



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2

แผนการตลาดท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลาง
Marketing Plan of Creative Economy Tourism in Chai Nat,
Sing Buri, Sa Kaeo, and Samut Sakhon Provinces,
in the Central Region of Thailand

โดย

ผศ. ดร. อติลล่ำ พงศ์ยี่ห้ำ และคณะ

ธันวาคม 2556

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 2

แผนการตลาดท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาค
กลาง

Marketing Plan of Creative Economy Tourism in Chai Nat,
Sing Buri, Sa Kaeo, and Samut Sakhon Provinces,
in the Central Region of Thailand.

คณะผู้วิจัย

ผศ. ดร.อดิสรณ์ พงศ์ยี่ห้ำ
ผศ.ปรีชา ชลวัฒนพงศ์
อ.ไพฑูรย์ อ้นตระกูล

สังกัด

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
นักวิจัยอิสระ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยการศึกษาศักยภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อการสร้างรายได้ของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลางดำเนินการจนสำเร็จลงได้ด้วยความเพียร และความร่วมมือร่วมพลังของนักวิจัยจากหลายสถาบันอาทิ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย และได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่านจนมีจากกล่าวนามและกิตติคุณไว้ได้หมด

ขอขอบพระคุณ ดร.ละเอียด ศิลาน้อย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ท่านไพศาล สำราญทรัพย์ (รองผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสาคร) คุณวิรติ แห้งขัน (ผอ.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร) อาจารย์บุญส่ง แป้นน้อย (อดีตผอ.สมุทรสาครวิทยาลัย) ว่าที่ร้อยตรีไพศาล พงษ์ศิริไพศาล (ผอ.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสิงห์บุรี) คุณसानนท์ เพ็ญแสง (รักษาการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสระแก้ว)และทีมงาน คุณราตรี แสงรุ่งเรือง (ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว) คุณองอาจ หล้าอุบล (นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดชัยนาท) คุณอุไรวรรณ น้อยคำ ยาง (ผอ.สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดชัยนาท) คุณสุวรรณา มูลปัญญา (หัวหน้ากลุ่มงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท) และทีมงานที่ได้อนุเคราะห์ให้ข้อมูล สนับสนุนการดำเนินงานทุกขั้นตอนของคณะนักวิจัยให้สามารถดำเนินไปได้อย่างดีจนสำเร็จลุล่วง

ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่สนับสนุนทุนวิจัย สร้างโอกาสให้เกิดโครงการวิจัยนี้และให้ความไว้วางใจแก่คณะวิจัยได้ร่วมเรียนรู้ในการดำเนินโครงการวิจัยและการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดดังกล่าว

คณะผู้วิจัย

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาแผนการตลาดท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลางมีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้คือ 1) เพื่อกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร 2) เพื่อกำหนดประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร 3) เพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในการศึกษาได้ดำเนินการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพได้ศึกษาเชิงลึกแบบประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม คือ *กลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่* *กลุ่มผู้ประกอบการ* *ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว* *กลุ่มองค์กรท้องถิ่น* และ *หน่วยราชการ* ของแต่ละจังหวัด จังหวัดละ 3 พื้นที่เป็นอย่างน้อย ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาจากรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยศึกษาเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวที่ เคย ท่องเที่ยวและอยู่ระหว่างการท่องเที่ยว ใน 4 จังหวัดดังกล่าว โดยใช้ขนาดตัวอย่างจำนวนไม่ต่ำกว่าจังหวัดละ 700 ตัวอย่าง ทั้ง 4 จังหวัด นอกจากนี้ยังได้สำรวจความคิดเห็นชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ต่ำกว่า 400 ตัวอย่างต่อจังหวัด การศึกษามีการบูรณาการจาก 2 โครงการย่อยที่อยู่ในแผนการวิจัยเดียวกัน คือ *การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว* และ *การจัดการความรู้การท่องเที่ยวและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมรายได้ที่ยั่งยืนของทั้ง 4 จังหวัด* เข้าด้วยกัน

ผลการศึกษาจำแนกตามจังหวัดต่างๆเป็นดังนี้

จังหวัดชัยนาท ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวคือ ผลิตภัณฑ์นันทนาการที่สำคัญคือสวนนกชัยนาท และกิจกรรมนันทนาการของวัดปากคลองมะขามเฒ่า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก รองลงมาคือ กิจกรรมนันทนาการของอนุสาวรีย์ขุนสรรค์ พิพิธภัณฑ์ชัยนาทมุนี ประมงน้ำจืดเขื่อนเจ้าพระยา และสวนส้มโอ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาทคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวแบบใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุกกิจกรรมมีการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น และใช้สิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่า เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ เส้นทางหลัก ซึ่งเริ่มต้นที่เกษตรนาข้าว วัดปากคลองมะขามเฒ่า สวนส้มโอ วัดพระบรมธาตุวรวิหาร พิพิธภัณฑ์ชัยนาทมุนี เขื่อนเจ้าพระยา และสิ้นสุดที่ สวนนกชัยนาท เส้นทางนี้เหมาะกับบุคคลทั่วไป รวมถึงนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางธรรมเพื่อการทำบุญ เหมาะกับผู้ที่มีวิถีชีวิตที่ใฝ่ธรรมและกลุ่มเกษียณอายุ ซึ่งเริ่มต้นที่ วัดเขาสารพัตต์ วัดพิชัยนาวาส วัดพระแก้ว วัดมหาธาตุ วัดพระบรมธาตุวรวิหาร วัดอินทาราม วัดธรรมามูลวรวิหาร และสิ้นสุดที่ วัดปากคลองมะขามเฒ่า ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ควรธำรงรักษาและเพิ่มมูลค่าโดยสร้างความหลากหลายด้านการเรียนรู้ตลอดจนรวบรวมภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยเฉพาะสวนนกให้เป็นศูนย์รวมสัตว์ปกรวมทั้งสร้างบรรยากาศให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กและครอบครัวที่มีเด็กเล็ก เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะอาด และรักษาความสะอาดของสถานที่ ตลอดจนห้องน้ำและอาหาร โดยเฉพาะอาหารควรให้มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นสอดแทรก ส่วนวัดปากคลองมะขามเฒ่า ควรปรับปรุงด้านความสะอาดและความเพียงพอของห้องน้ำทั้งหญิงและชาย

จังหวัดสิงห์บุรี รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านองค์ความรู้ที่สำคัญคือวัดพระนอนจักรสีห์ วัดอัมพวัน และวัดพิบูลทอง องค์ความรู้เหล่านี้มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ปรากฏอยู่ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของจังหวัดอีกชนิดหนึ่งคือ ผลิตภัณฑ์ปลาน้ำจืดซึ่งมีการพัฒนาปรับปรุงคุณค่าให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสิงห์บุรีคือ การท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมผสมกับนันทนาการ ได้แก่ รูปแบบของการจัดงานแสงสีเสียง งานรำลึกถึงวีรชน และการล่องเรือชมแม่น้ำ เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ เส้นทางหลัก ซึ่งเริ่มต้นที่ วัดอัมพวัน วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร เกษตรหนองลาด วัดพิบูลทอง อนุสาวรีย์ค่ายบางระจัน และสิ้นสุดที่ วัดโพธิ์เก้าต้น เส้นทางนี้เหมาะกับบุคคลทั่วไปรวมถึงนักเรียน นักศึกษาที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางธรรม เพื่อการทำบุญ 9 วัด เริ่มต้นที่ วัดสว่างอารมณ์ วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร วัดหน้าพระธาตุ วัดกลางท่าข้าม วัดโพธิ์เก้าต้น วัดจำปาทอง วัดพิบูลทอง วัดกุฎีทอง และสิ้นสุดที่ วัดอัมพวัน เหมาะกับผู้ที่มีวิถีชีวิตที่ใฝ่ธรรมและกลุ่มเกษียณอายุ ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย คือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรีควรดึงเอาองค์ความรู้เหล่านั้นมาประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นไปยังภาคอื่นๆ ของประเทศหรือในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นชาวพุทธและสร้างเรื่องราวให้เหมาะสมเพื่อทำให้เพิ่มความต้องการในการทำบุญและค้างคืน ตลอดจนประชาสัมพันธ์อาหารและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้จับจ่ายใช้สอย อันนำมาซึ่งรายได้ของท้องถิ่น ของที่ระลึกและอาหารแปรรูปควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์และระบุสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรี

จังหวัดสระแก้ว รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวคือ ผลิตภัณฑ์นันทนาการและธรรมชาติ กิจกรรมนันทนาการที่มีชื่อเสียงที่สุดของจังหวัดคือ การจับจ่ายซื้อขายสินค้าที่ตลาดโรงเกลือที่มีสินค้าหลากหลายทั้งในและต่างประเทศ สอดแทรกเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอันเป็นดินแดนที่หลากหลายวัฒนธรรม ส่วนผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวด้านธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติปางสีดา-ตาพระยา น้ำตกปางสีดา ละลุ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสระแก้วคือ การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติตามอุทยาน และการท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมไปยังปราสาทต่างๆ ทั้งหลาย ซึ่งปราสาทที่มีชื่อเสียงที่สุดคือ ปราสาทสด๊กก๊อกธม เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญมี 3 เส้นทาง เส้นทางหลัก สำหรับบุคคลทั่วไป เริ่มต้นที่ ละลุ อ่างเก็บน้ำพระปรง อุทยาแห่งชาติปางสีดา ตลาดโรงเกลือ และสิ้นสุดที่ปราสาทสด๊กก๊อกธม เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต เริ่มต้นที่โรงเรียนกาสกรสิวิทย์ อ่างเก็บน้ำคลองทราย โรงเรียนร่มเกล้า โรงเรียนข้าวพระราชทานบ้านคลองทราย ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด ศูนย์ขยายพันธุ์สัตว์ เส้นทางนี้เหมาะสำหรับนักเรียนและนักศึกษา และเส้นทางที่ 3 คือ เส้นทาง

ธรรมชาติตอนใต้ซึ่งเริ่มต้นที่ เขาฉกรรจ์ น้ำตกเขาตระกรับ และสิ้นสุดที่ ถ้ำเพชรโพธิ์ทอง เหมาะ
สำหรับนักผจญภัยที่รักธรรมชาติ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต และเส้นทางที่ 3 คือ เส้นทางธรรมชาติ
ตอนใต้ เหมาะสำหรับนักผจญภัยที่รักธรรมชาติ ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย คือผู้ที่เกี่ยวข้องประจำ
จังหวัดควรมีการกำกับดูแลหรือประชุม ตลอดจนอบรมพ่อค้าแม่ค้าให้เคารพกฎเกณฑ์กติกาของตลาด
มีจริยธรรมในการค้าขาย รักษาความสะอาดบริเวณร้านค้าของตนรวมถึงบริเวณตลาด ไม่ทำ
สิ่งแวดล้อม ร่วมมือกันบำรุงรักษาความสะอาดของห้องน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการ
ร้านอาหารและน้ำต้องรู้จักป้องกันแมลงวัน เชื้อโรคและฝุ่นละออง ใช้ภาชนะที่สะอาดถูกต้องตามหลัก
อนามัย ร้านอาหารโดยเฉพาะอาหารเวียดนามซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวมีความนิยมจะต้องทำป้ายให้
ชัดเจนและประชาสัมพันธ์แนะนำร้าน แผนที่ทางไปร้านให้มากกว่าที่เป็นอยู่ เจ้าหน้าที่อุทยานต้อง
รักษาความปลอดภัยและความสะอาดของบริเวณอุทยานและน้ำตกอย่างสม่ำเสมอ มีบทลงโทษ
นักท่องเที่ยวที่ทำผิดกฎของอุทยาน นอกจากนั้นควรมีการฟื้นฟูเรื่องราวของปราสาทต่างๆ ให้ผู้คน
กลับมาสนใจโบราณสถานให้มากกว่านี้

จังหวัดสมุทรสาคร รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับ
ทรัพยากรการท่องเที่ยวคือ อาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเล และผลไม้ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว
ด้านองค์ความรู้ที่ให้ข้อคิดแก่คนรุ่นหลังอันได้แก่ ศาลพันท้ายนรสิงห์ นอกจากนั้นเป็นองค์ความรู้ที่อยู่
ในผลิตภัณฑ์เบญจรงค์ที่ผสมผสานภูมิปัญญากับวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสมุทรสาครคือ การท่องเที่ยวแบบเกษตรกรรมและหัตถกรรม การ
จัดการสร้างมูลค่าเพิ่มกระทำได้โดยการพัฒนารูปแบบของอาหารและผลิตภัณฑ์ เบญจรงค์ให้เข้ากับ
ยุคสมัยและการใช้งาน เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญมี 3 เส้นทางคือ เส้นทางสายหลัก เริ่มต้นที่ศูนย์ศึกษา
ป้าชายเลน/ดูไม้ไผ่ชะลอคลื่น ศาลพันท้ายนรสิงห์ เบญจรงค์ดอนไก่ดี สวนเกษตรกล้วยไม้ อ.บ้าน
แพ้ว วัดหลักสี่ราษฎร์สโมสร และสิ้นสุดที่ ห้างฮั่วตี้คลองสุนัขหอน เส้นทางนี้เหมาะกับบุคคลทั่วไป
เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต เริ่มต้นที่โลมาอ่าวไทย ไม้ไผ่ชะลอคลื่น นาเกลือ แหล่งดู
นก และสิ้นสุดที่ หมู่บ้านเบญจรงค์ เหมาะสำหรับนักเรียนและนักศึกษารวมถึงผู้ที่ต้องการเรียนรู้วิถี
ชีวิต เส้นทางที่ 3 คือ เส้นทางอาหาร เริ่มต้นที่สวนผลไม้และดอกไม้ ตลาดทะเลไทย และสิ้นสุดที่
ตลาดมหาชัย เหมาะสำหรับผู้ที่รักการกินและนักโภชนาการ ตลอดจนนักธุรกิจด้านอาหารที่เน้น
อาหารทะเลและผลไม้ รวมถึงอาหารท้องถิ่นแปรรูปอันเป็นแหล่งผลิต และแหล่งค้าส่งต้นทาง คุณภาพ
ดีและราคายุติธรรม ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ผู้ประกอบการอาหารทะเล ควรเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
ของตนด้วยการรักษาความสดและความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ มีการเตรียมบรรจุภัณฑ์สำหรับรักษา
ความสดและสะดวกในการนำกลับ นอกจากนั้นกลุ่มผู้ขายอาหารทะเลควรมีการคิดค้นเมนูใหม่ทั้ง
อาหารสดและอาหารแปรรูปเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดทะเลควรดูแลรักษา
ความสะอาดของตลาดอย่างสม่ำเสมอทุกจุด ไม่ให้ตลาดเปียก แฉะ มีที่ล้างมือตามจุดต่างๆ ตลอดจนมี
การจัดระเบียบที่จอดรถเพื่อให้การเข้าออกของรถลื่นไหล ลดความแออัดของการจราจร

หัวข้อวิจัย	แผนการตลาดท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลาง
ชื่อผู้วิจัย	ผศ. ดร.อดิสร่า พงศ์ยี่หล้า ผศ. ปรีชา ชลวัฒน์พงศ์ นาย ไพฑูรย์ อ้นตระกูล
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย และ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปี	2555

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องแผนการตลาดท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลาง มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้คือ 1) เพื่อกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร 2) เพื่อกำหนดประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร 3) เพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในการหาคำตอบเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์จึง ดำเนินการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาเชิงลึกแบบประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group ไม่น้อยกว่า 3 พื้นที่ต่อจังหวัด กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบไปด้วยกลุ่มบุคคล 3 กลุ่มต่อไปนี้ คือ กลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กลุ่มองค์กรท้องถิ่น และ หน่วยราชการ ในพื้นที่ภาค กลาง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร 1) การวิจัยเชิงปริมาณใช้ การศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ใช้วิธีดำเนินการวิจัย โดย ศึกษาเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่ เคย ท่องเที่ยวและอยู่ระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ใช้ขนาดตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวนไม่ต่ำกว่าจังหวัดละ 700 ตัวอย่าง ทั้งหมด 4 จังหวัด รวมเป็นขนาดตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว 2,800 ตัวอย่าง ตลอดจนสำรวจความคิดเห็นชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ต่ำกว่า 400 ตัวอย่างต่อจังหวัด การศึกษามีการบูรณาการ 2 โครงการย่อย คือ การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว และการจัดการความรู้การท่องเที่ยวและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมรายได้ที่ยั่งยืนของทั้ง 4 จังหวัด เข้าด้วยกัน

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทคือ ผลิตภัณฑ์นันทนาการที่สำคัญคือสวนนกชัยนาท และกิจกรรมนันทนาการของวัดปากคลองมะขามเฒ่า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก รองลงมาคือ กิจกรรมนันทนาการของอนุสาวรีย์ขุนสรรค์ พิพิธภัณฑ์ชัยนาทภูมิ ประมงน้ำจืดเขื่อนเจ้าพระยา และสวนส้มโอ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาทคือ การท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวแบบใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุกกิจกรรมมีการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น และใช้สิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่า เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ เส้นทางหลัก ซึ่งเริ่มต้นที่สวนนกชัยนาท เกษตรนาข้าว เชื้อนเจ้าพระยา พิพิธภัณฑสถานชัยนาท บรมธาตุมหาวิหาร สวนส้มโอ และสิ้นสุดที่วัดปากคลองมะขามเฒ่า เส้นทางนี้เหมาะสำหรับบุคคลทั่วไป รวมถึงนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางธรรม เพื่อการทำบุญ 9 วัด เหมาะกับผู้ที่มีวิถีชีวิตที่ใฝ่ธรรมและกลุ่มเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวที่ไปชัยนาทใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 2 วัน เป็นส่วนใหญ่ จึงให้ความสำคัญกับที่พักน้อย

รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรีคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านองค์ความรู้ที่สำคัญคือวัดพระนอนจักรสีห์ วัดอัมพวัน และวัดพิบูลทอง องค์ความรู้เหล่านี้มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ปรากฏอยู่ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของจังหวัดอีกชนิดหนึ่งคือ ผลิตภัณฑ์ปลาน้ำจืดซึ่งมีการพัฒนาปรับปรุงคุณค่าให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสิงห์บุรีคือ การท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมผสมกับนันทนาการ ได้แก่ รูปแบบของการจัดงานแสงสีเสียง งานรำลึกถึงวีรชน และการล่องเรือชมแม่น้ำ เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ เส้นทางหลัก อันประกอบไปด้วยสถานที่สำคัญคือ วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร วัดพิบูลทอง วัดอัมพวัน วัดโพธิ์เก้าต้น เกษตรหนองราชวัตร อนุสาวรีย์บางระจัน เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางธรรม เพื่อการทำบุญ 9 วัด เหมาะกับผู้ที่มีวิถีชีวิตที่ใฝ่ธรรมและกลุ่มเกษียณอายุ

รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วคือ ผลิตภัณฑ์นันทนาการและธรรมชาติ กิจกรรมนันทนาการที่มีชื่อเสียงที่สุดของจังหวัดคือ การจับจ่ายซื้อขายสินค้าที่ตลาดโรงเกลือที่มีสินค้าหลากหลายทั้งในและต่างประเทศ สอดแทรกเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอันเป็นดินแดนที่หลากหลายวัฒนธรรม ส่วนผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวด้านธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติปางสีดา-ตาพระยา น้ำตกปางสีดา ละลุประเวทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสระแก้วคือ การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติตามอุทยาน และการท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมไปยังปราสาทต่างๆ ทั้งหลาย ซึ่งปราสาทที่มีชื่อเสียงที่สุดคือ ปราสาทสด๊กก๊อกธม เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางหลัก สำหรับบุคคลทั่วไป ซึ่งประกอบไปด้วยอุทยานแห่งชาติปางสีดา น้ำตกปางสีดา อ่างเก็บน้ำพระปรง ตลาดโรงเกลือ และปราสาทสด๊กก๊อกธม เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต เหมาะสำหรับนักเรียนและนักศึกษา และเส้นทางที่ 3 คือ เส้นทางธรรมชาติตอนใต้ เหมาะสำหรับนักผจญภัยที่รักธรรมชาติ

รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาครคือ อาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเล และผลไม้ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวด้านองค์ความรู้ที่ให้ข้อคิดแก่คนรุ่นหลังอันได้แก่ ศาลพันท้ายนรสิงห์ นอกจากนั้นเป็นองค์ความรู้ที่อยู่ในผลิตภัณฑ์เบญจรงค์ที่ผสมผสานภูมิปัญญากับวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสมุทรสาครคือ การท่องเที่ยวแบบเกษตรกรรมและ

หัตถกรรม การจัดการสร้างมูลค่าเพิ่มกระทำได้โดยการพัฒนารูปแบบของอาหารและผลิตภัณฑ์ เบญจรงค์ให้เข้ากับยุคสมัยและการใช้งาน เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางสายหลัก อันประกอบด้วย ศาลพันท้ายนรสิงห์ ศูนย์ศึกษาป่าชายเลน คู่มือไผ่ชะลอกลิ่น สวนเกษตรกล้วยไม้ วัดหลักสี่ราษฎร์สโมสร เบญจรงค์ดอนไก่ดี หิ้งห้อยที่คลองสุนัขหอน เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต เหมาะสำหรับนักเรียนและนักศึกษารวมถึงผู้ที่ต้องการเรียนรู้ และเส้นทางที่ 3 คือ เส้นทางอาหาร เหมาะสำหรับผู้ที่รักการกินและนักโภชนาการ ตลอดจนนักธุรกิจด้านอาหารที่เน้นอาหารทะเลและผลไม้ ตลอดจนอาหารท้องถิ่นแปรรูปอันเป็นแหล่งผลิต และแหล่งค้าส่งต้นทางคุณภาพดีและราคายุติธรรม

Research Title: The Marketing Plan of Creative Economy Tourism of Chai Nat, Sing Buri, Sa Kaeo, and Samut Sakhon Provinces , in the Central Region of Thailand

Researcher: Adilla Pongyeela, Preecha Cholwatanapong, and Paitoon Huntrakool.

Faculty: Business Administration, Dhurakij Pundit University and Rajamangala University

Year: 2012

Abstract

This study had 3 objectives which aim to 1) assign the type of creative economy tourism products which relevance to tourism resources of Chai Nat, Sing Buri, Sa Kaeo, and Samut Sakhon Provinces, 2) assign the type of creative economy tourism activities of Chai Nat, Sing Buri, Sa Kaeo, and Samut Sakhon Provinces, 3) assign the route of creative economy tourism of Chai Nat, Sing Buri, Sa Kaeo, and Samut Sakhon Provinces. This study applied both qualitative and quantitative research methods. The focus group was done with the tourism stakeholders in 3 areas in each province.

The sample size was 700 of tourists in each province to study the behaviors and 400 of communities to study the opinions concerning the creative economy tourism. The questionnaire was used as a research instrument. The data were analyzed by frequency, percentage, mean and S.D. This study was integrated with the 2 projects in the same tourism plan. In order to serve the objectives of the study, it was found that:

The type of creative economy tourism products which relevance to tourism resources of Chai Nat Province were Chai Nat Bird Park and recreation activity of the main temple which was Wat Pak Khong Makham Tao. The nexts were the recreation of Khunsan Monument, Chinat Muni museum, Inland Fishery at Chao Pra Ya Dam and pomelo garden. The type of creative economy tourism activities of Chai Nat Province were cultural tourism and local wisdom tourism. All activities were mixed with local culture and used local contents to build value added to tourism products. The routes of creative economy tourism of Chai Nat Province were starting from Chai Nat

Bird Park followed by rice agriculture, Chao Pra Ya Dam, Chinat Muni museum, Wat Phra Mahathat Woramahawihan, pomelo garden and ended at Wat Pak Khong Makham Tao. This route is suitable for general tourists and students. The second route was religion route for tourists in order for making a merit which was suitable for retiring. The tourist in Chai Nat stayed not more than two days and gave less important to hotel.

The type of creative economy tourism products which relevance to tourism resources of Sing Buri Province were tourism products of knowledge or local wisdom. The most popular were Wat Phra Non Chakkrasi Worawihan, Wat Amphawan and Wat Pigul Thong. Those knowledge had historical evidence. Another popular tourism product was abundant river fish, particularly Mae La catfish, which had various types. The type of creative economy tourism activities of Sing Buri Province were cultural tourism mixed with recreation. There were “the Light and Sound” for Bang Rachan Heroes and river tour. The main route composed Wat Phra Non Chakkrasi Worawihan, Wat Pigul Thong, Wat Amphawan, Wat Pho Khao Ton, agricultural plant and Monument of Bang Rachan Heroes. The second route was religion route for making a merit, suitable for retiring.

The type of creative economy tourism products which relevance to tourism resources of Sa Kaeo Province were recreation and nature. The popular recreational activity was shopping at Rong Kluea Market which offered various products both local and international from neighboring countries. Sa kaeo had various cultures from ancient. Tourism products from nature were Pang Sida / Ta Phraya National Park, Pang Sida waterfall and LaLu. The type of creative economy tourism activities of Sa Kaeo Province were natural tourism, tour natural Park and cultural tourism through ancient castles. The main route for general tourist composed of Pang Sida / Ta Phraya National Park, Pang Sida waterfall, Phra Prang Reservoir, Rong Kluea Market and ancient castles. The second route was a life skill development route which was the royal projects, suitable for students. The third route was natural route in the south of Sa kaeo suitable for adventure tourists who love nature.

The type of creative economy tourism products which relevance to tourism resources of Samut Sakhon Province were food, especially seafood and fruits. The next were local wisdom beneficial for the next generation such as Phan Thai Norasing Shrine. Moreover, there was knowledge from Donkaidee Benjarong which mixed local wisdom with local cultures. The type of creative economy tourism activities of Samut Sakhon Province were agricultural tourism and art. The value creation occurred by developing various types of food and Benjarong products to the modern usage. The main route composed of Phan Thai Norasing Shrine, Mangrove forest, Bamboo slowing wave, orchid plants, Wat Lak Si Rat Samosorn, Donkaidee Benjarong and firefly. The second route composed of life skill development project, suitable for students including learners and the third route was food route, suitable food lovers and dietitian including food business entrepreneurs emphasizing seafood and fruits. Moreover, Samut Sakhon was the place that produced and wholesalers of preserved food at good quality and reasonable price.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	2-ก
บทสรุปผู้บริหาร	2-ข
บทคัดย่อ	2-จ
สารบัญ	2-ฎ
สารบัญตาราง	2-ฉ
สารบัญภาพ	2-บ
บทที่ 1 บทนำ	2-1
วัตถุประสงค์	2-2
ขอบเขตของการวิจัย	2-3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	2-4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2-5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	2-6
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	2-36
บทที่ 4 ผลและอภิปรายผล	2-40
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	2-213
เอกสารอ้างอิง	2-236

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.001	หมวดของการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	2-17
3.001	ตารางแสดงเกณฑ์การแปลความหมายสำหรับระดับความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละด้าน	2-36
4.001	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อายุ ของจังหวัด ชัยนาท	2-40
4.002	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รายได้ ของ จังหวัดชัยนาท	2-41
4.003	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สถานภาพ ของ จังหวัดชัยนาท	2-42
4.004	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาชีพประจำ ของจังหวัดชัยนาท	2-43
4.005	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระดับการศึกษา ของจังหวัดชัยนาท	2-44
4.006	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เหตุผลในการ เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-45
4.007	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระยะเวลาในการ เดินทางมา ของจังหวัดชัยนาท	2-46
4.008	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เดือนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-47
4.009	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ วันที่เลือก เดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-48
4.010	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ผู้แนะนำในการ เดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-49
4.011	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ บุคคลที่ร่วมใน การเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-50
4.012	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ การทราบข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.013	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารที่ชอบ รับประทาน ของจังหวัดชัยนาท	2-52
4.014	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารของ จังหวัดที่ซื้อเป็นของฝาก ของจังหวัดชัยนาท	2-53
4.015	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สินค้าของ จังหวัดที่ซื้อกลับบ้าน ของจังหวัดชัยนาท	2-54
4.016	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ทำใน การเดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-55
4.017	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่สนใจ ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-57
4.018	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ชอบ ทำมากที่สุดในการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-59
4.019	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ที่พักแรมที่เลือก พักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-61
4.020	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รูปแบบที่พักที่ เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-62
4.021	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ราคาที่พักต่อคืน ที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-63
4.022	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ความรู้ที่ได้รับ จากการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-64
4.023	จำนวนและร้อยละจำแนกตาม เพศ และ ธรรมชาติที่ชื่นชอบ ของ นักท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	2-65
4.024	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อายุ ของจังหวัด สิงห์บุรี	2-66
4.025	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รายได้ ของ จังหวัดสิงห์บุรี	2-67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.026	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สถานภาพ ของ จังหวัดสิงห์บุรี	2-68
4.027	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาชีพประจำ ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-69
4.028	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระดับการศึกษา ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-70
4.029	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เหตุผลในการ เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-71
4.030	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระยะเวลาใน การเดินทางมา ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-72
4.031	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เดือนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-73
4.032	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ วันที่เลือก เดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-77
4.033	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ผู้แนะนำในการ เดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-75
4.034	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ บุคคลที่ร่วมใน การเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-76
4.035	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ การทราบข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-77
4.036	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารที่ชอบ รับประทาน ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-78
4.037	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารของ จังหวัดที่ซื้อเป็นของฝาก ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-79
4.038	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สินค้าของ จังหวัดที่ซื้อกลับบ้าน ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.039	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่สนใจ ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-81
4.040	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ได้ทำ ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-83
4.041	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ชอบ มากที่สุดในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-85
4.042	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ที่พักแรมที่เลือก พักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-86
4.043	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รูปแบบที่พักที่ เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-87
4.044	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ราคาที่พักต่อ คืนที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-88
4.045	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ความรู้ที่ได้รับ จากการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-89
4.046	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ธรรมชาติที่ขึ้น ชอบ ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-90
4.047	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อายุ ของจังหวัด สระแก้ว	2-91
4.048	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รายได้ ของ จังหวัดสระแก้ว	2-92
4.049	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สถานภาพ ของ จังหวัดสระแก้ว	2-93
4.050	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาชีพประจำ ของจังหวัดสระแก้ว	2-94
4.051	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระดับการศึกษา ของจังหวัดสระแก้ว	2-95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.052	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-96
4.053	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระยะเวลาในการเดินทางมา ของจังหวัดสระแก้ว	2-97
4.054	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เดือนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-98
4.055	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ วันที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-99
4.056	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ผู้แนะนำในการเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-100
4.057	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ บุคคลที่ร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-101
4.058	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ การทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-102
4.059	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารที่ชอบรับประทาน ของจังหวัดสระแก้ว	2-103
4.060	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารของจังหวัดที่ซื้อเป็นของฝาก ของจังหวัดสระแก้ว	2-104
4.061	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สินค้าของจังหวัดที่ซื้อกลับบ้าน ของจังหวัดสระแก้ว	2-105
4.062	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่สนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-106
4.063	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ได้ทำในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-109
4.064	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-111

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.065	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ที่พักแรมที่เลือก พักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-113
4.066	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รูปแบบที่พักที่ เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-114
4.067	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ราคาที่พักต่อคืน ที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-115
4.068	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ความรู้ที่ได้รับ จากการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-116
4.069	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ธรรมชาติที่ชื่นชอบ ของจังหวัดสระแก้ว	2-117
4.070	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อายุ ของจังหวัด สมุทรสาคร	2-118
4.071	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รายได้ ของ จังหวัดสมุทรสาคร	2-119
4.072	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สถานภาพ ของ จังหวัดสมุทรสาคร	2-120
4.073	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาชีพประจำ ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-121
4.074	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระดับการศึกษา ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-122
4.075	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เหตุผลในการ เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-123
4.076	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระยะเวลาในการ เดินทางมา ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-124
4.077	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เดือนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-125

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.078	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ วันที่เลือก เดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-126
4.079	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ผู้แนะนำในการ เดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-127
4.080	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ บุคคลที่ร่วมใน การเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-128
4.081	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และการทราบข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-129
4.082	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารที่ชอบ รับประทาน ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-130
4.083	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารของ จังหวัดที่ซื้อเป็นของฝาก ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-128
4.084	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สินค้าของ จังหวัดที่ซื้อกลับบ้าน ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-129
4.085	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่สนใจ ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-130
4.086	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ได้ทำ ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-131
4.087	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ชอบ มากที่สุดในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-137
4.088	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ที่พักแรมที่เลือก พักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-139
4.089	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รูปแบบที่พักที่ เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-140
4.090	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ราคาที่พักต่อคืน ที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-141

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.091	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-142
4.092	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ธรรมชาติที่ชื่นชอบ ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-143
4.093	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม เพศ ของจังหวัดชัยนาท	2-144
4.094	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อายุ ของจังหวัดชัยนาท	2-144
4.095	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม รายได้ ของจังหวัดชัยนาท	2-145
4.096	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม สถานภาพ ของจังหวัดชัยนาท	2-146
4.097	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อาชีพประจำ ของจังหวัดชัยนาท	2-146
4.098	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม ระดับการศึกษา ของจังหวัดชัยนาท	2-147
4.099	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดชัยนาท	2-147
4.100	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน ของจังหวัดชัยนาท	2-149
4.101	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท	2-150
4.102	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ประสบการณ์ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ของจังหวัดชัยนาท	2-151
4.103	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ผู้ที่ควรเป็นเจ้าภาพหรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ของจังหวัดชัยนาท	2-152
4.104	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม เพศ ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-153
4.105	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อายุ ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-153

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.106	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม รายได้ ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-154
4.107	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม สถานภาพ ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-155
4.108	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อาชีพประจำ ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-155
4.109	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม ระดับการศึกษา ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-156
4.110	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-157
4.111	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-158
4.112	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-159
4.113	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ประสบการณ์ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-160
4.114	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ผู้ที่ควรเป็นเจ้าภาพหรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ของจังหวัดสิงห์บุรี	2-161
4.115	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม เพศ ของจังหวัดสระแก้ว	2-162
4.116	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อายุ ของจังหวัดสระแก้ว	2-162
4.117	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม รายได้ ของจังหวัดสระแก้ว	2-163
4.118	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม สถานภาพ ของจังหวัดสระแก้ว	2-164
4.119	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อาชีพประจำ ของจังหวัดสระแก้ว	2-164

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.120	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม ระดับการศึกษา ของ จังหวัดสระแก้ว	2-165
4.121	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนก ตาม การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดสระแก้ว	2-166
4.122	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน ของจังหวัดสระแก้ว	2-167
4.123	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม กิจกรรมที่ ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว	2-168
4.124	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ประสบการณ์ ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ของ จังหวัดสระแก้ว	2-169
4.125	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจังหวัดสระแก้วจำแนกตาม ผู้ที่ควรเป็นเจ้าของภาพหรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ของจังหวัดสระแก้ว	2-170
4.126	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม เพศ ของ จังหวัดสมุทรสาคร	2-171
4.127	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อายุ ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-171
4.128	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม รายได้ ของจังหวัด สมุทรสาคร	2-172
4.129	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม สถานภาพ ของจังหวัด สมุทรสาคร	2-172
4.130	จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อาชีพประจำ ของจังหวัด สมุทรสาคร	2-173
4.131	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม ระดับการศึกษา ของ จังหวัดสมุทรสาคร	2-174
4.132	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนก ตาม การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-175

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.133	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ลักษณะแหล่ง ท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-176
4.134	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม กิจกรรมที่ ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-177
4.135	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ประสบการณ์ ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ของ จังหวัดสมุทรสาคร	2-178
4.136	จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ผู้ที่ควรเป็น เจ้าภาพหรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวใน ชุมชน ของจังหวัดสมุทรสาคร	2-179
4.137	ที่พักที่แนะนำของจังหวัดชัยนาท	2-182
4.138	รายชื่อโรงแรมจังหวัดชัยนาท	2-183
4.139	ที่พักที่แนะนำของจังหวัดสิงห์บุรี	2-184
4.140	รายชื่อโรงแรม จังหวัดสิงห์บุรี	2-190
4.141	ที่พักที่แนะนำของจังหวัดสระแก้ว	2-191
4.142	รายชื่อโรงแรม จังหวัดสระแก้ว	2-192
4.143	ที่พักที่แนะนำของจังหวัดสมุทรสาคร	2-212
4.144	รายชื่อโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร	2-213

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.001	กรอบแนวคิดในการวิจัย	2-4
2.001	รูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแผนปฏิบัติการ 21 หรือ Agenda 21	2-9
2.002	องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	2-11
2.003	Customer delivered value	2-30
4.001	เส้นทางท่องเที่ยวหลัก จังหวัดชัยนาท	2-186
4.002	เส้นทางธรรม จังหวัดชัยนาท	2-187
4.003	เส้นทางท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสิงห์บุรี	2-194
4.004	เส้นทางธรรม จังหวัดสิงห์บุรี	2-195
4.005	เส้นทางท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสระแก้ว	2-206
4.006	เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสระแก้ว	2-207
4.007	เส้นทางธรรมชาติตอนใต้ จังหวัดสระแก้ว	2-208
4.008	เส้นทางท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสมุทรสาคร	2-214
4.009	เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสมุทรสาคร	2-215
4.010	เส้นทางอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร	2-216

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญ และที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

พื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยมีศักยภาพที่มีเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ประกอบด้วย กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี มีลักษณะเป็นพื้นที่กึ่งเกษตรกึ่งอุตสาหกรรม และเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิด กับกรุงเทพฯและปริมณฑล มีพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศจนเป็นที่ยอมรับว่าเป็นมรดกโลก มีระบบโครงข่ายการคมนาคมขนส่งค่อนข้างสมบูรณ์และมีทรัพยากรธรรมชาติคือแม่น้ำสายหลัก กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 ได้แก่ จังหวัดชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง กลุ่มภาคกลางตอนบนเหล่านี้ มีลักษณะเป็นพื้นที่เกษตรกรรม เป็นแหล่งผลิตอาหารสำคัญของประเทศ มีพื้นที่ราบกว้างและมีระบบชลประทานที่ค่อนข้างสมบูรณ์ มีทรัพยากรที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา กลุ่มภาคกลางตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว การค้าชายแดน เนื่องจากมีการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงท่าเรือกับประเทศสหภาพพม่าผ่านทางจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจเหมาะทั้งการค้า การเกษตร การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรม ที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม มีศักยภาพและโอกาสการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวทางทะเลให้เพิ่มขึ้นกว่าเดิม กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนกลาง ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี สมุทรปราการ สระแก้ว เป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวจากกรุงเทพฯและพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก มีระบบโครงข่ายการคมนาคมขนส่งค่อนข้างสมบูรณ์ สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัดอื่นๆและประเทศเพื่อนบ้านได้ โดยสะดวก กลุ่มจังหวัดภาคกลางแถบตะวันออก ได้แก่ จังหวัด ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด มีชายฝั่งทะเลที่สวยงามเหมาะกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล มีแนวโน้มที่จะเติบโตเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสมัยใหม่ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นแหล่งผลไม้ที่มีชื่อเสียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักแพร่หลายในระดับนานาชาติ เช่น พัทยา บางแสน และมีการลงทุนในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่จำนวนมากโดยเฉพาะปิโตรเคมี

จากคุณลักษณะที่หลากหลายของจังหวัดต่างๆในภาคกลางดังกล่าวถึงข้างต้น จึงทำให้ภาคกลางมีธรรมชาติที่หลากหลายตลอดจนมีความเป็นเอกลักษณ์ในด้านวิถีชีวิตอันเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่อผู้มาเยือน เหมาะกับการท่องเที่ยวหลายประเภท เช่น ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ทั้งทะเลและภูเขา ตลอดจนแม่น้ำลำธาร ท่องเที่ยวเพื่อหาความสำราญยามค่ำคืน ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงประชุมและสัมมนาทางธุรกิจทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ จึงเห็นได้ว่า พื้นที่ภาคกลางมีศักยภาพสูงในการ

พัฒนาการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ มีความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากอยู่ใกล้กรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวจึงไม่จำเป็นต้องขึ้นไปถึงภาคเหนือหรือต้องเสียค่าใช้จ่ายไปถึงต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวที่ผ่านมาในภาคกลาง ไม่ได้ทำให้ชุมชนท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นมาก ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนท้องถิ่นยังขาดความรู้ความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงยังไม่สามารถใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่

อย่างไรก็ตาม จากรายงานการวิจัยของสถาบัน TDRI พบว่า จังหวัดในภาคกลางที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวต่ำกว่าจังหวัดอื่นๆ ในภาคกลางมี 4 จังหวัด คือ จังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ดังนั้น 4 จังหวัดนี้จึงควรได้รับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน เพื่อเพิ่มศักยภาพและเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องในท้องถิ่น

นอกจากนี้ภาคกลางยังได้รับผลกระทบจากอุทกภัยซ้ำร้ายแรงในปี 2554 ซึ่งสร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจของภาคกลางและประเทศไทยโดยรวม ซึ่งหลายภาคส่วนควรให้ความสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ โดยการท่องเที่ยวเป็นแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจซึ่งรายได้ของผู้คนในพื้นที่ซึ่งมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียจำนวนมาก ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเห็นคุณค่าของการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวแบบเพิ่มมูลค่าอันจะช่วยนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง อันเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศต่อไปได้

จึงควรมีการฟื้นฟูและปรับปรุงการตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ให้เอื้อต่อการพัฒนาอย่างมีคุณภาพและรักษาไว้ซึ่งความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้ จึงจำเป็นต้องศึกษารูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนสอดคล้องกับทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่น นอกจากนี้ เพื่อให้ผู้ที่อยู่อาศัยในท้องถิ่นได้มีรายได้เพิ่มขึ้น ทางคณะผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าการผลิตภัณฑการท่องเที่ยวทั้งหลายจึงควรมีการประยุกต์ใช้ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และควรสร้างเส้นทางที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาหาซื้อและ/หรือใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

วัตถุประสงค์ของโครงการมี 3 ข้อ ดังต่อไปนี้คือ

2.1 เพื่อกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

2.2 เพื่อกำหนดประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

2.3 เพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

3. ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย 4 ด้าน ได้แก่ พื้นที่ที่ศึกษา ขอบเขตด้านกลุ่มบุคคล ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านช่วงเวลา

3.1 **พื้นที่ที่ศึกษา** การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลางที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวต่ำ ได้แก่ จังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และ สมุทรสาคร ซึ่งสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่มพื้นที่ดังต่อไปนี้

- **ภาคกลางตอนบน** ประกอบด้วย 2 จังหวัดคือ จังหวัดชัยนาท และ จังหวัดสิงห์บุรี
- **ภาคกลางตอนล่าง** คือ จังหวัดสมุทรสาคร
- **ภาคกลางตอนกลาง** คือ จังหวัดสระแก้ว

3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มบุคคลที่ดำเนินการสำรวจ ประกอบไปด้วย 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการท่องเที่ยวในภาคกลาง ได้แก่ กลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มองค์กรท้องถิ่น รวมถึงหน่วยงานราชการ

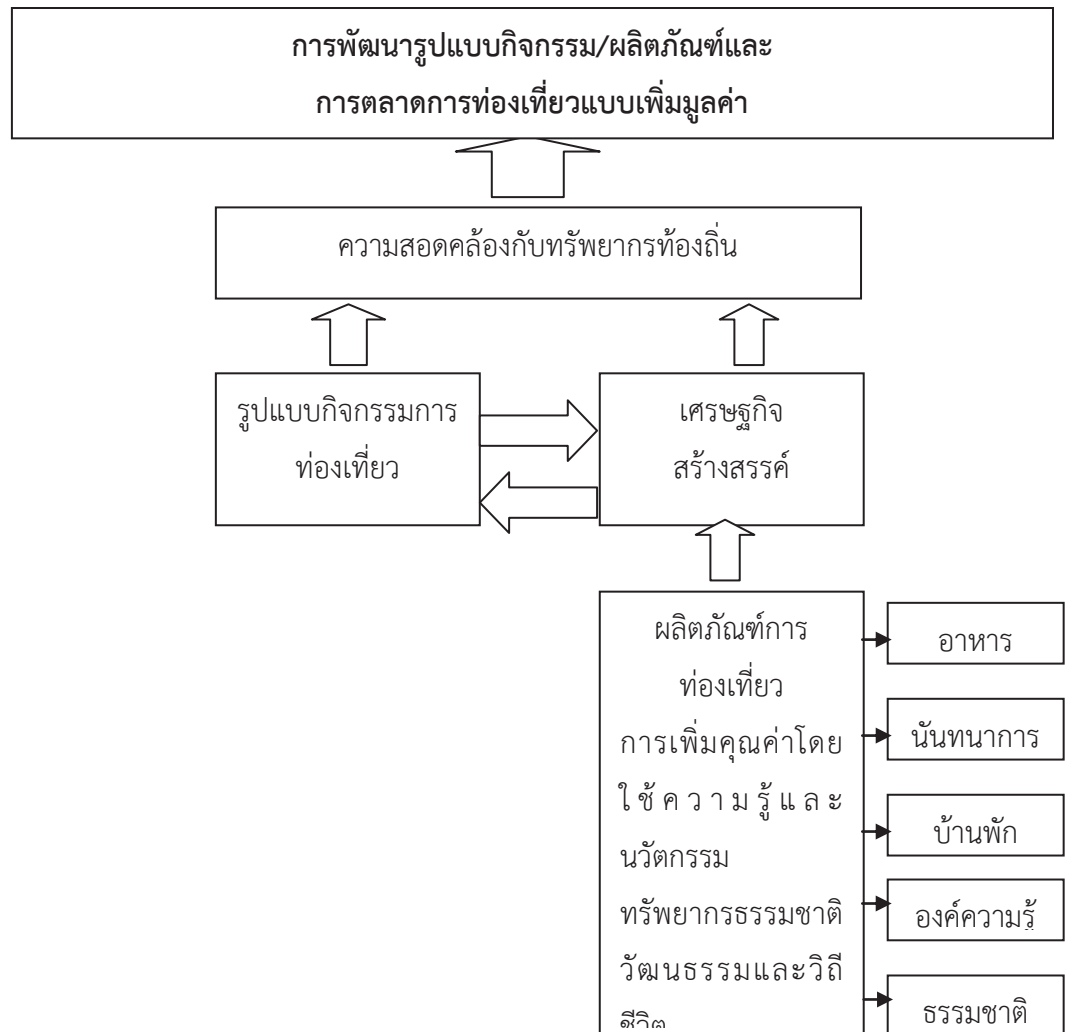
กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวทั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวและกำลังท่องเที่ยวอยู่ในเขตภาคกลาง มุ่งเน้นจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

3.3 ด้านเนื้อหา ขอบเขตการศึกษา ได้แก่

- รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ อาหาร นันทนาการ บ้านพัก องค์กรความรู้ ธรรมชาติ
- ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- พฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว
- เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ส่วนประสมการตลาดบริการ

3.4 ด้านช่วงเวลาในปี พ.ศ. 2555

4. กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย



ภาพที่ 1.001 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ต้องการรูปแบบกิจกรรม/ผลิตภัณฑ์ และการตลาดการท่องเที่ยวแบบเพิ่มมูลค่า โดยต้องมีความสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่น รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้ท้องถิ่นพอใจและนักท่องเที่ยวพอใจภายใต้สภาพแวดล้อมที่ดี ซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วนรูปแบบต่างๆ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถวิเคราะห์และจำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว ความสอดคล้องระหว่างความพยายามเพิ่มคุณค่าในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวจะส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนของตลาดการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 นำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวและพัฒนาแผนการตลาดเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปเที่ยวของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลาง ได้เข้ามาท่องเที่ยว

5.2 นำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการจัดประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลาง ได้เข้ามาท่องเที่ยว และเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่มีวิถีการดำรงชีวิตต่างกัน

5.3 นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว เสนอต่อภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบในการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลาง และใช้เป็นต้นแบบให้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในประเทศ

5.4 เป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจศึกษาต่อไปในอนาคต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแผนการตลาดท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท สิ่งบุรี
สระแก้ว และสมุทรสาคร ในภาคกลาง มีการทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้องดังหัวข้อ
ต่อไปนี้

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
- 2) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)
- 3) แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค
- 4) ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด
- 5) ทรัพยากรการท่องเที่ยว
6. ธุรกิจการท่องเที่ยว

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

1.1 หลักพื้นฐานของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

แชร์เลย์ อีเบอร์ (Shirley Eber, 1992) ได้อธิบายถึงหลักการพื้นฐาน (Principles) ของ
การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 10 ประการ ดังนี้

1.1.1 การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Using Sustainable Resource) เป็นการใช้
ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างพอดีเท่าที่จำเป็นและประหยัด เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรให้มีการ
ใช้ยาวนานขึ้น

1.1.2 การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและลดของเสีย (Reducing Over
Consumption and Waste) เป็นการลดการบริโภคที่มากเกินความจำเป็นและการลดของเสียเพื่อ
ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงรักษาสีงแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเพิ่มคุณภาพของการ
ท่องเที่ยวด้วย

1.1.3 การรักษาความหลากหลาย (Maintaining Diversity) เป็นการรักษาความ
หลากหลายของธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยาย
ฐานของการท่องเที่ยวด้วย

1.1.4 การรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าอยู่ในการวางแผน (Integrating Tourism
into Planning) เป็นการรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับแผนพัฒนาแห่งชาติและแผนพัฒนา
ท้องถิ่น อีกทั้งมีการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment – EIA)

ซึ่งการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้หลักวิชาการในการคาดการณ์เกี่ยวกับผลกระทบทั้งทางด้านบวกและด้านลบของการดำเนินโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะมีต่อสิ่งแวดล้อมทุกด้านทั้งด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อหาทางป้องกันผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด อันจะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

1.1.5 การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Supporting Local Economics) เป็นการรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาควบคู่ไปกับด้านราคาและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันการทำลายสิ่งแวดล้อมด้วย

1.1.6 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) เป็นการให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างผลประโยชน์ตอบแทนให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวด้วย

1.1.7 การปรึกษากันระหว่างผู้เชี่ยวชาญและสาธารณชน (Consulting Stakeholders and the Public) เป็นการปรึกษากันอย่างสม่ำเสมอระหว่างรัฐบาลผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องเพื่อเข้าร่วมกันในทุกทิศทางเดียวกันรวมทั้ง ร่วมแก้ปัญหา และลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์

1.1.8 การฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) เป็นการฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่นทุกประเภททุกระดับให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน ซึ่งจะช่วยยกระดับของการบริการท่องเที่ยว

1.1.9 การตอบสนองการตลาดท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) เป็นการเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างพร้อมมูลเพื่อเผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยวให้เข้าใจ และเคารพในสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

1.1.10 การวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ (Undertaking Research) เป็นการวิจัยและติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว รวมถึงนักลงทุน

1.2 กรอบแนวทางปฏิบัติของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจากหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถนำไปสร้างกรอบแนวทางปฏิบัติของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ 10 ประการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548: 9-10) ดังนี้

1.2.1 มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อน แล้วจึงพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไปภายหลัง เพื่อให้เหมาะสมกับระบบสาธารณูปโภคที่รองรับเป็นสำคัญ

1.2.2 มุ่งให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการท่องเที่ยวต่างๆ ที่จะ มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

1.2.3 มุ่งพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับทุกๆ ด้าน เพื่อผลักดันให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปเป็น ส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น

1.2.4 มุ่งให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยว เข้าใจและห่วงใยในสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

1.2.5 มุ่งใช้วัสดุและผลผลิตในท้องถิ่น เพื่อช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศได้ทางหนึ่ง และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนไทยในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย

1.2.6 มุ่งกระจายรายได้ และนำรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นให้มากที่สุด เพื่อประโยชน์ในระยะ ยาวของชุมชนท้องถิ่น

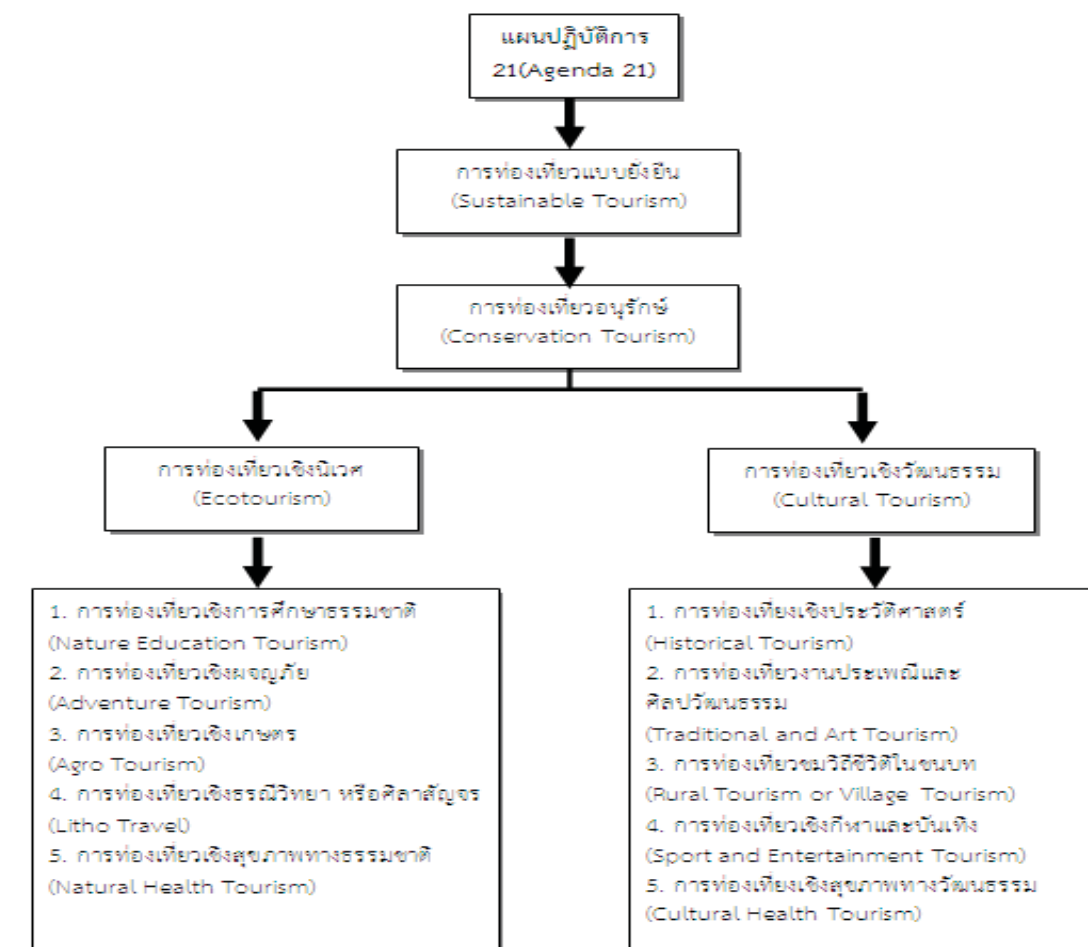
1.2.7 มุ่งจ้างงานในท้องถิ่นด้วยการส่งเสริมรูปแบบของงานที่น่าสนใจ เพื่อให้ ผลตอบแทนสูงแก่ชุมชนท้องถิ่นนั้น

1.2.8 มุ่งพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น เพื่อจะ ช่วยยกระดับ ของบริการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

1.2.9 มุ่งรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้อยู่รอดในระยะยาวเพื่อ เป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยวตลอดไป

1.2.10 มุ่งทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคระหว่างภาคธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้การทำงาน ขององค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐบาลร่วมกันบนหลักการ

1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จากกรอบแนวทางปฏิบัติของการท่องเที่ยวแบบ ยั่งยืน 10 ประการ ทำให้ประเทศต่างๆ พยายามหารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่จะนำไปสู่การ ท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จึงเป็นเหตุให้เกิดการจัดประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The United Nations Conference of Environment and Development) หรือที่เรียกว่า ประชุม Earth Summit ขึ้นที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1992 (พ.ศ. 2535) หรือที่เรียกอีกชื่อว่า Rio Summit (ปฏิญญาริโอ) และได้ร่วมลงนามรับรองเอกสาร สำคัญหลายฉบับ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548: 11-12) เช่น ในแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) เป็น แผนแม่บทของโลกสำหรับการดำเนินงานที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ทำให้การท่องเที่ยวต้องปรับตัวสู่การ ท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ต้องคำนึงถึง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนี้ไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งจะ นำไปสู่การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่อีก 2 รูปแบบ ดังภาพที่ 2.001



ภาพที่ 2.001 รูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแผนปฏิบัติการ 21 หรือ Agenda 21
ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548: 13

รูปแบบที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างดีรวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน อันได้แก่การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

รูปแบบที่ 2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นจัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์

ใหม่ๆเพิ่มขึ้น ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีรวมถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นให้มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน อันได้แก่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและ ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

1.4 องค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนองค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน พอสรุปได้ 6 ด้าน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548: 20-22) ดังนี้

1.4.1 องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย

1.4.2 องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

1.4.3 องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วย

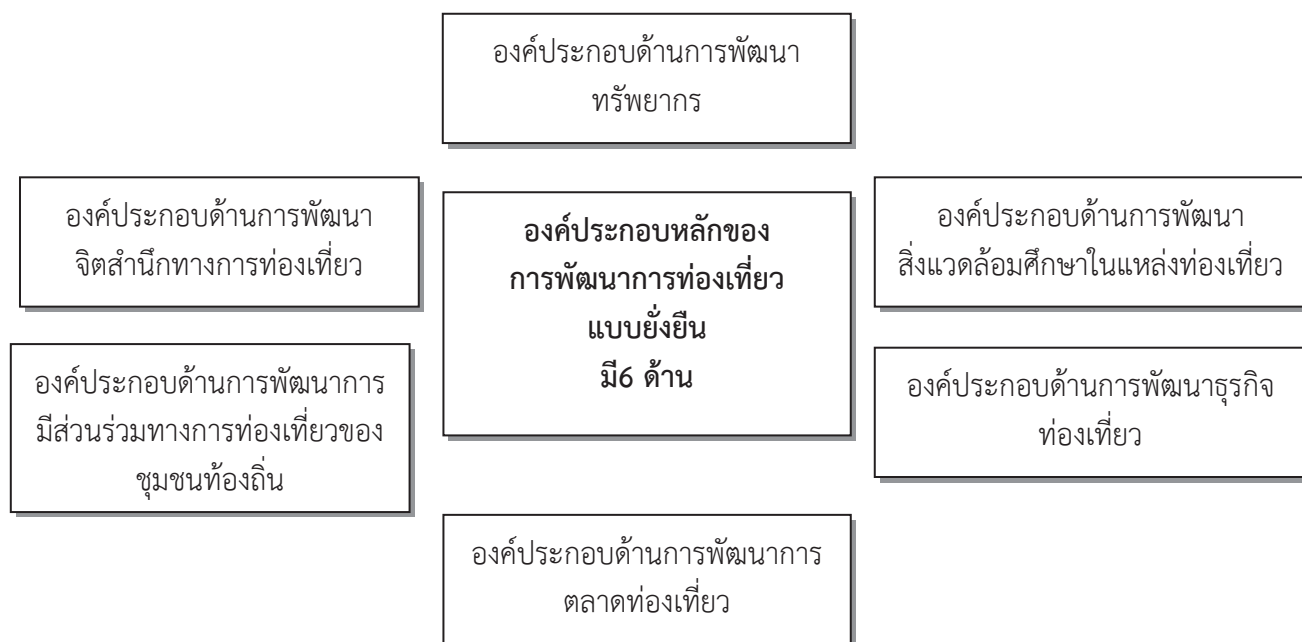
1.4.4 องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณสมบัติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

1.4.5 องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

1.4.6 องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกฝัง

จิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้ง 6 ด้าน สามารถนำมาสร้างเป็นรูปได้ดังภาพที่ 2.002



ภาพที่ 2.002 องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548: 13

2. เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ในขั้นตอนของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจึงมีการให้คำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) อย่างหลากหลายดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2553) ได้ให้นิยามว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึงแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม ตลอดจนการส่งเสริมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีเชิงนวัตกรรม

John Howkins (เสาวรณย์, 2552) ได้ให้นิยามของ Creative Economy ไว้ว่า “How people make money from idea” หมายถึง การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ และได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ว่า หมายถึง แนวคิดที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการขาย หรือแม้แต่อุตสาหกรรมบันเทิง เป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ ที่มีปัจจัยหลักมาจากความสามารถ และทักษะพิเศษของบุคคล "เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรือ อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry)"

ทั้งนี้โมเดลพื้นฐานสำคัญ ที่ทำให้ออกเกิดความคิดสร้างสรรค์มาจากหลักการ 3 ข้อ ได้แก่

1) ทุกคน สามารถมีความคิดสร้างสรรค์ (Everyone needs Creativity or Everyone can be Creativity) เพราะเชื่อว่า คนเราทุกคนมีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในตัวตั้งแต่เด็กอยู่แล้ว

2) ความคิดสร้างสรรค์ต้องการอิสรภาพ (Creativity needs Freedom) ทั้งนี้ในสังคมที่สนับสนุนให้คนแสดงความคิด และสามารถแสดงออกได้ จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการศึกษา ฝึกฝน และเรียนรู้

3) อิสรภาพความคิดสร้างสรรค์ต้องการตลาด (Freedom needs markets) ทั้งอิสระของความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดตลาด อันเนื่องมาจากความคิดสร้างสรรค์ได้มีการค้นคว้า ทำเป็นข้อมูลที่มีมูลค่าราคา และสามารถแลกเปลี่ยนนำไปใช้ประโยชน์ได้

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center: TCDC) ได้ให้นิยาม Creative Economy ไว้ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ สาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Industries : CI)” เป็นกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD (United Nation Conference on Trade and Development) ได้ให้ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่า “เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์”

จากความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ข้างต้นทำให้ทราบว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีองค์ประกอบร่วมในการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจหลายประการ อาทิ การใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคมและ

เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ นอกจากนี้การพัฒนาทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศจะสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์ภายใต้แนวคิดสร้างสรรค์ได้นั้นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจหลักที่สำคัญ

นอกจากนี้สำหรับประเทศไทย John Howkins (วรการณ, 2552) เสนอว่า มีความเป็นไปได้มากที่จะสร้างระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และโรงแรม ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้เป็นจำนวนมาก จัดว่าทำได้ดีก็ให้มุ่งเน้นสร้างจุดแข็งอย่างจริงจัง

ขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ UNCTAD

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD (United Nation Conference on Trade and Development) ได้กำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีรายละเอียดดังนี้

1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Culture Heritage) อุตสาหกรรมประวัติศาสตร์ โบราณคดี ประเพณี ความเชื่อ และสภาพทางสังคม มี 2 กลุ่มคือ

1.1 กลุ่มการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Express) เช่น ศิลปะและงานฝีมือ เทศกาลงานและงานฉลอง เป็นต้น

1.2 กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Culture Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ ห้างสมุด และการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

2. ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มสื่อผลงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ มีอีก 2 กลุ่มคือ

2.1 งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น ภาพวาด รูปปั้น ภาพถ่ายและวัตถุโบราณ เป็นต้น

2.2 ศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรี การแสดงละคร การเต้นรำ โอเปร่า ละครสัตว์ และการเชิดหุ่นกระบอก เป็นต้น

3. ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มผลงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ มี 2 กลุ่มคือ

3.1 งานสื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printed Media) เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์อื่นๆ

3.2 งานโสตทัศน (Audio Visual) เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุและการออกอากาศอื่นๆ

4. ประเภทหน้าที่ (Function Creation) เป็นกลุ่มของสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน มี 3 กลุ่มคือ กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบภายใน กราฟิก แพชั่น อัญมณี และของเด็กเล่น เป็นต้น ส่วนกลุ่ม New Media ได้แก่ ซอฟต์แวร์ วิดีโอเกม

และเนื้อหาดิจิทัล เป็นต้น และกลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Services) ได้แก่ บริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา วัฒนธรรมและนันทนาการ งานวิจัยและพัฒนา และบริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล และความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ปี 2553 ได้กำหนดขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยซึ่งเป็นการกำหนดกรอบโดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ของไทยและสะท้อนถึงสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยยึดรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ และปรับเปลี่ยนตามรูปแบบของ UNESCO แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลักและ 15 สาขาย่อยประกอบด้วย

1. มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Heritage or Cultural/Biodiversity - Based Heritage) แบ่งเป็น 4 หมวดคือ

- 1.1 งานฝีมือและหัตถกรรม
- 1.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ
- 1.3 การแพทย์แผนไทย
- 1.4 อาหารไทย

2. ศิลปะ (Arts) แบ่งเป็น 2 หมวดคือ

- 2.1 ศิลปะการแสดง
- 2.2 หัตถศิลป์

3. สื่อ (Media) แบ่งเป็น 4 หมวดคือ

- 3.1 ภาพยนตร์และวีดิทัศน์
- 3.2 การพิมพ์
- 3.3 การกระจายเสียง
- 3.4 ดนตรี

4. งานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) แบ่งเป็น 5 หมวดคือ

- 4.1 การออกแบบ
- 4.2 แฟชั่น
- 4.3 สถาปัตยกรรม
- 4.4 การโฆษณา
- 4.5 ซอฟต์แวร์

จากการจัดทำกรอบของ สศช. โดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ของไทย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวของภาคกลางจะอยู่ในข้อ 1 มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Heritage or Cultural/Biodiversity - Based Heritage) ในข้อย่อย 1.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555-2559) จะเน้นการพัฒนาของประเทศไปสู่ระบบเศรษฐกิจแนวใหม่ หรือ“ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในแผนฯ 11 จะเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นแผนยุทธศาสตร์ โดยจะการปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจและสังคมเป็นหลัก เนื่องจากสิ่งที่คาดการณ์ไว้ในแผนฯ 10 นั้น มีการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงและรวดเร็วกว่าที่ประเมินไว้ ทั้งวิกฤตการเงิน และการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิของโลก “ประเทศไทยต้องการยกระดับความสำคัญของแผนในการแก้ปัญหาในอนาคต เน้นการปรับโครงสร้างทางสังคมมากกว่าด้านเศรษฐกิจโดยเฉพาะการลงทุนให้เน้นไปที่สังคมมากขึ้น เพราะภูมิคุ้มกันในส่วนนี้เริ่มอ่อนแอลงทุกวัน ทั้งอาหาร พลังงาน การอยู่ร่วมกัน และความสามัคคี ไม่นั่นจิตพิสูง แต่เน้นทิศทางการสร้างแนวร่วมปกป้องสังคมมากขึ้น”

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) สามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการของไทยอย่างสร้างสรรค์ทำได้หลายรูปแบบ อาทิ

1. การร่วมมือกับธุรกิจอื่นๆ ที่มีความเชี่ยวชาญต่างกัน (Business Networking) เช่น กรณีรายการ SME ตีแตก ที่เป็นความร่วมมือกับบริษัทผลิตเกมโซว์กับธนาคารกสิกรไทย วิธีการนี้เสมือนการตัดต่อพันธุกรรม รวมเอา DNA ข้อดีของแต่ละฝ่ายมาสนับสนุนกันจนเกิดเป็นสินค้าและบริการที่ใหม่ แตกต่าง และสร้างสรรค์

2. กลยุทธ์น่านน้ำสีฟ้า (Blue Ocean Strategy) เป็นแนวคิดที่มาจากนักวิชาการสองคนชื่อ W. Chan Kim และ Renee Mauborgne ผู้ซึ่งค้นพบแนวคิดในการหารูปแบบของสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงตลาดเดิมที่มีการแข่งขันสูง ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการหาตลาดใหม่ไร้คู่แข่ง โดยใช้กลยุทธ์น่านน้ำสีฟ้าอย่างตั้งใจ หรือไม่ตั้งใจ เช่น ไวน์ Yellow Tail, Body Shop, circus du soleil, Nintendo Wii และ ฟาร์มโชคชัย

3. วิธีคิดแบบนอกกรอบ และไม่ยึดติดรูปแบบเดิม (Lateral Thinking) เช่น การมองประโยชน์ของที่หนีบกระดาษ เป็นได้มากกว่าที่หนีบกระดาษ (ผลปรากฏว่ามีผู้บอกประโยชน์ได้มากกว่า 40 อย่าง) การมองนอกกรอบทำให้เราได้สินค้าใหม่ๆ อาทิ หัวชุดเจาะแบบรากบัว ที่รีดผ้าไอน้ำแบบไม่ใช่กระดานรีด เป็นต้น

4. แนวคิดการมีส่วนร่วมต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) เมื่อธุรกิจมองแนวทางการผลิตสินค้าและบริการกว้างขึ้นกว่าแค่สร้างกำไรให้กับองค์กร โอกาสใหม่ๆทางธุรกิจที่ธุรกิจก็จะกว้างขึ้นตาม การพัฒนาสินค้าและบริการต่างๆเชิง

สร้างสรรค์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน เช่น วัสดุก่อสร้างประหยัดพลังงาน รถยนต์พลังงานทางเลือก และชากลอตโนมิติเพื่อผู้พิการ

5. การผสมผสาน ศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ (Arts Culture and History) ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการนำคุณค่าด้านจิตวิญญาณและความเชื่อ มาสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการได้ ตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำร้อยปี มีผู้หลงใหลท่องเที่ยวจำนวนมาก ด้วยความเป็นเอกลักษณ์ มีประวัติความเป็นมา และคุณค่าเชิงวัฒนธรรม การลงทุนก็ใช้เงินเพียงน้อยนิดหากเทียบกับการลงทุนของห้างสรรพสินค้าต่างๆ

6. การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุน สินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจ บางครั้งอาจไม่ต้องลงทุนมาก แต่สามารถสร้างประสบการณ์และความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี เช่น พิพิธภัณฑ์ที่นำระบบสื่อดิจิทัลเข้ามาผสมผสาน ห้องสมุดTCDC และหุ่นยนต์น้องดินสอ เป็นต้น

วรากรณ์ สามโกเศศ (2552) กล่าวว่า สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้พยายามจัดกลุ่มของ Creative Industriesตามลักษณะของบัญชีรายได้ประชาชาติ โดยแบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) 2) งานออกแบบ (Design) 3) แฟชั่น (Fashion) 4) ภาพยนตร์และวิดีโอ (Film & Video) 5) การกระจายเสียง (Broadcasting) 6) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) 7) ธุรกิจโฆษณา (Advertising) 8) ธุรกิจการพิมพ์ (Publishing) 9) สถาปัตยกรรม (Architecture) ในด้านรูปธรรม ประเทศไทยมีพระบรมมหาราชวัง พระแก้วมรกต พระพุทธรูปปางมารวิชัย วัดวาอาราม เรือสุพรรณหงส์ อาหารไทย รำไทย นวดไทย ข้าวไทย ผลไม้ไทย ผ้าไหมไทย สุนัขพันธุ์ไทยหลังอาน ฯลฯ แหล่งท่องเที่ยว เช่น อโยธยา สุโขทัย เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา เขาวรรณ ลำเพ็ง เขาพระวิหาร เมืองโบราณ ฟาร์มจระเข้ ฯลฯ จึงควรส่งเสริมภาคการท่องเที่ยว โดยวัดมูลค่าเหล่านี้กำลังรอคอยการพัฒนาขึ้นเป็น Creative Assets เพื่อเป็นปัจจัยในการสร้าง Creative Industries

การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เพื่อการพัฒนาอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ควรมีแนวคิดการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของภาคกลาง โดยใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งแนวคิดที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการตลาด เป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ ระบบเศรษฐกิจใหม่นี้มีกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี มารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดธุรกิจบนความคิดสร้างสรรค์

ตารางที่ 2.001 หมวดของการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หมวด	แนวทางการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์
อาหาร	เน้นความปลอดภัยของอาหารและคุณภาพของการบริการ รวมทั้งให้มีการใช้วัตถุดิบการผลิตจากพื้นที่ท้องถิ่น
กิจกรรม นันทนาการ	จัดกิจกรรมให้ได้สัมผัสธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่ท้องถิ่น พัฒนาพื้นที่ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น พัฒนาป่าชุมชน สนับสนุนเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น
บ้านพัก	บริการที่พัก อาหาร และยานพาหนะและกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม
องค์ความรู้	นักท่องเที่ยวได้องค์ความรู้ ปรัชญาท้องถิ่น ปรัชญาการท่องเที่ยว คุณค่าของธรรมชาติ วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
ธรรมชาติ	ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ รวมทั้งจัดการให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ให้ความรู้ความเข้าใจผ่านสื่อความหมายธรรมชาติ

ตัวอย่างแนวคิดการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

1) อาหาร

เน้นความปลอดภัยและคุณภาพของการให้บริการ เน้นอาหารที่ใช้ พืชผล ผักการเกษตรในพื้นที่ เช่นเห็ดหอม ผักปลอดสารพิษ เห็ดแปรรูปเป็นต้นเพื่อสร้างลักษณะที่โดดเด่น เช่น เห็ดสดนั้นรับประทานดี แต่มีอายุสั้น ดังนั้นจึงต้องทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในรูปแบบต่างๆ ให้เราเก็บไว้รับประทานกันได้นานๆ อาทิ การตากแห้ง เป็นวิธีการถนอมรักษาเห็ดที่นิยมทำกันอย่างแพร่หลาย โดยนำเห็ดมาตากแดดจนแห้งสนิท อีกวิธีหนึ่งคือการอบแห้ง โดยนำเห็ดไปอบด้วยความร้อนจนแห้ง ช่วยยืดอายุของเห็ดได้นานขึ้น อย่างเห็ดหอมอบแห้ง เห็ดหัวลิงอบแห้ง เห็ดหลินจืออบแห้ง หรือนำไปปรุงเป็นของว่างอย่าง ข้าวเกรียบเห็ด เห็ดสวรรค์ เห็ดสามรส ที่นำเห็ดมาปรุงรสเป็น

ขนมกรุบกรอบ ไอศกรีมเห็ดหิมะ น้ำเห็ดสามสีเย็น น้ำพริกเห็ดชนิดต่างๆ ที่ใช้วัตถุดิบดี ไม่เจือสี ไม่ใส่
วัตถุกันเสียและผงชูรส เป็นต้น

2) กิจกรรมนันทนาการ

กิจกรรมที่เชื่อมโยงและสอดคล้องกับบริเวณที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพลังใจในการ
ทำงานของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่มีแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรเป็น
จำนวนมาก อาทิ ผักไร้สาร ดอกไม้ชนิดต่างๆ และผลไม้ตามฤดูกาล การเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจ รวมถึง
กิจกรรมชมป่าชุมชนและเกษตรอินทรีย์

3) บ้านพัก

บริการที่พัก อาหาร และยานพาหนะและกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ ตลอดจนสาธารณูปโภค
และสิ่งอำนวยความสะดวกกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม เพื่อเป็นสัมผัสธรรมชาติและมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม มีโอกาสศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น จึงต้องหารูปแบบที่พักที่เหมาะสมและ
สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม

4) องค์ความรู้

ส่งเสริมและพัฒนา ปรัชญาท้องถิ่น ปรัชญาการท่องเที่ยว คุณค่าของธรรมชาติ วิถีชีวิต
ประเพณี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น แหล่งท่องเที่ยว ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งต้อง
แสดงถึงองค์ความรู้ที่ได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

5) ธรรมชาติ

ส่งเสริมแหล่งธรรมชาติที่สำคัญในท้องถิ่น

ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ พัฒนามัคคุเทศก์ การให้ความรู้ความเข้าใจผ่านสื่อความหมาย
ธรรมชาติ สถานที่เชิงธรรมชาติมีจำนวนมาก เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงธรรมชาติ อาทิ

5.1 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ สัมผัสความเพลิดเพลินจากธรรมชาติรอบตัว ทั้งรูป รส กลิ่น
เสียง ละจากชีวิตเมือง มาเติมเต็มด้วยการทำตัวกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ กิจกรรมที่
สามารถทำได้ในการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมีมากมาย เช่น ชมความงามของธรรมชาติ พักผ่อน นอน
อ่านหนังสือ วาดรูป ชี้อักษรยาน เดินเล่น จ็อกกิ้ง ออกกำลังกาย ทานอาหารประเภทสุขภาพ ผัก ผลไม้
ที่ทั้งสด อร่อย มีคุณค่าทางโภชนาการ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย สิ่งเหล่านี้เป็นวิธีที่นักท่องเที่ยว
สามารถสัมผัสความเป็นตัวตนที่แท้จริงของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

5.2 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร ฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในแหล่งเกษตรกรรมนั้น

5.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชมงานประเพณีต่างๆ ในรอบปี ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น และได้สัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

3. แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้รับสามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะของผู้บริโภค ได้แก่ 6 Ws และ 1H ครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541)

1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงกลุ่มลักษณะเป้าหมาย (Occupants)

2) ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการอะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ทำให้ทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการจากผลิตภัณฑ์ (Object) เป็นการกำหนดสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ โดยอาศัยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น การบรรจุหีบห่อ รูปแบบ บริการ คุณภาพ นวัตกรรม เป็นต้น

3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อหรือใช้บริการ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อหาวิธีการสนองความต้องการของเขา

4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ (Who does participate in buying?) เป็นคำถามที่ทำให้ทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล และผู้ตัดสินใจซื้อหรือตนเอง

5) ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงเดือนใดของปี เทศกาล โอกาสพิเศษ และวันหยุดเวลาว่าง เป็นต้น

6) ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงช่องทางหรือแหล่งจัดจำหน่าย (Outlets)

7) ผู้บริโภคซื้อหรือใช้บริการอย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอน (Operations) การตัดสินใจซื้อ หรือกระบวนการซื้อ การรับรู้ปัญหา หรือความต้องการค้นหาข้อมูล ประเมินทางเลือกการตัดสินใจ และความรู้สึกหลังการซื้อตลอดจนความถี่หรือปริมาณในการซื้อ

4. แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางตลาดบริการ

Kotler (อ้างถึงในอดุลย์, 2543) อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นธุรกิจบริการเฉพาะด้านได้เพิ่มปัจจัยส่วนประสมการตลาดอีก 2Ps ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการประกอบด้วย 9Ps (อรพิน สันติธิรากุล และคณะ, 2550) ดังต่อไปนี้ คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือการบริการที่นำเสนอ อาจเป็นสินค้าหรือการบริการชนิดเดียวกันหรือหลากหลายชนิดได้ (Product Variety) และยังหมายรวมถึง คุณภาพ รูปทรง ขนาด การบรรจุหีบห่อ การรับประกันสินค้านั้นไว้ด้วย

2. ราคา (Price) หมายถึง ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ราคามีความสำคัญต่อการรับรู้ในคุณค่าของการบริการที่นำเสนอ มีผลต่อการรับรู้ในคุณภาพ และมีบทบาทต่อการสร้างภาพลักษณ์บริการ การประเมินราคาของผู้บริโภคสำหรับบริการแตกต่างจากสินค้าทั่วไป เพราะผู้บริโภคขาดความรู้เกี่ยวกับราคาอ้างอิง (Reference Price) สำหรับบริการราคาเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพ และมีต้นทุนที่มีใช้ตัวเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากการบริการไม่สามารถที่จะเก็บรักษาไว้ได้ นอกจากนี้การผลิตและการบริโภคบริการมักจะเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน ดังนั้นเรื่องเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบริการ จึงเกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า และคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าทราบถึงตำแหน่งของบริการ และทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงบริการในแง่รูปธรรมได้ดีขึ้น เครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารแบบปากต่อปาก และการตลาดทางตรง

5. บุคลากร (People in Service) หมายถึง ผู้ให้บริการซึ่งทำหน้าที่ต่างๆ ในธุรกิจบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและสนองความต้องการของลูกค้า เช่น พนักงานร้าน เป็นต้น จากลักษณะเฉพาะของบริการที่ไม่อาจแยกการผลิตและการบริโภคออกจากกันได้ (Inseparability) บุคลากรจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญทั้งในการผลิตและการให้บริการ โดยบุคลากรยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับธุรกิจ โดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนต่างๆ ของการบริการตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งกระบวนการบริการของแต่ละธุรกิจจะแตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามควรยึดเรื่องคุณภาพการ

บริการด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) เพื่อความรวดเร็วในการทำงานและแก้ปัญหา รวมถึงความปลอดภัยและการแก้ปัญหาหลังการขาย เป็นต้น

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่บริการนั้นเกิดขึ้น และที่ซึ่งผู้ให้บริการและลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน รวมถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่สามารถจับต้องได้อีกด้วย การสร้างหลักฐานทางกายภาพเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าให้สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมมากที่สุด เพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม้อาจจับต้องได้ เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ จึงทำให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความเสี่ยง และความไม่แน่ใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยการสร้างและนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรมเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับบริการ และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

8. การจัดองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การนำองค์ประกอบย่อยต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมารวมกันอย่างเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การจัดรายการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจทัวร์ได้เป็นอย่างดี

9. ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership) หมายถึง การทำงานร่วมกันของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว ธุรกิจรถเช่า ผู้ประกอบการโรงแรมหรือที่พัก เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ทรัพยากรการท่องเที่ยว

นิยามและสาระสำคัญของ "ทรัพยากรการท่องเที่ยว" จากอักษรานุกรมภูมิศาสตร์ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ดังนี้

"ทรัพยากรการท่องเที่ยว" หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ตั้งแต่ในระดับท้องถิ่น จนถึงระดับภูมิภาค และระดับโลก อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้ โดยสิ่งเหล่านั้นจะต้องมีความงามแปลกตา มีความสำคัญหรือมีคุณค่า รวมทั้งวิถีการดำเนินชีวิตอันดีงามที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมอันทรงคุณค่า และมีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ ก็ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเทศไทยนับเป็นประเทศที่ได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ ทำเลที่ตั้ง ลักษณะภูมิประเทศ ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว โดยทั่วไปแล้วทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีความสวยงามแปลกตาตาม

สภาพทางภูมิศาสตร์และธรณีวิทยา เช่น การกระทำของกระแสน้ำและคลื่นบริเวณชายฝั่ง รวมทั้งพื้นที่ที่มนุษย์เข้าไปปรุงแต่งธรรมชาติจนเกิดความสวยงามร่มรื่น ทรัพยากรธรรมชาติประเภทนี้ได้แก่ ภูเขา ถ้ำ อุทยานแห่งชาติ 2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์แต่ละกลุ่มหรือชุมชนได้สร้างขึ้น ประดิษฐ์คิดค้น และยึดถือปฏิบัติกันเป็นระยะเวลายาวนาน ทรัพยากรประเภทนี้แบ่งออกเป็น ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน และประเภทศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และกิจกรรมต่าง ๆ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะทั่วไปคือ

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ รวมทั้งอากาศและทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ ฯลฯ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่ต้องสูญเสียต้นทุนในการผลิต แต่ทรัพยากรทั้งสองลักษณะต่างก็ต้องมีต้นทุนในการดูแลรักษาเหมือนกัน คุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจึงต้องได้รับการดูแลรักษาในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การวางแผนการท่องเที่ยว รวมทั้งการวางมาตรฐานการดูแลรักษาทรัพยากรดังกล่าวจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเปราะบางได้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ยกตัวอย่างเช่น ผู้คนที่อยู่ในพื้นที่หุบเขาที่มีอากาศหนาว ย่อมไม่มีโอกาสที่จะได้สัมผัสอากาศอันอบอุ่น หรือได้เห็นชายทะเล ความต้องการนี้เองที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวหลายประเทศ โดยเฉพาะชาวยุโรป ดังจะเห็นได้จากความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวที่ชายหาดเมืองนิซ (Nice) ของประเทศฝรั่งเศสในช่วงเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นเดือนแห่งการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวฝรั่งเศส นอกจากนี้ชาวยุโรปยังนิยมท่องเที่ยวไปยังชายหาดหลายแห่งของสเปน หรือหมู่เกาะแคริบเบียนในอเมริกา รวมทั้งภูเก็ตของประเทศไทยด้วยเช่นกัน

จากตัวอย่างดังกล่าว ทำให้เห็นว่านอกจากชายทะเลจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่เห็นได้เด่นชัด และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้แล้ว ในอีกส่วนหนึ่ง “อากาศ” ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มองไม่เห็น ต้องอาศัยการสัมผัสทางกาย ก็ยังเป็นทรัพยากรธรรมชาติอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและพลัดเพลิน

ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์ คือ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ เหตุการณ์ที่สืบสานกันมาตั้งแต่อดีต โดยส่วนใหญ่การนำเสนอประวัติศาสตร์ในรูปของทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้ คือ

- 1) สงคราม เช่น กำแพงเบอร์ลินที่กั้นระหว่างเบอร์ลินตะวันออกและเบอร์ลินตะวันตก ในเยอรมนี และสะพานข้ามแม่น้ำแคว จ.กาญจนบุรี เป็นต้น
- 2) ศาสนา เช่น บูโรบูโด ในอินโดนีเซีย, พุทธคยา ในอินเดีย, นครวัด นครธม ในกัมพูชา เป็นต้น
- 3) ผู้คนที่อาศัยในท้องถิ่น เช่น บ้านวิลเลียม เช็คสเปียร์ ในอังกฤษ, หมู่บ้านบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นต้น
- 4) ขนชั้นการปกครอง (รัฐบาลหรือพระมหากษัตริย์) เช่น อาคารรัฐสภาของสหรัฐอเมริกา ในกรุงวอชิงตัน ดี ซี, พระราชวังบัคกิงแฮม ในอังกฤษ, พระราชวังบางปะอิน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม แต่ละประเทศต่างก็มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางสังคมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งที่เป็นรูปธรรม ที่แสดงออกทางด้านลักษณะความเป็นอยู่ของผู้คน ภาษา เทศกาล ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา ศิลปหัตถกรรม การแต่งกาย การละเล่นและการบันเทิงต่างๆ สถาปัตยกรรม ฯลฯ และที่เป็นนามธรรม ที่แสดงออกทางด้านความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ฯลฯ สิ่งเหล่านี้คือทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งสิ้น เนื่องจากสามารถตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นสิ่งที่แปลกแตกต่างของนักท่องเที่ยวได้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม ยังหมายรวมถึง “อัยาศัยไมตรีและการต้อนรับ” ของผู้คนในท้องถิ่นด้วย นับเป็นทรัพยากรที่สำคัญอย่างยิ่งของการท่องเที่ยว ทั้งนี้หากนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าไม่ได้รับการต้อนรับจากคนในท้องถิ่นแล้ว สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ หรือทิวทัศน์ใดๆ ก็ไม่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่นั้นต่อไปหรือกลับมาเยือนซ้ำได้ การแสดงออกซึ่งการต้อนรับนักท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายรูปแบบ รูปแบบหนึ่งที่เป็นรูปธรรมชัดเจนคือการติดตั้งป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น ป้าย “Aloha” ซึ่งเป็นภาษาของชาวฮาวาย แปลว่า “สวัสดี” หรือการจัดบริการนำเที่ยวที่มีหลายภาษา เช่น รถนำเที่ยวในกรุงลอนดอน มีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวหลายภาษาสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดหลัก ไม่ว่าจะเป็นภาษาอิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมัน หรือญี่ปุ่น

สำหรับประเทศไทยก็ประสบความสำเร็จในการใช้ “อัยาศัยไมตรีและการต้อนรับของผู้คนในท้องถิ่น” ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่ว่าจะเป็น “ยิ้มสยาม” หรือ

“ความเอื้ออาทรในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว” ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยแล้วกลับมาเยือนซ้ำอีกหลายครั้ง

ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและความเพลิดเพลิน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้หมายถึง สถานที่หรือกิจกรรมที่สร้างความบันเทิงและความเพลิดเพลินให้นักท่องเที่ยวทุกประเภท อาทิ สวนสาธารณะ สวนสนุก แหล่งบันเทิงยามค่ำคืน โรงละคร โรงภาพยนตร์ เป็นต้น สถานที่เหล่านี้ส่วนใหญ่ต้องใช้งบประมาณในการสร้างสูง โดยส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของภาคเอกชน มีเพียงส่วนน้อย เช่น สวนสาธารณะ สวนสัตว์ ที่เป็นการลงทุนของภาครัฐ

ตัวอย่าง ของทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ เช่น ดิสนีย์เวิลด์ สวนสยาม ซาฟารีเวิลด์ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว สวนสัตว์ดุสิต คลับ ดิสโก้เธค การแสดงโชว์ทิฟฟานี ฯลฯ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีการเสื่อมสลายได้ตามกาลเวลา สภาพดินฟ้าอากาศ การทำลายของมนุษย์ และการขาดการดูแลเอาใจใส่ จึงต้องการการอนุรักษ์ ส่งเสริม และพัฒนา ตลอดจนการดูแลรักษาจากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลให้การท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าต่อไป

6. ธุรกิจท่องเที่ยว

พ.ร.บ.ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 มาตรา 3 นิยามคำว่า “ ธุรกิจนำเที่ยว ” หมายความว่า “ การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือให้บริการ หรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร ทัศนอาภรณ์ และหรือมัคคุเทศก์ให้นักท่องเที่ยว ”

ลักษณะของธุรกิจท่องเที่ยว

1. ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีกิจการท่องเที่ยวอยู่ประมาณ 400 แห่ง กิจการดังกล่าวสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1.1.1 กิจการนำเที่ยวรับเฉพาะนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศอย่างเดียว (In – bound Operator)

1.1.2 กิจการนำเที่ยวคนในประเทศไปยังต่างประเทศ (Out – bound Operator)

1.1.3 กิจการนำเที่ยวภายในประเทศอย่างเดียว (Local operator)

1.1.4 กิจการนำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Local & World wide Operator)

1.1.5 กิจการที่ดำเนินธุรกิจทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (General Travel Agent)

2. ธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ ควรพัฒนาในเรื่องของความรู้ความชำนาญในแหล่งท่องเที่ยว สภาพดินฟ้าอากาศ ภูมิประเทศ ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ต้องชี้แจงให้นักท่องเที่ยวได้รู้ก่อนที่จะไป เพื่อมิให้มีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างการท่องเที่ยว เนื่องจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยวซึ่งบริษัทนำเที่ยวต้องชี้แจง และดูแล

อย่างใกล้ชิดโดยทั่วไปธุรกิจประเภทนี้จะจัดตั้งขึ้นในรูปของบริษัท ซึ่งจะร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวของต่างประเทศ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องของการทำหนังสือเดินทาง (Passport) ติดต่อขอวีซ่า (Visa) ขยายตัว เครื่องบิน จัดรายการนำเที่ยว และบริการจัดหาที่พัก

ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. Travel Agent บุคคลหรือบริษัทที่มีความสามารถจัดการนำเที่ยว การขนส่ง ที่พัก อาหาร การรับ-ส่งทั้งขาไปและขากลับ การนำสถานที่และงานอื่น ๆ ของการเดินทางซึ่งเป็นการบริการให้แก่ สาธารณชน เช่น บริษัท นำเที่ยว จำกัด มีความชำนาญเปิดเสรีทุกอย่าง สามารถดำเนินการเองได้

2. Tour Operator บริษัทมีความชำนาญในการจัดและดำเนินการเกี่ยวกับการตลาด ทางด้านการจัดการเดินทางไปพักผ่อนแบบ Inclusive Tour โดยเก็บเงินล่วงหน้าแล้วมอบให้ Travel Agent เป็นผู้ขาย แต่บางครั้งก็ลงมือขายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น บริษัทหรือกลุ่มคนในพื้นที่ที่มีอุปกรณ์เกี่ยวกับการดำน้ำ และเรือพร้อมในจังหวัดพังงา นำเที่ยวดำน้ำดูปะการังที่หมู่เกาะสิมิลัน - หมู่เกาะสุรินทร์ ก็ติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวจำกัด เป็นผู้ขายบัตรเพราะมีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวแพร่หลายอยู่แล้ว ส่วนตนก็เป็นผู้จัดรายการรับทัวร์ชุดนี้ต่ออยู่ที่พังงา

3. Wholesaler บริษัทมีความชำนาญงานในงานเดินทาง คิดและเสนอโปรแกรมที่จัดไว้แบบเหมาหรือจัดขึ้นตามแต่จะรับคำสั่งมาจากลูกค้าแล้วมอบให้ Travel Agent รับผิดชอบต่อไปขายต่อ Wholesaler ต่างกับ Tour Operator คือ Wholesaler มักไม่เสนอรายการเดินทางต่อบริษัทนำเที่ยวบ่อย ๆ แต่ Tour Operator จะเสนอขายให้แก่ Retailer ด้วย เช่น เป็นบริษัทหรือกลุ่มคนที่ชอบการผจญภัยชุดบุกเบิกไปเที่ยวน้ำตกที่ล่อแล(เป็นน้ำตกที่อยู่เลยน้ำตกที่ล่อแลเข้าไปในเขตพม่า) มีคนที่เคยไปมาแล้วแนะนำว่าควรจัดทัวร์แบบนี้ (ลุย สมบุกสมบัน) จึงจัดรายการขึ้น แล้วเสนอต่อบริษัทนำเที่ยวจำกัด ขาย ซึ่งจะจัดไม่บ่อย และถ้าคนไปน้ำตกนี้กันมาก ทัวร์ที่ไปน้ำตกที่ล่อแลลักษณะนี้ก็จะจบไป แล้วไปบุกเบิกที่แห่งใหม่ต่อไป มักเป็นบริษัทในท้องถิ่น

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ธุรกิจการขนส่ง
2. ธุรกิจอาหารและการพักผ่อน
3. ธุรกิจการนำเที่ยว

1. ธุรกิจการขนส่ง (Transportation)

ธุรกิจการขนส่งประกอบด้วย ธุรกิจเกี่ยวกับพาหนะที่ใช้ในการคมนาคมทั้ง 3 ทาง คือ

- ทางบก พาหนะหลักในการขนส่งนักท่องเที่ยวสู่จุดหมายปลายทาง ได้แก่ รถยนต์ และรถไฟ ธุรกิจเกี่ยวเนื่องของการขนส่งทางบกนี้ ได้แก่ บริการพาหนะในท้องถิ่น เช่น รถสามล้อ รถม้า เกวียน รถลาก ช้าง ฯลฯ

รถโดยสารประจำทาง คือ รถที่ใช้ขนส่งผู้โดยสารตามเส้นทางที่กำหนดค่าบริการเป็นรายบุคคล และมีที่นั่งเกินกว่า 7 คนขึ้นไป ทั้งที่มีเครื่องปรับอากาศและไม่มีเครื่องปรับอากาศ

รถบริการนำเที่ยว คือ รถที่ใช้บริการท่องเที่ยว ซึ่งจัดกำหนดการไว้ล่วงหน้ามีการเก็บค่าบริการเป็นรายบุคคลในลักษณะเหมาจ่ายและมีที่นั่งเกินกว่า 7 คนขึ้นไป

รถยนต์ส่วนบุคคล คือ รถยนต์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว หรือรถยนต์ของหน่วยราชการ หรือเอกชน ที่นักท่องเที่ยวใช้โดยสารไม่มีอัตราค่าบริการ มีขนาดและลักษณะใดก็ได้

- ทางเรือ พาหนะหลัก ได้แก่ เรือเดินสมุทร และเรือกลไฟ ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ได้แก่ เรือใบ เรือลากจูง เรือแจว เรือพาย เรือหางยาว แพ ฯลฯ

- ทางอากาศ พาหนะหลัก ได้แก่ อากาศยาน หรือเครื่องบิน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องของการขนส่งได้แก่ อุตสาหกรรมประกอบรถโดยสาร ต่อเรือ ผลิตเครื่องยนต์ ผลิตอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในรถยนต์ เรือ และเครื่องบิน เช่น เบาะ แก้ว ฝ้าคลุมเบาะ เครื่องสุขภัณฑ์ ฯลฯ

การอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมจะส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นทางหนึ่ง การอำนวยความสะดวกเหล่านั้น ได้แก่

- 1) การตัดและสร้างถนน โครงข่ายถนนที่ดี การขยายเส้นทางรถไฟเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว
- 2) การจัดบริการรถยนต์โดยสารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถรับจ้าง บริการรถเช่าประเภทต่าง ๆ
- 3) การบริการปั้มน้ำมัน ห้องน้ำ ที่พักริมทาง
- 4) การสร้างท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือ
- 5) การจัดบริการการขนส่งทางเรือ
- 6) การปรับปรุงเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งสูง ประหยัดและปลอดภัย
- 7) การจัดเที่ยวบินและที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยว และเที่ยวบินภายในประเทศให้เพียงพอ
- 8) เพิ่มจำนวนสนามบินทั้งสนามบินนานาชาติและสนามบินภายในประเทศ
- 9) การอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยบริเวณสถานีขนส่ง ท่าเรือ และสนามบิน

10) ปรับปรุงอัตราค่าโดยสารให้น่าสนใจ

2. ธุรกิจอาหารและที่พักแรม

ธุรกิจอาหารและการพักแรมประกอบด้วย ร้านอาหารหรือภัตตาคาร และที่พักแรม ซึ่งมีหลายรูปแบบและหลายระดับ เช่น ธุรกิจอาหารมีตั้งแต่ รถเข็นอาหาร หาบเร่ แผงลอย ร้านอาหาร ภัตตาคาร สวนอาหาร และศูนย์อาหาร ธุรกิจที่พักแรมมีตั้งแต่ โรงแรม บังกะโล โมเต็ล เกสต์เฮาส์ หอพัก แคมป์ รีสอร์ท และเรือนแพ เป็นต้น

ความหมาย ที่พักแรม คือสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างเดินทาง ซึ่งอาจจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามลักษณะการใช้

- โรงแรม คือ ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทาง และเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง
- เกสต์เฮาส์ คือ บ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักแรม โดยเก็บค่าเช่า
- บังกะโล คือ ที่พักแรมที่กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวโดยเก็บค่าเช่า
- รีสอร์ท คือ ที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลัง ๆ มีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติ
- โมเต็ล คือ ที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะ โดยเก็บค่าเช่า มีห้องพักแต่ละห้องหรือมีห้องพักส่วนหนึ่งที่มีลักษณะและการใช้สอยเช่นเดียวกับโรงแรม
- บ้านรับรอง คือ ที่พักหน่วยงานราชการ บริษัท หรือเอกชนจัดไว้เพื่อใช้รับรองหรือพักผ่อน โดยไม่เก็บค่าเช่า
- บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน คือ บ้านญาติมิตรของนักท่องเที่ยวที่จัดให้เป็นที่พักแรม โดยไม่เก็บค่าเช่า

สถานพักแรมกลุ่มต่าง ๆ คือ การแบ่งกลุ่มของสถานพักแรม เป็นการจัดกลุ่มเพื่อใช้ประโยชน์เพื่อเป็นสถิติเท่านั้น ไม่ได้ถือตามมาตรฐานสากล และมีได้เป็นการจัดระดับของสถานพักแรม และใช้ราคาต่ำสุดของราคาขาย (ค่าเช่า) เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งกลุ่ม

กลุ่ม 1 หมายถึง ราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป

กลุ่ม 2 หมายถึง ราคาตั้งแต่ 1,500 - 2,499 บาท

กลุ่ม 3 หมายถึง ราคาตั้งแต่ 1,000 - 1,499 บาท

กลุ่ม 4 หมายถึง ราคาตั้งแต่ 500 - 999 บาท

กลุ่ม 5 หมายถึง ราคาต่ำกว่า 500 บาท

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องของอาหารและการพักแรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเนื้อสัตว์ ผลผลิตทางการเกษตร อุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง เครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเครื่องเรือน เครื่องใช้ในการ

ประกอบอาหาร เครื่องใช้ในการรับประทานอาหาร อุตสาหกรรมเครื่องนอน ธุรกิจด้านการรักษา
ความสะอาด และการรักษาความปลอดภัย และอุตสาหกรรมการก่อสร้าง

การอำนวยความสะดวกให้แก่ธุรกิจอาหารและพักรแรมเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
อีกด้านหนึ่ง บริการที่ควรจัดให้มีได้แก่

1. การอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคม การเข้าถึงได้ง่าย
2. การส่งเสริมการลงทุน
3. การฝึกอบรมพนักงานและผู้ประกอบการทุกระดับเพื่อให้มีมาตรฐานการบริการ และการ
บริหารเป็นระดับสากล

3. ธุรกิจการนำเที่ยว

ธุรกิจการนำเที่ยวประกอบด้วย บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) และตัวแทนจำหน่าย การ
ท่องเที่ยว (Travel Agency) และแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Destination)

บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) ทำหน้าที่จัดรายการนำเที่ยว และบริการนำเที่ยว
การจัดรายการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวจำแนกเป็น

1. จัดรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ส่งให้ตัวแทนไปจำหน่าย
2. จัดรายการนำเที่ยวประเภทต่าง ๆ สำหรับผู้สนใจเฉพาะเรื่องให้แก่องค์กร สถาบันวิชาชีพ
ต่าง ๆ และกลุ่มเอกชนที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง

การบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวตามประเภทของรายการท่องเที่ยว นำโดยมัคคุเทศก์
(Guide หรือ Tour Guide) ซึ่งอาจเป็นมัคคุเทศก์ประจำบริษัท หรือมัคคุเทศก์อิสระ (Freelance
Guide)

นอกจากนี้ บริษัทนำเที่ยวยังให้บริการการวางแผนการจัดประชุมสัมมนาและการจัด
นิทรรศการทั้งในประเทศและต่างประเทศให้แก่องค์กรต่าง ๆ อีกด้วย นอกเหนือจากการจัดนำเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour)

ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) ทำหน้าที่

1. จำหน่ายรายการท่องเที่ยว ที่บริษัทนำเที่ยวจัดขึ้น
2. เป็นตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท
3. เป็นตัวแทนจัดหาและสำรองที่พักแรมตลอดจนกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ
4. บริการจัดเอกสารการเดินทาง
5. บริการต้อนรับและรับส่งนักท่องเที่ยว
6. บริการให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

บริษัทนำเที่ยวบางแห่งอาจเป็นทั้ง Tour Operator และ Travel Agency แต่บางแห่งก็เป็นเพียง Tour Operator หรือ Travel Agency อย่างใดอย่างหนึ่ง

แหล่งท่องเที่ยว (Tourist Destination) ได้แก่ ประเทศ ภูมิภาค เขต เมือง หมู่บ้าน หรือพื้นที่ทางภูมิศาสตร์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวไปเยือน

คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ได้แก่

1. ความดึงดูดใจ (Attractions)เสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่ เช่น อากาศ ความงามตามธรรมชาติ หรือเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานเฉลิมฉลอง นิทรรศการ การแข่งกีฬาระดับโลก การประชุมนานาชาติ ฯลฯ

2. การเข้าถึงง่าย (Accessibility) ความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง การเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยว

3. ความอภิรมย์ (Amenities) ณ จุดหมายปลายทางนั้น ตั้งแต่ที่พักแรม การบริการ ตลอดจนความบันเทิงต่าง ๆ

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องของธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ อุตสาหกรรมเกี่ยวกับศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มประจําถิ่น อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่าง ๆ ฯลฯ ที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อหากลับไปเป็นที่ระลึกหรือใช้ประโยชน์ได้

การให้บริการด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดให้มีหน่วยงานย่อยกระจายอยู่ทุกจังหวัดในประเทศไทยคอยแนะนำแก่นักท่องเที่ยว และจัดทำคู่มือนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นเอกสารแจกฟรี

2. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว (โทร 1155) รับผิดชอบนักท่องเที่ยวโดยตรง

3. ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (ศช.ทท.) รับเรื่องราวทุกข์เบื้องต้น ก่อนให้ความช่วยเหลือในขั้นต่อไป

4. กฎกระทรวง และพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 ออกมาควบคุมบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้มี ความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

5. ร้านอาหารและร้านค้าที่สะอาด ราคาอ่อมเยา ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการมอบเกียรติบัตร รับรองและเผยแพร่ทางเอกสารของ ททท.ด้วย เซลล์ชวนชิม แม่ช้อยนางรำ ร้านธงฟ้า

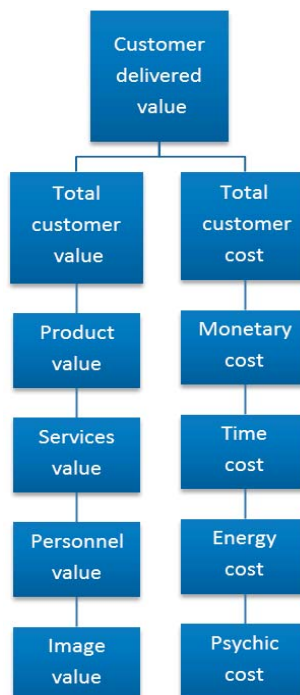
6. บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการมอบรางวัล รับรอง และเผยแพร่ทางเอกสารของททท.ด้วย

7. ยานพาหนะปลอดภัย ราคามาตรฐาน โดยกรมการขนส่งทางบกมีการตรวจสอบสภาพรถก่อนต่อทะเบียน มีพระราชบัญญัติคุ้มครอง

8. สถานที่ท่องเที่ยวปลอดภัย สะอาด ไม่เสี่ยงหรือล่อแหลมต่อชีวิต มีหน่วยงานราชการคอยกำกับดูแล เช่น กรมป่าไม้ กรมประมง ตำรวจน้ำ อบต. อบจ.

การนิยามคุณค่าเพื่อลูกค้า และความพึงพอใจ (Defining customer value and satisfaction)

เชื่อกันว่าลูกค้าจะทำการประเมินคุณค่าสิ่งที่ธุรกิจนำเสนอและจะเลือกสิ่งนำเสนอที่ให้คุณค่าสูงสุด ภายใต้ข้อจำกัดของค่าใช้จ่าย ความรู้ การเคลื่อนย้ายหรือการสูญเสียเวลา ตลอดจนข้อจำกัดเรื่องรายได้ ลูกค้าจะกำหนดความคาดหวังในคุณค่าและดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งความคาดหวังนั้น ดังนั้นสิ่งที่ธุรกิจนำมาเสนอทั้งหลายจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการกลับมาซื้อซ้ำไม่มากก็น้อย



ภาพที่ 2.003 Customer delivered value

ที่มา Kolter, 2003

คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Customer perceived value)

ลูกค้าจะซื้อสินค้าจากกิจการที่นำเสนอคุณค่าสูงสุดที่เขารับรู้ได้ คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Customer perceived value – CPV) หรือคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ จากภาพที่ 3.0 หมายถึงคุณค่าที่เกิดจากผลต่างระหว่างผลประโยชน์โดยรวมของคุณค่าทั้งหมด (Total customer value) กับต้นทุนทั้งหมด (total customer cost) ที่ลูกค้าจ่ายไปให้กับสินค้าหรือบริการนั้น คุณค่าทั้งหมด (Total customer value) หมายถึงคุณค่าที่เป็นผลประโยชน์โดยรวมทั้งหมดที่ลูกค้าคาดหวังจากการใช้สินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ เชิงหน้าที่และคุณค่าเชิงจิตวิทยา ส่วนต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าจ่ายไป (Total customer cost) หมายถึง ต้นทุนที่ลูกค้าคาดว่าจะต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้น ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนในการเสาะหาข้อมูลเพื่อทำการประเมิน ต้นทุนของการได้มาของสินค้า ต้นทุนในการใช้สินค้าตลอดจนการกำจัดซากสินค้า

ผู้ซื้อต้องตัดสินใจภายใต้ข้อจำกัดมากมายและบางครั้งก็ให้น้ำหนักกับผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าผลประโยชน์ของบริษัท อย่างไรก็ตามกรอบแนวคิดเรื่องคุณค่าเพื่อลูกค้ามีประโยชน์ที่จะประยุกต์ใช้กับหลายๆสถานการณ์และบังเกิดผลได้ล้าลึก ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องประการแรก คือผู้ขายต้องประเมินคุณค่าโดยรวมและต้นทุนโดยรวมเปรียบเทียบกับข้อเสนอของคู่แข่งแต่ละรายเพื่อทำการคาดการณ์ว่าลูกค้าจะคิดอย่างไรท่ามกลางข้อเสนอต่างๆ ประการที่สอง ผู้ขายที่เสียเปรียบมีสองทางเลือกคือ 1) ทำการเพิ่มคุณค่าเพื่อลูกค้า หรือ 2) ลดต้นทุนโดยรวม ทางเลือกแรกที่จะช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งให้แก่ผลิตภัณฑ์ บริการ บุคลากรและภาพลักษณ์ ส่วนทางเลือกที่สองช่วยลดต้นทุนให้แก่ผู้ซื้อ อาจทำได้โดยการลดราคา ปรับวิธีการสั่งซื้อและส่งมอบให้ง่ายขึ้น หรือ รับผิดชอบต่อความเสี่ยงโดยเสนอการรับประกัน

ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า (Total customer satisfaction)

ความพอใจหลังการซื้อของลูกค้าขึ้นอยู่กับปฏิบัติที่เป็นไปตามความคาดหวัง โดยทั่วไปแล้วความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวังอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวัง

ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พอใจ ถ้าผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็พอใจ และถ้าผลลัพธ์มีค่าเกินความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้น

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer expectations) ลูกค้าสร้างความคาดหวังจากประสบการณ์ซื้อที่ผ่านมา จากคำแนะนำของเพื่อน จากนักการตลาด จากข่าวสารของคู่แข่งและจากคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้ ถ้านักการตลาดให้ความหวังแก่ลูกค้าไว้สูง ลูกค้าอาจผิดหวัง แต่ถ้ากำหนดเอาไว้ต่ำก็ทำให้ไม่เป็นที่ดึงดูดใจ

การส่งมอบคุณค่าที่สูงส่งเพื่อลูกค้า (Delivering high customer value) ญุณำนำไปสู่การมีความภักดีต่อองค์กรอย่างสูงของลูกค้าคือ การส่งมอบคุณค่าที่สูงส่งเพื่อลูกค้า Michael Lanning กล่าวว่า การส่งมอบคุณค่าอย่างมีกำไรต้องออกแบบข้อเสนอคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้ได้ สำหรับตลาดเฉพาะและสร้างระบบส่งมอบให้ดีกว่าคู่แข่ง

มูลค่าผลิตภัณฑ์

มูลค่าผลิตภัณฑ์สามารถทำให้เพิ่มขึ้นตามขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ดังนี้



มูลค่าผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มขึ้นตามห่วงโซ่คุณค่าดังแสดงในภาพข้างต้น เริ่มจากวัตถุดิบ (Raw Material) ทองถิ่นที่มีมูลค่าต่ำสุดเมื่อนำไปสู่ขั้นตอนการแปรรูป (Operation) มูลค่าก็จะเพิ่มขึ้น และถ้าการแปรรูปนั้นอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะสมประสบการณ์มายาวนานและลอกเลียนแบบได้ยาก มูลค่าก็ยิ่งสูงขึ้น เนื่องจากภูมิปัญญาเหล่านั้นสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมเฉพาะของท้องถิ่นเช่น การทำปลาช่อนแห้งของจังหวัดสิงห์บุรี หรือการทำเบญจรงค์ของจังหวัดสมุทรสาคร เป็นต้น จากขั้นตอนการแปรรูปที่ออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูป (Finished Product) เมื่อมีการตกแต่งก็จะเพิ่มมูลค่ามากไปกว่าเดิม นอกจากนั้นเมื่อสินค้าสำเร็จรูปเคลื่อนเข้าสู่ขั้นตอนการตลาด (Marketing) ได้แก่ การใส่ตราหือ ฉลาก บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ตลอดจนมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็ยิ่งทำให้มูลค่าสินค้าสูงขึ้นไปอีก สินค้าบางอย่างมีบริการเสริมทำให้ผู้ขายสินค้ามีรายได้เพิ่มจากการบริการ (Service) ได้อีกด้วย ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เกี่ยวเนื่องกันสามารถเพิ่มมูลค่าได้โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องห่วงโซ่คุณค่าดังกล่าวข้างต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธาวิน โสติวรรณกุล (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าพักในโรงแรม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลผลิตและคุณภาพ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ปัญหาของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการเข้าพักในโรงแรมโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาต่าง ๆ ซึ่งได้จากผลการศึกษาคือ ปัญหาด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพักชำรุด ปัญหาด้านสถานที่ ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ ปัญหาด้านกระบวนการ การรักษาความปลอดภัยมีไม่ทั่วถึง ปัญหาด้านพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งโรงแรมขาดการประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร ปัญหาด้านกายภาพด้วยความเก่าของอาคารและห้องพัก ปัญหาด้านผลผลิตและคุณภาพจากการที่โรงแรมไม่มีมาตรฐานและอาหารของโรงแรมไม่มีคุณภาพรวมทั้งปัญหาด้านราคาซึ่งห้องพักมีราคาสูงเกินไปตามลำดับ

ศศิวิมล วังสว่าง (2550) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารและปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุด และใช้เวลาเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเช่นกัน รองลงมาเป็นสื่อเฉพาะกิจโดยจะเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด สำหรับสื่อบุคคลที่เปิดรับมากที่สุดคือเพื่อน สำหรับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าสิ่งที่มีความสำคัญอันดับแรกคือปัจจัยด้านสถานที่ โดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของโรงแรมมากที่สุด อันดับสองคือ ปัจจัยด้านราคา การคิดค่าบริการอาหารและเครื่องดื่มจะต้องไม่ผิดพลาด อันดับสามคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องพักมากที่สุด และอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จะให้ความสำคัญกับบทบาทของพนักงานขายและเจ้าหน้าที่โรงแรมมากที่สุด

กิตติพงศ์ เกียรติไชยากร (2552) ศึกษาเรื่อง การเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ นิยมเปลี่ยนที่พักตามสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าการพักโรงแรมเดิมตลอดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แหล่งข้อมูลที่ใช้เลือกโรงแรมที่พักมาจากเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ ราคาห้องพักโดยเฉลี่ย 757 บาทต่อวัน ระยะเวลาเฉลี่ยการพัก 3 วัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพอใจในการให้บริการของโรงแรม ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านสถานที่ อันดับสองคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสามคือ ปัจจัยด้านราคา และอันดับสี่คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ฉัตรปารี อยู่เย็น และอภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเกาะสมุย

และเกาะพังงัน กลุ่มละ 2-5 คน มีเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะความงามตามธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว โดยรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเกาะสมุยและเกาะพังงันจากเพื่อนแนะนำ สำหรับช่วงเวลาต้องการมาท่องเที่ยว คือ เดือนกรกฎาคม-กันยายน โดยนิยมทำกิจกรรมพูลมูนปาร์ตี้ พักอาศัยเป็นเวลามากกว่า 4 วัน มีงบประมาณในการใช้จ่ายประมาณ 5,001-10,000 บาท และมีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวในเกาะสมุยและเกาะพังงันอีกในอนาคต และนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นในเรื่องสภาพแวดล้อมในเกาะสมุยและเกาะพังงันว่าเหมาะสมต่อการมาพักผ่อนและท่องเที่ยวทรัพยากรธรรมชาติในเกาะสมุยและเกาะพังงันอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ และความสะอาดของชายหาดทะเลและน้ำทะเลอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมต่อการมาท่องเที่ยวพักผ่อน

นพพร ภูเกล้าวัน (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี จบระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป มีสถานภาพโสด และมีสัญชาติไทย พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมในจังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่เลือกโรงแรมที่พักในจังหวัดกระบี่จากบริษัทนำเที่ยว มีการวางแผนสำรองห้องพักล่วงหน้า ระดับราคาห้องพักที่เลือกเข้าพัก 501 - 1,500 บาท ระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรม 1 สัปดาห์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่อยู่ในระดับมาก ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการบริการมีผลต่อการเลือกโรงแรมที่พักในจังหวัดกระบี่ และปัจจัยทางด้านราคาและการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการวางแผนสำรองห้องพักล่วงหน้า ปัจจัยทางด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและกระบวนการบริการมีผลต่อวิธีการทำการจองห้องพัก และด้านบุคลากร/พนักงาน ไม่มีผลต่อการเลือกระดับราคาห้องพัก ปัจจัยทางด้านราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการบริการและสิ่งแวดลอมทางกายภาพมีผลต่อระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดกระบี่และ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดกระบี่ไม่แตกต่างกันแต่นักท่องเที่ยวที่มี อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพการสมรส และสัญชาติต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน

รัตนา หทัยสรวงส์ (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการสุ่มแบบบังเอิญจากลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรม จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี สมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานในบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และมี ภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ วัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจและมาประชุม ใช้บริการโรงแรมเป็นครั้งแรก ราคาห้องพัก 501-800

บาท ใช้วิธีการจองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ ตัดสินใจเลือกโรงแรมด้วยตัวเอง คิดว่าจะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปอย่างแน่นอน เลือกโรงแรมที่เดินทางไปมาสะดวก ข้อมูลของโรงแรมได้จากเพื่อน แนะนำ การเดินทางมาพักโดยรถยนต์ส่วนตัว กิจกรรมที่ทำในโรงแรมคือ การพักผ่อน พิจารณาเลือกโรงแรมโดยคำนึงความปลอดภัยเป็นสำคัญส่วนใหญ่มีความประทับใจในการให้บริการของโรงแรม ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก รองลงมา คือ ด้านพนักงาน ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และปัจจัยส่วนบุคคลยังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม และปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเลือกใช้บริการโรงแรม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยของโครงการแผนการตลาดท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลาง เพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด คณะผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม การศึกษาเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ และแบบประชุมกลุ่มย่อย ดังนั้นจึงมีวิธีการดำเนินการวิจัยที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการศึกษาจะดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

(1) การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ และพื้นที่ที่ศึกษา เพื่อทำความเข้าใจสภาพธรรมชาติคน และกิจกรรมการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย มุ่งเน้นที่จะศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ และสำรวจข้อมูลในจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ภาค กลาง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

(2) การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย มุ่งเน้นที่การศึกษาเชิงลึกแบบประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

(2.1) ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในพื้นที่ภาค กลาง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร โดยประชากรในแต่ละจังหวัดจะประกอบไปด้วยกลุ่มบุคคล 3 กลุ่มต่อไปนี้

- กลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่
- กลุ่มผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- กลุ่มองค์กรท้องถิ่น และ หน่วยงานราชการ

(2.2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) จะเลือกจากประชากรที่กำหนดเพื่อให้มีความผิดพลาดในการสรุปผลไม่เกิน 10 % ที่ช่วงความเชื่อมั่น 99% จะใช้จำนวน 200 ตัวอย่างต่อจังหวัด กระจายตามสัดส่วนของกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่ม รวม 4 จังหวัด จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 800 ตัวอย่าง และดำเนินการประชุมกลุ่มย่อยไม่น้อยกว่า 3 พื้นที่ในแต่ละจังหวัด

(3) การศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย มุ่งเน้นที่จะศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์

(3.1) ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่ เคย ท่องเที่ยวและ/หรืออยู่ระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

(3.2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในแต่ละจังหวัดที่กำหนดเป็นพื้นที่ศึกษาจะเลือกจากประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวโดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามประเภทของการท่องเที่ยวที่จำแนกไว้ 4 ประเภทคือ

- การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
- การท่องเที่ยวแบบเกษตรกรรมและหัตถกรรม
- การท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรม
- การท่องเที่ยวแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น

เพื่อให้การสรุปผลมีความผิดพลาดไม่เกิน 5 % ที่ช่วงความเชื่อมั่น 99 % จะใช้ขนาดตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวนไม่ต่ำกว่าจังหวัดละ 700 ตัวอย่าง ทั้งหมด 4 จังหวัด รวมเป็นขนาดตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว 2,800 ตัวอย่าง โดยจะเลือกตัวอย่างทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศในกลุ่มภาคีสมาชิกอาเซียนและกลุ่มอื่น ๆ

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(1) การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์และแบบจดบันทึกการประชุมกลุ่มย่อยโดยจะดำเนินการประชุมกลุ่มย่อยแต่ละกลุ่ม และ ประชุมกลุ่มใหญ่ เพื่อระดมความคิดเห็นของทุกกลุ่ม

(2) การศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม ที่ประกอบไปด้วย

- แบบสอบถามรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้
 - ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
 - ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว
 - ส่วนที่ 3 ผลิตภัณฑ์และบริการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
 - ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละด้าน

โดยมีรายละเอียดแต่ละส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ
2. อายุ
3. รายได้
4. สถานภาพ
5. อาชีพประจำ
6. ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1. เหตุผลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนี้
2. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว
3. ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยว
4. ผู้แนะนำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดนี้
5. เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร
6. ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด

ส่วนที่ 3 ผลลัพธ์และบริการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีรายละเอียด

ดังนี้

1. ประเภทอาหารประจำจังหวัดที่ชอบรับประทานและซื้อฝาก
2. ประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อกลับบ้าน
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้ทำ
5. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด
6. ประเภทของที่ฝาก
7. สไตล์ที่ฝากที่เลือกฝาก
8. ราคาของที่ฝากที่เลือกฝาก
9. ความรู้ที่ได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยว
10. ธรรมชาติของจังหวัดที่ชอบมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
2. แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรมที่ให้องค์ความรู้
3. แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมนันทนาการ

4. อาหาร

5. ที่พัก

3.1.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีคุณภาพ คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ลักษณะคือ การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ได้ดำเนินการและปรากฏผลดังต่อไปนี้

- การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นผู้ตรวจสอบแล้วมานำมาคำนวณค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (IOC) โดยค่าดังกล่าว

ไม่ต่ำกว่า 0.5 จึงจะนำไปใช้ในการตรวจสอบคุณภาพขั้นต่อไป

- การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ได้นำแบบสำรวจที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้ว นำไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากร จำนวน 50 คน แล้วคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach 's Alpha) สำหรับ แบบสอบถาม คนในชุมชนจำแนกตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้ค่า Alpha = 0.812

3.2 เกณฑ์การแปลความหมายสำหรับระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละด้าน

ในการแปลความหมายสำหรับระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละด้านจะแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.001 ตารางแสดงเกณฑ์การแปลความหมายสำหรับระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละด้าน

ช่วงคะแนน	ความหมาย
1.00 – 1.80	ระดับต่ำมาก
1.81 – 2.60	ระดับต่ำ
2.61 – 3.40	ระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	ระดับสูง
4.21 – 5.00	ระดับสูงมาก

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องแผนการตลาดท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลาง ผลวิจัยที่ได้เป็นดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.001 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อายุ ของจังหวัดชัยนาท

อายุ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	117	46.60	176	39.10	293	41.80
2. ระหว่าง 31 – 40 ปี	44	17.50	168	37.30	212	30.20
3. ระหว่าง 41 – 50 ปี	47	18.70	60	13.30	107	15.30
4. มากกว่า 50 ปี	43	17.10	46	10.20	89	12.70
รวม	251	100.00	450	100.00	701	100.00
ค่าต่ำสุด	18		18		18	
ค่าสูงสุด	72		63		72	
ค่าเฉลี่ย	34.79		33.82		34.17	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	14.71		11.03		12.47	

จากตารางที่ 4.001 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีอายุเฉลี่ย 34 ปี อายุน้อยที่สุด 18 ปี และอายุมากที่สุด 72 ปี เมื่อจำแนกตามเพศพบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 34 ปี อายุมากที่สุด 63 ปี และอายุน้อยที่สุด 18 ปี ส่วนเพศชายมีอายุเฉลี่ย 35 ปี อายุมากที่สุด 72 ปี และอายุน้อยที่สุด 18 ปี และเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.60 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.70 ส่วนอายุ

ระหว่าง 31 – 40 ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ 17.10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.10 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.30 ส่วนอายุระหว่าง 41– 50 ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และ 10.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.002 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รายได้ ของจังหวัดชัยนาท

รายได้	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	31	14.00	25	6.00	56	8.80
2. ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท	93	42.10	217	52.20	310	48.70
3. ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท	44	19.90	85	20.40	129	20.30
4. มากกว่า 25,000 บาท	53	24.00	89	21.40	142	22.30
รวม	221	100.00	416	100.00	637	100.00
ค่าต่ำสุด	3,000		500		500	
ค่าสูงสุด	50,000		70,000		70,000	
ค่าเฉลี่ย	18,480.95		17,566.31		17,566.31	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	13,583.75		11,023.13		11,023.13	

จากตารางที่ 4.002 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมมีรายได้สูงสุด 70,000 บาท รายได้น้อยที่สุด 500 บาท มีรายได้เฉลี่ย 17,566 บาท เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเห็นด้วยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีรายได้เฉลี่ย 17,566 บาท รายได้สูงสุด 70,000 บาท และรายได้น้อยที่สุด 500 บาท ส่วนเพศชายมีรายได้เฉลี่ย 18,480 บาท รายได้สูงสุด 50,000 บาท และรายได้น้อยที่สุด 3,000 บาท และเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.10 รองลงมาคือรายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป และรายได้

ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ 19.90 และรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีสัดส่วนน้อยที่สุด ไม่ถึงร้อยละ 15

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.20 รองลงมาคือรายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป และรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.40 และ 20.40 และรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีสัดส่วนน้อยที่สุด ไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.003 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สถานภาพ ของจังหวัด ชัยนาท

สถานภาพ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	118	47.00	181	40.20	299	42.70
2. สมรส	122	48.60	258	57.30	380	54.20
3. อื่นๆ	11	4.40	11	2.40	22	3.10
รวม	251	100.00	450	100.00	701	100.00

จากตารางที่ 4.003 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 54.20 รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 42.70 ส่วนสถานภาพอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศทำให้พบว่า

เพศชาย ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.60 รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 47.00 และสถานภาพอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ

เพศหญิง ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 57.30 รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 40.20 และสถานภาพอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.004 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาชีพประจำ ของ จังหวัดชัยนาท

อาชีพประจำ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เกษตรกร	17	6.80	24	5.30	41	5.80
2. ข้าราชการ	62	24.70	64	14.20	126	18.00
3. ข้าราชการส่วนท้องถิ่น	13	5.20	13	2.90	26	3.70
4. ค้าขาย / ผู้ประกอบการ	45	17.90	106	23.60	151	21.50
5. รับจ้างทั่วไป	27	10.80	117	26.00	144	20.50
6. ครู / อาจารย์	5	2.00	20	4.40	25	3.60
7. นักเรียน / นักศึกษา	60	23.90	71	15.80	131	18.70
8. อื่น ๆ	22	8.80	35	7.80	57	8.10
รวม	251	100.00	450	100.00	701	100.00

จากตารางที่ 4.004 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยภาพรวมมีอาชีพค้า/ผู้ประกอบการค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.50 รองลงมาคืออาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 20.50 ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน นักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 18.70 และ 18.00 ตามลำดับ ส่วนอาชีพอื่นๆ เกษตรกร ข้าราชการส่วนท้องถิ่น และครู/อาจารย์ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอาชีพข้าราชการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.70 รองลงมาคือนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.90 อาชีพค้าขาย / ผู้ประกอบการค้า อาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 17.90 และ 10.80 ส่วนอาชีพอื่นๆ อาชีพเกษตรกร อาชีพข้าราชการส่วนท้องถิ่น และอาชีพครู / อาจารย์ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมาคืออาชีพค้าขาย / ผู้ประกอบการค้า คิดเป็นร้อยละ 23.60 อาชีพนักเรียน / นักศึกษา อาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 15.80 และ 14.20 ส่วนอาชีพอื่นๆ อาชีพเกษตรกร อาชีพครู / อาจารย์ และอาชีพข้าราชการส่วนท้องถิ่นมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.005 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกำหนดตาม เพศ และ ระดับการศึกษา ของ จังหวัดชัยนาท

ระดับการศึกษา	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	20	8.00	20	4.40	40	5.70
2. มัธยม / ปวช.	77	30.70	130	28.90	207	29.50
3. อนุปริญญา / ปวส.	34	13.50	69	15.30	103	14.70
4. ปริญญาตรี	95	37.80	172	38.20	267	38.10
5. ปริญญาโท	25	10.00	52	11.60	77	11.00
6. อื่น ๆ	0	0.00	7	1.60	7	1.00
รวม	251	100.00	450	100.00	701	100.0

จากตารางที่ 4.005 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยในภาพรวมสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 29.50 สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 14.70 และ 11.00 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษาและระดับอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาระดับมัธยม/ระดับประกาศนียบัตร คิดเป็นร้อยละ 30.70 สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 13.50 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโทและสำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ 8.00 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.20 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาระดับมัธยม/ระดับประกาศนียบัตร คิดเป็นร้อยละ 28.90 สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 15.30 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 11.60 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา และสำเร็จการศึกษาในระดับอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5

ตารางที่ 4.006 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เหตุผลในการเดินทางมา
ท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. พักผ่อน	140	56.00	235	52.20	375	53.60
2. หาประสบการณ์ใหม่ /ทัศนศึกษา	35	14.00	26	5.80	61	8.70
3. เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่	17	6.80	22	4.90	39	5.60
4. อันนินมุน	0	0.00	4	0.90	4	0.60
5. ศึกษาวัฒนธรรม	8	3.20	19	4.20	27	3.90
6. อื่น ๆ	50	20.00	144	32.00	194	27.70
รวม	250	100.00	450	100.00	700	100.00

จากตารางที่ 4.006 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวก็เพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมาคือเพื่อเหตุผลด้านอื่นๆ เช่น มาทำงาน คิดเป็นร้อยละ 27.70 เหตุผลเพื่อหาประสบการณ์ใหม่/ทัศนศึกษา เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อศึกษาวัฒนธรรม และอันนินมุน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือเหตุผลอื่นๆ เช่น มาทำงาน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนเดินทางมาเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ / ทัศนศึกษา เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ และศึกษาวัฒนธรรม มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 15 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.20 รองลงมาคือเหตุผลอื่นๆ เช่น มาทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32.00 ส่วนเดินทางมาเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ / ทัศนศึกษา เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ศึกษาวัฒนธรรม และเดินทางมาอันนินมุน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.007 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระยะเวลาในการเดินทางมา ของจังหวัดชัยนาท

ระยะเวลาในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน	169	67.30	330	73.30	499	71.20
2. ระหว่าง 2 – 4 วัน	58	23.10	104	23.10	162	23.10
3. ระหว่าง 4 - 6 วัน	6	2.40	14	3.10	20	2.90
4. มากกว่า 6 วัน	18	7.20	2	0.40	20	2.90
รวม	251	100.00	450	100.00	701	100.00
ค่าต่ำสุด	1		1		1	
ค่าสูงสุด	7		12		12	
ค่าเฉลี่ย	2.07		2.25		2.25	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.14		1.67		1.67	

จากตารางที่ 4.007 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ในภาพรวมส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อนสูงสุด 12 วัน น้อยที่สุดคือไปเข้าเย็นกลับ โดยเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่าเพศหญิงใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุด 12 วัน และน้อยที่สุดคือการไปเช้า-เย็นกลับ ส่วนเพศชายใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุด 7 วัน และน้อยที่สุดคือการไปเช้า-เย็นกลับ

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมาคือระหว่าง 2 – 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 23.10 ส่วนมากกว่า 6 วันขึ้นไป และระหว่าง 4 – 6 วัน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.30 รองลงมาคือระหว่าง 2 – 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 23.10 ส่วนระหว่าง 4 – 6 วัน และมากกว่า 6 วันขึ้นไป มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.008 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เดือนที่เลือกเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

เดือนที่เลือกเดินทาง ท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เดือนมกราคม	84	33.50	182	40.40	266	37.90
2. เดือนกุมภาพันธ์	4	1.60	19	4.20	23	3.30
3. เดือนมีนาคม	3	1.20	4	0.90	7	1.00
4. เดือนเมษายน	1	0.40	6	1.30	7	1.00
5. เดือนพฤษภาคม	2	0.80	4	0.90	6	0.90
6. เดือนกรกฎาคม	1	0.40	0	0.00	1	0.10
7. เดือนกันยายน	0	0.00	1	0.20	1	0.10
8. เดือนตุลาคม	2	0.80	0	0.00	2	0.30
9. เดือนธันวาคม	127	50.60	209	46.40	336	47.90
รวม	251	100.00	450	100.00	701	100.00

จากตารางที่ 4.008 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่มักเดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนธันวาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.90 รองลงมาคือเดือนมกราคม คิดเป็นร้อยละ 37.90 ส่วนเดือนกุมภาพันธ์ เดือนมีนาคม เดือนเมษายน เดือนตุลาคม เดือนกรกฎาคม และเดือนตุลาคม มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนธันวาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมาคือเดือนมกราคม คิดเป็นร้อยละ 33.50 เดือนกุมภาพันธ์ เดือนมีนาคม เดือนพฤษภาคม เดือนตุลาคม เดือนเมษายน และเดือนกรกฎาคม มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนธันวาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาคือเดือนมกราคม คิดเป็นร้อยละ 40.40 เดือนกุมภาพันธ์ เดือนเมษายน เดือนพฤษภาคม และเดือนกันยายนมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.009 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ วันที่เลือกเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

วันที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วันธรรมดา	21	8.40	12	2.70	33	4.70
2. วันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์	198	78.90	374	83.10	572	81.60
3. วันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด	25	10.00	60	13.30	85	12.10
4. อื่นๆ	7	2.80	4	0.90	11	1.60
รวม	251	10.00	450	100.00	701	100.00

จากตารางที่ 4.009 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มักเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 81.60 รองลงมาคือวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 12.10 ส่วนวันธรรมดาและวันอื่นๆ นั้นมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.90 รองลงมาคือวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนวันธรรมดาและวันอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.10 รองลงมาคือวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 13.30 ส่วนวันธรรมดาและวันอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.010 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ผู้แนะนำในการเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

ผู้แนะนำในการเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ตนเอง	27	10.80	30	6.70	57	8.10
2. สามี/ภรรยา	46	18.30	69	15.30	115	16.40
3. บุตร/ธิดา	12	4.80	18	4.00	30	4.30
4. พ่อแม่	24	9.60	40	8.90	64	9.10
5. ญาติ	17	6.80	34	7.60	51	7.30
6. เพื่อน	83	33.10	218	48.40	301	42.90
7. หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร	20	8.00	15	3.30	35	5.00
8. อื่นๆ	22	8.80	26	5.80	48	6.80
รวม	251	100.00	450	100.00	701	100.00

จากตารางที่ 4.010 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมผู้ที่แนะนำในการเดินทางมาท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่มักเป็นเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 42.90 รองลงมาคือสามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 16.10 ส่วนเดินทางมาด้วยพ่อแม่ ตนเองไม่มีใครแนะนำ ญาติ อื่นๆ หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร และบุตร/ธิดา เป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่แนะนำหรือชักชวนในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 33.10 รองลงมาคือสามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 18.30 และมาโดยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 10.80 ส่วนพ่อแม่ อื่นๆ หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร ญาติ และบุตร/ธิดาเป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่แนะนำหรือชักชวนในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 48.40 รองลงมาคือสามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 15.30 ส่วนพ่อแม่ ญาติ มาโดยตนเอง อื่นๆ บุตร/ธิดา และหน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร เป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.011 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ บุคคลที่ร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

บุคคลที่ร่วมในการเดินทาง ท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. มาคนเดียว	25	10.00	20	4.40	45	6.40
2. แฟน/ ภรรยา /สามี	50	19.90	79	17.60	129	18.40
3. กลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด	10	4.00	13	2.90	23	3.30
4. กลุ่มเพื่อนสนิท	72	28.70	160	35.60	232	33.10
5. กลุ่มเพื่อนบ้าน	10	4.00	41	9.10	51	7.30
6. คนในที่ทำงานเดียวกัน	18	7.20	17	3.80	35	5.00
7. ครอบครัว/ญาติ	50	19.90	93	20.70	143	20.40
8. อื่นๆ	16	6.40	27	6.00	43	6.10
รวม	251	100.00	450	100.00	701	100.00

จากตารางที่ 4.011 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 33.10 รองลงมาคือครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 20.40 และแฟน/ ภรรยา /สามี คิดเป็นร้อยละ 18.40 ส่วนกลุ่มเพื่อนบ้าน มาคนเดียว อื่นๆ คนในที่ทำงานเดียวกัน และกลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนสนิทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.70 รองลงมาคือแฟน/สามี/ภรรยา และครอบครัว/ญาติ ในสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.90 และมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 10 ส่วนมากกับคนในที่ทำงานเดียวกัน มากับกลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด อื่นๆ และกลุ่มเพื่อนบ้านมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนสนิทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.60 รองลงมาคือครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 20.70 และมากับแฟน/สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 17.60 ส่วนมากกับกลุ่มเพื่อนบ้าน อื่นๆ มาคนเดียว มากับคนในที่ทำงานเดียวกัน และกลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.012 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ การทราบข้อมูลเกี่ยวกับ
การท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

การทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูง	154	62.30	318	70.70	472	67.70
2. บริษัทนำเที่ยว	3	1.20	20	4.40	23	3.30
3. ป้ายโฆษณา	3	1.20	6	1.30	9	1.30
4. นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	10	4.00	12	2.70	22	3.20
5. อินเทอร์เน็ต	45	18.20	51	11.30	96	13.80
6. สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	8	3.20	3	0.70	11	1.60
7. อื่นๆ	24	9.70	40	8.90	64	9.20
รวม	247	100.00	450	100.00	697	100.00

จากตารางที่ 4.012 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.70 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 13.80 ส่วนทราบจากแหล่งอื่นๆ บริษัทนำเที่ยว นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ และป้ายโฆษณา มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.30 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 18.20 ส่วนทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากแหล่งอื่นๆ จากนิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว จากสื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ จากบริษัทนำเที่ยวและป้ายโฆษณา มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.70 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 11.30 ส่วนทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากแหล่งอื่นๆ จากบริษัทนำเที่ยว จากนิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว จากป้ายโฆษณา และจากสื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.013 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารที่ชอบรับประทาน
ของจังหวัดชัยนาท

อาหารที่ชอบรับประทาน	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหารประเภทปลา	94	37.45	146	32.44	240	34.24
2. ผัดไท	33	13.15	98	21.78	131	18.69
3. อาหารอีสาน เช่น ส้มตำ ลาบ	27	10.76	79	17.56	106	15.12
4. ก๋วยเตี๋ยว	22	8.76	25	5.56	47	6.70
5. ขนมจีนแกงต่างๆ	15	5.98	8	1.78	23	3.28
6. ทุกอย่าง	6	2.39	30	6.67	36	5.14
7. ข้าวผัด/ข้าวแกง	5	1.99	13	2.89	18	2.57
8. ข้าวเหนียวไก่ย่าง ปลา ทอด หมูปิ้ง ฯลฯ	3	1.20	2	0.44	5	0.71
9. อื่นๆ	46	18.33	49	10.89	95	13.55
รวม	251	100.00	450	100.00	701	100.00

จากตารางที่ 4.013 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารประเภทปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.24 รองลงมาคือผัดไท และอาหารอีสาน คิดเป็นร้อยละ 18.89 และ 15.12 ตามลำดับ ส่วนอาหารประเภทอื่น ๆ ก๋วยเตี๋ยว ทุกอย่าง ขนมจีน แกงต่างๆ ข้าวผัด/ข้าวแกง และข้าวเหนียวไก่ย่าง ปลาทอด หมูปิ้ง ฯลฯ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารประเภทปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.45 รองลงมาคือชอบรับประทานประเภทอาหารประเภทอื่นๆ ผัดไท และอาหารอีสาน คิดเป็นร้อยละ 18.33 13.15 และ 10.76 ตามลำดับ ส่วนที่ชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน อาหารทุกประเภท ข้าวผัด/ข้าวแกง และข้าวเหนียวไก่ย่าง ปลาทอด หมูปิ้ง ฯลฯ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารประเภทปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.44 รองลงมาคือชอบรับประทานประเภทอาหารประเภทผัดไท อาหารอีสาน และประเภทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 21.48 17.56 และ 10.89 ตามลำดับ ส่วนที่ชอบรับประทานอาหารทุก

ประเภท ก่วยเตี๋ยว ข้าวผัด/ข้าวแกง ขนมจีนและข้าวเหนียวไก่ย่าง ปลาทอด หมูปิ้ง ฯลฯ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.014 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารของจังหวัดที่ซื้อ
เป็นของฝาก ของจังหวัดชัยนาท

อาหารของจังหวัดที่ซื้อ เป็นของฝาก	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ส้มโอ	13	8.28	183	45.41	196	35.00
2. อาหารและผลไม้แห้ง	40	25.48	86	21.34	126	22.50
3. ขนมต่างๆ	25	15.92	59	14.64	84	15.00
4. ข้าวแต่น ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ	46	29.30	36	8.93	82	14.64
5. อาหารประเภทปลา	13	8.28	25	6.20	38	6.79
6. สินค้าโอท็อป	15	9.55	11	2.73	26	4.64
7. อื่นๆ	5	3.18	3	0.74	8	1.43
รวม	157	100.00	403	100.00	560	100.00

จากตารางที่ 4.014 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบซื้อ ส้มโอเป็นของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคืออาหารและผลไม้แห้ง คิดเป็นร้อยละ 22.50 ส่วนขนมต่างๆ และข้าวแต่น ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ 14.64 ตามลำดับ โดยอาหารประเภทปลา สินค้าโอท็อป และอื่นๆ นิยมซื้อเป็นของฝากในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ชอบข้าวแต่น ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือเป็นของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมาคืออาหารและผลไม้แห้ง และขนมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 25.48 และ 15.92 ตามลำดับ ส่วนสินค้าโอท็อป ส้มโอ อาหารประเภทปลา และอื่น นิยมซื้อเป็นของฝากในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ชอบซื้อส้มโอเป็นของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.41 รองลงมาคืออาหารและผลไม้แห้ง คิดเป็นร้อยละ 21.34 ส่วนขนมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 14.64 โดยข้าวแต่น ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ อาหารประเภทปลา สินค้าโอท็อป และอื่น นิยมซื้อเป็นของฝากในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.015 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สินค้าของจังหวัดที่ซื้อ
กลับบ้าน ของจังหวัดชัยนาท

สินค้าของจังหวัดที่เลือก ซื้อกลับบ้าน	เพศชาย		เพศหญิง		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เช้าพระพุทธรูป สิ่งศักดิ์สิทธิ์	56	28.28	103	26.55	159	27.13
2. ของใช้ภายในบ้าน	45	22.73	94	24.23	139	23.72
3. ของที่ระลึก	31	15.66	45	11.60	76	12.97
4. ของตกแต่งภายในบ้าน	17	8.59	13	3.35	30	5.12
5. ส้มโอ	8	4.04	14	3.61	22	3.75
6. อาหารและผลไม้แห้ง	2	1.01	7	1.80	9	1.54
7. ข้าวแต่น ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ	5	2.53	0	0.00	5	0.85
8. ขนมต่างๆ	4	2.02	0	0.00	4	0.68
9. อื่นๆ	30	15.15	112	28.87	142	24.23
รวม	198	100.00	388	100.00	586	100.00

จากตารางที่ 4.015 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบเช้าพระพุทธรูป สิ่งศักดิ์สิทธิ์กลับบ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.13 รองลงมาคืออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 24.23 ซื้อของใช้ภายในบ้าน และของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 23.72 และ 12.97 ตามลำดับ ส่วนของตกแต่งภายในบ้าน ส้มโอ อาหารและผลไม้แห้ง ข้าวแต่น ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ และขนมต่างๆ นิยมซื้อกลับบ้านในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ชอบเช้าพระพุทธรูป สิ่งศักดิ์สิทธิ์กลับบ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.28 รองลงมาคือซื้อของใช้ภายในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 22.73 ของที่ระลึก และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.66 และ 15.15 ตามลำดับ ส่วนของตกแต่งภายในบ้าน ส้มโอ ข้าวแต่น ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ ขนมต่างๆ และอาหารและผลไม้แห้ง นิยมซื้อกลับบ้านในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่สินค้าประเภทอื่นๆ กลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 28.87 รองลงมาคือชอบเช้าพระพุทธรูป สิ่งศักดิ์สิทธิ์กลับบ้าน ซื้อของใช้ภายในบ้าน และของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 26.55 24.23 และ 11.16 ตามลำดับ ส่วนส้มโอ ของตกแต่งภายในบ้าน และอาหารและผลไม้แห้งนิยมซื้อกลับบ้านในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5

ตารางที่ 4.016 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ทำในการ
เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

กิจกรรมที่ทำในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	209	27.61	396	29.12	605	28.58
2. เที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	125	16.51	251	18.46	376	17.76
3. กินอาหารท้องถิ่น	121	15.98	228	16.76	349	16.49
4. กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่น พื้นบ้าน	21	2.77	30	2.21	51	2.41
5. สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้าง พิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	14	1.85	18	1.32	32	1.51
6. จั๊ปปาย ซื่อสินค้า ของที่ระลึก	44	5.81	106	7.79	150	7.09
7. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็น ต้น	13	1.72	9	0.66	22	1.04
8. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	59	7.79	58	4.26	117	5.53
9. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	44	5.81	76	5.59	120	5.67
10. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	49	6.47	42	3.09	91	4.30
11. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	20	2.64	110	8.09	130	6.14
12. อื่นๆ	38	5.02	36	2.65	74	3.50
รวม	757	100.00	1360	100.00	2117	100.00

จากตารางที่ 4.016 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.58 รองลงมาคือเที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทวัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 17.76 และกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 16.49 ส่วนจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก การทำกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ การล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก การเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น การดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา กิจกรรมอื่นๆ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน การทำสปา (วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และการทำกิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.61 รองลงมาคือเที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทวัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 16.51 และกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 15.98 ส่วนการเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น การดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา การล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก อื่นๆ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ การทำสปา (วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.12 รองลงมาคือเที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทวัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 18.46 และกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 16.76 ส่วนกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ การจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก การล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก การเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น การดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา กิจกรรมอื่นๆ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน การทำสปา (วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.017 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่สนใจในการ
เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

กิจกรรมที่สนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	203	29.17	407	31.14	610	30.45
2. เที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	132	18.97	264	20.20	396	19.77
3. กินอาหารท้องถิ่น	113	16.24	205	15.68	318	15.88
4. กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่น พื้นบ้าน	19	2.73	25	1.91	44	2.20
5. สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้าง พิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	16	2.30	10	0.77	26	1.30
6. จั๊ปปาย ชื้อสินค้า ของที่ระลึก	32	4.60	96	7.35	128	6.39
7. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็น ต้น	16	2.30	6	0.46	22	1.10
8. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	62	8.91	57	4.36	119	5.94
9. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	46	6.61	79	6.04	125	6.24
10. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	34	4.89	17	1.30	51	2.55
11. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	17	2.44	105	8.03	122	6.09
12. อื่นๆ	38	5.46	36	2.75	74	3.69
รวม	696	100.00	1307	100.00	2003	100.00

จากตารางที่ 4.017 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมการเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.45 รองลงมาคือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 19.77 และกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 15.88 ส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมการเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาคือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 18.97 และกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 16.24 ส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมการเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.14 รองลงมาคือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 20.25 และกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 15.68 ส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.018 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดในการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุด ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	96	48.00	205	50.30	301	50.33
2. เที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	52	26.00	114	27.80	166	27.76
3. กินอาหารท้องถิ่น	15	7.50	9	4.00	24	4.01
4. จับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก	0	0.00	8	1.30	8	1.34
5. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	11	5.50	4	2.50	15	2.51
6. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	13	6.50	22	5.90	35	5.85
7. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	9	4.50	18	4.50	27	4.52
8. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	0	0.00	7	1.20	7	1.17
9. อื่นๆ	4	2.00	11	2.50	15	2.51
รวม	200	100.00	398	100.00	598	100.00

จากตารางที่ 4.018 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือการมาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.33 รองลงมาคือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 27.76 ส่วนกิจกรรมการล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก การดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา การกินอาหารท้องถิ่น การเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น

ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น กิจกรรมอื่นๆ จับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก และกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำเห็นด้วยที่สุดคือการมา เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา คือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่อง แก่ง คิดเป็นร้อยละ 26.00 ส่วนกิจกรรมกินอาหารท้องถิ่น การล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่ง ในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก การเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์ เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น การดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา และกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำเห็นด้วยที่สุดคือการมา เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.30 รองลงมา คือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่อง แก่ง คิดเป็นร้อยละ 27.80 ส่วนกิจกรรมการล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชม ทะเล / ชมน้ำตก การดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา กิจกรรมอื่นๆ การกินอาหารท้องถิ่น การ จับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก การกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้า โปรแกรมล้างพิษ และการเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.019 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ที่พักแรมที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

ที่พักแรมที่เลือกพักในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โรงแรม	35	15.50	101	24.00	136	21.00
2. รีสอร์ท (ที่พักอิงธรรมชาติ)	97	42.50	156	37.10	253	39.00
3. เกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด	39	17.00	96	22.70	135	20.80
4. อื่นๆ	57	25.00	68	16.20	125	19.20
รวม	228	100.00	421	100.00	649	100.00

จากตารางที่ 4.019 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ส่วนใหญ่จะเลือกพักรีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือโรงแรม และเกสต์เฮาส์/ห้องพักราคาประหยัด คิดเป็นร้อยละ 21.00 และ 20.80 ส่วนอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.20 ตามลำดับ โดยเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักพักที่รีสอร์ท/ที่พักอิงธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคืออื่นๆ เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนเกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด และโรงแรมมีสัดส่วนใกล้เคียงคิดกัน เป็นร้อยละ 17.00 และ 15.40 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักพักที่รีสอร์ท/ที่พักอิงธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.10 รองลงมาคือโรงแรมและเกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ 22.80 ส่วนที่พักอื่นๆ เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.020 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รูปแบบที่พักที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

รูปแบบที่พักที่เลือกพัก ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง	81	35.20	201	47.70	282	43.30
2. ที่พักแบบใกล้ธรรมชาติ	104	45.20	162	38.50	266	40.90
3. อื่นๆ	45	19.60	58	13.80	103	15.80
รวม	230	100.00	421	100.00	651	100.00

จากตารางที่ 4.020 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเลือกที่พักที่อยู่ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.30 รองลงมาคือที่พักแบบใกล้ธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 40.90 ส่วนรูปแบบที่พักแบบอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.80 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักแบบใกล้ธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมาคือในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/บ้านเชิง คิดเป็นร้อยละ 35.20 ส่วนอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.60

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมาคือแบบใกล้ธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 38.50 ส่วนอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.80

ตารางที่ 4.021 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ราคาที่พักต่อคืนที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

ราคาที่พักต่อคืนที่เลือกพัก ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท	76	38.40	137	34.40	213	35.70
2. ระหว่าง 401 – 800 บาท	64	32.30	145	36.40	209	35.10
3. ระหว่าง 801 – 1,200 บาท	47	23.70	105	26.40	152	25.50
4. มากกว่า 1,200 บาท	11	5.60	11	2.80	22	3.70
รวม	198	100.00	398	100.00	596	100.00
ค่าต่ำสุด	-		-		-	
ค่าสูงสุด	3,000		2,000		3,000	
ค่าเฉลี่ย	615.56		599.90		605.10	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	454.35		395.35		415.56	

จากตารางที่ 4.021 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกพักอยู่ที่ราคา 600 บาท ราคาสูงสุดที่เลือกพักคือ 3,000 บาท และการเลือกพักบ้านญาติ บ้านเพื่อนเป็นราคาที่ไม่ต้องจ่าย และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่า เพศชายราคาที่พักที่เลือกพักเฉลี่ย 616 บาท และราคาที่พักสูงสุดที่ยอมจ่าย 3,000 บาท ส่วนเพศหญิงราคาที่พักที่เลือกพักเฉลี่ย 600 บาท และราคาที่พักสูงสุดที่ยอมจ่าย 2,000 บาท และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักห้องพักที่ราคาระหว่าง 401 – 800 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.40 รองลงมาคือระหว่าง 401 – 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.30 และระหว่าง 801 – 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.70 ส่วนราคามากกว่า 1,200 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักห้องพักที่ราคาระหว่าง 401 – 800 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.40 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.40 และระหว่าง 801 – 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.40 ส่วนราคามากกว่า 1,200 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5

ตารางที่ 4.022 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านคุณค่าของธรรมชาติ	142	26.59	287	27.57	429	27.24
2. ด้านวิถีชีวิตของชุมชน	72	13.48	131	12.58	203	12.89
3. ด้านประเพณี วัฒนธรรม	89	16.67	169	16.23	258	16.38
4. ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม	160	29.96	377	36.22	537	34.10
5. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	52	9.74	67	6.44	119	7.56
6. อื่นๆ	19	3.56	10	0.96	29	1.84
รวม	534	100.00	1041	100.00	1575	100.00

จากตารางที่ 4.022 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่การเดินทางมาท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ในด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม คิดเป็นร้อยละ 34.10 รองลงมาคือด้านคุณค่าของธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 27.24 ด้านประเพณี วัฒนธรรม และด้านวิถีชีวิตของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 16.38 และ 12.89 ตามลำดับ ส่วนด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม คิดเป็นร้อยละ 29.96 รองลงมาคือด้านคุณค่าของธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 26.59 ส่วนด้านประเพณี วัฒนธรรม และด้านวิถีชีวิตของชุมชน มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ 13.48 ส่วนด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านอื่น มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม คิดเป็นร้อยละ 36.22 รองลงมาคือด้านคุณค่าของธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 27.57 ส่วนด้านประเพณี วัฒนธรรม และด้านวิถีชีวิตของชุมชน มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 16.23 และ 12.58 ส่วนด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านอื่น มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.023 จำนวนและร้อยละจำแนกตาม เพศ และ ธรรมชาติที่ชื่นชอบ ของนักท่องเที่ยว
จังหวัดชัยนาท

ธรรมชาติที่ชื่นชอบ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ภูเขา	46	18.90	25	5.60	71	10.30
2. แม่น้ำลำคลอง	109	44.90	250	56.40	359	52.30
3. เรือกสวนไร่นา	55	22.60	128	28.90	183	26.70
4. น้ำตก	1	0.40	2	0.50	3	0.40
5. ทะเล	4	1.60	8	1.80	12	1.70
6. อื่นๆ	28	11.50	30	6.80	58	8.50
รวม	243	100.00	443	100.00	686	100.00

จากตารางที่ 4.023 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติแบบแม่น้ำลำคลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.30 รองลงมาคือเรือกสวนไร่นา คิดเป็นร้อยละ 26.70 ภูเขา คิดเป็นร้อยละ 10.30 ส่วนอื่นๆ ทะเล และน้ำตก มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติที่เกี่ยวกับแม่น้ำลำคลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาคือเรือกสวนไร่นา คิดเป็นร้อยละ 22.60 ภูเขา คิดเป็นร้อยละ 18.90 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.50 ส่วนทะเล และน้ำตก มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 3

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติที่เกี่ยวกับแม่น้ำลำคลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.40 รองลงมาคือเรือกสวนไร่นา คิดเป็นร้อยละ 28.90 ส่วนธรรมชาติด้านอื่นๆ ภูเขา ทะเล และน้ำตก มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.024 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อายุ ของจังหวัดสิงห์บุรี

อายุ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	174	49.40	151	41.80	325	45.60
2. ระหว่าง 31 – 40 ปี	139	39.50	76	21.10	215	30.20
3. ระหว่าง 41 – 50 ปี	25	7.10	114	31.60	139	19.50
4. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	14	4.00	20	5.50	34	4.80
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00
ค่าต่ำสุด	18		11		11	
ค่าสูงสุด	55		54		55	
ค่าเฉลี่ย	31.97		34.60		33.30	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	8.934		11.533		10.40	

จากตารางที่ 4.024 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมมีอายุเฉลี่ย 33 ปีอายุน้อยที่สุด 11 ปี และอายุมากที่สุด 55 ปี เมื่อจำแนกตามเพศพบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย โดยเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 35 ปี อายุมากที่สุด 54 ปี และอายุน้อยที่สุด 11 ปี ส่วนเพศชายมีอายุเฉลี่ย 32 ปี อายุมากที่สุด 55 ปี และอายุน้อยที่สุด 18 ปี และเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.40 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.50 ส่วนอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41– 50 ปี และอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 31.60 และ 21.10 ตามลำดับ ส่วนอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตารางที่ 4.025 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รายได้ ของจังหวัดสิงห์บุรี

รายได้	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	49	14.80	26	7.80	75	11.30
2. ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท	154	46.50	164	49.00	318	47.70
3. ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท	89	26.90	64	19.10	153	23.00
4. มากกว่า 25,000 บาท	39	11.80	81	24.20	120	18.00
รวม	331	100.00	335	100.00	666	100.00
ค่าต่ำสุด	2,500		3,000		2,500	
ค่าสูงสุด	75,000		60,000		75,000	
ค่าเฉลี่ย	16,280.18		19,375.85		17,837.3	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	14,039.918		14,664.657		14,430.14	

จากตารางที่ 4.025 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีรายได้มากที่สุด 75,000 บาท รายได้น้อยที่สุด 2,500 บาท มีรายได้เฉลี่ย 17,837 บาท เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีรายได้เฉลี่ย 19,375 บาท รายได้ที่สูงที่สุด 60,000 บาท และรายได้น้อยที่สุด 3,000 บาท ส่วนเพศชายมีรายได้เฉลี่ย 16,280 บาท รายได้มากที่สุด 75,000 บาท และรายได้น้อยที่สุด 2,500 บาท และเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.90 ส่วนรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ รายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และ 11.80 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือรายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป และรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.20 และ 19.10 และรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีสัดส่วนน้อยที่สุด ไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.026 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สถานภาพ ของจังหวัด
สิงห์บุรี

สถานภาพ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	174	49.40	187	51.80	361	50.60
2. สมรส	178	50.60	161	44.60	339	47.50
3. หม้าย	0	0.00	13	3.60	13	1.80
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00

จากตารางที่ 4.026 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.50 ส่วนสถานภาพอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศทำให้พบว่า

เพศชาย ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 49.40 ตามลำดับ

เพศหญิง ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.80 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 44.60 และสถานภาพอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.027 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาชีพประจำ ของจังหวัด
สิงห์บุรี

อาชีพประจำ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เกษตรกร	41	11.60	13	3.60	54	7.60
2. ข้าราชการ	79	22.40	62	17.20	141	19.80
3. ข้าราชการส่วนท้องถิ่น	19	5.40	19	5.30	38	5.30
4. ค้าขาย / ผู้ประกอบการ	67	19.00	85	23.50	152	21.30
5. รับจ้างทั่วไป	51	14.50	80	22.20	131	18.40
6. ครู / อาจารย์	19	5.40	31	8.60	50	7.00
7. นักเรียน / นักศึกษา	56	15.90	58	16.10	114	16.00
8. อื่น ๆ	20	5.70	13	3.60	33	4.60
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00

จากตารางที่ 4.027 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยภาพรวมมีอาชีพค้า/ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 21.30 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ อาชีพรับจ้างทั่วไป และนักเรียน/นักศึกษา มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 19.80 18.40 และ 16.00 ตามลำดับ ส่วนอาชีพเกษตรกร ครู/อาจารย์ ข้าราชการส่วนท้องถิ่น และ อื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 22.40 รองลงมาคือรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 22.20 นักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 15.90 อาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 14.50 และอาชีพเกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 11.60 ส่วนอาชีพอื่นๆ อาชีพข้าราชการส่วนท้องถิ่น และอาชีพครู / อาจารย์ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอาชีพอาชีพค้าขาย / ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 23.50 รองลงมาคืออาชีพค้าขาย / ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 23.60 อาชีพข้าราชการและอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 17.20 และ 16.10 ส่วนอาชีพครู / อาจารย์ อาชีพข้าราชการส่วนท้องถิ่น อาชีพเกษตรกร และอาชีพอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.028 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อนจำแนกตาม เพศ และ ระดับการศึกษา ของ จังหวัดสิงห์บุรี

ระดับการศึกษา	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	7	2.00	72	19.90	79	11.10
2. มัธยม / ปวช.	76	21.60	71	19.70	147	20.60
3. อนุปริญญา / ปวส.	73	20.70	25	6.90	98	13.70
4.ปริญญาตรี	157	44.60	137	38.00	294	41.20
5.ปริญญาโท	33	9.40	50	13.90	83	11.60
6. อื่น ๆ	6	1.70	6	1.70	12	1.70
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00

จากตารางที่ 4.028 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยในภาพรวมสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 20.60 สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 13.70 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโทและสำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 11.60 และ 11.10 ตามลำดับ และระดับอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.60 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาระดับมัธยม/ระดับประกาศนียบัตร คิดเป็นร้อยละ 21.60 สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 20.70 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษาและอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10.00

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษาและสำเร็จการศึกษาระดับมัธยม/ระดับประกาศนียบัตร มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 19.90 และ 19.70 ตามลำดับ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 13.90 สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 6.90 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5

ตารางที่ 4.029 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เหตุผลในการเดินทางมา
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. พักผ่อน	216	61.40	194	53.70	410	57.50
2. หาประสบการณ์ใหม่ /ทัศนศึกษา	28	8.00	19	5.30	47	6.60
3. เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่	47	13.40	57	15.80	104	14.60
4. อันนินมุน	7	2.00	0	.00	7	1.00
5. ศึกษาวัฒนธรรม	33	9.40	51	14.10	84	11.80
6. อื่น ๆ	21	6.00	40	11.10	61	8.60
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00

จากตารางที่ 4.029 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 14.60 และเพื่อศึกษาวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 11.80 ส่วนเหตุผลอื่น ๆ เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ /ทัศนศึกษา และเพื่ออันนินมุน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.40 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 13.40 ส่วนเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เพื่อเดินทางมาเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ / ทัศนศึกษา เพื่อเหตุผลอื่นๆ และอันนินมุน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.70 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 15.80 เพื่อศึกษาวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 14.10 และเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 11.10 ส่วนเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ /ทัศนศึกษา มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.30

ตารางที่ 4.030 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระยะเวลาในการเดินทาง
มา ของจังหวัดสิงห์บุรี

ระยะเวลาในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน	167	56.40	189	59.10	356	57.80
2. ระหว่าง 2 – 4 วัน	56	18.90	93	29.10	149	24.20
3. ระหว่าง 4 - 6 วัน	6	2.00	6	1.90	12	1.90
4. มากกว่า 6 วัน	67	22.60	32	10.00	99	16.10
รวม	296	100.00	320	100.00	616	100.00
ค่าต่ำสุด	1		1		1	
ค่าสูงสุด	10		25		25	
ค่าเฉลี่ย	3.31		3.16		3.2	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	2.656		3.905		3.36	

จากตารางที่ 4.030 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยในภาพรวมส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อนสูงสุด 25 วัน น้อยที่สุดคือไปเข้าเย็นกลับ โดยเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 วัน และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่าเพศหญิงใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 วัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุด 25 วัน และน้อยที่สุดคือไปเข้าเย็นกลับ ส่วนเพศชายใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 วัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุด 10 วัน และน้อยที่สุดคือการไปเข้า-เย็นกลับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.40 รองลงมาคือมากกว่า 6 วันขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22.60 และระหว่าง 2 – 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 18.90 ส่วนระหว่าง 4 – 6 วัน มีสัดส่วนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.10 รองลงมาคือระหว่าง 2 – 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 29.10 และมากกว่า 6 วันขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนระหว่าง 4 – 6 วัน มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.031 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เดือนที่เลือกเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

เดือนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เดือนมกราคม	103	34.80	137	50.60	240	42.30
2. เดือนกุมภาพันธ์	20	6.80	26	9.60	46	8.10
3. เดือนมีนาคม	13	4.40	6	2.20	19	3.40
4. เดือนเมษายน	46	15.50	6	2.20	52	9.20
5. เดือนธันวาคม	114	38.50	96	35.40	210	37.00
รวม	296	100.00	271	100.00	567	100.00

จากตารางที่ 4.031 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่มาเดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนมกราคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมาคือเดือนธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 37.00 ส่วนเดือนกุมภาพันธ์ เดือนมีนาคม เดือนเมษายน และเดือนมิถุนายน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนธันวาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือเดือนมกราคม คิดเป็นร้อยละ 34.80 และเดือนเมษายน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ส่วนเดือนกุมภาพันธ์ และเดือนมีนาคม และเดือนมิถุนายน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนมกราคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมาคือเดือนธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 35.40 ส่วนเดือนกุมภาพันธ์ เดือนมีนาคม เดือนเมษายน และเดือนมิถุนายน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.032 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ วันที่เลือกเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

วันที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วันธรรมดา	67	19.00	73	20.20	140	19.60
2. วันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์	123	34.90	121	33.50	244	34.20
3. วันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด	162	46.00	160	44.30	322	45.20
4. อื่นๆ ได้แก่ ทิวยทุกวันหยุด	0	.00	7	1.90	7	1.00
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00

จากตารางที่ 4.032 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมาคือ วันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 34.20 และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 19.60 ส่วนวันอื่นๆ นั้นมีสัดส่วนน้อยเพียงร้อยละ 1 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ วันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 34.90 และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 44.30 รองลงมาคือ วันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 33.50 และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 20.20 ส่วนวันอื่นๆ นั้นมีสัดส่วนน้อยเพียงร้อยละ 1.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.033 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ผู้แนะนำในการเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

ผู้แนะนำในการเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ตนเอง	94	26.70	100	27.70	194	27.20
2. สามี/ภรรยา	39	11.10	39	10.80	78	10.90
3. บุตร/ธิดา	6	1.70	6	1.70	12	1.70
4. พ่อแม่	26	7.40	54	15.00	80	11.20
5. ญาติ	40	11.40	32	8.90	72	10.10
6. เพื่อน	86	24.40	104	28.80	190	26.60
7. หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร	61	17.30	26	7.20	87	12.20
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00

จากตารางที่ 4.033 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมผู้ที่แนะนำในการเดินทางมาท่องเที่ยวในส่วนใหญ่มักเป็นตนเอง คิดเป็นร้อยละ 27.20 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 26.60 ส่วนหน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร พ่อแม่ สามี/ภรรยา และญาติ เป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 12.20 11.20 10.90 และ 10.10 ตามลำดับ โดยบุตร/ธิดา มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.70 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่แนะนำหรือชักชวนในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 26.70 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 24.40 ส่วนหน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร ญาติและสามี/ภรรยา เป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 17.30 11.20 11.40 และ 11.10 ตามลำดับ โดยพ่อแม่และบุตร/ธิดา มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่แนะนำหรือชักชวนในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมาคือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 27.70 พ่อแม่และสามี/ภรรยา มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ 10.80 ตามลำดับ โดยญาติ หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร และบุตร/ธิดา เป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.034 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ บุคคลที่ร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

บุคคลที่ร่วมในการเดินทาง ท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. มาคนเดียว	49	13.90	21	5.80	70	9.80
2. แฟน/ ภรรยา /สามี	60	17.00	66	18.30	126	17.70
3. กลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด	33	9.40	6	1.70	39	5.50
4. กลุ่มเพื่อนสนิท	60	17.00	26	7.20	86	12.10
5. กลุ่มเพื่อนบ้าน	33	9.40	59	16.30	92	12.90
6. คนในที่ทำงานเดียวกัน	28	8.00	12	3.30	40	5.60
7. ครอบครัว/ญาติ	89	25.30	171	47.40	260	36.50
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00

จากตารางที่ 4.034 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาคือแฟน/ ภรรยา / สามี คิดเป็นร้อยละ 17.70 กลุ่มเพื่อนบ้าน และกลุ่มเพื่อนสนิท มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 12.90 และ 12.10 ตามลำดับ ส่วนมาคนเดียว คนในที่ทำงานเดียวกัน และกลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 25.30 รองลงมาคือแฟน/ ภรรยา /สามี และกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 17.00 เท่ากัน การเดินทางมาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 13.90 ส่วนกลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด กลุ่มเพื่อนบ้าน และคนในที่ทำงานเดียวกัน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 47.40 รองลงมาคือแฟน/ ภรรยา /สามี คิดเป็นร้อยละ 18.30 และกลุ่มเพื่อนบ้าน คิดเป็นร้อยละ 16.30 ส่วนกลุ่มเพื่อนสนิท การเดินทางมาคนเดียว คนในที่ทำงานเดียวกัน และกลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.035 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ การทราบข้อมูลเกี่ยวกับ
การท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

การทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูง	240	39.34	238	33.15	478	35.99
2. บริษัทนำเที่ยว	14	2.30	57	7.94	71	5.35
3. ป้ายโฆษณา	74	12.13	125	17.41	199	14.98
4. นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	81	13.28	63	8.77	144	10.84
5. อินเทอร์เน็ต	120	19.67	128	17.83	248	18.67
6. สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	81	13.28	107	14.90	188	14.16
รวม	610	100.00	718	100.00	1328	100.00

จากตารางที่ 4.035 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.99 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 18.67 ส่วนป้ายโฆษณา และสื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 14.98 และ 14.16 ตามลำดับ และนิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.84 โดยจากบริษัทนำเที่ยว มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.35 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.34 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 19.67 ส่วนนิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว และสื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ มีสัดส่วนใกล้เคียงเท่ากันเป็นร้อยละ 13.28 และป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 12.13 โดยจากบริษัทนำเที่ยว มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.35 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.15 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 17.83 ส่วนป้ายโฆษณา และสื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 17.41 และ 14.90 ตามลำดับ โดยนิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยวและจากบริษัทนำเที่ยว มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.036 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารที่ชอบรับประทาน
ของจังหวัดสิงห์บุรี

อาหารที่ชอบรับประทาน	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหารประเภทปลา	250	71.02	235	65.10	485	68.02
2. กุนเชียง	7	1.99	20	5.54	27	3.79
3. เค้กปลาช่อน	18	5.11	0	0.00	18	2.52
4. น้ำพริกผักสด	0	0.00	13	3.60	13	1.82
5. ผัดไทย	7	1.99	13	3.60	20	2.81
6. อื่นๆ เช่น อาหารพื้นบ้าน อาหารป่า	70	19.89	80	22.16	150	21.04
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00

จากตารางที่ 4.036 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารประเภทปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.02 รองลงมาคืออาหารประเภทอื่นๆ เช่น อาหารพื้นบ้าน และอาหารป่า คิดเป็นร้อยละ 21.04 ส่วนอาหารประเภทกุนเชียง ผัดไทย เค้กปลาช่อน และน้ำพริกผักสด มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารประเภทปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.02 รองลงมาคืออาหารประเภทอื่นๆ เช่น อาหารพื้นบ้าน และอาหารป่า คิดเป็นร้อยละ คิดเป็นร้อยละ 19.89 ส่วนเค้กปลาช่อน ประเภทกุนเชียงและผัดไทย มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 2

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารประเภทปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.10 รองลงมาคืออาหารประเภทอื่นๆ เช่น อาหารพื้นบ้าน และอาหารป่า คิดเป็นร้อยละ คิดเป็นร้อยละ 22.16 ส่วนอาหารประเภทกุนเชียง ผัดไทย และน้ำพริกผักสด มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.037 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารของจังหวัดที่ซื้อ
เป็นของฝาก ของจังหวัดสิงห์บุรี

อาหารของจังหวัดที่ซื้อเป็นของฝาก	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหารประเภทปลา	161	50.63	119	39.02	280	44.94
2. ขนมต่างๆ เช่น ขนมเค้ก ขนมเปียะ	97	30.50	115	37.70	212	34.03
3. กุนเชียง	53	16.67	51	16.72	104	16.69
4. เสื้อผ้า	0	0.00	7	2.30	7	1.12
5. อื่นๆ เช่น ผัดไท หมูทุบ	7	2.20	13	4.26	20	3.21
รวม	318	100	305	100.00	623	100.00

จากตารางที่ 4.037 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่คืออาหารประเภทปลาเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 44.94 รองลงมาคือขนมต่างๆ เช่น ขนมเค้ก ขนมเปียะ คิดเป็นร้อยละ 34.03 และกุนเชียง คิดเป็นร้อยละ 16.69 ส่วนอื่นๆ เช่น ผัดไท หมูทุบและเสื้อผ้ามีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่คืออาหารประเภทปลาเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 50.63 รองลงมาคือขนมต่างๆ เช่น ขนมเค้ก ขนมเปียะ คิดเป็นร้อยละ 30.50 และกุนเชียง คิดเป็นร้อยละ 16.67 ส่วนอื่นๆ เช่น ผัดไท หมูทุบ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่คืออาหารประเภทปลาเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 39.02 รองลงมาคือขนมต่างๆ เช่น ขนมเค้ก ขนมเปียะ คิดเป็นร้อยละ 37.70 และกุนเชียง คิดเป็นร้อยละ 16.72 ส่วนอื่นๆ เช่น ผัดไท หมูทุบ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5

ตารางที่ 4.038 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สินค้าของจังหวัดที่ซื้อ
กลับบ้าน ของจังหวัดสิงห์บุรี

สินค้าของจังหวัดที่เลือกซื้อกลับบ้าน	เพศชาย		เพศหญิง		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เสื้อผ้า	112	50.00	147	70.00	259	59.68
2. สินค้าโอท็อป	33	14.73	0	0.00	33	7.60
3. เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา	59	26.34	19	9.05	78	17.97
4. เครื่องประดับ	7	3.13	0	0.00	7	1.61
5. ของที่ระลึก	13	5.80	0	0.00	13	3.00
6. อื่นๆ เช่น อาหารแปรรูป กระเป๋า	0	0.00	44	20.95	44	10.14
รวม	224	100.00	210	100.00	434	100.00

จากตารางที่ 4.038 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือซื้อเสื้อผ้ากลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 59.68 รองลงมาคือเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 17.97 และอื่นๆ เช่น อาหารแปรรูป กระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 10.14 ส่วนสินค้าโอท็อป เครื่องประดับ และของที่ระลึก มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้ากลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 26.34 และสินค้าโอท็อป คิดเป็นร้อยละ 14.73 ส่วนของที่ระลึก และเครื่องประดับ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นักท่องเที่ยวชอบซื้อเสื้อผ้ากลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคืออื่นๆ เช่น อาหารแปรรูป กระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 20.95 ส่วนเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 9.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.039 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่สนใจในการ
เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

กิจกรรมที่สนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	121	13.00	170	12.72	291	12.83
2. เที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศวัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	48	5.16	96	7.18	144	6.35
3. กินอาหารท้องถิ่น	173	18.58	180	13.46	353	15.56
4. กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่น พื้นบ้าน	63	6.77	115	8.60	178	7.85
5. สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้าง พิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	55	5.91	89	6.66	144	6.35
6. จั๊ปปาย ซื่อสินค้า ของที่ระลึก	108	11.60	144	10.77	252	11.11
7. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็น ต้น	62	6.66	89	6.66	151	6.66
8. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	81	8.70	108	8.08	189	8.33
9. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	70	7.52	97	7.26	167	7.36
10. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	42	4.51	96	7.18	138	6.08
11. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	101	10.85	102	7.63	203	8.95
12. อื่นๆ	7	0.75	51	3.81	58	2.56
รวม	931	100.00	1337	100.00	2268	100.00

จากตารางที่ 4.039 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจในการกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 15.56 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 12.83 และจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 11.11 ส่วนกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก ถ้ำภูเขา กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น เที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา และกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจในการกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 18.58 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 13.00 และจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 11.60 และกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ คิดเป็นร้อยละ 10.85 ส่วนการเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก ถ้ำภูเขา กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น เที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง และดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา และกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจในการกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 13.46 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 12.72 และจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 10.77 ส่วนกิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก ถ้ำภูเขา เที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น และกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.040 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ได้ทำในการ
เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

กิจกรรมที่ได้ทำในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	288	25.51	244	25.79	532	25.64
2. เที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	82	7.26	67	7.08	149	7.18
3. กินอาหารท้องถิ่น	307	27.19	264	27.91	571	27.52
4. กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่น พื้นบ้าน	42	3.72	32	3.38	74	3.57
5. สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้าง พิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	7	0.62	20	2.11	27	1.30
6. จั๊ปปาย ซื่อสินค้า ของที่ระลึก	241	21.35	200	21.14	441	21.25
7. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็น ต้น	21	1.86	13	1.37	34	1.64
8. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	47	4.16	25	2.64	72	3.47
9. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	14	1.24	20	2.11	34	1.64
10. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	14	1.24	7	0.74	21	1.01
11. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	59	5.23	33	3.49	92	4.43
12. อื่นๆ	7	0.62	21	2.22	28	1.35
รวม	1129	100.00	946	100.00	2075	100.00

จากตารางที่ 4.040 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ทำกิจกรรมการกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 27.52 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 25.64 และใช้จ่ายซื้อสินค้าของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 21.25 ส่วนเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก กิจกรรมอื่นๆ สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ทำกิจกรรมการกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 27.19 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 25.51 และใช้จ่ายซื้อสินค้าของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 21.35 ส่วนเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ทำกิจกรรมการกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 27.11 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 25.79 และใช้จ่ายซื้อสินค้าของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 21.14 ส่วนเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น กิจกรรมอื่นๆ สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น และดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.041 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

กิจกรรมที่ชอบมากที่สุด ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	188	55.50	180	53.70	368	54.60
2. เที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทาง เดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญ ภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง	7	2.10	12	3.60	19	2.80
3. กินอาหารท้องถิ่น	131	38.60	90	26.90	221	32.80
4. จับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก	0	0.00	26	7.80	26	3.90
5. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์ เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	6	1.80	0	0.00	6	0.90
6. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้า โปรแกรมล้างพิษ	0	0.00	13	3.90	13	1.90
7. อื่นๆ	7	2.10	14	4.20	21	3.10
รวม	339	100.00	335	100.00	674	100.00

จากตารางที่ 4.041 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือการมาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.60 รองลงมาคือกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 32.80 ส่วนการจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก อื่นๆ การเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ และเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือการมาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 38.60 ส่วนเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง อื่นๆ และการเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้นมีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 3 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือการมาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.70 รองลงมาคือกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 26.90 ส่วนการจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก อื่นๆ การเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง และกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.042 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ที่พักแรมที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

ที่พักแรมที่เลือกพักในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โรงแรม	140	39.80	187	51.80	327	45.90
2. รีสอร์ท(ที่พักอิงธรรมชาติ)	101	28.70	63	17.50	164	23.00
3. เกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด	26	7.40	21	5.80	47	6.60
4. เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	0	.00	7	1.90	7	1.00
5. โฮมสเตย์	32	9.10	12	3.30	44	6.20
6. อื่นๆ	53	15.10	71	19.70	124	17.40
รวม	352	100.00	361	100.00	713	100.00

จากตารางที่ 4.042 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่เลือกพักโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.90 รองลงมาคือรีสอร์ท และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ 17.40 ตามลำดับ ส่วนเกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด โฮมสเตย์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 โดยเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกพักโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาคือรีสอร์ท และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 28.70 และ 15.10 ตามลำดับ ส่วน โฮมสเตย์ และเกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.80 รองลงมาคืออื่นๆ และรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 19.70 และ 17.50 ตามลำดับ ส่วนเกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด โฮมสเตย์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.043 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รูปแบบที่พักที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

รูปแบบที่พักที่เลือกพัก ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง	122	34.70	177	50.00	299	42.40
2. ที่พักแบบใกล้ธรรมชาติ	197	56.00	144	40.70	341	48.30
3. อื่นๆ	33	9.40	33	9.30	66	9.30
รวม	352	100.00	354	100.00	706	100.00

จากตารางที่ 4.043 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเลือกที่พักแบบใกล้ธรรมชาติ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมาคือที่พักที่อยู่ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง คิดเป็นร้อยละ 42.40 ส่วนรูปแบบที่พักแบบอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.30 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักแบบใกล้ธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/บ้านเชิง คิดเป็นร้อยละ 34.70 ส่วนอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.40

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือแบบใกล้ธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 40.70 ส่วนอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.30

ตารางที่ 4.044 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ราคาที่พักต่อคืนที่เลือก
พักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

ราคาที่พักต่อคืนที่เลือกพัก ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท	67	26.60	33	13.60	100	20.20
2. ระหว่าง 401 – 800 บาท	78	31.00	102	42.10	180	36.40
3. ระหว่าง 801 – 1,200 บาท	68	27.00	93	38.40	161	32.60
4. มากกว่า 1,200 บาท	39	15.50	14	5.80	53	10.70
รวม	252	100.00	242	100.00	494	100.00
ค่าต่ำสุด	200		0		0	
ค่าสูงสุด	10,000		1,500		10,000	
ค่าเฉลี่ย	1,144.44		793.60		972.50	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1,824.007		326.922		1,333.01	

จากตารางที่ 4.044 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกพักอยู่ที่ราคา 972.50 บาท ราคาสูงสุดที่เลือกพักคือ 10,000 บาท และการเลือกพักบ้านญาติ บ้านเพื่อนเป็นราคาที่ไม่ต้องจ่าย และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่า เพศชายราคาที่พักที่เลือกพักเฉลี่ย 200 บาท และราคาที่พักสูงสุดที่ยอมจ่าย 10,000 บาท ส่วนเพศหญิงราคาที่พักที่เลือกพักเฉลี่ย 793.60 บาท ราคาที่พักสูงสุดที่ยอมจ่าย 1,500 บาท และการเลือกพักบ้านญาติ บ้านเพื่อนเป็นราคาที่ไม่ต้องจ่าย และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักห้องพักที่ราคาระหว่าง 401 – 800 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาคือระหว่าง 801 – 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.00 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.60 ส่วนราคามากกว่า 1,200 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักห้องพักที่ราคาระหว่าง 401 – 800 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.10 รองลงมาคือระหว่าง 801 – 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.40 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.60 ส่วนราคามากกว่า 1,200 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.045 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านคุณค่าของธรรมชาติ	121	17.61	130	17.54	251	17.58
2. ด้านวิถีชีวิตของชุมชน	96	13.97	109	14.71	205	14.36
3. ด้านประเพณี วัฒนธรรม	191	27.80	214	28.88	405	28.36
4. ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม	151	21.98	123	16.60	274	19.19
5. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	128	18.63	159	21.46	287	20.10
6. อื่นๆ	0	0.00	6	0.81	6	0.42
รวม	687	100.00	741	100.00	1428	100.00

จากตารางที่ 4.045 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่การเดินทางมาท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ในด้านประเพณี วัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 28.36 รองลงมาคือด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 20.10 ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม ด้านคุณค่าของธรรมชาติ และด้านวิถีชีวิตของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 19.19 17.58 และ 14.36 ตามลำดับ ส่วนด้านอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่ถึงร้อยละ 1 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากการท่องเที่ยวด้านประเพณี วัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 27.80 รองลงมาคือด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม คิดเป็นร้อยละ 21.98 ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านคุณค่าของธรรมชาติ และด้านวิถีชีวิตของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 18.63 17.61 และ 13.97 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากการท่องเที่ยวด้านประเพณี วัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 28.88 รองลงมาคือด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 21.46 ด้านคุณค่าของธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม และด้านวิถีชีวิตของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 17.54 16.60 และ 14.71 ตามลำดับ ส่วนด้านอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่ถึงร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.046 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ธรรมชาติที่ชื่นชอบ ของ
จังหวัดสิงห์บุรี

ธรรมชาติที่ชื่นชอบ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ภูเขา	28	8.00	7	2.00	35	5.00
2. แม่น้ำลำคลอง	192	54.50	241	69.30	433	61.90
3. เรือกสวนไร่นา	132	37.50	100	28.70	232	33.10
รวม	352	100.00	348	100.00	700	100.00

จากตารางที่ 4.046 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติแบบแม่น้ำลำคลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.90 รองลงมาคือเรือกสวนไร่นา คิดเป็นร้อยละ 33.10 และภูเขา มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติแบบแม่น้ำลำคลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือเรือกสวนไร่นา คิดเป็นร้อยละ 37.50 และภูเขา มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.00

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติแบบแม่น้ำลำคลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.30 รองลงมาคือเรือกสวนไร่นา คิดเป็นร้อยละ 28.70 และภูเขา มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.047 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อายุ ของจังหวัดสระแก้ว

อายุ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	210	66.25	288	72.54	498	69.75
2. ระหว่าง 31 – 40 ปี	60	18.93	70	17.63	130	18.21
3. ระหว่าง 41 – 50 ปี	17	5.36	21	5.29	38	5.32
4. มากกว่า 50 ปี	30	9.46	18	4.53	48	6.72
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00
ค่าต่ำสุด	13		12		12	
ค่าสูงสุด	61		59		61	
ค่าเฉลี่ย	31		29		30	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	10.18		8.73		9.46	

จากตารางที่ 4.047 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีอายุเฉลี่ย 30 ปีอายุน้อยที่สุด 12 ปี และอายุเห็นด้วยที่สุด 61 ปี เมื่อจำแนกตามเพศพบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 29 ปี อายุมากที่สุด 59 ปี และอายุน้อยที่สุด 12 ปี ส่วนเพศชายมีอายุเฉลี่ย 31 ปี อายุมากที่สุด 61 ปี และอายุน้อยที่สุด 13 ปี และเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.25 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.93 ส่วนมากกว่า 50 ปีขึ้นไป และอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 9.46 และ 5.36 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.54 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.63 ส่วนอายุระหว่าง 41– 50 ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 5.29 และ 4.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.048 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รายได้ ของจังหวัด
สระแก้ว

รายได้	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	38	11.99	20	5.04	58	8.12
2. ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท	36	11.36	50	12.59	86	12.04
3. ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท	213	67.19	279	70.28	492	68.91
4. มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป	30	9.46	48	12.09	78	10.92
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00
ค่าต่ำสุด	1,500		1,000		1,000	
ค่าสูงสุด	100,000		40,000		100,000	
ค่าเฉลี่ย	17,163.15		12,366.78		14,496.26	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	17,671.84		6,655.38		12,988.30	

จากตารางที่ 4.048 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีรายได้สูงสุด 100,000 บาท รายได้น้อยสุด 1,000 บาท มีรายได้เฉลี่ย 14,496.26 บาท เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเห็นด้วยกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีรายได้เฉลี่ย 12,366.78 บาท รายได้สูงสุด 40,000 บาท และรายได้น้อยสุด 1,00 บาท ส่วนเพศชายมีรายได้เฉลี่ย 17,163.15 บาท รายได้สูงสุด 100,000 บาท และรายได้น้อยสุด 1,500 บาท และเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท เห็นด้วยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.19 รองลงมาคือรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 11.99 และ 11.36 ตามลำดับ ส่วนรายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด ไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท เห็นด้วยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.28 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 12.59 และ 12.09 ตามลำดับ ส่วนรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีสัดส่วนน้อยที่สุด ไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.049 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สถานภาพ ของจังหวัด
สระแก้ว

สถานภาพ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	203	64.04	281	70.78	484	67.79
2. สมรส	114	35.96	116	29.22	230	32.21
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.049 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมส่วนใหญ่มี
สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 67.79 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 32.21 ตามลำดับ
และเมื่อจำแนกตามเพศทำให้พบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิด
เป็นร้อยละ 67.04 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 35.96 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิด
เป็นร้อยละ 70.78 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 29.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.050 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาชีพประจำ ของ จังหวัดสระแก้ว

อาชีพประจำ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เกษตรกร	21	6.62	6	1.51	27	3.78
2. ข้าราชการ	61	19.24	92	23.17	153	21.43
3. ข้าราชการส่วนท้องถิ่น	9	2.84	69	17.38	78	10.92
4. ค้าขาย / ผู้ประกอบการ	51	16.09	42	10.58	93	13.03
5. รับจ้างทั่วไป	132	41.64	74	18.64	206	28.85
6. ครู / อาจารย์	3	0.95	21	5.29	24	3.36
7. นักเรียน / นักศึกษา	36	11.36	81	20.40	117	16.39
8. อื่น ๆ	4	1.26	12	3.02	16	2.24
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.050 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยภาพรวมมีอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 28.85 รองลงมาคือข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 21.43 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.39 อาชีพค้า/ผู้ประกอบการค้า คิดเป็นร้อยละ 13.03 และข้าราชการส่วนท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 10.91 ส่วนอาชีพเกษตรกร ครู/อาจารย์ และอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยภาพรวมมีอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 41.64 รองลงมาคือข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 19.24 อาชีพค้า/ผู้ประกอบการค้า คิดเป็นร้อยละ 16.09 และนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.36 ส่วนอาชีพเกษตรกร ข้าราชการส่วนท้องถิ่น อื่นๆ และครู/อาจารย์ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยภาพรวมมีอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 23.17 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา รับจ้างทั่วไป ข้าราชการส่วนท้องถิ่น และอาชีพค้า/ผู้ประกอบการค้า คิดเป็นร้อยละ 20.40 18.64 17.38 และ 10.58 ตามลำดับ ส่วนครู/อาจารย์ อื่นๆ และอาชีพเกษตรกร มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.051 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำนกตาม เพศ และ ระดับการศึกษา ของ จังหวัดสระแก้ว

ระดับการศึกษา	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	21	6.62	12	3.02	33	4.62
2. มัธยม / ปวช.	99	31.23	63	15.87	162	22.69
3. อนุปริญญา / ปวส.	99	31.23	68	17.13	167	23.39
4. ปริญญาตรี	84	26.50	227	57.18	311	43.56
5. ปริญญาโท	11	3.47	24	6.05	35	4.90
6. อื่น ๆ	3	0.95	3	0.76	6	0.84
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.051 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยในภาพรวมสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.56 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 22.36 และระดับมัธยม/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 22.69 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท ระดับประถมศึกษาและระดับอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม/ระดับประกาศนียบัตร และระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 31.23 เท่ากัน รองลงมาคือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.50 ส่วนระดับประถมศึกษา ระดับปริญญาโท และอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.18 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 17.13 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยม/ระดับประกาศนียบัตร คิดเป็นร้อยละ 15.87 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญา สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษาและสำเร็จการศึกษาในระดับอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.052 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เหตุผลในการเดินทางมา
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. พักผ่อน	152	47.95	129	32.49	281	39.36
2. หาประสบการณ์ใหม่ / ทัศนศึกษา	78	24.61	90	22.67	168	23.53
3. เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่	84	26.50	130	32.75	214	29.97
4. อันนินมุน	3	0.95	9	2.27	12	1.68
5. ศึกษาวัฒนธรรม	0	0.00	24	6.05	24	3.36
6. อื่น ๆ	0	0.00	15	3.78	15	2.10
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ เยี่ยมญาติ 3 คน, เที่ยวตลาดโรงเกลือ 12 คน

จากตารางที่ 4.052 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวก็เพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.36 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว และเพื่อหาประสบการณ์ใหม่/ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 29.97 และ 23.53 ส่วนเพื่อศึกษาวัฒนธรรม อื่นๆ และอันนินมุน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.95 รองลงมาคือเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ / ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.50 และ 24.61 ส่วนเพื่ออันนิน มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดร้อยละ 0.95 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมาคือเพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 32.49 และเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ / ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.67 ส่วนเพื่อศึกษาวัฒนธรรม อื่นๆ และเดินทางมาอันนินมุน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.053 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระยะเวลาในการเดินทาง
มา ของจังหวัดสระแก้ว

ระยะเวลาในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน	201	63.41	248	62.47	449	62.89
2. ระหว่าง 2 – 4 วัน	105	33.12	89	22.42	194	27.17
3. ระหว่าง 4 - 6 วัน	0	0.00	39	9.82	39	5.46
4. มากกว่า 6 วัน	11	3.47	21	5.29	32	4.48
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00
ค่าต่ำสุด	1		1		1	
ค่าสูงสุด	10		9		10	
ค่าเฉลี่ย	2.22		2.37		2.30	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.425		1.768		1.626	

จากตารางที่ 4.053 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยในภาพรวมส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อนสูงสุด 10 วัน น้อยที่สุดคือไปเข้าเย็นกลับ โดยเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่าเพศหญิงใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุด 9 วัน และระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดคือการไปเช้า-เย็นกลับ ส่วนเพศชายใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุด 10 วัน และระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดคือการไปเช้า-เย็นกลับ

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.41 รองลงมาคือระหว่าง 2 – 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 33.12 และมากกว่า 6 วันขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.47 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.47 รองลงมาคือระหว่าง 2 – 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.42 ส่วนระหว่าง 4 – 6 วัน และมากกว่า 6 วันขึ้นไป มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.054 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เดือนที่เลือกเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

เดือนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เดือนมกราคม	45	14.20	38	9.57	83	11.62
2. เดือนกุมภาพันธ์	17	5.36	12	3.02	29	4.06
3. เดือนมีนาคม	21	6.62	36	9.07	57	7.98
4. เดือนเมษายน	57	17.98	83	20.91	140	19.61
5. เดือนพฤษภาคม	30	9.46	86	21.66	116	16.25
6. เดือนมิถุนายน	18	5.68	38	9.57	56	7.84
7. เดือนกรกฎาคม	3	0.95	9	2.27	12	1.68
8. เดือนสิงหาคม	3	0.95	0	0.00	3	0.42
9. เดือนกันยายน	6	1.89	0	0.00	6	0.84
10. เดือนตุลาคม	3	0.95	9	2.27	12	1.68
11. เดือนพฤศจิกายน	18	5.68	3	0.76	21	2.94
12. เดือนธันวาคม	96	30.28	83	20.91	179	25.07
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.054 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมส่วนใหญ่มาเดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนธันวาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.07 รองลงมาคือเดือนเมษายน เดือนพฤษภาคม และเดือนมกราคม คิดเป็นร้อยละ 19.61 16.25 และ 11.62 ตามลำดับ ส่วนเดือนมีนาคม เดือนมิถุนายน เดือนกุมภาพันธ์ เดือนพฤศจิกายน เดือนกรกฎาคม เดือนตุลาคม เดือนกันยายน และเดือนสิงหาคม มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมส่วนใหญ่มาเดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนธันวาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.28 รองลงมาคือเดือนเมษายน และเดือนมกราคม คิดเป็นร้อยละ 17.98 และ 14.20 ตามลำดับ ส่วน เดือนพฤษภาคม เดือนมีนาคม เดือนมิถุนายน เดือนพฤศจิกายน เดือนกุมภาพันธ์ เดือนกันยายน เดือนกรกฎาคม เดือนสิงหาคม และเดือนตุลาคม มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมส่วนใหญ่มักเดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนพฤษภาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.66 รองลงมาคือเดือนเมษายน และเดือนธันวาคม มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.91 ส่วนเดือนมิถุนายน เดือนมกราคม เดือนมีนาคม เดือนกุมภาพันธ์ เดือนกรกฎาคม เดือนตุลาคม และเดือนพฤศจิกายน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.055 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ วันที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

วันที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วันธรรมดา	117	36.91	57	14.36	174	24.37
2. วันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์	18	5.68	33	8.31	51	7.14
3. วันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด	182	57.41	307	77.33	489	68.49
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.055 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มักเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 68.49 รองลงมาคือวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 24.37 ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.14

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มักเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 57.41 รองลงมาคือวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 36.91 ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.68

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มักเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 77.33 รองลงมาคือวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 14.36 ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.13

ตารางที่ 4.056 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ผู้แนะนำในการเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

ผู้แนะนำในการเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ตนเอง	78	24.61	65	16.37	143	20.03
2. สามี/ภรรยา	33	10.41	18	4.53	51	7.14
3. บุตร/ธิดา	3	0.95	3	0.76	6	0.84
4. พ่อแม่	30	9.46	33	8.31	63	8.82
5. ญาติ	33	10.41	53	13.35	86	12.04
6. เพื่อน	116	36.59	159	40.05	275	38.52
7. หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร	21	6.62	60	15.11	81	11.34
8. อื่นๆ	3	0.95	6	1.51	9	1.26
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ สื่อ 9 คน

จากตารางที่ 4.056 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมผู้ที่แนะนำในการเดินทางมาท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่มักเป็นเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 38.52 รองลงมาคือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 20.33 โดยญาติและหน่วยงาน/สถาบัน/องค์กรเป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 12.01 และ 11.34 ส่วนพ่อแม่ สามี/ภรรยา อื่นๆ และบุตร/ธิดา เป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมผู้ที่แนะนำในการเดินทางมาท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่มักเป็นเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 36.59 รองลงมาคือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 24.61 โดยสามี/ภรรยาและญาติเป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 10.41 ส่วนพ่อแม่ หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร บุตร/ธิดา และอื่นๆ เป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมผู้ที่แนะนำในการเดินทางมาท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่มักเป็นเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 40.05 รองลงมาคือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 16.37 โดยหน่วยงาน/สถาบัน/องค์กรและญาติเป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 15.11 และ 13.35 ส่วนพ่อแม่ สามี/ภรรยา อื่นๆ และบุตร/ธิดา เป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.057 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ บุคคลที่ร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

บุคคลที่ร่วมในการเดินทาง ท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. มาคนเดียว	27	8.52	12	3.02	39	5.46
2. แฟน/ ภรรยา /สามี	63	19.87	38	9.57	101	14.15
3. กลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด	12	3.79	36	9.07	48	6.72
4. กลุ่มเพื่อนสนิท	95	29.97	125	31.49	220	30.81
5. กลุ่มเพื่อนบ้าน	18	5.68	21	5.29	39	5.46
6. คนในที่ทำงานเดียวกัน	33	10.41	23	5.79	56	7.84
7. ครอบครัว/ญาติ	69	21.77	142	35.77	211	29.55
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.057 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 30.81 รองลงมาคือครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 29.55 และแฟน/ ภรรยา /สามี คิดเป็นร้อยละ 14.15 ส่วนกลุ่มคนในที่ทำงานเดียวกัน กลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด มาคนเดียว และเพื่อนบ้าน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 29.97 รองลงมาคือครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 21.77 และแฟน/ ภรรยา /สามี คิดเป็นร้อยละ 19.87 และกลุ่มคนในที่ทำงานเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 10.41 ส่วนมาคนเดียว กลุ่มเพื่อนบ้าน และกลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 35.77 รองลงมาคือกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 31.49 ส่วนแฟน/ ภรรยา /สามี กลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด กลุ่มคนในที่ทำงานเดียวกัน เพื่อนบ้าน และมาคนเดียว มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.058 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ การทราบข้อมูลเกี่ยวกับ
การท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

การทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูง	149	47.00	236	59.45	385	53.92
2. บริษัทนำเที่ยว	18	5.68	21	5.29	39	5.46
3. ป้ายโฆษณา	36	11.36	39	9.82	75	10.50
4. นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	102	32.18	107	26.95	209	29.27
5. อินเทอร์เน็ต	150	47.32	182	45.84	332	46.50
6. สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	45	14.20	77	19.40	122	17.09
7. อื่นๆ	0	0.00	3	0.76	3	0.42
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ โรงเรียน 9 คน

จากตารางที่ 4.058 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.92 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ และป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 46.50 29.27 17.09 และ 10.50 ตามลำดับ ส่วนทราบจาก บริษัทนำเที่ยว และแหล่งอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.32 รองลงมาคือจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูง นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ และป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 47.00 32.18 14.20 และ 11.36 ตามลำดับ ส่วนทราบจากบริษัทนำเที่ยว มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.68 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.45 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว และสื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 45.84 29.95 และ 19.40 ตามลำดับ ส่วนทราบจากป้ายโฆษณา บริษัทนำเที่ยว และแหล่งอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.059 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารที่ชอบรับประทาน
ของจังหวัดสระแก้ว

อาหารที่ชอบรับประทาน	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหารอีสาน	60	29.27	64	22.15	124	25.10
2. อาหารเวียดนาม	44	21.46	125	43.25	169	34.21
3. อาหารจานเดียว	32	15.61	30	10.38	62	12.55
4. ก๋วยเตี๋ยว	30	14.63	20	6.92	50	10.12
5. อาหารทะเล	27	13.17	18	6.23	45	9.11
6. ขนมจีน	6	2.93	6	2.08	12	2.43
7. ผลไม้ เช่น แคนตาลูป ชมพู่	6	2.93	26	9.00	32	6.48
รวม	205	100.00	289	100.00	494	100.00

จากตารางที่ 4.059 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารเวียดนามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.21 รองลงมาคืออาหารอีสาน อาหารจานเดียว และก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 25.10 12.55 และ 10.12 ตามลำดับ ส่วนอาหารทะเล ขนมจีน และผลไม้ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารอีสานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.27 รองลงมาคืออาหารเวียดนาม อาหารจานเดียว ก๋วยเตี๋ยว และอาหารทะเล คิดเป็นร้อยละ 21.46 15.61 14.63 และ 13.17 ตามลำดับ ส่วนขนมจีน และผลไม้ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารเวียดนามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคืออาหารอีสาน และอาหารจานเดียว คิดเป็นร้อยละ 22.15 และ 10.38 ตามลำดับ ส่วนอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว ทะเล ผลไม้ และขนมจีน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.060 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารของจังหวัดที่ซื้อ
เป็นของฝาก ของจังหวัดสระแก้ว

อาหารของจังหวัดที่ซื้อเป็นของฝาก	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหารเวียดนาม	71	45.81	119	42.81	190	43.88
2. ผลไม้ เช่น แคนตาลูป ชมพู่	48	30.97	120	43.17	168	38.80
3. ขนม เช่น โมจิ ขนมถ้วย	27	17.42	18	6.47	45	10.39
4. อาหารทะเล	9	5.81	6	2.16	15	3.46
5. สินค้าจากโรงเกลือ	0	0.00	9	3.24	9	2.08
6. สินค้าโอท็อป	0	0.00	6	2.16	6	1.39
รวม	155	100.00	278	100.00	433	100.00

จากตารางที่ 4.060 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบซื้ออาหารเวียดนามเป็นของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.88 รองลงมาคือผลไม้ และขนม คิดเป็นร้อยละ 38.80 และ 10.39 ส่วนอาหารทะเล สินค้าจากโรงเกลือ และสินค้าโอท็อปนิยมซื้อเป็นของฝากในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบซื้ออาหารเวียดนามเป็นของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.81 รองลงมาคือผลไม้ และขนม คิดเป็นร้อยละ 30.97 และ 17.42 ส่วนอาหารทะเล นิยมซื้อเป็นของฝากน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.81

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบซื้ออาหารผลไม้เป็นของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.17 รองลงมาคือเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 42.81 ส่วนขนม สินค้าจากโรงเกลือ อาหารทะเล และสินค้าโอท็อปนิยมซื้อเป็นของฝากในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.061 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สินค้าของจังหวัดที่ซื้อ
กลับบ้าน ของจังหวัดสระแก้ว

สินค้าของจังหวัดที่เลือกซื้อกลับบ้าน	เพศชาย		เพศหญิง		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สินค้าจากโรงเกลือ	170	86.29	192	62.34	362	71.68
2. ของจักสาน	0	0.00	70	22.73	70	13.86
3. อาหารอีสาน	18	9.14	22	7.14	40	7.92
4. ของที่ระลึก	9	4.57	24	7.79	33	6.53
รวม	197	100.00	308	100.00	505	100.00

จากตารางที่ 4.061 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบซื้อสินค้าจากโรงเกลือกลับบ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.68 รองลงมาคือของจักสาน คิดเป็นร้อยละ 13.86 ส่วนอาหารอีสานและของที่ระลึกนิยมซื้อกลับบ้านในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบซื้อสินค้าจากโรงเกลือกลับบ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.29 รองลงมาคืออาหารอีสาน คิดเป็นร้อยละ 9.14 ส่วนของที่ระลึกนิยมซื้อกลับบ้านในสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.57

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบซื้อสินค้าจากโรงเกลือกลับบ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.34 รองลงมาคือของจักสาน คิดเป็นร้อยละ 22.73 ส่วนอาหารอีสานและของที่ระลึกนิยมซื้อกลับบ้านในสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.062 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่สนใจในการ
เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

กิจกรรมที่สนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	128	8.45	251	14.59	379	11.72
2. เที่ยวธรรมชาติ / ไร่โคกหัวรี / ทางเดินเท้า / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	257	16.96	206	11.98	463	14.31
3. กินอาหารท้องถิ่น	110	7.26	187	10.87	297	9.18
4. กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่น พื้นบ้าน	86	5.68	117	6.80	203	6.28
5. สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้าง พิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	74	4.88	102	5.93	176	5.44
6. จั๊ปปาย ซื่อสินค้า ของที่ระลึก	161	10.63	268	15.58	429	13.26
7. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็น ต้น	113	7.46	78	4.53	191	5.90
8. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	122	8.05	134	7.79	256	7.91
9. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	173	11.42	149	8.66	322	9.95
10. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	189	12.48	90	5.23	279	8.62
11. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	96	6.34	132	7.67	228	7.05
12. อื่นๆ ได้แก่ สวดมนต์ ไหว้พระ	6	0.40	6	0.35	12	0.37
รวม	1515	100.00	1720	100.00	3235	100.00

จากตารางที่ 4.062 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้ง และผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.31 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง และจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 13.26 และ 11.72 ส่วนการล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก กินอาหารท้องถิ่น การดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา การเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น การทำกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน การทำกิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น การทำสปา (วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.96 รองลงมาคือการดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา คิดเป็นร้อยละ 12.48 การล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก คิดเป็นร้อยละ 11.42 และจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 10.63 ส่วนเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง การเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น การทำกิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น กินอาหารท้องถิ่น การทำกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน การทำสปา (วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำการจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 15.58 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 14.59 กิจกรรมเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.98 และกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 10.87 ส่วนการล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก การเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น การทำกิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน การทำสปา (วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ การดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา

ตกปลา การทำกิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น และกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.063 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ได้ทำในการ
เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

กิจกรรมที่ทำในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	66	7.52	158	14.09	224	11.22
2. เที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทัวร์ / ทางเดินท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	177	20.16	111	9.90	288	14.43
3. กินอาหารท้องถิ่น	90	10.25	189	16.86	279	13.98
4. กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่น พื้นบ้าน	33	3.76	44	3.93	77	3.86
5. สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้าง พิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	24	2.73	39	3.48	63	3.16
6. จั๊ปปาย ซื่อสินค้า ของที่ระลึก	138	15.72	262	23.37	400	20.04
7. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็น ต้น	51	5.81	42	3.75	93	4.66
8. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	63	7.18	105	9.37	168	8.42
9. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	101	11.50	66	5.89	167	8.37
10. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	99	11.28	57	5.08	156	7.82
11. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	33	3.76	48	4.28	81	4.06
12. อื่นๆ ได้แก่ สวดมนต์ ไหว้พระ	3	0.34	0	0.00	0	0.00
รวม	878	100.00	1121	100.00	1996	100.00

จากตารางที่ 4.063 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำการใช้จ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.04 รองลงมาคือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 14.43 กินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 13.98 และกิจกรรมการเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังเห็นด้วยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.22 ส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 20.16 การใช้จ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 15.72 โดยกิจกรรมล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก กิจกรรมดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา และการกินอาหารท้องถิ่น มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 11.50 11.28 และ 10.25 ส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาทำการใช้จ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.37 รองลงมาคือกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 16.86 และกิจกรรมการเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังเห็นด้วยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.09 ส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.064 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุด ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	36	11.36	80	20.15	116	16.25
2. เที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	141	44.48	106	26.70	247	34.59
3. กินอาหารท้องถิ่น	18	5.68	47	11.84	65	9.10
4. กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่น พื้นบ้าน	3	0.95	3	0.76	6	0.84
5. สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้าง พิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	0	0.00	3	0.76	3	0.42
6. จั๊ปปาย ซื่อสินค้า ของที่ระลึก	27	8.52	110	27.71	137	19.19
7. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็น ต้น	15	4.73	3	0.76	18	2.52
8. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	9	2.84	15	3.78	24	3.36
9. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	11	3.47	21	5.29	32	4.48
10. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	48	15.14	6	1.51	54	7.56
11. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	9	2.84	3	0.76	12	1.68
รวม	36	11.36	80	20.15	116	16.25

จากตารางที่ 4.064 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 34.59 รองลงมาคือการจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 19.19 และการเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 44.48 รองลงมาคือการดูนก ส่องกล้องดูนก / คูปลา ตกปลา คิดเป็นร้อยละ 15.14 และการเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 11.36 ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือการจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 27.71 รองลงมาคือการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 26.70 และการเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 20.15 ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.065 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ที่พักแรมที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

ที่พักแรมที่เลือกพักในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โรงแรม	56	17.67	57	14.36	113	15.83
2. รีสอร์ท (ที่พักอิงธรรมชาติ)	156	49.21	209	52.64	365	51.12
3. เกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด	72	22.71	42	10.58	114	15.97
4. โฮมสเตย์	21	6.62	32	8.06	53	7.42
5. อื่นๆ	12	3.79	57	14.36	69	9.66
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ กางเต้นท์ 9 คน พักบ้านญาติ 60 คน

จากตารางที่ 4.065 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ส่วนใหญ่จะเลือกพักรีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.12 รองลงมาคือเกสต์เฮาส์/ห้องพักราคาประหยัด และโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 15.97 และ 15.83 ส่วนโฮมสเตย์และอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ โดยเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักพักที่รีสอร์ท/ที่พักอิงธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.21 รองลงมาคือเกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัดและโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 22.71 และ 17.67 ส่วนโฮมสเตย์และอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักพักที่รีสอร์ท/ที่พักอิงธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.64 รองลงมาคือโรงแรม อื่นๆและเกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด คิดเป็นร้อยละ 14.36 14.36 และ 10.58 ส่วนโฮมสเตย์มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.066 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รูปแบบที่พักที่เลือกพักใน
การท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

รูปแบบที่พักที่เลือกพัก ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง	74	23.34	96	24.18	170	23.81
2. ที่พักแบบใกล้ธรรมชาติ	234	73.82	295	74.31	529	74.09
3. อื่นๆ	9	2.84	6	1.51	15	2.10
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ กางเต้นท์ 15 คน

จากตารางที่ 4.066 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเลือกที่พักแบบใกล้ธรรมชาติ มากคิดที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.09 รองลงมาคือที่พักที่อยู่ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง คิดเป็นร้อยละ 23.81 ส่วนรูปแบบที่พักแบบอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเลือกที่พักแบบใกล้ธรรมชาติ มากคิดที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.82 รองลงมาคือที่พักที่อยู่ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง คิดเป็นร้อยละ 23.34 ส่วนรูปแบบที่พักแบบอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.84

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเลือกที่พักแบบใกล้ธรรมชาติ มากคิดที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.31 รองลงมาคือที่พักที่อยู่ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง คิดเป็นร้อยละ 24.18 ส่วนรูปแบบที่พักแบบอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.51

ตารางที่ 4.067 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ราคาที่พักต่อคืนที่เลือก
พักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

ราคาที่พักต่อคืนที่เลือกพัก ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท	207	65.30	203	51.13	410	57.42
2. ระหว่าง 401 – 800 บาท	92	29.02	141	35.52	233	32.63
3. ระหว่าง 801 – 1,200 บาท	15	4.73	35	8.82	50	7.00
4. มากกว่า 1,200 บาท	3	0.95	18	4.53	21	2.94
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00
ค่าต่ำสุด	200		200		200	
ค่าสูงสุด	1,400		4,960		4,960	
ค่าเฉลี่ย	435.64		668.60		557.57	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	202.97		624.52		486.80	

จากตารางที่ 4.067 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกพักอยู่ที่ราคา 550 บาท ราคาสูงสุดที่เลือกพักคือ 4,960 บาท และราคาน้อยที่สุดคือ 200 บาท และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่า เพศชายราคาที่พักที่เลือกพักเฉลี่ย 435 บาท และราคาที่พักสูงสุดที่ยอมจ่าย 1,400 บาท และราคาน้อยที่สุดคือ 200 บาท ส่วนเพศหญิงราคาที่พักที่เลือกพักเฉลี่ย 660 บาท และราคาที่พักสูงสุดที่ยอมจ่าย 4,960 บาท และราคาน้อยที่สุดคือ 200 บาท และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักห้องพักที่ราคาร้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.30 รองลงมาคือระหว่าง 401 – 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.02 และระหว่าง 801 – 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.73 ส่วนราคาเห็นด้วยกว่า 1,200 บาท ขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.95

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักห้องพักที่ราคาร้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.13 รองลงมาคือระหว่าง 401 – 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.52 และระหว่าง 801 – 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.82 ส่วนราคาเห็นด้วยกว่า 1,200 บาท ขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.53

ตารางที่ 4.068 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านคุณค่าของธรรมชาติ	218	34.99	264	27.13	482	30.20
2. ด้านวิถีชีวิตของชุมชน	158	25.36	195	20.04	353	22.12
3. ด้านประเพณี วัฒนธรรม	83	13.32	147	15.11	230	14.41
4. ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม	60	9.63	173	17.78	233	14.60
5. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	104	16.69	194	19.94	298	18.67
รวม	623	100.00	973	100.00	1596	100.00

จากตารางที่ 4.068 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่การเดินทางมาท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ด้านคุณค่าของธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 30.20 รองลงมาคือด้านวิถีชีวิตของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.12 ส่วนด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม และด้านประเพณี วัฒนธรรม มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 18.67 14.60 และ 14.41 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่การเดินทางมาท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ด้านคุณค่าของธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 34.99 รองลงมาคือด้านวิถีชีวิตของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 25.36 ส่วนด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านประเพณี วัฒนธรรม และด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 16.69 13.32 และ 9.63 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่การเดินทางมาท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ด้านคุณค่าของธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 27.13 รองลงมาคือด้านวิถีชีวิตของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.04 ส่วนด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม และด้านประเพณี วัฒนธรรม มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 19.94 17.78 และ 15.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.069 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ธรรมชาติที่ชื่นชอบ ของ
จังหวัดสระแก้ว

ธรรมชาติที่ชื่นชอบ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ภูเขา	158	49.84	132	33.25	290	40.62
2. แม่น้ำลำคลอง	42	13.25	48	12.09	90	12.61
3. เรือกสวนไร่นา	24	7.57	84	21.16	108	15.13
4. น้ำตก	75	23.66	92	23.17	167	23.39
5. ทะเล	6	1.89	24	6.05	30	4.20
6. อื่นๆ	12	3.79	17	4.28	29	4.06
รวม	317	100.00	397	100.00	714	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ตลาดโรงเกลือ 18 คน อ่างเก็บน้ำ 6 คน อุทยานประวัติศาสตร์ 5 คน

จากตารางที่ 4.069 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติแบบภูเขามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.62 รองลงมาคือน้ำตก คิดเป็นร้อยละ 23.39 ส่วนเรือกสวนไร่นาและแม่น้ำคลอง มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 15.13 และ 12.61 ตามลำดับ ส่วนอื่นๆ และทะเล มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติที่เกี่ยวกับภูเขามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.84 รองลงมาคือน้ำตก และแม่น้ำลำคลอง คิดเป็นร้อยละ 23.66 และ 13.25 ตามลำดับ ส่วนเรือกสวนไร่นา อื่นๆ และทะเล มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติที่เกี่ยวกับภูเขามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาคือน้ำตก เรือกสวนไร่นา และแม่น้ำลำคลอง คิดเป็นร้อยละ 23.17 21.16 และ 12.09 ตามลำดับ ส่วนทะเล และอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.070 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อายุ ของจังหวัด
สมุทรสาคร

อายุ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	133	40.10	207	54.80	340	47.90
2. ระหว่าง 31 – 40 ปี	67	20.20	67	17.70	134	18.90
3. ระหว่าง 41 – 50 ปี	76	22.90	72	19.00	148	20.80
4. มากกว่า 50 ปี	56	16.90	32	8.50	88	12.40
รวม	332	100.00	378	100.00	710	100.00
ค่าต่ำสุด	16		15		15	
ค่าสูงสุด	80		73		80	
ค่าเฉลี่ย	37.64		32.46		34.89	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	15.49		13.04		14.46	

จากตารางที่ 4.070 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมมีอายุเฉลี่ย 33 ปี อายุน้อยที่สุด 15 ปี และอายุมากที่สุด 80 ปี เมื่อจำแนกตามเพศพบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย โดยเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 33 ปี อายุมากที่สุด 73 ปี และอายุน้อยที่สุด 15 ปี ส่วนเพศชายมีอายุเฉลี่ย 38 ปี อายุมากที่สุด 80 ปี และอายุน้อยที่สุด 16 ปี และเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.10 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.90 ส่วนอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.20 ส่วนอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.90

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41– 50 ปี และอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ 17.70 ตามลำดับ ส่วนอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.50

ตารางที่ 4.071 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รายได้ ของจังหวัด
สมุทรสาคร

รายได้	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	36	12.50	38	13.10	74	12.80
2. ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท	157	54.70	164	56.60	321	55.60
3. ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท	62	21.60	52	17.90	114	19.80
4. มากกว่า 25,000 บาท	32	11.10	36	12.40	68	11.80
รวม	287	100.00	290	100.00	577	100.00
ค่าต่ำสุด	1,200		800		800	
ค่าสูงสุด	61,000		50,000		61,000	
ค่าเฉลี่ย	14,938.26		14,632.41		14,784.54	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	10,184.11		11,489.98		10,851.75	

จากตารางที่ 4.071 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมมีรายได้มากที่สุด 61,000 บาท รายได้น้อยที่สุด 800 บาท มีรายได้เฉลี่ย 14,784 บาท เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีรายได้เฉลี่ย 14,632 บาท รายได้ที่สุด 50,000 บาท และรายได้น้อยที่สุด 800 บาท ส่วนเพศชายมีรายได้เฉลี่ย 14,938 บาท รายได้มากที่สุด 61,000 บาท และรายได้น้อยที่สุด 1,200 บาท และเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.70 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.60 ส่วนรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ รายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 11.10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.90 ส่วนรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 13.10 และ 12.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.072 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สถานภาพ ของจังหวัด
สมุทรสาคร

สถานภาพ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	177	52.70	217	57.40	394	55.20
2. สมรส	159	47.30	145	38.40	304	42.60
3. หม้าย	0	0.00	16	4.20	16	2.20
รวม	336	100.00	378	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.072 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 55.20 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 42.60 ส่วนสถานภาพอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศทำให้พบว่า

เพศชาย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 52.70รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 47.30 ตามลำดับ

เพศหญิง ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.40 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 38.40 และสถานภาพอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.073 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาชีพประจำ ของจังหวัดสมุทรสาคร

อาชีพประจำ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เกษตรกร	93	27.70	21	5.60	114	16.00
2. ข้าราชการ	32	9.50	36	9.50	68	9.50
3. ข้าราชการส่วนท้องถิ่น	24	7.10	16	4.20	40	5.60
4. ค้าขาย / ผู้ประกอบการ	39	11.60	64	16.90	103	14.40
5. รับจ้างทั่วไป	57	17.00	102	27.00	159	22.30
6. ครู / อาจารย์	20	6.00	4	1.10	24	3.40
7. นักเรียน / นักศึกษา	55	16.40	107	28.30	162	22.70
8. อื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท	16	4.80	28	7.40	44	6.20
รวม	336	100.00	378	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.073 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่โดยภาพรวมมีนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.70 รองลงมาคืออาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 22.30 อาชีพเกษตรกร และอาชีพค้าขาย / ผู้ประกอบการมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ 14.40 ตามลำดับ ส่วนอาชีพข้าราชการ อาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท อาชีพข้าราชการส่วนท้องถิ่น และครู/อาจารย์ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 27.70 รองลงมาคือรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 17.00 นักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.40 และอาชีพค้าขาย / ผู้ประกอบการมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 11.60 ส่วนอาชีพข้าราชการ อาชีพข้าราชการส่วนท้องถิ่น อาชีพครู / อาจารย์ และอาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.30 รองลงมาคืออาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 27.00 และอาชีพค้าขาย / ผู้ประกอบการมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 16.90 ส่วนอาชีพข้าราชการ อาชีพอื่น ๆ เช่น พนักงานบริษัท อาชีพเกษตรกร อาชีพข้าราชการส่วนท้องถิ่น และครู/อาจารย์ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.074 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อนจำแนกตาม เพศ และ ระดับการศึกษา ของ จังหวัดสมุทรสาคร

ระดับการศึกษา	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	78	23.20	81	21.40	159	22.30
2. มัธยม / ปวช.	134	39.90	135	35.70	269	37.70
3. อนุปริญญา / ปวส.	20	6.00	27	7.10	47	6.60
4. ปริญญาตรี	76	22.60	115	30.40	191	26.80
5. ปริญญาโท	28	8.30	16	4.20	44	6.20
6. อื่น ๆ	0	0.00	4	1.10	4	0.60
รวม	336	100.00	378	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.074 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ โดยในภาพรวมสำเร็จการศึกษาในสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 37.70 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.80 และระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.30 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาโทและระดับอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 39.90 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.20 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.60 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงและระดับปริญญาโท มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 35.70 รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.40 และระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.40 ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ระดับปริญญาโทและระดับอื่นๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.075 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เหตุผลในการเดินทางมา
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. พักผ่อน	158	47.00	144	38.10	302	42.30
2. หาประสบการณ์ใหม่ /ทัศนศึกษา	68	20.20	114	30.20	182	25.50
3. เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใหม่	70	20.80	78	20.60	148	20.70
4. อื่นๆ	4	1.20	4	1.10	8	1.10
5. ศึกษาวัฒนธรรม	28	8.30	34	9.00	62	8.70
6. อื่น ๆ เช่น เยี่ยมญาติ ไหว้พระ	8	2.40	4	1.10	12	1.70
รวม	336	100.00	378	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.075 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมาคือ เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ /ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.50 และเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.70 ส่วนเพื่อศึกษาวัฒนธรรม ส่วนเหตุผลอื่น ๆ และเพื่ออื่น ๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.80 และเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ /ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.20 ส่วนเพื่อศึกษาวัฒนธรรม ส่วนเหตุผลอื่น ๆ และเพื่ออื่น ๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาคือ เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ /ทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 30.20 และเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.60 ส่วนเพื่อศึกษาวัฒนธรรม ส่วนเหตุผลอื่น ๆ และเพื่ออื่น ๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.076 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ระยะเวลาในการเดินทาง
มา ของจังหวัดสมุทรสาคร

ระยะเวลาในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน	231	76.50	297	86.30	528	81.70
2. ระหว่าง 2 – 4 วัน	39	12.90	35	10.20	74	11.50
3. ระหว่าง 4 - 6 วัน	12	4.00	4	1.20	16	2.50
4. มากกว่า 6 วัน	20	6.60	8	2.30	28	4.30
รวม	302	100.00	344	100.00	646	100.00
ค่าต่ำสุด	1		1		1	
ค่าสูงสุด	15		9		15	
ค่าเฉลี่ย	2.08		1.54		1.80	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	2.19		1.28		1.79	

จากตารางที่ 4.076 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ในภาพรวมส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อนสูงสุด 15 วัน น้อยที่สุดคือน้อยที่สุดคือไปเข้าเย็นกลับ โดยเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน และเมื่อจำแนกตามเพศพบว่าเพศหญิงใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุด 9 วัน และน้อยที่สุดคือน้อยที่สุดคือไปเข้าเย็นกลับ ส่วนเพศชายใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวสูงสุด 15 วัน และน้อยที่สุดคือไปเข้าเย็นกลับ

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาคือระหว่าง 2 – 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 12.90 ส่วนมากกว่า 6 วันขึ้นไป และระหว่าง 4 – 6 วัน มีสัดส่วนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 6.60 และ 4.00 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.30 รองลงมาคือระหว่าง 2 – 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 10.20 ส่วนมากกว่า 6 วันขึ้นไป และระหว่าง 4 – 6 วัน มีสัดส่วนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.30 และ 1.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.077 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ เดือนที่เลือกเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

เดือนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เดือนมกราคม	97	42.40	127	46.20	224	44.40
2. เดือนกุมภาพันธ์	4	1.70	17	6.20	21	4.20
3. เดือนมีนาคม	40	17.50	29	10.50	69	13.70
4. เดือนเมษายน	30	13.10	28	10.20	58	11.50
5. เดือนพฤษภาคม	0	0.00	1	0.40	1	0.20
6. เดือนมิถุนายน	0	0.00	4	1.50	4	0.80
7. เดือนกรกฎาคม	0	0.00	1	0.40	1	0.20
8. เดือนสิงหาคม	0	0.00	4	1.50	4	0.80
9. เดือนกันยายน	0	0.00	5	1.80	5	1.00
10. เดือนตุลาคม	3	1.30	9	3.30	12	2.40
11. เดือนพฤศจิกายน	12	5.20	4	1.50	16	3.20
12. เดือนธันวาคม	43	18.80	46	16.70	89	17.70
รวม	229	100.00	275	100.00	504	100.00

จากตารางที่ 4.077 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมส่วนใหญ่มักเดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนมกราคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมาคือเดือนธันวาคม เดือนมีนาคม เดือนเมษายน คิดเป็นร้อยละ 17.70 13.70 และ 11.50 ตามลำดับ ส่วนเดือนกุมภาพันธ์ เดือนพฤศจิกายน เดือนตุลาคม เดือนกันยายน เดือนมิถุนายน เดือนสิงหาคม เดือนพฤษภาคม และเดือนกรกฎาคม มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนมกราคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.40 รองลงมาคือเดือนธันวาคม เดือนมีนาคม เดือนเมษายน คิดเป็นร้อยละ 18.80 17.50 และ 13.10 ตามลำดับ ส่วนเดือนพฤศจิกายน เดือนกุมภาพันธ์ และเดือนตุลาคม มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในเดือนมกราคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมาคือเดือนธันวาคม เดือนมีนาคม เดือนเมษายน คิดเป็นร้อยละ

ละ 16.70 10.50 และ 10.20 ตามลำดับ ส่วนเดือนกุมภาพันธ์ เดือนตุลาคม เดือนกันยายน เดือนมิถุนายน เดือนสิงหาคม เดือนพฤศจิกายน เดือนพฤษภาคม และเดือนกรกฎาคม มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.078 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ วันที่เลือกเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

วันที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วันธรรมดา	63	18.80	101	26.70	164	23.00
2. วันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์	237	70.50	202	53.40	439	61.50
3. วันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัด	36	10.70	75	19.80	111	15.50
รวม	336	100.00	378	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.078 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 23.00 ส่วนวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัดมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาคือ และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 18.80 ส่วนวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัดมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.70 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 53.40 รองลงมาคือ และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 26.70 ส่วนวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัดมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.079 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ผู้แนะนำในการเดินทาง
ท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้แนะนำในการเดินทางท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ตนเอง	121	36.00	75	19.80	196	27.50
2. สามี/ภรรยา	15	4.50	11	2.90	26	3.60
3. บุตร/ธิดา	0	.00	8	2.10	8	1.10
4. พ่อแม่	31	9.20	34	9.00	65	9.10
5. ญาติ	24	7.10	52	13.80	76	10.60
6. เพื่อน	98	29.20	124	32.80	222	31.10
7. หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร	47	14.00	66	17.50	113	15.80
8. อื่นๆ ได้แก่ สื่อ	0	.00	8	2.10	8	1.10
รวม	336	100.00	378	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.079 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมผู้ที่แนะนำในการเดินทางมาท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่มักเป็นเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 31.10 รองลงมาคือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 27.50 ส่วนหน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร และญาติ เป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 15.80 และ 10.60 ตามลำดับ โดยพ่อแม่ สามี/ภรรยา บุตร/ธิดา และอื่นๆ ได้แก่ สื่อมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่แนะนำหรือชักชวนในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 29.20 หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ ส่วนพ่อแม่ ญาติ และสามี/ภรรยา มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่แนะนำหรือชักชวนในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 32.80 รองลงมาคือตนเอง หน่วยงาน/สถาบัน/องค์กร ญาติ คิดเป็นร้อยละ 19.80 17.50 และ 13.80 ส่วนพ่อแม่ สามี/ภรรยา บุตร/ธิดา และอื่นๆ ได้แก่ สื่อเป็นผู้แนะนำ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.080 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ บุคคลที่ร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

บุคคลที่ร่วมในการเดินทาง ท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. มาคนเดียว	28	8.30	3	0.80	31	4.30
2. แฟน/ ภรรยา /สามี	59	17.60	66	17.50	125	17.50
3. กลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด	24	7.10	31	8.20	55	7.70
4. กลุ่มเพื่อนสนิท	90	26.80	102	27.00	192	26.90
5. กลุ่มเพื่อนบ้าน	18	5.40	12	3.20	30	4.20
6. คนในที่ทำงานเดียวกัน	16	4.80	15	4.00	31	4.30
7. ครอบครัว/ญาติ	101	30.10	145	38.40	246	34.50
8. อื่นๆ ได้แก่ คุณครู	0	0.00	4	1.10	4	0.60
รวม	336	100.00	378	100.00	714	100.00

จากตารางที่ 4.080 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาคือกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 26.90 และแฟน/ ภรรยา /สามี คิดเป็นร้อยละ 17.50 ส่วนกลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด มาคนเดียว คนในที่ทำงานเดียวกัน กลุ่มเพื่อนบ้าน และอื่นๆ ได้แก่ คุณครู มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 30.10 รองลงมาคือกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 26.80 และแฟน/ ภรรยา /สามี คิดเป็นร้อยละ 17.60 ส่วน มาคนเดียว กลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด กลุ่มเพื่อนบ้าน และคนในที่ทำงานเดียวกัน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 38.40 รองลงมาคือกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 27.00 และแฟน/ ภรรยา /สามี คิดเป็นร้อยละ 17.50 ส่วนกลุ่มบุคคลในองค์กร มูลนิธิ วัด คนในที่ทำงานเดียวกัน กลุ่มเพื่อนบ้าน อื่นๆ ได้แก่ คุณครู และมาคนเดียว มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.081 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และการทราบข้อมูลเกี่ยวกับ
การท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

การทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูง	237	43.25	216	35.24	453	39.02
2. บริษัทนำเที่ยว	16	2.92	12	1.96	28	2.41
3. ป้ายโฆษณา	56	10.22	72	11.75	128	11.02
4. นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	82	14.96	89	14.52	171	14.73
5. อินเทอร์เน็ต	86	15.69	135	22.02	221	19.04
6. สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	67	12.23	77	12.56	144	12.40
7. อื่นๆ ได้แก่ ไกล่บ้าน คุณครู	4	0.73	12	1.96	16	1.38
รวม	548.00	100.00	613.00	100.00	1161.00	100.00

จากตารางที่ 4.081 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.02 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ และป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 19.04 14.73 12.40 และ 11.02 ตามลำดับ ส่วนทราบข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว และอื่นๆ ได้แก่ ไกล่บ้าน คุณครู มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ และป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 15.69 14.96 12.23 และ 10.22 ตามลำดับ ส่วนทราบข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว และอื่นๆ ได้แก่ ไกล่บ้าน คุณครู มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 5

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว/ เพื่อนฝูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.24 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว สื่อสาธารณะ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ และป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 22.02 14.52 12.56 และ 11.75 ตามลำดับ ส่วนทราบข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว และอื่นๆ ได้แก่ ไกล่บ้าน คุณครู มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.96

ตารางที่ 4.082 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารที่ชอบรับประทาน
ของจังหวัดสมุทรสาคร

อาหารที่ชอบรับประทาน	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหารทะเล	185	58.18	140	53.64	325	56.13
2. ก๋วยเตี๋ยว	12	3.77	16	6.13	28	4.84
3. ส้มตำ ไก่ย่าง	11	3.46	6	2.30	17	2.94
4. ขนมต่างๆ	16	5.03	19	7.28	35	6.04
5. อาหารตามสั่ง	59	18.55	39	14.94	98	16.93
6. น้ำพริกผักสด	15	4.72	38	14.56	53	9.15
7. อาหารท้องถิ่น	20	6.29	3	1.15	23	3.97
รวม	318	100.00	261	100.00	579	100.00

จากตารางที่ 4.082 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี ในภาพรวมส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.13 รองลงมาคืออาหารตามสั่ง คิดเป็นร้อยละ 16.93 ส่วนอาหารน้ำพริกผักสด ขนมต่างๆ ก๋วยเตี๋ยว อาหารท้องถิ่น และส้มตำ ไก่ย่าง มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.18 รองลงมาคืออาหารตามสั่ง คิดเป็นร้อยละ 18.55 ส่วนอาหารท้องถิ่น ขนมต่างๆ น้ำพริกผักสด ก๋วยเตี๋ยว และส้มตำ ไก่ย่าง มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.64 รองลงมาคืออาหารตามสั่ง คิดเป็นร้อยละ 14.94 และน้ำพริกผักสด คิดเป็นร้อยละ 14.56 ตามลำดับ ส่วนขนมต่างๆ ก๋วยเตี๋ยว ส้มตำ ไก่ย่าง และอาหารท้องถิ่น มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.083 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ อาหารของจังหวัดที่ซื้อ
เป็นของฝาก ของจังหวัดสมุทรสาคร

อาหารของจังหวัดที่ซื้อเป็นของฝาก	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหารทะเล	78	34.51	66	46.15	144	39.02
2. ขนมต่างๆ	55	24.34	33	23.08	88	23.85
3. ของใช้ในครัวเรือน	11	4.87	12	8.39	23	6.23
4. ของดังประจำจังหวัด	36	15.93	16	11.19	52	14.09
5. ผลไม้	24	10.62	16	11.19	40	10.84
6. อาหารท้องถิ่น	22	9.73	0	0.00	22	5.96
รวม	226	100.00	143	100.00	369	100.00

จากตารางที่ 4.083 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่คืออาหารทะเลเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 39.02 รองลงมาคือขนมต่างๆ ของดังประจำจังหวัด และผลไม้คิดเป็นร้อยละ 23.85 14.09 และ 10.84 ส่วนของใช้ในครัวเรือนและอาหารท้องถิ่นมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่คืออาหารทะเลเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 34.51รองลงมาคือขนมต่างๆ ของดังประจำจังหวัด และผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 24.34 15.93 และ 10.62 ส่วนอาหารท้องถิ่นและของใช้ในครัวเรือน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่คืออาหารทะเลเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 46.15 รองลงมาคือขนมต่างๆ ของดังประจำจังหวัด และผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 23.08 11.19 และ 11.19 ส่วนของใช้ในครัวเรือน มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.39

ตารางที่ 4.084 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ สินค้าของจังหวัดที่ซื้อ
กลับบ้าน ของจังหวัดสมุทรสาคร

สินค้าของจังหวัดที่เลือกซื้อกลับบ้าน	เพศชาย		เพศหญิง		เพศหญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. อาหารทะเล	24	16.44	8	7.08	32	12.36
2. ขนมต่างๆ	20	13.70	10	8.85	30	11.58
3. ของใช้ในครัวเรือน	35	23.97	37	32.74	72	27.80
4. ของดังประจำจังหวัด	8	5.48	19	16.81	27	10.42
5. ผลไม้	19	13.01	16	14.16	35	13.51
6. อาหารท้องถิ่น	24	16.44	8	7.08	32	12.36
7. สินค้าโอท็อป	4	2.74	4	3.54	8	3.09
8. อื่นๆ ได้แก่ พระเครื่อง กล้วยไม้	12	8.22	11	9.73	23	8.88
รวม	146	100	113	100	259	100

จากตารางที่ 4.084 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่คือซื้อของใช้ในครัวเรือนกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 27.80 รองลงมาคือผลไม้ อาหารทะเล อาหารท้องถิ่น ขนมต่างๆ และของดังประจำจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 13.51 12.36 12.36 11.58 และ 10.42 ตามลำดับ ส่วนอื่นๆ ได้แก่ พระเครื่อง กล้วยไม้ และสินค้าโอท็อป มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่คือซื้อของใช้ในครัวเรือนกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 23.97 รองลงมาคือ อาหารทะเล อาหารท้องถิ่น ขนมต่างๆ และผลไม้คิดเป็นร้อยละ 16.44 16.44 13.70 และ 13.01 ตามลำดับ ส่วนอื่นๆ ได้แก่ พระเครื่อง กล้วยไม้ ของดังประจำจังหวัด และสินค้าโอท็อป มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่คือซื้อของใช้ในครัวเรือนกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.74 รองลงมาคือของดังประจำจังหวัด และผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 16.81 และ 14.16 ตามลำดับ ส่วนอื่นๆ ได้แก่ พระเครื่อง กล้วยไม้ ขนมต่างๆ อาหารทะเล อาหารท้องถิ่น และสินค้าโอท็อป มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.085 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่สนใจในการ
เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

กิจกรรมที่สนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	136	13.88	114	11.28	250	12.56
2. เที่ยวธรรมชาติ / โอ้ท้าว / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	173	17.65	170	16.82	343	17.23
3. กินอาหารท้องถิ่น	120	12.24	103	10.19	223	11.20
4. กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่น พื้นบ้าน	46	4.69	61	6.03	107	5.37
5. สปา (วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้าง พิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	44	4.49	68	6.73	112	5.63
6. จั๊ปปาย ซื่อสินค้า ของที่ระลึก	116	11.84	109	10.78	225	11.30
7. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็น ต้น	42	4.29	40	3.96	82	4.12
8. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	77	7.86	81	8.01	158	7.94
9. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	122	12.45	124	12.27	246	12.36
10. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	72	7.35	78	7.72	150	7.53
11. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	29	2.96	53	5.24	82	4.12
12. อื่นๆ	3	0.31	10	0.99	13	0.65
รวม	980	100	1011	100	1991	100

จากตารางที่ 4.085 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจในการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.23 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก จับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก และกินอาหารท้องถิ่น 12.56 12.36 11.30 และ 11.20 ตามลำดับ ส่วนเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา สปา(วาริบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริม สุขภาพ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วาริบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ และอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจในการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.65 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก กินอาหารท้องถิ่น และจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก 13.88 12.45 12.24 และ 11.84 ตามลำดับ ส่วนเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน สปา (วาริบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริม สุขภาพ กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วาริบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ และอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจในการเที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต็นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.82 รองลงมาคือ ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง จับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก และกินอาหารท้องถิ่น 12.27 11.28 10.78 และ 10.19 ตามลำดับ ส่วนเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา สปา(วาริบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริม สุขภาพ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วาริบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น และอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.086 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ได้ทำในการ
เดินทางมาท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

กิจกรรมที่ได้ทำในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	206	19.13	179	14.16	385	16.60
2. เที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยาน แห่งชาติ/ล่องแก่ง	69	6.41	42	3.32	111	4.79
3. กินอาหารท้องถิ่น	182	16.90	215	17.01	397	17.12
4. กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่น พื้นบ้าน	48	4.46	43	3.40	91	3.92
5. สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้าง พิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	35	3.25	43	3.40	78	3.36
6. จั๊ปปาย ซื่อสินค้า ของที่ระลึก	141	13.09	225	17.80	366	15.78
7. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็น ต้น	42	3.90	62	4.91	104	4.48
8. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวน ผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	141	13.09	200	15.82	341	14.70
9. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งใน แม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	96	8.91	118	9.34	214	9.23
10. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	50	4.64	57	4.51	107	4.61
11. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้าง พิษ	59	5.48	53	4.19	112	4.83
12. อื่นๆ ได้แก่ การเขียนลายเบญจรงค์	8	0.74	27	2.14	13	0.56
รวม	1077	100	1264	100	2319	100

จากตารางที่ 4.086 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ทำกิจกรรมการกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 17.12 รองลงมาคือเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง จับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก และเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 16.60 15.78 และ 14.70 ส่วนท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ เที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต้นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และอื่นๆ ได้แก่ การเขียนลายเบญจรงค์ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ทำกิจกรรมเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 19.13 รองลงมาคือการกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 16.90 ส่วนจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก และเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.09 โดยท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก เที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต้นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น สปา (วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมอื่นๆ ได้แก่ การเขียนลายเบญจรงค์มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ทำกิจกรรมจับจ่าย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 27.11 รองลงมาคือกินอาหารท้องถิ่น เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น และเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง คิดเป็นร้อยละ 17.01 15.82 และ 14.16 ส่วนท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ กิจกรรมในยามค่ำคืน / การละเล่นพื้นบ้าน สปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ เที่ยวธรรมชาติ / อีโคทัวร์ / กางเต้นท์ / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง และอื่นๆ ได้แก่ การเขียนลายเบญจรงค์ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.087 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

กิจกรรมที่ชอบมากที่สุด ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/ โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง	64	28.70	10	4.20	74	16.00
2. เที่ยวธรรมชาติ / โอ้โฮทัวร์ / ทาง เดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญ ภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง	30	13.50	21	8.80	51	11.00
3. กินอาหารท้องถิ่น	55	24.70	58	24.30	113	24.50
4. สปา(วาริบำบัด) / นวด / โปรแกรม ล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ	0	0.00	6	2.50	6	1.30
5. จั๊บบาย ซื้อสินค้า ของที่ระลึก	16	7.20	24	10.00	40	8.70
6. กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น	4	1.80	16	6.70	20	4.30
7. เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์ เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น	19	8.50	33	13.80	52	11.30
8. ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสอง ฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก	11	4.90	32	13.40	43	9.30
9. ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา	4	1.80	12	5.00	16	3.50
10. กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วาริบำบัด นวด โยคะ เข้า โปรแกรมล้างพิษ	12	5.40	8	3.30	20	4.30
11. อื่นๆ ได้แก่ การเขียนลายเบญจรงค์	8	3.60	19	7.90	27	5.80
รวม	223	100.00	239	100.00	462	100.00

จากตารางที่ 4.087 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือกินอาหารท้องถิ่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมาคือการมาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง เยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น และเที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 16.00 11.30 และ 11.00 ส่วนล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก จั๊บจ่าย ซ้อสินค้ำ ของที่ระลึก อื่นๆ ได้แก่ การเขียนลายเบญจรงค์ กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา และสปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 5 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือการมาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.70 รองลงมาคือกินอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 24.70 และเที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ ส่วนการเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น จั๊บจ่าย ซ้อสินค้ำ ของที่ระลึก กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก อื่นๆ ได้แก่ การเขียนลายเบญจรงค์ กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น และดูกิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กิจกรรมที่ชอบทำมากที่สุดคือกินอาหารท้องถิ่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.30 รองลงมาคือเยี่ยมชมหมู่บ้าน ชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดศูนย์หัตถกรรม ศูนย์เรียนรู้ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ เป็นต้น ล่องเรือชมวิถีชีวิตและธรรมชาติสองฝั่งในแม่น้ำ / ชมทะเล / ชมน้ำตก และจั๊บจ่าย ซ้อสินค้ำ ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 13.80 13.40 และ 10.00 ตามลำดับ ส่วนเที่ยวธรรมชาติ / โอ้โศทัวร์ / ทางเดิน / กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัย / อุทยานแห่งชาติ/ล่องแก่ง อื่นๆ ได้แก่ การเขียนลายเบญจรงค์ กิจกรรมอาสาสมัคร เช่น การปลูกป่า เป็นต้น ดูนก ส่องกล้องดูนก / ดูปลา ตกปลา เที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/วัด/พระราชวัง กิจกรรมพักผ่อน สุขภาพ ความงาม เช่น วารีบำบัด นวด โยคะ เข้าโปรแกรมล้างพิษ และสปา(วารีบำบัด) / นวด / โปรแกรมล้างพิษ / ส่งเสริมสุขภาพ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.088 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ที่พักแรมที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

ที่พักแรมที่เลือกพักในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โรงแรม	52	16.00	22	6.60	74	11.20
2. รีสอร์ท (ที่พักอิงธรรมชาติ)	66	20.40	95	28.40	161	24.40
3. เกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด	75	23.10	51	15.20	126	19.10
4. โฮมสเตย์	88	27.20	135	40.30	223	33.80
5. อื่นๆ ได้แก่ พักบ้านญาติ	43	13.30	32	9.60	75	11.40
รวม	324	100.00	335	100.00	659	100.00

จากตารางที่ 4.088 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่เลือกพักโฮมสเตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมาคือรีสอร์ท และ เกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด คิดเป็นร้อยละ 24.40 และ 19.10 ตามลำดับ ส่วนอื่นๆ ได้แก่ พักบ้านญาติ และโรงแรม มีสัดส่วนน้อยและใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 11.40 และ 11.20 ตามลำดับ โดยเมื่อจำแนกตามเพศจะมีผลดังต่อไปนี้

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกพักโฮมสเตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.20 รองลงมาคือเกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด และรีสอร์ท (ที่พักอิงธรรมชาติ) คิดเป็นร้อยละ 23.10 และ 20.40 ตามลำดับ ส่วนโรงแรม และอื่นๆ ได้แก่ พักบ้านญาติ มีสัดส่วนน้อยและใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ 6.60 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกพักโฮมสเตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมาคือรีสอร์ท (ที่พักอิงธรรมชาติ) และเกสต์เฮาส์ / ห้องพักราคาประหยัด คิดเป็นร้อยละ 28.40 และ 15.20 ตามลำดับ ส่วนอื่นๆ ได้แก่ พักบ้านญาติ และโรงแรม มีสัดส่วนน้อยและใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 9.60 และ 13.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.089 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ รูปแบบที่พักที่เลือกพักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

รูปแบบที่พักที่เลือกพัก ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง	51	15.70	34	10.10	85	12.90
2. ที่พักแบบใกล้ชิตธรรมชาติ	250	77.20	285	84.60	535	80.90
3. อื่นๆ ได้แก่ ที่พักบ้านญาติ	23	7.10	18	5.30	41	6.20
รวม	324	100.00	337	100.00	661	100.00

จากตารางที่ 4.089 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเลือกที่พักแบบใกล้ชิตธรรมชาติ มากคิดที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.90 รองลงมาคือที่พักที่อยู่ในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/ บ้านเชิง คิดเป็นร้อยละ 12.90 ส่วนรูปแบบที่พักแบบอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.20 และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักแบบใกล้ชิตธรรมชาตินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.20 รองลงมาคือในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/บ้านเชิง คิดเป็นร้อยละ 15.70 ส่วนอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.10

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักแบบใกล้ชิตธรรมชาตินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.60 รองลงมาคือในตัวเมืองใกล้แหล่งธุรกิจ/บ้านเชิง คิดเป็นร้อยละ 10.10 ส่วนอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.30

ตารางที่ 4.090 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ราคาที่พักต่อคืนที่เลือก
พักในการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

ราคาที่พักต่อคืนที่เลือกพัก ในการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท	80	34.90	69	30.50	149	32.70
2. ระหว่าง 401 – 800 บาท	95	41.50	91	40.30	186	40.90
3. ระหว่าง 801 – 1,200 บาท	35	15.30	35	15.50	70	15.40
4. มากกว่า 1,200 บาท	19	8.30	31	13.70	50	11.00
รวม	229	100.00	226	100.00	455	100.00
ค่าต่ำสุด	100		100		100	
ค่าสูงสุด	2,500		2,500		2,500	
ค่าเฉลี่ย	692.85		813.29		751.10	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	457.35		582.84		524.68	

จากตารางที่ 4.090 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ราคาที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกพักอยู่ที่ราคา 751.10 บาท ราคาสูงสุดที่เลือกพักคือ 2,500 บาท และต่ำสุดคือ 100 บาท เช่นเดียวกับทั้งเพศชายและเพศหญิงในราคาสูงสุดและต่ำสุดที่เลือกพัก โดยเพศชายราคาที่พักที่เลือกพักเฉลี่ย 692.85 บาท ส่วนเพศหญิงราคาที่พักที่เลือกพักเฉลี่ย 813.29 บาท ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักห้องพักที่ราคาระหว่าง 401 – 800 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.90 และระหว่าง 801 – 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.30 ส่วนราคามากกว่า 1,200 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.30 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกพักห้องพักที่ราคาระหว่าง 401 – 800 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.50 และระหว่าง 801 – 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.50 ส่วนราคามากกว่า 1,200 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.091 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านคุณค่าของธรรมชาติ	176	22.22	231	22.41	407	22.33
2. ด้านวิถีชีวิตของชุมชน	199	25.13	224	21.73	423	23.20
3. ด้านประเพณี วัฒนธรรม	133	16.79	181	17.56	314	17.22
4. ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม	142	17.93	181	17.56	323	17.72
5. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	142	17.93	207	20.08	349	19.14
6. อื่นๆ ได้แก่ เยี่ยมญาติ	0	0.00	7	0.68	7	0.38
รวม	792.00	100.00	1031.00	100.00	1823.00	100.00

จากตารางที่ 4.091 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่การเดินทางมาท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ในด้านวิถีชีวิตของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 23.20 รองลงมาคือด้านคุณค่าของธรรมชาติ ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม และด้านประเพณี วัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 22.33 19.14 17.72 และ 17.22 ตามลำดับ ส่วนด้านอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด ไม่ถึงร้อยละ 1 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความรู้ในด้านวิถีชีวิตของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 25.13 รองลงมาคือด้านคุณค่าของธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านประเพณี วัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 22.22 17.93 17.93 และ 16.79 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความรู้ในด้านคุณค่าของธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 22.41 รองลงมาคือด้านวิถีชีวิตของชุมชน ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านประเพณี วัฒนธรรม และด้านประวัติศาสตร์ของสถานที่ที่เยี่ยมชม คิดเป็นร้อยละ 21.73 20.08 17.56 และ 17.56 ตามลำดับ ส่วนด้านอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุด ไม่ถึงร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.092 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ และ ธรรมชาติที่ชื่นชอบ ของ
จังหวัดสมุทรสาคร

ธรรมชาติที่ชื่นชอบ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ภูเขา	17	5.10	28	7.50	45	6.40
2. แม่น้ำลำคลอง	171	51.50	210	56.00	381	53.90
3. เรือกสวนไร่นา	78	23.50	64	17.10	142	20.10
4. น้ำตก	0	0.00	12	3.20	12	1.70
5. ทะเล	62	18.70	57	15.20	119	16.80
6. อื่นๆ ได้แก่ ป่าชายเลน	4	1.20	4	1.10	8	1.10
รวม	332	100.00	375	100.00	707	100.00

จากตารางที่ 4.092 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติแบบแม่น้ำลำคลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.90 รองลงมาคือเรือกสวนไร่นา คิดเป็นร้อยละ 20.10 และทะเล คิดเป็นร้อยละ 16.80 ส่วนภูเขา น้ำตก และอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่ถึงร้อยละ 10.00 ตามลำดับ และเมื่อจำแนกตามเพศจะพบว่า

เพศชาย นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติแบบแม่น้ำลำคลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมาคือเรือกสวนไร่นา คิดเป็นร้อยละ 23.50 และทะเล คิดเป็นร้อยละ 18.70 ส่วนภูเขา และอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่ถึงร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

เพศหญิง นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบธรรมชาติแบบแม่น้ำลำคลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือเรือกสวนไร่นา คิดเป็นร้อยละ 17.10 และทะเล คิดเป็นร้อยละ 15.20 ส่วนภูเขา น้ำตกและอื่นๆ มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่ถึงร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นของชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของท้องถิ่น

ตารางที่ 4.093 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม เพศ ของจังหวัดชัยนาท

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	154	37.93
2. หญิง	252	62.07
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.093 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.07 และ 37.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.094 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อายุ ของจังหวัดชัยนาท

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	108	26.60
2. ระหว่าง 31 – 40 ปี	168	41.38
3. ระหว่าง 41 – 50 ปี	50	12.32
4. มากกว่า 50 ปี	80	19.70
รวม	406	100.00
อายุน้อยสุด	20	
อายุมากที่สุด	58	
อายุเฉลี่ย	37.10	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	9.83	

จากตารางที่ 4.094 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีอายุเฉลี่ย 37 ปี อายุมากที่สุดคือ 58 ปี และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่า ระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.38 รองลงมาคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.60 และ 19.70 ตามลำดับ ส่วนอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีสัดส่วนน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 12.32

ตารางที่ 4.095 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม รายได้ ของจังหวัดชัยนาท

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	27	6.65
2. ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท	333	82.02
3. ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท	20	4.93
4. มากกว่า 25,000 บาท	26	6.40
รวม	406	100.00
รายได้ต่ำสุด	5,000	
รายได้สูงสุด	100,000	
รายได้เฉลี่ย	17,012.56	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	21,990.74	

จากตารางที่ 4.095 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีรายได้เฉลี่ย 17,012.56 บาท รายได้สูงสุด 100,000 บาท และรายได้น้อยสุด 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 82.02 รองลงมาคือรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท รายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป และรายได้ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.096 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม *สถานภาพ* ของจังหวัดชัยนาท

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	145	35.71
2. สมรส	251	61.82
3. หย่าร้าง	10	2.46
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.096 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีสถานภาพสมรสมากกว่าสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.82 และ 35.71 ตามลำดับ ส่วนหย่าร้างมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.46

ตารางที่ 4.097 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม *อาชีพประจำ* ของจังหวัดชัยนาท

อาชีพประจำ	จำนวน	ร้อยละ
1. เกษตรกร	49	12.07
2. ข้าราชการ	42	10.34
3. ข้าราชการส่วนท้องถิ่น	109	26.85
4. ค้าขาย / ผู้ประกอบการ	11	2.71
5. รับจ้างทั่วไป	154	37.93
6. ครู / อาจารย์	22	5.42
7. แม่บ้าน	19	4.68
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.097 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.93 รองลงมาคือ ข้าราชการส่วนท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 26.85 ผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรและข้าราชการมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 12.07 และ 10.34 ส่วนครู / อาจารย์ แม่บ้าน และรับจ้างทั่วไป มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.098 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม ระดับการศึกษา ของจังหวัดชัยนาท

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	36	8.87
2. มัธยม / ปวช.	103	25.37
3. อนุปริญญา / ปวส.	63	15.52
4. ปริญญาตรี	193	47.54
5. ปริญญาโท	11	2.71
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.098 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.54 รองลงมาคือมัธยม / ปวช. และสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 25.37 และ 15.52 ส่วนสำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา และระดับปริญญาโท มีสัดส่วนน้อย คิดเป็นร้อยละ 8.87 และ 2.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.099 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม *การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์* ของจังหวัดชัยนาท

การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน	3.69	0.95	สูง
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน	3.32	0.73	ปานกลาง
3. ชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว	3.67	0.95	ดี
4. ชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	3.52	0.84	ดี
5. การผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น	3.47	0.85	ดี
รวมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์	3.56	0.61	ดี

ตารางที่ 4.099 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้คนในชุมชนมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.56) และเมื่อจำแนกพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับดีในเกือบทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 3.69) ชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.67) ชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.52) และการผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.47) ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 3.32) คนในชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 4.100 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม *ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน* ของจังหวัดชัยนาท

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
1. แหล่งประวัติศาสตร์	265	38.50
2. แหล่งศิลปวัฒนธรรม	87	12.60
3. แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม	136	19.70
4. สภาพสังคมและวิถีชีวิต	128	18.60
5. แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น	62	9.60
6. แหล่งธรรมชาติ	11	1.60
รวม	689	100.00

จากตารางที่ 4.100 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ *ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน* เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา คือ แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม สภาพสังคมและวิถีชีวิต และแหล่งศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 19.70 18.60 และ 12.60 ตามลำดับ ส่วนแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งธรรมชาติ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.101 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม กิจกรรมที่ชุมชนควร
นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. การเดินชมเส้นทางธรรมชาติ	163	13.10
2. การส่องสัตว์ /ดูนก	191	15.40
3. การสำรวจถ้ำ / น้ำตก	170	13.70
4. การปีนเขา / ไต่หน้าผา	145	11.70
5. การนั่งเรือ / แพ ชมภูมิประเทศ	143	11.50
6. การล่องแก่ง / สายน้ำ	100	8.10
7. การนั่งรถ / เกวียน ชมภูมิประเทศ	89	7.20
8. การพายเรือ / ล่องแพ	81	6.50
9. การขี่ม้า / ขี่ช้าง / ขี่ควาย ชมภูมิประเทศ	75	6.00
10. การกางเต็นท์นอนพักแรม	52	4.20
11. การเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น	24	1.90
12. การขี่จักรยานชมภูมิประเทศ	9	0.70
รวม	1,242	100.00

จากตารางที่ 4.101 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การส่องสัตว์ /ดูนก คิดเป็นร้อยละ 15.40 รองลงมา คือ การสำรวจถ้ำ / น้ำตก การเดินชมเส้นทางธรรมชาติ การปีนเขา / ไต่หน้าผา และการนั่งเรือ / แพ ชมภูมิประเทศ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 13.70 13.10 11.70 และ 11.50 ตามลำดับ ส่วนการล่องแก่ง / สายน้ำ การนั่งรถ / เกวียน ชมภูมิประเทศ การพายเรือ / ล่องแพ การขี่ม้า / ขี่ช้าง / ขี่ควาย ชมภูมิประเทศ การกางเต็นท์นอนพักแรม การเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น และการขี่จักรยานชมภูมิประเทศ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.102 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม *ประสบการณ์ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง* ของจังหวัดชัยนาท

ประสบการณ์ที่ควรนำเสนอ	จำนวน	ร้อยละ
1. งานศิลปะท้องถิ่น	133	22.00
2. ศิลปะการแสดง	82	13.60
3. วิถีชีวิตและสังคมของชุมชน	57	9.40
4. เทศกาลงานประเพณีต่างๆ	120	19.90
5. เทียวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ	40	6.60
6. การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง	32	5.30
7. การผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม	83	13.70
8. การให้บริการ	11	1.80
9. อาหารพื้นเมือง	46	7.60
รวม	604	100.00

จากตารางที่ 4.102 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ เห็นว่า ประสบการณ์ที่ควรนำเสนอมากที่สุดคืองานศิลปะท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 22.00 รองลงมาคือเทศกาลงานประเพณีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 19.90 ประสบการณ์ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรมและศิลปะการแสดงมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 13.70 และ 13.60 ตามลำดับ ส่วนวิถีชีวิตและสังคมของชุมชน อาหารพื้นเมือง เทียวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง และการให้บริการ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.103 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ผู้ที่ควรเป็นเจ้าภาพ หรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ของจังหวัด ชัยนาท

ผู้ที่ควรเป็นเจ้าภาพหรือผู้ประสานงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้ว่าราชการจังหวัด	272	35.60
2. ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด	183	24.00
3. ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์จังหวัด	115	15.10
4. นายกองค์การบริหารส่วนตำบล	129	16.90
5. นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด	64	8.40
รวม	763	100.00

จากตารางที่ 4.103 คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาทที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้ที่ควรเป็นเจ้าภาพหรือผู้ประสานงานคือผู้ว่าราชการจังหวัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.60 รองลงมาคือผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 24.00 โดยที่นายกองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์จังหวัด มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และ 15.10 ตามลำดับ ส่วนนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.40

ตารางที่ 4.104 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม เพศ ของจังหวัดสิงห์บุรี

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	191	47.04
2. หญิง	215	52.96
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.104 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.96 และ 47.04

ตารางที่ 4.105 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อายุ ของจังหวัดสิงห์บุรี

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	186	45.81
2. ระหว่าง 31 – 40 ปี	121	29.80
3. ระหว่าง 41 – 50 ปี	80	19.70
4. มากกว่า 50 ปี	19	4.68
รวม	406	100.00
อายุน้อยสุด	11	
อายุมากที่สุด	55	
อายุเฉลี่ย	33.22	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	10.46	

จากตารางที่ 4.105 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีอายุเฉลี่ย 34 ปี อายุน้อยที่สุดคือ 11 ปี อายุมากที่สุดคือ 55 ปี และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่า ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.81 รองลงมาคือ ระหว่าง 31 – 40 ปี และระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.80 และ 19.70 ตามลำดับ ส่วนอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 4.68

ตารางที่ 4.106 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม รายได้ ของจังหวัดสิงห์บุรี

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	57	14.04
2. ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท	191	47.04
3. ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท	90	22.17
4. มากกว่า 25,000 บาท	68	16.75
รวม	406	100.00
รายได้ต่ำสุด	2,500	
รายได้สูงสุด	75,000	
รายได้เฉลี่ย	17,283.18	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	14,310.78	

จากตารางที่ 4.106 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีรายได้เฉลี่ย 17,283.18 บาท รายได้สูงสุด 75,000 บาท และรายได้น้อยสุด 2,500 บาท ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.04 รองลงมาคือรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.17 ส่วนรายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป หรือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 16.75 และ 14.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.107 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม *สถานภาพ* ของจังหวัดสิงห์บุรี

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	207	50.99
2. สมรส	192	47.29
3. หย่าร้าง	7	1.72
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.107 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีสถานภาพโสดมากกว่าสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50.99 และ 47.29 ตามลำดับ ส่วนหย่าร้างมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.72

ตารางที่ 4.108 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม *อาชีพประจำ* ของจังหวัดสิงห์บุรี

อาชีพประจำ	จำนวน	ร้อยละ
1. เกษตรกร	31	7.64
2. ข้าราชการ	81	19.95
3. ข้าราชการส่วนท้องถิ่น	22	5.42
4. ค้าขาย / ผู้ประกอบการ	87	21.43
5. รับจ้างทั่วไป	72	17.73
6. ครู / อาจารย์	27	6.65
7. นักเรียน / นักศึกษา	66	16.26
8. แม่บ้าน	20	4.93
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.108 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ประกอบอาชีพค้าขาย / ผู้ประกอบการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.43 รองลงมาคือข้าราชการ รับจ้างทั่วไป และนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 19.95 17.73 และ 16.26 ตามลำดับ ส่วนเกษตรกร ครู / อาจารย์ ข้าราชการส่วนท้องถิ่น และแม่บ้าน มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.109 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม ระดับการศึกษา ของจังหวัดสิงห์บุรี

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	45	11.08
2. มัธยม / ปวช.	85	20.94
3. อนุปริญญา / ปวส.	56	13.79
4.ปริญญาตรี	165	40.64
5. ปริญญาโท	49	12.07
6. ปริญญาเอก	6	1.48
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.109 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อำนาจสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.64 รองลงมาคือมัธยม / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 20.94 ส่วนสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. ปริญญาโท และประถมศึกษา มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 13.79 12.07 และ 11.08 ตามลำดับ ส่วนสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอก มีสัดส่วนน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.48

ตารางที่ 4.110 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม การ
ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดสิงห์บุรี

การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน	3.61	1.08	ดี
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน	3.39	1.11	ปานกลาง
3. ชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว	3.44	1.26	ดี
4. ชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	3.34	1.21	ปานกลาง
5. การผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น	3.34	1.21	ปานกลาง
รวมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์	3.40	0.71	ปานกลาง

ตารางที่ 4.110 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้คนในชุมชนมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.40) และเมื่อจำแนกพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางในเกือบทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 3.39) ชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.34) และการผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.34) ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 3.61) และชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว(ค่าเฉลี่ย = 3.44) คนในชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 4.111 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน ของจังหวัดสิงห์บุรี

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
1. แหล่งประวัติศาสตร์	201	26.10
2. แหล่งศิลปวัฒนธรรม	86	11.20
3. แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม	166	21.60
4. สภาพสังคมและวิถีชีวิต	145	11.80
5. แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น	86	11.20
6. แหล่งธรรมชาติ	86	11.20
รวม	985	100.00

จากตารางที่ 4.111 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.10 รองลงมา คือ แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม และสภาพสังคมและวิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 26.10 และ 21.60 ส่วนแหล่งศิลปวัฒนธรรม แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งธรรมชาติ มีเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 11.20

ตารางที่ 4.112 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ของจังหวัดสิงห์บุรี

กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. การเดินชมเส้นทางธรรมชาติ	325	20.90
2. การส่องสัตว์ /ดูนก	301	19.40
3. การสำรวจถ้ำ / น้ำตก	112	7.20
4. การปีนเขา / ไต่หน้าผา	118	7.60
5. การนั่งเรือ / แพ ชมภูมิประเทศ	81	5.20
6. การล่องแก่ง / สายน้ำ	34	2.20
7. การนั่งรถ / เกวียน ชมภูมิประเทศ	97	6.20
8. การพายเรือ / ล่องแพ	85	5.50
9. การขี่ม้า / ขี่ช้าง / ขี่ควาย ชมภูมิประเทศ	90	5.80
10. การกางเต็นท์นอนพักแรม	13	2.80
11. การเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น	16	1.00
12. การขี่จักรยานชมภูมิประเทศ	251	16.20
รวม	1,553	100.00

จากตารางที่ 4.112 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การเดินชมเส้นทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 20.90 รองลงมาคือ การส่องสัตว์ /ดูนก และการขี่จักรยานชมภูมิประเทศ คิดเป็นร้อยละ 19.40 และ 16.20 ตามลำดับ ส่วนการปีนเขา / ไต่หน้าผา การสำรวจถ้ำ / น้ำตก การนั่งเรือ / แพ ชมภูมิประเทศ การนั่งรถ / เกวียน ชมภูมิประเทศ การขี่ม้า / ขี่ช้าง / ขี่ควาย ชมภูมิประเทศ การพายเรือ / ล่องแพ การกางเต็นท์นอนพักแรม การล่องแก่ง / สายน้ำ และการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.113 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ประสบการณ์ที่สามารถ
เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ของจังหวัดสิงห์บุรี

ประสบการณ์ที่ควรนำเสนอ	จำนวน	ร้อยละ
1. งานศิลปะท้องถิ่น	42	7.20
2. ศิลปะการแสดง	20	3.40
3. วิถีชีวิตและสังคมของชุมชน	52	8.90
4. เทศกาลงานประเพณีต่างๆ	85	14.50
5. เที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ	301	51.40
6. การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง	20	3.40
7. การผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม	12	2.00
8. การให้บริการ	12	2.00
9. อาหารพื้นเมือง	42	7.20
รวม	586	100.00

จากตารางที่ 4.113 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ เห็นว่า ประสบการณ์ที่ควรนำเสนอมากที่สุดคือเที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมาคือเทศกาลงานประเพณีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 14.50 ส่วนวิถีชีวิตและสังคมของชุมชน งานศิลปะท้องถิ่น อาหารพื้นเมือง ศิลปะการแสดง การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง การผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม และการให้บริการ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.114 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ผู้ที่ควรเป็นเจ้าของภาพหรือ
 ประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ของจังหวัดสิงห์บุรี

ผู้ที่ควรเป็นเจ้าของภาพหรือผู้ประสานงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้ว่าราชการจังหวัด	325	25.70
2. ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด	301	23.80
3. ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์จังหวัด	201	15.90
4. นายกองค์การบริหารส่วนตำบล	166	13.10
5. นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด	103	8.10
6. หัวหน้า (ประธาน) ชุมชน	86	6.80
7. สำนักพุทธศาสนา/วัด	85	6.70
รวม	1,267	100.00

จากตารางที่ 4.114 คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้ที่ควรเป็น
 เจ้าของภาพหรือผู้ประสานงานคือผู้ว่าราชการจังหวัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.70 รองลงมาคือ
 ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 23.80 โดยที่ผู้อำนวยการ
 ประชาสัมพันธ์จังหวัด และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ
 15.90 และ 13.10 ตามลำดับ ส่วนนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด หัวหน้า (ประธาน) ชุมชน และ
 สำนักพุทธศาสนา/วัด มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่เกินร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.115 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม เพศ ของจังหวัดสระแก้ว

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	182	44.83
2. หญิง	224	55.17
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.115 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.17 และ 44.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.116 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อายุ ของจังหวัดสระแก้ว

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	296	72.91
2. ระหว่าง 31 – 40 ปี	68	16.75
3. ระหว่าง 41 – 50 ปี	20	4.93
4. มากกว่า 50 ปี	22	5.42
รวม	406	100.00
อายุน้อยสุด	12	
อายุมากที่สุด	61	
อายุเฉลี่ย	28.70	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	9.05	

จากตารางที่ 4.116 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีอายุเฉลี่ย 29 ปี อายุน้อยที่สุดคือ 12 ปี อายุมากที่สุดคือ 61 ปี และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่า ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.91 รองลงมาคือ ระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.75 ส่วนอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป และระหว่าง 41 – 50 ปี มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.117 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม รายได้ ของจังหวัดสระแก้ว

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	49	12.07
2. ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท	285	70.20
3. ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท	46	11.33
4. มากกว่า 25,000 บาท	26	6.40
รวม	406	100.00
รายได้ต่ำสุด	1,000	
รายได้สูงสุด	100,000	
รายได้เฉลี่ย	13,616.55	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	11,360.83	

จากตารางที่ 4.117 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีรายได้เฉลี่ย 13,616.55 บาท รายได้สูงสุด 100,000 บาท และรายได้น้อยสุด 1,000 บาท ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.20 รองลงมาคือรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 12.07 และ 11.33 ตามลำดับ ส่วนรายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.40

ตารางที่ 4.118 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม *สถานภาพ* ของจังหวัดสระแก้ว

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	287	70.69
2. สมรส	119	29.31
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.118 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีสถานภาพโสดมากกว่าสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 70.69 และ 29.31

ตารางที่ 4.119 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม *อาชีพประจำ* ของจังหวัดสระแก้ว

อาชีพประจำ	จำนวน	ร้อยละ
1. เกษตรกร	12	2.96
2. ข้าราชการ	89	21.92
3. ข้าราชการส่วนท้องถิ่น	37	9.11
4. ค้าขาย / ผู้ประกอบการ	54	13.30
5. รับจ้างทั่วไป	121	29.80
6. ครู / อาจารย์	13	3.20
7. นักเรียน / นักศึกษา	71	17.49
8. แม่บ้าน	9	2.22
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.119 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.80 รองลงมาคือข้าราชการ นักเรียน/นักศึกษา และค้าขาย/ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 21.92 17.49 และ 13.30 ตามลำดับ ส่วนข้าราชการท้องถิ่น ครู/อาจารย์ เกษตรกร และแม่บ้าน มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.120 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม ระดับการศึกษา ของจังหวัด
สระแก้ว

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	15	3.69
2. มัธยม / ปวช.	87	21.43
3. อนุปริญญา / ปวส.	103	25.37
4. ปริญญาตรี	176	43.35
5. ปริญญาโท	21	5.17
6. ปริญญาเอก	4	0.99
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.120 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อำนาจ
การศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.35 รองลงมาคืออนุปริญญา/ปวส. และ
มัธยม/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 25.37 และ 21.43 ส่วนสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ประถมศึกษา
และปริญญาเอก มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.121 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม การ
ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดสระแก้ว

การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน	4.10	0.69	สูง
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน	3.52	0.51	สูง
3. ชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว	3.44	0.51	สูง
4. ชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	3.36	0.71	ปานกลาง
5. การผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น	3.56	0.51	สูง
รวมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์	3.56	0.29	สูง

ตารางที่ 4.121 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้คนในชุมชนมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.56) และเมื่อจำแนกพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงในเกือบทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 4.10) กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 3.52) ชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.44) ยกเว้นชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.36)

ตารางที่ 4.122 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน ของจังหวัดสระแก้ว

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
1. แหล่งธรรมชาติ	278	27.90
2. แหล่งศิลปวัฒนธรรม	203	20.30
3. แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม	134	13.40
4. แหล่งประวัติศาสตร์	130	13.00
5. แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น	169	16.90
6. สภาพสังคมและวิถีชีวิต	84	8.40
รวม	998	100.00

จากตารางที่ 4.122 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน เป็นลักษณะแหล่งธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.90 รองลงมาคือ แหล่งศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 20.30 ส่วนแหล่งภูมิปัญญา แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม และแหล่งประวัติศาสตร์มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 16.90 13.40 และ 13.00 ตามลำดับ โดยที่แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพสังคมและวิถีชีวิตมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.40

ตารางที่ 4.123 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม กิจกรรมที่ชุมชนควร
นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ของจังหวัดสระแก้ว

กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. การเดินชมเส้นทางธรรมชาติ	122	11.70
2. การส่องสัตว์ /ดูนก	177	17.00
3. การสำรวจถ้ำ / น้ำตก	148	14.20
4. การปีนเขา / ไต่หน้าผา	43	4.10
5. การนั่งเรือ / แพ ชมภูมิประเทศ	33	3.20
6. การล่องแก่ง / สายน้ำ	82	7.90
7. การนั่งรถ / เกวียน ชมภูมิประเทศ	49	4.70
8. การพายเรือ / ล่องแพ	96	9.20
9. การขี่ม้า / ขี่ช้าง / ขี่ควาย ชมภูมิประเทศ	99	9.50
10. การกางเต็นนอนพักแรม	94	9.00
11. การเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น	42	4.00
12. การขี่จักรยานชมภูมิประเทศ	56	5.40
รวม	1041	100.00

จากตารางที่ 4.123 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การส่องสัตว์ /ดูนก คิดเป็นร้อยละ 17.00 รองลงมา คือ การสำรวจถ้ำ / น้ำตก และการเดินชมเส้นทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 14.20 และ 11.70 ส่วน การขี่ม้า / ขี่ช้าง / ขี่ควาย ชมภูมิประเทศ การพายเรือ / ล่องแพ การกางเต็นนอนพักแรม การล่องแก่ง / สายน้ำ การขี่จักรยานชมภูมิประเทศ การนั่งรถ / เกวียน ชมภูมิประเทศ การปีนเขา / ไต่หน้าผา การเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น และการนั่งเรือ / แพ ชมภูมิประเทศ มีสัดส่วนใกล้เคียงกันไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.124 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม *ประสบการณ์ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง* ของจังหวัดสระแก้ว

ประสบการณ์ที่ควรนำเสนอ	จำนวน	ร้อยละ
1. งานศิลปะท้องถิ่น	99	9.60
2. ศิลปะการแสดง	75	7.30
3. วิถีชีวิตและสังคมของชุมชน	94	9.10
4. เทศกาลงานประเพณีต่างๆ	96	9.30
5. เที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ	87	8.40
6. การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง	73	7.10
7. การผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม	77	7.40
8. การให้บริการ	93	9.00
9. อาหารพื้นเมือง	7	0.70
10. ตลาดโรงเกลือ	333	32.20
รวม	1104	100.00

จากตารางที่ 4.124 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ เห็นว่า ประสบการณ์ที่ควรนำเสนอมากที่สุดคือตลาดโรงเกลือ คิดเป็นร้อยละ 32.20 รองลงมาคืองานศิลปท้องถิ่น เทศกาลงานประเพณีต่างๆ วิถีชีวิตและสังคมของชุมชน การให้บริการ เที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ การผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม ศิลปะการแสดง การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง และอาหารพื้นเมือง มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.125 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจังหวัดสระแก้วจำแนกตาม *ผู้ที่ควร*
เป็นเจ้าภาพหรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน
ของจังหวัดสระแก้ว

ผู้ที่ควรเป็นเจ้าภาพหรือผู้ประสานงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้ว่าราชการจังหวัด	218	27.40
2. ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด	114	14.30
3. ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์จังหวัด	145	18.20
4. นายกองค์การบริหารส่วนตำบล	54	6.80
5. นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด	95	11.90
6. หัวหน้า (ประธาน) ชุมชน	83	10.40
7. สำนักพุทธศาสนา/วัด	86	10.80
รวม	795	100.00

จากตารางที่ 4.125 คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้ที่ควรเป็นเจ้าภาพหรือผู้ประสานงานคือผู้ว่าราชการจังหวัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.40 รองลงมาคือผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์จังหวัดและผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 18.20 และ 14.30 ตามลำดับ โดยที่นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด หัวหน้า (ประธาน) ชุมชน สำนักพุทธศาสนา/วัด มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 11.90 10.40 และ 10.80 ตามลำดับ ส่วนนายกองค์การบริหารส่วนตำบลมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.80

ตารางที่ 4.126 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม เพศ ของจังหวัดสมุทรสาคร

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	199	49.01
2. หญิง	207	50.99
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.126 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.99 และ 49.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.127 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อายุ ของจังหวัดสมุทรสาคร

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	197	48.52
2. ระหว่าง 31 – 40 ปี	73	17.98
3. ระหว่าง 41 – 50 ปี	79	19.46
4. มากกว่า 50 ปี	57	14.04
รวม	406	100.00
อายุน้อยสุด	15	
อายุมากที่สุด	80	
อายุเฉลี่ย	35.27	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	14.93	

จากตารางที่ 4.127 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีอายุเฉลี่ย 36 ปี อายุน้อยที่สุดคือ 15 ปี อายุมากที่สุดคือ 80 ปี และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่า ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.52 รองลงมาคือ ระหว่าง 41 – 50 ปี และระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.46 และ 17.98 ตามลำดับ ส่วนอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยสุดคิดเป็นร้อยละ 14.04

ตารางที่ 4.128 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม รายได้ ของจังหวัดสมุทรสาคร

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	105	25.86
2. ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท	262	64.53
3. มากกว่า 15,000 บาท	39	9.61
รวม	406	100.00
รายได้ต่ำสุด	800	
รายได้สูงสุด	61,000	
รายได้เฉลี่ย	13,330.15	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	10,673.22	

จากตารางที่ 4.128 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีรายได้เฉลี่ย 13,330 บาท รายได้สูงสุด 61,000 บาท และรายได้น้อยสุด 800 บาท ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.20 รองลงมาคือรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 12.07 และ 11.33 ตามลำดับ ส่วนรายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.40

ตารางที่ 4.129 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม สถานภาพ ของจังหวัดสมุทรสาคร

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	224	55.17
2. สมรส	174	42.86
3. หย่าร้าง	8	1.97
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.129 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีสถานภาพโสดมากกว่าสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 55.17 และ 42.86 ตามลำดับ ส่วนหย่าร้างมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.97

ตารางที่ 4.130 จำนวนและร้อยละของคนในชุมชนจำแนกตาม อาชีพประจำ ของจังหวัดสมุทรสาคร

อาชีพประจำ	จำนวน	ร้อยละ
1. เกษตรกร	69	17.00
2. ข้าราชการ	40	9.85
3. ข้าราชการส่วนท้องถิ่น	21	5.17
4. ค้าขาย / ผู้ประกอบการ	59	14.53
5. รับจ้างทั่วไป	86	21.18
6. ครู / อาจารย์	12	2.96
7. นักเรียน / นักศึกษา	93	22.91
8. แม่บ้าน	26	6.40
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.130 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.91 รองลงมาคือรับจ้างทั่วไป เกษตรกร และค้าขาย/ผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 21.18 17.00 และ 14.53 ตามลำดับ ส่วนข้าราชการ แม่บ้าน ข้าราชการส่วนท้องถิ่น และครู/อาจารย์ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.131 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม *ระดับการศึกษา* ของจังหวัด
สมุทรสาคร

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	96	23.65
2. มัธยม / ปวช.	148	36.45
3. อนุปริญญา / ปวส.	27	6.65
4. ปริญญาตรี	105	25.86
5. ปริญญาโท	28	6.90
6. ปริญญาเอก	2	0.49
รวม	406	100.00

จากตารางที่ 4.131 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อาศัย
การศึกษาในระดับมัธยม / ปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.45 รองลงมาคือปริญญาตรี และ
ประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.86 และ 23.65 ส่วนสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท อนุปริญญา /
ปวส. และปริญญาเอก มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.132 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม การ
ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดสมุทรสาคร

การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน	4.01	0.99	ดี
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน	3.23	1.01	ปานกลาง
3. ชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว	4.07	0.99	ดี
4. ชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	3.63	1.14	ปานกลาง
5. การผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น	4.16	0.73	ดี
รวมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์	3.81	0.74	ดี

ตารางที่ 4.132 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้นั้นคนในชุมชนมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.81) และเมื่อจำแนกพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับดีในเกือบทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 4.16) ชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.07) และกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 4.01) ส่วนชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.63) และกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 3.23) คนในชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.133 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน ของจังหวัดสมุทรสาคร

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
1. แหล่งธรรมชาติ	132	13.40
2. แหล่งศิลปวัฒนธรรม	67	6.80
3. แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม	193	19.60
4. แหล่งประวัติศาสตร์	56	5.40
5. แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น	223	22.60
6. สภาพสังคมและวิถีชีวิต	146	14.80
7. อาหารทะเล	224	22.70
รวม	985	100.00

จากตารางที่ 4.133 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน เป็นลักษณะอาหารทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.70 รองลงมา คือ แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม สภาพสังคมและวิถีชีวิต และแหล่งธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 22.60 19.60 14.80 และ 13.40 ส่วนแหล่งศิลปวัฒนธรรมและแหล่งประวัติศาสตร์ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.134 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม กิจกรรมที่ชุมชนควรร
นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรสาคร

กิจกรรมที่ชุมชนควรรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. การเดินชมเส้นทางธรรมชาติ	50	4.20
2. การส่องสัตว์ /ดูนก	62	5.20
3. การสำรวจถ้ำ / น้ำตก	44	3.70
4. การปีนเขา / ไต่หน้าผา	126	10.50
5. การนั่งเรือ / แพ ชมภูมิประเทศ	206	17.20
6. การล่องแก่ง / สายน้ำ	42	3.50
7. การนั่งรถ / เหวียน ชมภูมิประเทศ	57	4.70
8. การพายเรือ / ล่องแพ	84	7.00
9. การขี่ม้า / ขี่ช้าง / ขี่ควาย ชมภูมิประเทศ	182	15.20
10. การกางเต็นท์นอนพักแรม	142	11.80
11. การเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น	123	10.20
12. การขี่จักรยานชมภูมิประเทศ	83	6.90
13. รับประทานอาหารทะเล	224	15.70
รวม	1,425	100.00

จากตารางที่ 4.134 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ กิจกรรมที่ชุมชนควรรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การรับประทานอาหารทะเล คิดเป็นร้อยละ 15.70 รองลงมาคือ การนั่งเรือ / แพ ชมภูมิประเทศ การขี่ม้า / ขี่ช้าง / ขี่ควาย ชมภูมิประเทศ การกางเต็นท์นอนพักแรม การปีนเขา / ไต่หน้าผา และการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 17.50 15.20 11.80 10.50 และ 10.20 ตามลำดับ ส่วนการพายเรือ / ล่องแพ การขี่จักรยานชมภูมิประเทศ การส่องสัตว์ /ดูนก การนั่งรถ / เหวียน ชมภูมิประเทศ การเดินชมเส้นทางธรรมชาติ การสำรวจถ้ำ / น้ำตก และการล่องแก่ง / สายน้ำ มีสัดส่วนน้อยไม่ถึงร้อยละ 10

ตารางที่ 4.135 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม *ประสบการณ์ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง* ของจังหวัดสมุทรสาคร

ประสบการณ์ที่ควรนำเสนอ	จำนวน	ร้อยละ
1. งานศิลปะท้องถิ่น	223	23.70
2. ศิลปะการแสดง	67	6.80
3. วิถีชีวิตและสังคมของชุมชน	6	0.60
4. เทศกาลงานประเพณีต่างๆ	19	1.90
5. เที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ	20	2.00
6. การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง	43	4.40
7. การผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม	177	18.00
8. การให้บริการ	179	18.20
9. อาหารพื้นเมือง	238	24.20
รวม	982	100.00

จากตารางที่ 4.135 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ เห็นว่า ประสบการณ์ที่ควรนำเสนอมากที่สุดคือกินอาหารพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 24.20 รองลงมาคืองานศิลปะท้องถิ่น การให้บริการ และการผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 23.70 18.20 และ 18.00 ตามลำดับ ส่วนศิลปะการแสดง การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง เที่ยวชมโบราณสถาน และโบราณวัตถุ เทศกาลงานประเพณีต่างๆ และวิถีชีวิตและสังคมของชุมชน มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.136 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของคนในชุมชนจำแนกตาม ผู้ที่ควรเป็นเจ้าของภาพหรือ
 ปรุ่สานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ของจังหวัด
 สมุทรสาคร

ผู้ที่ควรเป็นเจ้าของภาพหรือผู้ประสานงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้ว่าราชการจังหวัด	190	39.70
2. ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด	142	29.60
3. นายกองค์การบริหารส่วนตำบล	59	12.30
4. นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด	84	17.50
5. หัวหน้า (ประธาน) ชุมชน	4	0.80
รวม	479	100.00

จากตารางที่ 4.136 คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้ที่ควร
 เป็นเจ้าของภาพหรือผู้ประสานงานคือผู้ว่าราชการจังหวัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.70 รองลงมาคือ
 ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 29.60 โดยที่นายกองค์การ
 บริหารส่วนจังหวัด และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 17.50
 และ 12.30 ตามลำดับ ส่วนหัวหน้า (ประธาน) ชุมชนมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.80

3. ผลการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

จังหวัดชัยนาท

☐ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลัก

1. **สวนนกชัยนาท** เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดชัยนาท เริ่มสร้างเมื่อ พ.ศ. 2526 ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาพลอง หมู่ที่ 4 ตำบลเขาท่าพระ ริมถนนพหลโยธิน (ทางหลวงหมายเลข 1) ก่อนถึงตัวเมือง 4 กิโลเมตร สวนนกชัยนาท มีพื้นที่ 260 ไร่ มีกรงนกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชีย ครอบคลุมพื้นที่ 26 ไร่ โดยปล่อยพันธุ์นกต่าง ๆ ให้อยู่อย่างธรรมชาติ อีกทั้งภายในสวนนกชัยนาทยังมีศูนย์วิทยาศาสตร์ท้องฟ้าจำลอง ในความต้องการพัฒนาด้านการศึกษาเพื่อเปิดประตูสู่โลกแห่งการเรียนรู้เชิงวิทยาศาสตร์ ดาราศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

2. **เกษตรนาข้าว** จัดเป็นอันดับหนึ่งของประเทศโดยเฉพาะที่ ท่าชัยนางลือ มีศูนย์แปลงสาธิตผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิธีการทำนา มีขั้นตอนการทำนาเป็นอย่างไร ตั้งแต่เริ่มปลูกเริ่มไถจนถึงการเก็บเกี่ยว

3. **เขื่อนเจ้าพระยา** เป็นเขื่อนขนาดใหญ่ที่สร้างเป็นแห่งแรกและเป็นเขื่อนทดน้ำที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ตั้งอยู่ที่บริเวณคู้บางกระเบียน หมู่ที่ 3 ตำบลบางหลวง อำเภอสรรพยา ลักษณะของเขื่อนเป็นเขื่อนคอนกรีตเสริมเหล็ก มีความยาว 237.50 เมตร สูง 16.5 เมตร เขื่อนมีช่องระบาย 16 ช่อง มีประตูเรือติดกับเขื่อนด้านขวา กว้าง 14 เมตร สำหรับให้เรือขนาดใหญ่ผ่านเข้าออกได้ โดยใช้วิธีปรับระดับน้ำให้เสมอกันแล้วจึงเปิดประตูน้ำสร้างเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2500 บริเวณเขื่อนมีความสวยงามตามธรรมชาติ ช่วงเดือนมกราคม ถึงกุมภาพันธ์ จะมีฝูงนกเป็ดน้ำนับหมื่นตัวมาอาศัย หากินอยู่ในแม่น้ำบริเวณเหนือเขื่อน

4. **พิพิธภัณฑสถานชัยนาท** พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ชัยนาท ตั้งอยู่ภายในบริเวณวัดพระบรมธาตุวรวิหาร ตำบลชัยนาท อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท สังกัดสำนักศิลปากรที่ 4 ลพบุรี กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานที่รวบรวมเก็บรักษา อนุรักษ์ และจัดแสดงโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ที่เป็นมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัด

5. **วัดบรมธาตุมหาวิหาร** เป็นพระอารามหลวงชั้นโท เป็นวัดเก่าแก่คู่บ้านคูเมืองมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น ตั้งอยู่ที่บ้านท้ายเมือง ตำบลชัยนาท อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท วัดพระบรมธาตุวรวิหาร เดิมมีนามว่า “วัดพระธาตุ” และมีนามเรียกอีกนามหนึ่งว่า “วัดหัวเมือง” สร้างขึ้นมาตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจอยู่แถบลุ่มน้ำเจ้าพระยา โดยมีพระบรมสารีริกธาตุบรรจุอยู่ในองค์พระเจดีย์ วัด

พระบรมธาตุวรวิหาร เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์สำหรับประกอบพิธีพุทธาภิเษกของพระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ น้ำหน้าวัดบรมธาตุถือว่าเป็นน้ำศักดิ์สิทธิ์นำไปใช้ในพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยาอีกแห่งหนึ่ง

6. สวนส้มโอ ชัยนาท ชัยนาทเป็นจังหวัดที่สามารถปลูกส้มโอทุกพันธุ์ได้ผลดี ส้มโอสายพันธุ์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชัยนาทคือ ส้มโอพันธุ์ขาวแตงกวา ซึ่งมีลักษณะพิเศษดังนี้คือ ผลกลม ผิวเรียบเปลือกบาง รสหวานกรอบอมเปรี้ยวฉ่ำ ไม่มีรสขม ปัจจุบันจังหวัดเร่งส่งเสริมให้เกษตรกรชาวสวนปลูกกันเป็นอาชีพและจัดงานส้มโอชัยนาทเป็นประจำทุกปี ช่วงระหว่างปลายเดือนสิงหาคมหรือต้นเดือนกันยายนที่บริเวณหน้าศาลากลาง จังหวัดชัยนาท มีกิจกรรมที่น่าสนใจคือการประกวดส้มโอ การจัดนิทรรศการให้ความรู้ จากหน่วยงานทางราชการ การออกร้านจำหน่ายกิ่งพันธุ์และผลส้มโอของเกษตรกรชาวชัยนาท

7. วัดปากคลองมะขามเฒ่า ตั้งอยู่ที่หมู่ 1 ตำบลมะขามเฒ่า เป็นวัดที่ตั้งอยู่บริเวณ ปากคลองมะขามเฒ่า (แม่น้ำท่าจีน) แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยา สาเหตุที่เรียกว่า “วัดปากคลองมะขามเฒ่า” เนื่องจากเดิมมีต้นมะขามเก่าแก่อยู่ต้นหนึ่ง ริมแม่น้ำเจ้าพระยาหน้าวัด วัดนี้เป็นวัดเก่าแก่มิมีทิวทัศน์ที่สวยงามน่ารื่นรมย์ และมีชื่อเสียงด้านพระเครื่องด้วย หลวงปู่ศุขแห่งวัดปากคลองมะขามเฒ่าได้สร้างพระเครื่อง ที่เรียกว่า “หลวงปู่ศุขวัดปากคลองมะขามเฒ่า” ซึ่งประชาชนนิยมนำไปสักการบูชา วัดนี้มีความสำคัญ คือ เป็นวัดที่เคยมีพระเกจิอาจารย์ชื่อดัง เป็นเจ้าอาวาสอยู่ ซึ่ง ก็ คือ "พระครูวิมลคุณากร (ศุข)" หรือที่ชาวบ้านรู้จักในนาม "หลวงปู่ศุข" ท่านเป็นพระเกจิอาจารย์ชื่อดังเป็นอาจารย์ของเสด็จใน "กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์"

❑ ร้านอาหารที่แนะนำ

1. ร้านต้นตะขบ อาหารแนะนำ ผัดไทย ที่อยู่ 233 ตำบลบางหลวง อำเภอสรรพยา ชัยนาท 17150 เบอร์ติดต่อ 056405150 เปิดให้บริการทุกวัน 10:00 15:00 ช่วงราคา ต่ำกว่า 100 บาท มีที่จอดรถ

2. ร้านลาบเปิดชัยนาท อาหารแนะนำ อาหารอีสาน ที่อยู่ 372 หมู่ที่ 5 ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท เมืองชัยนาท, ชัยนาท 17000 เบอร์ติดต่อ 0-5647-6776, 0-5641-4149 เปิดให้บริการทุกวัน : 10:00 - 21:00 ช่วงราคา 100 บาท มีที่จอดรถ

3. ร้านจืดเย็นเจี๊ยบ อาหารแนะนำ อาหารป่าและปลาน้ำจืด ที่อยู่ 181 หมู่ 2 ตำบลสามง่าม ท่าโบสถ์ อำเภอหันคา ชัยนาท 17130 เบอร์ติดต่อ 0 5658 9110, 0 8196 3557 เปิดให้บริการทุกวัน: 09:00 - 21:00 มีที่จอดรถ

4. **ร้านแพแม่ น้ำ** อาหารแนะนำ อาหารตามสั่งและปลาน้ำจืด ที่อยู่ 55 ถ. ชัยณรงค์ หน้าศาลากลางจังหวัด ต.ในเมือง (ปลาแม่น้ำ, ไทย, จีน) อำเภอ เมือง จ.ชัยนาท เบอร์ติดต่อ 0 5642 1471 เปิดให้บริการทุกวัน : 10:00 - 22:00 มีที่จอดรถ

5. **ร้านเรือนแพ** อาหารที่แนะนำ กุ้งแม่น้ำ (เมื่อเผาแล้วจะเห็นเป็นสีทอง) ที่อยู่ 5 ใกล้กับศาลากลางจังหวัดชัยนาท ถนนชัยณรงค์ ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมืองชัยนาท ชัยนาท 17000 (ใกล้กับศาลากลางจังหวัดชัยนาท) เบอร์ติดต่อ 056-411 625, 056-411 825 เปิดให้บริการทุกวัน 10:00 - 22:00 ช่วงราคา 101 - 250 บาท มีที่จอดรถ

ที่พักที่แนะนำ

ตารางที่ 4.137 ที่พักที่แนะนำของจังหวัดชัยนาท

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
1	สุวรรณการ์เด็นท์	878 ม.4 ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ 1 : 056477789-90 , 0812813179 โทรสาร : 056477791	จำนวน 18 ห้อง ราคา 690-1590 บาท
2	ชัยนาทธานี	345 ถ.พหลโยธิน ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056416799	จำนวน 72 ห้อง ราคา 800-2000 บาท
3	ชัยนาท รีสอร์ท	309/77 ถ.พหลโยธิน ม.5 ต.บ้าน กล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056415599	จำนวน 29 ห้อง ราคา 400-800 บาท

 ที่พัก

ตารางที่ 4.138 รายชื่อโรงแรมจังหวัดชัยนาท

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
อำเภอเมือง			
1	ชัยนาท รีสอร์ท	309/77 ถ.พหลโยธิน ม.5 ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056415599	จำนวน 29 ห้อง ราคา 400-800 บาท
2	ชัยนาท อินน์	294 ถ.ชัยนาท-สุพรรณ ม.4 ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056412451	จำนวน 20 ห้อง ราคา 200-400 บาท
3	ชัยนาทธานี	345 ถ.พหลโยธิน ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056416799	จำนวน 72 ห้อง ราคา 800-2000 บาท
4	ณัฐชนน รีสอร์ท	438 ม.5 ต.ชัยนาท อ.เมือง จ.ชัยนาท (ใกล้วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี) โทรศัพท์ : 056405769, 056405593-4, 0898562040	จำนวน 21 ห้อง ราคา 550-2500 บาท
5	น้ำชัย	63/24 ถ.คงธรรม ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056411725	จำนวน 90 ห้อง ราคา 200-650 บาท
6	ปลายฟ้า รีสอร์ท	ต.ท่าชัย อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 0813093639	จำนวน 8 หลัง ราคา 250-2000 บาท
7	มนตรี โฮเต็ล	309/30 ถ.พหลโยธิน ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ 056411523-4	จำนวน 59 ห้อง ราคา 400-1200 บาท
8	มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์	64 ฝายน้ำล้น ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056411220-1 โทรสาร : 056411220	จำนวน 8 หลัง ราคา 250-2000 บาท

ตารางที่ 4.138 (ต่อ) รายชื่อโรงแรม จังหวัดชัยนาท

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
9	โรงแรมเพิ่มสุข	194 ถ.พหลโยธิน ม.5 ต.เขาท่าพระ อ.เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056412519, 0892711631	จำนวน 24 ห้อง ราคา 200-400 บาท
10	สุขจิต	309/3-4 ถ.วงษ์ไธ ต.บ้านกล้วย อ. เมือง จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056411009, 056411080, 056421570 โทรสาร : 056411080	จำนวน 60 ห้อง ราคา 200-450 บาท
11	สุวรรณการเด็นท์	878 ม.4 ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ. ชัยนาท โทรศัพท์ 1 : 056477789-90 , 0812813179 โทรสาร : 056477791	จำนวน 18 ห้อง ราคา 690-1590 บาท
อำเภอมนรมย์			
1	มโนรมย์ รีสอร์ท	222/2 ถ.พหลโยธิน ต.คิ่งสำเภา อ. มโนรมย์ จ.ชัยนาท โทรศัพท์: 056423648, 056423109	จำนวน 34 ห้อง ราคา 450-1200 บาท
อำเภอวัดสิงห์			
1	ณัฐไชยงค์ รีสอร์ท	60 ถ.วัดสิงห์-ดอนตาล ม.10 ต.มะขามเฒ่า อ.วัดสิงห์ จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056461009	จำนวน 29 ห้อง ราคา 250-700 บาท
2	วังสิงห์ รีสอร์ท	99 ม.3 ต.มะขามเฒ่า อ.วัดสิงห์ จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056430309	จำนวน 12 หลัง ราคา 200-300 บาท

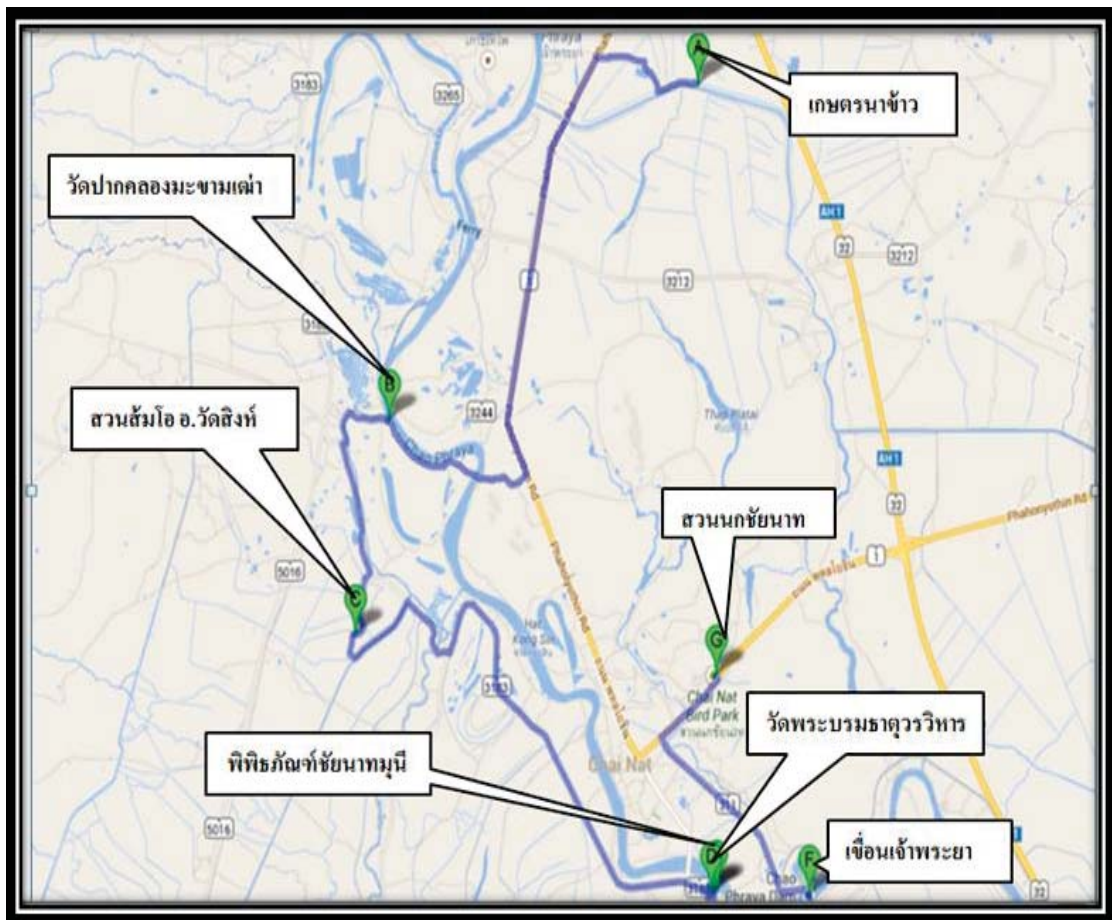
ตารางที่ 4.138 (ต่อ) รายชื่อโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
อำเภอมโนรมย์			
1	มโนรมย์ รีสอร์ท	222/2 ถ.พหลโยธิน ต.คู้้งสำเภา อ.มโนรมย์ จ.ชัยนาท โทรศัพท์: 056423648,	จำนวน 34 ห้อง ราคา 450-1200 บาท
อำเภอวัดสิงห์			
1	ณัฐไชยวงศ์ รีสอร์ท	60 ถ.วัดสิงห์-ดอนตาล ม.10 ต.มะขาม ต.อ.วัดสิงห์ จ.ชัยนาท โทรศัพท์ : 056461009, 056430230	จำนวน 29 ห้อง
2	วังสิงห์ รีสอร์ท	99 ม.3 ต.มะขามต.อ.วัดสิงห์ จ. ชัยนาท โทรศัพท์ : 056430309	จำนวน 12 หลัง ราคา 200-300 บาท
อำเภอหันคา			
1	บ้านไพรนกยูง รีสอร์ท	89 ถ.หันคา-บ้านรางจิก ม.3 ต.ไพร นกยูง อ.หันคา จ.ชัยนาท โทรศัพท์ 1 : 0816640189, 023843815, 027565093	จำนวน 5 หลัง ราคา 600-800 บาท

☐ **สินค้าที่แนะนำให้ซื้อ** สินค้าของฝาก

1. ส้มโอขาวแตงกวา จุดเด่น เนื้อขาว แห้ง หอมหวาน รสชาติดี มีความแตกต่างจากพันธุ์อื่น
2. น้ำตาลปึกห้วยกรด จุดเด่น เป็นน้ำตาลธรรมชาติที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีรสชาติหอมหวาน

□ เส้นทางท่องเที่ยวหลัก จังหวัดชัยนาท



ภาพที่ 4.001 เส้นทางท่องเที่ยวหลัก จังหวัดชัยนาท 1 Day Trip

ที่มา <https://maps.google.com/>

เส้นทางท่องเที่ยวหลัก จังหวัดชัยนาท 1 Day Trip

เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (นาท)
A ไป B	20	26
B ไป C	07	16
C ไป D	18	24
D ไป E	650 เมตร	02
E ไป F	05	06
F ไป G	09	12

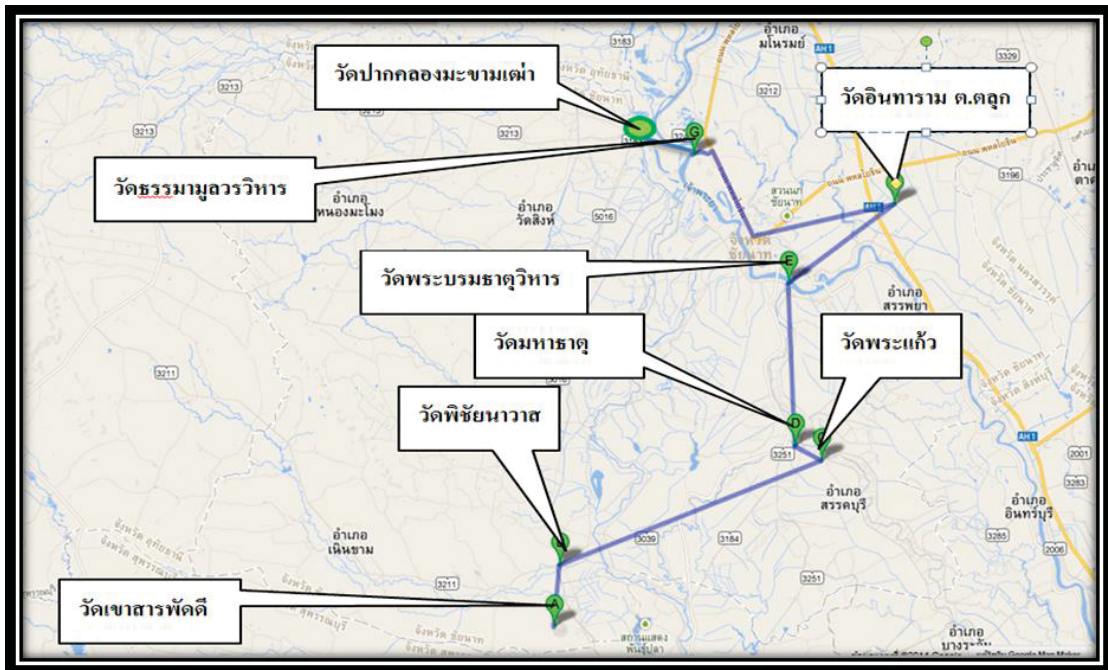
ตัวอย่างการเดินทางภายใน 1 วัน
เริ่มต้นที่

- เกษตรนาข้าว(A) --> วัดปากคลองมะขามเฒ่า(B) --> สวนส้มโอ อ.วัดสิงห์ (C) --> วัดพระบรมธาตุวรวิหาร(D) --> พิพิธภัณฑ์ชัยนาทมุนี(E) --> เขื่อนเจ้าพระยา(F) --> สวนนกชัยนาท(G) ●

หมายเหตุ ถ้าต้องการใช้เวลาในสวนนกนาน ให้เริ่มต้นที่วัดปากคลองมะขามเฒ่า โดยไม่ต้องไปที่เกษตรนาข้าว

- | | | |
|-------------------------|-------------------------|------------------------|
| A. เกษตรนาข้าว | B. วัดปากคลองมะขามเฒ่า | C. สวนส้มโอ อ.วัดสิงห์ |
| D. วัดพระบรมธาตุวรวิหาร | E. พิพิธภัณฑ์ชัยนาทมุนี | F. เขื่อนเจ้าพระยา |
| G. สวนนกชัยนาท | | |

□ เส้นทางธรรม จังหวัดชัยนาท



ภาพที่ 4.002 เส้นทางธรรม จังหวัดชัยนาท 1 Day Trip และ 2 Days 1 Night

ที่มา <https://maps.google.com/>

1. เส้นทางธรรม จังหวัดชัยนาท 2 Days Trip

เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (นาที)
A ไป B	06	12
B ไป C	26	25
C ไป D	03	04
D ไป E	16	15
E ไป F	27	15
F ไป G	36	40
G ไป H	04	06

ตัวอย่างการเดินทางภายใน 2 วัน เริ่มต้นที่

- วัดเขาสารพัดดี (A) --> วัดพิชัยนาวาส (B) --> วัดพระแก้ว (C) --> วัดมหาธาตุ (D) --> วัดพระบรมธาตุวรวิหาร (E) --> วัดอินทาราม (F) --> วัดธรรมามูลวรวิหาร (G) --> วัดปากคลองมะขามเฒ่า (H) ●

A. วัดเขาสารพัดดี B. วัดพิชัยนาวาส C. วัดพระแก้ว D. วัดมหาธาตุ
E. วัดพระบรมธาตุวรวิหาร F. วัดอินทาราม G. วัดธรรมามูลวรวิหาร H. วัดปากคลองมะขามเฒ่า

2. เส้นทางธรรม จังหวัดชัยนาท 1 Day Trip

- เริ่มต้นที่ ● วัดพระบรมธาตุวรวิหาร (E) --> วัดอินทาราม (F) --> วัดธรรมามูลวรวิหาร (G) --> วัดปากคลองมะขามเฒ่า (H) ●

จังหวัดสิงห์บุรี

□ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลัก

1. **วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร** เป็นวัดที่มีพระพุทธรูปไสยาสน์ ปางโปรดอสุรินทราหู ประดิษฐานอยู่ภายในวัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร หรือ วัดพระนอนจักรสีห์ พระพุทธรูปไสยาสน์องค์นี้ เป็นพระพุทธรูปที่ใหญ่และยาวที่สุดของประเทศ

2. **วัดพิภุลทอง** เป็นวัดที่มีพระพุทธรูปปางประทานพรองค์ใหญ่ที่สุดของประเทศ ประดับด้วยโมเสคทองค่าธรรมชาติดี มีสวนธรรมะและสิ่งก่อสร้างสวยงามที่น่าสนใจ

3. **วัดอัมพวัน** เป็นวัดที่คนจีนได้สร้างอุโบสถวัดอัมพวัน สมัยเหม็งเซี้ยว คนจีนได้นำเรือกำปั่นมาทำการค้าขายกับสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เมืองลพบุรี มากับฝรั่งเศสชาติฮอลันดา จอดหน้าวัดอัมพวัน ได้สร้างโบสถ์วัดอัมพวัน สมัยเจ้าอาวาสวัดอัมพวันชื่อ พระครูญาณสังวร สร้างโบสถ์เสร็จแล้ว ฝรั่งเศสเพื่อนคนจีนได้ขอพระราชทาน พระหน้าปรกหินทั้งสององค์จากสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ให้คนจีนเอาไว้ในโบสถ์ จนถึงการสร้างโบสถ์หลังใหม่มาจนถึงทุกวันนี้ ปัจจุบันเป็นวัดที่พระเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงคือหลวงพ่ोजรัญ ฐิตธรรมโม ที่คนไทยให้ความเคารพ

4. **วัดโพธิ์เก้าต้น** วัดโพธิ์เก้าต้น หรือ วัดไม้แดง ตั้งอยู่ที่หมู่ 8 ตำบลบางระจัน ตรงข้ามกับอนุสาวรีย์วีรชนค่ายบางระจัน ห่างจากตัวเมืองประมาณ 15 กิโลเมตร เป็นสถานที่ที่วีรชนชาวบ้านบางระจันได้เคยใช้เป็นที่มั่น ในการต่อต้านพม่าที่ยกกองทัพมาตีกรุงศรีอยุธยาเมื่อปี พ.ศ. 2308 ชาวบ้านเรียกวัดนี้ว่า “วัดไม้แดง” เพราะภายในบริเวณ มีต้นไม้แดง ซึ่งเป็นไม้เนื้อแข็งอยู่หลายต้น ในบริเวณวัดมี “วิหารพระอาจารย์ธรรมโชติ” เป็นวิหารทรงจัตุรมุข และยังมีศาลรวมวิญญาณวีรชนค่ายบางระจันตั้งอยู่ใกล้ริมรั้ว

5. **เกษตรหนองลาด** โครงการ ฟาร์มตัวอย่างตามพระราชดำริ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ภายในฟาร์มมีการปลูกไม้ผล พืชผัก รวมพื้นที่ 40 ไร่ และโรงเพาะเห็ด จำนวน 13 โรง เพื่อเป็นแหล่งรายได้ให้แก่ฟาร์ม และเป็นการจ้างงานราษฎรที่อยู่ใกล้เคียง ส่วนการปลูกผักกินใบนั้น ทางฟาร์มจะปลูกสลับหมุนเวียนกันไปให้เหมาะสมกับฤดูกาล เพื่อให้เกษตรกรได้มาศึกษาหาความรู้ มีงานทำ และมีรายได้เพิ่มซึ่งขณะนี้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องครอบคลุมด้านต่างๆ

6. **อนุสาวรีย์บางระจัน** เป็นสถานที่สร้างเพื่อรำลึกถึงวีรกรรมของชาวค่ายบางระจัน ผู้กล้าหาญที่เสียสละเลือดเนื้อเพื่อรักษาผืนแผ่นดินไทยด้วยการสู้รบกับพม่า รวมเวลาต่อสู้กับพม่านานถึง 5 เดือน ชาวบ้านบางระจันทุกคนปักหลักต่อสู้อย่างองอาจกล้าหาญจนตัวตาย พวกเขาอุทิศชีวิตเพื่อปกป้องผืนแผ่นดินไทยให้คงอยู่ ก่อนที่จะพ่ายแพ้แก่กองทัพพม่าเมื่อวันแรม 2 ค่ำ เดือน 8 ปีจอ พ.ศ. 2309 วีรกรรมของชาวบ้านบางระจันยังคงตราตรึงอยู่ในใจของคนไทยตราบนานเท่านาน เพื่อระลึกถึงวีรกรรมอันยิ่งใหญ่ ความกล้าหาญ รักชาติ ของชาวบ้านบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

☐ ร้านอาหารที่แนะนำ

1. **ร้านกั้งหันลม** อาหารแนะนำ อาหารปลาน้ำจืด และอาหารไทย ที่อยู่ 131 หมู่ 1 ต. พรหมบุรี อ. พรหมบุรี สิงห์บุรี 16160 เบอร์ติดต่อ 036-810-338 085-813-6424 เปิดให้บริการทุกวัน: 09.00 - 21.00 มีที่จอดรถ
2. **ร้านแม่ลาปลาเผา** อาหารแนะนำ อาหารปลาน้ำจืด ตัดถนนสายเอเชีย ที่อยู่ 99 หมู่ 7 ถนนสายเอเชีย ต. บางมัญ อ.เมือง จ.สิงห์บุรี เบอร์ติดต่อ 036-813701 080-9108563 เปิดให้บริการทุกวัน 08.00- 22.00 ช่วงราคา 100 - 200 บาท มีที่จอดรถ
3. **ร้านไพบูลย์ไถ่ย่าง** อาหารแนะนำ ไถ่ย่าง ส้มตำ ที่อยู่ 55/5 ถ.สายเอเชีย กม.87 หมู่ 1 ต. บางมัญ อ.เมือง จ.สิงห์บุรี 16000 เบอร์ติดต่อ 036-512132, 036-512075 เปิดให้บริการทุกวัน: 09.00 - 21.30 มีที่จอดรถ
4. **ร้านกึ่งเผาทองชุบ** อาหารแนะนำ กึ่งแม่น้ำเผา ที่อยู่ สห. 4014 บ้านหม้อ อ.พรหมบุรี (มาจากกม. อยู่ประมาณ กม 69 ใกล้ๆ วัดตาชู) สิงห์บุรีเบอร์ติดต่อ 036-599256 036-598238 เปิดให้บริการทุกวัน: 08.00 - 20.00 ช่วงราคา 101 - 250 บาท มีที่จอดรถ
5. **ร้านรำพึง** อาหารแนะนำ อาหารไทยและปลาน้ำจืด ที่อยู่ 152 อาคาร บริเวณ โรงพยาบาลสิงห์บุรี ถนนขุนสรรค์ ต.บางพุทรา อ.เมืองสิงห์บุรี สิงห์บุรี เบอร์ติดต่อ 0846405775 036520757 เปิดให้บริการจันทร์ – ศุกร์ 10.00 - 13.00 ช่วงราคา 100 - 200 บาท มีที่จอดรถ

ที่พักรับที่แนะนำ

ตารางที่ 4.139 ที่พักรับที่แนะนำของจังหวัดสิงห์บุรี

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
1	โกldenดรากรอนรีสอร์ท	71 หมู่ 11 ถ.บางระจันตัดใหม่ ต. ต้นโพธิ์ อ.เมือง จ. สิงห์บุรี โทรศัพท์ 036-521891-5 , 085- 666-3363	จำนวน 80 ห้อง ราคา 1,000 – 22,00 บาท
2	ไชยแสงพาเลส	982/9 ถ.วิไลจิตต์ ต.บางพุทรา อ. เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ 1 : 036520904-5, 036530717-8 โทรสาร 1 : 036520159	จำนวน 48 ห้อง ราคา 600-3500 บาท
3	รุ่งอรุณ รีสอร์ท	119/2 ถ.สิงห์บุรี-อ่างทอง (สายเก่า) ม.3 ต.โรงช้าง อ.พรหมบุรี จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036599111, 036537897	จำนวน 17 ห้อง ราคา 500-1600 บาท
4	แกรนด์ ลีโอ	198 ม.7 ต.บางมัญ อ.เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036522777, 036522888, 036524417-8 โทรสาร : 036520999	จำนวน 80 ห้อง ราคา 600-800 บาท

 ที่พัก

ตารางที่ 4.140 รายชื่อโรงแรม จังหวัดสิงห์บุรี

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
อำเภอเมือง			
1	แกรนด์ ลีโอ	198 ม.7 ต.บางมัญ อ.เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036522777, 036522888, 036524417-8 โทรสาร : 036520999	จำนวน 80 ห้อง ราคา 600-800 บาท
2	เจ้าพระยา การ์เด็น โฮเต็ล	184/13 ถ.สิงห์บุรี-ลพบุรี ต. บางมัญ อ.เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036511348, 036511957 โทรสาร : 036520314	จำนวน 40 ห้อง ราคา 200-600 บาท
3	เจ้าพระยา โฮเต็ล	954/37 ถ.ขุนสวรรค์ ต.บางพุทรา อ.เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036511776, 036511957, 036511348	จำนวน 10 ห้อง ราคา 120-250 บาท
4	ไชยแสงพาลาส	982/9 ถ.วิไลจิตต์ ต.บางพุทรา อ. เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ 1 : 036520904-5, 036530717-8 โทรสาร 1 : 036520159	จำนวน 48 ห้อง ราคา 600-3500 บาท
5	ซีดี โฮเต็ล	151/7 ถ.รอบเมือง ต.บางมัญ อ. เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036511189 โทรสาร : 036511911	จำนวน 40 ห้อง ราคา 300-450 บาท

ตารางที่ 4.140 (ต่อ) รายชื่อโรงแรม จังหวัดสิงห์บุรี

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
7	วี เอส ที	249/4 ถ.โพธิ์เก้าต้น ต.บางพุทรา อ.เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036511732	จำนวน 23 ห้อง ราคา 150-300 บาท
8	สวิตโฮม	201 ม.5 ต.ม่วงหมื่น อ.เมือง จ. สิงห์บุรี โทรศัพท์ 1 : 036523255, 036539265 โทรสาร 1 : 036523256	จำนวน 35 ห้อง ราคา 500-900 บาท
9	สันติสุข	842-6 ซ.สันติสุข ถ.วิไลจิตต์ อ. เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036511834	จำนวน 10 ห้อง ราคา 50 บาท
10	สิงห์บุรี โฮเต็ล	882/18 ถ.ขุนสรรค์ ต.บางพุทรา อ.เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036511752, 036511653 โทรสาร : 036511752	จำนวน 48 ห้อง ราคา 160-550 บาท
11	เอกลักษณ์	124 ม.1 ต.บางมัญ อ.เมือง จ. สิงห์บุรี	จำนวน 12 ห้อง ราคา 200-500 บาท
12	แกรนด์ ลีโอ	198 ม.7 ต.บางมัญ อ.เมือง จ. สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036522777, 036522888, 036524417-8 โทรสาร : 036520999	จำนวน 80 ห้อง ราคา 600-800 บาท
13	เจ้าพระยา การ์เด็น โฮเต็ล	184/13 ถ.สิงห์บุรี-ลพบุรี ต. บางมัญ อ.เมือง จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036511348, 036511957 โทรสาร : 036520314	จำนวน 40 ห้อง ราคา 200-600 บาท

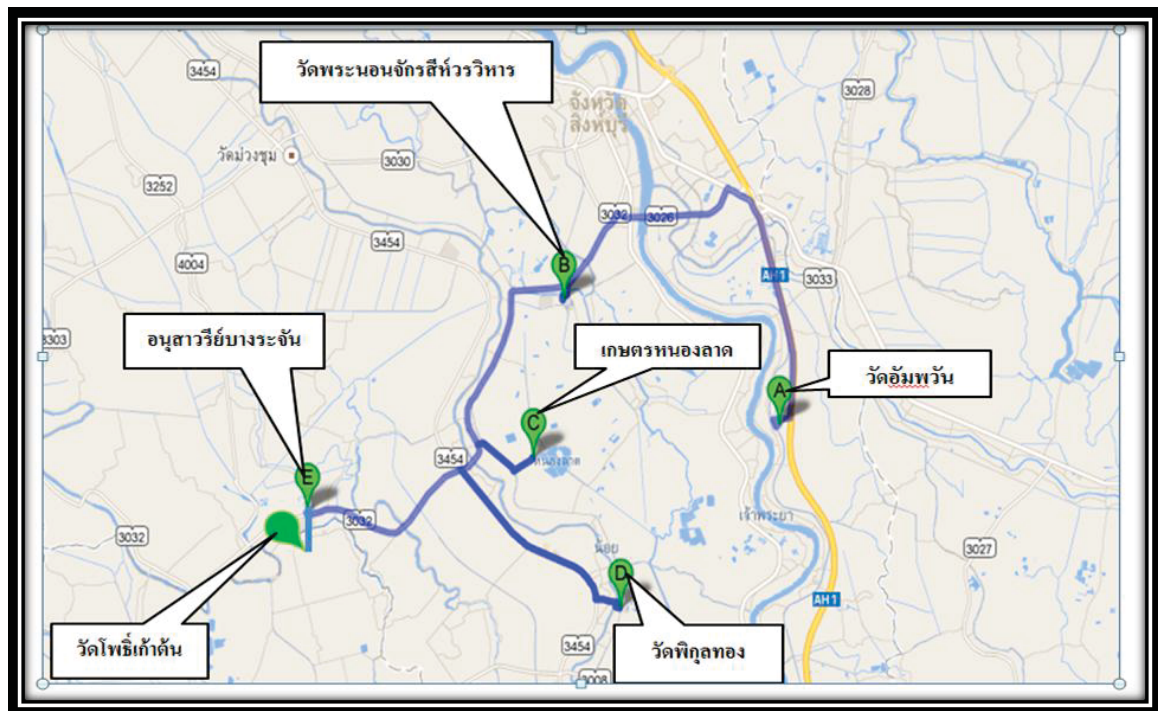
ตารางที่ 4.140 (ต่อ) รายชื่อโรงแรม จังหวัดสิงห์บุรี

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
อำเภอบางระจัน			
1	บ้านพักค่ายบางระจัน สร้างสรรค์เยาวชน	อยู่ในอุทยานค่ายบางระจัน โทรศัพท์ 1 : 036535661-2 , 0890836528	บ้านพัก วีไอพี จำนวน 10 หลัง ราคา 1000 บาท ต่อ 2 ท่าน บ้านพักเยาวชน จำนวน 11 หลัง ราคา 150 บาทต่อท่าน
2	โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม	10 อ.ค่ายบางระจัน จ.สิงห์บุรี (ริมแม่น้ำน้อย) โทรศัพท์ 1 : 036535478, 0871217605	300 บาทต่อท่าน
อำเภoprหมบุรี			
1	รุ่งอรุณ รีสอร์ท	119/2 ถ.สิงห์บุรี-อ่างทอง (สาย เก่า) ม.3 ต.โรงช้าง อ.พรหมบุรี จ. สิงห์บุรี โทรศัพท์ : 036599111, 036537897	จำนวน 17 ห้อง ราคา 500-1600 บาท
2	โรงแรม 72	9/15 ถ.วีรชน อ.พรหมบุรี จ.สิงห์บุรี โทรศัพท์ 1 : 036511759 , 036511938	จำนวน 15 ห้อง ราคา 200-500 บาท

☐ **สินค้าที่แนะนำให้ซื้อ** สินค้าของฝาก

1. ปลาช่อนแม่ลา จุดเด่น เป็นปลาน้ำจืดของท้องถิ่น รสชาติดี
2. กุนเชียง/หมูทุบ
3. ขนมน้ำผึ้ง
4. ขนมห้วยพุน้ำตาลสด จุดเด่น เป็นธรรมชาติ ใช้น้ำตาลสดในการทำ

☐ เส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสิงห์บุรี



ภาพที่ 4.003 เส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสิงห์บุรี 1Day Trip

ที่มา <https://maps.google.com/>

1. เส้นทางท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสิงห์บุรี 1 Day Trip

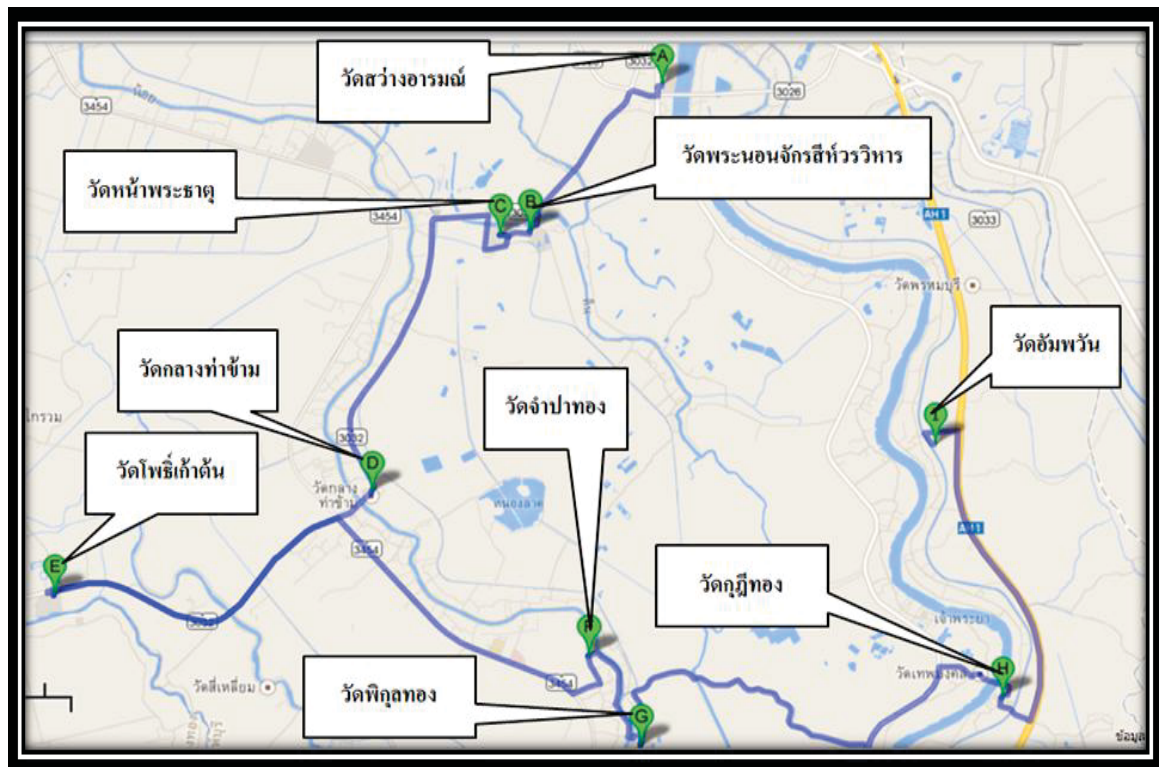
เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (นาที)
A ไป B	13	15
B ไป C	08	11
C ไป D	09	13
D ไป E	11	14
E ไป F	100 เมตร	01

ตัวอย่างการเดินทางภายใน 1 วัน เริ่มต้นที่

- วัดอัมพวัน(A) -->วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร (B) -> เกษตรหนองลาด(C)-->วัดพิบูลทอง(D)--> อนุสาวรีย์บางระจัน(E) --> วัดโพธิ์เก้าต้น(F) ●

A. วัดอัมพวัน	B. วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร	C. เกษตรหนองลาด
D. วัดพิบูลทอง	E. อนุสาวรีย์บางระจัน	F. วัดโพธิ์เก้าต้น

□ เส้นทางธรรม จังหวัดสิงห์บุรี



ภาพที่ 4.004 เส้นทางธรรม จังหวัดสิงห์บุรี 2 Days 1 Night

ที่มา <https://maps.google.com/>

เส้นทางธรรม จังหวัดสิงห์บุรี 2 Days Trip

เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (นาท)
A ไป B	03	06
B ไป C	500เมตร	02
C ไป D	07	09
D ไป E	06	07
E ไป F	11	14
F ไป G	02	05
G ไป H	08	17
H ไป I	06	07

ตัวอย่างการเดินทางภายใน 2 วัน
เริ่มต้นที่

- วัดสว่างอารมณ์(A) -->วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร
(B) --> วัดหน้าพระธาตุ(C)-->วัดกลางท่าข้าม
(D)-->วัดโพธิ์เก้าต้น (E) --> วัดจำปาทอง(F) -
-> วัดพิบูลทอง (G) --> วัดกุฎีทอง (H) -->
วัดอัมพวัน (I) ●

A. วัดสว่างอารมณ์
D. วัดกลางท่าข้าม
G. วัดพิบูลทอง

B. วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร
E. วัดโพธิ์เก้าต้น
H. วัดกุฎีทอง

C. วัดหน้าพระธาตุ
F. วัดจำปาทอง
I. วัดอัมพวัน

จังหวัดสระแก้ว

□ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลัก

1. **อุทยานแห่งชาติปางสีดา** มีสภาพป่าอุดมสมบูรณ์ประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญและมีค่า มีสภาพธรรมชาติและเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง มีเนื้อที่ประมาณ 527,500 ไร่ หรือ 844 ตารางกิโลเมตร เดิมบริเวณน้ำตกปางสีดาเป็นหน่วยงานหนึ่งในโครงการพัฒนาพื้นที่ราบเชิงเขา จ. ปราจีนบุรี ซึ่งเป็นโครงการพระราชดำริขอพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการที่จะจัดป่าในบริเวณให้เป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวทั่วไป อีกทั้งยังเป็นการรักษาป่าต้นน้ำลำธารและสภาพป่าโดยรอบ

2. **น้ำตกปางสีดา** เป็นน้ำตกที่สวยงามโดยน้ำตกชั้นสุดท้าย ตกจากหน้าผาสูง มีความรุนแรงดั่งก้อนละอองน้ำฟุ้งกระจาย

3. **อ่างเก็บน้ำพระปรัง** เป็นอ่างเก็บน้ำกว้างใหญ่ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเกษตร ตั้งอยู่ที่หมู่ 6 บ้านระเบาะหูกวาง ตำบล ช่อกลุ่ม อำเภอดอนนาค จังหวัด สระแก้ว ก่อสร้างปี 2534 พื้นที่รับประโยชน์ 11,319 ไร่

4. **ตลาดโรงเกลือ** เป็นตลาดชายแดนบ้านคลองลึก อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว เป็นตลาดชายแดนขนาดใหญ่ ตลาดโรงเกลือ จ.สระแก้ว ตั้งอยู่ที่บ้านคลองลึก ต.ท่าข้าม ห่างจากตัว อ.อรัญประเทศ ไปทางทิศตะวันออกประมาณ 6 กิโลเมตร ติดชายแดนไทย-กัมพูชา ตลาดโรงเกลือที่รู้จักกันทั่วไปว่า เป็นแหล่ง ซั อปิ้งแห้งภาคตะวันออก ในตลาดโรงเกลือมีตลาดย่อยอยู่ 5 ตลาด คือ ตลาดโรงเกลือเก่า, ตลาดเดชไทย, ตลาดเทศบาล 2 (ตลาดโรงเกลือใหม่), ตลาดเทศบาล 3 (ตลาดโกลเดนเกต) และ ตลาดเบญจวรรณ ตลาดโรงเกลือมีร้านค้าประมาณ 3,000 ร้าน ในแต่ละวันมีเงินหมุนเวียนหลายสิบล้านบาท

5. **ปราสาทสด๊กก๊อกธม** ปราสาทสด๊กก๊อกธม สร้างซ้อนทับกัน 2 ยุคสมัย สืบไปได้จากมีศิลปะที่ควบคู่กันอยู่ 2 ยุค คือ “ศิลปะแบบคลัง” และ “แบบบาปวน” แต่ศิลปะที่โดดเด่นกว่าคือ “ศิลปะบาปวน” เพราะเป็นยุคที่ใหม่กว่า (เป็นยุคใกล้เคียงกับ ปราสาทหินพนมรุ้ง) ศิลปะขอมแบ่งออกได้ 10-15 ยุค ปราสาทหินบางปราสาทอาจมีศิลปะที่ผสมผสานกัน เพราะการสร้างปราสาทนั้นอาจใช้เวลา นานข้ามยุค ส่วนของโคปุระ(ขุมประตู่) ของกำแพงแก้ว ซึ่งมีหน้าบันและทับหลัง ซึ่งหลายๆ ชิ้นที่ยังสมบูรณ์พอจะดูชม

ได้ ที่เด่นๆ นั้น คือ หน้าบัน รูปพระนารายณ์บรรทมสินธุ์ ซึ่งในปราสาทขอมจะนิยมแกะ สลักหน้าบัน “รูปพระนารายณ์บรรทมสินธุ์” เอาไว้แทบทุกปราสาทตามความเชื่อของชาวฮินดู

❑ ร้านอาหารที่แนะนำ

1. **ร้านบ้านเสียดียง** อาหารแนะนำ อาหารไทยพื้นบ้าน มีของโบราณให้ชมพื้นที่กว้างขวาง รับรองแขกได้มาก ที่อยู่ 525 หมู่3 ถนนสุวรรณศรตำบลท่าเกษม อำเภอเมืองสระแก้ว สระแก้ว 27000 เบอร์ติดต่อ 0814500200, 037425419 เปิดให้บริการทุกวัน : 10:00 - 22:00 ช่วงราคา 100 - 200 บาท มีที่จอดรถ
2. **ร้านยายติ่ม** อาหารแนะนำ อาหารเวียดนาม ที่อยู่ 87/1 ซอยบ้านญวน ถนนมิตรสัมพันธ์ อรัญประเทศ สระแก้ว 27120 เบอร์ติดต่อ 037231794 เปิดให้บริการทุกวัน : 07.30 – 19.30 น. ช่วงราคา 100 - 200 บาท มีที่จอดรถ
3. **ร้านเจ๊เจ๊ก** อาหารแนะนำ อาหารเวียดนาม ที่อยู่ 582/1 ถนนสุวรรณศร อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว 27160 เบอร์ติดต่อ 0-3726-1194 เปิดให้บริการทุกวัน : 08.00 – 19.00 ช่วงราคา 100 - 200 บาท มีที่จอดรถ
4. **ร้านแมกไม้** อาหารแนะนำ อาหารไทยสูตรโบราณ ที่อยู่ถนนสายหลัก สาย 33 จาก กรุงเทพฯ ก่อนถึงตัวเมือง อรัญฯ 4 กม. อยู่ทางซ้ายมือ ต.บ้านใหม่หนองไทร อรัญประเทศ จ.สระแก้ว เบอร์ติดต่อ 0-3743-3010 เปิดให้บริการทุกวัน : 10.00 – 24.00 มีที่จอดรถ

□ ที่พักที่แนะนำ

ตารางที่ 4.141 ที่พักที่แนะนำของจังหวัดสระแก้ว

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
1	โรงแรมอินโดจีน	154 หมู่ 6 ถ. ชนะวิถี ต. บ้านใหม่ หนองไทร อ. อรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 037-232-588, 037-232591, 037-232-116 , 037-223325	จำนวนที่พัก 113 ห้อง ราคา 950 – 1,450 บาท
2	อรัญเมอร์เมด	33 ถ.ชนะวิถี ต.อรัญประเทศ อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 037-223655-65	900 - 1,500 บาท
3	รีสอร์ตทิพย์ประรุ	90 ถ.เทศบาล12 ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทร. 037-421-934	-
4	รีสอร์ตธนาศิริ	144/2 ถนนเทศบาล ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 037-421995 โทรสาร 037-421995	1,200 – 1,400 บาท

ที่พัก

ตารางที่ 4.142 รายชื่อโรงแรม จังหวัดสระแก้ว

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
อำเภอเมือง			
1	กวี วิลล่า	557-8 หมู่ 2 (หลังอนามัยสระแก้ว) ถ.สถานีรถไฟ ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3724 1217	จำนวนที่พัก 12 ห้อง ราคา 400 บาท
2	กวี โฮเทล	43 ถ.สุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3724 1216	จำนวนที่พัก 52 ห้อง ราคา 350 - 500 บาท
3	เกรท อินน์	25 ถ.เทศบาล 7 ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3742 1078	จำนวนที่พัก 36 ห้อง ราคา 250 - 500 บาท
4	จำจ๊ะ บังกะโล	216/1 ถ.เทศบาล 6 ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3724 2939, 08 1863 7513	จำนวนที่พัก 10 ห้อง ราคา 450 บาท
5	พีพี โฮเทล สปอร์ต คลับ	10 ถ.เทศบาล 2 ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3722 0636, 0 3722 0633	จำนวนที่พัก 22 ห้อง ราคา 800 บาท
6	ริเวอร์ รีสอร์ท แอนด์ สปา	405 ถ.สุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3742 1111 โทรสาร : 0 3722 0500 E-mail : river-sakaeo@yahoo.co.th	จำนวนที่พัก 34 ห้อง ราคา 790 - 950 บาท
7	เรือนแก้ว รีสอร์ท	1/7 ซ.ประมง ถ.เทศบาล 18 ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3724 2141	จำนวนที่พัก 20 ห้อง ราคา 250 - 350 บาท
8	โรงแรมจันทรา	16/2 หมู่ 2 ถ.สุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทร : 0 3724 1711-13	จำนวนที่พัก 86 ห้อง ,ราคา 420 - 730 บาท

ตารางที่ 4.142 (ต่อ) รายชื่อโรงแรม จังหวัดสระแก้ว

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
9	โรงแรมสระแก้ว พัฒนา	ถนนสุวรรณศร อ.เมือง จ.สระแก้ว	350-600 บาท/คืน
10	ศรีกิจ บ้านสวน รี สอร์ท	28 ถ.เทศบาล ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3722 0766-7	จำนวนที่พัก 11 ห้อง, ราคา 800 - 1,000 บาท
11	สระแก้วธานี	206 ถ.สุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3724 1024-5, 0 3724 2430	จำนวนที่พัก 35 ห้อง, ราคา 280 - 450 บาท
12	แสงจันทร์ โฮเต็ล	112 ถ.เทศบาล 7 ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3724 1913, 0 3722 0243	จำนวนที่พัก 35 ห้อง, ราคา 200 - 350 บาท
13	อุทยานแห่งชาติปาง สีดา	55 ต.ท่าแยก อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 0 3724 6100, 08 1947 5948 E-mail : reserve@dnf.go.th	ราคา 500 - 600 บาท
14	มณฑิชา รีสอร์ท	187 หมู่2 ต.สระขวัญ อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทรศัพท์: 08 1863 7673, 0 3725 8025	จำนวนที่พัก 18 ห้อง, ราคา 350 - 500 บาท
15	มณีบุรพา รีสอร์ท	15/1 ถ.สุวรรณศร ต.อรัญประเทศ อ. อรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 0 3723 2056	จำนวนที่พัก 17 ห้อง, ราคา 350 - 400 บาท
16	มาร์เก็ต โฮเต็ล	105/30-32 ถนนราษฎร์อุทิศ ต.อรัญประเทศ อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 0 3723 2302 , 0 3723 3088	จำนวนที่พัก 54 ห้อง, ราคา 200 - 400 บาท
17	สยามเกสต์เฮ้าส์	15/3 ถนนสุวรรณศร ต.อรัญประเทศ อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 0 3723 2305	จำนวนที่พัก 17 ห้อง, ราคา 480 บาท

ตารางที่ 4.142 (ต่อ) รายชื่อโรงแรม จังหวัดสระแก้ว

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
18	อรัญการ์เด็นท์ 1	159/17 ถนนราษฎร์อุทิศ ต.อรัญประเทศ อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 0 3723 1836 , 0 3723 2588-9	จำนวนที่พัก 30 ห้อง, ราคา 150 - 200 บาท
19	อรัญการ์เด็นท์ 2	110 ถ. ราษฎร์อุทิศ อำเภออรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 0 3723 1070, 0 3723 1837 , 0 3723 1905-7	จำนวนที่พัก 30 ห้อง, ราคา 160 - 400 บาท
20	อรัญเกสต์เฮาส์	40/3 ถนนสุวรรณศร ต.อรัญประเทศ อ. อรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 0 3723 0076, 0 7150 2477	จำนวนที่พัก 30 ห้อง, ราคา 200 - 400 บาท
21	อรัญชัย โฮเต็ล	40 ถ. สุวรรณศร ต.อรัญประเทศ อ.อรัญ ประเทศ จ.สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 0 3723 1134	จำนวนที่พัก 20 ห้อง, ราคา 150 - 500 บาท
22	อรัญเมอร์เมด	33 ถ.ชนะวิถี ต.อรัญประเทศ อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 037-223655-65	900 - 1,500 บาท
23	บ้านพักรัถนธรรม อยู่สบาย	18 บ้านรัตนธรรมอยู่สบาย ต.อรัญประเทศ อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 037-223475 E-mail : sutatip_lek.3@hotmail.com	จำนวน 17 ห้อง 200 - 300 บาท
24	เกรท อินน์ เฮาส์ (เขาน้อย เกสต์ เฮาส์)	273 หมู่ 6 ถ.ชนะวิถี ต.บ้านใหม่หนองไทร อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 0 3722 3432-5, 0 3723 1637	จำนวนที่พัก 80 ห้อง, ราคา 250 - 500 บาท
25	เกรทอินน์	หมู่ที่ 2 273 ถนนชนะวิถี ตำบล บ้านใหม่ หนองไทร จังหวัด สระแก้ว 27120 โทรศัพท์: 037 223 432	จำนวนที่พัก 300 ห้อง ราคา 300 - 500 บาท

ตารางที่ 4.142 (ต่อ) รายชื่อโรงแรม จังหวัดสระแก้ว

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
26	โรงแรมทัพทองคำ	364 หมู่ 2 ต.บ้านใหม่หนองไทร อ.อรัญ ประเทศ จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 0 3723 1167, 0 3723 1550, 0 3723 1679 โทรสาร: 0 3723 1679	จำนวนที่พัก 33 ห้อง, ราคา 200 - 400 บาท
27	อรัญปาร์ค	154 หมู่ 6 ถ.ชนะวิถี ต.บ้านใหม่หนอง ไทร อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 0 3723 2588-90, 0 3722 2702	จำนวนที่พัก 102 ห้อง ราคา 550 - 1,200 บาท
อำเภอตาพระยา			
1	จันทร์ฉาย ซาเลย์	38 ม.8 ต.ตาพระยา อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 089-5139-515, 088-4578-911	จำนวน 7 หลัง ราคา 500-1500 บาท
2	บ้านบุหลัน	663 ซ.ศิริวัฒน์ ถ.เทศบาล อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 0879136495	จำนวน 12 ห้อง ราคา 200-300 บาท
3	บ้านเฟื่องฟ้า	441 ม.1 ต.ตาพระยา อ.ตาพระยา จ. สระแก้ว โทรศัพท์: 037510142	จำนวน 11 ห้อง ราคา 200-300 บาท
4	รุ่งโรจน์ รีสอร์ท	233 ม.1 ต.ทัพเสด็จ อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 0861379577 , 0871494315	จำนวน 5 ห้อง ราคา 400 บาท
5	ละลุ โฮมสเตย์	บ้านคลองยาง ม.12 ต.ทัพราช อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 0890980772	ราคา 100 บาท

ตารางที่ 4.142 (ต่อ) รายชื่อโรงแรม จังหวัดสระแก้ว

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
อำเภอวัฒนานคร			
1	เฉลิมพลบังกาโล	ถนนสุวรรณศร อ.วัฒนานคร จ.สระแก้ว โทร : 037-261215	แอร์ 300 บาท พัดลม 200 บาท
2	นครอินน์	ถนนสุวรรณศร อ.วัฒนานคร จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 037-261041, 037-261305	แอร์ 320 บาท พัดลม 220 บาท
3	บ้านในสวน	16 หมู่ 4 ต.วัฒนานคร อ.วัฒนานคร จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 890-459-748 089-852-5023	ราคา 300 - 700 บาท
4	บ้านใหม่รีสอร์ท	อ.วัฒนานคร จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 081-8638-804, 086-0047-186	ราคา 450 บาท
5	ปัญญา รีสอร์ท	สามแยกไปคลองหาด ตรงข้าพระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช อ.วัฒนานคร จ.สระแก้ว โทรศัพท์ : 0860620125 : 0861402019	จำนวน 20 หลัง ราคา 200-600 บาท
อำเภอเขาฉกรรจ์			
1	ภูติวิลล์ เลค คันทรี รีสอร์ท	47 ถ.สระแก้ว-จันทบุรี บ้านวังรี ม.1 ต.เขาฉกรรจ์ อ.เขาฉกรรจ์ จ.สระแก้ว โทรศัพท์ : 037243941-2, 0863805701	จำนวน 13 ห้อง ราคา 550-2500 บาท

ตารางที่ 4.142 (ต่อ) รายชื่อโรงแรม จังหวัดสระแก้ว

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
2	บ้านไร่ชายเขา	บ้านเขานันทา ต.พระเพลิง อ.เขาฉกรรจ์ จ.สระแก้ว โทร. 084-0142285, 087-4881885 E-mail. baanraichaikhao@gmail.com	ราคา 350-1200 บาท
อำเภอคลองหาด			
1	คลองหาด รีสอร์ท	101 ม.6 ต.คลองหาด อ.คลองหาด จ.สระแก้ว โทรศัพท์ : 0847797939	จำนวน 27 ห้อง ราคา 200-500 บาท
2	บ้านสวน ฟ้าน้อย รีสอร์ท	80 หมู่บ้านทับวังมน ม.6 ต.คลอง หาด อ.คลองหาด จ.สระแก้ว โทรศัพท์ 1 : 0879744919, 0899955452, 0892249878	จำนวน 4 ห้อง 5 หลัง ราคา 300-800 บาท
อำเภอวังน้ำเย็น			
1	บ้านไร่ทานตะวัน โฮมสเตย์	141/5 อ.วังน้ำเย็น จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 0813546042, 0841159681	จำนวน 3 หลัง ราคา 250 บาทต่อท่าน
2	มิตรเสรี	86/254 ม.1 ต.วังน้ำเย็น อ.วังน้ำ เย็น จ.สระแก้ว โทรศัพท์: 037251110	จำนวน 23 ห้อง ราคา 200-300 บาท
3	วังน้ำเย็น	11/2 ม.1 ต.วังน้ำเย็น อ.วังน้ำเย็น จ.สระแก้ว โทรศัพท์ : 037251245	จำนวน 18 ห้อง ราคา 150-250 บาท
4	สบาย สบาย รีสอร์ท	บ้านหนองสมบูรณ์ ต.คลองหินปูน อ.วังน้ำเย็น จ.สระแก้ว โทรศัพท์ : 0849475403	จำนวน 17 ห้อง ราคา 200-400 บาท

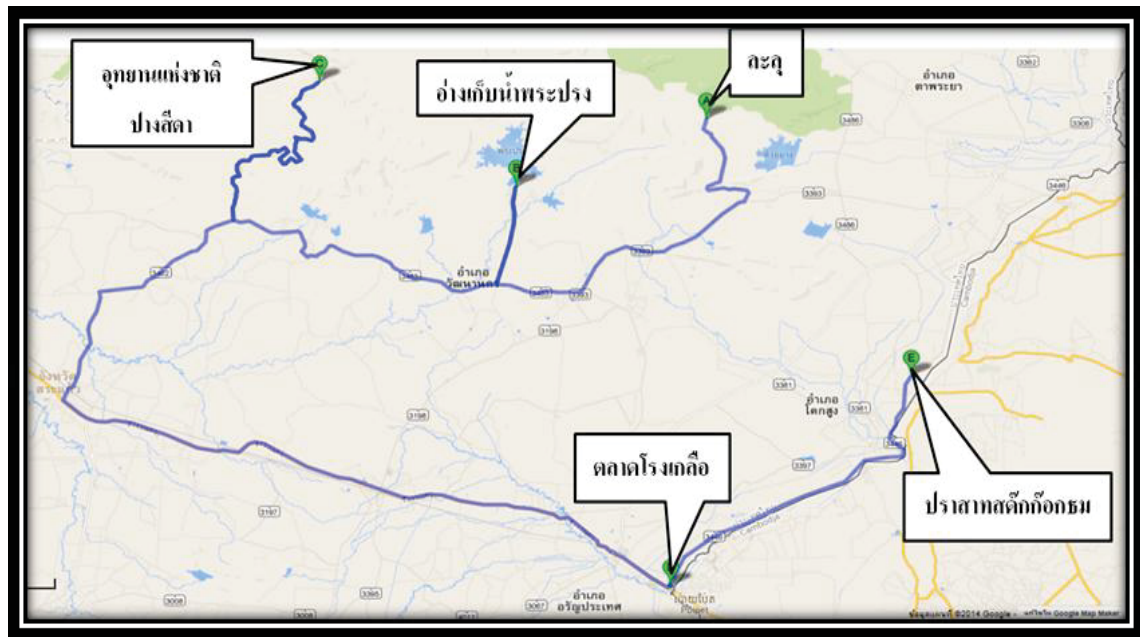
ตารางที่ 4.142 (ต่อ) รายชื่อโรงแรม จังหวัดสระแก้ว

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
5	สีสันการ์เด็น รีสอร์ท	34 อ.วังน้ำเย็น จ.สระแก้ว โทรศัพท์ 1 : 037513030, 037513108, 0854840184	จำนวน 15 ห้อง ราคา 600-1200 บาท
อำเภอวังสมบูรณ์			
1	บัวขาว	25 ถ.ทางหลวงหมายเลข 317 อ.วังสมบูรณ์ จ.สระแก้ว โทรศัพท์ : 037516229	จำนวน 23 ห้อง ราคา 200-300 บาท
2	บ้านลีผิง	199 ม.2 ต.วังสมบูรณ์ อ.วังสมบูรณ์ จ.สระแก้ว โทรศัพท์ : 037449199	จำนวน 10 ห้อง ราคา 200-390 บาท

☐ **สินค้าที่แนะนำให้ซื้อ** สินค้าของฝาก

1. สินค้าจากตลาดโรงเกลือ จุดเด่น สินค้ามีความหลากหลาย
2. ข้าวหลาม จุดเด่น รสชาติเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีหลายไส้
3. เครื่องจักสาน จุดเด่น ราคาไม่แพง
4. ผลิตภัณฑ์จากไม้ จุดเด่น เป็นงานฝีมือของท้องถิ่น

□ เส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสระแก้ว



ภาพที่ 4.005 เส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสระแก้ว 1 Day Trip และ 2 Days 1 Night

ที่มา <https://maps.google.com/>

1. เส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสระแก้ว 2 Days Trip

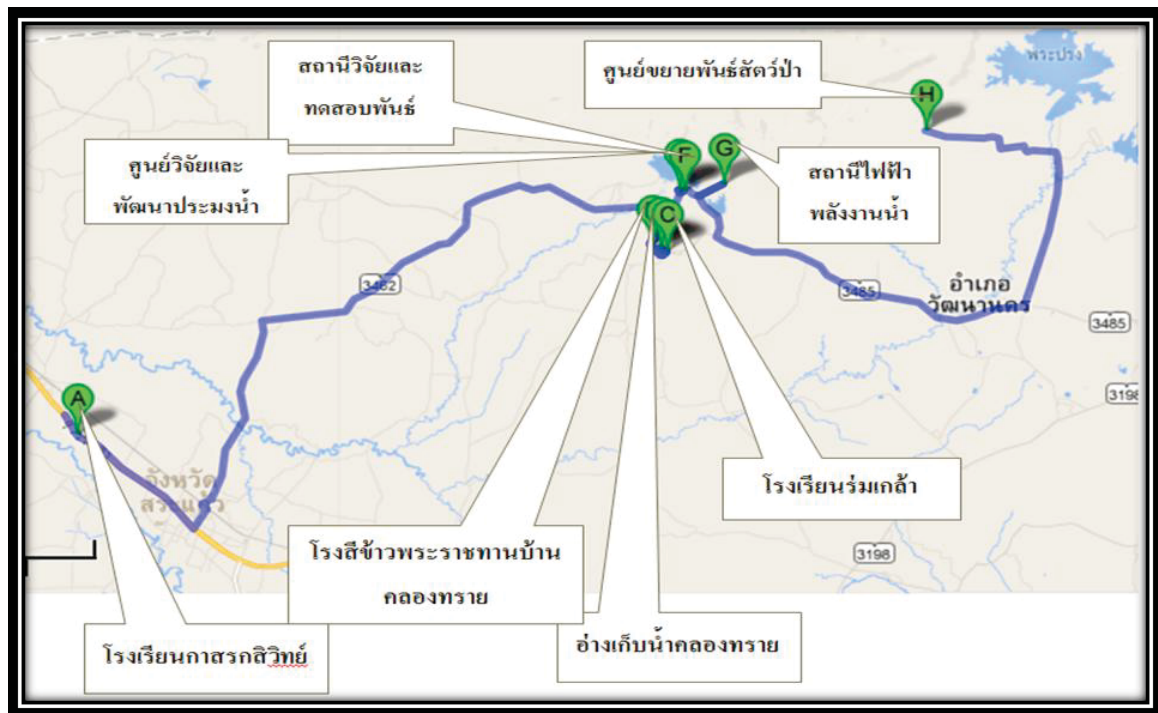
เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (ชม)	ตัวอย่างการเดินทางภายใน 1 วัน เริ่มต้นที่ ● ละลุ(A) --> อ่างเก็บน้ำพระปรง(B) --> อุทยาน แห่งชาติปางสีดา (C) --> ตลาดโรงเกลือ(D) --> ปราสาทสัจจก๊กกรม (E) ●
A ไป B	45	1.15	
B ไป C	60	2.40	
C ไป D	110	3.00	
D ไป E	33	0.40	

A. ละลุ B. อ่างเก็บน้ำพระปรง C. อุทยานแห่งชาติปางสีดา
D. ตลาดโรงเกลือ E. ปราสาทสัจจก๊กกรม

2. เส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสระแก้ว 1 Days Trip

เริ่มต้นที่ ● ละลุ(A) --> อ่างเก็บน้ำพระปรง(B) --> อุทยานแห่งชาติปางสีดา (C) ●

□ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสระแก้ว



ภาพที่ 4.006 เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสระแก้ว 1 Day Trip

ที่มา <https://maps.google.com/>

เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสระแก้ว 1 Day Trip

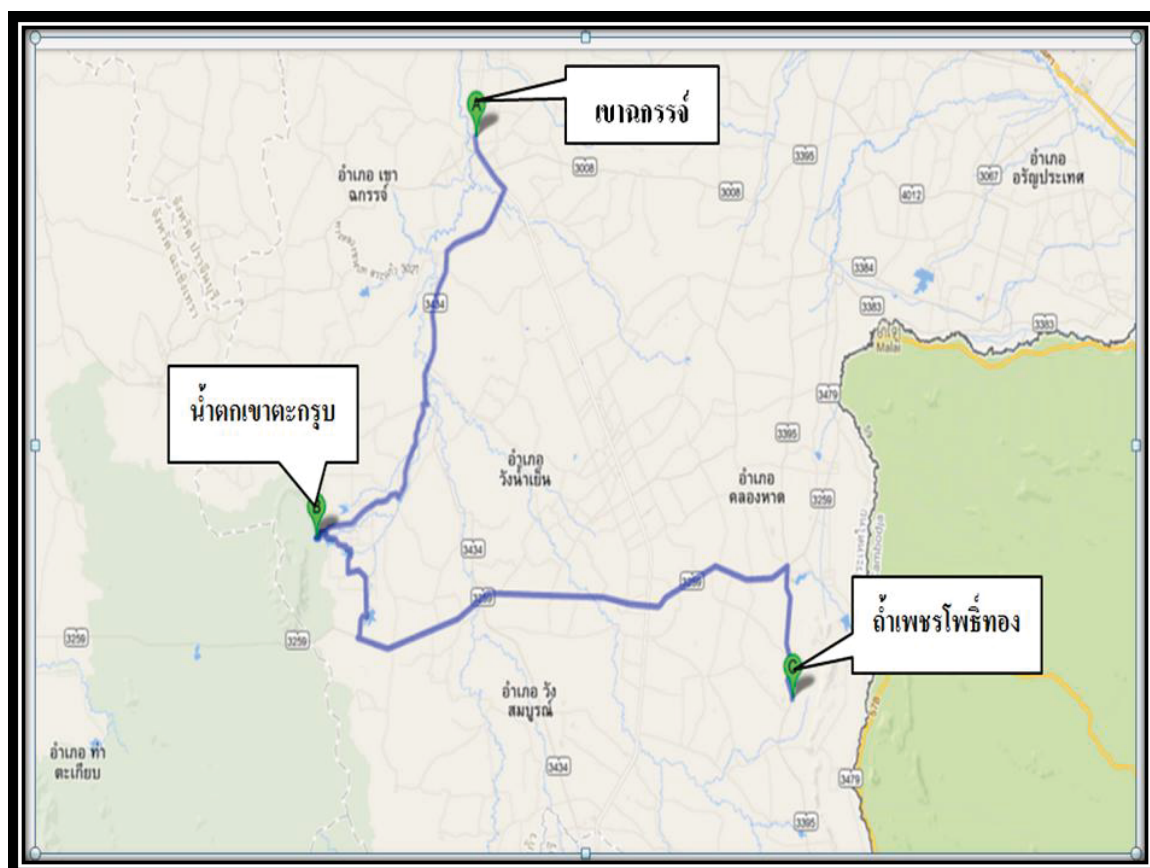
เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (ชม)
A ไป B	44	0.50
B ไป C	300 เมตร	0.01
C ไป D	01	0.03
D ไป E	04	0.10
E ไป F	350 เมตร	0.01
F ไป G	02	0.08
G ไป H	35	1.15

ตัวอย่างการเดินทางภายใน 1 วัน เริ่มต้นที่

● โรงเรียนกาสรกสิวิทย์ (A) --> อ่างเก็บน้ำคลองทราย (B) --> โรงเรียนร่วมเกล้า (C) --> โรงเรียนข้าวพระราชทานบ้านคลองทราย (D) --> ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด (E) --> ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด (F) --> ศูนย์ขยายพันธุ์สัตว์ป่า (G) --> ศูนย์ขยายพันธุ์สัตว์ป่า (H) ●

A. โรงเรียนกาสรกสิวิทย์ B. อ่างเก็บน้ำคลองทราย C. โรงเรียนร่วมเกล้า
D. โรงเรียนข้าวพระราชทานบ้านคลองทราย E. ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด
F. สถานีวิจัยและทดสอบพันธุ์สัตว์ G. สถานีไฟฟ้าพลังน้ำ H. ศูนย์ขยายพันธุ์สัตว์ป่า

☐ เส้นทางธรรมชาติตอนใต้ จังหวัดสระแก้ว



ภาพที่ 4.007 เส้นทางธรรมชาติตอนใต้ จังหวัดสระแก้ว 1 Day Trip

ที่มา <https://maps.google.com/>

เส้นทางธรรมชาติตอนใต้ จังหวัดสระแก้ว 1 Day Trip

เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (ชม)	ตัวอย่างการเดินทางภายใน 1 วัน เริ่มต้นที่
A ไป B	35	0.50	● เขาฉกรรจ์(A) --> น้ำตกเขาตระกรับ(B) --> ถ้ำ เพชรโพธิ์ทอง(C) ●
B ไป C	52	1.15	

จังหวัดสมุทรสาคร

□ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลัก

1. **ศาลพันท้ายนรสิงห์** เป็นศาลที่สร้างขึ้นมาเพื่อระลึกถึง พันท้ายนรสิงห์ที่เป็นบุคคลที่มีความซื่อสัตย์และจงรักภักดี ต่อพระมหากษัตริย์ โดยยอมตายเพื่อรักษาเกียรติของพระมหากษัตริย์ พันท้ายนรสิงห์เป็นทหารที่ทำหน้าที่คัดท้ายเรือพระที่นั่งของพระเจ้าเสือหรือสมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 (พ.ศ. 2246-2252) ที่ได้เดินทางเสด็จประพาสทางน้ำมาทางคลองโคกขาม และทำให้เรือพระที่นั่งชนกิ่งไม้จนหัวเรือหักลง ต้องถูกประหาร ตามกฎหมายในสมัยนั้น

2. **ศูนย์ศึกษาป่าชายเลน/ดูไม้ไผ่ชะลอลิ้น** เป็นศูนย์ศึกษาค้นคว้า วิจัย ด้านธรรมชาติวิทยาของระบบนิเวศน์ ป่าชายเลน ตั้งอยู่เลขที่120 หมู่ 6 ต.บางหญ้าแพรก อ.เมือง จ.สมุทรสาคร มีเนื้อที่ป่าชายเลนที่สมบูรณ์ทั้งหมด 450 ไร่ ตั้งอยู่บริเวณปากแม่น้ำท่าจีนฝั่งขวา ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าอ่าวมหาชัยฝั่งตะวันตกซึ่งมีเนื้อที่ 3,179 ไร่ เหมาะสำหรับเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้า วิจัย ด้านธรรมชาติวิทยาของระบบนิเวศน์ ป่าชายเลนและปากแม่น้ำท่าจีน

3. **สวนเกษตรกล้วยไม้** เป็นพื้นที่ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้จำนวนมากแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร โดยเป็นพื้นที่ปลูกถึง 550 ไร่ ขณะที่ทั้งจังหวัดเลี้ยงกล้วยไม้ประมาณ 4,110 ไร่ กล้วยไม้ หลากสีนานาพันธุ์ อวดชูช่อ ใสอยู่พื้นที่ด้านหน้าดิตริมถนน รพช. ใน ต.หนองนกไข่ เสมือนเชื้อเชิญให้ผู้สนใจได้เข้าไปศึกษาหาความรู้กันได้โดยไม่คิดมูลค่า ดิกรับประกันความสำเร็จอยู่กับการเป็นสวนกล้วยไม้ส่งออกใหญ่อันดับสองของประเทศ

4. **วัดหลักสี่ราษฎร์สโมสร** เป็นวัดที่มีชื่อเสียง คนนิยมากราบไหว้บูชา ตามตำนานเล่าขาน ถึงปาฏิหาริย์หลวงพ่โต ในวิหารมุงจากไม่หยุดย่อน เคยมีชาวบ้านหลายรายอ้างว่ามองผ่านทุ่งนา เห็นดวงไฟลูกใหญ่พุ่งจากวิหารขึ้นสู่ท้องฟ้าหลายครั้ง ต่างเชื่อกันว่าหลวงพ่โตสำแดงอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ในสมัยก่อนพ่อค้าแม่ค้าแม่ค้าล่องเรือบรรทุกผักผลไม้ ผ่านหน้าวิหาร ก็พนมมือไหว้ขอพร ให้ขายของดี ๆ แล้วตักน้ำคลองบริเวณหน้าวิหารพรมไปบนสินค้าในเรือ พืชผักในเรือก็ขายดีอย่างเหลือเชื่อ มีเท่าไรก็ขายหมด พอขากลับก็ซื้อผลไม้ พวงมาลัยมาถวาย และจุดประทัดกันดังสนั่นหวั่น ไหว้ไปทั่วคุ้งน้ำ มีนกเสียงโศกมาขอโชคขอลาภก็ถูกหวยรวยทรัพย์ จากนั้นทั้งผลไม้ ขนม นมเนย ไข่ต้ม พวงมาลัย วาจุพา จุดประทัด ถวายกันไม่เว้นแต่ละวัน

5. **เบญจรงค์ดอนไก่อติ** เป็นผลิตภัณฑ์งานฝีมือที่ขึ้นชื่อของจังหวัดสมุทรสาคร มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากที่อื่น ผลิตภัณฑ์เบญจรงค์เป็นที่รู้จักกันดีคือ ผลิตภัณฑ์เบญจรงค์ของหมู่บ้านดอนไก่อติซึ่งเป็น การรวมตัวของคนในชุมชนร่วมกัน หลายหลังคาเรือนที่ต่อเนื่องกัน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมกระบวนการผลิตได้อย่างใกล้ชิดตั้งแต่ต้นจนเสร็จตาม และสามารถเลือกซื้อหาได้ตามความพึงพอใจหมู่บ้านเบญจรงค์ที่ดอนไก่อตินี้

6. หิ่งห้อยที่คลองสุนัขหอน พื้นที่คลองสุนัขหอน เป็นคลองธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การล่องเรือยามค่ำคืน อยู่บริเวณแยกจากแม่น้ำท่าจีน ผ่านหมู่ที่ 2,3,4,5,6,7, 9 ติดต่อกับตำบลบ้านบ่อ มีสภาพธรรมชาติของป่าชายเลน สามารถนั่งเรือชมหิ่งห้อยได้ ช่วงเวลาหรือฤดูกาลที่เหมาะสม โดยปกติแล้วหิ่งห้อยจะมีตลอดทั้งปี แต่จะมากในฤดูร้อนและฤดูฝน โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝนตั้งแต่เดือน พฤษภาคม-ตุลาคม ระยะเวลาหลังๆ นี้จะพบมากช่วงปลายฝนต้นหนาว ควรดูหิ่งห้อย ควรเลือกช่วงเวลาที่เย็นข้างแรม เนื่องจากแสงของหิ่งห้อยมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ถ้าเป็นเวลาข้างขึ้นท้องฟ้าจะสว่างทำให้เห็นแสงของหิ่งห้อยไม่ชัดเจน จึงควรเลือกวันที่ท้องฟ้า มีตมิดและช่วงเวลาที่น้ำขึ้น

❑ ร้านอาหารที่แนะนำ

1. ร้านบ้านคู้้งน้ำ อาหารแนะนำ อาหารทะเลที่มีความสด และชมธรรมชาติ ริมลำคลอง ที่อยู่ 54/1 หมู่ 6 ถนนบ้านบ่อ-บ้านแพ้ว ต.บ้านบ่อ จ.สมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 034-839-883 เปิดให้บริการทุกวัน 10:00 22:00 ชั่วโมง ราคา 101 – 250 บาท มีที่จอดรถ

2. ร้านครัวลุงญา อาหารแนะนำ อาหารทะเลที่มีความสด และสถานที่ใกล้ กทม. ที่อยู่ 73/6 หมู่ 3 ถนนสหกรณ์ ต.พันท้ายนรสิงห์ จ.สมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 086-313-5613, 089-912-4267 เปิดให้บริการทุกวัน : 10:00 - 22:00 ราคา 251 - 500 บาท มีที่จอดรถ

3. ร้านสวนระเปียงน้ำ อาหารแนะนำ อาหารทะเลและอาหารไทยที่มีระดับ เหมาะแก่การต้อนรับชาวต่างชาติ อีกทั้งมีห้องสัมมนา ราคายุติธรรม ที่อยู่ 11/12 หมู่ 9 อาคารวัดสหกรณ์ ถนนสหกรณ์ ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 081-378-3970 034-857-685 เปิดให้บริการทุกวัน ทุกวัน : 10:00 - 23:00 ชั่วโมง ราคา 250 บาท มีที่จอดรถ

4. ร้านท่าเรือภัตตาคาร อาหารแนะนำ อาหารทะเลและอาหารไทย อยู่ติดท่าเรือมหาชัย ที่อยู่ 859 ถนนเศรษฐกิจ 1 ต.มหาชัย จ.สมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 034-810-629 /034-411-034 เปิดให้บริการทุกวัน :10:30-21:30 ชั่วโมง ราคา 101 - 250 บาท มีที่จอดรถ

5. ร้านอาหารครัวริมวัง อาหารแนะนำ อาหารทะเลที่มีความสด และชมธรรมชาติ ที่อยู่ 73/7 หมู่ 3 ต.พันท้ายนรสิงห์ จ.สมุทรสาคร เบอร์ติดต่อ 081-587-7377 081-559-4550 081-439-9962 เปิดให้บริการทุกวัน 10.00 - 22.00 ชั่วโมง ราคา 101 - 250 บาท มีที่จอดรถ

ที่พักที่แนะนำ

ตารางที่ 4.143 ที่พักที่แนะนำของจังหวัดสมุทรสาคร

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
1	บ้านธรรมชาติคิงน้ำ	56/6 ม.6 ต.บ้านบ่อ อ.เมือง จ.สมุทรสาคร โทร : 034839261, 0891175312	จำนวน 6 ห้อง ราคา 600-800 บาท
2	โฮมสเตย์หมู่บ้านเครื่องเบญจรงค์	32/1 ถ.ท่าเสาพัฒนา บ้านกลาง ม. 1 ต.ดอนไก่ดี อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์: 034473408	จำนวน 5 หลัง ราคา 600 บาทต่อ ท่าน
3	บ้านสวนน้ำใส	16 / 10 ม.9 ถ.สหกรณ์โคกขาม ริม คลองพิทยาลงกรณ์ ต.โคกขาม อ.เมือง จ. สมุทรสาคร 74000 โทรศัพท์: 034-857-395, 086-303-2756, 087-907-9292	ราคา 1,400– 5,000 บาท
4	ไบหม่อนรีสอร์ทแอนด์สปา	210 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบล สวนหลวง อ.กระทุ่มแบน จ. สมุทรสาคร 74110 โทรศัพท์: 024313166, 024313167	ราคา 1,280 – 2,500 บาท

ที่พัก

ตารางที่ 4.144 รายชื่อโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
อำเภอกระทุ่มแบน			
1	กรีนเฮาส์	294/5 ถ.สุคนธรวิทย์ ต.ตลาดกระทุ่มแบน อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034471807, 034473950	จำนวน 10 ห้อง ราคา 160-370 บาท
2	กาแล็กซี่อินน์	99/9 ถ.เพชรเกษม ม.7 ต.อ้อมน้อย อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 024208056-60	จำนวน 120 ห้อง ราคา 185-700 บาท
3	ไนซ์ เฟรนด์	109 ม.10 ต.คลองมะเดื่อ อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034472031, 034473875	จำนวน 31 ห้อง ราคา 120-350 บาท
4	ศรีสยาม	206 ถ.เศรษฐกิจ ม.1 ต.สวนหลวง อ.กระทุ่ม แบน จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034471065, 034471886	จำนวน 27 ห้อง ราคา 200-250 บาท
5	โฮมสเตย์หมู่บ้าน เครื่องเบญจรงค์	32/1 ถ.ท่าเสาพัฒนา บ้านกลาง ม.1 ต.ดอน ไก่อดี อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034473408	จำนวน 5 หลัง ราคา 600 บาทต่อ ท่าน
อำเภอบ้านแพ้ว			
1	บ้านแพ้ว	142/2 ถ.พระประโทน-บ้านแพ้ว ต.บ้านแพ้ว อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034482396	จำนวน 50 ห้อง ราคา 200-370 บาท
อำเภอเมือง			
1	เกษม โฮเต็ล	927/28 ถ.เศรษฐกิจ 1 ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034411078	จำนวน 50 ห้อง ราคา 220-350 บาท
2	เซ็นทรัล เพลส	1242/469 ถ.เอกชัย ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034412816-9, 034422971-3	จำนวน 53 ห้อง ราคา 950-1800 บาท

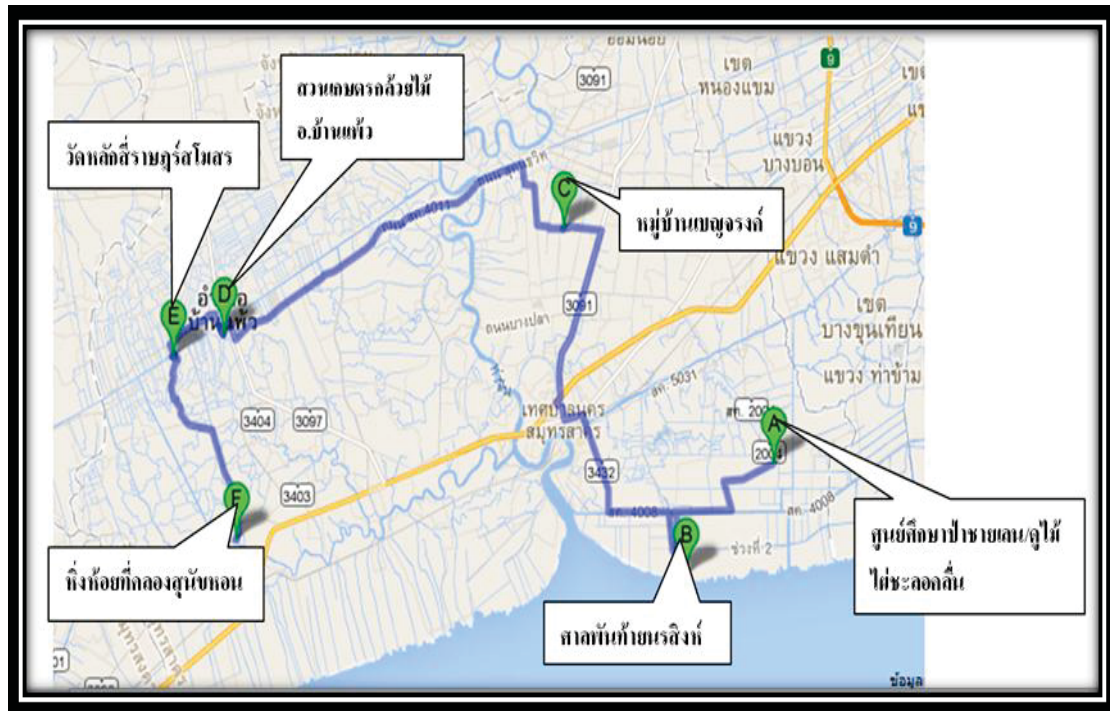
ตารางที่ 4.144 (ต่อ) รายชื่อโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ลำดับ	ชื่อโรงแรม	ที่อยู่	ราคา
3	บ้านธรรมชาติคังน้ำ	56/6 ม.6 ต.บ้านบ่อ อ.เมือง จ.สมุทรสาคร (ใกล้ทางแยกบ้านแพ้ว) โทรศัพท์ : 034839261, 0891175312	จำนวน 6 ห้อง ราคา 600-800 บาท
4	มอสแมนอินน์	99 ถ.เศรษฐกิจ 1 ม.2 ต.นาดี อ.เมือง จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034830210-2	จำนวน 35 ห้อง ราคา 390-1800 บาท
5	เลอ ชาเลย์ รีสอร์ท แอนด์ แคมป์	47 ถ.ธนบุรี-ปากท่อ ม.48 ต.กาหลง อ.เมือง จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 0819948417	จำนวน 2 ห้องใหญ่ ราคา 550 บาท มีที่พักสำหรับค่าย ลูกเสือ
6	เวียงไทย โฮเต็ล	821/5-6 ถ.สุคนธวิทย์ ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034411151	จำนวน 17 ห้อง ราคา 280-320 บาท
7	ศรีปทุม	137 ซ.วัดศรีเมือง-คลองครุ ม.6 ต.ท่าทราย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034423749	จำนวน 30 ห้อง ราคา 150-320 บาท
8	สุขใจ	411/16 ถ.สุขาภิบาล ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร โทรศัพท์ : 034411091	จำนวน 11 ห้อง ราคา 180-240 บาท

☐ **สินค้าที่แนะนำให้ซื้อ** สินค้าของฝาก

1. อาหารทะเล จุดเด่น สด ราคาไม่แพง เป็นแหล่งค้าส่ง
2. หอยพิม จุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหาซื้อที่อื่นไม่ได้
3. ปลาสด จุดเด่น รสชาติดี กลิ่นหอม เป็นแหล่งค้าส่ง
4. เครื่องเบญจรงค์ จุดเด่น มีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์ เป็นแหล่งผลิตและค้าส่ง

□ เส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสมุทรสาคร



ภาพที่ 4.008 เส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสมุทรสาคร 1 Day Trip และ 2 Days 1 Night
ที่มา <https://maps.google.com/>

1. เส้นทางการท่องเที่ยวหลัก จังหวัดสมุทรสาคร 2 Days Trip

เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (นาที)
A ไป B	11	20
B ไป C	23	40
C ไป D	24	35
D ไป E	05	11
E ไป F	11	20

ตัวอย่างการเดินทางภายใน 2 วัน
เริ่มต้นที่

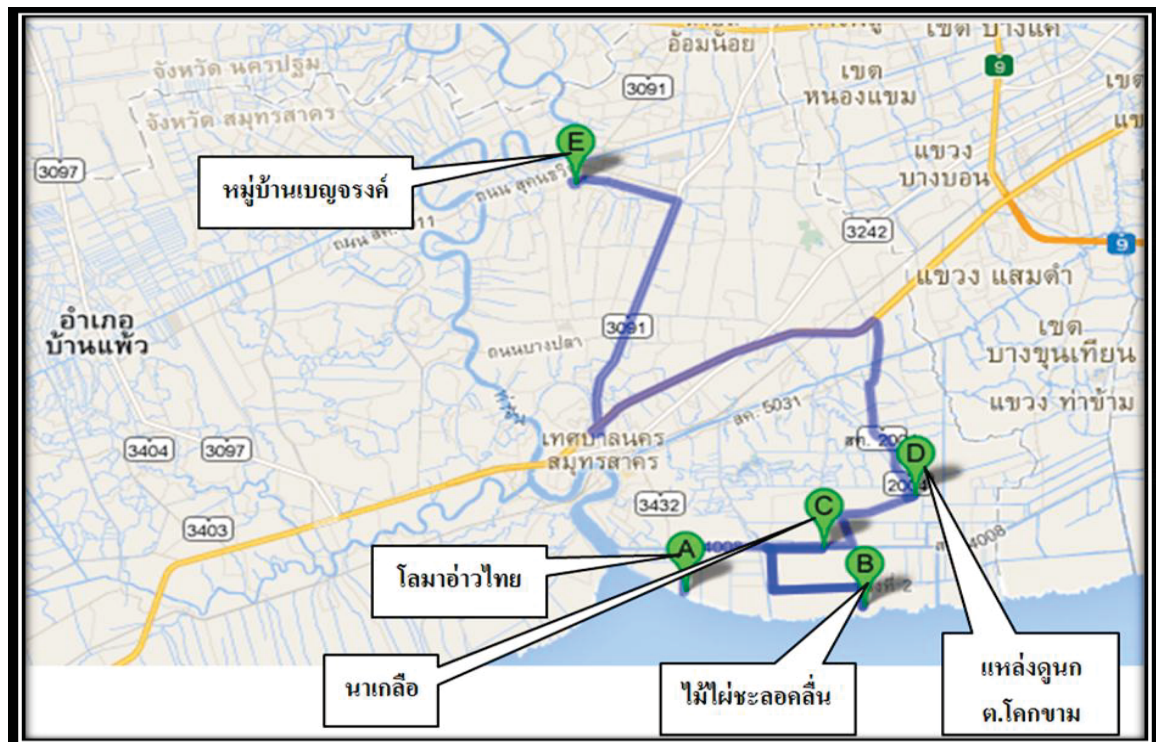
- ศูนย์ศึกษาป่าชายเลน/คูไม้ไผ่ชะลอคลื่น(A) --> ศาลพันท้ายนรสิงห์(B) --> เบญจรงค์ดอนไก่อติ (C) --> สวนเกษตรกล้วยไม้ อ.บ้านแพ้ว(D) --> วัดหลักสี่ราษฎร์สโมสร(E)--> หิ้งห้อยที่คลองสุนัขนอน(F) ●

A ศูนย์ศึกษาป่าชายเลน/คูไม้ไผ่ชะลอคลื่น B. ศาลพันท้ายนรสิงห์ C. เบญจรงค์ดอนไก่อติ
D. สวนเกษตรกล้วยไม้ อ.บ้านแพ้ว E. วัดหลักสี่ราษฎร์สโมสร F.

2. เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสมุทรสาคร 1 Day Trip

เริ่มต้นที่ ● ศูนย์ศึกษาป่าชายเลน/คูไม้ไผ่ชะลอคลื่น(A) --> ศาลพันท้ายนรสิงห์(B) --> เบญจรงค์ดอนไก่อติ (C) --> สวนเกษตรกล้วยไม้ อ.บ้านแพ้ว(D) --> วัดหลักสี่ราษฎร์สโมสร(E)--> ●

□ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสมุทรสาคร



ภาพที่ 4.009 เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสมุทรสาคร 2 Days 1 Night และ 1 Day Trip

ที่มา <https://maps.google.com/>

1. เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสมุทรสาคร 2 Days Trip

เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (นาที)
A ไป B	11	25
B ไป C	08	17
C ไป D	10	15
D ไป E	35	40

ตัวอย่างการเดินทางภายใน 1 วัน
เริ่มต้นที่

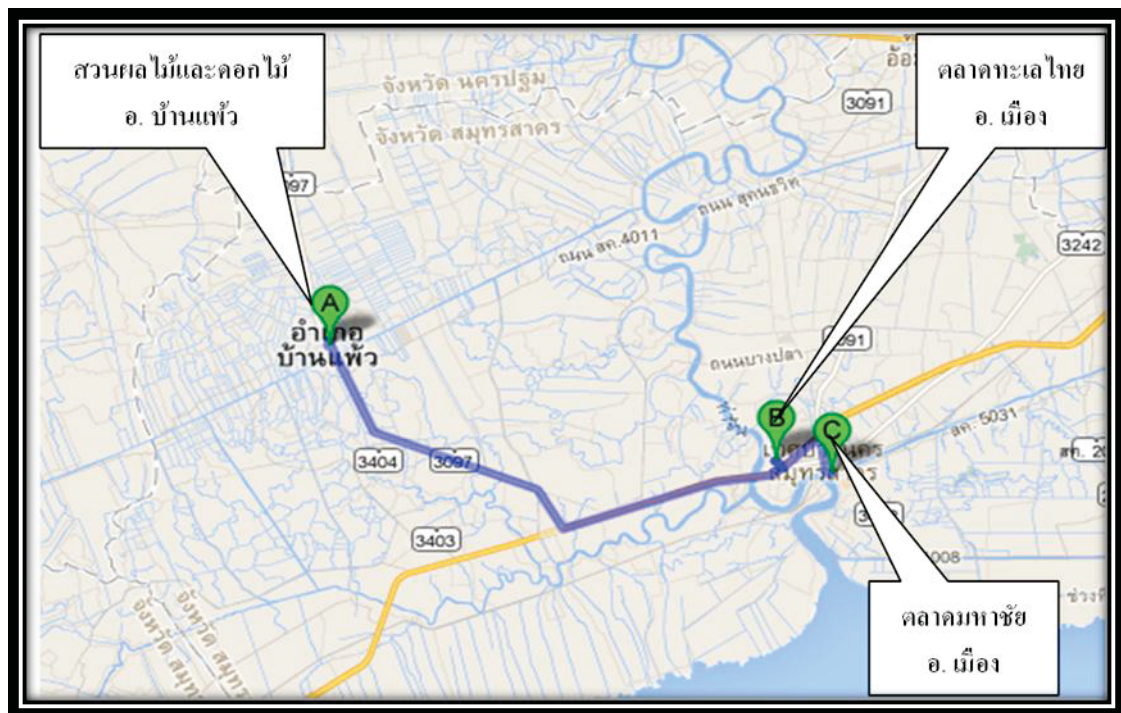
- โลมาอ่าวไทย(A) --> ไม้ไผ่ชะลอลิ้น(B) --> นาเกลือ (C)--> แหล่งตุนก (D) --> หมู่บ้านเบญจรงค์(E) ●

A. โลมาอ่าวไทย B. ไม้ไผ่ชะลอลิ้น C. นาเกลือ D. แหล่งตุนก

2. เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต จังหวัดสมุทรสาคร 1 Day Trip

เริ่มต้นที่ ● ไม้ไผ่ชะลอลิ้น(B) --> นาเกลือ (C) --> แหล่งตุนก(D) --> หมู่บ้านเบญจรงค์(E) ●

□ เส้นทางอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร



ภาพที่ 4.010 เส้นทางอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร 1 Day Trip

ที่มา <https://maps.google.com/>

เส้นทางอาหาร จังหวัดสมุทรสาคร 1 Days Trip

เส้นทาง	ระยะทาง (กม)	เวลา (นาที)
A ไป B	20	25
B ไป C	05	10

ตัวอย่างการเดินทางภายใน 1 วัน
เริ่มต้นที่

- สวนผลไม้และดอกไม้ (A) --> ตลาดทะเลไทย (B) --> ตลาดมหาชัย (C) ●

A. สวนผลไม้และดอกไม้

B. ตลาดทะเลไทย

C. ตลาดมหาชัย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องแผนการตลาดท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ในเขตภาคกลางมีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร
2. เพื่อกำหนดประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร
3. เพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

ในการหาคำตอบเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์จึงดำเนินการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นศึกษาเชิงลึกแบบประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ไม่น้อยกว่า 3 พื้นที่ต่อจังหวัด กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในพื้นที่ภาค กลาง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร โดยประชากรในแต่ละจังหวัดจะประกอบไปด้วยกลุ่มบุคคล 3 กลุ่มต่อไปนี้ คือ กลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ กลุ่มผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว กลุ่มองค์กรท้องถิ่น และ หน่วยงานราชการ

ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้ การศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดจนพฤติกรรม การท่องเที่ยว ใช้วิธีดำเนินการวิจัย โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาเชิงสำรวจ สัมภาษณ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวและอยู่ระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร ใช้ขนาดตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวนไม่ต่ำกว่าจังหวัดละ 700 ตัวอย่าง ทั้งหมด 4 จังหวัด รวมเป็นขนาดตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว 2,800 ตัวอย่าง

1) สรุปผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

จังหวัดชัยนาท

รูปแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาทที่สรุปได้จากงานวิจัย คือ นันทนาการมาเป็นอันดับหนึ่ง นันทนาการที่โดดเด่นที่สุดของจังหวัดคือ สวนนก เพราะ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะแวะชมสวนนก ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นผสมผสานกับเทคโนโลยีใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จังหวัดชัยนาทมีธรรมชาติที่โดดเด่นคือ ลำน้ำ เือกสวนไร่นา ดังนั้นการที่จะทำให้สวนนกมีความโดดเด่น ผู้บริหารสวนนกต้องผสมผสานความเป็นธรรมชาติเพิ่มขึ้น เพิ่มสัดส่วนของนกจริง พืชพรรณธรรมชาติของจังหวัดเช่น ต้นส้มโอและนาข้าว ให้มีเพิ่มในสวนนก เพื่อเป็นตัวอย่างในการศึกษาเรียนรู้ ให้เด็กๆและผู้ที่ยั่งยืน นอกจากนั้นควรเพิ่มเทคโนโลยี พวกมัลติมีเดียที่เป็นภาพวงจรปิด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงมุมต่างๆของสวนนก มีจอสำหรับกด เช่น เมื่อผู้ต้องการดูนกชนิดใด ให้กดไปที่รหัสของนกชนิดนั้น แล้วภาพแสดงขึ้นมา ซึ่งเหมาะสำหรับผู้สูงอายุไม่แข็งแรง ไม่สามารถเดินชมได้ทั่วทั้งสวนนก แต่อยากสัมผัสกับธรรมชาติที่แท้จริง โดยทางสวนนกเก็บค่าบริการเพิ่ม สิ่งเหล่านี้เป็นอีกหนทางหนึ่ง สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยว บริการต่อไปคือการใช้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บริการห้องน้ำ เครื่องดื่ม ทางสวนนกเพิ่มในเรื่องของความสะอาดและความสะดวก และคิดค่าบริการตามความเหมาะสม

จังหวัดสิงห์บุรี

รูปแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสิงห์บุรีที่สรุปได้จากงานวิจัยคือ นันทนาการด้านวัฒนธรรม เยี่ยมชมและทำบุญตามวัดวาอารามและกินอาหารพื้นบ้านจำพวกปลา โดยเฉพาะปลาช่อนที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ที่รู้จักกันในนามของ ปลาช่อนแม่ลา ดังนั้น การกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะต้องใช้ประโยชน์จากปลาช่อน ซึ่งเป็นทรัพยากรท้องถิ่น หาได้ในท้องถิ่น และใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการ ควรปรับปรุงในเรื่องบรรจุภัณฑ์และความหลากหลายของรสชาติ ความหลากหลายของรสชาติ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น นำปลาช่อนไปปรุงเป็นอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารป่า เพราะจากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเมื่อมาสิงห์บุรีจะพอใจที่จะกินอาหารพื้นบ้านประเภทปลา และอาหารป่า ตลอดจนทำการวิจัยเรื่องการถนอมอาหารให้มีอายุยาวนานโดยไม่เสียรสชาติ ส่วนการท่องเที่ยวในรูปแบบนันทนาการโดยเฉพาะอย่างยิ่งเส้นทางทำบุญ จะต้องสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้น เช่น เส้นทางรถคนพิการ ป้าย ห้องน้ำ ตลอดจนสถานที่พักผ่อน การปรับปรุงสิ่งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายและค้างคืนเพื่อแลกกับความสะดวกสบาย

จังหวัดสระแก้ว

รูปแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสระแก้วที่สรุปได้จากงานวิจัยคือ นันทนาการและธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นนันทนาการคือการจับจ่ายหรือ ซื้อปิ้งสินค้าในตลาดโรงเกลือ ซึ่งมีสินค้าหลากหลายจากประเทศเพื่อนบ้าน ที่ราคาไม่แพง แต่ยังคงสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสะอาดและสะดวกสบายก็คือ บริการด้านห้องน้ำซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้บริหารตลาดควรปรับปรุงโดยคิดค่าบริการจากนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ที่เป็นมาตรฐานภายในตลาดยังมีไม่เพียงพอ ควรมีการเสริมสร้างเป็นมุมเล็กๆให้ทั่วตลาดแต่มีความสะอาดไว้วางใจได้และควรวางวิธีจัดแมลงวันซึ่งมีเป็นจำนวนมากในจังหวัดสระแก้ว สิ่งเหล่านี้ บัณฑิตนบรยาการทอองเทียวเป็นอยางยิ่ง ส่วนด้านธรรมชาตินักทอองเทียวสนใจทอองเทียว อุทยานแห่งชาติปางสีดาและน้ำตกปางสีดา ทางอุทยานควรปรับปรุงความสะอาดและความสะดวก ตลอดจนจำนวนสถานที่พักแรมภายในอุทยานเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่น่าสนใจของจังหวัดสระแก้วคืออาหารเวียดนาม ซึ่งมีหลายแห่ง แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเส้นทางให้นักทอองเทียวได้เข้าถึง ควรรณรงค์ให้ร้านอาหารทั้งหลายใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นเมนูอาหารและนำเสนอผลไม้ท้องถิ่นเสริมหลังจากนักทอองเทียวรับประทานอาหารหลักเรียบร้อยแล้ว ผลไม้ที่มีมากในสระแก้วคือ แคนตาลูป ข้าวโพดและแตงโม การเสริมด้วยผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นบนโต๊ะอาหารหรือของฝากเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทอองเทียวอีกหนทางหนึ่ง พร้อมกันนั้น ผลไม้สดควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่หิ้วได้เพื่อให้อมองแล้วสินค้ำมีคุณค่ามากกว่าเดิม

จังหวัดสมุทรสาคร

รูปแบบผลิตภัณฑ์ทอองเทียวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสมุทรสาครสรุปได้จากงานวิจัยคือ อาหารทะเลและองค์ความรู้ อาหารทะเลเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีอยู่คู่กับสมุทรสาคร ที่มีพื้นที่ติดทะเลซึ่งเป็นทรัพยากรท้องถิ่นที่นับวันจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆตามต้นทุนของค่าแรงและค่าน้ำมันซึ่งใช้เป็นต้นทุนในการเดินเรือเพื่อหาอาหารทะเล หนทางใหม่ในการสร้างมูลค่าเพิ่มคือการพัฒนาวิธีการถนอมอาหาร รักษาความสดโดยปราศจากการใช้สารปนเปื้อนเพราะผู้คนรุ่นใหม่มีแนวโน้มรักและดูแลสุขภาพมากขึ้น ผู้ประกอบการควรเน้นเรื่องความสะอาดของอาหารทะเล อาหารปรุงสุก ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุทั้งสำหรับรับประทานและหีบห่อเพื่อนำกลับบ้าน เมนูอาหารทะเลควรเน้นเรื่องการทำรสสุขภาพเช่น ลดความดัน ลดไขมันในเส้นเลือดและไม่เค็มมากจนก่อให้เกิดโรคไต หรือหวานมากจนก่อให้เกิดโรคเบาหวาน ควรประชาสัมพันธ์ถึงความอร่อยควบคู่กับการรักษาสุขภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทอองเทียว ส่วนองค์ความรู้ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดสมุทรสาครคือ องค์ความรู้ด้านการทำเบญจรงค์และการใช้ไม้ไผ่มาสร้างเป็นแนวชะลอคลิ้นที่จะขัดเข้าฝั่งและทำลายป่าชายเลน องค์ความรู้ในการสร้างไม้ไผ่ชะลอคลิ้น ก่อให้เกิดการขยายพื้นที่ของป่าชายเลน ทำให้มีป่าไม้โกงกางเพิ่มขึ้นและมีสัตว์น้ำเพิ่มขึ้น สร้างความอุดมสมบูรณ์และสร้างทิวทัศน์ที่สวยงามจนกลายเป็นสถานที่ทอองเทียว ที่นักทอองเทียวเข้าไปเยี่ยมชมและเดินเล่นพักผ่อนกันไม่ขาดสาย ส่วนที่ศูนย์เรียนรู้เบญจรงค์ อำเภอดอนไก่ดี มีการสอน ให้ศึกษาเรียนรู้วิธีการทำเบญจรงค์เพื่อให้ตกทอดสู่คนรุ่นหลัง เป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างประเทศ วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มจะต้องเข้าใจและเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคของชนชาติแต่ละชาติ เช่น รูปแบบ ขนาด ลักษณะการใช้งานของถ้วยชามเบญจรงค์ที่แต่ละชาติใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองตามความต้องการของแต่ละชนชาติ พร้อม

กับทำแคตตาล็อกพร้อมราคา นำเสนอทางเว็บไซต์ จัดเป็นชุดสำหรับเทศกาลต่างๆ สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้

2.เพื่อกำหนดประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

จังหวัดชัยนาท

ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทสามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายที่หนึ่งคือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กิจกรรมท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดชัยนาทคือการศึกษาพันธุ์นก ที่สวนนกจังหวัดชัยนาท กิจกรรมการศึกษาประมงน้ำจืดที่เขื่อนเจ้าพระยาและศึกษาการเกษตรสวนส้มโอที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์คือพันธุ์ขาวแตงกวา ที่สวนส้มโอ กิจกรรมการศึกษาเกษตรนาข้าว กลุ่มเป้าหมายที่สองเป็นกลุ่มไฝธรรมชาติและกลุ่มเกษียณอายุ กิจกรรมที่โดดเด่นคือ การทำบุญและแวะเคารพสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่วัดปากคลองมะขามเฒ่า เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ชัยนาทมณีนครร้อยประวัติศาสตร์ เคารพสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่วัดบรมธาตุมหาวิหาร หากมีการค้างคืนก็ทำกิจกรรมต่อไปคือการเยี่ยมชมดินแดนประวัติศาสตร์และคารวะอนุสาวรีย์ขุนสรรค์

จังหวัดสิงห์บุรี

ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสิงห์บุรีคือรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผสมกับนันทนาการ ได้แก่ การท่องเที่ยวงานแสงสีเสียง งานรำลึกวีรชน การล่องเรือชมแม่น้ำ และกิจกรรมที่ขาดไม่ได้สำหรับการไปท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีคือการเข้าไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่วัดพระนอนจักรศรีอริยวิหาร การเยี่ยมชมอนุสาวรีย์บางระจัน หากมีเวลาค้างคืนก็จะเยี่ยมชมวัดต่างๆซึ่งมีมากมายเกิน 9 วัด เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการทำบุญ 9 วัด และผู้ที่ท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีชอบไปกินอาหารประเภทปลาน้ำจืดที่เป็นอาหารพื้นบ้าน ดังนั้นกิจกรรมท่องเที่ยวสำคัญสำหรับสิงห์บุรีคือ ชมโบราณสถาน กินอาหารปลา

จังหวัดสระแก้ว

ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสระแก้วคือ ท่องเที่ยวธรรมชาติ จับจ่ายสินค้าตลาดโรงเกลือ กิจกรรมที่ชุมชนในเขตพื้นที่พรมน้ำเสนอคือ ท่องเที่ยวอุทยาน ชมน้ำตกปางสีดา ชมทะเล ซึ่งพื้นดินยุบตามธรรมชาติที่สวยงาม สำหรับผู้ที่ชอบประวัติศาสตร์ กิจกรรมท่องเที่ยวก็คือเยี่ยมชมปราสาทต่างๆที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมขอมโบราณ ส่วนกลุ่มนักเรียนนักศึกษากิจกรรมสำคัญคือ กิจกรรมท่องเที่ยวเรียนรู้ตามศูนย์วิจัยต่างๆได้แก่ ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด สถานีวิจัยและทดสอบพันธุ์สัตว์ โรงไฟฟ้าพลังน้ำ อ่างเก็บน้ำ โรงสีข้าว โรงเรียนสอนควาย

จังหวัดสมุทรสาคร

ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสมุทรสาครคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเกษตรกรรมและหัตถกรรม รูปแบบการท่องเที่ยวแบบเกษตรกรรมประกอบด้วย กิจกรรมเยี่ยมชมสวนเกษตรกล้วยไม้ การประมง กิจกรรมการกินอาหารทะเลและผลไม้ ส่วนการท่องเที่ยวแบบหัตถกรรมคือ กิจกรรมเรียนรู้การทำเบญจรงค์ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ ชมหิ่งห้อยที่คลองสุนัขหอน ชมปลาโลมาในท้องทะเล กิจกรรมศึกษาเรียนรู้ป่าชายเลน ดูไม้ไผ่ชะลอคลิ้น กิจกรรมสร้างสมองค์ความรู้ด้านข้อคิดจากการศึกษาประวัติศาสตร์ศาลพันท้ายนรสิงห์ และสุดท้ายคือกิจกรรมการซื้อของฝากโดยเฉพาะอาหารกลับบ้าน เพราะสมุทรสาครเป็นแหล่งอาหารชั้นดีแห่งหนึ่งของประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นอาหารทะเลสดตลอดจนผลไม้ท้องถิ่น เช่น มะพร้าว น้ำหอม เป็นต้น

3.เพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาคร

จังหวัดชัยนาท

เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ เส้นทางหลัก ซึ่งเริ่มต้นที่ เกษตรนาข้าว--> วัดปากคลองมะขามเฒ่า --> สวนส้มโอ อ.วัดสิงห์ --> วัดพระบรมธาตุวรวิหาร --> พิพิธภัณฑ์ชัยนาทมณี --> เขื่อนเจ้าพระยา --> สวนนกชัยนาท เส้นทางนี้เหมาะกับบุคคลทั่วไปรวมถึงนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางธรรม เพื่อการทำบุญ เริ่มต้นที่ วัดเขาสารพัดดี --> วัดพิชัยนาวาส --> วัดพระแก้ว --> วัดมหาธาตุ --> วัดพระบรมธาตุวรวิหาร --> วัดอินทาราม --> วัดธรรมามูลวรวิหาร --> วัดปากคลองมะขามเฒ่า เส้นทางนี้เหมาะกับผู้มีวิถีชีวิตที่ใฝ่ธรรมและกลุ่มเกษียณอายุ

จังหวัดสิงห์บุรี

เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางท่องเที่ยวหลัก ซึ่งเริ่มต้นที่วัดอัมพวัน -->วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร --> เกษตรหนองลาด-->วัดพิบูลทอง --> อนุสาวรีย์ค่ายบางระจัน --> วัดโพธิ์เก้าต้น เส้นทางนี้เหมาะกับบุคคลทั่วไปรวมถึงนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางธรรม เพื่อการทำบุญ 9 วัด เริ่มต้นที่ วัดสว่างอารมณ์ -->วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร --> วัดหน้าพระธาตุ-->วัดกลางท่าข้าม -->วัดโพธิ์เก้าต้น --> วัดจำปาทอง --> วัดพิบูลทอง --> วัดกุฎีทอง --> วัดอัมพวัน เหมาะกับผู้มีวิถีชีวิตที่ใฝ่ธรรมและกลุ่มเกษียณอายุ

จังหวัดสระแก้ว

เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางหลัก ซึ่งเริ่มต้นที่ ละลุ--> อ่างเก็บน้ำพระปรัง--> อุทยานแห่งชาติปางสีดา -->ตลาดโรงเกลือ-->ปราสาทสด๊กก๊อก เส้นทางนี้เหมาะกับบุคคลทั่วไป เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต ซึ่งเริ่มต้นที่โรงเรียนกาสรกสิวิทย์ --> อ่างเก็บน้ำคลอง

ทราย -->โรงเรียนร่มเกล้า -->โรงสีข้าวพระราชทานบ้านคลองทราย -->ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด -->ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด --> ศูนย์ขยายพันธุ์สัตว์ป่า -->ศูนย์ขยายพันธุ์สัตว์ป่า ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีโครงการหลายโครงการในเส้นทางนี้ จึงเหมาะสำหรับนักเรียนและนักศึกษา รวมถึงผู้ที่ต้องการศึกษา และเส้นทางที่ 3 คือ เส้นทางธรรมชาติตอนใต้ เขาฉกรรจ์ --> น้ำตกเขาตระกรับ --> ถ้ำเพชรโพธิ์ทอง เหมาะสำหรับนักผจญภัยที่รักธรรมชาติ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต

จังหวัดสมุทรสาคร

เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางสายหลัก เริ่มต้นที่ศูนย์ศึกษาป่าชายเลน/คูไม้ไผ่ชะลอคลื่น --> ศาลพันท้ายนรสิงห์ -->เบญจรงค์ดอนไก่ดี -->สวนเกษตรกล้วยไม้ อ.บ้านแพ้ว --> วัดหลักสี่ราษฎร์สโมสร--> หิงห้อยที่คลองสุนัขหอน เส้นทางนี้เหมาะกับบุคคลทั่วไป เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต เริ่มต้นที่โลมาอ่าวไทย -->ไม้ไผ่ชะลอคลื่น --> นาเกลือ --> แหล่งดูนก --> หมู่บ้านเบญจรงค์ เหมาะสำหรับนักเรียนและนักศึกษารวมถึงผู้ที่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตและวิธีการและความรู้ในการประกอบสัมมาอาชีพที่สืบทอดต่อกันมาอย่างมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและเส้นทางที่ 3 คือ เส้นทางอาหาร เริ่มต้นที่สวนผลไม้และดอกไม้ -->ตลาดทะเลไทย --> ตลาดมหาชัย เหมาะสำหรับผู้ที่รักการกินและนักโภชนาการ ตลอดจนนักธุรกิจด้านอาหารที่เน้นอาหารทะเลและผลไม้ รวมถึงอาหารท้องถิ่นแปรรูปอันเป็นแหล่งผลิต และแหล่งค้าส่งต้นทาง คุณภาพดีและราคายุติธรรม

การสร้างรายได้เพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จังหวัดชัยนาท

อาหาร – อาหารที่มีศักยภาพที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มในจังหวัดชัยนาทคืออาหารประเภทปลาน้ำจืด ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมูลค่าโดยการแปรรูปเป็นของฝาก ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ มีฉลากรับรองมาตรฐานและวันหมดอายุ ควรจัดอบรมผู้ประกอบการอาหารเพื่อพัฒนาหีบห่อและบรรจุภัณฑ์โดยความร่วมมือระหว่างสถาบันต่างๆได้แก่ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงพาณิชย์เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ นอกจากนี้ อาหารโดดเด่นของชัยนาทอีกชนิดหนึ่งคือส้มโอ ควรขอความช่วยเหลือจากกรมการเกษตรหรือมหาวิทยาลัยที่มีการสอนด้านการเกษตรช่วยในการบำรุงรักษาพันธุ์ชาวแตงกวาให้มีขนาดและรสชาติที่ได้มาตรฐานหรือผสมพันธุ์ใหม่ให้แปลกใหม่มีรสชาติและสีสดดีกว่าเดิมเป็นการเพิ่มมูลค่าได้อีกทางหนึ่ง

นันทนาการ – นันทนาการที่โดดเด่นของจังหวัดชัยนาทคือ นันทนาการในสวนนกและการชมโบราณสถานตลอดจนสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัด การเพิ่มมูลค่าให้นันทนาการในสวนนกก็คือการเพิ่มบริการด้านไอทีที่นำมาประยุกต์ใช้ในสวนนก เช่น การสร้างห้องนกให้เป็นห้องสวนสนุกใช้เทคนิคด้านมัลติมีเดีย 4 มิติ เพื่อให้เด็กๆหรือผู้สนใจได้สนุกสนานตื่นเต้นเร้าใจและเก็บค่าบัตรเพิ่ม

หน้าห้องบริการตามความต้องการของแต่ละบุคคลโดยทางสวนนกควรจัดแบ่งเป็นบริการหลักและบริการเสริม

ที่พัก – การสร้างรายได้เพิ่มเติมด้านที่พักแรม ผู้ประกอบการควรตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จากงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชอบที่พักอิงธรรมชาติ ราคาไม่เกิน 800 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำเสนอสถานที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและจัดให้สอดคล้องกับระบบสาธารณูปโภคท้องถิ่น การสร้างมูลค่าเพิ่มหรือรายได้เพิ่มให้กับท้องถิ่นสามารถทำได้โดยการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวอันได้แก่กลุ่มยานพาหนะ อาหาร สินค้า OTOP ของจังหวัด และกลุ่มมัคคุเทศก์ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้บริการเหล่านี้เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่ม นอกจากนั้นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานโรงแรม เรื่องจิตใจให้บริการ การรักษาความสะอาด การรู้จักขายบริการอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นและสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น เช่น ขายทัวร์เพิ่ม ขายสินค้า OTOP เพิ่ม การมีจิตใจบริการที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำหรือแนะนำผู้อื่นให้เข้ามาพักแรมในสถานที่ที่ตนเองได้รับประสบการณ์ตรงที่ดีมาก่อน

องค์ความรู้ – องค์ความรู้ของจังหวัดชัยนาทที่สามารถสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเป็นการขายโปรแกรมการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆที่สามารถนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวอันได้แก่ การทำนาข้าวพันธุ์ชัยนาท อันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ข้าวไรซ์เบอร์รี่ การทำสวนส้มโอพันธุ์ขาวแตงกวา การปลูกผักปลอดสารพิษ การทำน้ำตาลโตนด การทำประมงน้ำจืดเหนือเขื่อนเจ้าพระยา การศึกษาเรียนรู้องค์ความรู้เชิงวัฒนธรรม ซึ่งได้แก่การรำมะนา การบายศรีสู่ขวัญ การเรียนรู้ตำรายาโบราณของหลวงปู่สุข การเรียนรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ตลอดจนเรื่องราววีรชนของจังหวัด

ธรรมชาติ – การนำธรรมชาติของท้องถิ่นมานำเสนอเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอขายประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ให้สัมผัสธรรมชาติที่แท้จริงของจังหวัดชัยนาท การสร้างมูลค่าเพิ่มมาจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดชัยนาทโดยเฉพาะแม่น้ำลำคลอง เรือกสวนไร่นา ป่าไม้ ตลอดจนวนเกษตร นอกจากนั้นต้องทำการบูรณาการธรรมชาติแวดล้อมกับการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพโดยให้นักท่องเที่ยวชื่นชมความสวยงามของธรรมชาติ สูดอากาศบริสุทธิ์ เพื่อล้างปอดให้สุขภาพของทางเดินหายใจดีขึ้น โดยเฉพาะขายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลวง สำหรับการท่องเที่ยวธรรมชาติควรมีการสอนให้นักท่องเที่ยวอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จังหวัดสิงห์บุรี

อาหาร – อาหารที่มีศักยภาพที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มในจังหวัดสิงห์บุรีคืออาหารประเภทปลาน้ำจืด โดยเฉพาะปลาช่อนแม่ลา ซึ่งมีชื่อเสียงมายาวนาน จึงควรจะใช้ปลาช่อนแม่ลาของสิงห์บุรีเป็นเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มที่แตกต่างจากปลาช่อนทั่วไป ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมูลค่าโดยการแปรรูปเป็นของฝาก ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ มีฉลากรับรองมาตรฐานและวันหมดอายุ ควรจัดอบรมผู้ประกอบการอาหารเพื่อพัฒนาหีบห่อและบรรจุภัณฑ์โดยความร่วมมือระหว่างสถาบันต่างๆ ได้แก่ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงพาณิชย์เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ

นันทนาการ – นันทนาการที่โดดเด่นของจังหวัดสิงห์บุรีคือ กิจกรรมสักการะโบราณสถานซึ่งสอดคล้องกับทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี ที่โดดเด่นและสำคัญที่สุดของจังหวัดคือ วัดพระนอนจักรสีห์ นอกจากนั้นทางวัดยังมีองค์ความรู้ซึ่งเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ปรากฏอยู่ ทางจังหวัดควรจัดนันทนาการประเภทงานแสงสีเสียง งานรำลึกวีรชน มีกิจกรรมในงานต่างๆ สอดแทรกให้ผู้ประกอบการหลายประเภทในท้องถิ่นมาออกงานเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม ทางจังหวัดมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนนอกจังหวัดเข้ามาท่องเที่ยวและร่วมนันทนาการเพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นเพิ่มขึ้น พร้อมกันนั้นนำสินค้าท้องถิ่นตามฤดูกาลมาสอดแทรกเพื่อป้องกันสินค้าล้นตลาดโดยเฉพาะสินค้าเกษตรเช่น ข้าวสินเหล็ก ข้าวไรซ์เบอร์รี่

ที่พัก – การสร้างรายได้เพิ่มด้านที่พักแรมในจังหวัดสิงห์บุรี ผู้ประกอบการควรตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จากงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชอบโรงแรมอิงธรรมชาติ ราคาไม่เกิน 800 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำเสนอสถานที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและจัดให้สอดคล้องกับระบบสาธารณสุขปลอดภัย การสร้างมูลค่าเพิ่มหรือรายได้เพิ่มให้กับท้องถิ่นสามารถทำได้โดยการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวอันได้แก่กลุ่มยานพาหนะ รวมทั้งเรือ อาหารประเภทปลาน้ำจืด โดยเฉพาะปลาช่อนแม่ลา สินค้า OTOP ของจังหวัด และกลุ่มมัคคุเทศก์ในพื้นที่ที่สามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้บริการเหล่านี้เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่ม นอกจากนั้นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานโรงแรม เรื่องจิตใจให้บริการ การรักษาความสะอาด การรู้จักขายบริการอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อให้นักท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นและสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น เช่น ขายทัวร์เพิ่ม ขายสินค้า OTOP เพิ่ม การมีจิตใจบริการที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำหรือแนะนำผู้อื่นให้เข้ามาพักแรมในสถานที่ที่ตนเองได้รับประสบการณ์ตรงที่ดีมาก่อน

องค์ความรู้ – องค์ความรู้ของจังหวัดสิงห์บุรีที่สามารถสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเป็นการขยายโปรแกรมการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆที่สามารถนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวอันได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทำนา การเลี้ยงปลาแบบกึ่งธรรมชาติ การทำสวนผลไม้ การทำปุ๋ยชีวภาพ การปลูกผักบุ้งน้ำ การเลี้ยงปลาในกระชัง การทำงานจักสาน นอกจากนั้นยังมีองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมประเพณีอันได้แก่ ประเพณีกวนข้าวทิพย์ ตีข้าวบิน ประเพณีห่มผ้าพระปรางค์หน้าวัดพระธาตุ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีพิธีปาร์ปะนัง การเชิดและการทำหนังกลางวัน และหนังกลางคืน การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ค่ายบางระจัน เมืองโบราณบ้านคูเมือง การทำผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ธรรมชาติ – การนำธรรมชาติของท้องถิ่นมานำเสนอเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอขายประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ให้สัมผัสธรรมชาติที่แท้จริงของจังหวัดสิงห์บุรี การสร้างมูลค่าเพิ่มมาจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสิงห์บุรี เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยใช้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความรู้ความเข้าใจธรรมชาติสื่อความหมาย แม่น้ำลำคลอง เช่นลุ่มน้ำแม่ลา-การ้อง เรือกสวนไร่นา พันธุ์ไม้ท้องถิ่น เช่น ต้นตะเคียนทอง ต้นสัก ต้นจิก เพื่อชื่นชมความสวยงามจนก่อให้เกิดความเพลิดเพลินและเห็นคุณค่าของธรรมชาติ นอกจากนั้นการท่องเที่ยวธรรมชาติสามารถบูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพื่อสัมผัสธรรมชาติรอบตัว ทั้งรูป รส กลิ่น เสียง อันทำให้สุขภาพจิตของนักท่องเที่ยวดีขึ้น

จังหวัดสระแก้ว

อาหาร – อาหารที่มีศักยภาพที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มในจังหวัดสระแก้วคืออาหารเวียดนาม ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมูลค่าโดยการแปรรูปเป็นของฝาก เช่น แหนมเนืองบรรจุกล่อง ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากแหนมเนืองของภาคอีสาน มีฉลากรับรองมาตรฐานและวันหมดอายุ ควรจัดอบรมผู้ประกอบการอาหารเพื่อพัฒนาหีบห่อและบรรจุภัณฑ์โดยความร่วมมือระหว่างสถาบันต่างๆได้แก่ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงพาณิชย์เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ

นันทนาการ – เน้นการใช้ความรู้ในการจัดกิจกรรมให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติอันเป็นจุดเด่นของพื้นที่ เช่น เทียนน้ำตก ตกปลา ส่องสัตว์ เดินป่า เทียวล่อ นอกจากนั้นนันทนาการด้านการจับจ่ายสินค้า ณ ตลาดโรงเกลือและกิจกรรมการชมโบราณสถานได้แก่ ปราสาทขอมโบราณ เช่น ปราสาทสด๊กก๊อกธม ปราสาทเขาน้อยสิชมพู ปราสาทเขาน้อยสิชมพู ปราสาทเมืองไผ่ท่องเที่ยวชมจุดผ่านแดน บ้านคลองลึก บ้านตาพระยา บ้านหนองปลื้ม บ้านเขาดิน เพื่อเรียนรู้กิจกรรมต่างๆ ณ จุดผ่านแดน ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมให้เชื่อมโยง

สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสะท้อนเรื่องราวของธรรมชาติผสมผสานกับวัฒนธรรม เปรียบเสมือนการขยายประสบการณ์ ผ่านทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นมีคุณค่า สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้เพิ่มให้กับกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ที่พัก - การสร้างรายได้เพิ่มด้านที่พักแรมในจังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการควรตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จากงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชอบที่พักอิงธรรมชาติ ราคาไม่เกิน 500 บาท (จากงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสระแก้วส่วนใหญ่ชอบที่พักราคาไม่เกิน 500 บาท) ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำเสนอสถานที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและจัดให้สอดคล้องกับระบบสาธารณสุขท้องถิ่น เน้นการรักษาความสะอาดของที่พักเนื่องจากจังหวัดสระแก้วจะมีปริมาณของแมลงวันจำนวนมาก อันสร้างความรังเกียจแก่นักท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มหรือรายได้เพิ่มให้กับท้องถิ่นสามารถทำได้โดยการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวอันได้แก่กลุ่มยานพาหนะ อาหาร สินค้า OTOP ของจังหวัด และกลุ่มมัคคุเทศก์ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้บริการเหล่านี้เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่ม นอกจากนั้นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานโรงแรม เรื่องจิตใจให้บริการ การรักษาความสะอาด การรู้จักขายบริการอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นและสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น เช่น ขายทัวร์เพิ่ม ขายสินค้า OTOP เพิ่ม การมีจิตใจบริการที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำหรือแนะนำผู้อื่นให้เข้ามาพักแรมในสถานที่ที่ตนเองได้รับประสบการณ์ตรงที่ดีมาก่อน

องค์ความรู้ - องค์ความรู้ของจังหวัดสระแก้วที่สามารถสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเป็นการขยายโปรแกรมการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆที่สามารถนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวอันได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทำพืชไร่ การเรียนรู้วิถีชีวิตแบบเกษตรกรรม การเลี้ยงปลาในอ่างเก็บน้ำ การทำเฟอร์นิเจอร์ ทำงานจักสาน ทำแก๊สชีวภาพ การเรียนรู้ชีวิตที่อยู่กับธรรมชาติ ส่วนภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสระแก้วคือ ประเพณีสงกรานต์ไทย-กัมพูชา ประเพณีแห่พระบรมสารีริกธาตุ ช่วงตรุษจีน ประเพณีบุญบั้งไฟ การสร้างพระพุทธรูปหินทรายหน้าได้

ธรรมชาติ - การนำธรรมชาติของท้องถิ่นมานำเสนอเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอขยายประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ให้สัมผัสธรรมชาติที่แท้จริงของจังหวัดสระแก้ว การสร้างมูลค่าเพิ่มมาจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสระแก้ว ควรจัดให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นของจังหวัดสระแก้วสื่อความหมายธรรมชาติของอุทยานให้แก่นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญและทัศนคติที่มีต่อป่าเขาที่ควรอนุรักษ์และหวงแหนเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อันได้แก่การท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติปางสีดา อุทยานแห่งชาติตาพระยา สร้างความประทับใจต่อป่า ภูเขา พันธุ์ไม้ สัตว์ป่า ตลอดจนธรรมชาติของผืนแผ่นดินที่ยุบตัวลงไป ก่อให้เกิดแผ่นดินที่สวຍงามแปลกตาซึ่ง

เรียกว่า ละลุ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์แห่งหนึ่งของจังหวัดสระแก้ว นอกจากนั้นมัคคุเทศก์ต้องให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในการใช้ชีวิตในผืนป่าเพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอึดอัดหรือรู้สึกไม่สะดวก แต่ต้องทำให้เกิดความเพลิดเพลินและเป็นประสบการณ์ที่หายากในชีวิตที่ควรจดจำ

จังหวัดสมุทรสาคร

อาหาร - อาหารที่มีศักยภาพที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มในจังหวัดสมุทรสาครคืออาหารทะเลและผลไม้ท้องถิ่น ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมูลค่าโดยพัฒนาเมนูอาหารทะเลให้แตกต่างจากเมนูทั่วไปทั้งรูปแบบและรสชาติ รักษาเอกลักษณ์แห่งความสดของความเป็นแหล่งอาหารทะเลของจังหวัดสมุทรสาคร ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของมะพร้าว น้ำหอมแปรรูปและน้ำตาลสดแปรรูป เพื่อเป็นของฝาก ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ มีฉลากรับรองมาตรฐานและวันหมดอายุ ควรจัดอบรมผู้ประกอบการอาหารเพื่อพัฒนาหีบห่อและบรรจุภัณฑ์โดยความร่วมมือระหว่างสถาบันต่างๆ ได้แก่ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงพาณิชย์เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ

นันทนาการ - เน้นการสร้างเรื่องราวและจัดกิจกรรมให้เชื่อมโยงสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดโดยบูรณาการให้เข้ากับทรัพยากรท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น และใช้บุคลากรท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมเพื่อก่อให้เกิดรายได้สู่ท้องถิ่น ทั้งค่าแรงและค่าทรัพยากรท่องเที่ยวที่จัดจำหน่าย กิจกรรมนันทนาการที่สามารถเพิ่มมูลค่าของจังหวัดสมุทรสาครได้แก่ การล่องเรือท่องเที่ยวธรรมชาติชายทะเล ดูนก ตกปลา โดยใช้เรือเก่าที่จอดทิ้งไว้มาปรับปรุงให้เป็นเรือท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่า สามารถล่องเรือชมปลาวาฬ โลมาอิรวดี บริเวณชายฝั่ง ซึ่งเป็นการขายประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมดูนกชายเลน อีกกิจกรรมหนึ่งก็คือ กลุ่มนันทนาการด้านการเกษตร เพื่อยุติการทำเกษตร เช่น ทำสวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ การเลี้ยงปลาสด การทำน้ำตาลมะพร้าว การทำนาเกลือ หรืออีกทางเลือกหนึ่งคือกลุ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมต่างๆของจังหวัดเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับตน ได้แก่ กิจกรรมกินเจ ร่วมพิธีแห่เจ้าพ่อหลักเมือง ร่วมงานแสดงแสงสีเสียง ร่วมงานบวงสรวงพันท้ายนรสิงห์ กิจกรรมกินอาหารทะเล การจับจ่ายใช้สอยซื้ออาหารทะเลสดและแห้ง กิจกรรมเหล่านี้มาซึ่งรายได้ให้กับท้องถิ่น หากมีการประชาสัมพันธ์ทั่วถึงในแต่ละฤดูกาลก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย

ที่พัก - การสร้างรายได้เพิ่มด้านที่พักแรม ผู้ประกอบการควรตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จากงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชอบรีสอร์ทท้องถิ่นธรรมชาติ ราคาไม่เกิน 800 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำเสนอสถานที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและจัดให้สอดคล้องกับระบบสาธารณสุขปลอดภัย การสร้างมูลค่าเพิ่มหรือรายได้เพิ่มให้กับท้องถิ่นสามารถทำได้โดยการสร้าง

เครือข่ายกับกลุ่มต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวอันได้แก่กลุ่มยานพาหนะ อาหาร สินค้า OTOP ของจังหวัด และกลุ่มมัคคุเทศก์ในพื้นที่ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการเหล่านี้เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่ม นอกจากนั้นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานโรงแรม เรื่องจิตใจให้บริการ การรักษาความสะอาด การรู้จักขายบริการอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อให้นักท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นและสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น เช่น ขายทัวร์เพิ่ม ขายสินค้า OTOP เพิ่ม การมีจิตใจบริการที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำหรือแนะนำผู้อื่นให้เข้ามาพักแรมในสถานที่ตนเองได้รับประสบการณ์ตรงที่ดีมาก่อน

องค์ความรู้ – องค์ความรู้ของจังหวัดสมุทรสาครที่สามารถสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเป็นการขายโปรแกรมการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆที่สามารถนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวอันได้แก่ ภูมิปัญญาด้านการทำสวนผลไม้ การทำน้ำตาลมะพร้าว การปลูกมะพร้าว การทำสวนกล้วยไม้ การเลี้ยงปลาในบ่อ การเลี้ยงไก่อระบบชีวภาพ การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเล การทำเกลือสปา การทำปลาเค็ม การทำกะปิ การทำปลาหมึกแห้งและกุ้งแห้ง องค์ความรู้ด้านการประมง ทั้งประมงน้ำจืดและประมงชายฝั่ง การเพาะเลี้ยงหอยแครง ปูทะเล กุ้ง และปลา การต่อเรือ การประดิษฐ์กังหันลม ส่วนความรู้ด้านหัตถกรรมได้แก่ การทำเบญจรงค์ การทำอุปกรณ์เปิดมะพร้าวอ่อน การประดิษฐ์อุปกรณ์รดน้ำในร่องสวน การทำโพงพาง ส่วนองค์ความรู้ด้านประเพณีได้แก่ การเรียนรู้ประเพณีสงกรานต์ของชาวไทยรามัญ

ธรรมชาติ – การนำธรรมชาติของท้องถิ่นมานำเสนอเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นการนำเสนอขายประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ให้สัมผัสธรรมชาติที่แท้จริงของจังหวัดสมุทรสาคร สร้างมูลค่าเพิ่มมาจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดสมุทรสาคร เน้นส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติของทะเล ป่าชายเลน แม่น้ำลำคลอง สวน การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาครควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้มากขึ้นเพื่อลบล้างความเป็นเมืองอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมลภาวะ การท่องเที่ยวธรรมชาติของจังหวัดสมุทรสาคร สามารถเยี่ยมชมพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร ฟาร์มปศุสัตว์ โดยให้ทั้งความรู้ ความเพลิดเพลิน และความอร่อยจากผลผลิตที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น มะพร้าว น้ำหอม หรือหอยพิมพ์ ที่มีเฉพาะจังหวัดสมุทรสาครเท่านั้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสามารถชมหิ่งห้อยธรรมชาติที่บึงว่อนบริเวณคลองสุนัขหอนยามค่ำคืน ซึ่งเป็นการสัมผัสธรรมชาติในรูปแบบที่แปลกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้จดจำและชาวเรือท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

นักท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ในภาพรวมมีอายุเฉลี่ย 34 ปี อายุน้อยที่สุด 18 ปี และอายุมากที่สุด 72 ปี เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มากที่สุด ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีอาชีพค้า/ผู้ประกอบการค้ามากที่สุด รองลงมาคืออาชีพรับจ้าง ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับ นักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการ ตามลำดับ ส่วนอาชีพอื่นๆ เกษตรกร ข้าราชการส่วนท้องถิ่น และครู/อาจารย์ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางเพื่อพักผ่อนใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 2 วัน จะเลือกท่องเที่ยวในเดือนธันวาคม – มกราคม มากที่สุด นิยมไปวันเสาร์ – อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ท่องเที่ยวชัยนาทโดยการแนะนำของเพื่อน ส่วนใหญ่มาอยู่กับกลุ่มเพื่อนสนิท รองลงมาคือครอบครัวหรือญาติพี่น้อง ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนฝูง นิยมรับประทานอาหารประเภทปลา รองลงมาคืออาหารตามสั่ง มักซื้อส้มโอเป็นของฝากสินค้าที่ซื้อกลับบ้านมากที่สุดคือ การเช่าพระพุทธรูปสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และกิจกรรมที่ได้ทำในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือ ชมวัด โบราณสถาน รองลงมาคือเที่ยวธรรมชาติและกินอาหารท้องถิ่น เลือกที่พักแรมที่เป็นรีสอร์ทท่องเที่ยวธรรมชาติราคาไม่เกิน 800 บาท ธรรมชาติที่ชื่นชอบคือแม่น้ำลำคลอง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี

นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีอายุเฉลี่ย 33 ปี เป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มากที่สุด มีสถานภาพโสดใกล้เคียงกับสมรส มีอาชีพค้า/ผู้ประกอบการ รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ อาชีพรับจ้างทั่วไป และนักเรียน/นักศึกษา ในภาพรวมสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางเพื่อพักผ่อนใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 2 วัน จะเลือกท่องเที่ยวในเดือนมกราคม และธันวาคมมากที่สุด นิยมไปท่องเที่ยวในวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัดมากที่สุด รองลงมาคือวันเสาร์ – อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ท่องเที่ยวสิงห์บุรีโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มาอยู่กับครอบครัวและญาติพี่น้อง ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนฝูง นิยมรับประทานอาหารประเภทปลา รองลงมาคืออาหารพื้นบ้าน อาหารป่า มักซื้ออาหารประเภทปลาเป็นของฝากกลับบ้านมากที่สุด รองลงมาคือ ขนมเค้ก ขนมเปียะ และกิจกรรมที่ได้ทำในการเดินทางมาท่องเที่ยว

คือ กินอาหารท้องถิ่น รองลงมาคือ ชมวัดวาอาราม เลือกที่พักแรมที่เป็นโรงแรมใกล้ชิตธรรมชาติไม่เกิน 800 บาท ธรรมชาติที่ชื่นชอบคือแม่น้ำลำคลอง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว

นักท่องเที่ยว ในภาพรวมมีอายุเฉลี่ย 30 ปี เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีรายได้เฉลี่ย 14,496.26 บาท มีสถานภาพโสด มากกว่าสมรส โดยภาพรวมมีอาชีพรับจ้างทั่วไป รองลงมาคือข้าราชการ นักเรียน/นักศึกษา อาชีพค้า/ผู้ประกอบการค้า และข้าราชการส่วนท้องถิ่น เกษตรกร ครู/อาจารย์ และอื่นๆ ตามลำดับ ในภาพรวมสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือสำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ส่วนมากเดินทางเพื่อพักผ่อนใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 2 วัน จะเลือกท่องเที่ยวในเดือนธันวาคม และเมษายนมากที่สุด นิยมไปวันธรรมดา รองลงมาคือวันเสาร์ – อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ท่องเที่ยวโดยเพื่อนแนะนำ ส่วนใหญ่มาจากรอบครัวและญาติพี่น้อง ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนฝูง นิยมรับประทานอาหารเวียดนาม รองลงมาคืออาหารอีสาน มักซื้ออาหารเวียดนามเป็นของฝาก สินค้าที่ซื้อกลับบ้านมากที่สุดคือสินค้าตลาดโรงเกลือ รองลงมาคือ เครื่องจักสาน และกิจกรรมที่ได้ทำในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือจับจ่ายสินค้าตลาดโรงเกลือ เที่ยวชมธรรมชาติ กินอาหารท้องถิ่น เลือกที่พักแรมที่เป็นรีสอร์ทใกล้ชิตธรรมชาติไม่เกิน 400 บาทมากที่สุด รองลงมาคือไม่เกิน 800 บาท ธรรมชาติที่ชื่นชอบคือภูเขา น้ำตก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาคร

นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ในภาพรวมมีอายุเฉลี่ย 33 ปี เป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย มีรายได้เฉลี่ย 14,784 บาท มีสถานภาพโสดและสมรส โดยภาพรวมเป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด รองลงมาคืออาชีพรับจ้างทั่วไป อาชีพเกษตรกร และอาชีพค้าขาย /ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมใกล้เคียงกัน สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ รองลงมาคือระดับปริญญาตรี และระดับประถมศึกษา

ส่วนมากเดินทางเพื่อพักผ่อนใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 2 วัน จะเลือกท่องเที่ยวในเดือนมกราคม และธันวาคมมากที่สุด นิยมไปวันที่มีงานเทศกาลประจำจังหวัดมากที่สุด รองลงมาคือวันเสาร์ – อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ท่องเที่ยวโดยเพื่อนแนะนำ ส่วนใหญ่มาจากรอบครัวและญาติพี่น้อง ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติและเพื่อนฝูง นิยมรับประทานอาหารทะเล มักซื้อ

อาหารทะเล ผลไม้ อาหารท้องถิ่นเป็นของฝาก สินค้าที่ซื้อกลับบ้านมากที่สุดคืออาหารทะเล ผลไม้ กิจกรรมที่ได้ทำในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือ กินอาหารทะเล อาหารท้องถิ่น เลือกที่พักแรมที่เป็น โฮมสเตย์ใกล้ธรรมชาติราคา 400- 800 บาท ธรรมชาติที่ชื่นชอบคือแม่น้ำลำคลอง

2) สรุปผลการศึกษาความคิดเห็นของชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดชัยนาท

คนในชุมชนที่เป็นตัวอย่างจำนวน 406 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วงอายุ ระหว่าง 31 –40 ปี มากที่สุด รายได้เฉลี่ย 17,012.56 บาท รายได้สูงสุด 100,000 บาท และรายได้น้อยสุด 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มีสถานภาพสมรสมากกว่าโสด อาชีพ รับจ้างทั่วไปมากที่สุด สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมา คือมัธยม / ปวช.

คนในชุมชนมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อจำแนกพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงในเกือบทุกๆ ด้าน กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน รองลงมาคือชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว ชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน คนในชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ มากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม สภาพสังคมและวิถีชีวิต และแหล่งศิลปวัฒนธรรม แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งธรรมชาติ ตามลำดับ

กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ดูนก รองลงมาคือ การเดินชมเส้นทางธรรมชาติ และการนั่งเรือ / แพ ชมภูมิประเทศ

ประสบการณ์ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง คนในชุมชนของจังหวัดชัยนาท เห็นว่าประสบการณ์ที่ควรนำเสนอมากที่สุดคืองานศิลปะท้องถิ่น รองลงมาคือเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ประสบการณ์ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรมและศิลปะการแสดงมีส่วนใกล้เคียงกัน

ผู้ที่ควรเป็นเจ้าของหรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน คือผู้ว่าราชการจังหวัดมากที่สุด รองลงมาคือผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด โดยที่นายกองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์จังหวัด มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน

จังหวัดสิงห์บุรี

คนในชุมชนของจังหวัดสิงห์บุรีที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 34 ปี อายุน้อยที่สุดคือ 11 ปี อายุมากที่สุดคือ 55 ปี และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่า ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด

มีรายได้เฉลี่ย 17,283.18 บาท รายได้สูงสุด 75,000 บาท และรายได้น้อยสุด 2,500 บาท ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 -15,000 บาท มีสถานภาพโสดมากกว่าสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพค้าขาย / ผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาคือข้าราชการ รับจ้างทั่วไป สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือมัธยม / ปวช.

คนในชุมชนมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางในบางด้าน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน ชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน และชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยวคนในชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.10 รองลงมาคือ แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม และสภาพสังคมและวิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 26.10 และ 21.60 ส่วนแหล่งศิลปวัฒนธรรม แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งธรรมชาติ มีเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 11.20

กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การเดินชมเส้นทางธรรมชาติ

ประสบการณ์ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ของจังหวัดสิงห์บุรี คนในชุมชน เห็นว่าประสบการณ์ที่ควรนำเสนอมากที่สุดคือเที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ รองลงมาคือเทศกาลงานประเพณีต่างๆ

ผู้ที่ควรเป็นเจ้าของภาพหรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน คือผู้ว่าราชการจังหวัดมากที่สุด รองลงมาคือผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด โดยที่ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์จังหวัด และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล มีสัดส่วนใกล้เคียงกันตามลำดับ

จังหวัดสระแก้ว

คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 29 ปี อายุน้อยที่สุดคือ 12 ปี อายุมากที่สุดคือ 61 ปี และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่า

ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด มีรายได้เฉลี่ย 13,616.55 บาท รายได้สูงสุด 100,000 บาท และรายได้น้อยสุด 1,000 บาท ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มีสถานภาพโสดมากกว่าสมรส ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคืออนุปริญญา/ปวส. และมีมัธยม/ปวช.

คนในชุมชนมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อจำแนกพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงในเกือบทุกๆ ด้าน กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน ชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว ยกเว้น ชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน เป็นลักษณะแหล่งธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งศิลปวัฒนธรรม

กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การส่องสัตว์ /ดูนก รองลงมาคือ การสำรวจถ้ำ / น้ำตก และการเดินชมเส้นทางธรรมชาติ

ประสบการณ์ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเองคือ ตลาดโรงเกลือ รองลงมาคืองานศิลปะท้องถิ่น เทศกาลงานประเพณีต่างๆ วิถีชีวิตและสังคมของชุมชน การให้บริการ เที่ยวชมโบราณสถานและโบราณวัตถุ

ผู้ที่ควรเป็นเจ้าของภาพหรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนคือผู้ว่าราชการจังหวัดมากที่สุด รองลงมาคือผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์จังหวัดและผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด

จังหวัดสมุทรสาคร

คนในชุมชนของจังหวัดสมุทรสาครที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 36 ปี อายุน้อยที่สุดคือ 15 ปี อายุมากที่สุดคือ 80 ปี ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีรายได้เฉลี่ย 13,330 บาท รายได้สูงสุด 61,000 บาท และรายได้น้อยสุด 800 บาท ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท มีสถานภาพโสดมากกว่าสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด รองลงมาคือรับจ้างทั่วไป เกษตรกร และค้าขาย/ผู้ประกอบการ ข้าราชการ แม่บ้าน ข้าราชการส่วนท้องถิ่น และครู/อาจารย์ ตามลำดับ สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยม / ปวช. มากที่สุด รองลงมาคือปริญญาตรี และประถมศึกษา

คนในชุมชนของจังหวัดสระแก้วที่ตอบแบบสอบถามในครั้งมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ในเกือบทุกๆ ด้าน การผลิตสินค้าในชุมชนมีการใช้

วัตถุดิบภายในท้องถิ่น ชุมชนมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำให้เกิดแก่นักท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนมีความสอดคล้องหรือสะท้อนถึง ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ส่วนชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและการขายสินค้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตรงกับความต้องการของชุมชน คนในชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน เป็นแหล่งอาหารทะเลมากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งประเพณีและวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและวิถีชีวิต แหล่งธรรมชาติ และแหล่งศิลปวัฒนธรรมและแหล่งประวัติศาสตร์ตามลำดับ

กิจกรรมที่ชุมชนควรนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว คือ การรับประทานอาหารทะเล รองลงมาคือ การนั่งเรือ ชมภูมิประเทศ

ประสบการณ์ที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง คือกินอาหารพื้นเมือง รองลงมาคืองานศิลปะท้องถิ่น การให้บริการ และการผลิตผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม

ผู้ที่ควรเป็นเจ้าของภาพหรือประสานงานด้านต่างๆ ในการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน คือผู้ว่าราชการจังหวัดมากที่สุด รองลงมาคือผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 4 จังหวัด ใช้เวลาท่องเที่ยวในจังหวัดที่ศึกษาค่อนข้างสั้น ไม่เกิน 2 วันต่อจังหวัด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากจังหวัดดังกล่าวเป็นทางผ่านและบางจังหวัดอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพจึงเป็นเหตุผลให้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวด้านที่พักไม่เพียงพอเหมือนผลิตภัณฑ์อื่นๆ

จากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทคือ ผลิตภัณฑ์นันทนาการที่สำคัญคือสวนนกชัยนาท เนื่องจากชัยนาทเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติมีสัตว์ที่หลากหลายโดยเฉพาะนก จึงทำให้การส่องนกเป็นที่นิยม และเพื่อให้มีความสะดวกและง่ายต่อการเข้าถึง จึงได้จัดทำสวนนกและมีนกหลากหลายชนิดเพื่อเป็นแหล่งศึกษา เรียนรู้และเที่ยวชม รวมถึงการพักผ่อนหย่อนใจในเมือง และกิจกรรมนันทนาการของวัดปากคลองมะขามเฒ่า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักอันเก่าแก่ที่ควรทำนุบำรุงรักษาไว้ให้ยั่งยืน รองลงมาคือ กิจกรรมนันทนาการของอนุสาวรีย์ขุนสรรค์ พิพิธภัณฑ์ชัยนาท มณี ประมงน้ำจืดเขื่อนเจ้าพระยา และสวนส้มโอ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาทคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวแบบใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุกกิจกรรมมีการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น และใช้สิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่า เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ เส้นทางหลัก ซึ่งเริ่มต้นที่สวนนกชัยนาท เพราะสวนนกชัยนาทเปรียบเสมือนประตูจังหวัดชัยนาทต่อนั้นก็มีเกษตรนาข้าว เขื่อนเจ้าพระยา พิพิธภัณฑ์ชัยนาทมณี บรมธาตุมหาวิหาร สวนส้มโอ และสิ้นสุดที่วัดปากคลองมะขามเฒ่า เส้นทางนี้

เหมาะกับบุคคลทั่วไป รวมถึงนักเรียนนักศึกษาที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางธรรม เพื่อการทำบุญ 9 วัด เหมาะกับผู้มีวิถีชีวิตที่ใฝ่ธรรมและกลุ่มเกษียณอายุ นักท่องเที่ยวที่ไปชัณนาทใช้ เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 2 วัน เป็นส่วนใหญ่ จึงให้ความสำคัญกับที่พักน้อย ที่พักในจังหวัดจึงมีไม่มาก และไม่หรูหราเท่ากับจังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวชายทะเล นักท่องเที่ยวจะใช้ เวลาท่องเที่ยวหลายวันซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฉัตรปรี อยู่เย็น และอภิสิทธิ์ ตั้ง เกียรติศิลป์ (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรม และรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวจะพัก อาศัยเป็นเวลามากกว่า 4 วัน รวมถึงงานวิจัยของ นพพร ภูเกล้าวัน (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดกระบี่ มีระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรม 1 สัปดาห์ และ สถานที่ท่องเที่ยวริมฝั่งทะเลส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ สังเกตได้ว่าจังหวัดเหล่านี้จะมีโรงแรมเป็นจำนวน มากเช่น จังหวัดภูเก็ต กระบี่ และเกาะสมุย เป็นต้น รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรีคือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้าน องค์ความรู้ที่สำคัญคือวัดพระนอนจักรสีห์ วัดอัมพวัน และวัดพิบูลทอง องค์ความรู้เหล่านี้มีหลักฐาน ทางประวัติศาสตร์ปรากฏอยู่ เช่น ตามผนังโบสถ์ ภาวนาต ไบลาน ตำรายาโบราณ เป็นต้น รูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของจังหวัดอีกชนิดหนึ่งคือ ผลิตภัณฑ์ปลาน้ำจืดโดยเฉพาะปลาช่อนมีมากในจังหวัด สิงห์บุรีซึ่งมีการพัฒนาปรับปรุงคุณค่าให้มีรูปแบบที่หลากหลายทั้งอาหารหวานและอาหารคาวรวมถึง อาหารแปรรูป ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสิงห์บุรีคือ การ ท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมผสมกับนันทนาการ ได้แก่ รูปแบบของการจัดงานแสงสีเสียง งานรำลึกถึง วีรชน และการล่องเรือชมแม่น้ำ เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ เส้นทางหลัก อันประกอบไปด้วยสถานที่สำคัญคือ วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร วัดพิบูลทอง วัดอัมพ วัน วัดโพธิ์เก้าต้น เกษตรหนองราชบุรย์ อนุสาวรีย์บางระจัน เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางธรรม เพื่อการ ทำบุญ 9 วัด เหมาะกับผู้มีวิถีชีวิตที่ใฝ่ธรรมและกลุ่มเกษียณอายุ

รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วคือ ผลิตภัณฑ์นันทนาการและธรรมชาติ กิจกรรมนันทนาการที่มีชื่อเสียง ที่สุดของจังหวัดคือ การจับจ่ายซื้อขายสินค้าที่ตลาดโรงเกลือซึ่งอยู่ติดชายแดนกัมพูชาทำให้มีสินค้า หลากหลายทั้งในและต่างประเทศ สินค้าหลายชนิดมาจากประเทศจีนและเวียดนาม มีการสอดแทรก เอกลักษณ์ของท้องถิ่นอันเป็นดินแดนที่หลากหลายวัฒนธรรมให้เป็นส่วนหนึ่งของสินค้า ส่วน ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวด้านธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติปางสีดา-ตาพระยา เป็นอุทยานที่ มีความสมบูรณ์ ทั้งป่าไม้ และสัตว์ป่านานาชนิด น้ำตกปางสีดา ละลุ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสระแก้วคือ การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติตามอุทยาน และการ ท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรมไปยังปราสาทต่างๆ ทั้งหลายอันเป็นวัฒนธรรมขอมโบราณซึ่งปราสาทที่มี ชื่อเสียงที่สุดคือ ปราสาทสด๊กก๊อกธม เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางหลัก สำหรับบุคคล ทั่วไป ซึ่งประกอบไปด้วยอุทยานแห่งชาติปางสีดา น้ำตกปางสีดา อ่างเก็บน้ำพระปรง ตลาดโรงเกลือ

และปราสาทศตึกก้อกรม เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิตซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีโครงการหลายโครงการในเส้นทางนี้ จึงเหมาะสำหรับนักเรียนและนักศึกษา รวมถึงผู้ที่ต้องการศึกษา และเส้นทางที่ 3 คือ เส้นทางธรรมชาติตอนใต้ เหมาะสำหรับนักผจญภัยที่รักธรรมชาติอันได้แก่ เขาฉกรรจ์ ซึ่งลักษณะของป่าเป็นป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การผจญภัย

รูปแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาครคือ อาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเล เพราะสมุทรสาครมีอาณาเขตติดทะเล อีกทั้งมีความสะดวกในขนส่งอาหารทะเลเข้ากรุงเทพ ดังนั้นจังหวัดสมุทรสาครจึงกลายเป็นศูนย์กลางอาหารทะเลแห่งหนึ่งของภาคกลาง นอกเหนือจากนั้นยังมีผลไม้หายชนิดที่มีชื่อของจังหวัดสมุทรสาครอันได้แก่ มะพร้าวน้ำหอม องุ่น ลิ้นจี่ รวมถึงดอกกล้วยไม้ที่สวยงามและเป็นตลาดส่งออกไปยังต่างประเทศของไทยที่สำคัญแห่งหนึ่ง รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวด้านองค์ความรู้ที่ให้ข้อคิดแก่คนรุ่นหลังอันได้แก่ ศาลพันท้ายนรสิงห์ ที่มีเรื่องเล่าขานมายาวนาน นอกจากนั้นเป็นองค์ความรู้ที่อยู่ในผลิตภัณฑ์เบญจรงค์ที่ผสมผสานภูมิปัญญากับวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นเยาวชนรุ่นหลังควรมีการเรียนรู้ และฝึกฝนวิธีการทำผลิตภัณฑ์เบญจรงค์เพื่อรักษาศิลปหัตถกรรมไม่ให้สูญหายไป ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์ผลไม้ จึงทำให้ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสมุทรสาครคือ การท่องเที่ยวแบบเกษตรกรรมและหัตถกรรม การจัดการสร้างมูลค่าเพิ่มกระทำได้โดยการพัฒนารูปแบบของอาหารและผลิตภัณฑ์ เบญจรงค์ให้เข้ากับยุคสมัยและการใช้งาน เส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เส้นทางสายหลัก อันประกอบด้วย ศาลพันท้ายนรสิงห์ ศูนย์ศึกษาป่าชายเลน ดูไม้ไผ่ชะลอกลิ้นอันเป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่จะอนุรักษ์ป่าชายเลนและอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำที่อาศัยอยู่ในป่าชายเลนได้ด้วย อันได้แก่ ปู ปลาตีน สวนเกษตรกล้วยไม้ที่ไชยงค์ความรู้และภูมิปัญญาในการเลี้ยงดูเพาะชำ วัดหลักสี่ราษฎร์สโมสร เบญจรงค์ดอนไก่ดี หิ้งห้อยที่คลองสุนัขหอน เส้นทางที่ 2 คือ เส้นทางพัฒนาทักษะชีวิต เหมาะสำหรับนักเรียนและนักศึกษารวมถึงผู้ที่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตและวิธีการและความรู้ในการประกอบสัมมาอาชีพที่สืบทอดต่อกันมาอย่างมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และเส้นทางที่ 3 คือ เส้นทางอาหาร เหมาะสำหรับผู้ที่รักการกินและนักโภชนาการ ตลอดจนนักธุรกิจด้านอาหารที่เน้นอาหารทะเลและผลไม้ รวมถึงอาหารท้องถิ่นแปรรูปอันเป็นแหล่งผลิต และแหล่งค้าส่งต้นทาง คุณภาพดีและราคายุติธรรม

การท่องเที่ยวในจังหวัดเหล่านี้ถ้านักท่องเที่ยวรู้จักค้นหาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ดีๆ ของจังหวัดก็ทำให้เกิดความคุ้มค่าและเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวน้อยเนื่องจากอยู่ไม่ห่างไกลจากกรุงเทพ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่าทั้ง 4 จังหวัดที่ศึกษาคือ ชัยนาท สิงห์บุรี สระแก้ว และสมุทรสาครนั้นนักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 2 วันเป็นส่วนใหญ่ จึงไม่ควรเน้นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวด้านที่พักให้มาเป็นอันดับแรก แต่ถ้าผู้ประกอบการคิดจะทำก็ควรสร้างที่พักที่มีราคาไม่เกิน 800 บาทเป็นส่วนใหญ่ตามข้อค้นพบ และควรสร้างอิงธรรมชาติตามสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นในแต่ละจังหวัด ควรมีการกำหนดข้อห้ามสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เนื่องจากงานวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวด้านธรรมชาติเป็นที่นิยม ดังนั้นการรักษาสภาพแวดล้อมก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว

2. จากการศึกษาพบว่าจังหวัดชัยนาทมีผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่โดดเด่นคือ นันทนาการด้านสวนนก ดังนั้นผู้บริหารสวนนกควรธำรงรักษาและเพิ่มมูลค่าโดยสร้างความหลากหลายด้านการเรียนรู้ตลอดจนรวบรวมภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านสัตว์ปีกให้เป็นศูนย์รวมอยู่ที่สวนนกแห่งนี้ สร้างบรรยากาศให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กและครอบครัวที่มีเด็กเล็ก เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่ การนำเอาเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ประเภท Multimedia ที่สามารถสะท้อนภาพพฤติกรรมทางธรรมชาติของนก โดยไม่ต้องไปเข้าใกล้ เพื่อลดการทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและรักษาความสะอาดของสถานที่ ตลอดจนห้องน้ำและอาหาร โดยเฉพาะอาหารควรให้มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นสอดแทรกได้แก่ ส้มโอขาวแตงกวา ส่วนวัดปากคลองมะขามเฒ่าควรปรับปรุงด้านความสะอาดและความเพียงพอของห้องน้ำทั้งหญิงและชาย และกำหนดข้อห้ามที่ส่งผลต่อการทำลายทรัพยากรธรรมชาติภายในบริเวณวัด ส่งเสริมให้วัดอนุรักษ์ต้นไม้ใหญ่หรือพืชพันธุ์โบราณเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางธรรมชาติและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว

3. จังหวัดสิงห์บุรีพบว่า ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่โดดเด่นคือองค์ความรู้ที่อยู่กับโบราณสถานและโบราณวัตถุอันเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามากราบไหว้บูชาและขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรีควรดึงเอาองค์ความรู้เหล่านั้นมาประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นไปยังภาคอื่นๆ ของประเทศหรือในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นชาวพุทธและสร้างเรื่องราวให้เหมาะสมเพื่อทำให้เพิ่มความต้องการในการมาทำบุญและค้างคืนตลอดจนประชาสัมพันธ์อาหารและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สำคัญเช่น ปลาช่อนแม่ลา ขนมเค้ก ขนมเปียะกุนเชียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้จับจ่ายใช้สอย อันนำมาซึ่งรายได้ของท้องถิ่น ของที่ระลึกและอาหารแปรรูปควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์เช่น การบรรจุภัณฑ์และระบุสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้ารู้สึกถึงความหายากต้องเดินทางมาสิงห์บุรีนอกจากนั้นเกษตรกรจังหวัดสิงห์บุรี ควรเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการในการรักษาสภาพแวดล้อมทางน้ำเพื่อการดำรงอยู่ของสัตว์น้ำ ก่อให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืนสู่ท้องถิ่น

4. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวจังหวัดสระแก้วส่วนใหญ่ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อไปจับจ่ายซื้อของที่ตลาดโรงเกลือและเพื่อให้ตลาดโรงเกลืออยู่ได้อย่างยั่งยืน ผู้ที่เกี่ยวข้องประจำจังหวัดควรมีการกำกับดูแลหรือประชุม ตลอดจนอบรมพ่อค้าแม่ค้าให้เคารพกฎเกณฑ์กติกาของตลาด มีจริยธรรมในการค้าขาย รักษาความสะอาดบริเวณร้านค้าของตนรวมถึงบริเวณตลาด ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ร่วมมือกันบำรุงรักษาความสะอาดของห้องน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการร้านอาหารและน้ำต้องรู้จักป้องกันแมลงวัน เชื้อโรคและฝุ่นละออง ใช้ภาชนะที่สะอาดถูกต้องตามหลักอนามัย ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มให้เป็นสากลเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะอาหารเวียดนาม ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝาก ผู้ประกอบการควรสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์เพื่อให้อยู่ในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดที่มีความแตกต่างจากภาคอีสานจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า นอกจากนี้ ควรจะต้องมีป้ายบอกทางไปร้านอาหารให้ชัดเจนและประชาสัมพันธ์แนะนำร้าน แผนที่ทางไปร้านให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ส่วนเจ้าหน้าที่อุทยานต้องรักษาความปลอดภัยและความสะอาดของบริเวณอุทยานและน้ำตกอย่างสม่ำเสมอ มีบทลงโทษนักท่องเที่ยวที่ทำผิดกฎของอุทยานอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดไม้ทำลายป่า เพราะจะทำให้ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวด้านธรรมชาติสูญหายซึ่งธรรมชาติเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นที่สุดของจังหวัดสระแก้ว ดังนั้นการอนุรักษ์ธรรมชาติจึงช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ควรมีการฟื้นฟูเรื่องราวของปราสาทต่างๆ ให้ผู้คนกลับมาสนใจโบราณสถานให้มากกว่านี้

5. ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่นิยมมารับประทานและหาซื้ออาหารทะเลกลับบ้าน ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารทะเล ควรเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของตนด้วยการรักษาความสดและความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ มีการเตรียมบรรจุภัณฑ์สำหรับรักษาความสดและสะดวกในการนำกลับ นอกจากนี้กลุ่มผู้ขายอาหารทะเลควรมีการคิดค้นเมนูใหม่ทั้งอาหารสดและอาหารแปรรูปเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดอาหารทะเลควรดูแลรักษาความสะอาดของตลาดอย่างสม่ำเสมอทุกจุด ไม่ให้พื้นตลาดเปียกแฉะมาก จัดให้มีที่ล้างมือตามจุดต่างๆ ตลอดจนมีการจัดระเบียบที่จอดรถเพื่อให้การเข้าออกของรถลื่นไหล ลดความแออัดของการจราจร ผู้ประกอบการควรร่วมมือกับสถาบันอาหารของมหาวิทยาลัยที่ใกล้ท้องถิ่นเพื่อคิดค้นวิธีถนอมอาหารทะเลให้สดใหม่และมีกลิ่น รสชาติใหม่อยู่เสมอ ตลอดจนคิดค้นเมนูใหม่เพื่อลดความจำเจซึ่งเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

6. จากการศึกษาพบว่า ชุมชนทั้ง 4 จังหวัด เห็นด้วยว่า ผู้ที่ควรเป็นเจ้าภาพในการจัดงานท่องเที่ยวคือผู้ว่าราชการจังหวัด ดังนั้น ผู้ว่าราชการจังหวัดของ 4 จังหวัดเบื้องต้นจะต้องเข้ามาเกี่ยวข้องด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน และจัดสรรงบประมาณการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่ นอกจากนี้ผู้ว่าราชการจังหวัดอาจขอความร่วมมือจากกระทรวง

พาณิชย์เพื่อสนับสนุนการค้าในท้องถิ่น สนับสนุนงบประมาณหรือวิทยากรในการฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่นให้มีทักษะเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาจังหวัดอื่นๆ ในภาคกลางที่มีเขตพื้นที่ติดกับ 4 จังหวัดข้างต้นเพื่อทำการบูรณาการเชื่อมโยงกับข้อค้นพบจากงานวิจัยในครั้งนี้
2. ควรทำการศึกษาเจาะลึกในแต่ละผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- วรารักษ์ สามโกเศศ. 2552. **มติชนรายวัน**. ฉบับที่ 11 ปีที่ 32 วันที่ 18 มิถุนายน 2552.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา
- สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553. **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจและสังคมไทย**
- เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา. 2552. **Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย**.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. **การบริหารการตลาด: กลยุทธ์และยุทธวิธี**. ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรพิน สันติธีรากุล และคณะ. 2550. **โครงการปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศ กรณีศึกษา 15 จังหวัดภาคเหนือ**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ. 2552. **การชี้แจงแนวทางการระดมความคิด เห็นกลุ่มย่อยจากพลังความคิด...สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. ของสำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ วันที่ 28 พฤษภาคม.

อินเทอร์เน็ต

- Creative Thailand. 2554. “**เศรษฐกิจสร้างสรรค์**”(ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา www.creativethailand.org. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2554.
- Creative Thailand. 2554. “**เศรษฐกิจสร้างสรรค์**”(ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา http://www.praveetelearning.com/elearning_content.php?subject_id=2&chapter_id=3&page=2&page=3&page=4&page=3&page=4&page=5 สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2554
- Novabizz. (2548). “**แผนที่**” (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.novabizz.com/Map/28.htm>. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2554

Praveetelearning. 2554. “ลักษณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”(ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา
<http://www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=2994> สืบค้นเมื่อวันที่ 26
 พฤษภาคม 2554.

ทรัพยากรการท่องเที่ยว. 2554. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์”(ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา
<http://usayongyooyen.tripod.com/travel2.htm>. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม
 2554

หนังสือต่างประเทศ

Kotler, P., & Armstrong, G. 2002. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P., 2003. Marketing Management. Peason.

Shirley Eber. 1992. **Beyond the Green Harizon, Principles for Sustainable
 Tourism.** Surrey : Word Wide Fund for Nature (WWF).

Thomas L. Wheelen and J.David Hunger. 2010. **Strategic Management and Business
 Policy.** Pearson.