ยวดูวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 2) มีการสาธิต ทำขนมสาเล่ ซึ่งเป็นของฝากประจำจังหวัด	
	8.4) กรุงเทพฯ- หอคอยบรรหาร- แจ่มใส- ตลาดศรีประจันต์- ตลาดสามชุก บึงฉวาก- สวนพีชไร่ดิน- หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย		1) ในหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยรอบการแสดงมีจำกัด 2) นักท่องเที่ยวสามารถไปเยี่ยมชมตลาดได้เฉพาะวันเสาร์ – อาทิตย์

	8.5) กรุงเทพฯ- หอคอยบรรหาร-แจ่มใส- วัดพระนอน- ตลาดสามชุก- บึงฉวาก- หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย	1) มีอาหารโบราณที่ทานได้หายากจำหน่าย เช่น ข้าวห่อใบบัว 2) มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การนวดแผนไทย เรือนโบราณศาสตร์ในเรือนไทยแต่ละหลังที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย	
	9) กรุงเทพฯ- สุพรรณบุรี- อโยธยา	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	9.1) กรุงเทพฯ- หลวงพ่อโตปางป่าเลไลยก์- ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง- วัดพระนอนและอุทยานวังมัจฉา- กลุ่มสตรีแม่บ้านอำเภอเมืองสุพรรณบุรี- ราชานุสาวรีย์ศรีสุริยทัย- หลวงพ่อโตวัดมงคลบพิตร		1) ระยะระหว่างจังหวัดไกลเกินไปไม่เหมาะสมที่จะเดินทางไปเข้า เย็นกลับ
	10) กรุงเทพฯ- อโยธยา- อ่างทอง	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	10.1) กรุงเทพฯ- ตลาดจตุจักรของเรือไทย- ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบ้านบางเสด็จ- หมู่บ้านทำกลอง- ผลิตภัณฑ์ร้านสินค้าชุมชน- ตลาดกลางเกษตร	1) เส้นทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่มีร้านอาหารให้เลือกหลากหลาย	
	11) กรุงเทพฯ- นนทบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	11.1) กรุงเทพฯ- วัดพิบูลเงิน- วัดคงคา- วัดปรางค์หลวง- วัดอัมพวัน- วันราษฎร์ประคองธรรม- วัดเสาชิงหิน- วัดอินทร์- วัดสะแก- วัดสวนแก้ว- ศูนย์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านสวนศิลป์ไทยสบาย		1) ไม่มีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว
	12) กรุงเทพฯ- พระนครศรีอยุธยา	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	12.1) กรุงเทพฯ- ป้อมเพชรวัดพุทธไธศวรชัย- วัดไชยวัฒนาราม-	1) เป็นโปรแกรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทย เพราะ	1) ช่วงเวลาของฝากอาจใช้เวลานาน จึงต้องจัดไว้

	พิพิธภัณฑสถานเรือไทย- Factory Outlet- ร้านน.ว อรัญญิก	สามารถศึกษา ศิลปวัฒนธรรมและยังได้ซื้อ ของฝาก	ท้ายโปรแกรม
	13) กรุงเทพฯ- ลพบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	13.1) กรุงเทพฯ- เขาวงพระจันทร์- กลุ่มอาชีพสตรีตำบลถนนใหญ่- อ. พระพุทธบาท- วัดพระฉาย	1) สถานที่ท่องเที่ยวเขาวง พระจันทร์ เหมาะกับ นักท่องเที่ยวชาวจีน โปรแกรมนี้สามารถซื้อสินค้า OTOP ไปขายได้ด้วย	1) ร้านอาหารบนเส้นทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมนี้นี้ มี ศักยภาพต่ำในการรองรับ นักท่องเที่ยว โปรแกรมนี้จึง เหมาะกับนักท่องเที่ยว FIT
	14) กรุงเทพฯ- สิงห์บุรี- ลพบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	14.1 กรุงเทพฯ- พุทธมณฑลวัน- บ้านหมี่- บ้านกล้วย- บ้านหินปัก- วัดเขาวงกต	1) จุดเด่นของโปรแกรมนี้อยู่ ที่พุทธมณฑลวัน ซึ่งอาจจะ กลายเป็นจุดอ่อนไปได้ถ้า ไม่ใช่ฤดูดอกทานตะวันบาน	1) หมู่บ้านต่างๆในโปรแกรม มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์น้อย และการเดินทางไปยังวัดเขาวง กตค่อนข้างไกล
	15) กรุงเทพฯ- ลพบุรี- สระบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	15.1) กรุงเทพฯ- พระปรางค์สาม ยอด- พระนารายณ์ราชนิเวศน์- ฟาร์มเห็ดขจรวิทย์- บ้านหินสอง ก้อน- โอเอซิสฟาร์ม- ศูนย์อนุรักษ์ พันธุ์ผึ้ง- เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์- ไร่ อ่งุ่น	1) ได้ชมแหล่งท่องเที่ยว หลากหลายครบถ้วนในพื้นที่	
	15.2) กรุงเทพฯ- พุทธมณฑลวัน- อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ- วัด พระพุทธบาท- วัดพระพุทธฉาย- อุทยานแห่งชาติน้ำตกเขาสามหลั่น	1) อุทยานประวัติศาสตร์ศรี เทพเป็นจุดเด่นของโปรแกรมนี้นี้	1)การแวะพุ ทธมณฑลวันก่อนทำให้ เสียเวลาที่จะแวะชมอุทยาน ประวัติศาสตร์ศรีเทพซึ่งเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่น กว่า 2)น้ำตกเขาสาม หลั่นใช้เวลาเดินทางนาน ไม่ เหมาะกับโปรแกรม 1 วัน
	16) กรุงเทพฯ- นครปฐม	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	16.1) กรุงเทพฯ- ตลาดน้ำดอน หวาย- ตลาดน้ำอัมพวา- วัดท่า		1) รายการท่องเที่ยววันน้อย เกินไป

	พุด- วัดไร่ขิง- วัดกลางบางแก้ว		2) วัดกลางบางแก้ว ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นจนไม่เหมาะที่จะไปเที่ยว
	16.2) กรุงเทพฯ- พระปฐมเจดีย์- พระราชวังสนามจันทร์- ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน	1) โปรแกรมมีการจัดนำเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดสมุทรปราการอย่างครบถ้วน	
	16.3) กรุงเทพฯ- โรงพยาบาลหลวงพ่อบึง- วัดปากคลองบางพระหรือวัดหลวงพ่อบึง- ล่องแม่น้ำนครชัยศรี- วัดบางระก้า- สวนสามพราน	1) เป็นโปรแกรมทัวร์สุขภาพเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่สูงอายุ หรือผู้ที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ	
	16.4) กรุงเทพฯ- คลองมหาสวัสดิ์- ตลาดริมแม่น้ำหน้าวัดสุวรรณาราม- สวนกล้วยไม้ผลไม้- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง- พุทธมณฑล	1) เป็นโปรแกรมทัวร์ที่มีการแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย	
	16.5) กรุงเทพฯ- ตลาดน้ำวัดลำพญา- พระประโทนเจดีย์- พระปฐมเจดีย์- พระราชวังสนามจันทร์- สวนสามพราน- หมู่บ้านไทย- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง		1) ราคาค่าเข้าชมมีแพคเกจเหมาะกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
	16.6) กรุงเทพฯ- สวนสามพราน- ล่องเรือชมสวนคลองบางช้าง- คลองจินดา- กลุ่มเกษตรยั่งยืน- คลองจินดา- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง	1) มีความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว	1) ค่าเข้าชมสวนสามพรานมีราคาแพคเกจเหมาะกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
	16.7) กรุงเทพฯ- ตลาดน้ำวัดลำพญา- พระประโทนเจดีย์- พระปฐมเจดีย์- พระราชวังสนามจันทร์- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง- ตลาดดอนหวาย		1) การเที่ยวตลาดน้ำ 2 แห่งจะทำให้เกิดการซ้ำซ้อน 2) จากพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไปตลาดน้ำดอนหวายต้องข้ามถนน และตลาดน้ำดอนหวายต้องเข้าไปจากถนนใหญ่สี่กั๊กพอสสมควร

	16.8) กรุงเทพฯ- ตลาดดอนหวาย- วัดไร่ขิง- ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน- สวนสามพราน- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง	1) โปรแกรมเหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน 1 วัน	
	16.9) กรุงเทพฯ- คลองบางช้าง- วัดพระประโทนเจดีย์- พระราชวังสนามจันทร์- พระปฐมเจดีย์- วัดกลางบางแก้ว- พิพิธภัณฑ์พุทธวิถีนายก- พิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตชาวนาไทย- พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง- ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน		1) มีรายการท่องเที่ยวมากเกินไปสำหรับระยะเวลาการท่องเที่ยว 1 วัน
	16.10) กรุงเทพฯ- วัดสุวรรณราม- คลองมหาสวัสดิ์- มหาวิทยาลัยมหิดล- ศูนย์การศึกษาชนออกโรงเรียนวิทยาลัยในวัง		1) การเข้าเยี่ยมชมมหาวิทยาลัยมหิดลไม่มีจุดสนใจสำหรับการท่องเที่ยว
	16.11) กรุงเทพฯ- วัดพระศรีรัตนศาสดาราม- วัดอรุณราชวราราม- สวนสามพราน- หมู่บ้านไทย	1) โปรแกรมเหมาะสมกับการท่องเที่ยวใน 1 วัน	1) เวล่าน้อยเกินไป อาจทำให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวแต่ละแห่งไม่เต็มที่
	17) กรุงเทพฯ- นครนายก	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	17.1) กรุงเทพฯ- โรงเรียนนายร้อย จปร.- ตลาดผลไม้หนองชะอม- สวนละอองฟ้า 1- สวนบุญสมการเกษตร- ศูนย์ไม้ดอกไม้ประดับ คลอง 15	1) จุดเด่นของโปรแกรมนี้ อยู่ที่โรงเรียนนายร้อยซึ่งจัดกิจกรรมต่างๆ นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว และได้รับวุฒิบัตร รวมทั้งทางโรงเรียนจัดอาหารกลางวันแก่นักท่องเที่ยวด้วย	1) สวนต่างๆ ที่ปรากฏในโปรแกรมมีลักษณะคล้ายคลึงกัน มีสินค้าจำหน่ายคล้ายๆ กัน 2) เส้นทางของโปรแกรมนี้ อยู่บนถนนเลียบคลอง ซึ่งมีเพียงเส้นเดียว ถ้าเกิดอุบัติเหตุ จะทำให้นักท่องเที่ยวเสียเวลาอยู่บนรถนานมาก
	18) กรุงเทพฯ- อุทัยธานี- ชัยนาท	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	18.1) กรุงเทพฯ- วัดจันทาราม-	1) จุดเด่นของโปรแกรมนี้ อยู่	1) ระยะทางของโปรแกรมนี้

	ล่องแม่น้ำเจ้าพระยา- วัดปากคลองมะขามเฒ่า- นั่งกระเช้าชมวิวล่องแม่น้ำเจ้าพระยา- สวอนนกชัยนาท- โรงงานชัยนาทเซรามิค	ที่ การนมัสการหลวงปู่สุขวัดปากคลองมะขามเฒ่า เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่นิยมเครื่องรางของขลัง	ค่อนข้างไกล ทำให้ต้องออกจาก กทม. เข้ามาและนักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาอยู่บนรถนาน อาจไม่สามารถล่องแม่น้ำเจ้าพระยาได้ทัน
	19) กรุงเทพฯ- ชัยนาท- สุพรรณบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	19.1) กรุงเทพฯ- สวอนนกชัยนาท- เขื่อนเจ้าพระยา- กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวา บ้านอ้อย- กลุ่มอุตสาหกรรมชนบท บ้านท่าระบาค- สวอนพีชไร้ดิน	1) เหมาะกับการท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเอง(FIT)	1) ร้านอาหารบนเส้นทางไม่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้
	20) กรุงเทพฯ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	20.1) กรุงเทพฯ- วัดพระศรีรัตนศาสดาราม- พระบรมมหาราชวัง- ทำนํ้าท่าพระจันทร์- สวอนจตุจักร- เขียวราช	1) มีความเหมาะสมทั้งเวลาและสถานที่ นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและมีโอกาสได้ซื้อป๊อปปิ้ง ช็อคของและรับประทานอาหารในย่าน China Town ของไทยด้วย	
โปรแกรม 2 วัน 1 คืน	21) กรุงเทพฯ-สระบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	21.1) กรุงเทพฯ- ฟุ่งทานตะวัน- ไร่ องุ่น- น้ำตกเจ็ดสาวน้อย- น้ำตกดงพญาเย็น- พักค้างคืน- วัดพระพุทธบาท- วัดพระพุทธฉาย	1) จุดเด่นอยู่ที่ฟุ่งทานตะวันและน้ำตก 2) เหมาะกับนักท่องเที่ยวแบบ FIT เพราะสามารถเข้าไปยังน้ำตกดงพญาเย็น ซึ่งมีระยะทางไกลได้ และสามารถใช้เวลาเล่นน้ำตกได้เต็มที่	1) เป็นโปรแกรมที่จัดได้เฉพาะช่วง ดอกทานตะวันบาน หรือช่วงที่ยังมีน้ำตกให้ชม
	21.2) กรุงเทพฯ- วัดพระพุทธบาท- ไร่องุ่น- พักค้างคืน- ฟาร์มโชคชัย- วัดพระพุทธฉาย	1) ที่พักแรมในเส้นทางมีศักยภาพในการรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ และสามารถจัดทำกิจกรรม	1) ในช่วงเทศกาลมักมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

		มากมายบริการแก่นักท่องเที่ยว 2) นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางต่อไปยังลำตะคองเพื่อชมทัศนียภาพ	
	22) กรุงเทพฯ-สระบุรี- ลพบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	22.1) กรุงเทพฯ- อุทยานแห่งชาติพระพุทธฉาย- วัดพระพุทธฉาย- สวนรุกขชาติมวกเหล็ก- น้ำตกมวกเหล็ก- ค่ายเพชรรัตน์- พักที่ค่าย- เชื้อนป่าสัก- พระนารายณ์ราชนิเวศน์- เจ้าพ่อพระกาฬ- พระปรางค์สามยอด	1) มีสวนรุกขชาติมวกเหล็กและพระนารายณ์ราชนิเวศน์เป็นจุดเด่นของโปรแกรมนี้	1)ความสะดวกรถสบายในการพักแรมที่ค่ายเพชรรัตน์มีน้อยกว่าโรงแรม 2) การเที่ยววัดพระพุทธฉายก่อนเข้ามวกเหล็ก ไม่เหมาะสม เนื่องจากวัดพระพุทธฉายไม่ได้อยู่บนเส้นทางเข้ามวกเหล็ก
	23) กรุงเทพฯ- ลพบุรี-สระบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	23.1) กรุงเทพฯ- หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ- ศาลพระกาฬ- พระปรางค์สามยอด- พระนารายณ์ราชนิเวศน์- วัดพระพุทธฉาย	1) จุดเด่นของโปรแกรมนี้อยู่ที่การเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในศูนย์บัญชาการสงครามพิเศษ และสามารถเข้าร่วมทำกิจกรรมในศูนย์ ฯ นักท่องเที่ยวจะได้รับวุฒิบัตร	1) ร้านอาหารและโรงแรมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในจังหวัดลพบุรีมีเพียงแห่งเดียวคือลพบุรีอินน์ ถ้าเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว ที่พัก และร้านอาหารอาจมีไม่เพียงพอ
	24) กรุงเทพฯ-สิงห์บุรี- ลพบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	24.1) กรุงเทพฯ- วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร- วัดพิบูลทอง(วัดหลวงพ่อแพ)- เจ้าพ่อศาลพระกาฬ- พระปรางค์สามยอด- พระนารายณ์ราชนิเวศน์- พักที่ลพบุรี- ทุ่งทานตะวัน ต.โคกตูม หรือ ต.ชอนน้อย- ฟาร์มเห็ดขจรวิทย์ สวนเกษตรโอเอซิส ฟาร์ม- เชื้อนป่าสักชลสิทธิ์- ศูนย์ศิลปาชีพประชาสุขสันต์	1) เป็นการเดินทางไปในทิศทางเดียวกันตลอดไม่ย้อนกลับ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เบื่อตลอดเส้นทาง	1) ร้านอาหารและโรงแรมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในจังหวัดลพบุรีมีเพียงแห่งเดียวคือลพบุรีอินน์ ถ้าเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว ที่พัก และร้านอาหารอาจมีไม่เพียงพอ

	25) กรุงเทพฯ- พระนครศรีอยุธยา- สุพรรณบุรี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	25.1) กรุงเทพฯ- วัดพนัญเชิง- วัดใหญ่ชัยมงคล- วัดสมณโกษฐาราม- วัดสุวรรณดารารามวรวิหาร- วัดกษัตราธิราชวรวิหาร- วัดท่ากาเรือ- วัดท่าเชิง- วิหารพระมงคลบพิตร- วัดหน้าพระเมรุราชิกการามวรวิหาร- พักค้างคืน- หอคอยบรรหาร-แจ่มใส- บึงฉวาก- หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย	1) เป็นการเดินทางไปในทิศทางเดียวกันตลอดไม่ย้อนกลับ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เบื่อตลอดเส้นทาง	1) โรงแรมที่สามารถรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในจังหวัดสุพรรณบุรี มีเพียงโรงแรมเดียว คือโรงแรมคุ้มสุพรรณ 2) โปรแกรมนี้จะเลยการท่องเที่ยวที่เป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมพื้นบ้าน ซึ่งเป็นจุดเด่นของจังหวัดสุพรรณบุรี
โปรแกรม 3 วัน 2 คืน	26) กรุงเทพฯ- อ่างทอง- สิงห์บุรี- อุทัยธานี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	26.1) กรุงเทพฯ- วัดป่าโมกวรวิหาร- วัดราชปักษี- วัดขุนอินทประมูล- วัดพิบูลทอง (วัดหลวงพ่อแพ)- วัดโพธิ์เก้าต้น- พักที่ตัวเมืองสิงห์บุรี- วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร- พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่(วัดสว่างอารมณ์)- เขาสะแกกรัง- วัดธรรมโฆษก- พักที่ตัวเมืองอุทัยธานี- ตลาดเช้าริมน้ำ- วัดโบสถ์มโนรมย์- วัดท่าซุง	1) จุดเด่นของโปรแกรมนี้นี้คือการกินปลาแม่น้ำจังหวัดสิงห์บุรี 2) ถ้าไปในช่วงฤดูกาลตกบาตรเทโว นักท่องเที่ยวจะได้บรรยากาศท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้วย	1) จังหวัดสิงห์บุรีไม่มีโรงแรมที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม 2) ในเส้นทางมีการแวะท่องเที่ยวเฉพาะเขาไปเท่านั้น ซึ่งเป็นระยะทางไกล อาจทำให้นักท่องเที่ยวเหน็ดเหนื่อย อีกทั้งขากลับไม่มีการแวะท่องเที่ยวที่ใดเลย อาจทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเมื่อยล้าในการเดินทางไกลได้
	27) กรุงเทพฯ- ปทุมธานี- อยุธยา	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	27.1) กรุงเทพฯ – องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) – หอศิลป์ปิ่น- พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติ ร.9- พักค้างคืนที่พระนครศรีอยุธยา- อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา- พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสาม	1) โปรแกรมนี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมกับบรรยากาศเมืองหลวงเก่าอย่างเต็มอิม 2) การพักค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้วนั่งรถสามล้อชมเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวได้บรรยากาศ	1) สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาจทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเบื่อ

พระยา- วัดใหญ่ชัยมงคล- วิหาร พระมงคลบพิตร- วัดพนัญเชิง-วัด ไชยวัฒนาราม- พักค้างคืนที่ พระนครศรีอยุธยา- พระราชวังบาง ปะอิน- ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร	เมืองเก่าอย่างแท้จริง 3) จุดเด่นของการท่องเที่ยว อยุธยาอยู่ที่อุทยาน ประวัติศาสตร์	
--	---	--

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของ 16 จังหวัดภาคกลางในการ รองรับนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง เพื่อให้ทราบศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดนั้น เป็นการวิเคราะห์ในภาพรวมของจังหวัด ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่พักแรม และด้านการอุปโภคบริโภค

รายละเอียดการวิเคราะห์ความพร้อมแต่ละด้านของทั้ง 16 จังหวัดมีดังนี้

1. จังหวัดสมุทรสาคร

1.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดสมุทรสาครมีได้ 3 ทาง คือทางรถยนต์ รถไฟ และรถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 4 เส้นทาง ดังนี้

1. จากแยกบางปะแก้ว ไปตามทางหลวงหมายเลข 35 ถนนธนบุรี-ปากท่อ (ถนนพระรามที่ 2) ผ่านที่ทำการเขตบางขุนเทียน ด้านซ้่งน้ำหน้าเอกชัย ถึงสี่แยกมหาชัย ประมาณกิโลเมตรที่ 28 เลี้ยวซ้ายเข้าตัวเมืองสมุทรสาคร ระยะทาง 29 กิโลเมตร

2. จากศูนย์การค้าดาวคะนองไปตามถนนเอกชัย ผ่านสะพานบางขุนเทียน วัดสิงห์ แยกบางบอน โรงเรียนศึกษานารี วัดโพธิ์แจ้ง ตำบลคอกกระบือ ด้านซ้่งน้ำหน้าเอกชัย เเคะชุมชนมหาชัยเข้าสู่ตัวเมืองสมุทรสาคร ระยะทาง 30 กิโลเมตร

3. จากสี่แยกท่าพระไปตามทางหลวงหมายเลข 4 ถนนเพชรเกษมถึงหนองแขมเลี้ยวซ้ายเข้าซอยเพชรเกษม 81 ถึงแยกถนนเอกชัยเลี้ยวขวาไปตามถนนเอกชัยผ่านโรงเรียนศึกษานารี ด้านซ้่งน้ำหน้าเอกชัย เข้าสู่ตัวเมืองสมุทรสาคร ระยะทาง 30 กิโลเมตร

นอกจากนี้ยังสามารถใช้เส้นทางถนนเพชรเกษม เลียบบางแคแล้วเลี้ยวซ้ายเข้าถนนวงแหวนรอบนอกจะไปติดกับถนนเอกชัย วนรถกลับเข้าถนนเอกชัย หรือตรงไปเข้าถนนธนบุรี-ปากท่อก็ได้ หรือจากถนนเพชรเกษมผ่านอ้อมน้อย แยกเข้าถนนเศรษฐกิจ 1 บริเวณกิโลเมตรที่ 25 ผ่านอำเภอกระทุ่มแบน

4. จากสะพานพระปิ่นเกล้า ไปตามถนนบรมราชชนนี ตัดเข้าถนนเพชรเกษมได้ 3 ทาง คือ ถนนพุทธมณฑลสาย 2 พุทธมณฑลสาย 4 และพุทธมณฑลสาย 5 จากนั้นเลือกเข้าตัวเมืองสมุทรสาครได้ 2 ทาง คือ จากพุทธมณฑลสาย 2 ออกถนนเอกชัย เลี้ยวขวาผ่านโรงเรียนศึกษานารี ระยะทางประมาณ 35 กิโลเมตร หรือใช้พุทธมณฑลสาย 4 และพุทธมณฑลสาย 5 เข้าถนนเศรษฐกิจ 1 ที่แยกอ้อมน้อย ผ่านอำเภอกระทุ่มแบนระยะทางประมาณ 50 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถนนวงแหวนรอบนอก ซึ่งตัดผ่านถนนเอกชัยและถนนธนบุรี-ปากท่อ

ทางรถไฟ

การรถไฟมีบริการรถไฟออกจากสถานีวงเวียนใหญ่ทุกวันๆ ละหลายเที่ยว ตั้งแต่เวลา 05.30-20.10 น. ไปสุดปลายทางสถานีรถไฟมหาชัยหรือข้ามเรือไปฝั่งสถานีรถไฟบ้านแหลมก็จะสามารถนั่งรถไฟต่อไปถึงสถานีรถไฟแม่กลองจังหวัดสมุทรสงคราม

ทางรถโดยสารประจำทาง

บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการเดินรถโดยสารประจำทางไปจังหวัดสมุทรสาครทุกวัน ตั้งแต่เวลา 04.20-21.00 น.

1.2. ด้านสถานที่พักผ่อน

สถานที่พักผ่อนมีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ ได้แก่ โรงแรม/โฮมสเตย์ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์

สำหรับข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น ปรากฏว่ายังไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหน่วยงานใดเคยเก็บสถิติไว้

1.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร มีทั้งร้านอาหารไทย จีนและฝรั่ง โดยเฉพาะร้านอาหารไทย จะมีร้านอาหารทะเลหลายร้านที่มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพความสดและความอร่อยของอาหาร

สำหรับร้านขายของฝักนั้น มีหลายประเภท อาทิเช่น ร้านจำหน่ายอาหารทะเลสด ได้แก่ กุ้ง หอย ปู ปลา ปลาหมึก กุ้ง นอกจากนี้ยังมีอาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ กะปิ กุ้งแห้ง หอยพื้มแห้ง ปลา

เค็ม น้ำปลา ข้าวเกรียบกุ้ง ปลาหมอต๋อดเดียว และปลาสด ซึ่งศูนย์กลางการจำหน่ายอาหารสดและอาหารแปรรูป แหล่งใหญ่ที่สุดของจังหวัด อยู่ที่ตลาดมหาชัย

ส่วนร้านจำหน่ายของฝากอื่นๆ อาทิเช่น ร้านจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับและผลไม้ ซึ่งมีหลากหลายประเภท ได้แก่ พันธุ์กล้วยไม้ทั้งสกุลหวายและสกุลแคทลียา ผลไม้ ได้แก่ ส้มโอ ส้มเขียวหวาน ชมพู่มะม่วง พุทรา ฝรั่ง ละมุด กล้วยหอม องุ่น มะขามเทศมัน มะขามหวาน มะละกอ มะนาว มะพร้าว น้ำหอม น้ำตาล และลำไยพันธุ์เพชรสาครและลำไยทะวาย

นอกจากนี้ยังมีร้านขายของที่ระลึก อาทิเช่น ร้านขายเครื่องถ้วยชาม ทั้งเซรามิค และเบญจรงค์ เครื่องทองเหลือง และเครื่องใช้ในครัวเรือน

2. จังหวัดสมุทรปราการ

2.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดสมุทรปราการมีได้ 2 ทาง คือทางรถยนต์ และ รถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยใช้เส้นทางถนนสุขุมวิท (สายเก่า) และเส้นทางหลวงหมายเลข 303 ระยะทางประมาณ 29 กิโลเมตร เพื่อเข้าสู่ตัวเมืองจังหวัดสมุทรปราการ หรือใช้ทางพิเศษบูรพาวิถี

ทางรถโดยสารประจำทาง

บริษัทขนส่งมวลชน จำกัด เปิดบริการเดินรถ กรุงเทพฯ-สมุทรปราการ โดยมีรถออกจากสถานีขนส่งหมอชิต สถานีขนส่งสายใต้ใหม่ และท่าช้าง ทุกวัน ตั้งแต่ 4.30 น.-22.30 น.

2.2. ด้านสถานที่พักผ่อน

สถานที่พักผ่อนมีทั้งหมด 2 รูปแบบ คือ โรงแรม/ เกสต์เฮาส์/ บังกะโล/ รีสอร์ท และบ้านญาติ/ เพื่อน จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย 6 เดือนแรกของปี 2549 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/ เกสต์เฮาส์/ บังกะโล/ รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85 และบ้านญาติ / เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15

จำนวนสถานที่พักผ่อนที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/ เกสต์เฮาส์/ บังกะโล/ รีสอร์ท มีทั้งหมด 14 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 1,033 กระจายอยู่ตาม อ. เมือง อ. พระประแดง อ. พระสมุทรเจดีย์ และ อ. บางพลี โดยสถานที่พักผ่อนส่วนใหญ่มีอัตราค่าห้องพัก มากกว่า 2,800 บาทต่อวัน ซึ่งมีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวประมาณ ร้อยละ 41.20

2.3. ด้านอุปโภคบริโภค

จังหวัดสมุทรปราการ มีร้านอาหารกระจายอยู่ตามอำเภอต่าง ๆ ดังนี้ อำเภอเมือง มีร้านอาหาร 9 ร้าน อำเภอพระประแดง มีร้านอาหาร 2 ร้าน อำเภอพระสมุทรเจดีย์ มีร้านอาหาร 5 ร้าน อำเภอบางพลี มีร้านอาหาร 2 ร้าน โดยร้านอาหารดังกล่าวนี้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารไทยที่เน้นเมนูอาหารทะเล

นอกจากนี้ จังหวัดสมุทรปราการยังมีร้านจำหน่ายของที่ระลึกอยู่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ เป็นร้านหมู่บ้านประมง ซึ่งเป็นแหล่งผลิตกุ้งเหยียด หนึ่งในสินค้าอาหารขึ้นชื่อของจังหวัด

3. จังหวัดสมุทรสงคราม

3.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดสมุทรสงครามมีได้ 3 ทาง คือทางรถยนต์ รถโดยสารประจำทาง และ รถไฟ

ทางรถยนต์

ไปตามทางหลวงหมายเลข 35 ถนนสายธนบุรี-ปากท่อ (พระราม 2) ผ่านสี่แยกมหาชัย-นาเกลือ ประมาณหลักกิโลเมตรที่ 63 จะมีทางแยกต่างระดับ เข้าตัวเมืองสมุทรสงคราม หรือใช้ทางพิเศษเฉลิมมหานคร

ทางรถไฟ

จากสถานีรถไฟวงเวียนใหญ่ มีรถไฟสายวงเวียนใหญ่-มหาชัย ออกทุกวัน ลงรถไฟที่สถานีรถไฟมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ข้ามเรือจากท่ามหาชัยไปฝั่งท่าฉลอม เพื่อต่อรถไฟที่สถานีรถไฟบ้านแหลมไปยังจังหวัดสมุทรสงคราม หรือจะลงรถไฟที่สถานีรถไฟมหาชัย แล้วต่อรถโดยสารประจำทางไปจังหวัดสมุทรสงคราม

ทางรถโดยสารประจำทาง

บริษัท ขนส่ง จำกัด เปิดบริการเดินรถกรุงเทพฯ-สมุทรสงคราม โดยมีรถจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี ทุกวัน ตั้งแต่เวลา 05.40 - 21.00 น.

3.2. ด้านสถานที่พักผ่อน

สถานที่พักผ่อนมีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ ได้แก่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท/โฮม

สเตย์ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์

สำหรับข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น ปรากฏว่ายังไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหน่วยงานใดเคยเก็บสถิติไว้

3.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารในจังหวัดสมุทรสงคราม มีทั้งอาหารไทย จีนและฝรั่ง โดยเฉพาะร้านอาหารไทย จะมีร้านอาหารทะเลหลายร้านที่มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพความสดและความอร่อยของอาหาร

สำหรับร้านขายของฝากนั้น มีหลายประเภท อาทิเช่น ร้านจำหน่ายอาหารทะเลสด ได้แก่ กุ้ง หอย ปู ปลา ปลาหมึก กุ้ง โดยเฉพาะปลาทุ้มเกล็ดจะมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วประเทศ ในรูปของปลา ทุ้มแห้งเล็ก หน้างอ คอพับ เนื้อมัน หอมมีรสชาติโดดเด่นในด้านความอร่อย

นอกจากนี้ยังมีอาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ กะปิ กุ้งแห้ง หอยพิมแห้ง ปลาเค็ม น้ำปลา ข้าว เกรียบกุ้ง ปลาหมึกแดดเดียว และปลาสด โดยเฉพาะกะปิคลองโคน ซึ่งทำจากเคยตาดำ จะมีชื่อเสียงในด้านรสชาติอร่อย หอม มัน มีแหล่งจำหน่ายที่บ้านคลองช่อง ตำบลคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

นอกจากนี้ยังมีร้านขายของที่ระลึก อาทิเช่น ร้านขายผ้าไหม เครื่องเงิน ร้านขายเครื่องถ้วยชาม ทั้งเซรามิค และเบญจรงค์ เครื่องทองเหลือง และเครื่องใช้ในครัวเรือน

4. จังหวัดสระบุรี

4.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดสระบุรีมีได้ 3 ทาง คือทางรถยนต์ รถไฟ และ รถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน ถึงแยกวงแหวนต่างระดับอำเภอ บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้แยกขวาเข้าถนนมิตรภาพไปอีกประมาณ 60 กิโลเมตร จะถึงตัวเมืองจังหวัดสระบุรี หรือใช้ทางพิเศษอุดรรัถยา

ทางรถไฟ

มีบริการเดินรถไฟจากสถานีรถไฟหัวลำโพงไปจังหวัดสระบุรีทุกวัน วันละหลายขบวน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง และบางขบวนยังสามารถแวะลงได้ที่สถานีแก่งคอย และสถานี มวกเหล็กได้ด้วย

ทางรถโดยสารประจำทาง

จากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารประจำทางทั้งรถธรรมดา และรถปรับอากาศของ บริษัท ขนส่ง จำกัด ออกจากสถานีขนส่งสายเหนือ (หมอชิต 2) ถนนกำแพงเพชร 2 วันละหลายเที่ยว

4.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติ บ้านพักรับรองของทางราชการ และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และอพาร์ทเมนต์ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.97 รองลงมาคือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 23.64 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.54 ที่พักในอุทยานแห่งชาติ คิดเป็นร้อยละ 0.52 และบ้านพักรับรองของราชการ คิดเป็นร้อยละ 0.33

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 44 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 1,600 ห้อง กระจายอยู่ตาม อ.เมือง อ.แก่งคอย อ.วังม่วง อ.มวกเหล็ก และ อ.พระพุทธบาท ซึ่งสถานที่พักแรมสามารถแบ่งตามระดับราคาได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 500-999 บาทต่อคืน และ กลุ่มที่ 2 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน โดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในสถานที่พักแรม กลุ่มที่ 1 คือ ร้อยละ 74.49 และกลุ่มที่ 2 คือ ร้อยละ 54.15

4.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหาร ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสระบุรี ส่วนใหญ่จะอยู่ในอำเภอมวกเหล็ก ซึ่งเป็นร้านอาหารขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บริเวณริมถนนมิตรภาพ มีบริเวณที่จอดรถขนาดใหญ่พร้อมรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม อาหารขึ้นชื่อ ได้แก่ ปลาเผา สเต็ก ไส้กรอกหมู ไวน์แดง ไส้กรอกไวน์ขาว พริกไทยอ่อน ขาหมูทอดเยอรมัน ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ร้านเทพประทานสเต็กแฮร์รี่ ไซค์ชัยสเติร์เฮาส์ แดรี่โฮม เป็นต้น ส่วนร้านอาหารในตัวจังหวัด มักจะเป็นร้านอาหารขนาดเล็ก ขายอาหารตามสั่ง ไม่มีอาหารรายการเด่น เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหารในอำเภอมวกเหล็ก ดังนั้น นักท่องเที่ยว จึงมักจะผ่านเลยตัวจังหวัดไปโดยไม่แวะ

สำหรับของที่ระลึกและของฝาก ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสระบุรีได้แก่กะหรี่ปั๊ป เนื้อเค็ม เนื้อหวาน หมูเส้น กุนเชียงสมุนไพร นมสด น้ำองุ่น ฝรั่งไร้เมล็ด ไวน์ ถั่วกระจก หมวกควาบอย ยางพารา และเมล็ดทานตะวันอบ หาชื้อได้บริเวณริมถนนมิตรภาพ บริเวณอำเภอมวกเหล็ก นอกจากนั้นยังมี

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง เช่นผ้าตีนจก ผ้าไหม ผ้ามัดหมี่ ของชาวไทยยวน หาซื้อได้ที่ตำบลต้นตาล ตำบลท่าช้าง อำเภอเสนาห์ อำเภอแก่งคอย ตำบลหนองแค อำเภอพระพุทธบาท และผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน เช่นตะกร้าไม้ไผ่ ชะลอม เครื่องจักสานชนิดต่างๆ เสื่อกก หาซื้อได้ที่ ตำบลพุกวาง อำเภอพระพุทธบาท อำเภอบ้านหมอ อำเภอวิหารแดง อำเภอแก่งคอย และอำเภอดอนพุด

5.จังหวัดสิงห์บุรี

5.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดสิงห์บุรี มีได้ 2 ทาง คือทางรถยนต์ และรถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 2 เส้นทาง ดังนี้

1. ไปตามทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน พอถึงกิโลเมตรที่ 52 ให้แยกเข้าทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32 ถนนสายเอเชีย ผ่านอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 309 ผ่านจังหวัดอ่างทองไปจนถึงตัวเมืองจังหวัดสิงห์บุรี ระยะทางประมาณ 135 กิโลเมตร

2. ไปตามทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน ผ่านอำเภอมั่นขวัญใจ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผ่านไปอำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี ผ่านจังหวัดลพบุรี และจากจังหวัดลพบุรี ใช้ทางหลวงหมายเลข 311 อำเภอท่าเรือ เข้าสู่จังหวัดสิงห์บุรี ระยะทางประมาณ 179 กิโลเมตร

ทางรถโดยสารประจำทาง

บริษัท ขนส่ง จำกัด ถนนกำแพงเพชร 2 มีรถโดยสารประจำทางทั้งรถธรรมดา และรถโดยสารปรับอากาศ และยังมีรถโดยสารประจำทางของบริษัทเอกชน เปิดบริการทุกวัน

5.2. ด้านสถานที่พักผ่อน

สถานที่พักผ่อนมีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.39 รองลงมาคือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 44.81 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.80

จำนวนสถานที่พักผ่อนที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 13 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 300 ห้อง กระจายอยู่ตาม อ.เมือง อ.ค่ายบางระจัน และ

อ.พรหมบุรี ซึ่งสถานที่พักแรมทั้ง 13 แห่งนี้ มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน โดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว คือ ร้อยละ 48.14

5.3. ด้านอุปโภคบริโภค

จังหวัดสิงห์บุรี มีร้านอาหารอยู่หลายประเภท ได้แก่ ร้านอาหารประเภทอาหารไทย 9 ร้าน โดยเป็นร้านที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง 4 ร้าน อำเภอพรหมบุรี 4 ร้าน และอำเภอบางระจัน 1 ร้าน ร้านอาหารประเภทอาหารไทย-จีน-ยุโรป จำนวน 1 ร้าน ร้านอาหารประเภทอาหารไทย-จีน 1 ร้าน ร้านอาหารประเภทอาหารพื้นเมือง 1 ร้าน ซึ่งร้านอาหารทั้ง 3 ประเภทหลังนี้ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองทั้งหมด นอกจากนี้ จังหวัดสิงห์บุรี ยังมีร้านขายของฝากและของที่ระลึกอยู่อีก 10 ร้าน ซึ่งสินค้าประจำจังหวัดที่มีชื่อเสียง อาทิเช่น แคกปลาช่อน ขนมเปี๊ยะอินทร์บุรี ปลาช่อนแม่ลา หมูทุบ ขนมตาล กะทิสด เป็นต้น

6. จังหวัดสุพรรณบุรี

6.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดสุพรรณบุรีมีได้ 3 ทาง คือทางรถยนต์ รถไฟ และรถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 6 เส้นทาง ดังนี้

1. จากกรุงเทพฯ ผ่านอำเภอบางบัวทอง ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี หรือจากกรุงเทพฯ ผ่านนนทบุรี อำเภอบางบัวทอง ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี
2. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดปทุมธานี อำเภอลาดหลุมแก้ว ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 115 กิโลเมตร
3. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 132 กิโลเมตร
4. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดสิงห์บุรี อำเภอเดิมบางนางบวช ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 228 กิโลเมตร
5. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดอ่างทอง ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 150 กิโลเมตร
6. จากกรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดนครปฐม อำเภอกำแพงแสน ไปจนถึงตัวจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 164 กิโลเมตร หรือใช้ทางพิเศษอุดรรัถยา (ทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ด)

ทางรถไฟ

การรถไฟแห่งประเทศไทย มีขบวนรถไฟออกจากสถานีรถไฟหัวลำโพงไปสถานีรถไฟจังหวัดสุพรรณบุรีทุกวัน วันละ 1 เที่ยว จากกรุงเทพฯ เวลา 16.40 น. ถึงสุพรรณบุรี 19.40 น. และเที่ยวกลับจากสุพรรณบุรี เวลา 05.00 น. ถึงกรุงเทพฯ 08.20 น.

ทางรถโดยสารประจำทาง

บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการรถโดยสารประจำทางออกจาก สถานีขนส่งหมอชิต ถนนกำแพงเพชร 2 ไปจังหวัดสุพรรณบุรีทุกวัน ทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศ และมีรถออกจาก สถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที ออกจากสุพรรณบุรี เที่ยวแรก 04.30 น. เที่ยวสุดท้าย 18.00 น.

6.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ ได้แก่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท/โฮมสเตย์ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์

สำหรับข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น ปรากฏว่ายังไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหน่วยงานใดเคยเก็บสถิติไว้

6.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารในจังหวัดสุพรรณบุรี มีทั้งอาหารไทย จีนและฝรั่ง ซึ่งมีมาตรฐานและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้

สำหรับร้านขายของฝากนั้น มีหลายประเภท อาทิเช่น ร้านจำหน่ายขนมของฝาก ได้แก่ ขนมสาลี่สุพรรณ ซึ่งมีเนื้อเบานุ่ม รสชาติกลมกล่อม และขนมไทยหม้อแกง ขนมชั้น และรุ่นกะทิ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีร้านจำหน่ายของฝากอื่นๆ ได้แก่ แห้วกระป๋อง หน่อไม้กระป๋อง เห็ดโคน เป็ดย่างน้ำผึ้ง ปลาหมึก ไก่อบฟาง ปลาแดดเดียว เนื้อปลาแดดเดียว ข้าวกลิ้งมะลิและเครื่องต้มสมุนไพรซึ่งมีจำหน่ายตามท้องตลาดและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัด

ส่วนร้านขายของที่ระลึก มีหลายประเภท อาทิเช่น ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวบ้าน ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน และผ้าทอพื้นเมือง เป็นต้น

7. จังหวัดอ่างทอง

7.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดอ่างทองมีได้ 2 ทาง คือทางรถยนต์ และรถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 3 เส้นทาง ดังนี้

1. ใช้เส้นทางสายพหลโยธิน ทางหลวงหมายเลข 32 จากกรุงเทพฯ แยกเข้าเส้นทางสายเอเชีย ผ่านอำเภอบางปะอิน-พระนครศรีอยุธยา-อำเภอบางปะหัน-อ่างทอง รวมระยะทาง 105 กิโลเมตร
2. ใช้เส้นทางตัดใหม่ ข้ามสะพานพระปิ่นเกล้า - ตลิ่งชัน เข้าเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 340 ผ่านจังหวัดนนทบุรี-ปทุมธานี-พระนครศรีอยุธยา-สุพรรณบุรี-อ่างทอง รวมระยะทางประมาณ 150 กิโลเมตร
3. ใช้เส้นทางกรุงเทพฯ-ปทุมธานี ผ่านปากเกร็ด เข้าทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3111 ผ่านอำเภอบางไทร-อำเภอสนา-พระนครศรีอยุธยา จากนั้นใช้เส้นทางหมายเลข 3263 และต่อเข้าทางหลวงหมายเลข 309 เข้าอำเภอบางบาล-อ่างทอง รวมระยะทาง 140 กิโลเมตร หรือใช้ทางพิเศษอุดรรัถยา (ทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ด)

ทางรถโดยสารประจำทาง

บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการรถโดยสารประจำทางระหว่างกรุงเทพฯ-อ่างทอง ทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศ ทุกวัน สามารถขึ้นรถได้ที่สถานีขนส่งสายเหนือ ถนนกำแพงเพชร 2

7.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และโฮมสเตย์ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.66 และบ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 11.34

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 14 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 700 ห้อง กระจายอยู่ตาม อ.เมือง อ.วิเศษชัยชาญ อ.ป่าโมก และ อ.ไชโย ซึ่งสถานที่พักแรมทั้ง 14 แห่งนี้ มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน โดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว คือ ร้อยละ 54.70

7.3. ด้านอุปโภคบริโภค

จังหวัดอ่างทองมีร้านอาหารที่มีชื่อเสียง และมีคุณภาพดีอยู่หลายร้าน หากแบ่งตามเขตอำเภอ จะมีอยู่ในอำเภอเมือง 7 ร้าน อำเภอป่าโมก อำเภอวิเศษชัยชาญ อำเภอแสวงหา และอำเภอโพธิ์ทอง อีกอำเภอละ 2 ร้าน ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางแวะพักไปยังอำเภอต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถเข้าใช้บริการร้านอาหารเหล่านี้ได้โดยสะดวก ส่วนการซื้อของฝากของที่ระลึกประจำจังหวัดนั้น สำหรับจังหวัดอ่างทองมีของฝากของที่ระลึกหลายอย่าง อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปต่าง ๆ ได้แก่ เนื้อทุบ ไข่เค็ม อำเภอไชโย ปลาแห้งเสียบไม้รมควัน ปลาดุกแห้ง ปลากรอบ สินค้าหัตถกรรม ได้แก่ เครื่องจักสาน บ้านเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง กลองและตุ๊กตาชาววัง อำเภอป่าโมก เครื่องเรือนจำลองขนมหวาน ได้แก่ ขนมกงจากอำเภอเมือง ซึ่งเป็นขนมโบราณที่หารับประทานได้ยาก เช่นเดียวกับขนมเกสรลำเจียก จากอำเภอวิเศษชัยชาญ

8. จังหวัดอุทัยธานี

8.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดอุทัยธานี มีได้ 3 ทาง คือทางรถยนต์ รถไฟและรถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 3 เส้นทาง ดังนี้

1. จากถนนพหลโยธินผ่านจังหวัดสระบุรี อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ และอำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาลงแพขนานยนต์ที่อำเภอมโนรมย์ ผ่านวัดท่าซุง (วัดจันทาราม) ศาลากลางจังหวัด เข้าตลาดอุทัยธานี รวมระยะทางประมาณ 305 กิโลเมตร
2. จากทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท และแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 333 ตรงทางแยกทำน้ำอ้อยบริเวณหลักกิโลเมตรที่ 206 ข้ามสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา ระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร ผ่านหน้าโรงพยาบาลเลี้ยวซ้ายเข้าตลาดอุทัยธานี รวมเป็นระยะทางประมาณ 222 กิโลเมตร
3. เริ่มต้นจากถนนสาย 32 เช่นกัน เมื่อถึงประมาณกิโลเมตรที่ 30 (อยู่ในเขตจังหวัดอยุธยา) เลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 334 และจากนั้นเข้าทางหลวงหมายเลข 309 ไปตามเส้นทาง ข้ามสะพานจังหวัดอ่างทอง จากนั้นมาตามถนนสาย 311 ผ่านจังหวัดสิงห์บุรี ผ่านจังหวัดชัยนาทที่อำเภอสรรพยา จากนั้นเลี้ยวเข้าเส้นทางหมายเลข 3183 เข้าจังหวัดอุทัยธานี รวมเป็นระยะทางประมาณ 283 กิโลเมตร

ทางรถไฟ

โดยสารรถไฟไปลงที่สถานีนครสวรรค์ แล้วต่อรถประจำทางมายังอุทัยธานีอีกประมาณ 50 กิโลเมตร

ทางรถโดยสารประจำทาง

บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการเดินรถระหว่างกรุงเทพฯ-อุทัยธานีทุกวัน จากสถานีขนส่งหมอชิต 2 กิโลเมตร 11 ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง ทั้งรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศตั้งแต่เวลา 04.30 - 17.50 น.

8.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติ บ้านพักรับรองของทางราชการ และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.83 รองลงมาคือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.33 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.46 ที่พักในอุทยานแห่งชาติ คิดเป็นร้อยละ 2.36 และบ้านพักรับรองของราชการ คิดเป็นร้อยละ 1.02

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 13 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 1,000 ห้อง ตั้งอยู่ใน อ.เมือง และ อ.บ้านไร่ ซึ่งสถานที่พักแรมทั้ง 13 แห่งนี้ มีอัตราค่าห้องพัก 500-999 บาทต่อคืนโดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว คือ ร้อยละ 17.23

8.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารในจังหวัดอุทัยธานีที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพดีมีอยู่หลายร้าน เช่น ร้านเรือนแพ ประมง ร้านครัวสะแกกรังซึ่งทั้งสองร้าน เป็นร้านอาหารตามสั่งริมแม่น้ำสะแกกรัง มีให้บริการปลาแม่น้ำขึ้นชื่อของจังหวัดอุทัยธานี คือปลาแรด นอกจากร้านอาหารนับสิบร้าน ในจังหวัดอุทัยธานี ยังมีร้านขายสินค้าของฝากและสินค้าที่ระลึกที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุทัยธานี อาทิเช่น ผลไม้แช่อิ่มของร้านตั้งห้วยฮั่ว ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าทอมือจากกลุ่มแม่บ้านหมู่บ้านต่าง ๆ เช่น แม่บ้านเกษตรกร ผาทั่ง บ้านศรีนิน บ้านทัพคล้าย บ้านทัพหลวง เป็นต้น

9. จังหวัดนนทบุรี

9.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดนนทบุรีมีได้ 3 ทาง คือทางรถยนต์
รถโดยสารประจำทาง และ เรือ

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 11 เส้นทาง ดังนี้

1. ถนนพหลุสงคราม ระหว่างเชิงสะพานพระรามหก - สี่แยกโรงพยาบาลนครินทร์ศรีพรสวรรค์
2. ถนนประชากรราษฎร์ สาย 1 ระหว่างศาลากลางจังหวัด - สี่แยกโรงพยาบาลนครินทร์ศรีพรสวรรค์
3. ถนนติวานนท์ ระหว่างสามแยกวัดลานนาบุญ-ท่าน้ำปทุมธานี
4. ถนนงามวงศ์วาน ระหว่างสี่แยกแคคล้าย-สี่แยกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
5. ถนนนนทบุรี 1 ระหว่างศาลากลางจังหวัด-ถนนติวานนท์
6. ถนนแจ้งวัฒนะ ระหว่างสี่แยกปากเกร็ด-สี่แยกหลักสี่
7. ถนนบางกรวย-ไทรน้อย ระหว่างสะพานพระรามหก-อำเภอไทรน้อย
8. ถนนบางบัวทอง-ตลิ่งชัน ระหว่างแยกบางบัวทอง-ตลิ่งชัน
9. ถนนบางบัวทอง-สุพรรณบุรี ระหว่างแยกบางบัวทอง-สุพรรณบุรี
10. ถนนกรุงเทพฯ-นนทบุรี ระหว่างสามแยกเตาปูน-สามแยกวัดลานนาบุญ
11. ถนนรัตนวิเชียร์ ระหว่างสี่แยกแคคล้าย-สะพานพระราม 5 -ถนนบางบัวทอง-ตลิ่งชัน

ทางรถโดยสารประจำทาง

นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยใช้รถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชน
กรุงเทพฯ (ขสมก.) ได้ 21 สาย ดังนี้

- | | |
|--|---|
| สาย 27 (อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ-ประชานิเวศน์ 3) | สาย 30 (สายใต้ใหม่-นนทบุรี) |
| สาย 32 (วัดโพธิ์-ปากเกร็ด) | สาย 33 (สนามหลวง-ปทุมธานี) |
| สาย 51 (ท่าน้ำบางโพ-ปากเกร็ด) | สาย 52 (สถานีรถไฟบางซื่อ-ปากเกร็ด) |
| สาย 63 (อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ-นนทบุรี) | สาย 64 (สนามหลวง-ถนนสามเสน-นนทบุรี) |
| สาย 65 (ท่าเตียน-วัดปากน้ำ) | สาย 66 (สายใต้ใหม่-ประชานิเวศน์) |
| สาย 69 (อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ-สนามบิณน้ำ) | สาย 70 (สนามหลวง-ประชานิเวศน์) |
| สาย 90 (ย่านสินค้ำพลโยธิน-ท่าน้ำบางขุน) | สาย 97 (โรงพยาบาลสงฆ์-นนทบุรี) |
| สาย 104 (อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ-ปากเกร็ด) | สาย 114 (แยกลำลูกกา-นนทบุรี) |
| สาย 117 (ห้วยขวาง-วัดเขมาฯ) | สาย 127 (เชิงสะพานกรุงธนฯ-อ.บางบัวทอง) |
| สาย 128 (เชิงสะพานกรุงธนฯ-บางใหญ่) | สาย 134 (ย่านสินค้ำพลโยธิน-อ.บางบัวทอง) |

สาย 203 (สนามหลวง-นนทบุรี)

ทางเรือ

เรือด่วนเจ้าพระยาบริการระหว่างเส้นทางจากท่าหน้าวัดราชสิงขร เขตยานนาวาถึงท่าหน้านนทบุรี (ฝั่งพระนคร) อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ทุกวัน ระหว่างเวลา 06.00 - 18.00 น. เรือออกทุก 20 นาที

9.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 4 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน/โฮมสเตย์ และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.38 รองลงมาคือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 9.99 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.63

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 20 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 1,700 ห้อง กระจายอยู่ตาม อ.เมือง อ.ปากเกร็ด อ.บางใหญ่ และอ.บางกรวย โดยสถานที่พักแรมส่วนใหญ่มีอัตราค่าห้องพัก มากกว่า 2,800 บาทต่อวัน ซึ่งมีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวประมาณ 58.86%

9.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารในจังหวัดนนทบุรี มีทั้งอาหารไทย จีน ฝรั่ง ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางกรวย และอำเภอบางบัวทอง

นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองพระอุดม ซึ่งตั้งอยู่ในอำเภopakเกร็ด ที่นี้จะมีการจำหน่ายกล้วยตากแผ่น กล้วยทอด มะขามแก้ว แห้วพุดสมุนไพร นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวยังสามารถซื้อสินค้าประดิษฐ์จากมะพร้าวทุย ซึ่งเป็นมะพร้าวทุยนำมาแกะสลักเป็นรูปต่าง ๆ ได้ที่แหล่งผลิตงานประดิษฐ์จากมะพร้าวทุย อำเภอบางบัวทอง

10. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

10.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีได้ 4 ทาง คือทางรถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง และ เรือ

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 3 เส้นทาง ดังนี้

1. ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) ผ่านประตูน้ำพระอินทร์ แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 32 เลี้ยวซ้ายไปตามทางหลวงหมายเลข 309 เข้าสู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ใช้ทางหลวงหมายเลข 304 (ถนนแจ้งวัฒนะ) หรือทางหลวงหมายเลข 302 (ถนนงามวงศ์วาน) เลี้ยวขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 306 (ถนนติวานนท์) แล้วข้ามสะพานนนทบุรีหรือสะพานพลจิว ไปยังจังหวัดปทุมธานีต่อด้วยเส้นทาง ปทุมธานี-สามโคก-เสนา (ทางหลวงหมายเลข 3111) เลี้ยวแยกขวาที่อำเภอเสนา เข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 3263 เข้าสู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ใช้เส้นทางกรุงเทพฯ-นนทบุรี-ปทุมธานี ทางหลวงหมายเลข 306 ถึงทางแยกสะพานปทุมธานี เลี้ยวเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 347 แล้วไปแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 3309 ผ่านศูนย์ศิลปาชีพบางไทร อำเภอบางปะอิน เข้าสู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทางรถไฟ

การเดินทางไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยาสามารถใช้บริการรถไฟโดยสารที่มีปลายทางสู่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งมีบริการทุกวัน ขบวนรถไฟจะผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในเขตอำเภอบางปะอิน อำเภอพระนครศรีอยุธยา และอำเภอกาฬิ แล้วรถไฟจะแยกไปภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สถานีชุมทางบ้านภาชี

นอกจากนี้การรถไฟฯ ยังจัดขบวนรถจักรไอน้ำเดินทางระหว่างกรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา ในโอกาสพิเศษ ปีละ 3 ขบวน คือ วันที่ 26 มีนาคม (วันสถาปนากการรถไฟฯและเป็นวันที่ระลึกถึงการเปิดทางรถไฟสายแรกวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ-นครราชสีมา ในปี พ.ศ. 2433) วันที่ 23 ตุลาคม (วันปิยมหาราช เพื่อรำลึกถึงพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ผู้ทรงให้กำเนิดกิจการรถไฟไทย) และวันที่ 5 ธันวาคม (วันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช)

ทางรถโดยสารประจำทาง

บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกวัน วันละหลายเที่ยว โดยออกจากสถานีขนส่งหมอชิต ถนนกำแพงเพชร 2 รถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 กรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา และรถโดยสารปรับอากาศชั้น 2 กรุงเทพฯ-ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร-พระนครศรีอยุธยา

ทางเรือ

บริการเรือนำเที่ยวจากกรุงเทพฯไปพระนครศรีอยุธยามีดังนี้

1. เรือมโนราห์ 2 ออกจากท่าโรงแรมแมริออท รีสอร์ท แอนด์สปา ใช้เวลา 3 วัน 2 คืน และเที่ยวชมตั้งแต่กรุงเทพฯ วัดอรุณฯ พิพิธภัณฑสถานเรือ ผ่านเกาะเกร็ด นนทบุรี วัดปทุมคงคา และวัดต่างๆ ในพระนครศรีอยุธยา บางปะอิน
2. เรือมิตรเจ้าพระยา เรือออกจากท่าช่วงเวลา 08.00 น. ทุกวันอาทิตย์ และศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร บางปะอิน ขากลับแวะวัดเฉลิมพระเกียรติ และกลับถึงกรุงเทพฯ เวลา 18.00 น.
3. เรือเมฆขลา มีบริการนำเที่ยวสู่พระราชวังบางปะอินและจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบบ 2 วัน 1 คืน พร้อมอาหารและเครื่องดื่ม โดยเรือจะออกจากท่าโรงแรมแม่น้ำ เวลา 14.30 น. และเดินทางกลับโดยรถยนต์
4. เรือริเวอร์ชันทัวร์ บริการเรือนำเที่ยวไปเช้า-เย็นกลับ พร้อมอาหาร สู่พระราชวังบางปะอินและนำเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เช่น วัดมหาธาตุ วัดโลกยสุธาราม รถออกจากศูนย์การค้าริเวอร์ซิตี้ เวลา 08.00 น. และเดินทางกลับโดยทางเรือเวลา 16.30 น.
5. เรือสโรว์ชันทัวร์ มีบริการเรือนำเที่ยวทุกวัน สู่พระราชวังบางปะอิน นำเที่ยวพระนครศรีอยุธยา เช่น วัดใหญ่ชัยมงคล วัดมหาธาตุ วัดพระศรีสรรเพชญ์ พร้อมอาหาร รถออกจากลานจอดรถใกล้โรงแรมแชนกรีล่าเวลา 08.00 น. เดินทางกลับโดยทางเรือ
6. เวลด์ทราเวล เซอร์วิส จัดรายการนำเที่ยวสู่พระราชวังบางปะอินและจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นประจำทุกวัน พร้อมอาหารบุฟเฟต์ รถออกจากท่าริเวอร์ซิตี้ เวลาประมาณ 07.30 น. กลับถึงเวลา 16.30 น. เดินทางกลับทางเรือ
7. เรือมณฑา (Classic Barges) บริการเรือเหมานำเที่ยวอยุธยา แบบ 2 วัน 1 คืน และ 3 วัน 2 คืน

10.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ โรงแรม/บังกะโล/รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติ และบ้านพักรับรองของทางราชการ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/บังกะโล/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.63 รองลงมาคือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 46.82 เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 4.84 บ้านพักรับรองของทางราชการ คิดเป็นร้อยละ 0.66 และที่พักในอุทยานแห่งชาติ คิดเป็นร้อยละ 0.06

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 43 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 2,000 ห้อง กระจายอยู่ตาม อ.เมือง

อ.บางไทร อ.พระนครศรีอยุธยา อ.ท่าเรือ อ.อุทัย อ.เสนา และ อ.ผักไห่ ซึ่งสถานที่พักแรมสามารถแบ่งตามระดับราคาได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 500-999 บาทต่อคืน และ กลุ่มที่ 2 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน และกลุ่มที่ 3 เกสต์เฮาส์ โดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในสถานที่พักแรมกลุ่มที่ 1 คือร้อยละ 72.10 กลุ่มที่ 2 คือร้อยละ 56.47 และกลุ่มที่ 3 คือร้อยละ 53.63

10.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีทั้งร้านอาหารไทย จีน และฝรั่ง จำนวนมากที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม ร้านอาหารประเภทนี้ ตั้งอยู่รายรอบเกาะอยุธยา ทางร้าน มักจะบริการเรือขนาดใหญ่เพื่อล่องแม่น้ำเจ้าพระยาด้วย นอกจากนั้นยังมีร้านอาหารตามสั่ง และร้านก๋วยเตี๋ยวเรือขึ้นชื่อ ในเขตอำเภอเมือง

สำหรับของฝากและของที่ระลึก นักท่องเที่ยวสามารถชมและเลือกซื้อของฝาก และของที่ระลึกได้ที่ตลาดกลางเพื่อเกษตรกร ซึ่งเป็นศูนย์กลางจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของจังหวัด เช่น มีด อัญมณีแท้จากอำเภอนครหลวง พัดสานจากอำเภอบ้านแพรก เครื่องแกะสลักจากอำเภอพระนครศรีอยุธยา เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากอำเภอบางปะอิน ปลาจ๋า ปลาแห้ง และผลไม้กวนทุกชนิด

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถซื้อของที่ระลึก ได้จากร้านค้าบริเวณวิหารวัดมงคลบพิตรและบริเวณวัดพนัญเชิงวรวิหาร และซื้อผลิตภัณฑ์ถักทอจากเส้นใยพืช ผลิตภัณฑ์แกะสลัก ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ตุ๊กตา ดอกไม้ประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์จากผ้า และดินเผา ได้ที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

11.จังหวัดลพบุรี

11.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดลพบุรีมีได้ 3 ทาง คือทางรถยนต์ รถไฟ และรถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 2 เส้นทาง ดังนี้

1. จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) ผ่านจังหวัดสระบุรี อำเภอพระพุทธบาท เข้าสู่จังหวัดลพบุรี ระยะทาง 153 กิโลเมตร
2. จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32 ซึ่งแยกจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 ผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะมีทางแยกเข้าได้ 3 ทาง คือ

- เข้าทางอำเภอบางปะหัน ผ่านอำเภอนครหลวง เข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 3196 ผ่านอำเภอบ้านแพรก เข้าสู่จังหวัดลพบุรี
- เข้าตรงทางแยกต่างระดับจังหวัดอ่างทอง ไปยังอำเภอท่าเรือ แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 3196 ผ่านอำเภอบ้านแพรก เข้าสู่จังหวัดลพบุรี
- ผ่านจังหวัดอ่างทอง สิงห์บุรี แล้วใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 311 (สายสิงห์บุรี-ลพบุรี) ผ่านอำเภอท่าเรือ เข้าสู่จังหวัดลพบุรี

ทางรถไฟ

การรถไฟแห่งประเทศไทยมีบริการรถไฟไปจังหวัดลพบุรีทุกวัน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยรถไฟสายเหนือ ออกจากสถานีรถไฟหัวลำโพงทุกวัน วันละหลายเที่ยว

ทางรถโดยสารประจำทาง

รถโดยสารประจำทางปรับอากาศออกจากสถานีขนส่งหมอชิต 2 ทุกวัน ตั้งแต่เวลา 05.00 - 20.30 น. ออกทุกครึ่งชั่วโมง ค่าโดยสารคนละ 80 บาท

11.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และ บ้านพักรับรองของทางราชการ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.18 รองลงมาคือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 37.15 และบ้านพักรับรองของราชการ คิดเป็นร้อยละ 1.67

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 26 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 1,100 ห้อง กระจายอยู่ตาม อ.เมือง อ.ท่าเรือ อ.ชัยบาดาล และ อ.โคกสำโรง ซึ่งสถานที่พักแรมสามารถแบ่งตามระดับราคาได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 500-999 บาทต่อคืน และ กลุ่มที่ 2 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน โดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในสถานที่พักแรมกลุ่มที่ 1 คือ ร้อยละ 46.94 และกลุ่มที่ 2 คือร้อยละ 40.91

11.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารในจังหวัดลพบุรีมีร้านอาหารหลายประเภท ทั้งที่เป็นอาหารพื้นเมือง อาหารตามสั่ง และอาหารทะเล ร้านอาหารส่วนใหญ่ ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง และมีจำนวนที่นึ่งรับประทานอาหารไม่มากนัก เหมาะกับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเอง (FIT) แต่ร้านอาหารในตัวเมือง

ส่วนมาก มักจะมีปัญหาด้านที่จอดรถ ร้านอาหารที่มีศักยภาพในการรับรองนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม และมีที่จอดรถสำหรับรถขนาดใหญ่ ได้แก่ ร้านลพบุรีอินน์คาเฟ่ ในโรงแรมลพบุรีอินน์ เป็นต้น

สำหรับของที่ระลึกและของฝาก ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดลพบุรีได้แก่ ดินสอพอง น้อยหน้า ส้มปัก หน่อไม้ เห็ดวุ้นน้ำมะพร้าว ไข่เค็มดินสอพอง หาซื้อได้ทั่วไปในตลาดบนเมืองกลางเมือง ลพบุรี ผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้าลายไล่ปลาไหล หาซื้อได้ที่บ้านกล้วย บ้านทราย บ้านหิน ปัก อ.บ้านหมี่ เสื้ออกก หาซื้อได้ที่อำเภอชัยบาดาล น้ำผึ้งพัฒนานานิคม หาซื้อได้ที่อำเภอพัฒนานานิคม การแกะสลักหินทรายเป็นรูปต่างๆ เลียนแบบของเก่า หาซื้อได้บนเส้นทางบริเวณอำเภอโคกสำโรง และรูปหล่อโลหะ (ทองเหลือง) หาซื้อได้ที่บ้านท่ากระยาง หลังวัดตองปุ ในเขตอำเภอเมือง

12. จังหวัดนครปฐม

12.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดนครปฐมมีได้ 3 ทาง คือทางรถยนต์ รถไฟ และรถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางสายเก่า สายถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ผ่านอ้อมน้อย อ้อมใหญ่ สามพราน ไปจนถึงจังหวัดนครปฐม หรือ เส้นทางสายใหม่ จากกรุงเทพฯ ถนนบรมราชชนนี ผ่านพุทธมณฑล นครชัยศรี ไปจนถึงตัวจังหวัดนครปฐม

ทางรถไฟ

การรถไฟแห่งประเทศไทย มีบริการรถไฟไปจังหวัดนครปฐมทุกวัน วันละหลายเที่ยว ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง

ทางรถโดยสารประจำทาง

การเดินทางไปจังหวัดนครปฐม สามารถเดินทางได้จากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี ตั้งแต่เวลา 05.30-23.15 น. ซึ่งมีรถโดยสารประจำทางปรับอากาศวิ่ง 2 เส้นทาง คือ

1. สายเก่า (กรุงเทพฯ-อ้อมใหญ่-สามพราน-นครปฐม) มีรถโดยสารประจำทางปรับอากาศชั้น 2 สายกรุงเทพฯ-นครปฐม, กรุงเทพฯ-ราชบุรี, กรุงเทพฯ-บางลี่

2. สายใหม่ (กรุงเทพฯ-พุทธมณฑล-นครชัยศรี-นครปฐม) สามารถใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศชั้น 1 สายกรุงเทพฯ-นครปฐม, กรุงเทพฯ-ด่านช้าง(สีน้ำเงิน) หรือ รถโดยสารปรับอากาศชั้น 2 สายกรุงเทพฯ-นครปฐม, สายกรุงเทพฯ-ดำเนินสะดวก, กรุงเทพฯ-เพชรบุรี ตั้งแต่เวลา 05.30 - 23.00 น. รถออกทุก 15 นาที

12.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.49 รองลงมาคือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 39.26 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.25

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 24 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 1,900 ห้อง กระจายอยู่ตาม อ.เมือง อ.กำแพงแสน อ.สามพราน อ.พุทธมณฑล และ อ.นครชัยศรี ซึ่งสถานที่พักแรมสามารถแบ่งตามระดับราคาได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 500-999 บาทต่อคืน และ กลุ่มที่ 2 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน โดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในสถานที่พักแรมกลุ่มที่ 1 คือ ร้อยละ 38.66 และกลุ่มที่ 2 คือร้อยละ 37.85

12.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารในจังหวัดนครปฐม มีทั้งอาหารไทย จีนและฝรั่ง ซึ่งมีมาตรฐานและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้

สำหรับร้านขายของฝากนั้น มีหลายประเภท อาทิเช่น ร้านจำหน่ายขนมของฝาก ได้แก่ ขนมเปียะ ขนมจาก ข้าวหลาม และขนมไทย ได้แก่ขนมหม้อแกง วุ้นกะทิ ทองหยิบ ทองหยอดและขนมหวานอื่นๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีร้านจำหน่ายของฝากอื่นๆ ได้แก่ หมูหยอง หมูแผ่น กุนเชียง และน้ำพริก เป็นต้น

13. จังหวัดนครนายก

13.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดนครนายกมีได้ 2 ทาง คือทางรถยนต์ และรถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 2 เส้นทาง ดังนี้

- 1.ไปตามทางหลวงหมายเลข 305 เลียบคลองรังสิตผ่านอำเภองครักษ์ ระยะทางประมาณ 105 กิโลเมตร

2. ไปตามทางหลวงหมายเลข 1 เลี้ยวขวาที่แยกหินกองไปตามถนนสุวรรณศร (ทางหลวงหมายเลข 33) จนถึงนครนายก ระยะทางประมาณ 137 กิโลเมตร

ทางรถโดยสารประจำทาง

จากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารปรับอากาศ ออกจากสถานีขนส่งสายเหนือ (ถนนกำแพงเพชร 2) จำนวน 2 เส้นทาง คือ

1. เส้นทางกรุงเทพฯ - รังสิต - องครักษ์ - นครนายก ได้แก่

- รถโดยสารปรับอากาศชั้น 1

สาย 58 (กรุงเทพฯ - นครนายก) : เที่ยวแรกเวลา 06.55 น. เที่ยวสุดท้ายเวลา 17.10 น. จำนวน 5 เที่ยว / วัน

สาย 920 (กรุงเทพฯ - นครนายก - ปราจีนบุรี) : เที่ยวแรกเวลา 05.50 น. เที่ยวสุดท้ายเวลา 16.20 น. จำนวน 7 เที่ยว / วัน

- รถโดยสารปรับอากาศชั้น 2

สาย 920 (กรุงเทพฯ - นครนายก - ปราจีนบุรี) : เที่ยวแรกเวลา 05.25 น. เที่ยวสุดท้ายเวลา 16.45 น. จำนวน 9 เที่ยว / วัน

2. เส้นทางกรุงเทพฯ - หินกอง - นครนายก ได้แก่

- รถโดยสารปรับอากาศชั้น 1

สาย 59 (กรุงเทพฯ - นครนายก - ปราจีนบุรี) : เที่ยวแรกเวลา 04.30 น. เที่ยวสุดท้ายเวลา 21.00 น. รถออกทุก 30 นาที

- รถโดยสารปรับอากาศชั้น 2

สาย 59 (กรุงเทพฯ - นครนายก - ปราจีนบุรี) : เที่ยวแรกเวลา 05.50 น. เที่ยวสุดท้ายเวลา 18.10 น. รถออกทุก 30 นาที

13.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 4 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติ และบ้านพักรับรองของทางราชการ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.75 รองลงมาคือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 18.75 บ้านพักรับรองของทางราชการ คิดเป็นร้อยละ 0.96 และที่พักในอุทยานแห่งชาติ คิดเป็นร้อยละ 0.54

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 43 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 2,000 ห้อง ตั้งอยู่ใน อ.เมือง และ อ.บ้านนา ซึ่งสถานที่พักแรมสามารถแบ่งตามระดับราคาได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 1,000-1,499 บาทต่อคืน และ กลุ่มที่ 2 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 500-999 บาทต่อคืนและ กลุ่มที่ 3 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน โดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในสถานที่พักแรมกลุ่มที่ 1 คือร้อยละ 50.48 กลุ่มที่ 2 คือร้อยละ 31.28 และกลุ่มที่ 3 คือร้อยละ 20.38

13.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครนายก มีกระจายอยู่ทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารพื้นเมือง และอาหารตามสั่งต่างๆ มักจะเป็นร้านขนาดกลาง เหมาะกับนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว หรือแบบเดินทางด้วยตนเอง (FIT) ส่วนนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม ถ้ามีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก สามารถใช้บริการห้องอาหารภายในโรงเรียนนายร้อย จปร.

สำหรับของที่ระลึกและของฝาก ได้แก่ มะพร้าว หรือมะยงชิด หาซื้อได้ทั่วไป บนเส้นทาง นครนายก – น้ำตกสาริกา ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม ถั่วยายฉาบ มันฉาบ เผือกฉาบ ขนมหั้วเยี้ยเชลล์ชวนชิม ผลไม้ต่างๆแช่อิ่ม หาซื้อได้ทั่วไปในอำเภอบ้านนา และอำเภอเมือง อำเภอบ้านนา และร้านค้าในอำเภอเมือง ไม่กวาด ทำจากหญ้าพางช้าง ดำทำด้วยไม้โมก และไม้ไผ่หิน ผลิตภัณฑ์ตำบลสาริกา อำเภอเมือง ตำบลหินลาด ตำบลโคกกรวด ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี สามารถหาซื้อได้ทั่วไปในเขตอำเภอเมือง และร้านค้าบนเส้นทาง กรุงเทพฯ-นครนายก พรหมทองจากเศษผ้า ทำเป็นพรหมเช็ดเท้า พรหมปูนอน หาซื้อได้ตามร้านเฟอร์นิเจอร์ในตลาดบ้านนา และในอำเภอเมือง

นอกจากนี้ยังมี ผลิตภัณฑ์ดินเผา ทำเป็นเซรามิครูปต่างๆ หาซื้อได้ที่ตำบลหนองเคี่ยม ตำบลป่าชะ อำเภอบ้านนา และผลิตภัณฑ์หินอ่อน เช่น แจกัน กาน้ำ นาฬิกา กำไล โคมไฟ ป้ายชื่อ หาซื้อได้ที่ทางแยกเข้าโรงเรียนนายร้อย จปร.

14. จังหวัดชัยนาท

14.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดชัยนาทมีได้ 2 ทาง คือทางรถยนต์ และ รถโดยสารประจำทาง

ทางรถยนต์

ไปตามทางหลวงหมายเลข 1 ประมาณกิโลเมตรที่ 50 มีทางแยกเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 32 ผ่าน อ่างทอง สิงห์บุรี ประมาณกิโลเมตรที่ 183 มีทางแยกซ้ายมือเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 1 ไป ชัยนาทอีก 10 กิโลเมตร หรือใช้ทางพิเศษอุดรรัถยา

ทางรถโดยสารประจำทาง

จากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารประจำทางปรับอากาศและรถโดยสารธรรมดา ออกจากสถานีขนส่งสายเหนือ (หมอชิต 2) เริ่มบริการตั้งแต่เวลา 05.10 - 17.30 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง

14.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ โรงแรม บังกะโล/รีสอร์ต บ้านญาติ/บ้านเพื่อน บ้านพักรับรองของทางราชการ และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่โรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.59 รองลงมาคือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 39.13 บังกะโล/รีสอร์ต คิดเป็นร้อยละ 1.00 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.91 และบ้านพักรับรองของราชการ คิดเป็นร้อยละ 0.37

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม มีทั้งหมด 11 แห่ง และมีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 500 ห้อง กระจายอยู่ตาม อ.เมือง อ.วัดสิงห์ อ.มโนรมย์ และอ.หันคา ซึ่งสถานที่พักแรมทั้ง 11 แห่งนี้ มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน โดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว คือ ร้อยละ 31.45

14.3. ด้านอุปโภคบริโภค

จังหวัดชัยนาทมีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพดีอยู่หลายร้าน อาทิเช่น ร้านครัวชัยนาท ร้านเรือนไทย ร้านวังกุ้ง สุกี้หม้อไฟเถาชีว เป็นต้น ส่วนของฝากและของที่ระลึกที่น่าสนใจจากจังหวัดชัยนาทคือ ส้มโอมโนรมย์ที่มีการปลูกกันมาถึง 100 ปีแล้วพันธุ์ที่นิยมปลูกกันมากได้แก่ พันธุ์ขาวแตงกวา เนื้อที่ชาวบ้านเรียกว่า "กุ่ม" หรือ "กร้าม" นั้น มีรสหวานและกรอบ มีผลใหญ่ พันธุ์ส้มกุ้ง รสหวานอมเปรี้ยว มีน้ำเล็กน้อย พันธุ์ขามแก้ว มีลักษณะเหมือนพันธุ์ขาวแตงกวา แต่ผลเล็กกว่ารสชาติดีเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีชื่อเสียง เช่น เปลญวนจากผักตบชวา ไม้กวาดดอกหญ้า ผ้าทอพื้นบ้านเนินขาม ที่นอนดัดกระดาน ไม้จิ้มฟันหาดท่าเสา ผลิตภัณฑ์กะลา

เครื่องจักสานจากหวายและไม้ไผ่ ถาดผลไม้รูปไก่จากผักตบชวา รวมทั้งผลิตภัณฑ์การเกษตรและผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูป เช่น น้ำตาลห้วยกรด ข้าวซ้อมมือ ท็อฟฟีนม เป็นต้น

15.จังหวัดปทุมธานี

15.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยัง จังหวัดปทุมธานีมีได้ 4 ทาง คือทางรถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง และ เรือ

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้ 4 เส้นทาง ดังนี้

1. กรุงเทพฯ-บางเขน-รังสิต-ปทุมธานี
2. กรุงเทพฯ-นนทบุรี-ปากเกร็ด-ปทุมธานี
3. กรุงเทพฯ-บางใหญ่-บางบัวทอง-ลาดหลุมแก้ว-ปทุมธานี
4. กรุงเทพฯ-ใช้เส้นทางด่วนสายบางปะอิน-ปากเกร็ด ลงที่ด่านบางพูน เลี้ยวซ้ายเข้า

เส้นทางรังสิต - ปทุมธานี (หมายเลข 346)

ทางรถไฟ

จากสถานีหัวลำโพง สามเสน บางซื่อ บางเขน หลักสี่ ดอนเมือง เดินทางโดยรถไฟไปลงที่ สถานีรังสิต แล้วต่อรถโดยสารจากสายรังสิต-ปทุมธานี

ทางรถโดยสารประจำทาง

จากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารประจำทางหลายดังนี้

1. รถธรรมดาสาย 33 สนามหลวง-ปทุมธานี
2. รถธรรมดาสาย 90 รัชโยธิน-ท่าน้ำปทุมธานี
3. รถธรรมดาสาย 29, 34, 39, 59, 95 รถปรับอากาศสาย 185, 503, 510, 513, 520, 522, ปอ. 29, ปอ. 34 และ ปอ. 39 ลงรถที่รังสิต แล้วต่อรถสายรังสิต-ปทุมธานี
4. รถร่วมบริการสาย 104 (สถานีขนส่งจตุจักร-ปากเกร็ด) หรือสาย 32 (วัดโพธิ์-ปากเกร็ด) แล้วต่อรถสาย 33 และ 90 จากปากเกร็ดไปจังหวัดปทุมธานี

ทางเรือ

จากกรุงเทพฯ โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยาไปลงที่ท่าบ้านนนทบุรี แล้วต่อรถสายนนทบุรี-ปทุมธานี

15.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมาคือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.67 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.08

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท มีทั้งหมด 15 แห่ง มีจำนวนห้องพักโดยรวมประมาณ 1,600 ห้อง กระจายอยู่ตาม อ.เมือง อ.คลองหลวง อ.ธัญบุรี อ.สามโคก และ อ.ลำลูกกา ซึ่งสถานที่พักแรมสามารถแบ่งตามระดับราคาได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพักมากกว่า 2,500 บาทต่อคืน กลุ่มที่ 2 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 1,500-2,499 บาทต่อคืน กลุ่มที่ 3 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 1,000-1,499 บาทต่อคืน กลุ่มที่ 4 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 500-999 บาทต่อคืน และกลุ่มที่ 5 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน โดยที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในสถานที่พักแรมกลุ่มที่ 5 คือร้อยละ 75.86 ส่วนกลุ่มที่พักแรมอื่นๆ นักท่องเที่ยวไม่ค่อยมีความสนใจเข้าพัก เนื่องจากเป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็ก ดังนั้นจึงไม่มีการเก็บสถิติการเข้าพัก

15.3. ด้านอุปโภคบริโภค

ร้านอาหารในจังหวัดปทุมธานีที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มีทั้งหมด 8 ร้าน ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง 6 ร้าน ซึ่งจะเน้นอาหารไทย จีน ที่มีส่วนผสมของอาหารทะเล เช่น ทอดมันปลาทราย ปลาเนื้ออ่อนราดพริก ลาบปลาตะเพียน ปลาช่อนนึ่งล้านนา ต้มยำปลากะพง ฯลฯ อำเภอคลองหลวง 1 ร้าน คือ สวนอาหารจำเริญ ซึ่งจะเน้นเมนูอาหารชา อำเภอลำลูกกา 1 ร้าน คือ ร้านทรงวุฒิ เป็นอาหารไทย จีน อาหารที่มีชื่อของร้าน คือ กระเพาะสวรรค์ เยื่อไผ่น้ำแดง และชาหมูกรอบ

เนื่องจากจังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ร้านจำหน่ายสินค้าจึงไม่มีสินค้าพื้นเมืองหรือของที่ระลึกวางจำหน่าย

16. จังหวัดกรุงเทพมหานคร

16.1. ด้านการคมนาคม

การเดินทางภายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางและใช้การคมนาคมได้หลายรูปแบบ ดังนี้

ทางรถยนต์

การเดินทางโดยใช้รถยนต์นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการส่วนบุคคลขับท่องเที่ยวได้ภายในเขตกรุงเทพมหานคร

ทางรถโดยสารประจำทาง

รถประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) และรถร่วมบริการ วิ่งบริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ให้บริการตั้งแต่เวลา 04.00 - 23.00 น. และในบางสายเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีรถรับจ้างอื่นๆ อยู่ตลอดเวลา

ทางรถไฟ

การรถไฟแห่งประเทศไทย มีบริการเดินรถไฟไปตามสถานีรถไฟชานเมืองภายในเขตกรุงเทพฯ ได้แก่ **สายเหนือ และสายอีสาน** วิ่งไปถึงสถานีรถไฟดอนเมือง **สายตะวันออก** วิ่งไปถึงสถานีรถไฟหัวตะเข้ และ**สายใต้** วิ่งไปถึงสถานีรถไฟตลิ่งชัน

รถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เปิดให้บริการในเส้นทางสายบางซื่อ-หัวลำโพง รวมทั้งสิ้น 18 สถานี อัตราค่าบริการเริ่มต้นที่ราคา 14 บาท สูงสุดที่ราคา 36 บาท เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 06.00 - 24.00 น.

รถไฟฟ้าบีทีเอส เปิดให้บริการ ใน 2 เส้นทาง คือ **สายสุขุมวิท** ซึ่งได้รับชื่อพระราชทานว่า "รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบ พระชนมพรรษา สาย 1" และ **สายสีลม** ซึ่งได้รับชื่อพระราชทานว่า "รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบ พระชนมพรรษา สาย 2" เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 06.00 - 24.00 น. ค่าโดยสารเริ่มต้นที่ราคา 10 บาท สูงสุดที่ราคา 40 บาท

ทางเรือ

มีบริการเรือโดยสารข้ามฟากบริเวณท่าช้าง ท่าพระจันทร์ ท่าเตียน ท่าเทเวศร์ ท่าคลองสาน ท่าสี่พระยา ฯลฯ ตั้งแต่เวลาประมาณ 06.00 - 18.00 น.

นอกจากนี้ยังมีเรือหางยาววิ่งไปตามคลองแสนแสบ คลองลาดพร้าว คลองบางกอกน้อย และวิ่งไปตามคลองต่างๆ

16.2. ด้านสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรมมีทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ โรงแรม เกสต์เฮาส์ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน บ้านพักรับรองของทางราชการ และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และ อพาร์ทเมนต์ จากข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2548 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมที่จะพักแรมที่ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.70 รองลงมาคือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 19.83 บ้านพักรับรองของทางราชการ คิดเป็นร้อยละ 0.28 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.13 และเกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 0.06

จำนวนสถานที่พักแรมที่อยู่ในรูปแบบของ โรงแรม มีทั้งหมด 319 แห่ง และมีจำนวนห้องพัก โดยรวมประมาณ 61,500 ห้อง กระจายอยู่ตามเขตต่างๆ ในกรุงเทพฯ ซึ่งสถานที่พักแรมสามารถ แบ่งตามระดับราคาได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพักมากกว่า 2,500 บาทต่อคืน กลุ่มที่ 2 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 1,500-2,499 บาทต่อคืน กลุ่มที่ 3 สถานที่ พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 1,000-1,499 บาทต่อคืน กลุ่มที่ 4 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพัก 500-999 บาทต่อคืน และกลุ่มที่ 5 สถานที่พักแรมที่มีอัตราค่าห้องพักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน โดยที่ อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในสถานที่พักแรมกลุ่มที่ 1 คือ ร้อยละ 77.69 กลุ่มที่ 2 คือร้อยละ 77.09 กลุ่มที่ 3 คือร้อยละ 72.23 กลุ่มที่ 4 คือร้อยละ 50.71 และกลุ่มที่ 5 คือ ร้อยละ 47.18

16.3. ด้านอุปโภคบริโภค

กรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวงของประเทศและเป็นศูนย์กลางทางการค้า มีนักท่องเที่ยวจากหลาย ภูมิภาคมาเยี่ยมเยียนตลอดทั้งปี ดังนั้น ร้านอาหารในจังหวัดกรุงเทพฯ จะมีหลากหลายชนิด สำหรับ รองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

ในส่วนของร้านจำหน่ายของที่ระลึก นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มี เอกลักษณะความเป็นไทยได้จากห้างและร้านหลายๆ แห่ง อาทิเช่น ห้างนารายณ์ ซึ่ง เป็นบริษัทร่วม ทุนกับภาครัฐบาล โดยกระทรวงอุตสาหกรรมและภาคเอกชนร่วมมือกันในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมไทย มีสินค้ากว่า 2,000 ชนิด จากทุกภูมิภาควางจำหน่าย ร้านจิตรลดา ซึ่งเป็นร้าน จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพ ตั้งอยู่ในสวนจิตรลดา และสาขาที่โรงแรมโอเรียนเต็ล พระที่นั่งวิมานเมฆ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองต่อการท่องเที่ยว ใน 16 จังหวัดภาคกลาง

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	235	58.80
ชาย	165	41.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 – 25	200	50.00
26 – 35	102	25.50
36 – 45	59	14.80
มากกว่า 45 ปี	39	9.70
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุ 18 – 25 ปี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อายุ 26 – 35 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และอายุมากกว่า 45 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000	132	33.00
10,001 – 20,000	109	27.30
20,001 – 30,000	54	13.40
30,001 – 40,000	35	8.70
40,001 – 50,000	23	5.80
มากกว่า 50,000	47	11.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคือ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40 รายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และ รายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง
จำแนกตามจังหวัดที่ประทับใจมากที่สุด

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมุทรสาคร	10	2.50
สมุทรปราการ	34	8.50
สมุทรสงคราม	9	2.30
สระบุรี	13	3.30
สิงห์บุรี	4	1.00
สุพรรณบุรี	24	6.00
อ่างทอง	6	1.50
อุทัยธานี	5	1.30
นนทบุรี	10	2.50

ลพบุรี	11	2.80
นครปฐม	57	14.30
นครนายก	36	9.00
ชัยนาท	3	0.80
ปทุมธานี	3	0.80
กรุงเทพมหานคร	35	8.80
พระนครศรีอยุธยา	140	35.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประทับใจมากที่สุด คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ จังหวัดนครปฐม จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 จังหวัดนครนายก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 กรุงเทพมหานคร จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 จังหวัดสระบุรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 และ จังหวัดลพบุรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 จังหวัดสมุทรสาครและนนทบุรี จังหวัดละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 เท่ากัน จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 จังหวัดอ่างทอง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 จังหวัดชัยนาทและปทุมธานี จังหวัดละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 เท่ากัน

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และคำร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามเหตุผลที่ประทับใจในแต่ละจังหวัด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จังหวัด	จำนวน นักท่องเที่ยว ทั้งหมดที่ ประทับใจใน จังหวัดนั้นๆ	เหตุผลที่ประทับใจในแต่ละจังหวัด					
		สถานที่ ท่องเที่ยว	อาหาร	อัธยาศัย ของคนใน ท้องถิ่น	การ คมนาคม	ของที่ ระลึก	อื่นๆ
สมุทรสาคร	10	7 (70.0)	4 (40.0)	3 (30.0)	0 (0.0)	3 (30.0)	1 (10.0)
สมุทรปราการ	34	31 (91.2)	2 (5.9)	2 (5.9)	2 (5.9)	6 (17.6)	0 (0.0)
สมุทรสงคราม	9	7 (77.8)	3 (33.3)	2 (22.2)	1 (11.1)	3 (33.3)	0 (0.0)
สระบุรี	13	9 (69.2)	3 (23.1)	1 (7.7)	1 (7.7)	3 (23.1)	0 (0.0)
สิงห์บุรี	4	3 (75.0)	1 (25.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	0 (0.0)
สุพรรณบุรี	24	17 (70.8)	5 (20.8)	9 (37.5)	3 (12.5)	10 (41.7)	0 (0.0)
อ่างทอง	6	2 (33.3)	2 (33.3)	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	0 (0.0)
อุทัยธานี	5	3 (60.0)	0 (0.0)	2 (40.0)	0 (0.0)	1 (20.0)	0 (0.0)
นนทบุรี	10	6 (60.0)	6 (60.0)	4 (40.0)	2 (20.0)	5 (50.0)	1 (10.0)
ลพบุรี	11	10 (90.9)	2 (18.2)	2 (18.2)	0 (0.0)	1 (9.1)	0 (0.0)
นครปฐม	57	50 (87.7)	15 (26.3)	4 (7.0)	7 (12.3)	7 (12.3)	1 (1.8)
นครนายก	36	34 (94.4)	3 (8.3)	4 (11.1)	2 (5.6)	2 (5.6)	1 (2.8)

ชัยนาท	3	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	3 (100.0)	2 (66.7)
ปทุมธานี	3	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
กรุงเทพมหานคร	35	31 (88.6)	12 (34.3)	6 (17.1)	3 (8.6)	1 (2.9)	1 (2.9)
พระนครศรีอยุธยา	140	134 (95.4)	27 (19.3)	20 (14.3)	16 (11.4)	19 (13.6)	5 (3.6)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง ที่เลือกจังหวัดที่ประทับใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด รวมทั้งแสดงรายละเอียดเหตุผลที่เลือกจังหวัดนั้นๆ โดยแสดงเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่เลือกเหตุผลดังกล่าว และอัตราร้อยละเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่ประทับใจในจังหวัดนั้น

และจากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดสมุทรสาครมากที่สุด จำนวน 10 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือเหตุผลในด้านอาหาร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่นและด้านของที่ระลึก จำนวนด้านละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 เท่ากัน และด้านอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดสมุทรปราการมากที่สุด จำนวน 34 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 91.2 รองลงมาคือเหตุผลในด้านของที่ระลึก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ด้านอาหาร ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่นและด้านการคมนาคม จำนวนด้านละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 เท่ากัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดสมุทรสงครามมากที่สุด จำนวน 9 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาคือเหตุผลในด้านอาหารและด้านของที่ระลึก จำนวนด้านละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และด้านการคมนาคม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดสระบุรีมากที่สุด จำนวน 13 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาคือเหตุผลในด้านอาหารและด้านของที่ระลึก จำนวนด้านละ 3 คน

คิดเป็นร้อยละ 23.1 เท่ากัน ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น และด้านการคมนาคม จำนวนด้านละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 เท่ากัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดสิงห์บุรีมากที่สุด จำนวน 4 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือเหตุผลในด้านของที่ระลึก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50. ด้านอาหารและด้านการคมนาคม จำนวนด้านละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดสุพรรณบุรีมากที่สุด จำนวน 24 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือเหตุผลในด้านของที่ระลึก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 และด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ด้านอาหาร จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และด้านการคมนาคม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดอ่างทองมากที่สุด จำนวน 6 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดและด้านอาหารมากที่สุด จำนวนด้านละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน รองลงมาคือเหตุผลในด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น ด้านการคมนาคม และด้านของที่ระลึก จำนวนด้านละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดอุทัยธานีมากที่สุด จำนวน 5 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือเหตุผลในด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และด้านของที่ระลึก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด จำนวน 10 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดและด้านอาหารมากที่สุด จำนวนด้านละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 เท่ากัน และรองลงมาคือเหตุผลในด้านของที่ระลึก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ด้านการคมนาคม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และด้านอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดลพบุรีมากที่สุด จำนวน 11 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาคือเหตุผลในด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่นและด้านอาหาร จำนวนด้านละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 เท่ากัน และด้านของที่ระลึก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดนครปฐมมากที่สุด จำนวน 57 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 87.7 รองลงมาคือเหตุผลในด้านอาหาร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ด้านการคมนาคม และด้านของที่ระลึก จำนวนด้านละ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 เท่ากัน ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และด้านอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดนครนายกมากที่สุด จำนวน 36 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือเหตุผลในด้านอาหาร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น จำนวนด้านละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ด้านการคมนาคม และด้านของที่ระลึก จำนวนด้านละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 เท่ากัน และด้านอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดชัยนาทมากที่สุด จำนวน 3 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านของที่ระลึกมากที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาคือด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัด ด้านอาหาร ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น ด้านการคมนาคม และด้านอื่นๆ จำนวนด้านละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เท่ากัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด จำนวน 3 คนนั้น ทุกคนมีเหตุผลที่ประทับใจเพียงเหตุผลเดียวคือด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่ง คิดเป็นร้อยละ 100.0

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในกรุงเทพมหานครมากที่สุด จำนวน 35 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 88.6 รองลงมาคือเหตุผลในด้านอาหาร จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 ด้านการคมนาคม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ด้านของที่ระลึก และด้านอื่นๆ จำนวนด้านละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 เท่ากัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ประทับใจในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากที่สุด จำนวน 140 คนนั้น มีเหตุผลที่ประทับใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดมากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 95.4 รองลงมาคือเหตุผลในด้านอาหาร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ด้านอรรถาธิบายของคนในท้องถิ่น จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ด้านของที่ระลึก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ด้านการคมนาคม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และด้านอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองต่อการเดินทางใน 16 จังหวัดภาคกลาง

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	3.93	0.77	มาก
ความโดดเด่นของประเพณีและเทศกาล	3.72	0.78	มาก
ระบบการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	3.43	0.74	มาก
คุณภาพและชื่อเสียงของสินค้าที่ระลึก/ของฝาก	3.56	0.76	มาก
คุณภาพและชื่อเสียงของร้านอาหาร	3.46	0.77	มาก
คุณภาพและชื่อเสียงของโรงแรม	3.49	0.79	มาก
ผลรวมของความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	3.60	0.49	มาก

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียดจะเห็นได้ว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากในทุก ๆ ปัจจัย คือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความโดดเด่นของประเพณีและเทศกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 คุณภาพและชื่อเสียงของสินค้าที่ระลึก/ของฝากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 คุณภาพและชื่อเสียงของโรงแรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 คุณภาพและชื่อเสียงของร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และระบบการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมเข้าชมสถานที่ ท่องเที่ยว	3.54	0.78	มาก
ความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียมเข้าชมสถานที่	3.61	0.76	มาก
ความเหมาะสมของราคาของที่ระลึก / ของฝาก	3.30	0.80	ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าอาหาร	3.27	0.75	ปานกลาง
ความเหมาะสมของค่าที่พัก	3.30	0.68	ปานกลาง
ผลรวมของความพึงพอใจด้านราคา	3.41	0.55	มาก

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

ปัจจัยด้านราคาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียมเข้าชมสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ปัจจัยด้านราคาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือความเหมาะสมของราคาของที่ระลึก / ของฝาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ความเหมาะสมของค่าที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และ ความเหมาะสมของค่าอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสถานที่	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจ	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละ แห่ง	3.69	0.83	มาก
ความชัดเจนของป้ายบอกทางไปยังสถานที่ ท่องเที่ยว	3.58	0.86	มาก

ความชัดเจนของป้ายบอกทางภายในสถานที่ท่องเที่ยว	3.58	0.89	มาก
ผลรวมของความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่	3.62	0.75	มาก

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่อยู่ในระดับมากในทุก ๆ ปัจจัย คือความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ความชัดเจนของป้ายบอกทางไปยังสถานที่และความชัดเจนของป้ายบอกทางภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 เท่ากัน

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ	3.33	0.96	ปานกลาง
ข้อมูลที่ได้รับจากคู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวรายจังหวัดของ ททท.	3.29	0.93	ปานกลาง
การบริการของศูนย์ประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยว	3.29	0.90	ปานกลาง
ผลรวมของความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	3.30	0.80	ปานกลาง

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลางในทุก ๆ ปัจจัย คือการโฆษณาประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 รองลงมาคือข้อมูลที่ได้รับจากคู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวรายจังหวัดของ ททท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และการบริการของศูนย์ประชาสัมพันธ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป ใน 16 จังหวัด ภาคกลาง

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง จำแนกตามจังหวัดที่สนใจจะไปเที่ยวในอีก 2 ปี ข้างหน้า (ตอบได้มากกว่า 1 จังหวัด)

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมุทรสาคร	34	8.50
สมุทรปราการ	55	13.80
สมุทรสงคราม	42	10.50
สระบุรี	59	14.80
สิงห์บุรี	41	10.30
สุพรรณบุรี	97	24.30
อ่างทอง	36	9.00
อุทัยธานี	47	11.80
นนทบุรี	41	10.30
ลพบุรี	77	19.30
นครปฐม	75	18.80
นครนายก	99	24.80
ชัยนาท	35	8.80
ปทุมธานี	25	6.30
กรุงเทพมหานคร	44	11.00
พระนครศรีอยุธยา	190	47.50

* ร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด คือ 400 คน

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง มีความสนใจที่อยากจะไปเที่ยวในอีก 2 ปี ข้างหน้ามากที่สุด คือจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือจังหวัดนครนายก จำนวน 99 คน คิดเป็น

ร้อยละ 24.8 จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 จังหวัดลพบุรี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 จังหวัดนครปฐม จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 จังหวัดสระบุรี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 จังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดนนทบุรี จังหวัดละ 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 จังหวัดอ่างทอง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 จังหวัดชัยนาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 จังหวัดสมุทรสาคร 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และจังหวัดปทุมธานี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน (ตอบได้มากที่สุด 3 เส้นทาง)

ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปรแกรม 1 วัน		
เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – สมุทรปราการ : กรุงเทพฯ – พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ – พระสมุทรเจดีย์ – เมืองโบราณ	103	25.80
เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – นนทบุรี (การเดินทางโดยทางเรือ) : กรุงเทพฯ – วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร – พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเรือพระราชพิธี – เกาะเกร็ด	117	29.30
เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – นนทบุรี (การเดินทางโดยทางเรือ) : กรุงเทพฯ – ตลาดน้ำตลิ่งชัน – คลองแม่น้ำอ้อม – วัดชะลอ- วัดโพธิ์บางไผ่ – วัดบางอ้อยช้าง – วัดบางขุน – วัดปรางค์หลวง – วัดอัมพวัน	116	29.00

เส้นทางที่ 4:	กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯ – ศาลหลักเมือง – วัดพระศรีรัตน ศาสดาราม – พระบรมมหาราชวัง – วัดระฆังโฆสิต ิตารามวรมหาวิหาร – วัดอรุณราชวรารามราช วรมหาวิหาร – วัดสระเกศ(ภูเขาทอง)	115	28.80
เส้นทางที่ 5:	กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – นครปฐม : กรุงเทพฯ – วัดโคกขาม – วัดโกรกกราก – วัดใหญ่จอมปราสาท – วัดป่าชัยรังสี – วัดนางสาว - พระปฐมเจดีย์ – พระราชวังสนามจันทร์	135	33.80
เส้นทางที่ 6:	กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี : กรุงเทพฯ – วัดไผ่โรงวัว – วัดพระลอย – วัดพระนอน – วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ – วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร	113	28.30
เส้นทางที่ 7:	กรุงเทพฯ – สระบุรี : กรุงเทพฯ – พระพุทธรูปรัตนไตรยสระบุรี – วัดพระพุทธรูป – วัดสูง – วัดสมุทรประดิษฐา ราม – วัดเขาแก้ววรวิหาร – หอวัฒนธรรมพื้นบ้าน ไทยยวน – วัดพระพุทธรูป – บ่อพรานล้างเนื้อ	80	20.00
เส้นทางที่ 8:	กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา : กรุงเทพฯ - วัดใหญ่ชัยมงคล – วัดพนัญเชิงวร วิหาร – ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา – พระราชวังโบราณ – วัดหน้าพระเมรุ – วัดไชย วัฒนาราม	231	57.80
เส้นทางที่ 9:	กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สิงห์บุรี : กรุงเทพฯ – วัดท่าสุทธาวาส – หมู่บ้านทำกลอง – วัดไชโยวรวิหาร – พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่าง	96	24.00

อารมณ – วัดพระนอนจักรสีห์ – วัดหน้าพระธาตุ – วัดประโชติการาม เส้นทางที่ 10: กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี : กรุงเทพฯ – พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ – วัดพระนอนจักรสีห์ – วัดหน้าพระธาตุ – วัดโพธิ์ เก้าตัน – อุทยานวีรชนค่ายบางระจัน – แหล่ง เตาเผาแม่น้ำน้อยและวัดพระปรางค์ – คูค่ายพม่า	93	23.30
--	----	-------

จากตารางที่ 30 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เส้นทางที่ 8 จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 เส้นทางที่ 5 จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 และเส้นทางที่ 2 จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 โดยมีรายละเอียดและแผนที่เส้นทางทั้ง 3 ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน

เส้นทางที่ 8: กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา :

กรุงเทพฯ - วัดใหญ่ชัยมงคล – วัดพนัญเชิงวรวิหาร – ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์

อยุธยา – พระราชวังโบราณ – วัดหน้าพระเมรุ – วัดไชยวัฒนาราม



เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – นครปฐม :
 กรุงเทพฯ – วัดโคกขาม – วัดโกรกกราก – วัดใหญ่จอมปราสาท – วัดป่าชัยรังสี –
 วัดนางสาว - พระปฐมเจดีย์ – พระราชวังสนามจันทร์



เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – นนทบุรี (การเดินทางโดยทางเรือ) :
 กรุงเทพฯ – วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร – พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเรือ
 พระราชพิธี – เกาะเกร็ด



ตารางที่ 31 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน (ตอบได้มากที่สุด 3 เส้นทาง)

ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปรแกรม 2 วัน 1 คืน เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – สมุทรสงคราม – สมุทรสาคร – นครปฐม : กรุงเทพฯ – อนุสรณ์สถานอิน-จัน – วัดบางกะพ้อม – วัดกุฎีทอง – อุทยาน ร.2-(พักค้างคืนที่บ้านทรงไทยปลายโพรงพง) – วัดศรัทธาธรรม – วัดใหญ่จอมปราสาท – บ้านดอนไก่อี (ร้านเครื่องเบญจรงค์) – พุทธมณฑล	228	57.00
เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สิงห์บุรี – ชัยนาท : กรุงเทพฯ – ศูนย์ตุ๊กตาชาววังป่าโมกข์ – หมู่บ้านท่ากลอง – วัดกุฎีทอง – วัดพระนอนจักรสีห์ – วัดหน้าพระธาตุ – วัดโบสถ์ – วัดม่วง – เมืองโบราณบ้านคูเมือง – (พักค้างคืนที่อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท) – พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชัยนาทมูนิธิ – วัดบรมธาตุวรวิหาร – วัดปากคลองมะขามเฒ่า	201	50.30
เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – ชัยนาท – สุพรรณบุรี : กรุงเทพฯ – วัดพระนอนจักรสีห์ – วัดหน้าพระธาตุ – พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ – พิพิธภัณฑ์แห่งชาติอินทร์บุรี – วัดม่วง – เมืองโบราณบ้านคูเมือง – (พักค้างคืนที่อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท) – พิพิธภัณฑ์แห่งชาติชัยนาทมูนิธิ – วัดพระบรมธาตุวรวิหาร – วัดสองพี่น้อง – วัดพระแก้ว – แหล่งทอผ้าพื้นเมืองเนินขาม – พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์	249	62.30

เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา : กรุงเทพฯ – วัดใหญ่ชัยมงคล – วัดพนัญเชิงวรวิหาร – หมู่บ้านญี่ปุ่น – ป้อมเพชรวัดพุทไธสวรรย์ – ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา – พิพิธภัณฑ์แห่งชาติเจ้าสามพระยา – คุ่มขุนแผน – พระราชวังโบราณ – (พักค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) – เจดีย์พระศรีสุริโยทัย – วัดหน้าพระเมรุ – เพลิดเพลินคล้องช้าง – เจดีย์ภูเขาทอง – วัดไชยวัฒนาราม	283	70.80
เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี : กรุงเทพฯ – ศาลพระกาฬ – พระปรางค์สามยอด – ปรางค์แขก – พระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ – วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ – พระที่นั่งเย็นหรือตำหนักทะเลชุบศร – (พักค้างคืนที่อำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี) – วัดพระพุทธรบาท – บ่อพระนาล้างเนื้อ – วัดถ้ำศรีวิไล – พระพุทธรูปรัตนตรัยสระบุรี – บ้านเขาแก้ว	237	59.30

จากตารางที่ 31 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือเส้นทางที่ 4 จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 เส้นทางที่ 3 จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.30 และเส้นทางที่ 5 จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 โดยมีรายละเอียดและแผนที่เส้นทางทั้ง 3 ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน

เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา:

กรุงเทพฯ – วัดใหญ่ชัยมงคล – วัดพนัญเชิงวรวิหาร – หมู่บ้านญี่ปุ่น – ป้อมเพชร
 วัดพุทไธสวรรย์ – ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา – พิพิธภัณฑ์แห่งชาติเจ้าสาม
 พระยา – คุ่มขุนแผน – พระราชวังโบราณ – (พักค้างคืนที่จังหวัด
 พระนครศรีอยุธยา) – เจดีย์พระศรีสุริโยทัย – วัดหน้าพระเมรุ – เพนียดคล้องช้าง
 – เจดีย์ภูเขาทอง – วัดไชยวัฒนาราม



เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – ชัยนาท – สุพรรณบุรี :

กรุงเทพฯ – วัดพระนอนจักรสีห์ – วัดหน้าพระธาตุ - พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่าง
อารมณ์ – พิพิธภัณฑ์แห่งชาติอินทร์บุรี – วัดม่วง – เมืองโบราณบ้านคูเมือง – (พัก
ค้างคืนที่อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท) – พิพิธภัณฑ์แห่งชาติชัยนาทมณี – วัดพระ
บรมธาตุวรวิหาร – วัดสองพี่น้อง – วัดพระแก้ว – แหล่งทอผ้าพื้นเมืองเนินขาม –
พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์



เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี :

กรุงเทพฯ – ศาลพระกาฬ – พระปรางค์สามยอด – ปรางค์แขก – พระราชวัง
 นารายณ์ราชนิเวศน์ – วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ – พระที่นั่งเย็นหรือตำหนักทะเล
 ชูบศรี – (พักค้างคืนที่อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี) – วัดพระพุทธบาท – บ่อพราน
 ล้างเนื้อ – วัดถ้ำศรีวิไล – พระพุทธรูปคันธารราษฎร์สระบุรี – บ้านเขาแก้ว



ตารางที่ 32 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง
 จำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน (ตอบได้มากที่สุด
 3 เส้นทาง)

ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปรแกรม 3 วัน 2 คืน เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม : กรุงเทพฯ – ศาลพันท้ายนรสิงห์ – วัด โกรกกราก – วัดช่องลม – วัดใหญ่จอม ปราสาท – อุเรือจิวบ้านปากมาบ – ดอน หอยหลอด – วัดศรัทธาธรรม – หมู่บ้าน กาละแมรมัญญ – (พักค้างคืนที่บ้านทรง ไทยปลายโพรงพง) – อุทยาน ร.2 – ค่าย บางกุ้ง – พระปฐมเจดีย์ – (พักค้างคืน ที่จังหวัดนครปฐม) – วัดศิริชะทอง – วัด ไวรึง – พิพิธภัณฑ์บ้านท่าพูด – ตลาดดอน หวาย – พุทธมณฑล	231	57.80
เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – อ่างทอง – ลพบุรี : กรุงเทพฯ – วัดพระรูป – วัดป่าเลไลยก์ วรวิหาร – พิพิธภัณฑ์ชาวนาไทย – วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ – วัดพระลอย – วัดพระนอน – พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สุพรรณบุรี – (พักค้างคืนที่จังหวัด สุพรรณบุรี) – ตลาดสามชุก- หมู่บ้านควาย ไทย – วัดเขียน – พระนอนวัดขุนอินท ประมูล – วัดไธย – วัดเขาสมอคอน – (พัก ค้างคืนที่จังหวัดลพบุรี) – พระปรางค์สาม ยอด – พระราชวังนารายณ์ราชนิเวศ – ศาล พระกาฬ	212	53.00

เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – ชัยนาท – อุทัยธานี – สุพรรณบุรี : กรุงเทพฯ – วัดพระนอนจักรสีห์ – พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติวัดสว่างอารมณ์ – กลุ่มหัตถกรรมผักตบชวาบ้านอ้อย – วัดอินทาราม – เขาสะแกกรัง – (พักค้างคืน ที่แฟรมแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี) – เขาปลาร้า - เมืองโบราณบ้านการุ้ง – ศูนย์แสดงและสาธิตการทอผ้าพื้นเมือง – (พักค้างคืนที่อำเภอด่านช้าง จังหวัด สุพรรณบุรี) – พระบรมราชานุสรณ์ดอน เจดีย์ – วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร – บ้านยะมะ รัชไช	278	69.50
เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – นนทบุรี – สมุทรปราการ : กรุงเทพฯ – วัดกัลยาณมิตร – วัดอรุณ ราชวรารามราชวรมหาวิหาร – วัดเขมาภิร ตารามฯ – วัดเฉลิมพระเกียรติ – วัดแสงสิริ ธรรม – วัดใหญ่สว่างอารมณ์ – วัดเสาธง ทอง – วัดไผ่ล้อม - วัดปรมัยยิกาวาส – (พักค้างคืนที่กรุงเทพฯ) - ศาลหลักเมือง – วัดพระศรีรัตนศาสดาราม – พิพิธภัณฑสถาน ที่วังวิมานเมฆ – พระที่นั่งอนันตสมาคม – (พักค้างคืนที่กรุงเทพฯ) – พิพิธภัณฑสถาน เอราวัณ – พระสมุทรเจดีย์ – เมืองโบราณ	159	39.80
เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี – พระนครศรีอยุธยา: กรุงเทพฯ – เขาวงพระจันทร์ – วัดเขาพระ งาม – พิพิธภัณฑสถาน จอมพล ป. พิบูล สงคราม – พระปรางค์สามยอด –		

พระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ – ศาลพระกาฬ – (พักค้างคืนที่จังหวัด ลพบุรี) – วัดพระพุทธบาท – ปราสาทนคร หลวง – เหนือคลองช้าง – วัดหน้าพระเมรุ – วัดมเหยงคณ์ – วัดพนัญเชิงวรวิหาร – วัดใหญ่ชัยมงคล – (พักค้างคืนที่จังหวัด พระนครศรีอยุธยา) – พระราชวังบางปะอิน – วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ	320	80.00
--	-----	-------

จากตารางที่ 32 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ที่
นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือเส้นทางที่ 5
จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80 เส้นทางที่ 3 จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 และ
เส้นทางที่ 1 จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 โดยมีรายละเอียดและแผนที่เส้นทางทั้ง 3
ดังนี้

เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – ชัยนาท – อุทัยธานี – สุพรรณบุรี :
 กรุงเทพฯ – วัดพระนอนจักรสีห์ – พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ – กลุ่ม
 หัตถกรรมผักตบชวาบ้านอ้อย – วัดอินทาราม – เขาสะแกกรัง – (พักค้างคืนที่แพ
 ริมแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี) – เขาปลาร้า – เมืองโบราณบ้านการุ้ง –
 ศูนย์แสดงและสาธิตการทอผ้าพื้นเมือง – (พักค้างคืนที่อำเภอด่านช้าง จังหวัด
 สุพรรณบุรี) – พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ – วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร – บ้านยะ
 มะรัชโช



เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม :

กรุงเทพฯ – ศาลพันท้ายนรสิงห์ – วัดโกรกกราก - วัดช่องลม – วัดใหญ่จอม
 ปราสาท – อุเรือจิ๋วบ้านปากมาบ – ดอนหอยหลอด – วัดศรัทธาธรรม – หมู่บ้าน
 กาละแมรมัจฉา – (พักค้างคืนที่บ้านทรงไทยปลายโพงพาง) – อุทยาน ร.2 – ค่าย
 บางกุ้ง – พระปฐมเจดีย์ – (พักค้างคืนที่จังหวัดนครปฐม) – วัดศิรชะทอง – วัด
 ไร่ขิง – พิพิธภัณฑ์บ้านท่าพุทธ – ตลาดดอนหวาย – พุทธมณฑล



ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน (ตอบได้มากที่สุด 3 เส้นทาง)

ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปรแกรม 1 วัน		
เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯ – ซาฟารีเวิลด์	71	17.80
เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – สมุทรปราการ : กรุงเทพฯ – สวนหลวง ร.9 – ฟาร์มจระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ – สถานตากอากาศบางปู	92	23.00
เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – นนทบุรี: กรุงเทพฯ – อุทยานผีเสื้อและแมลงกรุงเทพฯ – อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก	56	14.00
เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร: กรุงเทพฯ – ล่องเรือไปปากอ่าว – ศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนสมุทรสาคร – แหล่งดูนกชายเลนโคกขาม	101	25.30
เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – นครปฐม: กรุงเทพฯ – ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน – สวนสามพราน	81	20.30
เส้นทางที่ 6: กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี: กรุงเทพฯ – บึงฉวาก – สวนนกท่าเสด็จ	124	31.00
เส้นทางที่ 7: กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – อ่างทอง: กรุงเทพฯ – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอำเภอบางบาล – สวนชมพู่ทองสามสี – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบางเจ้าฉ่า – ค้างควาแม่ไก่วัดจันทาราม	93	23.30

เส้นทางที่ 8:	กรุงเทพฯ – ชัยนาท: กรุงเทพฯ – สวนนกชัยนาท – เขื่อนเจ้าพระยา – ล่องแม่น้ำเจ้าพระยา – สวนลิ่งวัดธรรมิกาวาส	60	15.00
เส้นทางที่ 9:	กรุงเทพฯ – นครนายก: กรุงเทพฯ – น้ำตกนางรอง – วังตะไคร้ – หมู่บ้าน ดอกไม้ประดับคลอง 15	136	34.00
เส้นทางที่ 10:	กรุงเทพฯ – นครนายก: กรุงเทพฯ – เขื่อนคลองท่าด่าน – ถ้ำสาริกา – น้ำตกสาริกา	91	22.80
เส้นทางที่ 11:	กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี: กรุงเทพฯ – เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ – ไร่จันทน์ – วนอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อย – สวนรุกชาติ มากเหล็ก	134	33.50
เส้นทางที่ 12:	กรุงเทพฯ – สระบุรี : กรุงเทพฯ – ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิง นิเวศเจ็ดคต – ไปงักอนเ้า – ผานางอาย	57	14.30
เส้นทางที่ 13:	กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – ชัยนาท : กรุงเทพฯ – บึงฉวาก – ล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา – เขื่อนเจ้าพระยา – สวนนกชัยนาท	103	25.80

จากตารางที่ 33 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วันที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือเส้นทางที่ 9 จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 เส้นทางที่ 11 จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และเส้นทางที่ 6 จำนวน 124 คิดเป็นร้อยละ 31.00 โดยมีรายละเอียดและแผนที่เส้นทางทั้ง 3 ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน

เส้นทางที่ 9: กรุงเทพฯ – นครนายก:

กรุงเทพฯ – น้ำตกนางรอง – วังตะไคร้ – หมู่บ้านดอกไม้ประดับคลอง 15



เส้นทางที่ 11: กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี:
 กรุงเทพฯ – เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ – ไร่่อุ่น –
 สวนอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อย – สวนรุกขชาติมวกเหล็ก



เส้นทางที่ 6: กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี:
 กรุงเทพฯ – บึงฉวาก – สวนนกท่าเสาด็จ



ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน (ตอบได้มากที่สุด 3 เส้นทาง)

ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปรแกรม 2 วัน 1 คืน		
เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี : กรุงเทพฯ – เขื่อนกระเสียว – อุทยานแห่งชาติ พุเตย – (พักค้างคืนที่อุทยาน) – น้ำตก ตะเพียนน้อย/ตะเพียนใหญ่ – ถ้ำเวฬุวัน	153	38.30
เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – ชัยนาท – อุทัยธานี : กรุงเทพฯ – เขื่อนเจ้าพระยา – เขาสะแกกรัง – (พักค้างคืนที่อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี) – เขาปลาร้า – หุบป่าตาด – น้ำพุร้อนบ้านสมอทอง	138	34.50
เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – อุทัยธานี : กรุงเทพฯ – เขาปลาร้า – หุบป่าตาด – (พักค้างคืนที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง) – สวนป่าห้วยระบำ – เขาพระยาพายุเร็ว – ถ้ำน้ำพุธาร้องกวาง	90	22.50
เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – อุทัยธานี : กรุงเทพฯ – อุทยานแห่งชาติพุเตย – น้ำตกตะเพียน – (พักค้างคืนที่อุทยานแห่งชาติ พุเตย) – ถ้ำเวฬุวัน – เขาปลาร้า – หุบป่าตาด	197	49.30
เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี: กรุงเทพฯ – ศูนย์ศึกษาธรรมชาติเจ็ดคต – โป่งก้อนเส้า – น้ำตกโกรกหิน – (พักค้างคืนที่ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ) – ไร่ช่อง – อุโมงค์ดินไม้ – เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์	156	39.00

เส้นทางที่ 6:	กรุงเทพฯ – นครนายก : กรุงเทพฯ – น้ำตกสาริกา – ถ้ำสาริกา – สวนละอองฟ้า – (พักค้างคืนที่ ร.ร.นายร้อยพระ จุลจอมเกล้า) – หมู่บ้านดอกไม้ประดับคลอง 15	162	40.50
เส้นทางที่ 7:	กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี : กรุงเทพฯ – สวนพฤกษศาสตร์พุแค – ทุ่งทานตะวัน – อ่างเก็บน้ำซับเหล็ก – เขื่อนป่าสัก ชลสิทธิ์ – (พักค้างคืนบริเวณเขื่อน) - ไร่ถั่ว – สวนรุกขชาติมวกเหล็ก	150	37.50
เส้นทางที่ 8:	กรุงเทพฯ – นครนายก : กรุงเทพฯ – เขื่อนคลองท่าด่าน – วังตะไคร้ – น้ำตกนางรอง – (พักค้างคืนที่วังตะไคร้) – ถ้ำสาริกา – น้ำตกสาริกา – หมู่บ้านไม้ดอกไม้ ประดับคลอง 15	152	38.00

จากตารางที่ 34 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ที่
นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ
เส้นทางที่ 4 จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 เส้นทางที่ 6 จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ
40.50 และเส้นทางที่ 5 จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 โดยมีรายละเอียดและแผนที่
เส้นทางทั้ง 3 ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน

เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – อุทัยธานี :

กรุงเทพฯ – อุทยานแห่งชาติพุเตย – น้ำตกตะเพินคี – (พักค้างคืนที่อุทยาน
แห่งชาติพุเตย) – ถ้ำเวฬุวัน – เขาปลาร้า – หุบป่าตาด



เส้นทางที่ 6: กรุงเทพฯ – นครนายก :
 กรุงเทพฯ – น้ำตกรสริก้า – ถ้ำสริก้า – สวนละอองฟ้า – (พักค้างคืนที่ ร.ร.นาย
 ร้อยพระจุลจอมเกล้า) – หมู่บ้านดอกไม้ประดับคลอง 15



เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี:

กรุงเทพฯ – ศูนย์ศึกษาธรรมชาติเจ็ดคต – ไปงก์อนเ้า – น้ำตกโกรกอีตก –
(พักค้างคืนที่ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ) – ไร่องุ่น – อุโมงค์ต้นไม้ – เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์



ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง
จำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน (ตอบได้มากที่สุด 3
เส้นทาง)

ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปรแกรม 3 วัน 2 คืน เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – นครปฐม – นนทบุรี : กรุงเทพฯ – สนามหลวง 2 – พุทธมณฑล – สวนสามพราน – (พักค้างคืนที่กรุงเทพฯ) – ล่องเรือชมสวนผลไม้และชีวิตริมคลองบางกอก น้อย – สวนงู บางกอกน้อย – ล่องเรือแม่น้ำ เจ้าพระยา – คลองแม่น้ำอ้อม – ล่องเรือกลับ กรุงเทพฯ – (พักค้างคืนที่กรุงเทพฯ) – สวนสัตว์ดุสิต – ชายทะเลบางขุนเทียน	175	43.80
เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – สระบุรี – นครนายก : กรุงเทพฯ – วนอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อย – น้ำตกไวกูสุมา – สวนรุกขชาติมวกเหล็ก – น้ำตกมวกเหล็ก – (พักค้างคืนที่จังหวัดสระบุรี) – ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เจ็ดคต – ไปงัก่อนล้ำ – ร.ร. นายร้อยพระ จุลจอมเกล้า – (พักค้างคืนที่ ร.ร.นายร้อยพระ จุลจอมเกล้า) – น้ำตกนางรอง – วังตะไคร้ – หมู่บ้านดอกไม้ประดับคลอง 15	279	69.80
เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี : กรุงเทพฯ – สวนพฤกษศาสตร์พุแค – หุบเขาตะวัน – อ่างเก็บน้ำซับเหล็ก – (พักค้างคืน ที่อำเภอชัยบาดาล) – เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขา สมโภชน์ – สวนรุกขาติน้ำตกวังก้านเหลือง – เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ – (พักค้างคืนบริเวณเขื่อนฯ) – ถ้ำพระธาตุเจียรธรรม	266	66.50

เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – ชัยนาท – อุทัยธานี : กรุงเทพฯ – เขื่อนเจ้าพระยา – (พักค้างคืนที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง) – เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง – อ่างเก็บน้ำเขื่อนทับเสลา - (พักค้างคืนที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง) – สวนป่าห้วยระบำ – เขาพระยาพายุเรือ – หุบป่าตาด	245	61.30
เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี : กรุงเทพฯ – บึงฉวาก – เขื่อนกระเสียว – (พักค้างคืนที่อุทยานแห่งชาติพุเตย) – อุทยานแห่งชาติพุเตย - น้ำตกตะเพินคี่น้อย/ตะเพินคี่ใหญ่ – ถ้ำเวฬุวัน – (พักค้างคืนที่อุทยาน) – วนอุทยานถ้ำเขาวง – น้ำตกพุกระตัง	234	58.50

จากตารางที่ 35 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือเส้นทางที่ 2 จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.80 เส้นทางที่ 3 จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 และเส้นทางที่ 4 จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 โดยมีรายละเอียดและแผนที่เส้นทางทั้ง 3 ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน

เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – สระบุรี – นครนายก :

กรุงเทพฯ – วนอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อย – น้ำตกไวกูสุมา – สวนรุกขชาติ
มวกเหล็ก – น้ำตกมวกเหล็ก – (พักค้างคืนที่จังหวัดสระบุรี) – ศูนย์ศึกษา
ธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคต – ไปงัก่อนเส้า – ร.ร. นายร้อย
พระจุลจอมเกล้า – (พักค้างคืนที่ ร.ร. นายร้อยพระจุลจอมเกล้า) –
น้ำตกนางรอง – วังตะไคร้ – หมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15



เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – สระบุรี – ลพบุรี :

กรุงเทพฯ – สวนพฤกษศาสตร์พุแค – ทุ่งทานตะวัน – อ่างเก็บน้ำซับเหล็ก –
(พักค้างคืนที่อำเภอชัยบาดาล) – เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาสมโภชน์ – สวนรุกขชาติ
น้ำตกวังก้านเหลือง – เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ – (พักค้างคืนบริเวณเขื่อนฯ) – ถ้ำพระ
ธาตุเจริณธรรม



เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – ชัยนาท – อุทัยธานี :
 กรุงเทพฯ – เขื่อนเจ้าพระยา – (พักค้างคืนที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง) –
 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง – อ่างเก็บน้ำเขื่อนทับเสลา - (พักค้างคืนที่
 เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง) – สวนป่าห้วยระบำ – เขาพระยาพายุเรือ –
 หนองป่าตาด



ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน (ตอบได้มากที่สุด 3 เส้นทาง)

ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปรแกรม 1 วัน		
เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – สมุทรปราการ : กรุงเทพฯ – พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ – เมืองโบราณ – สถานตากอากาศบางปู	86	21.50
เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – สมุทรปราการ : กรุงเทพฯ – พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ – ฟาร์มจระเข้ และสวนสัตว์สมุทรปราการ – เมืองโบราณ	74	18.50
เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯ – พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์และท้องฟ้า จำลอง – สยามพารากอน – ไอเซ็นเวิร์ล – สวนลุมพินี – นาฏยศาลาหุ่นละครเล็ก(โจหลุยส์ เธียเตอร์)	89	22.30
เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา – ปทุมธานี : กรุงเทพฯ – ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร – พระราชวัง บางปะอิน – วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ – วัดไผ่ล้อม	153	38.30
เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – สมุทรสงคราม – สมุทรสาคร : กรุงเทพฯ – บ้านคลองโคน – ชุมชนยี่สาร – พิพิธภัณฑ์เขายี่สาร – อุทยาน ร.2 – วัดบางกะพ้อม – ตลาดสดทะเลไทย	84	21.00
เส้นทางที่ 6: กรุงเทพฯ – สมุทรสงคราม : กรุงเทพฯ – ตลาดน้ำท่าคา – ค่ายบางกุ้ง – บ้านแมวไทย – อุทยาน ร.2 – วัดอัมพวันเจติยาราม – ตลาดน้ำอัมพวา	81	20.30

เส้นทางที่ 7:	กรุงเทพฯ – นครปฐม : กรุงเทพฯ – ตลาดน้ำลำพญา – พิพิธภัณฑ์เรือ ไทย – วัดกลางบางแก้ว – พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย – สวนศิลป์มีเนียมยิบอินซอย – วัดไร่ขิง	140	35.00
เส้นทางที่ 8:	กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สิงห์บุรี : กรุงเทพฯ – ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบางเสด็จ – หมู่บ้าน ทำกลอง – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านบาง เจ้าฉ่า – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอบางบาล – วัดพิบูลทอง – เกษราเบเกอรี่	124	31.00
เส้นทางที่ 9:	กรุงเทพฯ – อุทัยธานี – ชัยนาท : กรุงเทพฯ – วัดจันทาราม – ล่องเรือท่องเที่ยว เจ้าพระยา – วัดปากคลองมะขามเฒ่า – สวนนก ชัยนาท – โรงงานชัยนาทเซรามิค	77	19.30
เส้นทางที่ 10:	กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี : กรุงเทพฯ – พระปรางค์สามยอด – พระราชวัง นารายณ์ราชนิเวศน์ – ฟาร์มเห็ดขจรวิทย์ – ทุ่งทานตะวัน – อ่างเก็บน้ำซับเหล็ก – วัดพระ พุทธฉาย	127	31.80
เส้นทางที่ 11:	กรุงเทพฯ – นครนายก : กรุงเทพฯ – น้ำตกสาริกา – สวนละอองฟ้า – ร.ร. นายร้อยพระจุลจอมเกล้า	118	29.50
เส้นทางที่ 12	กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯ – วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร – เสาชิงช้า – ศาลเจ้าพ่อเสือ – บางลำพู – ตรอกข้าวสาร – ป้อมพระสุเมรุ	46	11.50

จากตารางที่ 36 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย
แบบเดินทางด้วยตนเองมีความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือเส้นทางที่ 4 จำนวน 153 คน คิด
เป็นร้อยละ 38.30 เส้นทางที่ 7 จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และเส้นทางที่ 10 จำนวน
127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 โดยมีรายละเอียดและแผนที่เส้นทางทั้ง 3 ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน

เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา – ปทุมธานี :

กรุงเทพฯ – ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร – พระราชวังบางปะอิน – วัดนิเวศน์ธรรม
ประวัติ – วัดไผ่ล้อม



เส้นทางที่ 7: กรุงเทพฯ – นครปฐม :
 กรุงเทพฯ – ตลาดน้ำอัมพวา – พิพิธภัณฑ์เรือไทย – วัดกลางบางแก้ว –
 พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย – สวนศิลปะมีเซียมยิบอินซอย – วัดไร่ขิง



เส้นทางที่ 10: กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี :

กรุงเทพฯ – พระปรางค์สามยอด – พระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ – ฟาร์มเห็ด

ขจรวิทย์ – ฟุ้งทานตะวัน –อ่างเก็บน้ำซับเหล็ก – วัดพระพุทธราย



ตารางที่ 37 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน (ตอบได้มากที่สุด 3 เส้นทาง)

ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปรแกรม 2 วัน 1 คืน			
เส้นทางที่ 1	กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม : กรุงเทพฯ – วัดนางสาว – บ้านดอนไก่อดี (ร้านเครื่องเบญจรงค์) – วัดศรัทธาธรรม – ดอนหอยหลอด – อุทยาน ร.2 – ตลาดน้ำอัมพวา – (พักค้างคืนที่บ้านสวนล้านนา) – ค่ายบางกุ้ง – พระปฐมเจดีย์ – พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย – พุทธมณฑล	193	48.30
เส้นทางที่ 2	กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี – สิงห์บุรี : กรุงเทพฯ – วัดพระรูป – วัดป่าเลไลยก์ – ตลาดสามชุก – บึงฉวาก - (พักค้างคืนที่บึงฉวาก) – อุทยานวีรชนค่ายบางระจัน – วัดโพธิ์เก้าต้น – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอกำแพงแสน	182	45.50
เส้นทางที่ 3	กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สิงห์บุรี – ชัยนาท : กรุงเทพฯ – ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบางเสด็จ – หมู่บ้านทำกลอง – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านบางเจ้าฉ่า – วัดพระนอนจักรสีห์ – เขื่อนเจ้าพระยา – (พักค้างคืนที่อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท) – สวนนกชัยนาท – วัดพระบรมธาตุวรวิหาร – พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชัยนาทมูนิธิ – แม่ลาปลาเผา – เกษราเบเกอร์รี่	183	45.80
เส้นทางที่ 4	กรุงเทพฯ – นครนายก : กรุงเทพฯ – เมืองโบราณดงละคร – โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า – (พักค้างคืนที่โรงเรียนนาย	172	43.00

	ร้อยพระจุลจอมเกล้า) – วัดตะไคร้ – วัดพระพุทธบาทจำลองนางรองเขานางบวช – หมู่บ้านดอกไม้ประดับคลอง 15		
เส้นทางที่ 5	กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี : กรุงเทพฯ – พระปรางค์สามยอด – พระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ – ศาลพระกาฬลพบุรี – วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ – วัดสันเปาโล – (พักค้างคืนที่จังหวัดลพบุรี) – สวนพฤกษศาสตร์พุแค – วัดพระพุทธราย – ฟาร์มจระเข้และสวนสัตว์สระบุรี	204	51.00
เส้นทางที่ 6	กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯ – ซาฟารีเวิลด์ – (พักค้างคืนที่กรุงเทพฯ) – ศาลหลักเมือง – วัดพระศรีรัตนศาสดาราม – พระบรมหาราชวัง – โอเชียนเวิลด์ที่สยามพารากอน – สวนลุมไนท์พลาซ่า	93	23.30
เส้นทางที่ 7	กรุงเทพฯ (เฉพาะเสาร์ – อาทิตย์) : กรุงเทพฯ – สำเพ็ง – ดิโอลด์สยาม – เขาวราช – (พักค้างคืนที่เขาวราช) – ตลาดนัดสวนจตุจักร	66	16.50
เส้นทางที่ 8	กรุงเทพฯ : กรุงเทพ – พิพิธภัณฑ์พระที่นั่งวิมานเมฆ – พระที่นั่งอนันตสมาคม – นั่งรถรางรอบเกาะรัตนโกสิน – (พักค้างคืนที่กรุงเทพ) – นั่งรถไฟฟ้า BTS ชมเมือง – สยามพารากอน – โอเชียนเวิลด์ – เซ็นทรัลเวิลด์ – พระพรหมเอราวัณ	104	26.00

จากตารางที่ 37 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือเส้นทางที่ 5 จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 เส้นทางที่ 1 จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 และเส้นทางที่ 3 จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 โดยมีรายละเอียดและแผนที่เส้นทางทั้ง 3 ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน

เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี :

กรุงเทพฯ – พระปรางค์สามยอด – พระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ – ศาลพระ
กาฬลพบุรี – วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ – วัดสันเปาโล – (พักค้างคืนที่จังหวัดลพบุรี)
– สวนพฤกษศาสตร์พุแค – วัดพระพุทธฉาย – ฟาร์มจระเข้และสวนสัตว์สระบุรี



เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – สมุทรสงคราม – นครปฐม :
 กรุงเทพฯ – วัดนางสาว – บ้านดอนไผ่ดี(ร้านเครื่องเบญจรงค์) – วัดศรัทธาธรรม –
 ดอนหอยหลอด – อุทยาน ร.2 – ตลาดน้ำอัมพวา – (พักค้างคืนที่บ้านสวน
 ล้านนา) – ค่ายบางกุ้ง – พระปฐมเจดีย์ – พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย – พุทธรณชาติ



เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สิงห์บุรี – ชัยนาท :

กรุงเทพฯ – ศูนย์ตุ๊กตาชาววังบางเสด็จ – หมู่บ้านทำกลอง – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านบางเจ้าฉ่า – วัดพระนอนจักรสีห์ – เขื่อนเจ้าพระยา – (พักค้างคืนที่อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท) – สวนนกชัยนาท – วัดพระบรมธาตุวรวิหาร – พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชัยนาทมุนี – แม่ลาปลาเผา – เกษราเบเกอร์รี่



ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองจำแนกตามเส้นทางที่สนใจไปท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน (ตอบได้มากที่สุด 3 เส้นทาง)

ความสนใจในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปรแกรม 3 วัน 2 คืน			
เส้นทางที่ 1	กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – อุทัยธานี : กรุงเทพฯ – วัดพระนอนจักรสีห์ – พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ – (พักค้างคืนที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง) – อ่างเก็บน้ำเขื่อนทับเสลา – สวนป่าห้วยระบำ – (พักค้างคืนที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง) – เขาพระยาพายุเร็ว – เขาปฐวี	144	36.00
เส้นทางที่ 2	กรุงเทพฯ – ชัยนาท – อุทัยธานี – สุพรรณบุรี : กรุงเทพฯ – สวนนกชัยนาท – เขื่อนเจ้าพระยา – วัดสังกัสรัตนคีรี – เขาสะแกกรัง – (พักค้างคืนที่จังหวัดอุทัยธานี) – หุบป่าตาด – เมืองโบราณบ้านการุ้ง – (พักค้างคืนที่อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี) – เขื่อนกระเสียว – ตลาดสามชุก	202	50.50
เส้นทางที่ 3	กรุงเทพฯ – นครปฐม – สมุทรสงคราม : กรุงเทพฯ – ตลาดนัดสวนจตุจักร – นั่งรถไฟใต้ดิน (จตุจักร-สวนลุมพินี) – สวนลุมไนท์พล่าซ่าโจหลุยเรียเตอร์ – (พักค้างคืนที่กรุงเทพฯ) – ตลาดดอนหวาย – พระปฐมเจดีย์ – อุทยาน ร.2 – บ้านทรงไทยปลายโพรงพาง – ล่องเรือชมหิ่งห้อย – (พักค้างคืนที่บ้านปลายโพรงพาง) – วัดศรัทธาธรรม – ดอนหอยหลอด – อุเรือจิวบ้านปากมาบ	197	49.30
เส้นทางที่ 4	กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา : กรุงเทพฯ – ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร – พระราชวังบางปะอิน – (พักค้างคืนที่จังหวัดพระนครศรี		

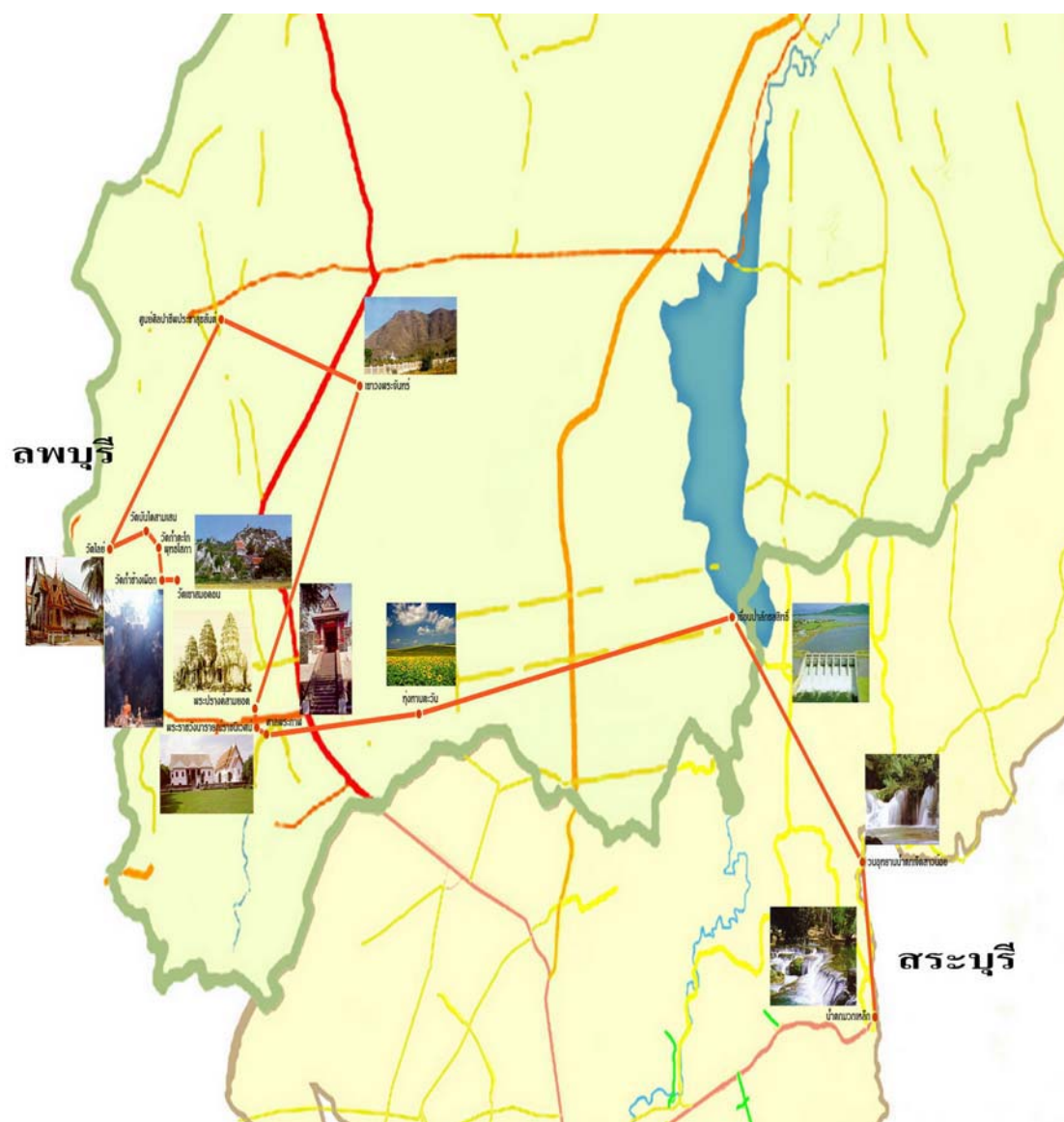
	อยุธยา) – ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา – คุ่ม ขุนแผน – วิหารพระมงคลบพิตร – วัดพระศรี สรรเพชญ์ – พระราชวังโบราณ – (พักค้างคืนที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา) – ซ้อมปี่ย่านเจ้เล้ง ปลาซ่า – สนวนชिरเบญจาศ (สวนรถไฟ)	236	59.00
เส้นทางที่ 5	กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี : กรุงเทพฯ – วัดเขาสมอคอน – วัดถ้ำช้างเผือก – วัดถ้ำตะโกพุทธโสภา – วัดบันไดสามเสน – วัดไธย – ศูนย์ศิลปาชีพพระราชสุขสันต์ – เขาวงพระจันทร์ – (พักค้างคืนที่จังหวัดลพบุรี) – พระปรางค์สามยอด – พระราชวังนารายณ์ราช นิเวศน์ – ศาลพระกาฬ – พุ่มทานตะวัน(ตาม ฤดูกาล) – เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ – (พักค้างคืนที่ อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี) – วนอุทยาน น้ำตกเจ็ดสาวน้อย – น้ำตกมวกเหล็ก – แวะซื้อ ของฝากที่อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี	237	59.30
เส้นทางที่ 6	กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี : กรุงเทพฯ – พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ – ตลาดสามชุก – วัดเดิมบาง – บึงฉวาก – (พักค้าง คืนที่บึงฉวาก) – เขื่อนกระเสียว – อุทยาน แห่งชาติพุเตย – (พักค้างคืนที่อุทยาน) – น้ำตก ตะเพินคู่ใหญ่ – น้ำตกตะเพินคู่ย่อย – วนอุทยาน ถ้ำเขาวง – น้ำตกพุกระทิง	182	45.50

จากตารางที่ 38 เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองมีความสนใจมากที่สุด 3 อันดับแรก คือเส้นทางที่ 5 จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 เส้นทางที่ 4 จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 และเส้นทางที่ 2 จำนวน 202 คิดเป็นร้อยละ 50.50 โดยมีรายละเอียดและแผนที่เส้นทางทั้ง 3 ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน

เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี :

กรุงเทพฯ – วัดเขาสมอคอน – วัดถ้ำช้างเผือก – วัดถ้ำตะโกพุทธโสภา –
 วัดบันไดสามแสน – วัดไธยก์ – ศูนย์ศิลปาชีพพระราชสุขสันต์ – เขาวังพระจันทร์ –
 (พักค้างคืนที่จังหวัดลพบุรี) – พระปรางค์สามยอด – พระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ –
 ศาลพระกาฬ – พุ่งทานตะวัน(ตามฤดูกาล) – เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ –
 (พักค้างคืนที่อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี) – วนอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อย –
 น้ำตกมวกเหล็ก – แวะซื้อของฝากที่ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี



เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา :

กรุงเทพฯ – ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร – พระราชวังบางปะอิน – (พักค้างคืนที่จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา) – ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา – คุ่มขุนแผน – วิหารพระ
มงคลบพิตร – วัดพระศรีสรรเพชญ์ – พระราชวังโบราณ – (พักค้างคืนที่จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา) – ซอปปิงย่านเจ้เล้งปลาซ่า – สวนวชิรเบญจทัศ (สวนรถไฟ)



เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – ชัยนาท – อุทัยธานี – สุพรรณบุรี :

กรุงเทพฯ – สวนนกชัยนาท – เขื่อนเจ้าพระยา – วัดสังกัสรัตนคีรี –
 เขาสะแกกรัง – (พักค้างคืนที่อุทัยธานี) – หุบป่าตาด – เมืองโบราณบ้านกาฐ –
 (พักค้างคืนที่ อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี) – เขื่อนกระเสียว – ตลาด
 สามชุก



ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่ม ใน 16 จังหวัดภาคกลาง

ข้อมูลในส่วนนี้ได้มาจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตัวแทนของบริษัทนำเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 20 คน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่ม ใน 16 จังหวัดภาคกลาง

1. ลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่มที่มาใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง

นักท่องเที่ยวไทยที่มาใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยว เพื่อเดินทางท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ส่วนใหญ่มักจะเดินทางเป็นกลุ่มตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลักๆ คือ กลุ่มครอบครัว กลุ่มพนักงานบริษัท และ กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา

นักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มมีรายละเอียดจำแนกตามอายุ รายได้ และผู้ร่วมเดินทางดังนี้

1) กลุ่มครอบครัว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอายุตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ มีรายได้ตั้งแต่ระดับปานกลาง-สูง ผู้ร่วมเดินทางจะเป็นสมาชิกในครอบครัว ลักษณะการท่องเที่ยวจะนิยมขับรถเที่ยวเอง โดยจะให้บริษัทนำเที่ยวจองห้องพักให้ล่วงหน้า

2) กลุ่มพนักงานบริษัท นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นวัยทำงานจนถึงเกือบเกษียณอายุ คือประมาณ 20 ปีขึ้นไป มีรายได้ตั้งแต่ระดับปานกลาง-สูง คือประมาณ 7,000 – 50,000 บาทต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทางจะเป็นพนักงานในบริษัทเดียวกัน ลักษณะการท่องเที่ยวจะเน้นพักผ่อน ผจญภัย ไหว้พระ และประสบการณ์ชีวิต รวมทั้งการประชุม สัมมนาต่างๆ

3) กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นวัยรุ่น อายุระหว่าง 18 -25 ปี มีรายได้ปานกลาง ผู้ร่วมเดินทางจะเป็นเพื่อนๆในกลุ่มนักเรียน-นักศึกษา ลักษณะการท่องเที่ยวจะเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

2. ลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่นิยมซื้อ

นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่นิยมซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวหลากหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบบไปกลับภายในวันเดียว และแบบ 2 วัน 1 คืน (เที่ยวแบบ ไปวันเสาร์ และกลับเย็น วันอาทิตย์ เพราะเดินทางไม่ไกล)

นอกจากนั้นจะมีแบบ 3 วัน 2 คืน หรือมากกว่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานที่ที่จะไป รวมถึงโปรแกรมตามเทศกาลและงานประเพณีในสถานที่นั้น ๆ โดยการไปท่องเที่ยวแบบค้างคืน นักท่องเที่ยวจะนิยมซื้อโปรแกรมแบบแพ็คเกจซึ่งรวม ที่พัก อาหารและกิจกรรม

3. จังหวัดที่นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวใน 16 จังหวัด

นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวทุกจังหวัดใน 16 จังหวัด ภาคกลาง โดยส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากที่สุด ส่วนจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ จังหวัด นครนายก จังหวัดสระบุรี จังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดชัยนาท จังหวัดปทุมธานี จังหวัดนนทบุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดสุพรรณบุรีและกรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวก็นิยมไปเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโอกาส ฤดูกาลและเทศกาลประเพณีของแต่ละจังหวัด

4. ลักษณะที่พักที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมไปพัก

นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่นิยมไปพักโรงแรมระดับ 3 ดาว ขึ้นไป หรือรีสอร์ท โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว และนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพราะต้องการความสะดวกสบาย โดยนิยมพักโรงแรมที่อยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ส่วนโฮมสเตย์จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่น นักศึกษา โดยจะต้องการโฮมสเตย์ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เรียบง่าย เหมาะกับการพักผ่อน

5. ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมใช้เดินทาง

ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมใช้เดินทางจะขึ้นกับ ระยะทางและผู้ร่วมเดินทางเป็นตัวแปรสำคัญ โดยหากเป็นลูกค้าทั่วไป ผู้ร่วมเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก จำนวน 2 – 8 คน หรือมีการเดินทางระยะใกล้ จะนิยมใช้รถตู้ เพราะมีความเป็นส่วนตัว และง่ายต่อการแวะตามสถานที่ที่สนใจ แต่ถ้าเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ เช่นพนักงานโรงงานหรือบริษัท นักเรียน-นักศึกษา จะนิยมรถบัสหรือรถทัวร์มากกว่า

ส่วนการเดินทางโดยเรือ มักนิยมสำหรับโปรแกรมรับประทานอาหารค่ำล่องแม่น้ำเจ้าพระยา แต่มีนักท่องเที่ยวบางส่วนซึ่งไม่มากนักนิยมใช้ในการล่องคลอง เช่น คลองมหาสวัสดิ์ เป็นต้น

6. ประเพณีหรือเทศกาลที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสนใจ

ประเพณีหรือเทศกาลที่นักท่องเที่ยวไทยให้ความสนใจ ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและกรุงเทพฯ สงกรานต์พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ประเพณีลอยกระทง

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประเพณีตักบาตรเทโว จังหวัดอุทัยธานี ประเพณีตักบาตรดอกไม้อัน
จังหวัดสระบุรี เทศกาลทุ่งทานตะวัน จังหวัดลพบุรี เทศกาลดอกทานตะวันบาน จังหวัดสระบุรี
เทศกาลหุ่นฟางนก จังหวัดชัยนาท เทศกาลงานวันลิ้นจี่ จังหวัดสมุทรสงคราม เทศกาลกินปลาทุ
จังหวัดสมุทรสงคราม เทศกาลกินปลาและงานกาชาด จังหวัดสิงห์บุรี เทศกาลแสง สี เสียง วั
นารายณ์ จังหวัดลพบุรี เทศกาลส้มโอ จังหวัดนครปฐม งานประจำปีพระปฐมเจดีย์ จังหวัด
นครปฐม

7. ราคาโปรแกรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ

นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่นิยมซื้อโปรแกรมท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยในราคาไม่เกิน 1,000 บาท ถึง 10,000 บาท โดยโปรแกรมท่องเที่ยวแบบไปกลับวันเดียว ราคาไม่เกิน 1,000 บาท โปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน ราคา 1,000 – 2,000 บาท และโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน ไม่เกิน 10,000 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับยานพาหนะ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก อาหารและกิจกรรม โดยหากนักท่องเที่ยวเป็นนักศึกษา มักจะต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวราคาถูก ไม่ต้องมีบริการมาก ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุ มักจะต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวที่ราคาอยู่ในเกณฑ์สูง เพราะต้องการที่พักที่มีความสะดวกสบาย และมีอาหารที่ดี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ที่คาดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจจะเดินทาง

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำแนกตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ที่คาดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด (ตอบได้มากที่สุด 3 เส้นทาง)

โปรแกรมท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ความคิดเห็นต่อเส้นทาง จากการสัมภาษณ์
โปรแกรม 1 วัน เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – สมุทรปราการ : กรุงเทพฯ – พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ – พระสมุทรเจดีย์ – เมืองโบราณ	8	40.00	1. เหมาะสำหรับนักเรียนนักศึกษา นักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยว ต่างชาติ ทุกเพศ ทุกวัย 2. เส้นทางใกล้ไม่ไกลจากกรุงเทพ ฯ การ เดินทางสะดวกสามารถไปกลับวันเดียวได้ 3. เส้นทางดี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

			และสถานที่แต่ละแห่งไม่ไกลกัน 4. ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว มีราคา ค่อนข้างสูง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย
เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – นนทบุรี (การเดินทางโดยทางเรือ) : กรุงเทพฯ – วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร – พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเรือพระราชพิธี – เกาะเกร็ด	5	25.00	1. เหมาะสำหรับนักศึกษา นักท่องเที่ยวทั่วไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะชอบเส้นทางนี้มาก 2. เส้นทางน่าสนใจ เพราะได้ไปดูการสืบทอดวิถีชีวิตอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวมอญ เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศของการท่องเที่ยว หนีปัญหารถติด ไม่ร้อน และน่าสนใจ 3. เส้นทางการเดินทางง่าย และสะดวก ค่าใช้จ่ายไม่แพง 4. เส้นทางมีสถานที่ท่องเที่ยวไม่มากเกินไป
เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – นนทบุรี (การเดินทางโดยทางเรือ) : กรุงเทพฯ – ตลาดน้ำตลิ่งชัน – คลองแม่ต้าอ้อม – วัดชะลอ- วัดโพธิ์บางโอ – วัดบางอ้อยช้าง - วัดบางขนุน – วัดปรางค์หลวง – วัดอัมพวัน	2	10.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวต่างชาติ และผู้สูงอายุ
เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯ – ศาลหลักเมือง – วัดพระศรีรัตนศาสดาราม – พระบรมมหาราชวัง – วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร – วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร – วัดสระเกศ (ภูเขาทอง)	16	80.00	1. เหมาะสำหรับนักเรียน นักท่องเที่ยวทั่วไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่นิยมไปทำบุญและไหว้พระ 2. สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและหากมีภาคีเทศก์ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์จะยิ่งน่าสนใจมากขึ้น 3. เส้นทางดี การเดินทางสะดวก เพราะอยู่ในตัวเมืองกรุงเทพฯ 4. เป็นเส้นทางที่มีการส่งเสริมและเป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ

			5. เป็นเส้นทางที่สามารถไปเองได้ภายใน 1 วัน ไม่เหน็ดเหนื่อยต่อการเดินทางจนเกินไป
เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – สมุทรสาคร – นครปฐม : กรุงเทพฯ – วัดโคกขาม – วัดโกรกกราก – วัดใหญ่จอมปราสาท – วัดป่าชัยรังสี – วัดนางสาว - พระปฐมเจดีย์ – พระราชวังสนามจันทร์	4	20.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวคณะไหว้พระ และนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2. เป็นเส้นทางน่าสนใจ ที่ศึกษาโบราณสถานและ เรื่องราวตำนานทางประวัติศาสตร์สมัยพระเจ้าเสือและองค์พระปฐมเจดีย์เป็นที่เคารพบูชาต่อผู้คนทั่วสารทิศ
เส้นทางที่ 6: กรุงเทพฯ – สุพรรณบุรี : กรุงเทพฯ – วัดไผ่โรงวัว – วัดพระลอย – วัดพระนอน – วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ – วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร	2	10.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวคณะไหว้พระ และนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2. เป็นเส้นทางใหม่ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว
เส้นทางที่ 7: กรุงเทพฯ – สระบุรี : กรุงเทพฯ – นมัสการพระพุทธนิโรคนทราย – วัดพระพุทธฉาย – วัดสูง – วัดสมุทรประดิษฐาราม – วัดเขาแก้ววรวิหาร – หอวัฒนธรรมพื้นบ้านไทยยวน – วัดพระพุทธบาท – บ่อพระนางล้างเนื้อ	1	5.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวคณะไหว้พระ และนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2. เส้นทางเป็นทางผ่านที่จะไปเขาใหญ่ ส่วนใหญ่จึงเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มที่จะไปเขาใหญ่
เส้นทางที่ 8: กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา : กรุงเทพฯ - วัดใหญ่ชัยมงคล – วัดพนัญเชิงวรวิหาร – ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา – พระราชวังโบราณ - วัดหน้าพระเมรุ – วัดไชยวัฒนาราม	17	85.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษาไปทัศนศึกษา 2. เส้นทางดี เป็นเส้นทางเรียนรู้ประวัติศาสตร์กรุงศรีอยุธยาผ่านเรื่องราว

			ของวัดเก่าแก่ที่สำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของพระพุทธศาสนา 3. การเดินทางไม่ไกลมาก และสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้ๆ กัน
เส้นทางที่ 9: กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สิงห์บุรี : กรุงเทพฯ – วัดท่าสุทธาวาส – หมู่บ้านทำกลอง – วัดไชโยวรวิหาร – พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ – วัดพระนอนจักรสีห์ – วัดหน้าพระธาตุ – วัดประโชติการาม	2	10.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักศึกษาที่สนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวต่างชาติ
เส้นทางที่ 10: กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี : กรุงเทพฯ – พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ – วัดพระนอนจักรสีห์ – วัดหน้าพระธาตุ – วัดโพธิ์เก้าต้น – อุทยานวีรชนค่ายบางระจัน – แหล่งเตาเผาแม่น้ำน้อย และวัดพระพรหม – คูค่ายพม่า	3	15.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักศึกษาที่สนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2. ระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ จึงเหมาะกับการจัดโปรแกรมแบบวันเดียว

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่าเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ที่ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวคาดว่าคุณนักท่องเที่ยวไทยสนใจจะไปท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เส้นทางที่ 8 จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 เส้นทางที่ 4 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และเส้นทางที่ 1 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 โดยมีรายละเอียดและแผนที่เส้นทางทั้ง 3 ดังนี้

เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน

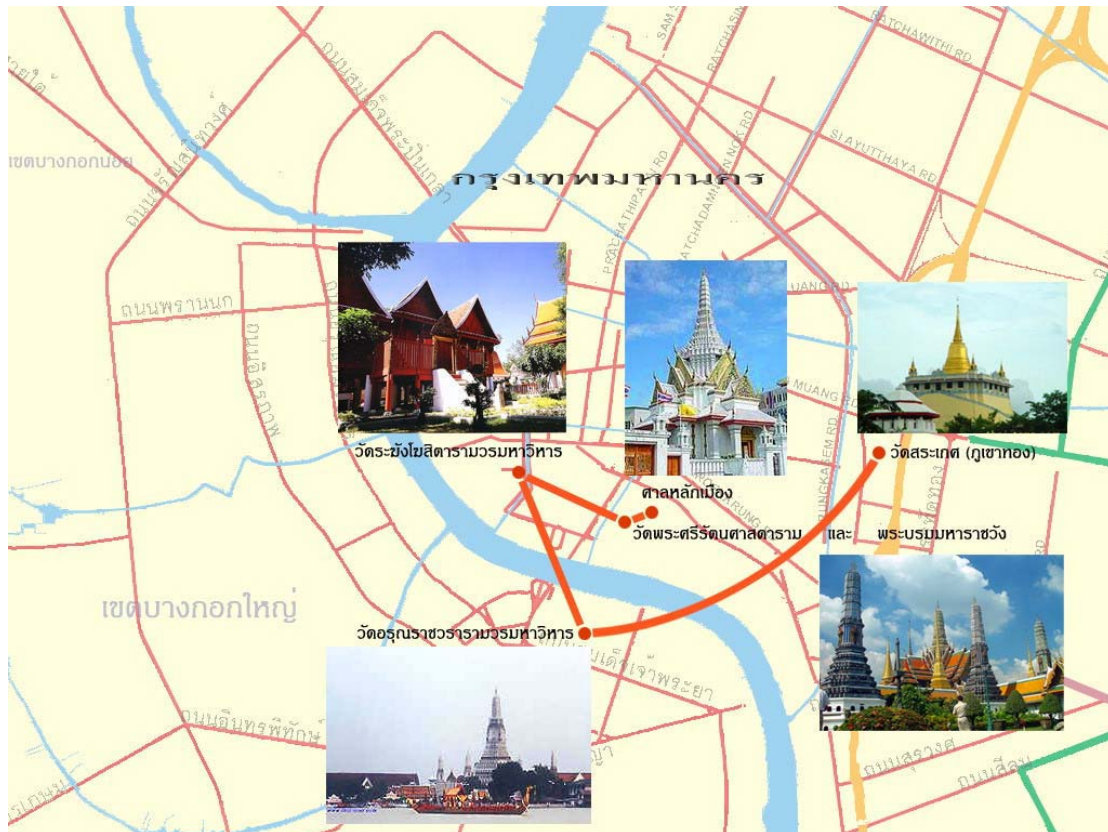
เส้นทางที่ 8: กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา :

กรุงเทพฯ - วัดใหญ่ชัยมงคล - วัดพนัญเชิง - ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา -
พระราชวังโบราณ- วัดหน้าพระเมรุ - วัดไชยวัฒนาราม



เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ :

กรุงเทพฯ – ศาลหลักเมือง – วัดพระศรีรัตนศาสดาราม – พระบรมมหาราชวัง –
 วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร – วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร –
 วัดสระเกศ(ภูเขาทอง)



เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ – สมุทรปราการ :

กรุงเทพฯ – พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ – พระสมุทรเจดีย์ – เมืองโบราณ



ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำแนกตามเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ที่คาดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจจะเดินทางมากที่สุด (ตอบได้มากที่สุด 3 เส้นทาง)

โปรแกรมท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ความคิดเห็นต่อเส้นทาง จากการสัมภาษณ์
โปรแกรม 2 วัน 1 คืน เส้นทางที่ 1: กรุงเทพฯ –สมุทรสงคราม – สมุทรสาคร – นครปฐม : กรุงเทพฯ – อนุสรณ์สถานอิน-จัน – วัดบางกะพ้อม – วัดกุฎีทอง – อุทยาน ร. 2 – (พักผ่อนที่บ้านทรงไทย ปลายโพรง) – วัดศรัทธาธรรม – วัดใหญ่จอมปราสาท – บ้านดอนไก่อี (ร้านเครื่องเบญจรงค์) – พุทธมณฑล	17	85.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย 2. เป็นเส้นทางที่น่าสนใจ เพราะแต่ละสถานที่ในโปรแกรมล้วนแล้วแต่มีความสำคัญและน่าสนใจเป็นอย่างมาก 3. เป็นเส้นทางที่นิยมไปดูหิ้งห้อย ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะเดินทางแบบครอบครัว 4. การเดินทางสะดวก ถนนดี ระยะเวลาและจุดท่องเที่ยวแต่ละแห่งไม่ไกลมาก และที่พักค้างคืนน่าสนใจ 5. สามารถเพิ่มโปรแกรมตลาดน้ำอัมพวาได้ ถ้าเป็น เสาร์ – อาทิตย์
เส้นทางที่ 2: กรุงเทพฯ – อ่างทอง – สิงห์บุรี – ชัยนาท : กรุงเทพฯ – ศูนย์ตุ๊กตาชาววังป่าโมกข์ – หมู่บ้านท่ากลอง – วัดกุฎีทอง – วัดพระนอนจักรสีห์ – วัดหน้าพระธาตุ – วัดโบสถ์ – วัดม่วง – เมืองโบราณบ้านคูเมือง – (พักค้างคืนที่อำเภอเมืองจังหวัดชัยนาท) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชัยนาทมูนิ – วัดบรมธาตุวิหาร – วัดปากคลองมะขามเฒ่า	3	15.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยว และนักศึกษาที่สนใจวัฒนธรรม 2. เป็นเส้นทางที่น่าสนใจ เหมาะสำหรับการศึกษาเรื่องหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะ ศาสนา และวัฒนธรรมได้ดี
เส้นทางที่ 3: กรุงเทพฯ – สิงห์บุรี – ชัยนาท – สุพรรณบุรี : กรุงเทพฯ – วัดพระนอนจักรสีห์ – วัดหน้าพระธาตุ – พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดสว่างอารมณ์ - พิพิธภัณฑ์แห่งชาติอินทร์บุรี – วัดม่วง – เมืองโบราณบ้านคูเมือง – (พัก	10	50.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป หรือการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่สนใจ 2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ไม่ทำงานแล้ว และเป็นทัวร์เหมา หรือลูกค้าเก่า

ค้างคืนที่อำเภอเมืองจังหวัดชัยนาท) – พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชัยนาท–วัดพระบรม ธาตุวรวิหาร –วัดสองพี่น้อง –วัดพระแก้ว – แหล่งทอผ้าพื้นเมืองเนินขาม – พระบรม ราชานุสรณ์ดอนเจดีย์			ของบริษัท 3. เส้นทางน่าสนใจ เป็นการศึกษาทางด้าน ศิลปะ โบราณสถานและโบราณวัตถุ รวมทั้งได้สัมผัสวิถีการทอผ้าซึ่งเป็น สินค้าส่งออกของไทย 4. เป็นเส้นทางที่ควรมีการประชาสัมพันธ์ เส้นทาง เพราะเป็นเส้นทางที่ดี
เส้นทางที่ 4: กรุงเทพฯ – พระนครศรีอยุธยา : กรุงเทพฯ – วัดใหญ่ชัยมงคล –วัดพนัญ เชิงวรวิหาร –หมู่บ้านญี่ปุ่น – บ่อมเพชรวัด พุทธโศภนารักษ์ –ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ อยุธยา – พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระ ยา –คุ้มขุนแผน –พระราชวังโบราณ – (พัก ค้างคืนที่พระนครศรีอยุธยา) –เจดีย์พระศรี สุริโยทัย –วัดหน้าพระเมรุ –เพนียดคล้อง ช้าง – เจดีย์ภูเขาทอง – วัดไชยวัฒนาราม	15	75.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ หรือนักเรียน 2. เป็นเส้นทางที่เจาะลึกจังหวัด พระนครศรีอยุธยา และเป็นการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์วัฒนธรรมที่น่าสนใจ สามารถเพิ่มพูน ความรู้ เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา มีเรื่องราว วัดเก่าที่น่าชมและเป็นมรดกโลก 3. เป็นเส้นทางที่นิยมและเหมาะสำหรับการ นำเสนอความเป็นประเทศไทย 4. เป็นเส้นทางที่ควรมีการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นเส้นทางที่ดี
เส้นทางที่ 5: กรุงเทพฯ – ลพบุรี – สระบุรี : กรุงเทพฯ – ศาลพระกาฬ – พระปรางค์ สามยอด – ปรางค์แขก – พระราชวัง นารายณ์ราชนิเวศน์ – วัดพระศรีรัตนมหา ธาตุ – พระที่นั่งเย็นหรือตำนกทะเลชุบศร – (พักค้างคืนที่อำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี) – วัดพระพุทธบาท – บ่อพระนางล้างเนื้อ – วัด ถ้ำศรีวิไล – พระพุทธรูปหินทรายสระบุรี – บ้านเขาแก้ว	15	75.00	1. เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป หรือการ ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่สนใจ 2. เป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งมี สถานที่ท่องเที่ยวศิลปกรรมโบราณหลายยุค สมัยที่น่าสนใจ รวมทั้งการไปเข้าชม พระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ ซึ่งเป็น ประวัติศาสตร์ที่สำคัญของไทย 3. การเดินทางสะดวก คมนาคมดี รถไม่ติด 4. สถานที่ท่องเที่ยวเหมาะสมดี แต่สถานที่ อาจจะแน่นไปบ้าง 5. ควรพักที่เชิงเขาใหญ่จะได้บรรยากาศกว่า พักที่ตัวเมืองลพบุรี