

บทที่ 4

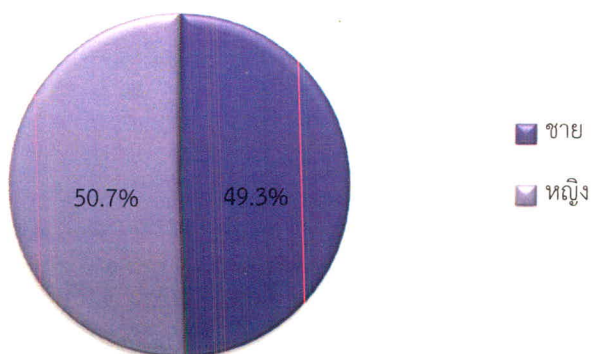
ผลการวิจัย และอภิปรายผล

อุปสงค์ของการท่องเที่ยว

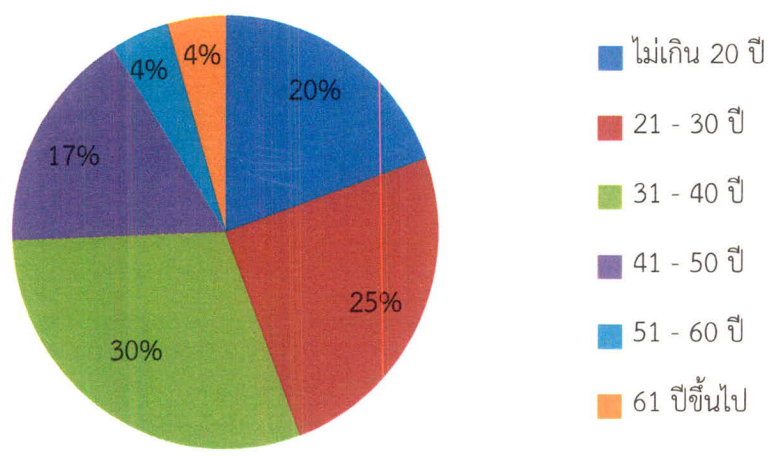
การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการในจังหวัดอุดรดิตถ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

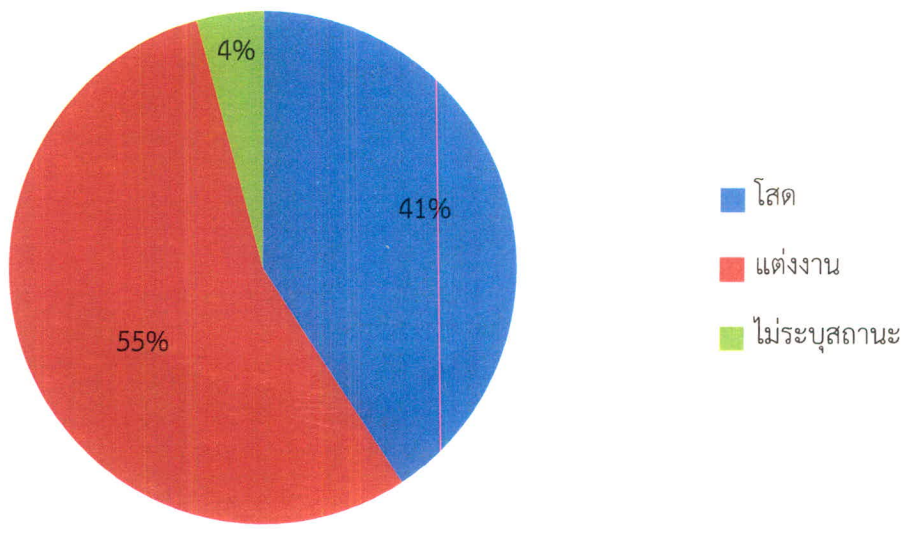
นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นเพศชาย (50.7%) มากกว่า เพศหญิง (49.3%) (ภาพที่ ก-1) ช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่าเกณฑ์ช่วงอายุ 31 - 40 ปี มากที่สุด (30%) รองลงมาคือช่วงอายุช่วงอายุ 21 - 30 ปี (25%) ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี (20%) ช่วงอายุ 41 - 50 ปี (17%) ยังพบว่ามียุทธศาสตร์ช่วงอายุ ระหว่าง 51 - 60 ปี และช่วงอายุ 61 ปี ขึ้นไปในปริมาณ (4%) ตามลำดับ (ภาพที่ ก-2) สถานะภาพของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า สถานะแต่งงานมีมากที่สุด (55%) และรองลงมาคือ สถานะโสด (40.7%) และไม่ระบุสถานะ (4.3%) (ภาพที่ ก-3) อาชีพของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ มากที่สุดคืออาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (34%) รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว (23%) อาชีพพนักงานบริษัท (15%) อาชีพอื่นๆ (13%) อาชีพรับจ้างทั่วไป (10%) และนักเรียน/นักศึกษา (5%) ตามลำดับ (ภาพที่ ก-4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมากที่สุด อยู่ในเกณฑ์ช่วงมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป (45%) รองลงมาของช่วงเงินเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท (17%) 5,001 - 10,000 บาท (15%) 15,001 - 20,000 บาท (12%) และไม่เกิน 5,000 บาท น้อยที่สุด (10%) และมีนักท่องเที่ยวที่ไม่ระบุรายได้เข้ามาท่องเที่ยว (1%)ตามลำดับ (ภาพที่ ก-5) แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวมาจากภาคกลางมีจำนวนมากที่สุดจำนวน (50.8%) รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคเหนือจำนวน (28.8%) ภาคอีสาน (ตะวันออกเฉียงเหนือ) (8.3%) ภาคตะวันออก (3.9%) ภาคตะวันตก (3.4%) ภาคใต้ (2.9%) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (1.5%) และมีนักท่องเที่ยวไม่ระบุที่มาจำนวน (1%) (ภาพที่ ก-6)



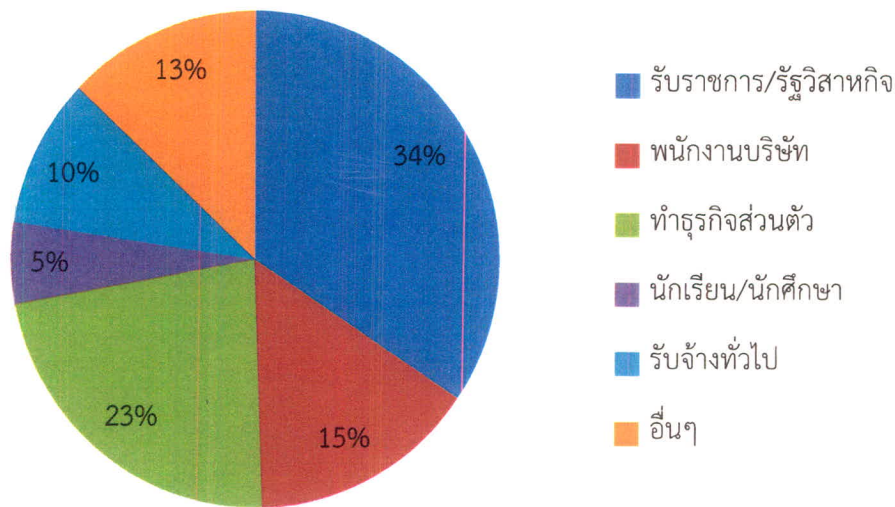
ภาพ ก-1 แสดงจำนวนเพศของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดอุดรดิตถ์



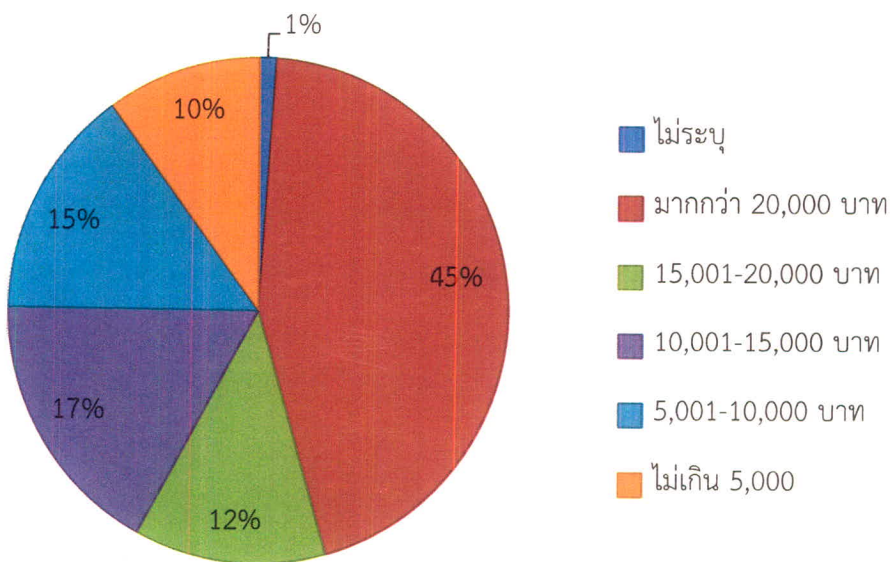
ภาพ ก-2 อายุของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดอุดรดิตถ์



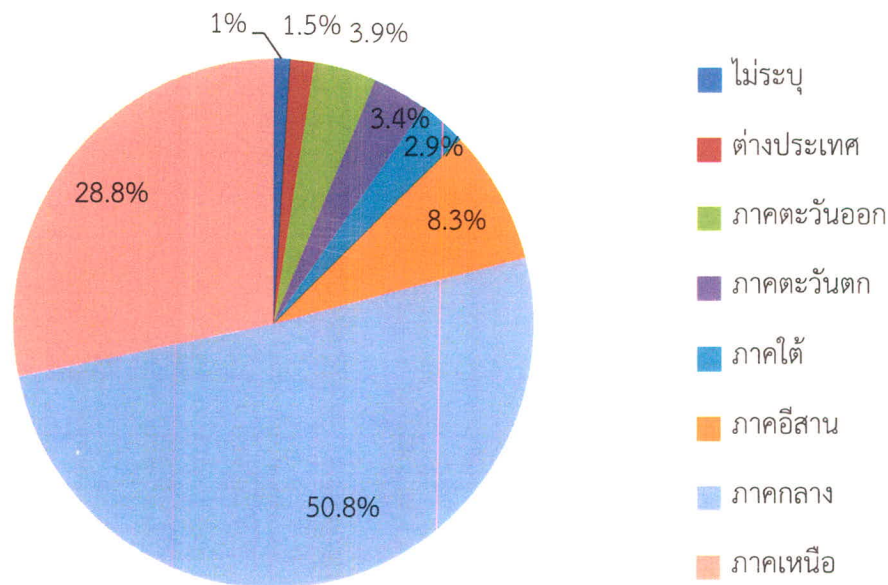
ภาพ ก-3 สถานะของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดอุดรดิตถ์



ภาพ ก-4 อาชีพของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดอุดรดิตถ์



ภาพ ก-5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดอุดรดิตถ์



ภาพ ก-6 แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดอุดรธานี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานี คือ แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (91.4%) รองลงมา มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (89.2%) มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (82.8%) มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (82.2%) แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (80.2%) มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์และมีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (78.2%) อาหารมีรสชาติดี อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (77%) ประชาชนมีน้ำใจและอัธยาศัยดี อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (76.2%) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาไม่แพง อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (74.6%) สินค้าและของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและท่านสามารถพวงกุญได้ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (72.2%) มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (67.8%) ท่านสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (67%) มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (66.2%) ไม่อึดอัดและวุ่นวาย อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (64.4%) สามารถใช้บัตรเครดิตในการใช้จ่ายสินค้าได้ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง (53.2%) (ตารางที่ ก-1) สิ่งที่คาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับความพึงพอใจ (72.4%) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจ (69%) ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (81.1%) และโดยรวมแล้ว

นักท่องเที่ยวพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (94.7%) (ตารางที่ ก-2) สิ่งที่คาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยว คือ ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดีอากาศสดชื่น (31%) ความสมบูรณ์และความสวยงามของธรรมชาติ (17%) ได้รับความรู้ด้านข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวนี้ (16%) อื่นๆ (14%) ได้รับความรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว (9%) ความสะอาดปลอดภัยของสถานที่ (7%) เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตรมีความเป็นกันเอง (6%) (ภาพที่ ก-7) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการความสวยงามทำให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมแสวงหาสร้างสรรค์และบำรุงรักษาสสิ่งแวดล้อม ชื่นชมสิ่งสวยงามที่เป็นธรรมชาติ และ ศิลปะ ตามรสนิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ตารางที่ ก-1: เหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรดิตถ์

ข้อคำถาม	ความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ	4.0	80.2	เห็นด้วย
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.3	67.8	เห็นด้วย
3. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	4.5	91.4	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. อาหารมีรสชาติดี	3.8	77	เห็นด้วย
5. สินค้าและของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.6	72.2	เห็นด้วย
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาไม่แพง	3.7	74.6	เห็นด้วย
7. สามารถใช้บัตรเครดิตในการใช้จ่ายสินค้าได้	2.6	53.2	เห็นด้วยปานกลาง
8. ประชาชนมีน้ำใจและอัธยาศัยดี	3.8	76.2	เห็นด้วย
9. มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ	4.1	82.8	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
10. มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ	4.4	89.2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
11. มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์	4.1	82.2	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
12. มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์	3.9	78.2	เห็นด้วย
13. มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์	3.3	66.2	เห็นด้วย
14. มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ	3.9	78.2	เห็นด้วย
15. ไม่แออัดและวุ่นวาย	3.2	64.4	เห็นด้วย
16. ท่านสามารถผจญภัยได้	3.6	72.2	เห็นด้วย
17. ท่านสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	3.3	67	เห็นด้วย

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับ กำหนดช่วงคะแนนเป็นดังนี้

คะแนน	ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	4.01 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	3.01– 4.00	เห็นด้วย
3	2.01– 3.00	เห็นด้วยปานกลาง
2	1.01 – 2.00	ไม่เห็นด้วย
1	0.00 – 1.00	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ ก-2: สิ่งที่คาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดอุดรดิตถ์

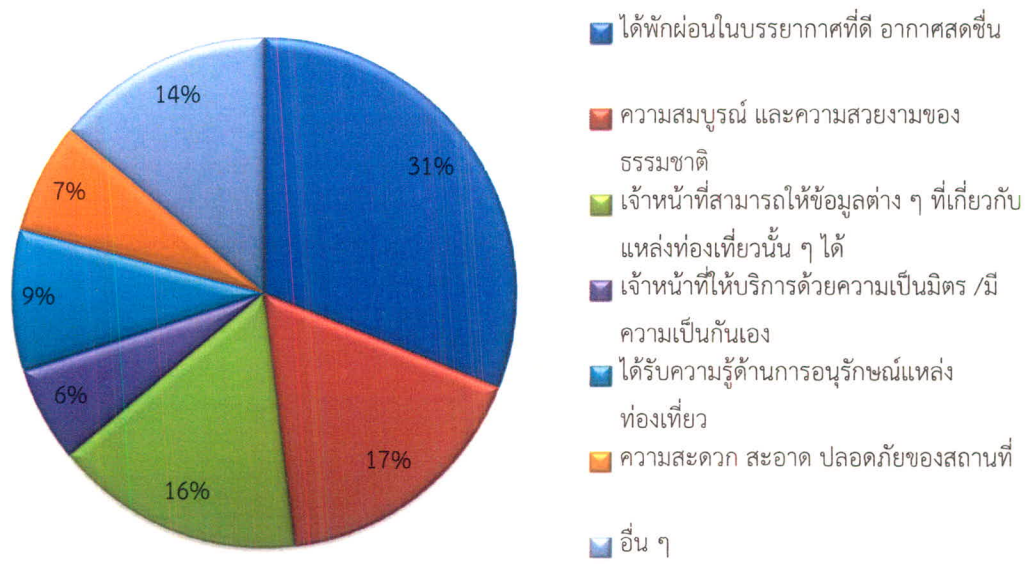
ข้อคำถาม	ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1.1 การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวก/ปลอดภัย	3.9	77.4	พอใจ
1.2 การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	3.2	64.2	พอใจ
1.3 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย	3.3	65.2	พอใจ
1.4 มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน	3.5	69.6	พอใจ
1.5 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวน เพียงพอ/ราคาเหมาะสม/ความสะอาด/คุณภาพ อาหาร	3.0	59.4	เฉย ๆ
1.6 การสื่อความหมายต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนี้ เช่น ป้าย/สัญลักษณ์/การให้ความรู้ เอกสารแผ่นพับ	3.1	61.2	พอใจ
1.7 สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า,น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี	3.6	72.8	พอใจ
1.8 การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณ แหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด/สวยงาม,การตกแต่ง ด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับ	4.6	91.8	พอใจมาก

ข้อคำถาม	ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
ธรรมชาติ,การดูแลความปลอดภัย,การให้ข้อมูล-ความรู้,สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)			
1.9 ในโรงแรมหรือบ้านพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกอุปกรณ์เครื่องใช้ และความสะดวกดี (กรณีนักท่องเที่ยวพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว)	4.5	90.2	พอใจมาก
รวม	3.6	72.4	พอใจ
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ			
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร	3.6	72	พอใจ
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	3.3	65.6	พอใจ
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.3	66.2	พอใจ
2.4 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี	3.6	72.2	พอใจ
รวม	3.5	69.0	พอใจ
3. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ			
3.1 การให้บริการเป็นระยะและเป็นขั้นตอน	3.8	76.0	พอใจ
3.2 มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	3.6	72.0	พอใจ
3.3 มีการให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง ยุติธรรม	4.6	92.4	พอใจมาก
3.4 มีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากร หรือป้ายประกาศหรืออื่นๆ) อย่างชัดเจน	4.2	84.0	พอใจมาก
รวม	4.1	81.1	พอใจมาก
4. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	4.7	94.6	พอใจมาก

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับ กำหนดช่วงคะแนนเป็นดังนี้

คะแนน	ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	4.01 – 5.00	พอใจมาก
4	3.01– 4.00	พอใจ

3	2.01– 3.00	เฉย ๆ
2	1.01 – 2.00	ไม่ค่อยพอใจ
1	0.00 – 1.00	ไม่พอใจมาก



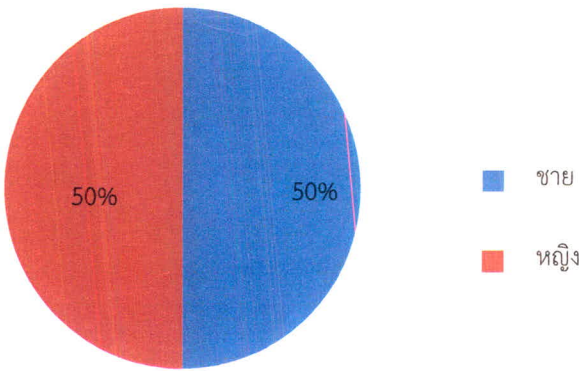
ภาพ ก-7 สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรดิตถ์

การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการในจังหวัดแพร่

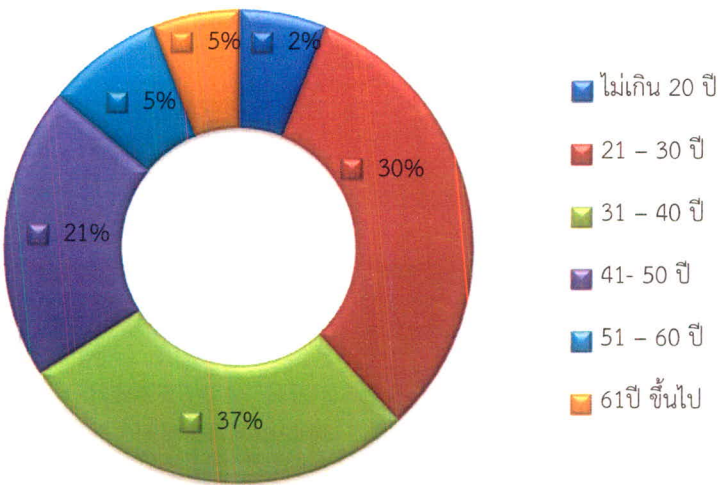
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่ เป็นเพศชายและเพศหญิงในจำนวนที่เท่ากัน (50%) (ภาพที่ ข-1) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี (37%) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 21 - 30 ปี (30%) ช่วงอายุ 41 - 50 ปี (21%) ช่วงอายุ 51 - 60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป (5%) และอายุไม่เกิน 20 ปี มีนักท่องเที่ยวปริมาณน้อยที่สุด (2%) (ภาพที่ ข-2) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่ ส่วนใหญ่อยู่ในสถานะแต่งงาน (53%) รองลงมาคือสถานะโสด (44%) และสถานะอื่นๆ น้อยที่สุด (3%) (ภาพที่ ข-3) อาชีพของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท (37%) รองลงมาประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (27%) ธุรกิจส่วนตัว (15%) นักเรียน/นักศึกษา (12%) อาชีพอื่น ๆ (8%) และน้อยที่สุดรับจ้างทั่วไป (1%) (ภาพที่ ข-4) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท (47%) รองลงมาได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท (17%) 15,001 - 20,000 บาท และ 5,001 - 10,000 บาท (14%) และน้อยที่สุดรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท (8%) (ภาพที่ ข-5) ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาที่ภาคกลาง (50%) รองลงมาคือภาคเหนือ (28%) ภาคตะวันออก และภาคใต้ (8%) ภาคตะวันตก (4%) และน้อยที่สุดคือ ภาคอีสาน (ตะวันออกเฉียงเหนือ) (2%) (ภาพที่ ข-6) กล่าวโดยสรุปตัวแปรด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับรายได้ และอาชีพ มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวผู้ที่มิแนวนิยม

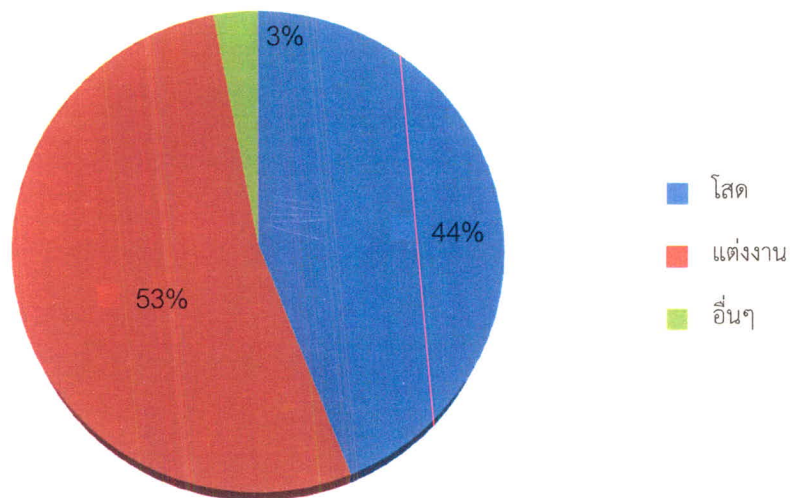
ที่จะเดินทางได้บ่อย คือ ผู้มีรายได้สูง ครอบครัวมีขนาดเล็ก มีงานทำ และมีอายุน้อยกว่า 45 ปี (Nicolau and Mass, 2005) นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยให้ความสำคัญกับควมมีประสิทธิภาพของธุรกิจการจ้ดนำเที่ยวมาก โดยพยายามซื้อบริการจ้ดนำเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง (Ryan and Cliff, 1997)



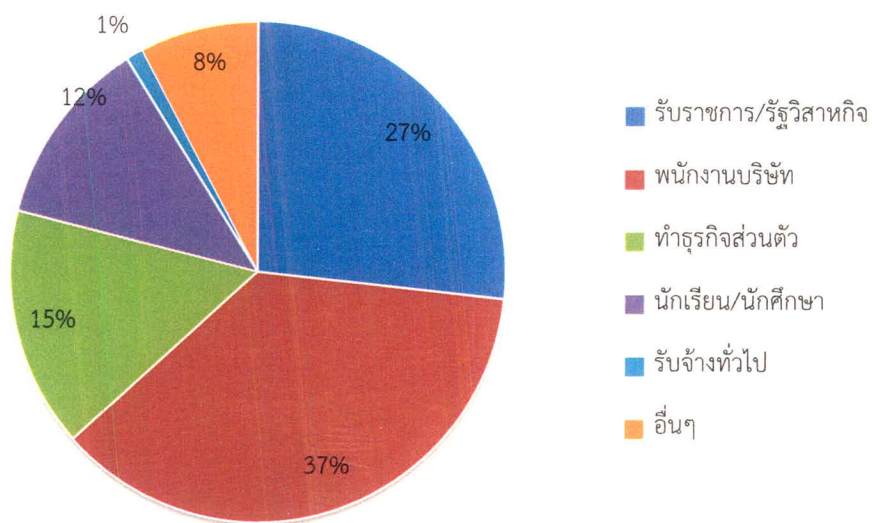
ภาพ ข-1 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดแพร่



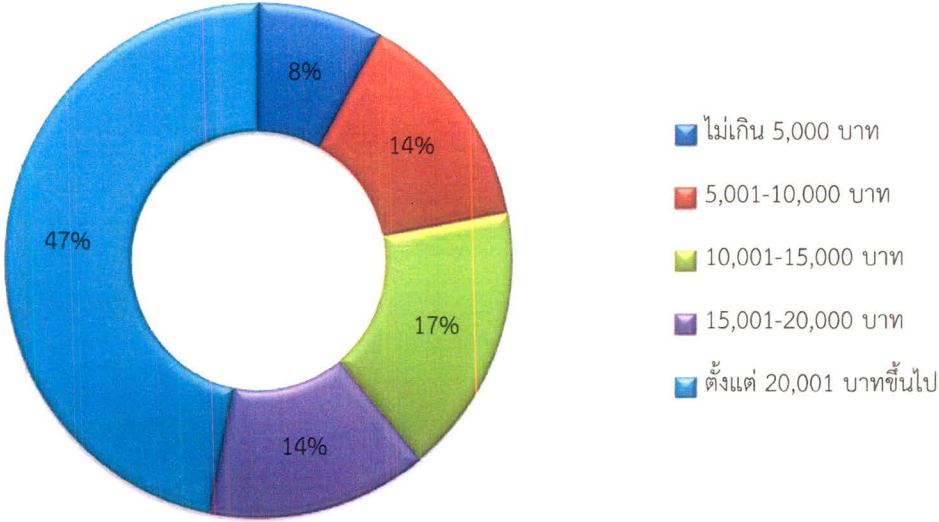
ภาพ ข-2 อายุของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดแพร่



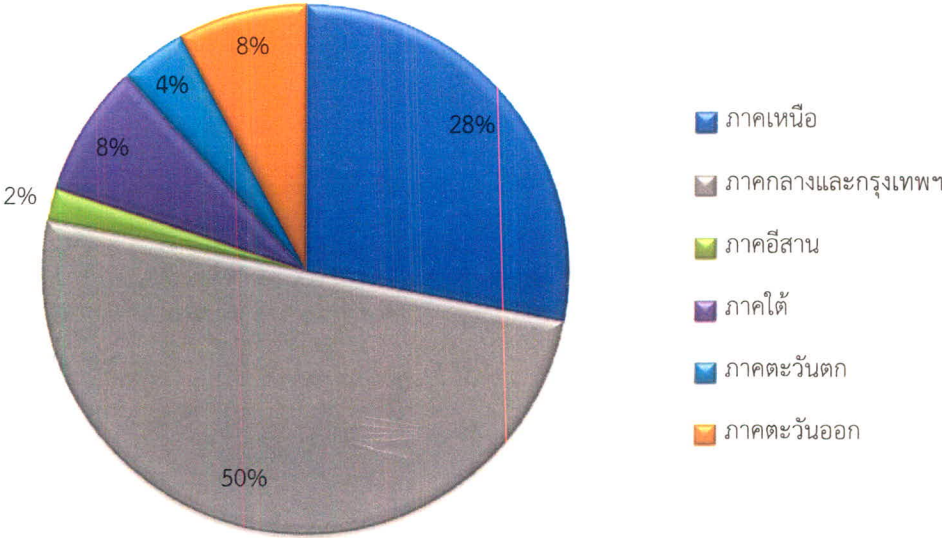
ภาพ ข-3 สถานะของนักท่องเที่ยวกจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดแพร่



ภาพ ข-4 อาชีพของนักท่องเที่ยวกจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดแพร่



ภาพ ข-5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดแพร่



ภาพ ข-6 แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดแพร่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวที่จังหวัดแพร่ คือ มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (92%) รองลงมา แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงอยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (86%) แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (84%) ประชาชนมีน้ำใจและอัธยาศัยดี อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (82%) มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (80.%) มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (76%) สินค้าและของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (72%) มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (70%) มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ และมีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (68%) อาหารมีรสชาติดี อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (64%) ท่านสามารถพจญภัยได้อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง (58%) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาไม่แพง อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง (56%) ไม่อึดอัดและร่วนวาย อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง (54%) สามารถใช้บัตรเครดิตในการใช้จ่ายสินค้าได้ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง (54%) (ตารางที่ ข-1) สิ่งที่คาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับความพึงพอใจ (74.9%) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจ (72%) ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจ (72%) และโดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (84%) (ตารางที่ ข-2) สิ่งที่คาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยว คือ ความสมบูรณ์และความสวยงามของธรรมชาติ (26%) ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดีอากาศสดชื่น (25%) เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้ (13%) ความสะอาดปลอดภัยของสถานที่ (12%) ได้รับความรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ให้บริการความเป็นมิตรมีความเป็นกันเอง (10%) และอื่นๆ (4%) (ภาพที่ ข-7)

ตารางที่ ข-1 : เหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวที่จังหวัดแพร่

ข้อคำถาม	ความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ	4.2	84	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3.8	76	เห็นด้วย
3. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	4.3	86	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. อาหารมีรสชาติดี	3.2	64	เห็นด้วย
5. สินค้าและของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.6	72	เห็นด้วย
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาไม่แพง	2.8	56	เห็นด้วยปานกลาง

ข้อคำถาม	ความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
7. สามารถใช้บัตรเครดิตในการใช้จ่ายสินค้าได้	2.4	48	เห็นด้วยปานกลาง
8. ประชาชนมีน้ำใจและอัธยาศัยดี	4.1	82	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
9. มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ	3.5	70	เห็นด้วย
10. มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ	3.4	68	เห็นด้วย
11. มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์	4.0	80	เห็นด้วย
12. มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์	3.4	68	เห็นด้วย
13. มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์	3.8	76	เห็นด้วย
14. มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ	4.6	92	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
15. ไม่แออัดและวุ่นวาย	2.7	54	เห็นด้วยปานกลาง
16. ท่านสามารถพจญภัยได้	2.9	58	เห็นด้วยปานกลาง
17. ท่านสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	3.6	72	เห็นด้วย

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับ กำหนดช่วงคะแนนเป็นดังนี้

คะแนน	ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	4.01 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	3.01– 4.00	เห็นด้วย
3	2.01– 3.00	เห็นด้วยปานกลาง
2	1.01 – 2.00	ไม่เห็นด้วย
1	0.00 – 1.00	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ ข-2 : สิ่งที่คาดหวังที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดแพร่

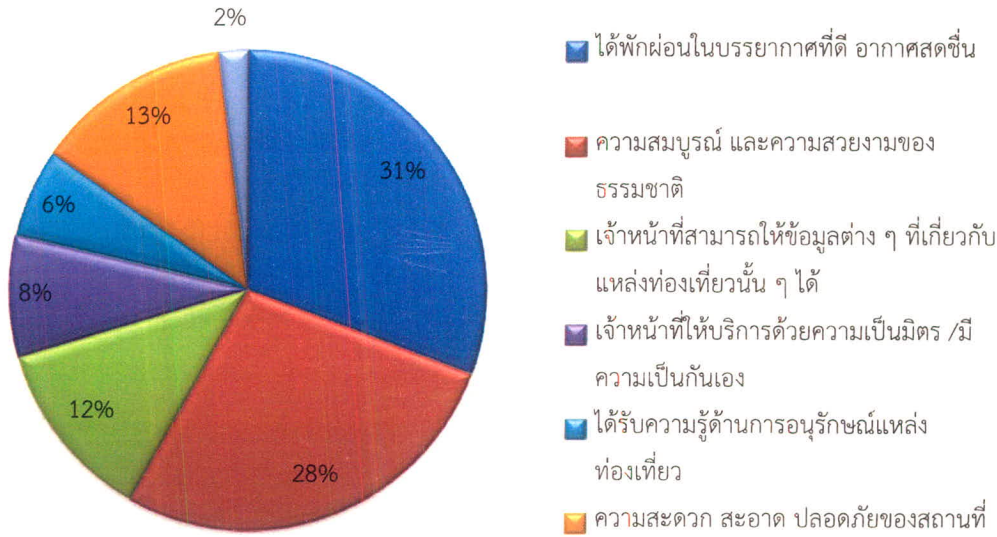
ข้อคำถาม	ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1.1 การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้มีความสะดวก/ปลอดภัย	3.6	72	พอใจ
1.2 การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	3.7	74	พอใจ
1.3 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก	3.5	70	พอใจ

ข้อคำถาม	ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
ปลอดภัย			
1.4 มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน	3.2	64	พอใจ
1.5 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/ความสะอาด/คุณภาพอาหาร	3.8	76	พอใจ
1.6 การสื่อความหมายต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนี้ เช่น ป้าย/สัญลักษณ์/การให้ความรู้ เอกสารแผ่นพับ	4.0	80	พอใจ
1.7 สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี	3.4	68	พอใจ
1.8 การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด/สวยงาม, การตกแต่งด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ, การดูแลความปลอดภัย, การให้ข้อมูล-ความรู้, สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)	4.2	84	พอใจมาก
1.9 ในโรงแรมหรือบ้านพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องใช้ และความสะอาดดี (กรณีนักท่องเที่ยวพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว)	4.3	86	พอใจมาก
รวม	3.7	74.9	พอใจ
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ			
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร	3.2	64	พอใจ
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	3.4	68	พอใจ
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.6	72	พอใจ
2.4 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี	4.2	84	พอใจมาก
รวม	3.6	72	พอใจ
3. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ			
3.1 การให้บริการเป็นระยะและเป็นขั้นตอน	2.9	58	เฉย ๆ

ข้อคำถาม	ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
3.2 มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	3.4	68	พอใจ
3.3 มีการให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง ยุติธรรม	3.8	76	พอใจ
3.4 มีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากร หรือป้าย ประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน	4.3	86	พอใจมาก
รวม	3.6	72	พอใจ
4. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้ บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	4.2	84	พอใจมาก

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับ กำหนดช่วงคะแนนเป็นดังนี้

คะแนน	ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	4.01 – 5.00	พอใจมาก
4	3.01– 4.00	พอใจ
3	2.01– 3.00	เฉย ๆ
2	1.01 – 2.00	ไม่ค่อยพอใจ
1	0.00 – 1.00	ไม่พอใจมาก

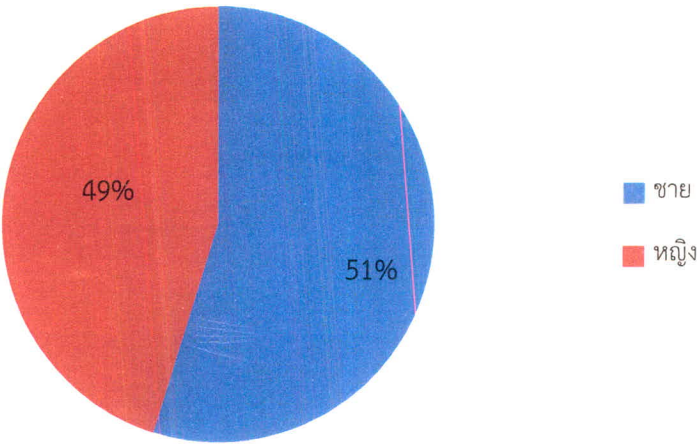


ภาพ ข-7 สิ่งที่น่าท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่

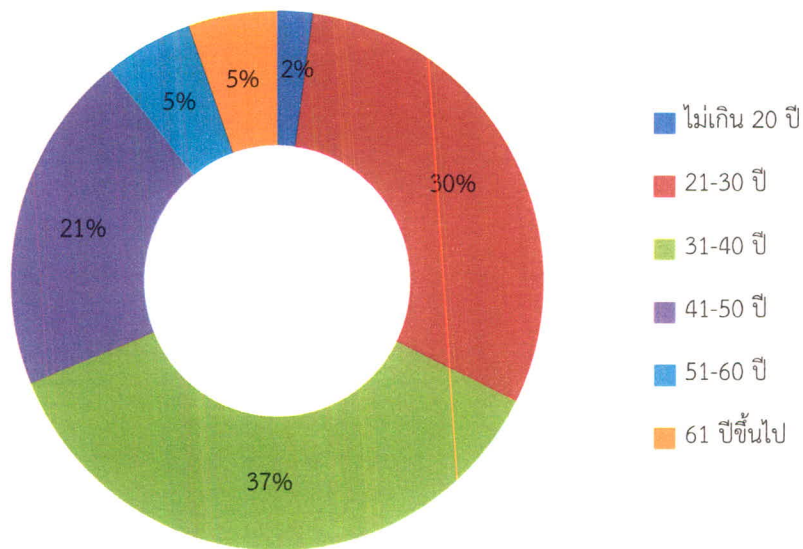
การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการในจังหวัดน่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

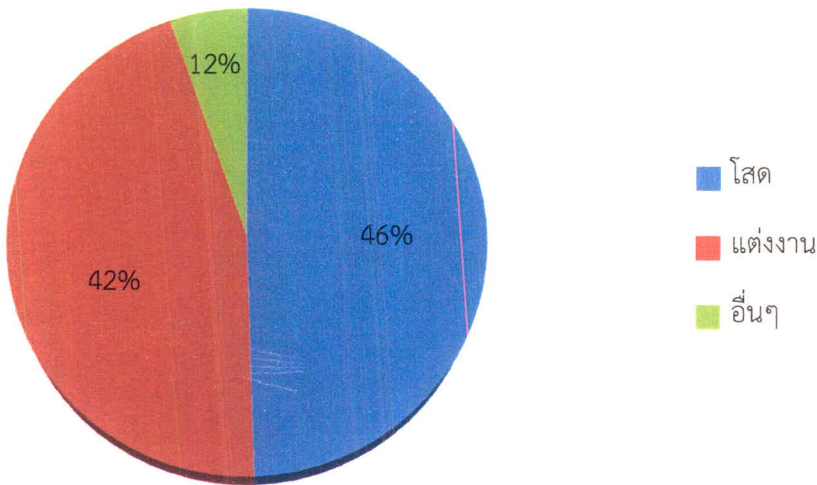
เพศของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดน่าน เป็นเพศชาย (51%) มากกว่าเพศหญิง (49%) (ภาพที่ ค-1) ช่วงอายุของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน มากที่สุดคือช่วงอายุ 31 - 40 ปี (37%) รองลงมาคือช่วงอายุ 21 - 30 ปี (30%) ช่วงอายุ 41 - 50 ปี (21%) ช่วงอายุ 51 - 60 ปี และช่วงอายุ 61 ปี ขึ้นไป (5%) และช่วงอายุที่เข้ามาท่องเที่ยวน้อยที่สุดอายุไม่เกิน 20 ปี (2%) (ภาพที่ ค-2) สถานะของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมากที่สุดคือ สถานะโสด (46%) รองลงมาคือ สถานะแต่งงาน 42% และน้อยที่สุดคือสถานะ อื่นๆ (12%) (ภาพที่ ค-3) อาชีพของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมากที่สุดคืออาชีพ พนักงานบริษัท (37%) รองลงมาคือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (27%) อาชีพรกรกิจส่วนตัว (15%) นักเรียน/นักศึกษา (12%) อาชีพ อื่นๆ (8%) และน้อยที่สุดคือ อาชีพรับจ้างทั่วไป (1%) (ภาพที่ ค-4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดน่าน รายได้ที่นักท่องเที่ยวเข้ามามากที่สุดในจังหวัดน่านคือ มากกว่า 20,000 บาท (51%) รองลงมาคือ 15,001 - 20,000 บาท (18%) 10,001 - 15,000 บาท (11 %) ไม่เกิน 5,000 บาท (8%) ไม่ระบุรายได้ (7%) และน้อยที่สุดคือ 5,001 - 10,000 บาท (5%) (ภาพที่ ค-5) ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาที่ภาคกลาง (40%) รองลงมาคือภาคเหนือ (35%) ภาคใต้ (10%) ภาคตะวันออก (7%) ภาคอีสาน (ตะวันออกเฉียงเหนือ) (5%) และน้อยที่สุดคือ ภาคตะวันตก (3%) (ภาพที่ ค-6) โดยกล่าวว่าตัวแปรด้านเพศชาย สถานภาพ ระดับรายได้ และอาชีพมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยผู้ที่มีแนวโน้มในการเดินทางท่องเที่ยว ต่อผู้ที่มีรายได้สูง ครอบครัวมีขนาดเล็กมีงานทำและมีอายุน้อยกว่า 45 ปี (Nicolau and Mass, 2005)



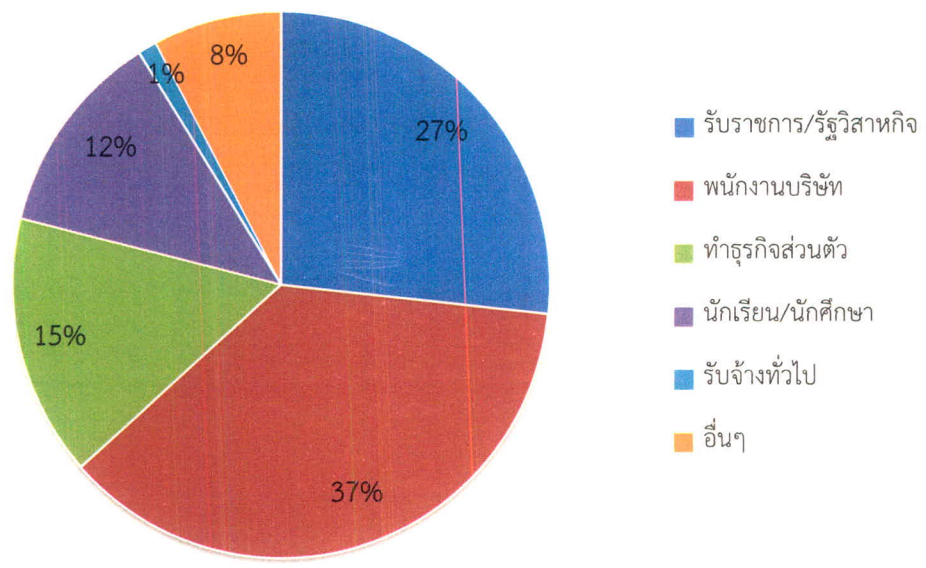
ภาพ ค-1 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดน่าน



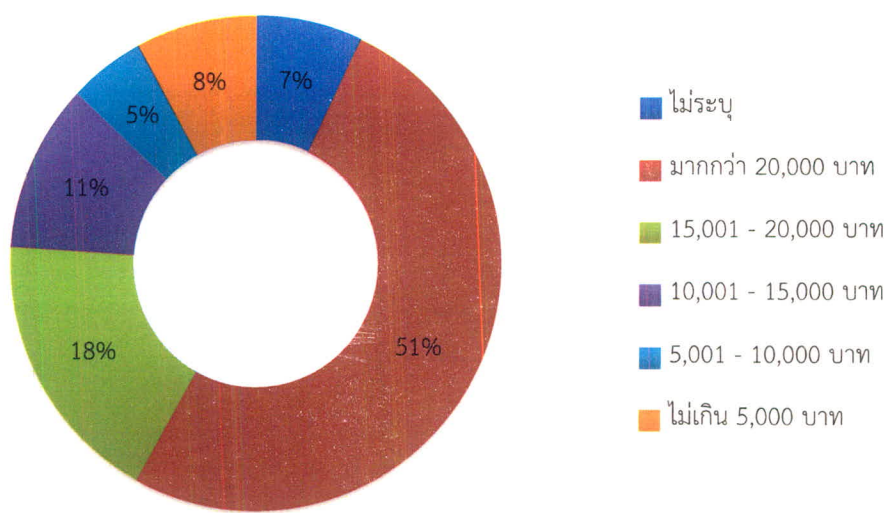
ภาพ ค-2 อายุของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดน่าน



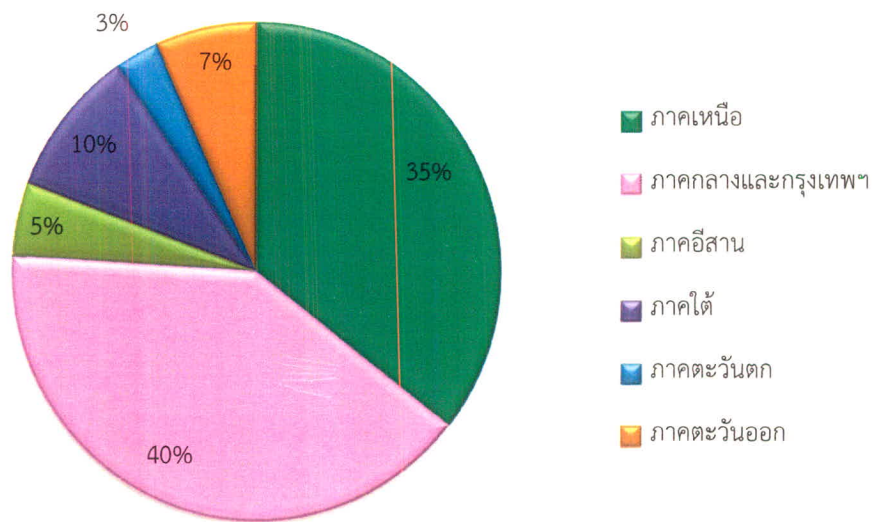
ภาพ ค-3 สถานะของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดน่าน



ภาพ ค-4 อาชีพของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดน่าน



ภาพ ค-5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดน่าน



ภาพ ค-6 แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดน่าน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

โดยจังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่อยู่ปลายทางมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและเป็นจังหวัดที่มีสิ่งสวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ตามความต้องการความสวยงามทำให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมแสวงหา สรรสร้าง และบำรุงรักษาสีที่สวยงาม ขึ้นชมสิ่งสวยงามทั้งที่เป็นธรรมชาติและศิลปะตามธรรมชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่เคยมาเที่ยวจังหวัดน่าน เนื่องจากเป็นจังหวัดที่เพิ่งมีการเปิดตัวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการความปลอดภัย ได้แก่ ความปลอดภัยของร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน บรรดาผู้ที่อยู่ในสังคมที่เป็นระเบียบและสามารถคาดหมายได้ เหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน คือมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจอยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (92%) รองลงมา คือ มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (90%) มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (84%) มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (80%) มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (78%) มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (76%) แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (74%) แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (72%) ท่านสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (68%) ไม่อึดอัดและวุ่นวาย อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย 66%) อาหารมีรสชาติดีและประชาชนมีน้ำใจและอัธยาศัยดี อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (64%) สินค้าและของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วย (62%) มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง (60%) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมี

ราคาไม่แพง อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง (56%) ท่านสามารถผจญภัยได้ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง (54%) และสามารถใช้บริการเครดิตในการใช้จ่ายสินค้าได้ อยู่ในระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง (48%) (ตารางที่ ค-1) สิ่งที่คุณคาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับความพึงพอใจ (71.6%) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจ (69%) ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจ (64.5%) และโดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวพอใจต่อการมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดน่าน อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (86%) (ตารางที่ ค-2) สิ่งที่คุณคาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยว คือ ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น (31%) รองลงมาคือ ความสมบูรณ์และความสวยงามของธรรมชาติ (28%) ความสะอาดสะอาดปลอดภัยของสถานที่ (13%) เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้ (12%) เจ้าหน้าที่ให้บริการความเป็นมิตรมีความเป็นกันเอง (8%) ได้รับความรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว (6%) และอื่นๆ (2%) (ภาพที่ ค-7)

ตารางที่ ค-1 : เหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวที่จังหวัดน่าน

ข้อคำถาม	ความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ	3.6	72	เห็นด้วย
2. มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย	4.2	84	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	3.7	74	เห็นด้วย
4. อาหารมีรสชาติดี	3.2	64	เห็นด้วย
5. สินค้าและของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.1	62	เห็นด้วย
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีราคาไม่แพง	2.8	56	เห็นด้วยปานกลาง
7. สามารถใช้บัตรเครดิตในการใช้จ่ายสินค้าได้	2.4	48	เห็นด้วยปานกลาง
8. ประชาชนมีน้ำใจและอัธยาศัยดี	3.2	64	เห็นด้วย
9. มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ	4.6	92	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
10. มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ	4.0	80	เห็นด้วย
11. มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์	4.5	90	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
12. มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์	3.8	76	เห็นด้วย
13. มีสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์	3.0	60	เห็นด้วยปานกลาง
14. มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ	3.9	78	เห็นด้วย
15. ไม่แออัดและวุ่นวาย	3.3	66	เห็นด้วย
16. ท่านสามารถผจญภัยได้	2.7	54	เห็นด้วยปานกลาง
17. ท่านสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	3.4	68	เห็นด้วย

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับ กำหนดช่วงคะแนนเป็นดังนี้

คะแนน	ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	4.01 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	3.01– 4.00	เห็นด้วย
3	2.01– 3.00	เห็นด้วยปานกลาง
2	1.01 – 2.00	ไม่เห็นด้วย
1	0.00 – 1.00	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ ค-2 : สิ่งที่คาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยวจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการในจังหวัดน่าน

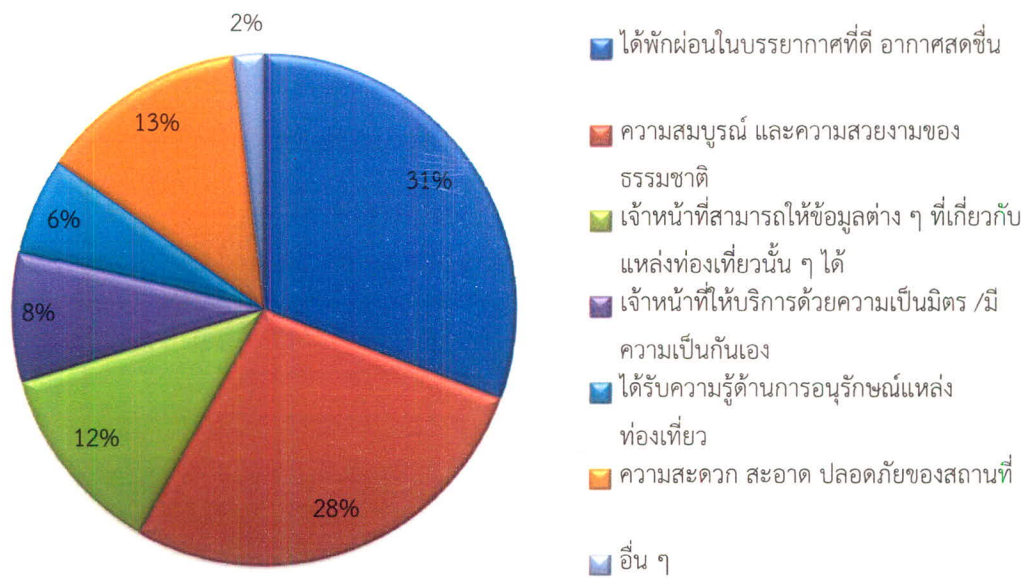
ข้อคำถาม	ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
1.1 การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก/ปลอดภัย	3.8	76	พอใจ
1.2 การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	3.3	66	พอใจ
1.3 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย	3.6	72	พอใจ
1.4 มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน	3.6	72	พอใจ
1.5 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/ความสะอาด/คุณภาพอาหาร	3.0	60	เฉย ๆ
1.6 การสื่อความหมายต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย/สัญลักษณ์/การให้ความรู้ เอกสารแผ่นพับ	3.2	64	พอใจ
1.7 สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี	2.9	58	เฉย ๆ
1.8 การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด/สวยงาม, การตกแต่งด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ, การดูแลความปลอดภัย, การให้ข้อมูล-	4.3	86	พอใจมาก

ข้อคำถาม	ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ร้อยละ	เกณฑ์
ความรู้,สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)			
1.9 ในโรงแรมหรือบ้านพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องใช้ และความสะอาดดี (กรณีนักท่องเที่ยวพักค้างแรมในแหล่งท่องเที่ยว)	4.5	90	พอใจมาก
รวม	3.6	71.6	พอใจ
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ			
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพเป็นมิตร	3.0	60	เฉย ๆ
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	3.4	68	พอใจ
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.6	72	พอใจ
2.4 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี	3.8	76	พอใจ
รวม	3.5	69	พอใจ
3. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ			
3.1 การให้บริการเป็นระยะและเป็นขั้นตอน	3.1	62	พอใจ
3.2 มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	2.9	58	เฉย ๆ
3.3 มีการให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง ยุติธรรม	3.7	74	พอใจ
3.4 มีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากร หรือป้าย ประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน	3.2	64	พอใจ
รวม	3.2	64.5	พอใจ
4. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการมาใช้ บริการแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้มากน้อยแค่ไหน	4.3	86	พอใจมาก

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับ กำหนดช่วงคะแนนเป็นดังนี้

คะแนน	ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	4.01 – 5.00	พอใจมาก
4	3.01– 4.00	พอใจ
3	2.01– 3.00	เฉย ๆ

2	1.01 – 2.00	ไม่ค่อยพอใจ
1	0.00 – 1.00	ไม่พอใจมาก

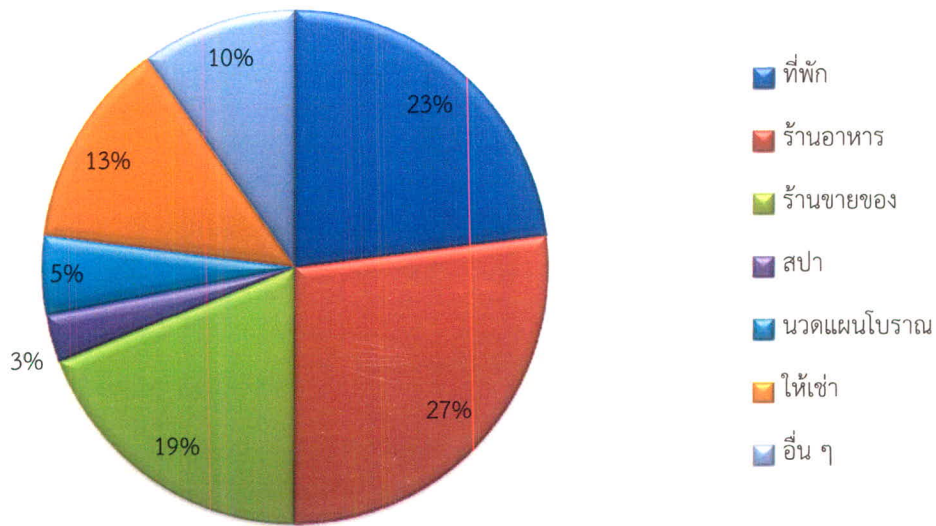


ภาพ ค-7 สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน

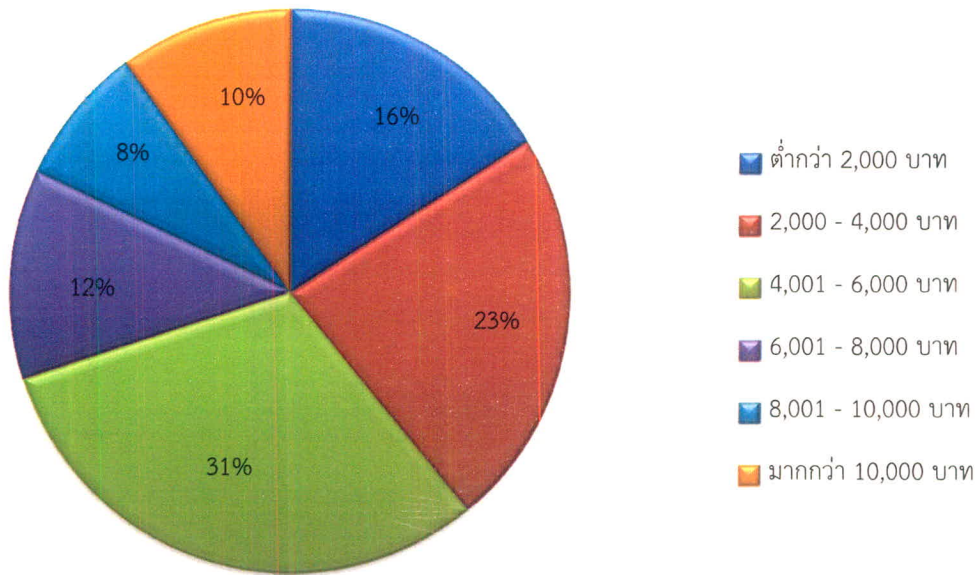
อุปทานของการท่องเที่ยว

การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการบริการในจังหวัดอุดรธานี

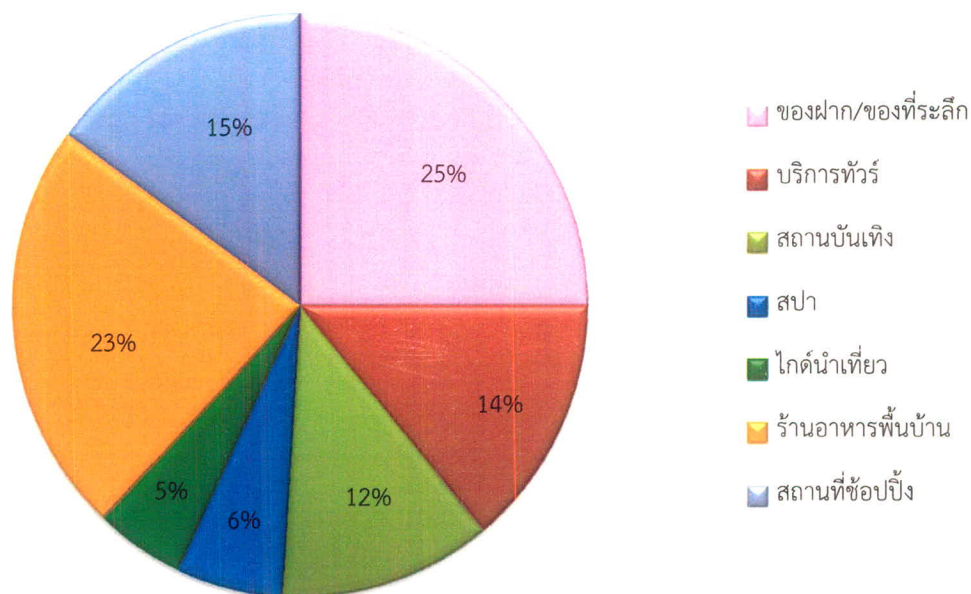
ธุรกิจส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรธานี คือ ประกอบธุรกิจร้านอาหาร (27%) รองลงมา คือ ที่พัก (23%) ร้านขายของ (19%) ร้านให้เช่า (13%) อื่น ๆ (10%) แนวแผนโบราณ (5%) และน้อยที่สุด คือ สปา (3%) (ภาพ ก-8) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสินค้า/บริการต่อการมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายประมาณ 4,001-6,000 บาท (31%) รองลงมาคือ 2,000-4,000 บาท (23%) ต่ำกว่า 2,000 บาท (16%) 6,001-8,000 บาท (12%) มากกว่า 10,000 บาท (10%) และ 8,001-10,000 บาท (8%) (ภาพ ก-9) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อสินค้า/บริการที่นักท่องเที่ยวสอบถามเพิ่มเติมมากที่สุด คือ ของฝาก/ของที่ระลึก (25%) รองลงมา คือ ร้านอาหารพื้นบ้านของจังหวัดอุดรธานี (23%) สถานที่ช้อปปิ้ง เดินเที่ยวซื้อของ (15%) บริการทัวร์/โปรแกรมการท่องเที่ยว (14%) สถาบันทิง (12%) สปา (6%) และไกด์นำเที่ยว (5%) (ภาพ ก-10) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงวันในสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ (41%) วันหยุดสุดสัปดาห์ (วันเสาร์-อาทิตย์) (35%) และวันทำงาน (วันจันทร์-ศุกร์) (24%) (ภาพ ก-11) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ เดือนธันวาคม (22%) รองลงมาคือ เดือนมกราคม (18%) เดือนกุมภาพันธ์ (12%) เดือนพฤศจิกายน (11%) เดือนตุลาคม (8%) เดือนมีนาคม (7%) เดือนเมษายน (6%) เดือนกรกฎาคม (5%) เดือนสิงหาคม (4%) เดือนพฤษภาคม (3%) น้อยที่สุดคือช่วงเดือนมิถุนายนและเดือนกันยายน (2%) (ภาพ ก-12) จะเห็นว่าในช่วงเดือนพฤษภาคม-กันยายน มีนักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการน้อย เนื่องจากเป็นช่วงของฤดูฝน จึงไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา มากนักความต้องการของผู้ประกอบการที่อยากให้หน่วยงานทางภาครัฐเข้ามาช่วยฝึกอบรมให้แก่พนักงานมากที่สุดคือ การดูแลที่พัก (23%) รองลงมาคือการดูแลความสะอาดของร้านอาหาร (20%) อบรมภาษาอังกฤษ (13%) ทักษะการให้บริการและการวางแผนโบราณ (11%) การจัดการร้านค้าอย่างง่าย (9%) การทำบัญชีอย่างง่าย (8%) และอื่น ๆ (5%) (ภาพ ก-13)



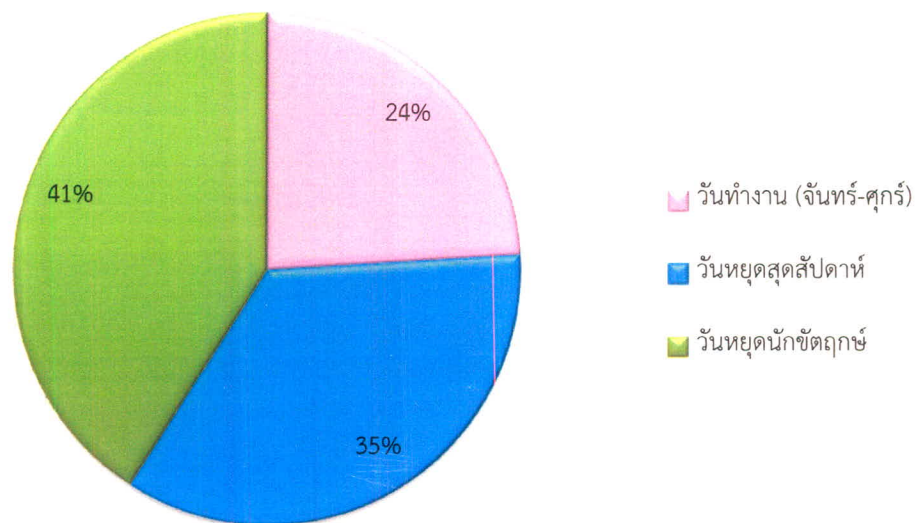
ภาพ ก-8 ธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดอุตรดิตถ์



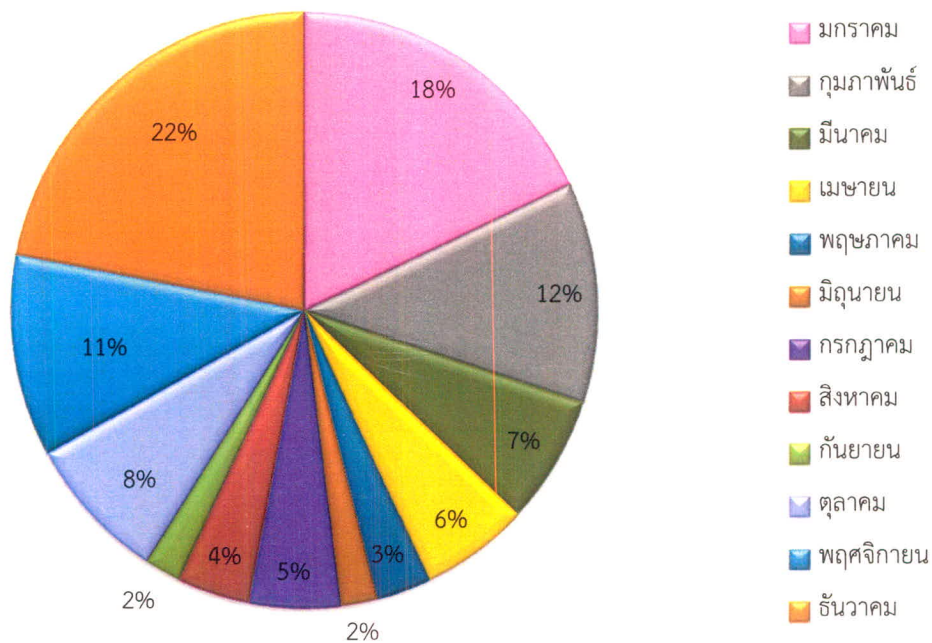
ภาพ ก-9 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายซื้อสินค้า/บริการต่อการมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง
ในจังหวัดอุตรดิตถ์



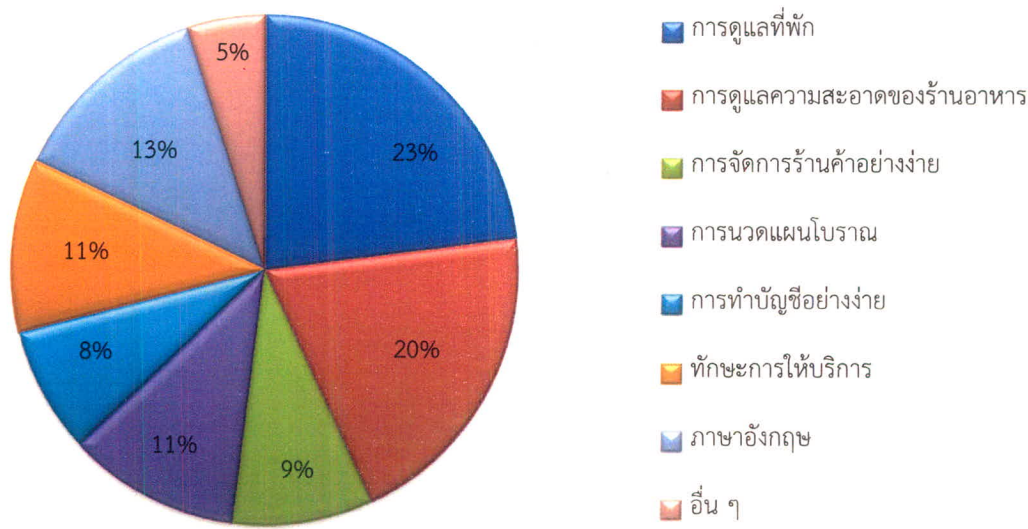
ภาพ ก-10 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อสินค้า/บริการนักท่องเที่ยวสอบถามเพิ่มเติมในจังหวัดอุดรดิษฐ์



ภาพ ก-11 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงวันในสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุด ในจังหวัดอุดรดิษฐ์



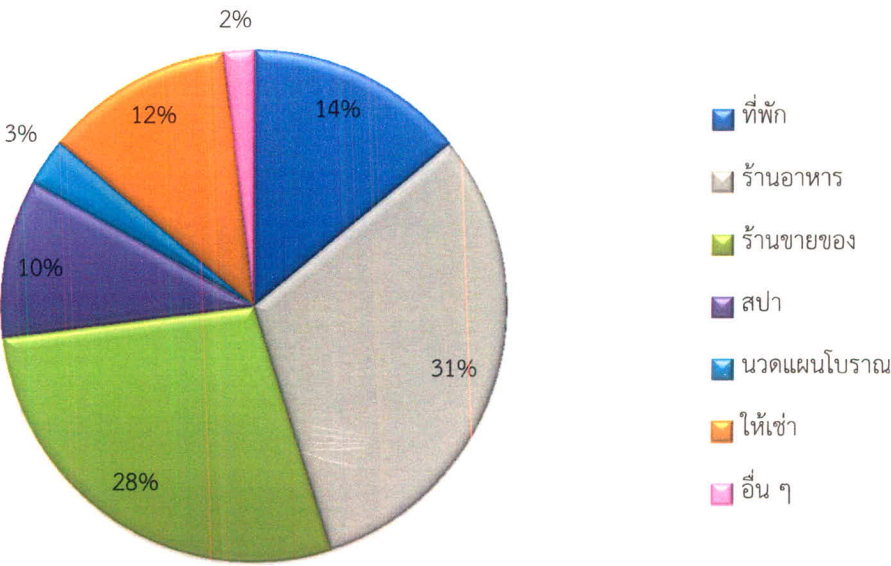
ภาพ ก-12 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุด ในจังหวัดอุดรดิตถ์



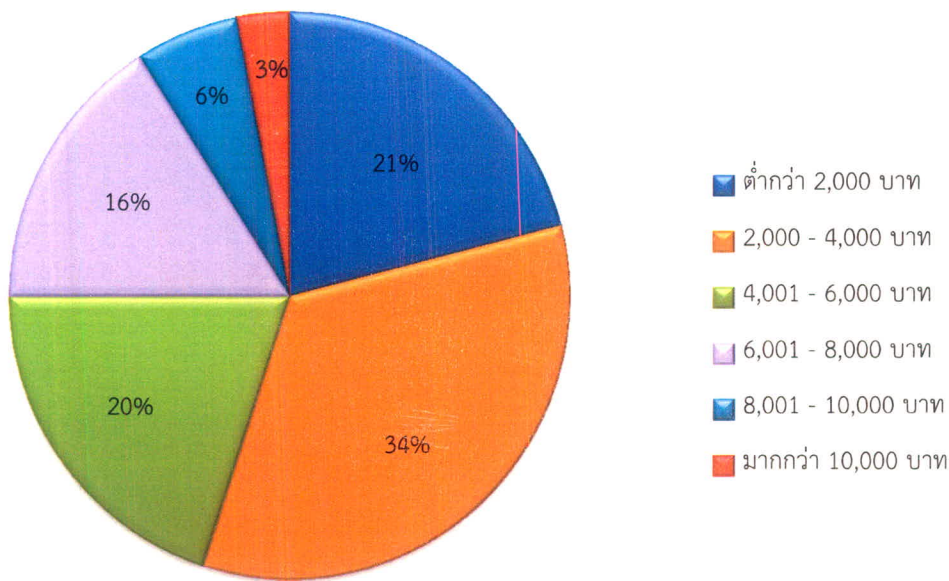
ภาพ ก-13 ความต้องการของผู้ประกอบการที่อยากให้หน่วยงานทางภาครัฐเข้ามาช่วยฝึกอบรมให้แก่พนักงานในจังหวัดอุดรดิตถ์

การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการบริการในจังหวัดแพร่

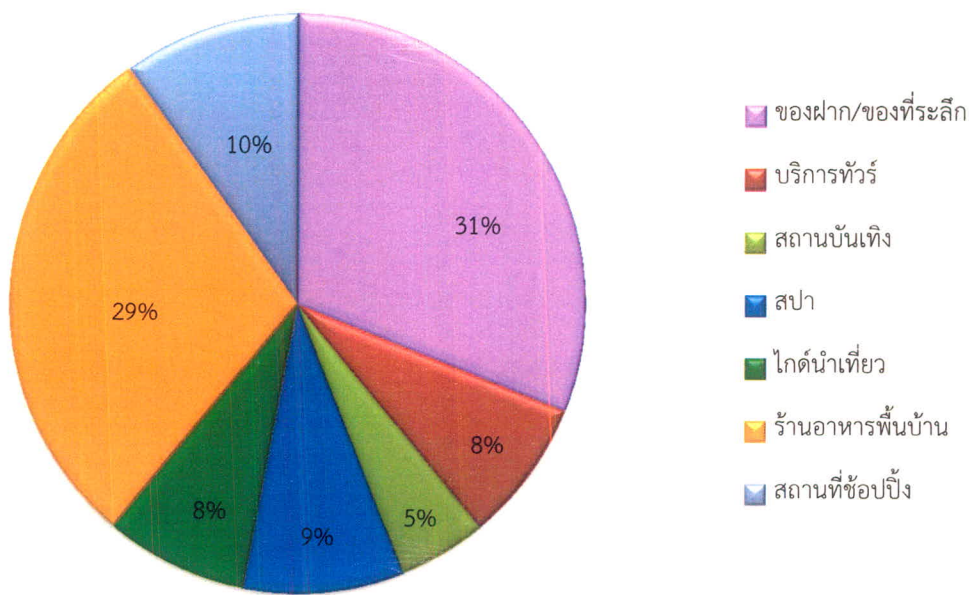
ธุรกิจส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการในจังหวัดแพร่ คือ ประกอบธุรกิจร้านอาหาร (31%) รองลงมา คือ ร้านขายของ (28%) ที่พัก (14%) บริการให้เช่า (12%) สปา (10%) บริการนวดแผนโบราณ (3%) และอื่น ๆ (2%) (ภาพ ข-8) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสินค้า/บริการต่อการมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายประมาณ 2,000-4,000 บาท (34%) รองลงมาคือ ต่ำกว่า 2,000 บาท (21%) 4,000-6,000 บาท (20%) 6,001-8,000 บาท (16%) 8,001-10,000 บาท (6%) และมากกว่า 10,000 บาท (3%) (ภาพ ข-9) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อสินค้า/บริการที่นักท่องเที่ยวสอบถามเพิ่มเติมมากที่สุด คือ ของฝาก/ของที่ระลึก (31%) รองลงมาคือ ร้านอาหารพื้นเมือง (29%) สถานที่ช้อปปิ้ง/เดินเที่ยว (10%) สปา (9%) บริการทัวร์ และไกด์นำเที่ยว (8%) และสถานบันเทิง (5%) (ภาพ ข-10) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงวันในสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (วันเสาร์-อาทิตย์) (43%) วันหยุดนักขัตฤกษ์ (39%) และวันทำงาน (วันจันทร์-ศุกร์) (18%) (ภาพ ข-11) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือในช่วงเดือนธันวาคม (25%) รองลงมาคือ เดือนพฤศจิกายน (15%) เดือนกุมภาพันธ์ (11%) เดือนเมษายน (10%) เดือนมกราคม และเดือนมีนาคม (9%) เดือนตุลาคม (6%) เดือนกันยายน (5%) เดือนกรกฎาคม (4%) เดือนพฤษภาคม (3%) เดือนสิงหาคม (2%) และเดือนมิถุนายน (1%) (ภาพ ข-12) ความต้องการของผู้ประกอบการที่อยากให้หน่วยงานทางภาครัฐเข้ามาช่วยฝึกอบรมให้แก่พนักงานมากที่สุดคือ การดูแลความสะอาดของร้านอาหาร (23%) รองลงมาคือ อบรมภาษาอังกฤษ (21%) การดูแลที่พัก (16%) ทักษะการให้บริการ (13%) การทำบัญชีอย่างง่ายและการจัดการร้านค้าอย่างง่าย (9%) การนวดแผนโบราณ (5%) และอื่น ๆ (4%) (ภาพ --13)



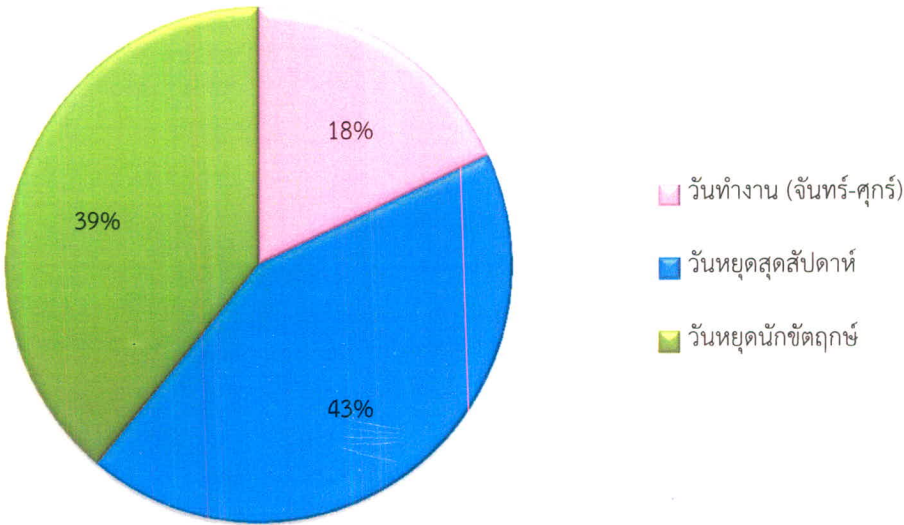
ภาพ ข-8 ธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดแพร่



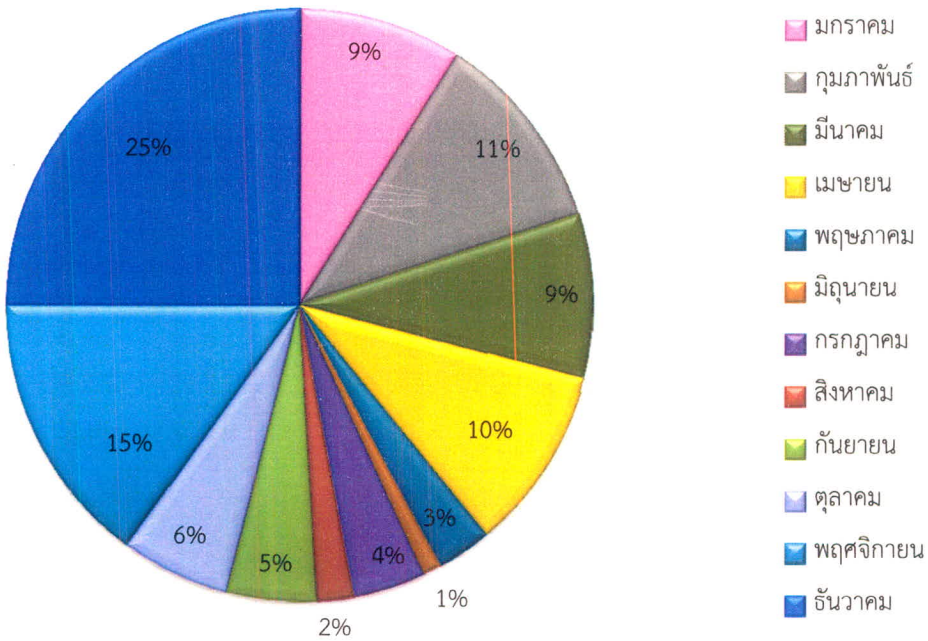
ภาพ ข-9 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายซื้อสินค้า/บริการต่อการมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง ในจังหวัดแพร่



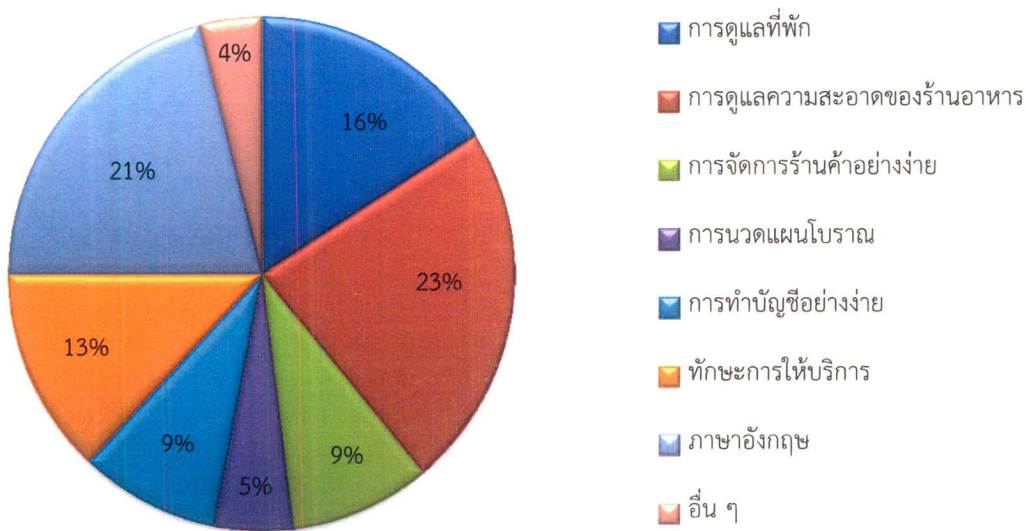
ภาพ ข-10 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อสินค้า/บริการนักท่องเที่ยวสอบถามเพิ่มเติมในจังหวัดแพร่



ภาพ ข-11 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงวันในสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุด ในจังหวัดแพร่



ภาพ ข-12 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุด ในจังหวัดแพร่

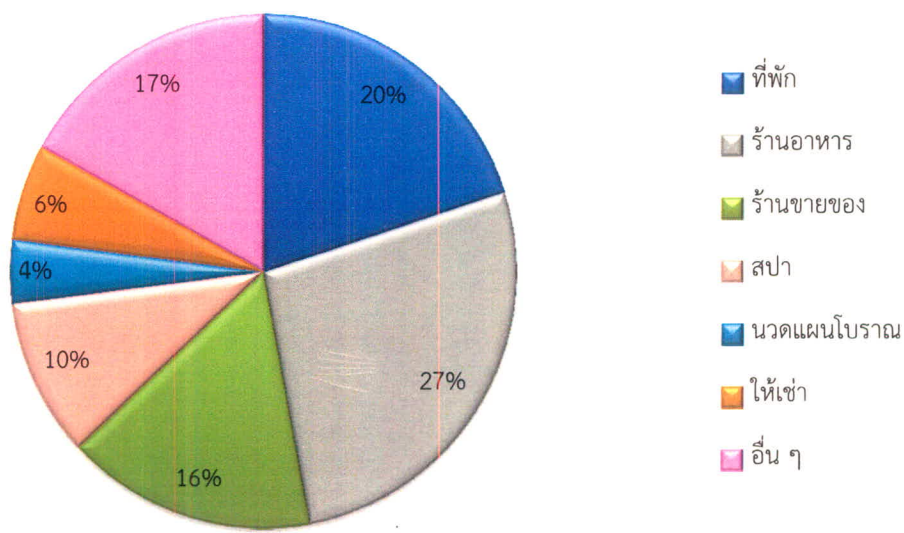


ภาพ ข-13 ความต้องการของผู้ประกอบการที่อยากให้หน่วยงานทางภาครัฐเข้ามาช่วยฝึกอบรมให้แก่พนักงานในจังหวัดแพร่

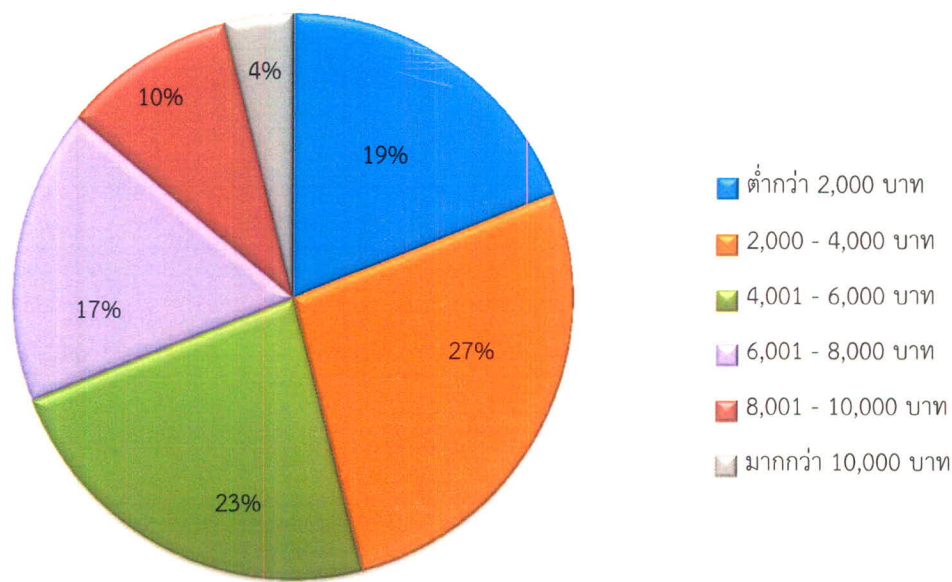
การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการบริการในจังหวัดน่าน

ธุรกิจส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการในจังหวัดน่าน คือ ประกอบธุรกิจร้านอาหาร (27%) รองลงมา คือ ที่พัก (20%) อื่น ๆ (17%) ร้านขายของ (16%) สปา (10%) ร้านให้เช่า (6%) และน้อยที่สุด คือ นวดแผนโบราณ (4%) (ภาพ ค-8) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสินค้า/บริการต่อการมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายประมาณ 2,000-4,000 บาท (27%) รองลงมาคือ 4,001-6,000 บาท (23%) ต่ำกว่า 2,000 บาท (19%) 6,001-8,000 บาท (17%) 8,001-10,000 บาท (10%) และมากกว่า 10,000 บาท (4%) (ภาพ-9) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อสินค้า/บริการที่นักท่องเที่ยวสอบถามเพิ่มเติมมากที่สุด คือ ร้านอาหารพื้นบ้านของจังหวัดน่าน (33%) รองลงมา คือ ของฝาก/ของที่ระลึก (23%) สถานที่ช้อปปิ้ง เดินเที่ยวซื้อของ (15%) ไกด์นำเที่ยว (10%) สถานบันเทิง (19%) บริการทัวร์/โปรแกรมการท่องเที่ยว (7%) และสปา (6%) (ภาพ ค-10) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงวันในสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (วันเสาร์-อาทิตย์) (44%) วันหยุดนักขัตฤกษ์ (30%) และวันทำงาน (วันจันทร์-ศุกร์) (26%) (ภาพ ค-11) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ เดือนธันวาคม (21%) รองลงมาคือ เดือนมกราคม (16%) เดือนกุมภาพันธ์ (13%) เดือนพฤศจิกายน (10%) เดือนมีนาคม (9%) เดือนเมษายนและเดือนตุลาคม (7%) เดือนกันยายน (5%) เดือนพฤษภาคม (4%) เดือนมิถุนายนและเดือนสิงหาคม (3%) และน้อยที่สุดคือช่วงเดือนกรกฎาคม (2%) (ภาพ ค-12) ความต้องการของผู้ประกอบการที่อยากให้หน่วยงานทางภาครัฐเข้ามาช่วยฝึกอบรมให้แก่พนักงานมากที่สุดคือ อบรมภาษาอังกฤษ (27%) รองลงมาคือ ทักษะการให้บริการ (19%) การ

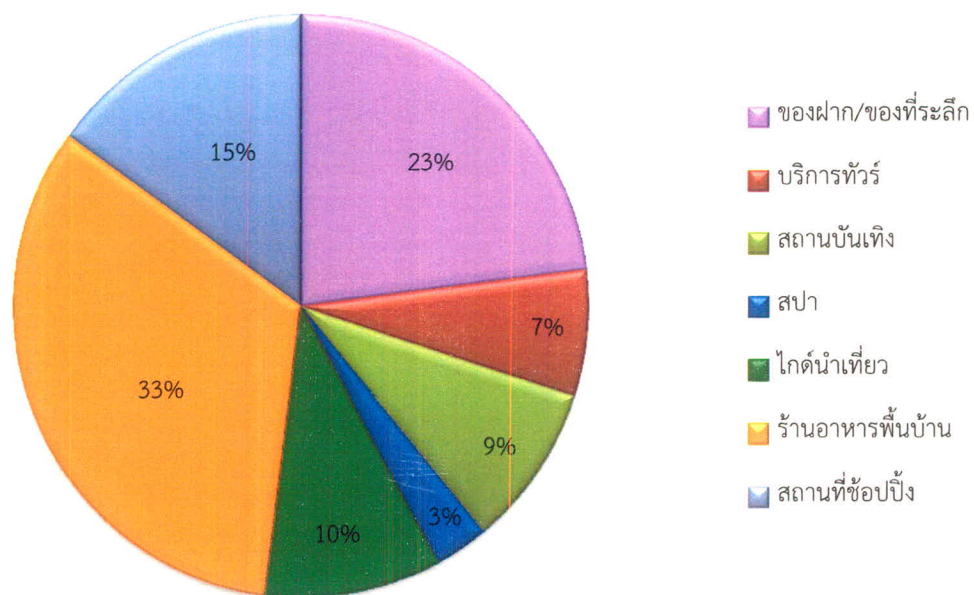
ทำบัญชีอย่างง่าย (13%) การดูแลที่พัก (12%) การวางแผนโบราณ (10%) การดูแลความสะอาดของร้านอาหาร (9%) และการจัดการร้านค้าอย่างง่าย (8%) (ภาพ 8-13)



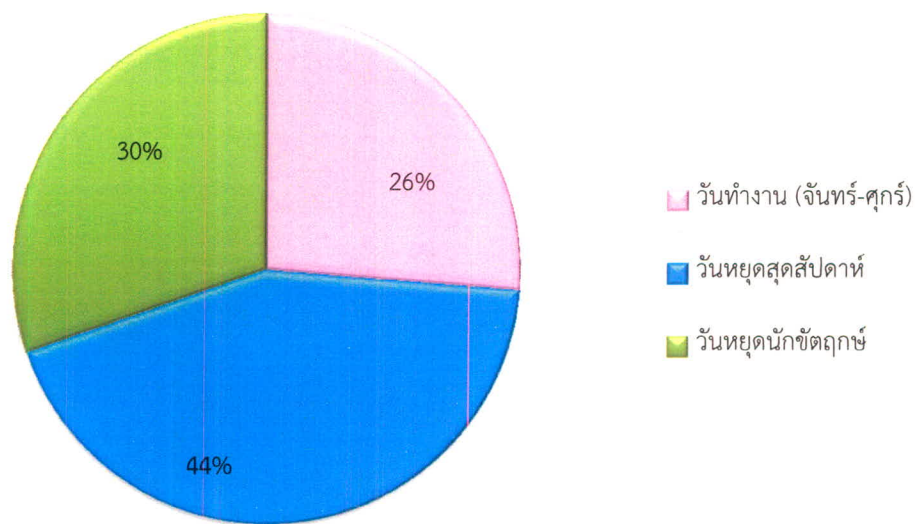
ภาพ ค-8 ธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดน่าน



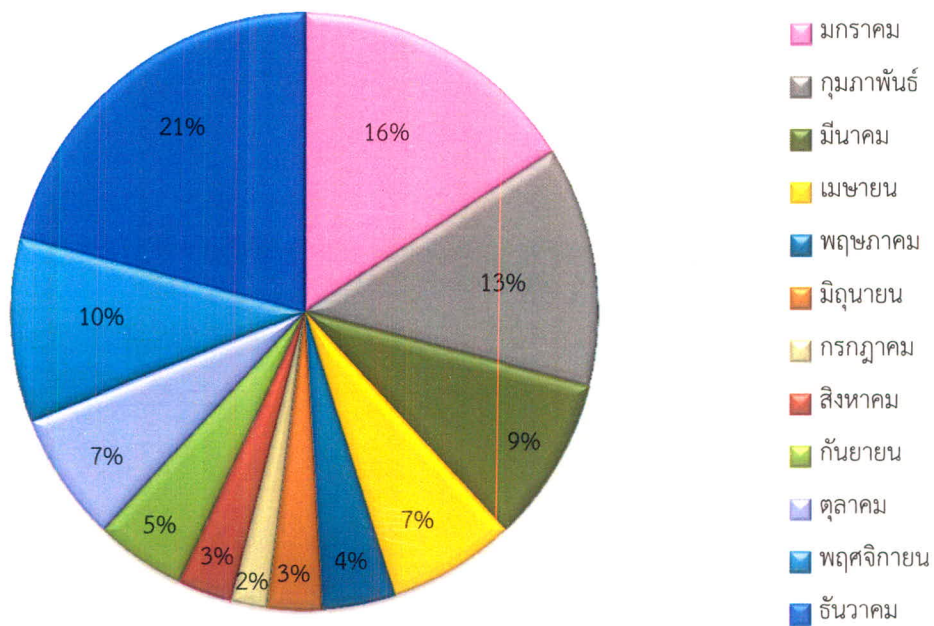
ภาพ ค-9 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายซื้อสินค้า/บริการต่อการมาท่องเที่ยว 1 ครั้งในจังหวัดน่าน



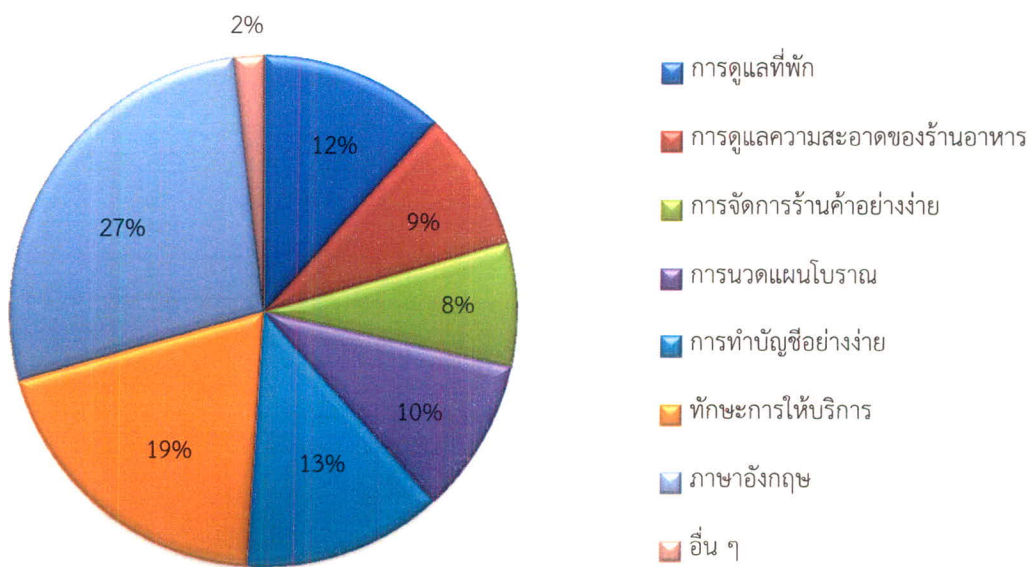
ภาพ ค-10 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อสินค้า/บริการนักท่องเที่ยวสอบถามเพิ่มเติมในจังหวัดน่าน



ภาพ ค-11 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงวันในสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุด ในจังหวัดน่าน



ภาพ ค-12 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุด ในจังหวัดน่าน



ภาพ ค-13 ความต้องการของผู้ประกอบการที่อยากให้หน่วยงานทางภาครัฐเข้ามาช่วยฝึกอบรมให้แก่พนักงานในจังหวัดน่าน

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยว

จังหวัดอุดรธานี

1. จุดแข็ง (Strength)

- ทรัพยากรธรรมชาติที่ยังคงความสมบูรณ์ เช่น วนอุทยานต้นสักใหญ่ (ต้นสักที่ใหญ่ที่สุดในโลก) สามารถพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ภูเขากินได้)
- เมือง 3 วัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมล้านนา วัฒนธรรมล้านช้าง และวัฒนธรรมภาคกลาง
- ผลไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด (ทุเรียนหลง-หลินลับแล ลำไย) (ลำไย)
- ประวัติศาสตร์ของประเทศไทย (บ้านเกิดพระยาพิชัยดาบหัก)
- เชื้อสายรักดีและเขื่อนดินขนาดใหญ่
- แหล่งแร่เหล็กน้ำพี้
- ดำเนินเมืองลับแล
- อาหาร และสินค้า ราคาถูก รวมถึงอาหารท้องถิ่น ได้แก่ ข้าวแคบ ข้าวพันผัก ที่เป็นเอกลักษณ์

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

- สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบครัน เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ข้อมูลการท่องเที่ยว บุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว
- ความยุ่งยากในการเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน การคมนาคม รวมถึงการที่แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้รับการพัฒนา และไม่มีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว
- สภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวขาดการดูแล
- สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดใกล้เคียงมีจุดเด่นมากกว่า
- ไม่มีปฏิทินการท่องเที่ยว
- สินค้าไม่มีชื่อ (ไม่เป็นที่รู้จัก)
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน
- ปัญหาด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
- ระบบการจัดการจากรัฐ และเอกชนไม่ชัดเจน

3. โอกาส (Opportunities)

- การพัฒนาจุดผ่านแดนถาวรภูพานเพื่อการค้าติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- การได้รับการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวจากองค์กรภาครัฐ
- นโยบายการพัฒนาที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจและอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงสนับสนุนการเชื่อมโยงการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน
- มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และการค้าขาย

- โครงการศึกษาวิจัย พัฒนายุทธศาสตร์จากหน่วยงานต่างๆ
- เส้นทาง R3A เชื่อมต่อประเทศไทย ลาว จีน
- เส้นทางรถไฟความเร็วสูง

4. อุปสรรค (Threats)

- แหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จัก
- ขาดงบประมาณ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว (อาหารและที่พัก)
- แหล่งท่องเที่ยวยังขาดสิ่งดึงดูดใจ
- ผลกระทบสินค้าในจังหวัดอื่นคล้ายคลึงกัน ทำให้มีคู่แข่งมากขึ้น
- ไม่มีสนามบินให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
- จังหวัดอุตรดิตถ์เป็นเพียงทางผ่าน
- การเข้าร่วม AEC อาจทำให้เกิดคู่แข่งมากขึ้น
- นโยบายรัฐ เกี่ยวกับคมนาคม การสื่อสาร ไม่ครอบคลุม

จังหวัดแพร่

1. จุดแข็ง (Strength)

- เป็นเมืองประวัติศาสตร์ มีวัดที่เก่าแก่ที่สุด อายุมากกว่า 1,300 ปี มีวิถีชีวิตที่ยังคงวัฒนธรรมดั้งเดิม (วิถีชีวิตเรียบง่าย เป็นจังหวัดน่าอยู่อันดับ 7 ของประเทศไทย)
- มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย
- มีผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัสดุอุปกรณ์ท้องถิ่นเช่น ผ้าหม้อห้อม บ้านทุ่งโฮ้งผ้าตีนจกเมืองลอง
- เส้นทางคมนาคมสามารถเชื่อมโยงแต่ละจังหวัด และต่างประเทศได้อย่างสะดวก
- มีแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุดที่ไม่ห่างไกลกันนัก และการจราจรสะดวกไม่ติดขัด

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

- ขาดของฝาก ของที่ระลึกที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์
- แหล่งท่องเที่ยวขาดการบูรณาการเรื่องความปลอดภัยและความสะดวก เช่น ไม่มีป้ายบอกทาง ห้องพัก ห้องน้ำ
- ไม่มีการจัดระบบขนส่งมวลชนด้านการท่องเที่ยว
- คนในท้องถิ่นไม่เห็นคุณค่าของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว
- ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว
- หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวขาดการประสาน บูรณาการ และเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน

- บุคคลากรและประชาชนขาดความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ภาษามาตรฐานของสถานประกอบการ
- ขาดจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ที่ชัดเจนไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรู้จักของนักท่องเที่ยว
- ขาดการสนับสนุนที่แท้จริงไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบแบบเป็นจริงเป็นจัง
- หน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพในการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดการโฆษณาสินค้า เช่น สินค้าพื้นเมือง ผ้าบ้านเมือง เครื่องเงิน งานตีเหล็ก

3. โอกาส (Opportunities)

- ค่านิยมการท่องเที่ยว (ท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีความสงบ ไม่วุ่นวาย และมีวัฒนธรรมอันดีงาม)
- ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีคุณภาพ อาทิ เช่น ผ้าหม้อห้อม ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก อาหารพื้นบ้าน และหัตถกรรม ที่สามารถส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าต่อไปในอนาคต
- การขยายเส้นทางการคมนาคมของรัฐบาล เช่น รถไฟความเร็วสูง รถไฟรางคู่
- เมื่อมีการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน สามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการค้าการขนส่ง
- นโยบายของรัฐบาลที่ให้การสนับสนุน เช่น การกระจายแหล่งท่องเที่ยวสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย การพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นต้น

4. อุปสรรค (Threats)

- ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก สุราพื้นบ้าน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างถูกต้อง
- ขาดการอนุรักษ์และขาดจิตสำนึกในการรักษาป่าและระบบนิเวศน์
- การใช้คุณค่าจากไม้สักมีจำนวนมากทำให้ไม่สามารถปลูกทดแทนให้ทัน
- มีการถางป่าเพื่อปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ยางพารา การทำไร่เลื่อนลอย ทำให้พื้นที่ป่าไม้ลดลงเกิดภัยธรรมชาติ
- นโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวขาดความต่อเนื่อง (ปัญหาทางการเมือง)
- การจัดเก็บภาษีที่ซับซ้อนและไม่ชัดเจน มีผลเสียต่อผู้ประกอบการทำให้จำนวนผู้ประกอบการลดลงเนื่องจากการขาดทุน
- ประเทศเพื่อนบ้านมีการพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้เกิดการแข่งขันทางการท่องเที่ยวมากขึ้น

จังหวัดน่าน

1. จุดแข็ง (Strength)

- คนเมืองน่านมีอัธยาศัยดี
- ทรัพยากรท่องเที่ยวหลากหลาย เหมาะแก่การท่องเที่ยวแนวผจญภัย
- ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาจังหวัดสูง เช่น กิจกรรมถนนคนเดิน

- มีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาซับซ้อน
- มีวัดมากมายสามารถใช้เวลาไหว้พระ 9 วัดได้ในเวลาอันสั้น
- มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ยังไม่ได้ค้นพบ
- มีวัฒนธรรม/ประเพณีขนบธรรมเนียมที่โดดเด่น/ศิลปะ ที่เป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ ของวัฒนธรรมล้านนา ที่ยังคงรักษาไว้อย่างดี
- มีพื้นที่ติดชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน และจังหวัดใกล้เคียง
- ความสะอาด สงบ เงียบ ของเมืองน่าน

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

- การคมนาคม เช่น เส้นทางคดเคี้ยวและไม่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยว ค่าเครื่องบินมีราคาแพง ไม่มีการจัดการจราจรในตัวเมืองช่วงเทศกาลท่องเที่ยว ป้ายบอกทางมีจำนวนน้อยและไม่ชัดเจน
- ตามอำเภอต่างๆ ไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- การตัดไม้ทำลายป่า เพื่อทำการเกษตร
- คุณภาพ/ราคาของสินค้า อาหาร และบริการไม่คงที่ เช่น ค่าบริการของห้องพักช่วงเทศกาลที่สูง
- ขาดการเชื่อมโยงและติดต่อกันระหว่างผู้ประกอบการในจังหวัดน่านและต่างอำเภอ
- การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่อง
- ข้อมูลในเอกสารแผ่นพับไม่มีการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ
- ไม่มีการประชุมระหว่างหัวหน้าชุมชนเพื่อหาแนวทางรองรับนักท่องเที่ยว
- ไม่มีการพัฒนาบริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับภาษาและบริการ และไม่มีมัคคุเทศก์ตามสถานที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
- ไม่มีการรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดน่าน
- ภาครัฐมีการควบคุมเอกชนมาก/เอกชนไม่ค่อยได้รับการสนับสนุน
- ขาดการประชาสัมพันธ์โฆษณาในการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน
- มีบริการรถเช่าไม่มากนัก
- สถานที่จอดรถยังมีน้อย
- ของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ของฝากยังยังมีน้อย ชุมชนไม่มีแหล่งจำหน่าย
- การบริหารการท่องเที่ยวยังมีเป้าหมายไม่ชัดเจน

3. โอกาส (Opportunities)

- พื้นที่ติดชายแดนหลายประเทศได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เวียดนาม และจีน
- เทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่านง่ายขึ้น

- หน่วยงานราชการในจังหวัดน่านมีส่วนช่วยเหลือในด้านการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- การลงทุนทางเศรษฐกิจ เช่นมีความพร้อมทางสาธารณูปโภค
- ค่านิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป
- การส่งเสริมจุดเด่นแต่ละชุมชนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต หรือกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้นและนักท่องเที่ยวมี กระแสนิยมทางธรรมชาติ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น
- นโยบายการพัฒนาที่เอื้ออำนวยเศรษฐกิจและอนุภูมิลุ่มน่านและโขงสนับสนุนการเชื่อมโยงการลงทุนและการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน
- การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

4. อุปสรรค (Threats)

- แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามามาก
- ภัยธรรมชาติ เช่นน้ำท่วม
- มีการขนส่งสินค้า จากประเทศเพื่อนบ้านทำให้ถนนเสื่อมโทรม
- การกำจัดขยะ
- สภาวะเศรษฐกิจ
- ขาดหน่วยงานรับผิดชอบเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดโดยตรง
- ขาดการบูรณาการของการทำงาน
- ระบบ AEC (อาเซียน)
- ปัญหาความไม่แน่นอนในการเมืองไทย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ด้านการจัดการท่องเที่ยว

- การส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- การพัฒนาสินค้า การบริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว
- การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การสื่อสาร การบริการ การจัดการ การ

ใช้ภาษาอังกฤษ

- ส่งเสริมการตลาดเชิงรุก สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ
- การวิจัยด้านท่องเที่ยว ได้แก่ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การตลาด การประชาสัมพันธ์ การบริการ และการร้องเรียน

ด้านศักยภาพการท่องเที่ยว

- การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งปี
- ส่งเสริมการลงทุนด้านการท่องเที่ยวให้ผู้ประกอบการรายเล็ก
- การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน
- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ

ต่างประเทศ

- การควบคุมคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวให้เกิดมาตรฐาน และความปลอดภัย
- หน่วยงานทะเบียนด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ใบอนุญาตเป็น

มัคคุเทศก์

ข้อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศค่อนข้างมาก กระตุ้นให้เกิดผลดีในรูปการผลิตสินค้าพื้นเมือง สินค้าของที่ระลึก ตลอดจนบริการของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น ทำให้มีการสร้างงาน สร้างอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งเป็นอุตสาหกรรมช่วยสนับสนุนฟื้นฟู ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การละเล่น ที่เป็นมรดกตกทอดกันมานานของคนไทย ดังนั้นการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งทางด้านการจัดการ การวางแผน นโยบายต่าง ๆ เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จะนำไปสู่ความเข้มแข็งของประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น และจากการศึกษาสามารถกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การท่องเที่ยวของการพัฒนาจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน ได้ 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ

- 1.1 จัดทำสื่อการขายที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้าและความหลากหลายให้ตรงกลุ่มเป้าหมายด้านการตลาดท่องเที่ยวตามภารกิจยุทธศาสตร์
- 1.2 สร้างโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
- 1.3 การเพิ่มประสิทธิภาพสื่อส่งเสริมการตลาด
- 1.4 ส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์สั้นเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน เป็น Gateway ในการท่องเที่ยวประเทศ

เพื่อนบ้าน

- 2.1 นำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะ Combined Destination ทั้งโดยภาคเอกชนและกรอบความร่วมมือของภาครัฐ (ทางบก, ทางอากาศ)
- 2.2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางบกกับทางประเทศเพื่อนบ้าน
- 2.3 ส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบสารสนเทศ

3.1 ระบบสารสนเทศด้านการตลาดและพัฒนา

- 3.1.1 ปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็น Portal Site เพื่อเพิ่มช่องทางให้บริการ 2 ลักษณะ คือ E-commerce และ B to B
- 3.1.2 การจัดทำ social network ได้แก่ Facebook และ Instagram
- 3.1.3 จัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

3.2 ระบบสารสนเทศด้านการบริหาร

- 3.2.1 จัดทำระบบ Excellent Center ที่เป็นศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนอ้างอิงและบริการประชาชน
- 3.2.2 จัดทำระบบฐานข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว เผยแพร่ ประชาชนและนักท่องเที่ยวทั่วโลก
- 3.2.3 สร้างระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานต่างๆทั้งภายในและภายนอก
- 3.2.4 พัฒนาระบบบูรณาการข้อมูลทางการท่องเที่ยวระหว่างภาคีที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างพัฒนาฟื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

- 1.1 สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็น Magnet และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายใน จังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้าน
- 1.2 ฟื้นฟู อนุรักษ์ และพัฒนาเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักตามประเภทสินค้าการท่องเที่ยว
- 1.3 ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการดูแล รักษา และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตามศักยภาพและโอกาส

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

- 2.1 ส่งเสริมให้ชุมชนและประชาชนสามารถพัฒนาและบริหารธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อขยายฐานเศรษฐกิจและวิสาหกิจชุมชน
- 2.2 สร้างและบูรณาการระบบพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพมาตรฐานสากลเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ในภูมิภาค
- 2.3 เพิ่มปริมาณและคุณภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ฯ ทั้งในและต่างประเทศ
- 2.4 สนับสนุนและสร้างมาตรฐานสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก

กลยุทธ์ที่ 3 เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

- 3.1 เพิ่มประสิทธิภาพของภาครัฐในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการผ่านเข้าออกประเทศไทย
 - 3.2 ประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการอำนวยความสะดวกการผ่านแดน ได้แก่ ด้านกฎ จ้างหวัดอุดรดิตถ์ ด้านห้วยโก๋น จ้างหวัดน่าน
 - 3.3 จัดให้มีระบบบริการข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
 - 3.4 ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้ได้มาตรฐานสากลในแหล่งท่องเที่ยว
 - 3.5 การปรับปรุงระบบขนส่ง และการเชื่อมโยงเส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ภูมิภาค กลุ่มจังหวัด และจังหวัด
- กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
- 4.1 พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกและเพิ่มขีดความสามารถให้บริการของภาครัฐเกี่ยวกับความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
 - 4.2 ประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมบริการที่เป็นธรรมและแก้ไขปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว
 - 4.3 จัดทำมาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และให้มีการบังคับใช้อย่างทั่วถึง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงฯ เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

- 1.1 ปรับโครงสร้าง บทบาท ภารกิจของหน่วยงานภายในกระทรวงฯ ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามนโยบายรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน
- 1.2 พัฒนาทักษะและขีดความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามยุทธศาสตร์ฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน
- 1.3 พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในของกระทรวง
- 1.4 สร้างระบบการวางแผน จัดการงบประมาณ และติดตามประเมินผลของหน่วยงานตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในทุกระดับ ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในต่างประเทศและต่างประเทศ

- 2.1 พัฒนาสมรรถนะและศักยภาพในการกำหนด ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และแนวคิดริเริ่ม ในด้านการท่องเที่ยวทุกระดับ
- 2.2 พัฒนากลไกเพื่อรองรับความร่วมมือการท่องเที่ยวในระดับพหุภาค และทวิภาคีให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

