



๒๒ 223

**รายงานฉบับสมบูรณ์**

**การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากกิจกรรมถนนคนเดิน  
เพื่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครสงขลา**

**The study of cost and benefit management in history of  
Songkhla. To development of tourist attractions  
Songkhla municipality.**

**วีรารวรรณ มารังกูร**

**Weerawan Marangkun**

๑/10.๐๘

**รศ. ยาวพา ณ นคร**

**Yaowapa NaNagara**

๑ 853

*นางสาว...*

๒๕๕๖

**คณะบริหารธุรกิจ**

**มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย**



## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 คำถามในการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 หน่วยงานที่นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา	5
2.2 แนวคิดการท่องเที่ยว	13
2.3 ต้นทุนและผลตอบแทนในการจัดกิจกรรม	21
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	27
3.1 แหล่งข้อมูล	28
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29
3.4 เครื่องมือในการวิจัย	30
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	30

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	32
4.1 ผลการศึกษาหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน	33
4.2 ผลการศึกษาผู้ประกอบการกิจกรรมถนนคนเดิน	40
4.3 ผลการศึกษานักท่องเที่ยวถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา	48
บทที่ 5 สรุปผล	55
5.1 สรุปผลการศึกษาสภาพทั่วไปของถนนคนเดิน	55
5.2 สรุปผลการศึกษาหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน	56
5.3 สรุปผลการศึกษาผู้ประกอบการ	57
เอกสารอ้างอิง	59





# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก ในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งจะเห็นได้ว่ารายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมหาศาลในแต่ละปี และแนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ทั้งนี้เนื่องจากโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ทำให้เกิดการสร้างรายได้ สร้างงาน ขยายการลงทุน และกระจายรายได้ให้กับท้องถิ่น

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาเป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้น ดังจะเห็นได้จาก ในปี พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวนทั้งสิ้น 2,645,770 คน เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 2.57 ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย จำนวน 1,885,052 คน (ร้อยละ 71.25) และผู้เยี่ยมเยือนต่างชาติ 760,718 คน (ร้อยละ 28.75) จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 2,144,479 คน และนักท่องเที่ยว 501,291 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.41 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551) รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในปี 2552 จำนวนทั้งสิ้น 12,842.52 ล้านบาทเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวไทย 6,856.20 ล้านบาท (ร้อยละ 53.39) นักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 5,006.15 ล้านบาท (ร้อยละ 38.98) นักทัศนาจรชาวไทย 725.39 ล้านบาท (ร้อยละ 5.65) และนักทัศนาจรต่างชาติ 254.78 ล้านบาท (ร้อยละ 1.98) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553)

การเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครสงขลาของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร ส่วนใหญ่เพื่อชมทัศนียภาพของแหลมสมิหลา ชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์พระรามวงษ์ พิพิธภัณฑ์ สัตว์น้ำ และชมป้อมปืนปากน้ำแหลมทราย นมัสการศาลหลักเมืองสงขลา วัดมณีนิมิต วาส เจดีย์บรรจุพระบรมธาตุวัดชัยมงคล ซื้องานศิลปะจากย่านเมืองเก่า และกิจกรรมถนนคนเดินภายใต้ชื่อ “สงขลาแต่แรก” ซึ่งมีรูปแบบเป็นถนนคนเดินเชิงวัฒนธรรมและจับจ่าย เพราะสามารถให้ผลตอบแทนเศรษฐกิจได้อย่างดี เพราะเป็นแหล่งขายสินค้าท้องถิ่น เป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดที่ได้ผลในวงกว้างสามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลาย และถนนคนเดินได้รับการส่งเสริมให้เป็นหนึ่งใน Tourist Attraction ในเมืองท่องเที่ยว ถนนคนเดินเป็น



ถนนเศรษฐกิจและเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญในเขตเทศบาลนครสงขลา ที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากการใช้จ่าย สร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ท้องถิ่นและประเทศ

อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะได้รับการส่งเสริมเป็นอย่างดี แต่การพัฒนาถนนคนเดินก็ยังคงเป็นกิจกรรมที่ขาดความชัดเจน การบริหารจัดการเป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นที่มีข้อจำกัดทางด้านงบประมาณและกำลังคน ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนและขาดการวางแผนที่ชัดเจนเพื่อรองรับในระยะสั้นและระยะยาว สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเสื่อมถอยของถนนคนเดินและการยอมรับของประชาชน และในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของถนนคนเดินก็มีความเสี่ยงเกิดขึ้นและเป็นต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะต้นทุนในการบริหารจัดการ ทำให้เกิดผลกระทบอย่างกว้างขวางในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งจะส่งต่อผู้ประกอบการที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการมุ่งเน้นศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนหรือรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ รวมถึงแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของถนนคนเดิน เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก และเป็นแหล่งรายได้เสริมที่มั่นคงของประชาชนในพื้นที่ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาข้อมูลต้นทุนในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
2. เพื่อศึกษาผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการต้นทุนและผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา

## 1.3 คำถามการวิจัย

1. ข้อมูลต้นทุนในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา เป็นอย่างไร
2. ผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา เป็นอย่างไร
3. ปัจจัยอะไรบ้าง ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
4. แนวทางการจัดการต้นทุนและผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา เป็นอย่างไร



#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลต้นทุนในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน สามารถนำไปใช้วางแผนในกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวถนนคนเดิน
2. ข้อมูลผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน ที่ได้รับจะนำไปสู่การปรับปรุงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้
3. ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สนับสนุน และการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ได้นำข้อมูลไปสู่การวางแผนงบประมาณ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการการท่องเที่ยว

#### 1.5 หน่วยงานที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยว จะได้นำข้อมูลไปสู่การบริหารจัดการงบประมาณการท่องเที่ยวถนนคนเดินอย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพจากการใช้งบประมาณ
  - เทศบาลนครสงขลา อบจ. ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ ได้นำแนวทางการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ไปสู่การประสานผลประโยชน์ร่วมกัน
  - ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือให้บริการ ได้แนวทางในการปรับปรุงปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มรายได้

#### 1.6 นิยามศัพท์

ถนนคนเดินสงขลา หมายถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และเพื่อเผยแพร่เอกลักษณ์ของเมืองสงขลาในย่านเมืองเก่า ภายใต้ชื่อโครงการ “สงขลาแต่แรก” ที่สื่อความหมายถึงจังหวัดสงขลาในอดีต

การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยเป็นปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ และเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ โดยมีได้เป็นการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เดินทางมาเยือนถนนคนเดินชั่วคราวและพักอยู่ในจังหวัดสงขลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ต้นทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมทั้งทางตรงและค่าใช้จ่ายเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมถนนคนเดินสงขลา ได้แก่ ค่าไฟฟ้า ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานนอกเวลา และค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม เป็นต้น



ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือจัดให้มีบริการกิจกรรมถนนคนเดินสงขลา ที่ได้รับผลตอบแทนหรือผลประโยชน์หรือรายได้โดยตรงจากกิจกรรมถนนคนเดินสงขลา

ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์หรือรายได้ หมายถึง จำนวนเงินของมูลค่าของสินค้าหรือบริการ ที่ผู้ประกอบการได้รับจากการขายสินค้าหรือให้บริการกับนักท่องเที่ยวจากกิจกรรมถนนคนเดินจังหวัดสงขลา





## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาบทบาทขององค์กรภาครัฐในการสนับสนุนถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการมุ่งเน้นศึกษาประเด็นนโยบายและการปฏิบัติงานขององค์กรภาครัฐในการสนับสนุนถนนคนเดิน และความคิดเห็นของผู้มีส่วนมีส่วนได้ส่วนเสีย ในการบริหารจัดการถนนคนเดิน เพื่อนำมาหาแนวทางการพัฒนาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่เป็นหน่วยงานหลักในการสนับสนุนถนนคนเดินให้มีความชัดเจนและมีการวางแผนในการปฏิบัติการส่งเสริมในระยะสั้นและระยะยาว โดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ในส่วนของแนวคิด ทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ ดังนี้

- 2.1 ถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
- 2.2 แนวคิดการท่องเที่ยว
- 2.3 ต้นทุนและผลตอบแทนในการจัดกิจกรรม
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา

##### เทศบาลสงขลา

##### สภาพทั่วไป

##### ที่ตั้ง

เทศบาลนครสงขลา ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลบ่อยางทั้งหมด มีลักษณะเป็นแหลมอยู่ระหว่างทะเลสาบสงขลา กับฝั่งทะเลหลวง (อ่าวไทย) พื้นที่ 9.27 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 5,793.75 ไร่ ตั้งอยู่ ณ เส้นรุ้งที่ 7 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 101 องศาตะวันออก

##### อาณาเขต

เทศบาลนครสงขลามีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียง ดังนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตอำเภอสิงหนคร
- ทิศใต้ ติดต่อกับเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทย
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับทะเลสาบสงขลา



ลักษณะภูมิประเทศ

ภูมิประเทศ ส่วนใหญ่เป็นที่ราบชายฝั่งทะเล มีลักษณะเอียงลาดจากฝั่งทะเลหลวงไปทางด้านทะเลสาบ รูปร่างของพื้นที่มีลักษณะเป็นแหลมแคบยาวตามแนวทิศใต้สู่ทิศเหนือลงสู่ทะเล ระหว่างทะเลสาบสงขลาทางด้านตะวันตกและทะเลอ่าวไทย ทางด้านตะวันออก มีคลองลำโรงไหลตามแนวทิศตะวันออกสู่ตะวันตก เชื่อมระหว่างอ่าวไทยและทะเลสาบสงขลา ความยาว 5.27 กิโลเมตร มีชายหาดที่สวยงาม หาดทรายขาวสะอาด จากหาด แก้วเส็ง ชลาทัศน์ สมิหลา แหลมสนอ่อน ความยาวประมาณ 8 กิโลเมตร ภายในเขตเทศบาลมีภูเขาเล็กๆ ทางด้านเหนือจำนวน 2 ลูก คือ เขาน้อยและเขาดังกวน และมีคลองระบายน้ำจำนวน 2 สาย ได้แก่ คลองขวาง ความยาวประมาณ 1.4 กิโลเมตร และคลองลำโรง ความยาวประมาณ 5.27 กิโลเมตร ดังรูปที่ 2.1 แผนที่เขตเทศบาลนครสงขลา

ประชากร

ประชากรในเขตเทศบาลนครสงขลา มีจำนวน 70,899 คน เป็นชาย 34,200 คน เป็นหญิง 36,699 คน จำนวนบ้าน 25,644 หลัง จำนวนครัวเรือน 20,127 ครัวเรือน บ้านชั่วคราว 1,855 หลัง ความหนาแน่นเฉลี่ย 7,648.22 คน/ตารางกิโลเมตร จำนวนประชากรเฉลี่ย 2.76 คน/หลังคาเรือน ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนประชากรในเขตเทศบาลสงขลาแบ่งตามช่วงอายุ

อายุ	ชาย	หญิง	รวม
น้อยกว่า 1 ปี – 6 ปี	2,646	2,448	5,094
7 – 12 ปี	3,299	3,200	6,499
13 – 17 ปี	3,599	3,377	6,936
18 – 30 ปี	7,352	7,206	14,558
31 – 50 ปี	9,567	10,928	20,495
51 – 60 ปี	3,835	4,411	8,246
61 – 90 ปี	3,242	4,464	7,706
91 – 99 ปี	42	73	115
100 ปี	5	6	11
มากกว่า 100 ปี	17	21	38

ที่มา : งานทะเบียนราษฎร ประจำเดือน พฤษภาคม, 2554







วิสัยทัศน์ “นครสงขลา 2560 นครแห่งความสุขและอนาคตที่ยั่งยืนนครสงขลา 2560 นครแห่งความสุขและอนาคตที่ยั่งยืน”

#### พันธกิจ

1. พัฒนาการศึกษาระดับสูงของเยาวชน ผู้ระบบสากลและความเป็นเลิศทางวิชาการควบคู่กับความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและภาษา
2. ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีความสุขในชีวิตประจำวัน
3. รักษาอัตลักษณ์ของเมืองสงขลาให้คงอยู่ เพื่อส่งคัมภีร์ปัญญาและระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์
4. ภูมิทัศน์ใหม่
5. บริหารจัดการองค์กรอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ ภายใต้วัฒนธรรมประชาธิปไตยที่ถูกต้องเหมาะสมมีธรรมาภิบาล

สถานที่ท่องเที่ยวในเขตเทศบาล

จำนวนและลักษณะสถานที่แหล่งท่องเที่ยวในเขตเทศบาล

1. ย่านเมืองเก่า อยู่บริเวณถนนนางงาม ถนนนครใน ถนนนครนอก ถนนยะลา เป็นถนนเล็กๆ เปิดให้รถวิ่งได้ทางเดียว ตึกและบ้านเรือนร้านค้าในละแวกนี้สร้างตามสถาปัตยกรรมแบบจีนปนยุโรป มีลวดลายปูนปั้นประดับที่กรอบหน้าต่างและหัวเสาสวยงาม นอกจากนี้ที่นี่ยังเป็นย่านอาหารพื้นเมืองของสงขลา เช่น ก๋วยเตี๋ยวสงขลา เต้าคั่ว และบริเวณหัวถนนนางงามก็มีร้านขายขนมกระบอก ซึ่งในปัจจุบันเหลืออยู่เพียงเจ้าเดียวเท่านั้น

2. แหลมสมิหลา อยู่ห่างจากตลาดทรัพย์สิน(ตลาดสดเทศบาล) ประมาณ 2.5 กิโลเมตร มีหาดทรายและทิวสนร่มรื่น เห็นทิวทัศน์ของแหลมสนอ่อนและหาดชลาทัศน์ และหากวันใดอากาศดี จะมองเห็นเขาเก้าเส้ง นอกจากนี้ที่แหลมสมิหลายังมีรูปปั้นนางเงือก สัญลักษณ์โดดเด่นของจังหวัด ซึ่งมีความเชื่ออยู่ว่า ถ้าหากใครได้แตะต้องรูปปั้นนี้ก็จะได้กลับมาที่นี่อีกครั้ง

3. แหลมสนอ่อน อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของแหลมสมิหลา บรรยากาศร่มรื่นไปด้วยทิวสนขนานสองข้างทาง เทศบาลได้พัฒนาเป็นสวนสองทะเลตามลักษณะภูมิศาสตร์ คือด้านทิศตะวันออกติดกับทะเลอ่าวไทย ทิศตะวันตกติดกับทะเลสาบสงขลา ตรงปลายแหลมเป็นที่ประดิษฐานอนุสาวรีย์กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ทั้งยังเหมาะแก่การนั่งพักผ่อนชมทิวทัศน์ด้วย และจากสวนสองทะเลเป็นจุดที่มองเห็นเกาะหนูได้ใกล้และชัดเจนที่สุด



4. เขาก้ำเส้ง เดิมเรียกเขาก้ำแสนอยู่ติดกับหาดสมิหลาทงทิศใต้ใช้เส้นทางไปสถาบันเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งแห่งชาติ เป็นหาดสวยงาม ริมหาดจะเห็นเรือกอและ และเรือหัวสิงห์จอดเกยหาดอยู่ เพราะใกล้กันนั้นเป็นที่ตั้งของหมู่บ้านชาวประมงมุสลิม ชายหาดเรียงรายไปด้วยก้อนหิน มีก้อนหนึ่งที่ตั้งเด่นอยู่เหนือโขดหินชาวบ้าน เรียกว่า “หัวนายแรง”

5. เขาดังกวน อยู่บริเวณแหลมสมิหลา บนโคกทางขึ้นอยู่ทางถนนราชดำเนินใน ก่อนถึงยอดเขา มีศาลาวิหารแดง เป็นพลับพลาที่ประทับ ซึ่งรัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างถวายตามพระราชประสงค์ ของรัชกาลที่ 4 บนยอดเขามีเจดีย์พระธาตุคู่เมืองสงขลาประดิษฐานอยู่ สร้างในสมัยอาณาจักรนครศรีธรรมราชเป็นศิลปะสมัยทวารวดี จากยอดเขามองเห็นทิวทัศน์ของเมืองสงขลาได้โดยรอบ ทุกๆ ปีทางจังหวัดจะใช้สถานที่แห่งนี้สำหรับพิธีห่มผ้าองค์เจดีย์ ประเพณีตักบาตรเทโวและลากพระ ปัจจุบันมีลิฟต์ขึ้นเขาดังกวนที่มีรางวิ่งยาว 136 เมตร น้ำหนักบรรทุก 1,350 กิโลกรัม บรรจุผู้โดยสารได้ประมาณ 20 คน ให้บริการทุกวันเวลา 08.30 - 18.30 น.

6. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสงขลา อยู่ที่ถนนจะนะ ตรงข้ามกำแพงเมืองเก่าสงขลา เดิมเป็นบ้านพักของพระยาสุนทรารักษ์ (เนตร ณ สงขลา) เป็นสถาปัตยกรรมจีนที่ยังสมบูรณ์ เก็บรวบรวมโบราณวัตถุต่างๆ ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จากบ้านเชียง สมัยหินกลาง หินใหม่ จากกาญจนบุรี ตลอดทั้งสมัยก่อนประวัติศาสตร์ถึงสมัยศรีวิชัย นอกจากนี้ยังจัดแสดงเครื่องใช้และเครื่องเรือนที่เจ้าของบ้านเคยใช้ไว้ โดยเปิดให้ชมเวลา 09.00 - 12.00 น. และเวลา 13.00 - 16.00 น. หยุดวันจันทร์ อังคารและวันหยุดราชการ

7. วัดมณีมาวาส (วัดกลาง) อยู่ที่ถนนไทรบุรี เป็นวัดใหญ่และสำคัญที่สุดของสงขลา อายุประมาณ 400 ปี เดิมเรียกว่า “วัดยายศรีจันทร์” พระอุโบสถเป็นสถาปัตยกรรมสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ภายในมีจิตรกรรมฝาผนังแสดงถึงวิถีชีวิตของชาวเมืองในอดีต ใกล้กันนั้นยังมีพิพิธภัณฑ์ภัทรศิลป์ เก็บวัตถุโบราณจากอำเภอต่าง ๆ เช่น อำเภอเมือง อำเภอสิงหนคร อำเภอรโนด ซึ่งนับเป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์

8. ประติมากรรมพญานาคพ่นน้ำ เป็นประติมากรรมลอยตัวมองเห็นได้รอบด้านเนื้อวัสดุประติมากรรมเป็นโลหะทองเหลืองรมสนิมเขียว ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนหัวพญานาค มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของลำตัว 1.20 เมตร ส่วนสูงจากฐานลำตัวจนถึงปลายยอดศูประมาณ 9 เมตร ตั้งอยู่ที่บริเวณแหลมสนอ่อน สวนสองทะเลพ่นน้ำสู่อ่าวไทย

ส่วนลำตัวพญานาคหรือส่วนสะดือพญานาค เป็นลักษณะลำตัวโค้งครึ่งวงกลมขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของลำตัว 1.20 เมตร ยาว 5.00 เมตร สูง 2.50 เมตร ตั้งอยู่บริเวณสระบัว



ส่วนทางพญานาค มีเส้นผ่าศูนย์กลาง 1.20 เมตร เรียวไปส่วนหาง ความยาว 4.00 เมตร สูง 4.50 เมตร ตั้งอยู่บริเวณถนนชลาลัย หาดสมิหลา

9. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ลานแคมป์) ให้บริการนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยจัดสร้างลานแคมป์ซึ่งตั้งอยู่บริเวณแหลมสนอ่อน เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงอนุรักษ์ให้สอดคล้องกับการพัฒนาสงขลาไปสู่ความเป็นเมืองน่าอยู่ควบคู่ไปกับธรรมชาติ

10. สวนประติมากรรมนานาชาติกับสิ่งแวดล้อมพระเกียรติฯ เทศบาลนครสงขลา ร่วมกับสมาคมประติมากรรมไทยและสถาบันศิลปะในประเทศไทย ได้จัดสร้างประติมากรรมนานาชาติขึ้น จำนวน 17 ชิ้น ตั้งอยู่บริเวณชายหาดสมิหลา ลานคนเมือง สวนเสรีและสวนเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อร่วมเฉลิมฉลองในวโรกาสที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเจริญพระชนมายุ 50 พรรษา และในวโรกาสหม่อมหลวงเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา

11. สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ เพื่อเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ สร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการด้านท่องเที่ยว อันจะส่งเสริมให้กิจการท่องเที่ยวของเทศบาลนครสงขลาสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และจะเป็นแหล่งเรียนรู้หรือสถานที่ศึกษาของนักเรียน นักศึกษา เยาวชนและประชาชน ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพันธุ์สัตว์น้ำอย่างยั่งยืน และเป็นการสร้างจิตสำนึก ในการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำประเภทที่ต้องการอนุรักษ์ต่อไป พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และเพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักเรียน นักศึกษา และเยาวชน ได้ศึกษาทางด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาอีกด้วย

12. สวนเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จัดสร้างขึ้นเนื่องในวโรกาสหม่อมหลวงเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา เพื่อเป็นศูนย์รวมและสร้างแรงจูงใจของพสกนิกรชาวไทยและนักท่องเที่ยวได้แสดงถึงความจงรักภักดีต่อองค์พระมหากษัตริย์ และเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์สวนป่าบริเวณแหลมสนอ่อนหาดสมิหลา มีเนื้อที่ประมาณ 111 ไร่

13. สวน 72 พรรษา มหาราชินี ตั้งอยู่บริเวณริมปากคลองสำโรงด้านทะเลสาบ พื้นที่ประมาณ 8 ไร่ เป็นโครงการที่ต้องการปรับปรุงแหล่งเสื่อมโทรม ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เทศบาลนครสงขลาใช้งบประมาณในการพัฒนาทั้งสิ้น จำนวน 35 ล้านบาท เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของชุมชนที่มีฐานะยากจน บริเวณใกล้เคียงภายในเขตเทศบาลนครสงขลา และพื้นที่ของเทศบาลตำบลเขาปู่ช้าง เป็นการเปิดมิติใหม่ของการท่องเที่ยวทะเลสาบสงขลา โดยใช้เป็นที่จอดรถท่องเที่ยวของประชาชนที่ว่างจากการทำประมงพื้นบ้าน นอกจากนี้ยังเป็นการรักษา



คุณภาพน้ำให้ดีขึ้น โดยการปลูกต้นไม้ 25,000 ต้น เพื่อปรับปรุงระบบนิเวศน์ รองรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างแท้จริง

**14. พิพิธภัณฑ์พหามะรงค์** เป็นเรือนไทยที่สร้างจากความทรงจำของ ฯพลฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ณ สถานที่ที่เคยเป็นที่ตั้งบ้านพักของรองอำมาตย์โทขุนวินิจทัศนัทธรรม (บึง ติณสูลานนท์) บิดาของ ฯพลฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งพะทำมะรงพิเศษ หรือพัศดีที่เมืองสงขลา ภายในจัดแสดงข้าวของเครื่องใช้และประวัติศาสตร์ติณสูลานนท์ พิพิธภัณฑ์พหามะรงค์เปิดให้เข้าชมระหว่าง 08.30 – 16.00 น. เว้นวันจันทร์และวันหยุดนักขัตฤกษ์

#### ถนนคนเดิน

“ถนนคนเดิน” หรือ Walking Street เป็นหนึ่งในแนวคิดการพัฒนาเมืองและการกำหนดใช้พื้นที่เมืองให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์พื้นที่ในเมืองซึ่งหลายประเทศได้ดำเนินการ และ “ถนนคนเดิน” ในหลายประเทศก็ได้กลายเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งรวมงานศิลปะ แหล่งรวมศิลปิน สถานที่ที่ศิลปินอิสระจะได้ใช้เป็นเวทีในการแสดงออกทั้งงานดนตรี วรรณศิลป์ จิตรกรรม เป็นต้น รวมถึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติจะต้องแวะมาเยี่ยมชมเยือนสำหรับในประเทศไทยนั้น

รัฐบาลภายใต้การนำของ พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เป็นรัฐบาลแรกที่ได้ประกาศให้มีการดำเนินการ “ถนนคนเดิน” ในประเทศไทย โดยเป็นหนึ่งในมาตรการเพื่อการประหยัดพลังงานตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. 2544 ซึ่งในขณะนั้นนายพิทักษ์ อินทรวิทย์นันท์ รองนายกรัฐมนตรี ได้นำมาตรการดังกล่าวมาจัดเป็น “โครงการปิดถนนคนเดินเพื่อประหยัดพลังงาน ลดมลพิษ และส่งเสริมการท่องเที่ยว” และนำมาสู่การปฏิบัติในรูปแบบของโครงการนำร่อง โดยใช้ถนนสีลม กรุงเทพมหานคร เป็นต้นแบบของ “ถนนคนเดิน” ในประเทศไทย

#### ถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา

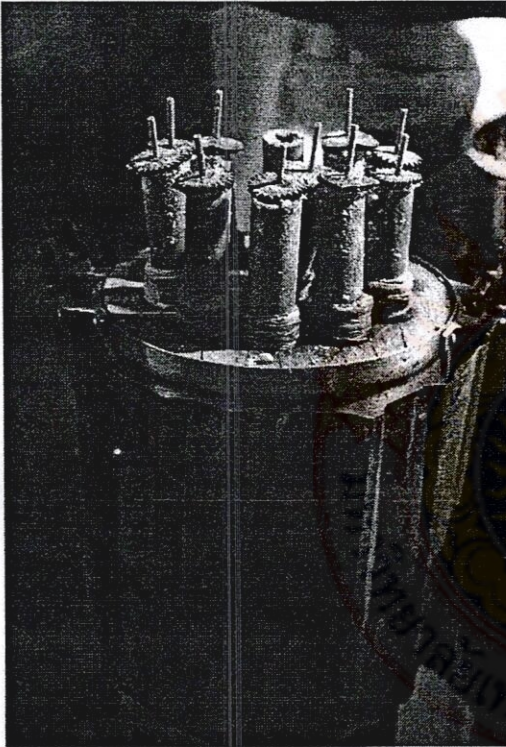
ถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา หรือที่เรียกว่า “สงขลาแต่แรก” เริ่มโครงการ “ถนนคนเดิน เพลินกินของอร่อย ย้อนรอยบ่อทราย” ซึ่งเป็นโครงการที่จัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างจังหวัดสงขลา เทศบาลนครสงขลา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สงขลา หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ระหว่างวันที่ 6 – 11 เมษายน 2553 และจัดต่อเนื่องทุกวันศุกร์ – วันเสาร์ ณ บริเวณถนนจะนะริมกำแพงเมืองเก่า ภายในงานมีการจัดกิจกรรมย้อนรอยเมืองบ่อทราย ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก เช่น กิจกรรมภาพเก่าเล่าสงขลา การเสวนาทางวิชาการ กิจกรรมสามล้อชมเมือง รถมอเตอร์ไซด์ การจัดนิทรรศการ การออกร้านจากหน่วยงานต่างๆ กิจกรรมการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การออกร้านจำหน่ายอาหาร



พื้นบ้านโบราณของสงขลา ซึ่งปัจจุบันหาทานได้ยากและจำหน่ายของที่ระลึก สินค้า OTOP ปัจจุบันถนนคนเดินสงขลา มีโซนอาหารและเสื้อผ้า มีหนังสือกลางแปลง และบางอาทิตย์มีร้านขายของสงขลา และมีวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ รวมเป็น 3 วันต่อสัปดาห์

ถนนคนเดินสงขลาตั้งอยู่ถนนด้านหน้าของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สงขลา (พระตำมาแระ) ซึ่งตั้งอยู่ที่ถนนจะนะใกล้กับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สงขลา ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งบ้านพักเดิมของรองอำมาตย์โทขุนวินิจทัณฑกรรม (เป็ง ตินสุตานนท์) บิดาของ ฯพณฯ พลเอกเปรม ตินสุตานนท์ พิพิธภัณฑฯ เป็นสถาปัตยกรรมแบบเรือนไทยที่สร้างขึ้นเพื่อจำลองสถานที่เกิดของ ฯพณฯ พลเอกเปรม ตินสุตานนท์ อดีตนายกรัฐมนตรีและรัฐบุรุษซึ่งเป็นชาวจังหวัดสงขลา

“ถนนคนเดิน เพลินของหรรอย ย้อนรอยบ่อย่าง”



รูปที่ 2.1 หม้อบอ



รูปที่ 2.2 ชาชัก



## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ว่าเป็นการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูริย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวคือการเดินทางของคนจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อน หรือหาความรู้ ซึ่งครอบคลุมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจที่ผู้เดินทางยังมีได้ตั้งหลักแหล่งถาวร และไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทางโดยการท่องเที่ยวยังเป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพซึ่งเกิดจากการเดินทางและการพักผ่อนต่างถิ่นเป็นการชั่วคราว โดยมีได้ประกอบอาชีพ และการเดินทางที่จัดเป็นการท่องเที่ยวต้องมีลักษณะ 3 ประการ คือ 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) ไม่ใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพและการหารายได้

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึงผู้ที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตน แล้วกลับมาเกินกว่า 24 ชั่วโมง และได้พักผ่อนที่ไหนแห่งหนึ่งชั่วคราวเวลาหนึ่ง บางประเทศก็เรียกว่า "Night visitor" และ Excursionist หมายถึง นักท่องเที่ยวแบบเข้าไป เย็นกลับ หรือกลับมาถึงบ้านภายใน 24 ชั่วโมงโดยไม่พักผ่อน ณ ที่ใด บางประเทศก็เรียกว่า "Day visitor" สำหรับ "Visitor" มีความอย่างเดียวกับ Tourist แต่เป็นคำที่ประเทศหนึ่งใช้เรียกนักท่องเที่ยวจากประเทศที่เข้ามาในประเทศของตน และบางทีก็อาจจะเรียกว่า "Foreign visitor"



นอกจากนี้ประเทศที่ใช้คำว่า “Visitor” แทนคำว่า “Tourist” มักจะใช้คำว่า “Tourist” หรือ “Domestic tourist” หมายถึงนักท่องเที่ยว ที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศหนึ่งแล้วท่องเที่ยวไปแต่เฉพาะภายในประเทศของตนเอง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ของสถิติการท่องเที่ยว โดยการจำแนกนักท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย แบ่งออกเป็น

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งไม่ได้ค้างคืน

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่มีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักอันถาวรนั้น แบ่งออกเป็น

2.1 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปพักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน แต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน หรือที่เรียกว่า “ผู้มาเยือน”

2.2 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศไทยที่ได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน หรือที่เรียกว่า “นักท่องเที่ยว”

และเพื่อการจัดประเภทของนักท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้หลายลักษณะ

ดังนี้

1. ตามการจัดการเดินทาง

Mass Tourists กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน พักโรงแรมในระดับเดียวกัน รับประทานอาหาร และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในแบบเดียวกัน



Eco Tourists นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่มุ่งรักษา สภาพแวดล้อมของระบบนิเวศน์

2. ตามจำนวนมากน้อยของนักท่องเที่ยว

เป็นกลุ่ม (Group Tour หรือ Escort Tour)

เป็นส่วนบุคคล (Independent Tour)

3. ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง แบ่งได้ 7 ประการ คือ

การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด (holiday-mass Popular individual)

การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้ วัฒนธรรมของสังคมต่างๆ เช่นการศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ คนตรี ละคร การนมัสการ ศูนย์ศาสนา เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัยการศึกษา สอน หนังสือ ฝึกอบรม หรือดูงานต่างประเทศ ซึ่งจะต้องพำนักอยู่สถานที่นั้นๆ เป็นเวลานาน

การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและบันเทิง (Sport and Recreation) คือการเดินทางไปชม หรือร่วมแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่างๆ

การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and special interests)

การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรก เช่นการ วาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend and Relative) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจะทำธุรกิจ เสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

การจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยว

การแบ่งตามช่วงเวลาที่ใช้ไปในการไปเยือนและมีการพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือน นั้น แบ่งออกเป็น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น 1) นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ 2) นักเดินทาง (Travelers) นักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมา จ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือ บุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น



Perreault และ Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้ที่รายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาคดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการเดินทางหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลาในการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือชอบติดต่อพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น



5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

สำนักงานเศรษฐกิจศึกษา Westvlaams (1986, อ้างจาก Swarbrook และ Horner 1999)

ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active sea lovers)
2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded holiday makers) มีจิตใจชอบติดต่อกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่ โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น
3. นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ
5. นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่
6. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว
7. นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย <http://touristbehaviour.wordpress.com/>

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบกิจกรรมด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผลิตบริการอย่างใดอย่างหนึ่งด้านการท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดความสะดวกสบายหรือความพึงพอใจ และขายบริการด้านการท่องเที่ยวให้แก่ผู้เยี่ยมชม และสินค้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. สินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Goods) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือการให้ “บริการ” ผู้บริโภคหรือผู้มาเยี่ยมชมไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้ ผู้มาเยี่ยมชมเพียงแต่ได้รับความพึงพอใจจากสิ่งที่เห็นหรือสิ่งที่ได้รับเท่านั้น บุคลากรที่ทำงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญอย่างมาก



2. สินค้าที่ไม่มีการเคลื่อนที่ไปหาผู้บริโภค ผู้บริโภคต้องเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ ณ สถานที่ผลิตนั่นเอง ซึ่งหมายถึงสถานที่ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ
3. สินค้าที่ไม่สูญสลาย เป็นสินค้าและบริการที่สามารถนำกลับมาใช้ได้อีกหลายครั้ง ในบางครั้งต้องดูแลรักษาและบำรุงให้คงอยู่ในสภาพที่ดีและเสียหายน้อยที่สุด
4. เป็นสินค้าที่เปลี่ยนหรือไม่เปลี่ยนกรรมสิทธิ์ก็ได้ เนื่องจากสินค้าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบ มีทั้งที่เมื่อผู้เยี่ยมชมได้ซื้อสินค้าแล้ว สินค้าบางประเภทมีการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ อาทิ อาหาร ของที่ระลึก เป็นต้น แต่บางประเภทเพียงแค่ได้สิทธิ์ในการใช้ หรือชม อาทิ การจ่ายค่าห้องโรงแรม ไม่ใช่การได้เป็นเจ้าของห้อง เพียงแต่ได้สิทธิ์ในการเข้าพักตามระยะเวลาที่ตกลง เมื่อเข้ามาที่น้ำตก ทะเล ภูเขา ผู้เยี่ยมชมไม่ได้เป็นเจ้าของน้ำตก ทะเล ภูเขา เพียงแค่ได้เข้ามาเยี่ยมชมความงดงามเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภท “บริการ” อาทิ รอยยิ้ม ความช่วยเหลือ การดูแล ผู้เยี่ยมชมเพียงแต่ได้รับ “บริการ” เหล่านั้นในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ไม่ได้เป็นเจ้าของ

ดังนั้นจึงสามารถจำแนกองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ออกเป็นองค์ประกอบหลักที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว
2. ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง
3. ธุรกิจที่พักแรม
4. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร
5. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

และองค์ประกอบที่สนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
2. ธุรกิจ MICE
3. การบริการข่าวสารข้อมูล
4. การอำนวยความสะดวกทางด้านความปลอดภัย
5. การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกจากเมือง

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

สุรพล ลือทองจักร (2547) ได้อธิบายว่า ความมีมิตรไมตรี วิถีชีวิตของคนไทยและทัศนียภาพที่สวยงาม เป็นจุดขายที่ดีในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า การท่องเที่ยวได้มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย รายได้



จากนักท่องเที่ยวส่งผลดีต่อการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการจ้างงาน และส่งผลให้รายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มมากขึ้น และรัฐบาลยังมีรายได้จากการเก็บภาษี เนื่องจากมีการหมุนเวียนของเงินตราเพิ่มมากขึ้น

([http://human.udru.ac.th/attachments/101\\_WatPhthokk.pdf](http://human.udru.ac.th/attachments/101_WatPhthokk.pdf))

บทบาทการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ดังนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ
2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน เช่น พ.ศ.2545 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 558,821 ล้านบาท ขณะที่รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเงินประมาณ 235,337 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลจึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นเป็นอย่างมาก
3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง
4. จากการวิจัยการสร้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1 คน มีส่วนสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมเฉลี่ยประมาณ 1 คน เช่นกัน
5. มีบทบาทกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด
6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย เพราะประชากรโลกเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ขณะที่การขนส่งสามารถบรรจุผู้โดยสารได้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายการเดินทางถูกลง
7. ไม่มีขีดจำกัดในการผลิต เนื่องจากผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวคือความสวยงามของธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศ
8. ช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี เมื่อมีการท่องเที่ยวเป็นสื่อในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เจ้าของท้องถิ่นก็จะตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางศิลปวัฒนธรรม และช่วยกันฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้
9. มีบทบาทสร้างสรรค์ความเจริญ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่ง ย่อมช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ในท้องถิ่นนั้นๆ



10. ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดตั้งกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว
11. ช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรี เป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะ ทำความรู้จัก และเข้าใจกัน
12. ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจดี ต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน
13. ช่วยให้เกิดการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค
14. ลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองหลวงด้วยการมีอาชีพที่มั่นคงและมีรายได้ดีตามแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น
15. กระตุ้นการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตให้เกิดรายได้เพิ่มพูน และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของสินค้าอื่นๆ
16. ช่วยให้เกิดความรักความภาคภูมิใจในท้องถิ่น เป็นผลให้เกิดการอนุรักษ์
17. ประโยชน์ทางการศึกษา การค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวทำให้มีโลกทัศน์กว้างขวาง
18. ประโยชน์ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก รวดเร็ว  
([http://www.khaosod.co.th/view\\_news.php?newsid=TURONWlzVXdNakV5TU RnMU1RPT0=&sectionid=Y25Wd11XbHRiMlJs&day=TWpBd09DMHdPQzB4 TWc9PQ==](http://www.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TURONWlzVXdNakV5TU RnMU1RPT0=&sectionid=Y25Wd11XbHRiMlJs&day=TWpBd09DMHdPQzB4 TWc9PQ==))

### การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

Kotler (อ้างอิงใน Richardson and Fluker, 2004) ได้อธิบายความหมายของแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า สถานที่ทั้งในสภาพที่เป็นจริงและสภาพตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว และ Middleton (อ้างอิงใน Richardson and Fluker, 2004) ได้อธิบายว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ 1) จุดที่น่าสนใจ ได้แก่ จุดที่มีทัศนียภาพสวยงาม ศูนย์การค้า สวนสนุก เป็นต้น 2) สาธารณูปโภค ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น 3) การเข้าถึง ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ภาพลักษณ์ ได้แก่ ความคิดและความเชื่อของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ดังกล่าว และ 5) ราคา ซึ่งครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่า ราคาของแหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน อาจแตกต่างกันได้ตามระดับของการเดินทางและฤดูกาลในการเดินทางท่องเที่ยว



Ritchie และ Crouch (2003) เสนอว่ามีปัจจัย 5 ประการ ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขันกันของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ความพร้อมของทรัพยากรและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น การคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค นโยบายของรัฐบาล เป็นต้น 2) จุดสนใจหลัก เช่น ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือความบันเทิง 3) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เช่น การตลาด การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาด้านการบริการ เป็นต้น 4) การวางแผนพัฒนาและนโยบายของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการวางแผน การดำเนินการ และการประเมินผล 5) การพัฒนาคุณภาพด้านต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัย ภาพลักษณ์ กำลังการผลิต เป็นต้น ปัจจัยทั้งห้าประการจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความได้เปรียบของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

### 2.3 ต้นทุนและผลตอบแทนในการจัดกิจกรรม

อนูรักษ์ ทองสุโขวงศ์ ได้กล่าวถึงความหมายของต้นทุน (Cost) เป็นมูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นก็จะถือเป็น “ค่าใช้จ่าย” (Expenses) ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้นและสำหรับต้นทุนที่กิจการสูญเสียไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า “สินทรัพย์ (Assets)”

เมื่อค่าใช้จ่าย (Expenses) คือ ต้นทุนที่ก่อให้เกิดรายได้ (Revenue) โดยปกติแล้วก็จะนำไปเปรียบเทียบกับรายได้ที่เกิดขึ้นในงวดเดียวกันเพื่อคำนวณหากำไรสุทธิ (Profit) หรือขาดทุนสุทธิ (Loss) ซึ่งรายได้ก็จะหมายถึง ราคาขายของสินค้าหรือบริการ คูณกับปริมาณหรือระดับของกิจกรรม นอกจากนี้โดยปกติเราจะพบว่า คำว่า “ค่าใช้จ่าย” มักจะหมายถึงรายจ่ายที่สามารถให้ผลประโยชน์ทางภาษีได้ ด้วยเหตุนี้คำว่า “ค่าใช้จ่าย” จึงนิยมแสดงในรายงานทางการเงินที่เสนอบุคคลภายนอก แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติแล้วการใช้คำว่า “ต้นทุน” และ “ค่าใช้จ่าย” ก็มักจะมีการใช้ทดแทนกันอยู่เสมอ

ส่วนประกอบของต้นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด (Cost of a Manufactured Product) จะประกอบด้วยวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต ซึ่งถ้าพิจารณาในด้านทรัพยากรที่เป็นส่วนประกอบของสินค้าแล้ว ประกอบด้วย



### 1. วัตถุดิบ (Materials)

วัตถุดิบนับว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญของการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยทั่วไป ซึ่งต้นทุนที่เกี่ยวกับการใช้วัตถุดิบในการผลิตสินค้าอาจจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) วัตถุดิบทางตรง (Direct materials) หมายถึง วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต และสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณและต้นทุนเท่าใด รวมทั้งจัดเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตสินค้าชนิดนั้น ๆ เช่น ไม้แปรรูปจัดเป็นวัตถุดิบทางตรงของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ผ้าที่ใช้ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้า ยางดิบที่ใช้ในการผลิตยางรถยนต์ แร่เหล็กที่ใช้ในอุตสาหกรรมถลุงเหล็ก กระดาษที่ใช้ในธุรกิจสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

2) วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect materials) หมายถึง วัตถุดิบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมกับการผลิตสินค้า แต่ไม่ใช่วัตถุดิบหลักหรือวัตถุดิบส่วนใหญ่ เช่น ตะปู กาว กระดาษทรายที่ใช้เป็นส่วนประกอบของการทำเครื่องหนังหรือเฟอร์นิเจอร์ น้ำมันหล่อลื่นเครื่องจักร เส้นด้ายที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น โดยปกติแล้ว วัตถุดิบทางอ้อมอาจจะถูกเรียกว่า “วัสดุโรงงาน” ซึ่งจะถือเป็นค่าใช้จ่ายการผลิตชนิดหนึ่ง

### 2. ค่าแรงงาน (Labor)

ค่าแรงงาน หมายถึง ค่าจ้างหรือผลตอบแทนที่จ่ายให้แก่ลูกจ้างหรือคนงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า โดยปกติแล้วค่าแรงงานจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ ค่าแรงงานทางตรง (Direct labor) และค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect labor)

1) ค่าแรงงานทางตรง (Direct labor) หมายถึง ค่าแรงงานต่าง ๆ ที่จ่ายให้แก่คนงานหรือลูกจ้างที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูปโดยตรง รวมทั้งเป็นค่าแรงงานที่มีจำนวนมากเมื่อเทียบกับค่าแรงงานทางอ้อมในการผลิตสินค้าหน่วยหนึ่ง ๆ และจัดเป็นค่าแรงงานส่วนสำคัญในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น คนงานที่ทำงานเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตก็ควรถือเป็นแรงงานทางตรง พนักงานในสายการประกอบ เป็นต้น

2) ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect labor) หมายถึง ค่าแรงงานที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับค่าแรงงานทางตรงที่ใช้ในการผลิตสินค้า เช่น เงินเดือนผู้ควบคุมโรงงาน เงินเดือนพนักงานทำความสะอาดเครื่องจักร และโรงงาน พนักงานตรวจสอบคุณภาพ ช่างซ่อมบำรุง ตลอดจนต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับคนงาน เช่น ค่าภาษีที่ออกให้ลูกจ้าง สวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งค่าแรงงานทางอ้อมเหล่านี้จะถือเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายการผลิต



### 3. ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead)

ค่าใช้จ่ายการผลิต หมายถึง แหล่งรวบรวมค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าซึ่งนอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง เช่น วัตถุดิบทางอ้อม ค่าแรงงานทางอ้อม ค่าใช้จ่ายในการผลิตทางอ้อมอื่น ๆ ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา ค่าประกันภัย ค่าภาษี เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะต้องเป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการดำเนินการผลิตในโรงงานเท่านั้น ไม่รวมถึงเงินเดือน ค่าเช่า ค่าไฟฟ้า ค่าเสื่อมราคา ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานในสำนักงาน ดังนั้น ค่าใช้จ่ายการผลิตจึงถือเป็นที่ยรวมของค่าใช้จ่ายในการผลิตทางอ้อมต่างๆ (Cost pool of indirect manufacturing costs) นอกจากนี้พบว่าในบางกรณีก็มีการเรียกค่าใช้จ่ายการผลิตในชื่ออื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายโรงงาน (Factory Overhead) โสหุ่ยการผลิต (Manufacturing Burden) ต้นทุนผลิตทางอ้อม (Indirect Costs) เป็นต้น

ต้นทุนตามหน้าที่งานในกิจการ

ต้นทุนตามหน้าที่งาน เป็นการพิจารณาต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานหรือปฏิบัติงานของหน้าที่งานต่าง ๆ โดยปกติแล้วจะสามารถแบ่งหน้าที่งานในกิจการต่างๆ ออกเป็น 4 หน้าที่งาน คือ การผลิต การตลาด การบริหาร การเงิน ดังนั้นต้นทุนที่จะเกิดขึ้นในหน้าที่งานต่างๆ ก็คือ

1. ต้นทุนที่เกี่ยวกับการผลิต (Manufacturing costs) ได้แก่ ต้นทุนที่มีความสัมพันธ์กับการผลิต คือ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต

2. ต้นทุนที่เกี่ยวกับการตลาด (Marketing costs) หมายถึง ต้นทุนต่างๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายสินค้า หรือบริการ ค่าโฆษณา ค่านายหน้าพนักงานขาย

3. ต้นทุนที่เกี่ยวกับการบริหาร (Administrative costs) ได้แก่ ต้นทุนที่เกิดขึ้นในลักษณะที่เกี่ยวกับการสั่งการ การควบคุม และการดำเนินงานของกิจการ นอกจากนี้ยังรวมถึงเงินเดือนของผู้บริหารและพนักงานในแผนกต่าง ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับแผนกผลิต และแผนกขาย

4. ต้นทุนทางการเงิน (Financial costs) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการจัดหาเงินทุน หรือการบริหารเงินทุนของกิจการ เช่น ค่าดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เป็นต้น

ต้นทุนในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว

รายการค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ต้นทุนเอกชนและต้นทุนภายนอก ดังนี้

1. ต้นทุนเอกชน คือ ส่วนที่เจ้าของกิจการเป็นผู้รับภาระ และเกิดค่าใช้จ่ายจริงเป็นต้นทุนที่มองเห็น หรือที่เรียกว่าต้นทุนทางบัญชี ประกอบด้วย

ก. ต้นทุนเริ่มดำเนินการหรือเงินลงทุนแรกเริ่ม เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวในการเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่



- ค่าสำรวจเส้นทางในระยะแรกเริ่มก่อนดำเนินการ
  - ค่าพาหนะหรืออุปกรณ์
  - ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- ข. ต้นทุนคงที่ เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นคงที่เสมอ ไม่ว่าจะมียกห้องที่เข้ามาใช้บริการหรือไม่ก็ตาม ได้แก่
- ค่าเช่า
  - ค่าสาธารณูปโภค
  - ค่าวัสดุสิ้นเปลือง
  - ค่าจ้างพนักงานประจำ
- ค. ต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุนที่ขึ้นอยู่กับรายการของกิจกรรมและจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแต่ละครั้ง
- ค่าจ้างแต่ละครั้ง
  - ค่าอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยว
  - ค่าพาหนะในการเดินทาง
  - ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

นอกจากนี้ก็มีค่าใช้จ่ายที่เป็นรายจ่ายที่ไม่ได้เกิดจากการจ่ายจริงของเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่มองไม่เห็น หรือที่เรียกว่าต้นทุนค่าเสียโอกาสของเจ้าของกิจการและการใช้ทรัพย์สินในการผลิตแทนการใช้ในธุรกิจอื่น คือ

- ค่าตอบแทน ในส่วนที่เป็นความสามารถในการหารายได้เจ้าของกิจการในการทำธุรกิจอื่น ได้แก่ มูลค่าของรายได้ที่เคยได้รับก่อนมาทำธุรกิจการขายสินค้าหรือการให้บริการในกิจการ
  - ค่าตอบแทน ในส่วนของดอกเบี้ยของเงินลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว (ก่อนที่นำเงินออมมาลงทุน) หรือค่าเช่าที่เคยได้รับก่อนที่จะใช้เป็นสถานประกอบการ (กรณีที่ใช้บ้านเป็นสถานที่ดำเนินธุรกิจ)
2. ต้นทุนภายนอก เป็นต้นทุนที่บุคคลอื่นเป็นผู้รับภาระแทนเจ้าของกิจการ ซึ่งเป็นต้นทุนที่เกิดจากผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ ดังนี้
- ผลกระทบทางบวก ได้แก่
- การมีรายได้เพิ่มขึ้นของประชาชนจากการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การรับจ้างขับรถ การจัดอาหารบริการนักท่องเที่ยว การแสดงพื้นบ้านหรือการเล่นพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยวชม



- การพัฒนาตนเองของคนในท้องถิ่นด้านความรู้และชีวิตความเป็นอยู่ เช่น การใช้ภาษาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว การรู้จักคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นมากขึ้น โดยรู้จักดูแลอนุรักษ์ไว้ และเกิดความรักชุมชนของตนเอง

#### ผลกระทบทางลบ ได้แก่

- มูลค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมที่เกิดความเสื่อมโทรม โดยเฉพาะทรัพยากรน้ำที่ถูกทำลายจากการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเกิดขยะมูลฝอยต่างๆ
- มูลค่าความเสียหายที่เกิดกับนักท่องเที่ยว เช่น การเกิดอาชญากรรม การลักทรัพย์ การปล้นชิงทรัพย์สินที่เกิดกับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (2553) ได้ศึกษาสถานการณ์ธุรกิจโรงแรม และที่พัก ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา) พบว่าการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวของไทยในปี 2554 ส่งผลดีต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมที่พัก แต่ขณะเดียวกัน ก็มีประเด็นที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด คือ การขยายตัวของการเปิดให้บริการโรงแรมใหม่หลายแห่งในช่วง 3 - 4 ปีนี้ ทั้งสาขาของไทยและสาขาจากต่างชาติ ที่มีจุดหมายตามเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งย่อมส่งผลกระทบโดยตรงต่อจำนวนห้องพักและอัตราเข้าพักในแต่ละพื้นที่ในระยะต่อไป โดย ณ สิ้นไตรมาส 3 ปี 2553 ไทยมีจำนวนที่พัก (โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ และบังกะโล) ทั้งสิ้นประมาณ 6,588 แห่ง มีจำนวนห้องพักรวมกันถึง 369,745 ห้อง และผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ซึ่งมีอยู่จำนวนมาก คือ กว่าร้อยละ 80 ของจำนวนโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมดในประเทศไทย จะได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เอื้อด้านการท่องเที่ยวในปี 2554 ได้มากนักน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจรองรับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนไป ท่ามกลางกระแสการแข่งขันในธุรกิจที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นจากสาขาบริหารโรงแรมทั้งไทยและต่างประเทศ โดยอาศัยจุดแข็งที่มีอยู่ของผู้ประกอบการแต่ละรายซึ่งแตกต่างกันออกไป ซึ่งเมื่อพิจารณาจากทิศทางการเติบโตของการท่องเที่ยวไทยในปี 2554 ทั้งตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยและตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติดังกล่าวมาแล้ว ส่งผลให้การใช้จ่ายในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ก่อให้เกิดเม็ดเงินรายได้ด้านการท่องเที่ยวสะพัดทั่วประเทศเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ซึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 600,000 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ



ละ 8) และรายได้จากนักท่องเที่ยวคนไทย คิดเป็นมูลค่าประมาณ 432,000 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5) โดยรวมแล้วการใช้จ่ายในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติในปี 2554 มีแนวโน้มก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวสะพัดทั่วประเทศคิดเป็นมูลค่า รวมกันทั้งสิ้นประมาณ 1,032,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 7

พระราชินี ศรีสวัสด์ และคณะ (2550) ได้ศึกษากลไกและศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่าผู้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นคนท้องถิ่น ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม เพื่อเป็นการสร้างรายได้ เพื่อบริการจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยปรับเปลี่ยน และดัดแปลงจากวิถีชีวิตเดิม เช่นอาชีพชาวประมง อาชีพชาวสวน เปลี่ยนมาเป็นการจัดกิจกรรมทางนำหรือกิจกรรมพักแรมวิถีชาวบ้าน(โฮมสเตย์) กิจกรรมเดินป่า เป็นต้น ส่วนผู้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นคนนอกพื้นที่ ส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมที่ชัดเจนแน่นอน เช่น เพื่อบริการนักท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) หรือเพื่อการผจญภัย เป็นต้น สำหรับงบประมาณในการดำเนินงานส่วนใหญ่ประมาณ 90% เป็นเงินส่วนตัวที่เริ่มลงทุนโดยใช้งบประมาณจำนวนไม่มาก และค่อยๆ พัฒนา กิจกรรม โดยเพิ่มงบประมาณ หลังจากดำเนินกิจกรรมแล้วมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ยกเว้นบางกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก และเป็นไปตามมาตรฐานข้อกำหนดของการทำกิจกรรม เช่น กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง(น้ำลึก) เป็นต้น ส่วนกิจกรรมจักรยานยนต์/รถยนต์ชมทัศนียภาพรอบเกาะ บางรายที่มีจำนวนรถ และจำนวนจุดให้บริการมาก ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวต้องใช้เงินทุนทั้งจากการระดมทุน และแหล่งเงินกู้จากที่ต่างๆ



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนจากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา เพื่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลต้นทุนในการจัดกิจกรรมและศึกษาผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา รวมถึงการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการจัดการต้นทุนและผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลต้นทุนในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา การเก็บรวบรวมข้อมูลรายจ่ายและงบประมาณการจัดกิจกรรมจากหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ประกอบด้วย

1. การเสวนาต่างๆ
2. การแสดงของเวทีกลาง
3. การแสดงกลางแจ้งต่างๆ
4. สามล้อชมเมือง
5. รตรางชมเมือง
6. การประกวด/แข่งขัน
7. ชมพิพิธภัณฑ์พระธรรมรงค์
8. การฉายภาพยนตร์
9. การขายสินค้า
10. กิจกรรมอื่นๆ

ดังนั้นจึงใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แนวทาง คือการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากฐานข้อมูลหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีเทศบาลนครสงขลาและหน่วยงานที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา และการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์ตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ทราบถึงจำนวนและประเภทของงบประมาณในการจัดกิจกรรม

สำหรับวัตถุประสงค์การศึกษาค้นคว้าผลตอบแทนหรือรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม 10 ประเภทดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางตรงจากการ



สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลตอบแทนหรือรายได้ และข้อมูลทางอ้อมโดยการสัมภาษณ์  
นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจำนวนเงินค่าใช้จ่ายที่ใช้ไปในการเที่ยวชมถนนคนเดินสงขลา

และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ จึงมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

### 3.1 แหล่งข้อมูล

#### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.4 เครื่องมือในการวิจัย

#### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 แหล่งข้อมูล

ประเภทของข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่รวบรวมเพื่อการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท  
คือข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อศึกษานโยบายและ  
ประเมินความสามารถขององค์กรภาครัฐ มีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ประกอบด้วย 1) ข้อมูลความคิดเห็นที่ได้จากการ  
สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการจัด  
กิจกรรมการของถนนคนเดิน โดยมีตัวแทนขององค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และ 2 )  
ข้อมูลผลตอบแทนหรือผลประโยชน์หรือรายได้ จากการเก็บจากกลุ่มเป้าหมาย 2  
กลุ่ม คือผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

3.1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง  
ด้วยการศึกษา ค้นคว้าและสังเคราะห์บทความ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่  
เกี่ยวข้องกับต้นทุนและรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวของถนนคนเดิน

### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย

- การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมของถนน  
คนเดิน จากทั้ง 3 กลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ผู้บริหารและผู้  
ปฏิบัติการขององค์กรภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชน
- การเก็บแบบสำรวจความคิดเห็นของจากทั้ง 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้บริหารและ  
ผู้ปฏิบัติการขององค์กรภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนที่มีส่วนร่วมหรือ  
ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมของถนนคนเดิน



### 3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย

- ศึกษา ค้นคว้าและสังเคราะห์บทความ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการของถนนคนเดิน บทบาทขององค์กรภาครัฐต่อการพัฒนาการของถนนคนเดิน
- รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิในด้านนโยบาย แผนงาน และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการของถนนคนเดินของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ผู้ประกอบการและชุมชน

### 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 คือผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ขององค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่ในการจัดกิจกรรมของถนนคนเดินเขตเทศบาลสงขลา จำนวน 30 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 2 คือผู้ประกอบการที่ให้บริการในกิจกรรมของถนนคนเดิน จำนวน 83 ตัวอย่าง และกลุ่มที่ 3 คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดินเขตเทศบาลสงขลา 98 ตัวอย่าง

#### 3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

- กลุ่มตัวอย่างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากประชากรทั้ง 3 กลุ่มๆ ละ 5 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และทำการเลือกตัวอย่างให้ครอบคลุมทุกประเภทของแต่ละกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นตัวแทนทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ
- กลุ่มตัวอย่างสำหรับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินสงขลา ประกอบด้วยตัวแทนที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรม จำนวน 30 คน ส่วนการสำรวจผลประโยชน์หรือรายได้ ประกอบด้วยตัวแทนจากกลุ่มประชากรทั้ง 2 กลุ่ม โดยตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความคลาดเคลื่อน  $\pm 10\%$  กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ จำนวน 83 ตัวอย่าง จากประชากร ทั้งหมด 272 ราย และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว จำนวน 98 ตัวอย่าง จากประชากรระหว่าง 4,000 – 5,000 คน รวมเป็น 211 คน และทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทุกหน้าที่หรือธุรกิจของกลุ่มประชากร และเป็นตัวแทนทั้งในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ



### 3.4 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ

- 3.4.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบต่อการจัดกิจกรรมของถนนคนเดิน
- 3.4.2 แบบสัมภาษณ์ผลประ โยชน์หรือรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดินทางตรง คือ ผู้ประกอบการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ในประเด็นต่างๆ ดังนี้
  - รายละเอียดการขายสินค้าหรือการให้บริการ
  - จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการ
  - อัตราค่าบริการ
  - ต้นทุนในการดำเนินงาน
- 3.4.3 แบบสัมภาษณ์ผลประ โยชน์หรือรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดินทางอ้อม คือ นักท่องเที่ยว โดยมีประเด็นต่างๆ ดังนี้
  - การมาเดินเที่ยวชมถนนคนเดินสงขลาครั้งนี้ มีผู้ร่วมเดินทางจำนวนเท่าไร
  - นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้าหรือทำกิจกรรมใดบ้าง
  - แต่ละกิจกรรม เสียค่าใช้จ่ายประมาณคนละเท่าไร

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Research)

- 3.5.1 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จากข้อมูลแบบสำรวจ โดยการใช้ร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
- 3.5.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาที่ได้จากแบบสำรวจ การสัมภาษณ์ การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสังเกตการณ์ รวมถึงข้อมูลทฤษฎีภูมิ โดยประเด็นที่วิเคราะห์คือต้นทุนและผลตอบแทนจากกิจกรรมถนนคนเดินสงขลา
- 3.5.3 ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสำหรับความพึงพอใจในกิจกรรมของถนนคนเดิน ใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยการใช้มาตรฐานส่วนประมาณค่า ดังนี้



มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยมาก	1	คะแนน

เกณฑ์ที่ใช้ในการประมวลผลค่าเฉลี่ยที่ได้ มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00	แปลว่า	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50	แปลว่า	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50	แปลว่า	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50	แปลว่า	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50	แปลว่า	น้อยที่สุด





## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาดัชนีทุนและผลตอบแทนหรือรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของรายได้ รวมถึงแนวทางในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวของถนนคนเดิน เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก และเป็นแหล่งรายได้เสริมที่มั่นคงของประชาชนในพื้นที่ต่อไป มีวัตถุประสงค์ ดังนี้คือ

1. เพื่อศึกษาข้อมูลดัชนีทุนในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
2. เพื่อศึกษาผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการดัชนีทุนและผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา

การดำเนินการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ ตามรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 คือผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ขององค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่ในการจัดกิจกรรมของถนนคนเดินเขตเทศบาลสงขลา จำนวน 30 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 2 คือผู้ประกอบการที่ให้บริการในกิจกรรมของถนนคนเดิน จำนวน 83 ตัวอย่าง และกลุ่มที่ 3 คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมกิจกรรมถนนคนเดินเขตเทศบาลสงขลา 98 ตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษา ค้นคว้าและสังเคราะห์บทความ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา กิจกรรมของถนนคนเดิน บทบาทขององค์กรภาครัฐต่อการพัฒนา กิจกรรมของถนนคนเดิน และรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิในด้านนโยบาย แผนงาน และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา กิจกรรมถนนคนเดินของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ผู้ประกอบการและชุมชน

ผลการศึกษานี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถ จัดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
2. ผู้ประกอบการกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา
3. นักท่องเที่ยว



#### 4.1 ผลการศึกษาหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน

การสัมภาษณ์ตัวแทนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ประเภทกิจกรรมที่ให้บริการ
- ระยะเวลาที่เข้าร่วมดำเนินการในกิจกรรม
- เพิ่มขึ้นหรือลดลงของกิจกรรม
- ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรม
- ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากกิจกรรม
- การเก็บรายได้จากจัดกิจกรรมถนนคนเดินของหน่วยงานที่รับผิดชอบ
- ประเภทของรายได้ที่หน่วยงานรับผิดชอบจัดเก็บ
- การรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ
- ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนากิจกรรม

ผลการศึกษาหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ขององค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่ในการจัดกิจกรรมของถนนคนเดินเขตเทศบาลสงขลา จำนวน 30 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของตำแหน่งในหน่วยงาน

ตำแหน่งในหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหาร	3	10.0
พนักงานปฏิบัติการ	22	73.3
อื่นๆ	5	16.7
รวม	30	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 73.3 และรองลงมาเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น ผู้ประสานงาน ผู้ทำหน้าที่ควบคุมทีมงานแสดง ผู้ดูแลเวที กลางแจ้ง เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 16.7 สำหรับผู้บริหารในหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมถนนคนเดินมีเพียง ร้อยละ 10.0 เท่านั้น



ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทกิจกรรมที่ให้บริการ

กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ขายสินค้า	4	13.3
รถรับจ้าง/สามล้อ/รถราง	2	6.7
นักแสดง/นักร้อง	3	10.0
ผู้จัดกิจกรรมการแสดง	3	10.0
ผู้บรรยาย/ประชาสัมพันธ์	6	20.0
ดูแลการคมนาคมขนส่ง	4	13.3
ดูแลชุมชนรอบๆ บริเวณ ใกล้เคียง	4	13.3
ประสานงาน/ความร่วมมือ	1	3.3
อื่นๆ	3	10.0
รวม	30	100

จากตารางที่ 2 พบว่าส่วนใหญ่ตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในการบรรยายหรือประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า ดูแลการคมนาคมและการขนส่ง และดูแลชุมชนรอบๆ บริเวณใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 13.3 และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนักแสดงหรือนักร้อง และเป็นผู้จัดกิจกรรมการแสดง มีจำนวนเท่ากันคือ คิดเป็นร้อยละ 10.0



ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่เข้าร่วมกิจกรรมของถนนคนเดิน

ระยะเวลาที่เข้าร่วมกิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ	เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1 เดือน	4	14.29	11.85 เดือน	10.31976
3 เดือน	5	17.86		
5 เดือน	1	3.57		
6 เดือน	2	7.14		
8 เดือน	1	3.57		
1 ปี	7	25.00		
1 ปี 1 เดือน	1	3.57		
1 ปี 11 เดือน	1	3.57		
2 ปี	4	14.29		
3 ปี	2	7.14		
รวม	28	100.00		

จากตารางที่ 2 พบว่าตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้าร่วมกิจกรรมถนนคนเดิน มีระยะเวลาดำสุดคือ 1 เดือน และสูงสุดคือ 3 ปี และมีระยะเวลาโดยเฉลี่ย ประมาณ 11 – 12 เดือน เมื่อพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะเห็นได้ว่าระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมมีความใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มกิจกรรมถนนคนเดิน

แนวโน้ม	จำนวน	ร้อยละ
มีความหลากหลาย	8	27.59
นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักมากขึ้น	6	20.69
จัดกิจกรรมได้น่าสนใจ	12	41.38
ได้รับการตอบรับที่ดี	4	13.79
มีการประชาสัมพันธ์	6	20.69
อื่นๆ	4	13.79

จากตารางที่ 3 พบว่าการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเนื่องจากกิจกรรมที่จัดขึ้นมีความน่าสนใจ เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 41.38 และความหลากหลายของกิจกรรมเป็นอันดับรองลงมา คือ ร้อยละ 27.59 สำหรับการที่นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักถนนคนเดินมากขึ้นและมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของถนนคนเดิน มีจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 20.69



ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมถนนคนเดิน

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
การกำหนดนโยบาย	4	13.33
การประชาสัมพันธ์	9	30.00
จำนวนนักท่องเที่ยว	14	46.67
ความหลากหลายแปลกใหม่	8	26.67
การแสดง/กิจกรรมในถนนคนเดิน	9	26.67
การพัฒนา/ความเจริญ	6	20.00
อื่นๆ	4	13.33

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมถนนคนเดิน มากที่สุดคือจำนวนนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46.67 และรองลงมาเป็น การประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 30 สำหรับความหลากหลายแปลกใหม่และการแสดง/กิจกรรมในถนนคนเดิน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงที่เท่ากันคือ ร้อยละ 20

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ	เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1,000 บาท	1	7.7		
3,000 บาท	3	23.1		
4,000 บาท	2	15.4	6384.62	3594.86814
5,000 บาท	1	7.7		
10,000 บาท	6	46.2		
รวม				

จากตารางที่ 5 พบว่าส่วนใหญ่ตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรายได้ในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ประมาณ 10,000 บาทต่อวัน และมีรายได้โดยเฉลี่ยประมาณ 6,300 บาท เมื่อพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะเห็นได้ว่ารายได้จากการจัดกิจกรรมมีความแตกต่างกันประมาณครึ่งหนึ่ง



ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
นโยบายของหน่วยงาน/กิจการ	9	30.00
นักท่องเที่ยว	19	63.33
การเพิ่มจำนวนสินค้า/แม่ค้า	10	33.33
งานแสดงสินค้าที่อื่นๆ	5	16.67
การแสดง/กิจกรรม	10	33.33
การประชาสัมพันธ์	3	10.00
ความน่าสนใจของสินค้า/บริการ	5	16.67

จากตารางที่ 6 พบว่าส่วนใหญ่ตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ คือจำนวนนักท่องเที่ยวและการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 63.33 และรองลงมาคือหากพ่อค้าแม่ค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้นและจัดหาสินค้าที่มีปริมาณมากขึ้นหรือมีความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น รวมถึงการแสดงต่างๆ และกิจกรรมที่น่าสนใจในแต่ละวัน ก็จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ เป็นอันดับรองลงมาคือ ร้อยละ 33.33

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของหน่วยงานที่ควบคุมดูแลการให้บริการกิจกรรมของถนนคนเดิน จัดแบ่งตามหน่วยงานต้นสังกัด

บริการ	จำนวน	เทศบาล (ร้อยละ)	หน่วยงานอื่นๆ (ร้อยละ)
ควบคุมคุณภาพการให้บริการ	27	9 (33.3%)	18 (66.7%)
ควบคุมความปลอดภัย	19	19 (100.0%)	-
ควบคุมด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ	25	13 (52.0%)	12 (48.0%)
ควบคุมด้านการจัดเก็บภาษีเงินได้	15	15 (100.0%)	-

จากตารางที่ 7 พบว่าส่วนใหญ่ตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐที่สังกัดกับเทศบาลนครสงขลา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับควบคุมดูแลการให้บริการสำหรับกิจกรรมของถนนคนเดิน ว่าควรควบคุมด้านความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 100 ในขณะที่ตัวแทนจากหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมของถนนคนเดิน มีความคิดเห็นว่า ควรจะมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการ ร้อยละ 66.7



ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ที่หน่วยงานรับผิดชอบจัดเก็บได้

รายได้ที่เก็บ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ค่าเช่า/ค่าจอง/ค่าแผง	89.167	45.21833
ค่าสาธารณูปโภค	60.00	56.56854

ตารางที่ 8 พบว่าหน่วยที่มีหน้าที่ในการจัดเก็บรายได้จากผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เป็นรายได้หรือรายรับจากค่าเช่าหรือค่าจองพื้นที่สำหรับการขายสินค้าหรือบริการ โดยเฉลี่ยต่อรายคือ 89 บาท และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 45 บาท แสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างกันอย่างมากในการจัดเก็บรายได้แต่ละราย สำหรับค่าสาธารณูปโภคหรือค่าไฟฟ้า พบว่าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 60 บาท คือจัดเก็บจากผู้ประกอบการรายละ 60 บาท โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 56 บาท ซึ่งแสดงว่าไม่มีความแตกต่างกันในการจัดเก็บ

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าใช้จ่ายของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรม

ค่าใช้จ่าย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	20.00	-
ค่าจ้างพนักงาน	125.00	50.00000
ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานล่วงเวลา	226.67	25.49510
ค่าพาหนะในการเดินทาง	266.67	208.16660

จากตารางที่ 9 พบว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรม มีค่าใช้จ่ายต่อวันมากที่สุดคือค่าพาหนะในการเดินทางมาทำงานของบุคลากร ประมาณ 267 บาท รองลงมาเป็นค่าตอบแทนการปฏิบัติงานล่วงเวลา ประมาณ 226 บาท และค่าจ้างพนักงาน 125 บาท



ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ

การรวมกลุ่มและเหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี เพราะทำคนเดียว	8	30.77%
ไม่มี เพราะเป็นงานเฉพาะกิจ	6	23.08%
มี เพราะ ผู้ประกอบการ/หน่วยงาน รู้จักกันเป็นอย่างดี	3	11.54%
มี เพราะเป็นของหน่วยงาน/กลุ่ม	9	34.62%
มี ไม่ระบุเหตุผล	4	15.38%

จากตารางที่ 10 พบว่าตัวแทนของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรม มีความคิดเห็นอยากให้มีการรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ เพราะแสดงถึงความเป็นหน่วยงานหรือกลุ่ม ร้อยละ 34.62 และรองลงมาไม่ต้องการให้มีการรวมกลุ่มเพราะคิดว่าผู้ประกอบการสามารถทำได้ด้วยตัวเอง ร้อยละ 30.77

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนากิจกรรมถนนคนเดิน

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
สภาพอากาศ	14	60.87
ความร่วมมือของชุมชน	6	26.09
สถานที่คับแคบ	7	30.43
ระบบการบริหารของเทศบาล	9	39.13
อื่นๆ	3	13.04

จากตารางที่ 11 พบว่าตัวแทนของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของการจัดกิจกรรมคือ สภาพอากาศ เช่น มีฝนตก ร้อยละ 60.87 รองลงมาคือปัญหาเกี่ยวกับระบบการบริหารงานของเทศบาลนครสงขลา ร้อยละ 30.43 และปัญหาการให้ความร่วมมือของชุมชน ร้อยละ 26.09



#### 4.2 ผู้ประกอบการกิจกรรมถนนคนเดิน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 83 ราย ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ตำแหน่งของท่านในหน่วยงาน
- ประเภทกิจกรรมที่ท่านให้บริการ
- จำนวนนักท่องเที่ยวมาใช้บริการในแต่ละวัน
- วิธีการให้บริการของท่านแก่นักท่องเที่ยว
- ระยะเวลาที่การเข้าในกิจกรรม
- วิธีการคิดราคาสินค้าหรืออัตราค่าบริการ
- การประมาณรายได้ในการร่วมกิจกรรมแต่ละครั้ง
- ต้นทุนในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน
- ความคิดเห็นในการขายสินค้าหรือการให้บริการ
- ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน
- การรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าหรือการให้บริการ
- แนวโน้มของกิจกรรมถนนคนเดินสงขลา

ผลการศึกษาผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการและผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ให้ดูแลกิจการในการขายสินค้าหรือให้บริการสำหรับกิจกรรมถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา จำนวน 83 ราย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ

ตำแหน่งในหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของ	80	96.4
พนักงานปฏิบัติการ	3	3.6
รวม	83	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการที่เข้าร่วมในการขายสินค้าและบริการ ร้อยละ 96.4 และมีเพียง ร้อยละ 3.6 เท่านั้นที่เป็นผู้ที่ได้รับการมอบหมายให้ขายสินค้าและบริการ



ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทกิจกรรมที่ให้บริการ

กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ขายสินค้า	80	96.4
นักแสดง/นักร้อง	2	2.4
ผู้จัดกิจกรรมการแสดง	1	1.2
รวม	83	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 96.4 รองลงมาคือ นักแสดงหรือนักร้อง คิดเป็นร้อยละ 2.4 และมีผู้จัดกิจกรรมการแสดง เพียง 1 ราย หรือเท่ากับร้อยละ 1.2

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมาใช้บริการในวันศุกร์

จำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ	เฉลี่ย (คน)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10 – 100 คน	45	54.22	164.3373	150.81238
101 – 200 คน	19	22.89		
201 – 300 คน	12	14.45		
301 – 400 คน	-	-		
401 – 500 คน	4	4.82		
501 – 600 คน	1	1.21		
601 – 700 คน	2	2.41		
รวม	83	100.00		

จากตารางที่ 14 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรม ถนนคนเดินในวันศุกร์ ประมาณ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 รองลงมาคือ วันละ 101 – 200 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรม วันละ 201 – 300 คน คิดเป็นร้อยละ 14.45 เฉลี่ยวันละ 164 คน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 150 คน ซึ่งไม่มีความแตกต่างกัน



ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมาใช้บริการในวันเสาร์

จำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ	เฉลี่ย(คน)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10 – 100 คน	45	54.22	161.8434	150.53551
101 – 200 คน	21	25.30		
201 – 300 คน	10	12.04		
301 – 400 คน	-	-		
401 – 500 คน	4	4.82		
501 – 600 คน	1	1.21		
601 – 700 คน	2	2.41		
รวม	83	100		

จากตารางที่ 15 พบว่าส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรม ถนนคนเดินในวันศุกร์ ประมาณ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 รองลงมาคือ วันละ 101 – 200 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรม วันละ 201 – 300 คน คิดเป็นร้อยละ 12.04 เฉลี่ยวันละ 161 คน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 150 คน ซึ่งไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมาใช้บริการในวันอาทิตย์

จำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ	เฉลี่ย(คน)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
10 – 100 คน	52	62.65	139.1807	138.00752
101 – 200 คน	19	22.89		
201 – 300 คน	5	6.02		
301 – 400 คน	-	-		
401 – 500 คน	6	7.23		
501 – 600 คน	-	-		
601 – 700 คน	1	1.21		
รวม	83	100		

จากตารางที่ 16 พบว่าส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรม ถนนคนเดินในวันศุกร์ ประมาณ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 62.65 รองลงมาคือ วันละ 101 – 200 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรม วันละ 401 – 500 คน คิดเป็นร้อยละ 7.23 เฉลี่ยวันละ 139 คน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 138 คน ซึ่งไม่มีความแตกต่างกัน



ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ

วิธีการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ให้ข้อมูลก่อน	6	7.2
ให้ลูกค้าเลือกตามสบาย	20	24.1
ให้ลูกค้าเลือกแล้วให้ข้อมูล	20	24.1
สาริตให้ลูกค้าดูก่อน	24	28.9
ให้ลูกค้าจองสินค้าก่อน	11	13.3
มีการรับประกันและบริการหลังการขาย	2	2.4
รวม	83	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ คือ การสาริตให้ลูกค้าดูก่อนการตัดสินใจซื้อ และการให้ลูกค้าเลือกสินค้าตามสบายและการให้ลูกค้าเลือกสินค้าก่อนการให้ข้อมูลและรายละเอียด รวมกันคิดเป็นร้อยละ 77

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่เข้าร่วมกิจกรรม

ระยะเวลา (เดือน)	จำนวน	ร้อยละ	เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1 – 6 เดือน	13	15.85	23.3171	11.1730
7 – 12 เดือน	7	8.54		
13 – 18 เดือน	6	7.31		
19 – 24 เดือน	18	21.95		
25 – 30 เดือน	7	8.54		
31 – 36 เดือน	29	35.37		
มากกว่า 36 เดือน	2	2.44		
รวม	82	100		

จากตารางที่ 18 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ ได้เข้าร่วมกิจกรรมในการขายสินค้าและบริการ อยู่ระหว่าง 1 ปี 6 เดือน ถึง 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 66 และส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เริ่มขายสินค้าตั้งแต่เริ่มต้นคือเมื่อประมาณ 3 ปีที่ผ่านมา



ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการคิดราคาสินค้าหรืออัตราค่าบริการของผู้ประกอบการ

การคิดราคา	จำนวน	ร้อยละ
ต้นทุนสินค้าหรือบริการบวกกำไรที่ต้องการ	13	15.7
ต้นทุนสินค้าหรือบริการบวกค่าใช้จ่ายในการขายบวกกำไรที่ต้องการ	43	51.8
ต้นทุนสินค้าหรือบริการบวกค่าขนส่งบวกค่าใช้จ่ายในการขายบวกกำไรที่ต้องการ	27	32.5
รวม	83	100

จากตารางที่ 19 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ มีวิธีการคิดราคาสินค้าหรืออัตราค่าบริการ โดยการคิดจากต้นทุนสินค้าหรือบริการบวกค่าใช้จ่ายในการขายบวกกำไรที่ต้องการ ร้อยละ 51.8 และรองลงมาเป็นการคิดราคาสินค้าหรือบริการด้วยวิธีใช้ต้นทุนสินค้าหรือบริการบวกค่าขนส่งบวกค่าใช้จ่ายในการขายบวกกำไรที่ต้องการ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้ที่ผู้ประกอบการคาดการณ์ในการร่วมกิจกรรมแต่ละครั้ง

รายได้	จำนวน	ร้อยละ	เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1,000 – 2,000 บาท	13	20.96	4267.74194	2298.02297
2,001 – 4,000 บาท	24	38.71		
4,001 – 6,000 บาท	16	25.81		
6,001 – 8,000 บาท	6	9.68		
8,001 – 10,000 บาท	2	3.23		
10,001 – 12,000 บาท	1	1.61		
รวม	62	100		

จากตารางที่ 20 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ คาดว่าจะมีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการต่อวันประมาณ 2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 38.71 และรองลงมาคาดว่าจะมีรายได้ต่อวันประมาณ 4,001 – 6,000 บาท ร้อยละ



ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของต้นทุนในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินผู้ประกอบการ

ต้นทุน	จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ค่าเช่า/ค่าจอง/ค่าเช่าพื้นที่	81(97.6%)	97.53	51.17448
ค่าสาธารณูปโภค	1(1.2%)	100	.
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	10(12%)	105	36.89324
ค่าจ้างพนักงาน	8(9.6%)	250	100.00000
ค่าพาหนะในการเดินทาง	61(73.5%)	223.85	97.88766

จากตารางที่ 21 พบว่าต้นทุนส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเป็นค่าเช่าหรือค่าจองหรือค่าเช่าพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 97.6 และอันดับสองคือค่าพาหนะในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 73.5

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นในการขายสินค้าหรือการให้บริการ

บริการ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพการให้บริการ	77	92.8%
มาตรฐานการให้บริการ	62	74.7%
ความปลอดภัย	39	82.9%
ความเหมาะสมในการกำหนดราคา	3	3.65%

จากตารางที่ 22 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นว่าการขายสินค้าหรือการให้บริการ มีคุณภาพสูง ร้อยละ 92.8 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าการขายสินค้าหรือการให้บริการมีความปลอดภัย ร้อยละ 82.9 และมีความคิดเห็นว่าการให้บริการกับนักท่องเที่ยวมีมาตรฐาน ร้อยละ 74.7

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินงาน

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
สภาพอากาศ	71	97.30%
ปัญหาด้านการผลิต	7	9.60%
คู่แข่ง	11	15.10%
ราคาวัตถุดิบ	5	6.80%
ความคงทนของสินค้า	3	4.10%

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการขายสินค้าหรือการให้บริการ เกิดจากสภาพอากาศ เช่น ฝนตก หรืออากาศร้อน ร้อยละ 97.3



ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้จากกิจกรรม

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนนักท่องเที่ยว	58	74.4%
กิจกรรม/การแสดง	7	9.0%
กฎหมาย กฎระเบียบ	2	2.6%
สภาพอากาศ	2	2.6%
คู่แข่งชั้น	11	14.1%
รสนิยมของลูกค้า	7	9.0%
งานแสดงสินค้าอื่นๆ (เช่น งาน กาชาด)	8	10.3%
การประชาสัมพันธ์	3	3.8%
ราคาสินค้าที่ถูกลง	4	5.1%
ระยะเวลาในการจัดงาน	5	6.4%
อื่นๆ	5	6.4%

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คิดว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ มาจากจำนวนของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 74.4

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของการรวมกลุ่ม/เครือข่ายของผู้ประกอบการ

การรวมกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี เพราะทำคนเดียว	71	86.6%
ไม่มี ไม่ให้เหตุผล	1	1.2%
มี เพราะผู้ประกอบการรู้จักกันเป็นอย่างดี เป็นเพื่อนร่วมอาชีพ	13	15.9%

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในการรวมกลุ่มหรือสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ ว่าไม่มีความจำเป็น เพราะสามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเอง ร้อยละ 86.6



ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกิจกรรมถนนคนเดินใน  
อนาคต

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
การแสดงผลเพิ่มมากขึ้น	39	47.0%
มีการเพิ่มแสงสว่างให้เพียงพอ	4	4.8%
การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว	10	12.0%
การอำนวยความสะดวก (น้ำ ปั่นกาแฟ ถึงขยะ)	5	6.0%
การจัดระเบียบ/ขยายพื้นที่	28	33.7%
ไม่ขึ้นค่าเช่า	3	3.6%
กระตุ้นการจัดกิจกรรม	18	21.7%
การให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	9	10.8%
การพัฒนานโยบาย	12	14.5%
การจัดการจราจร	11	13.3%

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นว่าแนวโน้มของกิจกรรมถนนคนเดิน  
ในอนาคตควรเพิ่มการแสดงผลให้มากขึ้นและมีความหลายหลายขึ้น ร้อยละ 47 และควรมีการจัด  
ระเบียบหรือขยายพื้นที่ในการให้บริการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 33.7 รวมถึงการกระตุ้นกิจกรรมของถนน  
คนเดิน ร้อยละ 21.7





#### 4.3 นักท่องเที่ยวพลานคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา

ผลการวิเคราะห์นักท่องเที่ยว เขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยสุ่มสอบถามจากประชาชนที่มาเที่ยวงาน โดยแบ่งการเก็บข้อมูล จำนวน 100 ราย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

- เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
- ภูมิสำเนา
- การเดินทาง
- ความสนใจในกิจกรรมต่างๆ
- ค่าใช้จ่าย
- แนวทางในการปรับปรุงกิจกรรม

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ อายุ และการศึกษา

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	48	48
หญิง	52	52
รวม	100	100
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	13	13.3
19 – 25 ปี	66	67.3
26 – 31 ปี	10	10.2
32 – 36 ปี	6	6.1
37 – 42 ปี	3	3.1
รวม	98	100.0
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยม	3	3
มัธยม/ปวช.	15	15
อนุปริญญา/ปวส.	7	7
ปริญญาตรี	69	69
สูงกว่าปริญญาตรี	6	6
รวม	100	100



จากตารางที่ 27 สรุปผลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48 และส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 19 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.3 สำหรับระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	75	75
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	8	8
พนักงาน/ลูกจ้าง	9	9
ธุรกิจส่วนตัว	6	6
แม่บ้าน	2	2
รวม	100	100

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
2,000 – 5,000 บาท	29	34.5
5,001 – 10,000 บาท	33	39.3
10,001 – 15,000 บาท	13	15.5
15,001 – 20,000 บาท	5	6.0
20,001 – 70,000 บาท	4	4.8
รวม	84	100



ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมืองสงขลา	45	45
อำเภอกระแสสินธุ์	2	2
อำเภอกวนเนียง	3	3
อำเภอจะนะ	2	2
อำเภอนาทวี	2	2
อำเภอระโนด	1	1
อำเภอรัตนภูมิ	2	2
อำเภอสทิงพระ	2	2
อำเภอสิงหนคร	1	1
อำเภอหาดใหญ่	3	3
จังหวัดอื่นๆ	37	37
รวม	100	100

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มาด้วย

บุคคลที่มาด้วย	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	6	6
เพื่อน	74	74
ครอบครัว/ญาติ	11	11
กรุ๊ปทัวร์	1	1
บุคลากรที่ทำงาน	8	8
รวม	100	100



ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมถนนคนเดิน

นักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	6	6
2 คน	19	19
3 คน	20	20
4 คน	20	20
5 คน	21	21
6 คน	5	5
7 คน	4	4
8 คน	1	1
9 คน	1	1
10 คน	2	2
20 คน	1	1
รวม	100	100

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามพาหนะที่ใช้เดินทาง

พาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนบุคคล	16	16
รถจักรยานยนต์	80	80
รถรับจ้าง	4	4
รวม	100	100



ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวสำหรับการรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม

สื่อประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
เอกสารของเทศบาล	21	12.4
เว็บไซต์	12	7.1
วิทยุ	9	5.3
เพื่อน/ญาติ	84	49.4
ป้ายประชาสัมพันธ์/คัทเอ้าท์	35	20.6
โทรทัศน์	4	2.4
หนังสือพิมพ์	3	1.8
อื่นๆ	2	1.2
<b>รวม</b>	<b>170</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรม

กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
การจำหน่ายสินค้า	92	29.5
การเสวนาต่างๆ	8	2.6
การแสดงกลางแจ้งต่างๆ	30	9.6
รถรางชมเมือง	14	4.5
ชมพิพิธภัณฑ์พระบรมมหาราชวัง	15	4.8
ร้องคาราโอเกะ	9	2.9
การจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม	76	24.4
การแสดงของเวทีกลาง	19	6.1
สามล้อชมเมือง	15	4.8
การประกวด/แข่งขัน	16	5.1
การฉายภาพยนตร์	17	5.4
อื่นๆ	1	0.3



ตารางที่ 36 แสดงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทกิจกรรม

กิจกรรม	ต่ำสุด	สูงสุด	เฉลี่ย
ซื้อสินค้า	40	1000	256.67
ซื้ออาหาร	15	300	119.40
ชมการแสดงของเวทีกลาง	10	30	20.00
ชมการเสวนาต่างๆ	20	100	60.00
ชมการแสดงกลางแจ้งต่างๆ	5	100	33.00
นั่งสามล้อชมเมือง	100	100	100.00
นั่งรถรางชมเมือง	50	100	87.50
ชมการประกวด/การแข่งขัน	100	100	100.00
การฉายภาพยนตร์	50	50	50.00
ร้องคาราโอเกะ	60	60	60.00
อื่นๆ	20	100	36.00

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมที่ถนนคนเดิน ควรปรับปรุง

กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	33	9.9
พื้นที่จอดรถ	72	21.6
พื้นที่ในการจัดกิจกรรม	16	4.8
ความสะอาด	39	11.7
ทางเดินบริเวณถนนคนเดิน	37	11.1
การดูแลด้านความปลอดภัย	57	17.1
พื้นที่ในการขายสินค้า	20	6.0
ระบบการจราจร	37	11.1
การประชาสัมพันธ์	22	6.6
อื่นๆ	1	0.3
รวม	334	100



ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรม

กิจกรรม	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ระดับ
	1	2	3	4	5		
การเลือกซื้อสินค้า/อาหารและเครื่องดื่ม	2	1	10	65	22	4.04	มาก
ความหลากหลายของสินค้า/อาหารและเครื่องดื่ม	-	4	22	56	18	3.88	มาก
ราคาของสินค้า/อาหารและเครื่องดื่ม	-	3	44	38	15	3.65	มาก
การเสวนาต่างๆเกี่ยวกับจังหวัดสงขลา	3	8	39	27	23	3.59	มาก
การแสดงของเวทีกลาง	2	7	38	32	21	3.63	มาก
การแสดงกลางแจ้งต่างๆ	2	6	34	40	18	3.66	มาก
สามล้อชมเมือง	5	10	36	39	10	3.39	ปานกลาง
รถรางชมเมือง	5	10	36	39	10	3.39	ปานกลาง
การประกวดหรือการแข่งขัน	5	7	47	27	14	3.38	ปานกลาง
ชมพิพิธภัณฑ์พระธรรมรังค์	4	5	43	31	17	3.52	มาก
การฉายภาพยนตร์	4	11	39	30	16	3.43	ปานกลาง
ร้องคาราโอเกะ	4	13	37	32	14	3.39	ปานกลาง
การดูแลความปลอดภัย	5	11	38	33	13	3.38	ปานกลาง
รถสุขาภิบาลเคลื่อนที่	3	16	44	22	15	3.30	ปานกลาง
การจัดระบบการจราจร	5	14	30	40	11	3.38	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของถนนคนเดิน	7	15	25	40	13	3.37	ปานกลาง



## บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนหรือรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของรายได้ รวมถึงแนวทางในการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวของถนนคนเดิน เพื่อให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก และเป็นแหล่งรายได้เสริมที่มั่นคงของประชาชนในพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลต้นทุนหรือผลตอบแทนจากรายได้ในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน รวมถึงข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการต้นทุนและผลตอบแทน/รายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา การสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 5.1 สภาพทั่วไปของถนนคนเดิน เทศบาลนครสงขลา

ถนนคนเดิน ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครสงขลา ซึ่งประชากรในเขตเทศบาลนครสงขลา มีจำนวน 70,899 คน เป็นชาย 34,200 คน เป็นหญิง 36,669 คน จำนวนบ้าน 25,644 หลัง จำนวนครัวเรือน 20,127 ครัวเรือน บ้านชั่วคราว 1,855 หลัง ความหนาแน่นเฉลี่ย 7,648.22 คน/ตารางกิโลเมตร จำนวนประชากรเฉลี่ย 2.76 คนต่อหลังคาเรือน

ถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา หรือที่เรียกว่า “สงขลาแต่แรก” เริ่มโครงการ “ถนนคนเดิน เพลินกินของอร่อย ช้อนรอยบ่อทราย” ซึ่งเป็นโครงการที่จัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างจังหวัดสงขลา เทศบาลนครสงขลา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สงขลา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนระหว่างวันที่ 6 – 11 เมษายน 2553 และจัดต่อเนื่องทุกวันศุกร์ – วันเสาร์ ณ บริเวณถนนจะนะ ริมกำแพงเมืองเก่า ภายในงานมีการจัดกิจกรรมช้อนรอยเมืองบ่อทราย ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก เช่น กิจกรรมภาพเก่าเล่าสงขลา การเสวนาทางวิชาการ กิจกรรมสามล้อชมเมือง รถรางนำเที่ยว การจัดนิทรรศการ การออกร้านจากหน่วยงานต่างๆ กิจกรรมการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การออกร้านจำหน่ายอาหารพื้นบ้านโบราณของสงขลา ซึ่งปัจจุบันหาทานได้ยากและจำหน่ายของที่ระลึก สินค้า OTOP ปัจจุบันถนนคนเดินสงขลา มีโซนอาหารและเสื้อผ้า มีหนังสือกลางแปลง และบางอาทิตย์มีร้านช้อนยุคสงขลา และมีวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ รวมเป็น 3 วันต่อสัปดาห์



กิจกรรมของถนนคนเดินสงขลา ตั้งอยู่บนถนนด้านหน้าของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สงขลา ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งบ้านพักเดิมของ รongอำมาตย์โทขุนวินิจทัศนกรรม (บั้ง ดิณสุตานนท์) บิดาของ ฯพล ฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ พิพิธภัณฑฯ เป็นสถาปัตยกรรมแบบเรือนไทยที่สร้างขึ้นเพื่อจำลองสถานที่เกิดของ ฯพล ฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ อดีตนายกรัฐมนตรีและรัฐบุรุษซึ่งเป็นชาวจังหวัดสงขลา

## 5.2 สรุปผลการศึกษาหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน

ผลการศึกษาหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ขององค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่ในการจัดกิจกรรมของถนนคนเดินเขตเทศบาลสงขลา จำนวน 30 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 73.3 และรองลงมาเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น ผู้ประสานงาน ผู้ทำหน้าที่ควบคุมทีมงานแสดง ผู้ดูแลเวทีกลางแจ้ง เป็นต้น และส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในการบรรยายหรือประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า ดูแลการคมนาคมและการขนส่ง และดูแลชุมชนรอบๆ บริเวณใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 13.3

และผลการศึกษายังพบว่าตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้าร่วมกิจกรรมถนนคนเดิน มีระยะเวลาต่ำสุดคือ 1 เดือน และสูงสุดคือ 3 ปี และมีระยะเวลาโดยเฉลี่ย ประมาณ 11 – 12 เดือน เมื่อพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะเห็นได้ว่าระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมมีความใกล้เคียงกัน และพบว่าการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเนื่องจากกิจกรรมที่จัดขึ้นมีความน่าสนใจ เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 41.38 และความหลากหลายของกิจกรรม เป็นอันดับรองลงมาคือ ร้อยละ 27.59 สำหรับการที่นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักถนนคนเดินมากขึ้นและมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของถนนคนเดิน มีจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 20.69

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมถนนคนเดิน มากที่สุด คือจำนวนนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 46.67 และรองลงมาเป็นการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 30 สำหรับความหลากหลายแปลกใหม่และการแสดง/กิจกรรมในถนนคนเดิน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงที่เท่ากันคือ ร้อยละ 20 และพบว่าส่วนใหญ่ตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรายได้ในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ประมาณ 10,000 บาทต่อวัน และมีรายได้โดยเฉลี่ย ประมาณ 6,300 บาท เมื่อพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะเห็นได้ว่ารายได้จากการจัดกิจกรรมมีความแตกต่างกันประมาณครึ่งหนึ่ง



และพบว่าส่วนใหญ่ตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ คือจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 63.33 และรองลงมาคือหากพ่อค้าแม่ค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้นและจัดหาสินค้าที่มีปริมาณมากขึ้นหรือมีความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น รวมถึงการแต่งตัวต่างๆ และกิจกรรมที่น่าสนใจในแต่ละวัน ก็จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ เป็นอันดับรองลงมาคือ ร้อยละ 33.33 และพบว่าส่วนใหญ่ตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐที่สังกัดกับเทศบาลนครสงขลา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับควบคุมดูแลการให้บริการสำหรับกิจกรรมของถนนคนเดิน ว่าควรควบคุมด้านความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 100 ในขณะที่ตัวแทนจากหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมของถนนคนเดิน มีความคิดเห็นว่าจะมีการควบคุมคุณภาพการให้บริการ ร้อยละ 66.7 รวมถึงการหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรม มีค่าใช้จ่ายต่อวันมากที่สุด คือค่าพาหนะในการเดินทางมาทำงานของบุคลากร ประมาณ 267 บาท รองลงมาเป็นค่าตอบแทนการปฏิบัติงานล่วงเวลา ประมาณ 226 บาท และค่าจ้างพนักงาน 125 บาท

สำหรับตัวแทนของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรม มีความคิดเห็นอยากให้มีการรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ เพราะแสดงถึงความเป็นหน่วยงานหรือกลุ่ม ร้อยละ 34.62 และรองลงมาไม่ต้องการให้มีการรวมกลุ่มเพราะคิดว่าผู้ประกอบการสามารถทำได้ด้วยตัวเอง ร้อยละ 30.77 และตัวแทนของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของการจัดกิจกรรมคือ สภาพอากาศ เช่น มีฝนตก ร้อยละ 60.87 รองลงมาคือปัญหาเกี่ยวกับระบบการบริหารงานของเทศบาลนครสงขลา ร้อยละ 30.43 และปัญหาการให้ความร่วมมือของชุมชน ร้อยละ 26.09

### 5.3 สรุปผลการศึกษาผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการและผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ให้ดูแลกิจการในการขายสินค้าหรือให้บริการสำหรับกิจกรรมถนนคนเดินเขตเทศบาลนครสงขลา จำนวน 83 ราย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการที่เข้าร่วมในการขายสินค้าและบริการ ร้อยละ 96.4 และมีเพียงร้อยละ 3.6 เท่านั้นที่เป็นผู้ที่ได้รับการมอบหมายให้ขายสินค้าและบริการ และส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 96.4 รองลงมาคือ นักแสดงหรือนักร้อง คิดเป็นร้อยละ 2.4 และมีผู้จัดกิจกรรมการแสดง เพียง 1 ราย หรือเท่ากับร้อยละ 1.2 ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรมถนนคนเดินในวันศุกร์ ประมาณ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 รองลงมาคือ วันละ 101 – 200 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรม วัน



ละ 201 – 300 คน คิดเป็นร้อยละ 14.45 เฉลี่ยวันละ 164 คน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 150 คน ซึ่งไม่มีความแตกต่างกัน และพบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรมถนนคนเดินในวันศุกร์ ประมาณ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 รองลงมาคือ วันละ 101 – 200 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรม วันละ 201 – 300 คน คิดเป็นร้อยละ 12.04 เฉลี่ยวันละ 161 คน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 150 คน ซึ่งไม่มีความแตกต่างกัน

และส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรมถนนคนเดินในวันศุกร์ ประมาณ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 62.65 รองลงมาคือ วันละ 101 – 200 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวมาชมกิจกรรม วันละ 401 – 500 คน คิดเป็นร้อยละ 7.23 เฉลี่ยวันละ 139 คน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 138 คน ซึ่งไม่มีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่วิธีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ คือการสาธิตให้ลูกค้าดูก่อนการตัดสินใจซื้อ และการให้ลูกค้าเลือกสินค้าตามสบายและการให้ลูกค้าเลือกสินค้าก่อนการให้ข้อมูลและรายละเอียด รวมกันคิดเป็นร้อยละ 77 รวมถึงการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ได้เข้าร่วมกิจกรรมในการขายสินค้าและบริการ อยู่ระหว่าง 1 ปี 6 เดือน ถึง 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 66 และส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เริ่มขายสินค้า ตั้งแต่เริ่มต้นคือเมื่อประมาณ 3 ปีที่ผ่านมา

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ มีวิธีการคิดราคาสินค้าหรืออัตราค่าบริการ โดยการคิดจากต้นทุนสินค้าหรือบริการบวกค่าใช้จ่ายในการขายบวกกำไรที่ต้องการ ร้อยละ 51.8 และรองลงมาเป็นการคิดราคาสินค้าหรือบริการด้วยวิธีใช้ต้นทุนสินค้าหรือบริการบวกค่าขนส่งบวกค่าใช้จ่ายในการขายบวกกำไรที่ต้องการ และส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ คาดว่าจะมีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการต่อวันประมาณ 2,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 38.71 และรองลงมาคาดว่าจะมีรายได้ต่อวันประมาณ 4,001 – 6,000 บาท ร้อยละ สำหรับต้นทุนส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเป็นค่าเช่าหรือค่าจองหรือค่าเช่าพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 97.6 และอันดับสองคือค่าพาหนะในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 73.5

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือการให้บริการ มีคุณภาพสูง ร้อยละ 92.8 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือการให้บริการมีความปลอดภัย ร้อยละ 82.9 และมีความคิดเห็นว่าการให้บริการกับนักท่องเที่ยวมีมาตรฐาน ร้อยละ 74.7 ส่วนปัญหาหรืออุปสรรคในการขายสินค้าหรือการให้บริการ เกิดจากสภาพอากาศ เช่น ฝนตก หรืออากาศร้อน ร้อยละ 97.3 และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คิดว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ มาจากจำนวนของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 74.4 รวมถึงการที่ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นว่าแนวโน้มของกิจกรรมถนนคนเดิน ในอนาคตควรเพิ่มการแสดงให้เห็นมากขึ้นและมีความหลากหลายมากขึ้น ร้อยละ 47 และควรมีการจัด



ระเบียบหรือขยายพื้นที่ในการให้บริการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 33.7 รวมถึงการกระตุ้นกิจกรรมของถนนคนเดิน ร้อยละ 21.7

### เอกสารอ้างอิง

- จิตตานันท์ ดิกุล และคณะ. (2550). ศึกษาศักยภาพและพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้. รายงานฉบับสมบูรณ์.
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2554). Cost/Benefit Analysis เครื่องมือหลักในการเลือกแนวทางในการดำเนินโครงการของหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ. จาก <http://www.oknation.net/blog/chirapon/2011/08/26/entry-10>
- ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์ และสุรเชษฐ์ เศรษฐมาต. (2539). องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. จาก [http://www.dnp.go.th/npo/Html/Tour/Factor\\_Eco.html](http://www.dnp.go.th/npo/Html/Tour/Factor_Eco.html)
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เมธี สุตรสุคนธ์. (2552). ความต้องการของนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีต่อการไปเที่ยวตลาดน้ำสาขลา. จาก <http://203.155.54.129/%E0%B9%80%E0%B8%A7%E0%B9%87%E0%B8%9A%E0%B8%9D%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%A2/research/download/%E0%B8%AD.%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%98%E0%B8%B5.pdf>
- ระพีพรรณ ทองห่อ และคณะ. (2548). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบครบวงจร จาก <http://library.cmu.ac.th/rsc/?newsdetail.php&id=19>
- ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (กรุงเทพ โพลล์). (2554). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อการมาท่องเที่ยวกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลสงกรานต์. จาก <http://www.ryt9.com/s/bkp/1125568>
- สถาบันการท่องเที่ยวชุมชน. (2551). การท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ. จาก <http://www.cbt-i.org/travel.php>
- สถยภู์ แสงอรุณ. (2546). ความหมายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.



จาก [http://www.dnp.go.th/npo/Html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/npo/Html/Tour/Eco_Tour.html)

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2551). คู่มือการพัฒนาและประเมิน

คุณภาพด้านการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ 2551. หน้า 15 – 17

จาก <http://www.tourism.go.th/images/stories/plan/KPI51.pdf>

สินธุ์ สโรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ.

พิมพ์ครั้งที่ 1 ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 9 -16.

สุทธิศักดิ์ แก้วแกมจันทร์. (2551). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้าน

ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้. รายงานฉบับสมบูรณ์

อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. (2550). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุน. จาก

<http://home.kku.ac.th/anuton/cost%20accounting/cost%20split.htm>





ภาคผนวก









6. ท่านคาดว่าในการจัดกิจกรรมแต่ละวัน จะมีรายได้ประมาณ ..... บาท

7. ท่านคิดว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน คืออะไรบ้าง

.....  
.....  
.....  
.....

8. หน่วยงานใดเป็นผู้ควบคุมดูแลการให้บริการกิจกรรมของถนนคนเดิน

การควบคุมคุณภาพการให้บริการ .....

การควบคุมความปลอดภัย .....

การควบคุมด้านการกำหนดราคาสินค้าและบริการ .....

การควบคุมด้านการจัดเก็บภาษีเงินได้ .....

9. ในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน แต่ละวันหน่วยงานที่รับผิดชอบ จะเก็บรายได้จาก

- ค่าเช่า/ค่าจอง/ค่าแผง ..... บาท

- ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า) ..... บาท

- อื่น ๆ ..... บาท

10. ในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน แต่ละวันหน่วยงานที่รับผิดชอบ จะมีค่าใช้จ่ายจากประเด็นดังต่อไปนี้

- ค่าวัสดุสิ้นเปลือง (วัสดุเครื่องใช้ต่างๆ) ..... บาท

- ค่าจ้างพนักงาน ..... บาท

- ค่าตอบแทนการปฏิบัติงานล่วงเวลา ..... บาท

- ค่าพาหนะในเดินทาง ..... บาท

- อื่น ๆ ..... บาท

11. มีการรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าหรือการให้บริการ

( ) ไม่มี เพราะ .....

( ) มีอย่างไร .....

.....



12. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนากิจกรรมถนนคนเดินมีหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้สัมภาษณ์.....

..... / ..... / .....







แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวถนนคนเดิน เขตเทศบาลนครสงขลา  
โครงการวิจัย เรื่องการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากกิจกรรมถนนคนเดิน  
เพื่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครสงขลา

1. เพศ  ผู้ชาย  ผู้หญิง
2. อายุ ..... ปี
3. การศึกษา  
 ต่ำกว่ามัธยม  มัธยม/ปวช.  อนุปริญญา/ปวส.  
 ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี  อื่นๆ.....
4. อาชีพ  
 นักเรียน/นักศึกษา  ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  พนักงาน/ลูกจ้าง  
 ธุรกิจส่วนตัว  แม่บ้าน  อื่นๆ .....
5. รายได้ต่อเดือน ประมาณ ..... บาท
6. ท่านมีภูมิลำเนาอยู่ใน  
 อำเภอเมืองสงขลา  อำเภอ.....จังหวัดสงขลา  
 จังหวัดอื่น
7. ท่านมาเยี่ยมชมถนนคนเดินสงขลากับใคร  
 คนเดียว  เพื่อน  ครอบครัว/ญาติ  
 กรุ๊ปทัวร์  บุคลากรที่ทำงาน  อื่นๆ .....
8. ครั้งนี้ท่านมาเยี่ยมชมถนนคนเดินสงขลา (รวมตัวเอง) จำนวน ..... คน
9. ท่านเดินทางมาถนนคนเดินด้วยพาหนะใด  
 รถยนต์ส่วนบุคคล  รถจักรยานยนต์  รถรับจ้าง  อื่นๆ .....



10. ท่านทราบเกี่ยวกับกิจกรรมของถนนคนเดิน จากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เอกสารของเทศบาลสงขลา
- ป้ายประชาสัมพันธ์/คัทเอาท์
- เว็บไซต์
- โทรทัศน์
- วิทยุ
- หนังสือพิมพ์
- เพื่อน/ญาติ
- อื่นๆ .....

11. ท่านสนใจกิจกรรมใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การจำหน่ายสินค้า
- การจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม
- การเสวนาต่างๆ
- การแสดงของเวทีกลาง
- การแสดงกลางแจ้งต่างๆ
- สามล้อชมเมือง
- รถมอเตอร์ไซด์ชมเมือง
- การประกวด/แข่งขัน
- ชมพิพิธภัณฑ์พระธรรมรังคี
- การฉายภาพยนตร์
- ร้องคาราโอเกะ
- อื่นๆ .....

12. ประเภทกิจกรรมที่ท่านทำในครั้งนี้อย่างไรและค่าใช้จ่าย

กิจกรรม	ค่าใช้จ่าย (บาท)
<input type="checkbox"/> ซื้อสินค้า	
<input type="checkbox"/> ซื้ออาหาร	
<input type="checkbox"/> ชมการแสดงของเวทีกลาง	
<input type="checkbox"/> ชมการเสวนาต่างๆ	
<input type="checkbox"/> ชมการแสดงกลางแจ้งต่างๆ	
<input type="checkbox"/> นั่งสามล้อชมเมือง	
<input type="checkbox"/> นั่งรถมอเตอร์ไซด์ชมเมือง	
<input type="checkbox"/> ชมการประกวด/แข่งขัน	
<input type="checkbox"/> ชมพิพิธภัณฑ์พระธรรมรังคี	
<input type="checkbox"/> การฉายภาพยนตร์	
<input type="checkbox"/> ร้องคาราโอเกะ	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ .....	



13. ท่านคิดว่ากิจกรรมของถนนคนเดินควรปรับปรุงด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ราคาอาหารและเครื่องดื่ม  | <input type="checkbox"/> การดูแลความปลอดภัย    |
| <input type="checkbox"/> พื้นที่จอดรถ             | <input type="checkbox"/> พื้นที่ในการขายสินค้า |
| <input type="checkbox"/> พื้นที่ในการจัดกิจกรรม   | <input type="checkbox"/> ระบบการจราจร          |
| <input type="checkbox"/> ความสะอาด                | <input type="checkbox"/> การประชาสัมพันธ์      |
| <input type="checkbox"/> ทางเดินในบริเวณถนนคนเดิน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ .....           |

14. ท่านพึงพอใจกิจกรรมของถนนคนเดินระดับใด

กิจกรรม	ระดับ				
	สูง มาก	สูง	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก
1. การเลือกซื้อสินค้า/อาหารและเครื่องดื่ม					
2. ความหลากหลายของสินค้า/อาหารและเครื่องดื่ม					
3. ราคาของสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม					
4. การเสวนาต่างๆ เกี่ยวกับจังหวัดสงขลา					
5. การแสดงของเวทีกลาง					
6. การแสดงกลางแจ้งต่างๆ					
7. สามล้อชมเมือง					
8. รถรางชมเมือง					
9. การประกวด/แข่งขัน					
10. ชมพิพิธภัณฑ์พระธรรมรังค์					
11. การฉายภาพยนตร์					
12. ร้องคาราโอเกะ					
13. การดูแลความปลอดภัย					
14. รวดสุขาภิบาลเคลื่อนที่					
15. การจัดระบบการจราจร					
16. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของถนนคนเดิน					

ผู้สัมภาษณ์.....

..... / ..... / .....





แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

โครงการวิจัย เรื่องการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากกิจกรรมถนนคนเดิน  
เพื่อการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว เขตเทศบาลนครสงขลา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อกิจการ .....
2. ตำแหน่งของท่านในหน่วยงาน  
 เจ้าของ       ผู้บริหาร/ผู้จัดการ       พนักงานปฏิบัติการ       อื่นๆ .....
3. ประเภทกิจกรรมที่ท่านให้บริการ  
 ขายสินค้า       รถรับจ้าง/สามล้อ/รถราง  
 นักแสดง/นักร้อง       ผู้จัดกิจกรรมการแสดง  
 ผู้บรรยาย/ประชาสัมพันธ์       ดูแลการคมนาคมขนส่ง  
 ดูแลชุมชนรอบๆ /บริเวณใกล้เคียง       ประสานงาน/ความร่วมมือ  
 อื่นๆ .....
4. วันศุกร์ จะมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ ประมาณวันละ ..... คน
5. วันเสาร์ จะมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ ประมาณวันละ ..... คน
6. วันอาทิตย์ จะมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ ประมาณวันละ ..... คน
7. วิธีการให้บริการของท่านแก่นักท่องเที่ยว  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



8. ระยะเวลาที่ท่านเข้าร่วมดำเนินการในกิจกรรมนี้ ..... ปี ..... เดือน

9. วิธีการคิดราคาสินค้าหรืออัตราค่าบริการ อย่างไร

( ) 1. ต้นทุนสินค้า/บริการ + กำไรที่ต้องการ

( ) 2. ต้นทุนสินค้า/บริการ + ค่าใช้จ่ายในการขาย + กำไรที่ต้องการ

( ) 3. ต้นทุนสินค้า/บริการ + ค่าขนส่ง + ค่าใช้จ่ายในการขาย + กำไรที่ต้องการ

10. ท่านคาดว่าในการร่วมกิจกรรมแต่ละครั้ง จะมีรายได้ประมาณ ..... บาท

11. ต้นทุนในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ประกอบด้วย

- ค่าเช่าหรือค่าจองหรือค่าเช่าพื้นที่ ..... บาท

- ค่าสาธารณูปโภค โภค โภค (ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า) ..... บาท

- ค่าวัสดุสิ้นเปลือง (วัสดุเครื่องใช้ต่างๆ) ..... บาท

- ค่าจ้างพนักงาน ..... บาท

- ค่าพาหนะในเดินทาง ..... บาท

12. ท่านมีความคิดเห็นในการขายสินค้าหรือการให้บริการอย่างไร ในประเด็นดังต่อไปนี้

- คุณภาพ .....

- มาตรฐานการให้บริการ .....

- ความปลอดภัย .....

- ความเหมาะสมในการกำหนดราคา .....

- ปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินงาน .....

.....

.....

13. ท่านคิดว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้จากกิจกรรมถนนคนเดิน คืออะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

14. มีการรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าหรือการให้บริการ

( ) ไม่มี เพราะ .....

.....

( ) มีอย่างไร .....

.....

15. ท่านคิดว่าแนวโน้มของกิจกรรมถนนคนเดินสงขลา ในอนาคตควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้สัมภาษณ์.....

..... / ..... / .....







