

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย
ด้วยวิธี บีซีจี เมทริกซ์ และไดมอนด์โมเดล

Analysis of Sukhothai Tourism Industry with BCG Matrix and Diamond Model

ศิริวรรณ ศิริเวช¹ และ มาโนช โพธาภรณ์²

Siriwan Siriwet¹ and Manoj Potapohn²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตำแหน่งของการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย เทียบกับจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย โดยใช้วิธี บีซีจี เมทริกซ์ และไดมอนด์โมเดล ซึ่งใช้ข้อมูลทุติยภูมิของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยทั้งภาครัฐและเอกชน

ผลการศึกษาดังกล่าว บีซีจี เมทริกซ์ พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยจัดอยู่ในตำแหน่งระหว่างดาวและวัวเงินสลับไปในแต่ละปี และค่าเฉลี่ยรายได้จากการท่องเที่ยวจัดอยู่ในตำแหน่งคาบเส้นของดาวและวัวเงิน ซึ่งเป็นผลมาจากความผันผวนของอัตราการขยายตัวรายได้จากการท่องเที่ยว ขณะที่ผลการศึกษาดังกล่าวไดมอนด์โมเดล แสดงให้เห็นว่าจังหวัดสุโขทัยสามารถพัฒนาให้รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัว และมีขนาดทางการตลาดเพิ่มขึ้นได้ ซึ่งจะช่วยให้ตำแหน่งการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยถูกจัดอยู่ในตำแหน่งของดาวได้อย่างมีเสถียรภาพ สำหรับการรักษ้อัตราการขยายตัวไม่ให้ผันผวนควรลดผลกระทบจากอุทกภัย และแก้ปัญหาด้านการขนส่งสาธารณะ นอกจากนี้ ยังสามารถขยายขนาดทางการตลาดด้วยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวด้วยการประชาสัมพันธ์แฝงในสื่อบันเทิงเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำให้ผู้ชม เพิ่มระยะเวลาพำนักด้วยการจัดกิจกรรมประติมากรรมและผลิตสิ่งของขึ้นชื่อ ขยายพื้นที่และเวลาการจัดตลาดนัดโบราณ รวมถึงสร้างสวนสนุกเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวใช้เวลานานขึ้น และเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวด้วยการจัดแหล่งซื้อขายสินค้า สนับสนุนการออกร้านและลดค่าเช่าพื้นที่พาณิชย์

คำสำคัญ : การวิเคราะห์, การท่องเที่ยว, จังหวัดสุโขทัย, บีซีจี เมทริกซ์, ไดมอนด์โมเดล

ABSTRACT

This dissertation aims to study the position of Sukhothai tourism income compared with Chiang Mai and Ayutthaya tourism income and to study the potential of Sukhothai potentiality tourism industry competition by BCG Matrix method and Diamond Model; the data from the Department of Tourism, Gross Provincial Product of Sukhothai, and in-depth interview with specialist of Sukhothai tourism industry from government sector and private sector.

The results of this study with BCG Matrix method indicate the Sukhothai tourism income ranked to the star and switching to cash cow each year and average of tourism income ranked between star and cash cow, because of its fluctuations of growth rate of

tourism income. But Diamond Model showed that Sukhothai tourism income can increase the growth rate and the size of market, that effect to shift position of Sukhothai tourism income ranked continual star. The way to treat the growth rate for stability increasing by reduce effect of flood and modify transport problem. Furthermore, the size of market increased by increasing number of tourists with advertisement obscure entertainment; series, variety, movie for building audiences in order to recognize, increase the length of stay with activities which generate and identify local product, augment the area and show the old traditional market, and the establishment of amusement park for tourist to spend time. Finally, increase expenditure by create local product or souvenir plaza, support trading and reduce the rent for commerce.

Key word : Analysis, Tourism, Sukhothai, BCG Matrix, Diamond Model

ที่มาและความสำคัญ

สืบเนื่องจากมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2546 เห็นชอบให้มีการปรับเปลี่ยนบทบาทและอำนาจหน้าที่ของผู้ว่าราชการการให้เป็นผู้บริหารสูงสุดของจังหวัด (Chief Executive Office - CEO) สามารถบังคับบัญชาสั่งการหัวหน้าส่วนราชการต่าง ๆ ภายในจังหวัดได้อย่างเบ็ดเสร็จโดยตรง ใช้การบริหารงานแบบบูรณาการพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2551 กำหนดให้จังหวัดจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) กำหนดให้จังหวัดจัดทำคำรับรองการปฏิบัติราชการและมีตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลการปฏิบัติราชการของจังหวัด ประจำปีงบประมาณ และได้บรรจุมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดการพัฒนาระดับจังหวัด (Monitor) เพื่อให้จังหวัดและกลุ่มจังหวัดทราบถึงความสามารถและศักยภาพของการผลิตในเขตรับผิดชอบว่าผลิตภัณฑ์ใดที่มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัดอย่างมาก สมควรที่จะส่งเสริมพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ เป็นการสร้างรายได้ให้กับจังหวัด ต่อมาสำนักงานสถิติแห่งชาติจึงดำเนินโครงการพัฒนาข้อมูลสถิติและสารสนเทศระดับพื้นที่ โดยให้จังหวัดและกลุ่มจังหวัดร่วมวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี BCG Matrix คัดเลือกผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด (Product Champion) ซึ่งจังหวัดสุโขทัยได้คัดเลือกให้ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง และการท่องเที่ยว ให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดสุโขทัย 4 ปี (พ.ศ.2558-2561)ที่กำหนดวิสัยทัศน์คือ “สุโขทัยเมืองแห่งมรดกโลก ท่องเที่ยวประทับใจ เศรษฐกิจก้าวไกล สุขภาพอนามัยดีถ้วนหน้า” โดยกำหนดเป้าประสงค์ 4 ข้อ ดังนี้

1. พัฒนา ส่งเสริมการผลิต และการตลาด ภาคการเกษตร อุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด
2. พัฒนา อนุรักษ์ ส่งเสริม และเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม
3. เสริมสร้างความเข้มแข็งของคน ชุมชน และเครือข่าย พื้นฟูอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีพัฒนาและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง และการบริหาร เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

และมียุทธศาสตร์ 3 ประเด็น คือ

1. ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแก้ไขปัญหาความยากจน
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. ส่งเสริมความมั่นคงพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม

จากที่กล่าวมาข้างต้น จังหวัดสุโขทัยเลือกผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด (Product Champion) คือ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง และการท่องเที่ยว ซึ่งทั้งสี่รายการต่างมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจจังหวัด ซึ่งจะสามารถแสดงได้จากข้อมูลสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) โดยเฉพาะโครงสร้างของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) แบบ Bottom up

ตารางที่ 1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย ปี พ.ศ. 2546 - 2556

ปี พ.ศ.	GPP Bottom up ณ ราคาประจำปี (หน่วย : ล้านบาท)	GPP per Capita (หน่วย : บาท/คน)	จำนวนประชากร (หน่วย : พันคน)
2546	17,049	27,680	616
2547	19,586	31,658	619
2548	21,450	34,532	621
2549	22,527	36,137	623
2550	25,145	40,212	625
2551	29,480	47,018	627
2552	32,314	51,427	628
2553	35,485	56,378	629
2554 ^r	33,461	53,297	628
2555 ^p	41,109	65,636	626
2556 ^e	39,654	63,496	625

หมายเหตุ : การแสดงอักษรกำกับสดมภ์ r หมายถึง ข้อมูลมีการปรับปรุง

p หมายถึง ข้อมูลประมวลผลเบื้องต้น

e หมายถึง ข้อมูลประมาณการ

ที่มา : สำนักงานคลังจังหวัดสุโขทัย

จากตารางที่ 1 จะพบว่ามูลค่าการผลิตภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยมีสัดส่วนต่อ GPP เพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2553 ถึง 2556 หลังจากที่แนวโน้มลดลงมาตลอด ซึ่งการปรับตัวนี้เป็นที่น่าสนใจ หากสามารถศึกษาหาแนวทางพัฒนาศักยภาพเพื่อสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวได้มากขึ้น เนื่องจากภาคการท่องเที่ยวเกี่ยวพันกับการผลิตในหลายประเภท หลายอุตสาหกรรม และมีแรงงานจำนวนมากอยู่ในภาคการท่องเที่ยว อาจถือได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในตัวกระตุ้นให้เกิดการผลิตของกิจกรรมต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจของจังหวัด จึงมีความสำคัญที่จะต้องศึกษาถึงความสามารถในการเพิ่มศักยภาพของการผลิต รวมทั้งการหาช่องทางเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวด้วยวิธีการทางการตลาด อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าการผลิตให้จังหวัดสุโขทัย

ตารางที่ 2 มูลค่าผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดสุโขทัย คำนวณโดย GPP ปี พ.ศ. 2546 - 2556

หน่วย : ล้านบาท

ปี พ.ศ.	ข้าว	อ้อย	มัน สำปะหลัง	การท่องเที่ยว	อื่น ๆ	GPP
2546	1,941.99	561.09	0.86	604.31	13,940.55	17,048.79
2547	2,499.36	801.40	0.21	586.56	15,698.27	19,585.79
2548	2,217.29	1,327.48	0.20	603.51	17,301.27	21,449.75
2549	2,143.36	958.27	6.60	631.53	18,787.44	22,527.20
2550	3,980.50	1,362.23	15.67	591.93	19,195.14	25,145.46
2551	6,390.23	1,639.96	21.26	650.02	20,778.08	29,479.55
2552	6,475.57	2,509.02	97.59	647.97	22,584.22	32,314.37
2553	6,858.09	1,748.15	75.81	689.32	26,113.84	35,485.22
2554 ^f	4,164.29	1,591.35	535.77	743.06	26,426.46	33,460.92
2555 ^p	8,755.97	665.28	238.75	891.50	30,557.67	41,109.17
2556 ^e	4,034.10	447.68	364.28	1,121.99	33,686.20	39,654.25

ที่มา : สำนักงานคลังจังหวัดสุโขทัย

จากตารางที่ 2 สามารถเรียงลำดับโดยสรุปได้ว่าการผลิตผลิตภัณฑ์เด่น (Product Champion) ที่สร้างมูลค่าให้จังหวัดสุโขทัย คือ ข้าว การท่องเที่ยว อ้อย และมันสำปะหลัง ซึ่งการศึกษานี้จะเลือกศึกษาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย เนื่องจากการผลิตที่กำหนดอยู่ในยุทธศาสตร์จังหวัดสุโขทัย ประเด็นที่ 2 การท่องเที่ยวยั่งยืน ประกอบกับข้อมูลจากภาพที่ 1 พบว่าแนวโน้มของอัตราการเติบโตของมูลค่าการผลิตภาคการท่องเที่ยวมีส่วนต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) ลดลงมาตลอดในช่วงปี พ.ศ.2546 – 2553 แต่ในปี พ.ศ.2554 – 2556 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

มูลค่าการผลิตการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยมีส่วนต่อ GPP เพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2553 ถึง 2556 หลังจากที่มีแนวโน้มลดลงมาตลอด ซึ่งการปรับตัวนี้เป็นที่น่าสนใจ หากสามารถศึกษาหาแนวทางพัฒนาศักยภาพเพื่อสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวได้มากขึ้น เนื่องจากภาคการท่องเที่ยวเกี่ยวพันกับการผลิตในหลายประเภท หลายอุตสาหกรรม และมีแรงงานจำนวนมากอยู่ในภาคการท่องเที่ยว อาจถือได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในตัวกระตุ้นให้เกิดการผลิตของกิจกรรมต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจของจังหวัด จึงมีความสำคัญที่จะต้องศึกษาถึงความสามารถในการเพิ่มศักยภาพของการผลิต รวมทั้งการหาช่องทางเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวด้วยวิธีการทางการตลาด อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าการผลิตให้จังหวัดสุโขทัย

สำหรับผู้บริหารที่จะต้องวางแนวทางการพัฒนา จำเป็นต้องรู้จุดยืนของอุตสาหกรรมว่าอยู่ในตำแหน่งใด จะพัฒนาไปสู่จุดใด ด้วยวิธีการอย่างไร ซึ่งต้องวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของอุตสาหกรรมนั้นด้วยว่ามีศักยภาพเพียงพอหรือไม่ ต้องเพิ่มเติม พัฒนา แก้ไขในส่วนใด เพื่อให้อุตสาหกรรมสามารถยกระดับขีดความสามารถในการสร้างมูลค่า ปรับตำแหน่งจากจุดที่ยืนอยู่ไปสู่จุดที่สูงกว่าได้ ดังนั้น การศึกษานี้จะศึกษาดำแหน่งของอุตสาหกรรมของจังหวัดตนเองเทียบกับจังหวัดที่มีลักษณะของอุตสาหกรรมใกล้เคียงกัน เพื่อหาจุดยืนของอุตสาหกรรม และภาพรวมของความเป็นไปได้ที่จะเลื่อนระดับให้สูงขึ้น และศึกษาศักยภาพเชิงลึกของอุตสาหกรรมในจังหวัดว่ามีความสามารถในการเลื่อนระดับได้หรือไม่

ผู้ศึกษาจึงสนใจใช้วิธีการของ BCG Matrix ในการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) เนื่องจากวิธีการของ BCG Model เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบตำแหน่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยกับจังหวัดคู่แข่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน แสดงเห็นภาพรวมของโอกาสที่จะสามารถปรับปรุงเพื่อขยับตำแหน่งที่อยู่ของจังหวัดได้ดีขึ้นได้อย่างไร โดยใช้อัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งทางการตลาด คำนวณและจัดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการศึกษา นอกจากนี้ยังสามารถเทียบเคียงตำแหน่งกับคู่แข่งหรือคู่แข่งเปรียบเทียบได้อย่างชัดเจน โดย วรรณภา หอมเสียง (2554) อธิบายความหมายของวิธีการ BCG Matrix ไว้ว่าเป็นเครื่องมือที่แสดงฐานะของหน่วยธุรกิจในการเปรียบเทียบกับตลาดสินค้าที่หน่วยธุรกิจนั้นผลิตอยู่ โดยใช้ส่วนแบ่งตลาดเชิงเปรียบเทียบและอัตราการเติบโตของตลาดเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริหารสามารถจัดสรรทรัพยากรของบริษัทไปสู่หน่วยธุรกิจที่มีฐานะแข็งแกร่งและสร้างรายได้ให้กับบริษัท นอกจากนี้การศึกษาค้นคว้ายังใช้แบบจำลองเพชร (Diamond Model) ที่มีลักษณะการศึกษาธุรกิจใจใน 5 ด้าน สะท้อนถึงปัจจัยสนับสนุนหรือปัจจัยเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรม เป็นการประเมินสถานะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย และทราบถึงศักยภาพเชิงลึกสำหรับการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับตำแหน่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การได้แนวทางพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่เหมาะสมกับปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ให้ทัดเทียมกับจังหวัดต้นแบบที่นำมาเปรียบเทียบ ตามที่ Michael E. Porter (2003) ใช้แบบจำลองเพชร (Diamond Model) ในการศึกษาข้อได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกึ่งอุตสาหกรรมของประเทศไทย โดยแบบจำลองดังกล่าวจะเป็นการประเมินสถานะแวดล้อมของอุตสาหกรรมหรือธุรกิจที่มีศักยภาพ สามารถสร้างผลกำไร โดยการสร้างกลุ่มเป็นลำดับที่เกี่ยวข้องและผสมผสานกลยุทธ์ทางการแข่งขันเป็นการเพิ่มขีดความสามารถที่เหมาะสมกับปัจจัยภายในและภายนอกของอุตสาหกรรม

สำหรับจังหวัดที่มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะนำมาศึกษาเทียบเคียง คือ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากผลการจัดลำดับของอนุสาร อ.ส.ท. ในสังกัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดอันดับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโบราณสถานและประวัติศาสตร์ ซึ่งจังหวัดที่มีภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นด้านแหล่งโบราณสถานและประวัติศาสตร์ใกล้เคียงกับจังหวัดสุโขทัย คือ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

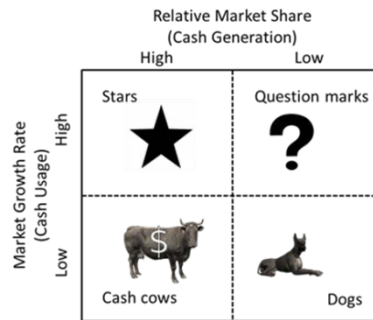
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาตำแหน่งของการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย เทียบกับจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย

วิธีการศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1

เพื่อศึกษาตำแหน่งของการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย เทียบกับจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยวิธี BCG Matrix โดยคำนวณจากข้อมูลสถิติรายได้จากการท่องเที่ยวรายจังหวัดของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และจัดตำแหน่งของจังหวัดที่คำนวณได้ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงการจัดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจตามวิธี BCG Matrix

จังหวัดที่ถูกจัดตำแหน่งจะช่วยบอกให้ทราบว่าควรลงทุนหรือใช้กลยุทธ์อย่างไรสำหรับการพัฒนาศักยภาพทางการตลาด และเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารในการลงทุนและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด โดยแบ่งลักษณะออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ดาวเด่น (Stars) เป็นกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการขยายตัวและความสามารถในการแข่งขัน (ส่วนแบ่งทางการตลาด) อยู่ในระดับสูง หากสินค้าของธุรกิจถูกจัดประเภทอยู่ในกลุ่มนี้แสดงว่าเป็นสินค้าที่มีความสามารถทำรายได้และผลกำไรให้ธุรกิจสูงมาก เหมาะสมที่จะลงทุนเพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานธุรกิจต่อไป

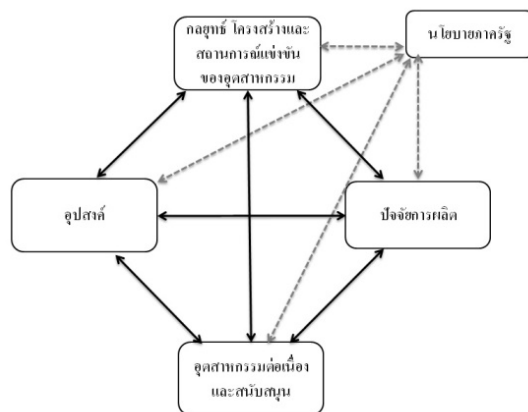
2. ผลิตภัณฑ์วัวเงิน (Cash cows) เป็นกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการขยายตัวต่ำ แต่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูง หากสินค้าของธุรกิจถูกจัดอยู่ในกลุ่มนี้แสดงว่าเป็นสินค้าที่เข้าสู่การเจริญเติบโตเต็มที่และเข้าสู่จุดอิ่มตัว

3. ผลิตภัณฑ์มีปัญหา (Question Mark) เป็นกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการขยายตัวสูง แต่มีส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำ หากสินค้าของธุรกิจจัดอยู่ในประเภทนี้มักเป็นสินค้าใหม่ที่เพิ่งนำเข้าสู่ตลาด ธุรกิจจะต้องเลือกใช้กลยุทธ์ที่จะสามารถทำให้ครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากที่สุด เพื่อขยับสินค้าให้เข้าสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ดาวเด่น

4. ผลิตภัณฑ์ตกต่ำ (Dog) เป็นกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการขยายตัวและส่วนแบ่งทางการตลาดต่ำ สินค้าที่จัดอยู่ในประเภทนี้จะเป็นสินค้าที่ธุรกิจจะต้องพิจารณาอย่างยิ่งว่าจะดำเนินการอย่างไร เพื่อปรับปรุงให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำเงิน หรือจะยกเลิกการผลิตเพื่อตัดต้นทุน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

เพื่อศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ด้วยวิธี Diamond Model ด้วยการใช้ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว สถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) ของจังหวัดสุโขทัย และการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย และนำมาสรุปผลให้ได้ในรูปแบบของ Diamond Model ดังภาพที่ 2



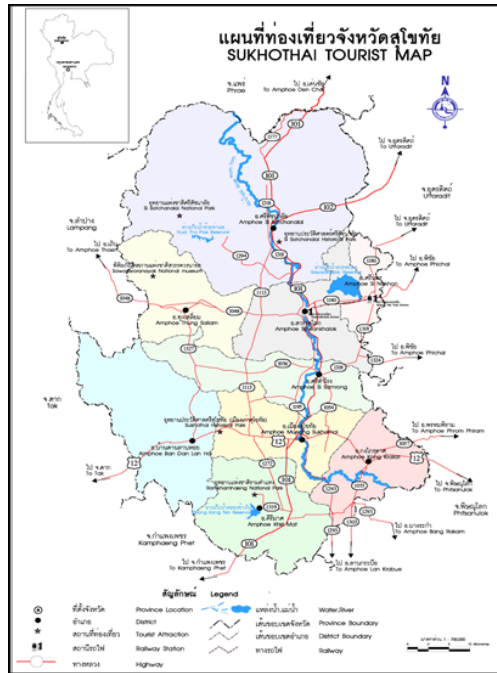
ภาพที่ 2 แสดงแบบจำลองเพชร (Diamond Model)

จากภาพที่ 2 แบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของ Michael E. Porter จะสามารถวิเคราะห์และประเมินสมรรถนะแข่งขันของอุตสาหกรรมในขอบเขตที่สนใจ (Competitive Advantage) เพื่อทราบถึงข้อจำกัดและสภาพการณ์จริงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย นำไปสู่การเสนอความเป็นไปได้ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยให้มีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ผลการศึกษา

1. สภาพทั่วไปของจังหวัดสุโขทัย

จังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มีเนื้อที่ประมาณ 6,596,092 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,122,557 ไร่ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 9 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุโขทัย อำเภอบ้านด่านลานหอย อำเภอกศรีมาศ อำเภอกงไกรลาศ อำเภอศรีสัชนาลัย อำเภอศรีสำโรง อำเภอสวรรคโลก อำเภอศรีนคร และอำเภอทุ่งเสลี่ยม พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม โดยตอนเหนือเป็นที่ราบสูง มีภูเขาทอดแนวยาวมาทางทิศตะวันตก พื้นที่ตอนกลางเป็นที่ราบและตอนใต้เป็นที่ราบสูง มีแม่น้ำไหลผ่านจากเหนือลงใต้ โดยผ่านพื้นที่อำเภอศรีสัชนาลัย สวรรคโลก ศรีสำโรง เมืองสุโขทัย และอำเภอกงไกรลาศ เป็นระยะทางประมาณ 170 กิโลเมตร จังหวัดสุโขทัยมีภูเขาสูงที่สุด คือ เขาลวง ซึ่งยอดเขามีความสูง 1,200 เมตร จากระดับน้ำทะเล



ภาพที่ 3 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย

ศักยภาพสำคัญของจังหวัดสุโขทัย แบ่งได้ 6 ด้านสำคัญ ดังนี้

1. **ด้านเศรษฐกิจ** ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) ในปี 2557 เท่ากับ 36,549 ล้านบาท โครงสร้างการผลิตร้อยละ 25.9 อยู่ในภาคเกษตร และภาคนอกเกษตรร้อยละ 74.1 GPP per capita เท่ากับ 58,702 บาทต่อคน

2. **ด้านเกษตร** พืชเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ ข้าวเจ้านาปี ข้าวเจ้านาปรัง อ้อยโรงงาน มันสำปะหลัง และส้มเขียวหวาน

3. **ด้านการท่องเที่ยว** จังหวัดสุโขทัยมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดทั้ง 7 แห่ง ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย อุทยานแห่งชาติรามคำแหง อุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติรามคำแหง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสวรรคตวรนายก และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าถ้าเจ้าราม นอกจากนี้ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุโขทัยได้จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกแก้ไขปัญหานักท่องเที่ยวถูกหลอกลวงและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา และสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสุโขทัย

4. **ด้านอุตสาหกรรมและการลงทุน** จังหวัดสุโขทัยตั้งอยู่ในเขตการส่งเสริมการลงทุนเขต 3 มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมด 647 แห่ง

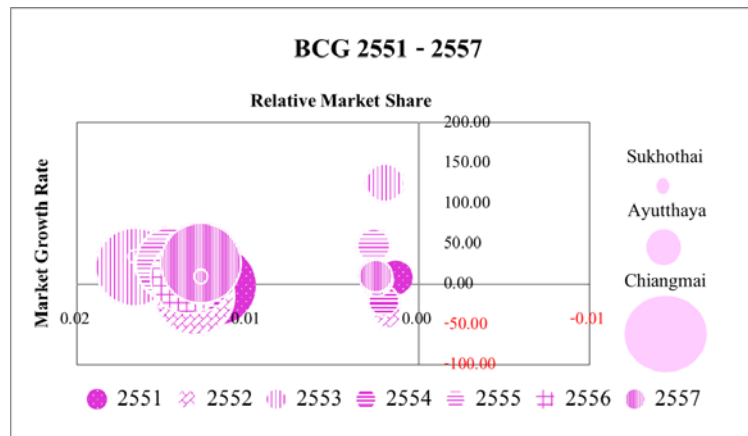
5. **ด้านสังคม** จังหวัดสุโขทัยมีประชากรสืบเชื้อสายมาจากชาวไทยดั้งเดิมที่อาศัยอยู่ในพื้นที่มาแต่เดิม โดยมีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และสำเนียงภาษาพูดเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ ยังมีประชากรที่อพยพมาจากท้องถิ่นอื่นบ้างมากนัก อาทิ จังหวัดลำปาง น่าน พะเยา เชียงราย แพร่ ตาก และเพชรบูรณ์

6. **ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** จังหวัดสุโขทัยมีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรป่าไม้ น้ำ และแร่ธาตุ โดยมีเนื้อที่ป่าไม้คิดเป็นร้อยละ 32 ของพื้นที่จังหวัด แหล่งน้ำธรรมชาติสำคัญ คือ แม่น้ำยม อ่างเก็บน้ำอีกจำนวนหนึ่ง ได้แก่ ทะเลหลวง สรีดภงส์ ห้วยแม่มอก ห้วยแม่ลำพัน ห้วยแม่ทาแพ และแร่ธาตุ

สำคัญที่พบในจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ หินอ่อน หินปูน พลวง ดินขาว แมงกานีส ฟลูออไรด์ และแร่รัตนชาติ รวมไปถึง เหล็กและทองแดง ที่ยังไม่มีหรือนำมาใช้ประโยชน์

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี BCG Matrix

ผลการคำนวณด้วยวิธี BCG Matrix จำแนกเป็นรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 – 2557 ได้ดังนี้



ภาพที่ 4 แสดงผลการคำนวณ BCG Matrix ปี พ.ศ.2551 – 2557

ตารางที่ 3 ตำแหน่งที่เกิดขึ้นในการคำนวณ BCG Matrix ปี พ.ศ.2551 – 2557

ปี พ.ศ.	ดาว (Star)	คำถาม (Question)	วัวเงิน (Cash Cow)	สุนัข (Dog)
2551	สุโขทัย	อยุธยา	เชียงใหม่	--
2552	เชียงใหม่	--	สุโขทัย	อยุธยา
2553	--	อยุธยา	เชียงใหม่ สุโขทัย	--
2554	เชียงใหม่	--	สุโขทัย	อยุธยา
2555	สุโขทัย	อยุธยา	เชียงใหม่	--
2556	สุโขทัย	--	เชียงใหม่	อยุธยา
2557	เชียงใหม่	--	สุโขทัย	อยุธยา

เชียงใหม่	3	--	4	--
อยุธยา	--	3	--	4
สุโขทัย	3	--	4	--

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 3 ผลการคำนวณพบลักษณะ ดังนี้

1. ขนาดตลาดการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย เรียงลำดับจากขนาดใหญ่ไปหาขนาดเล็ก คือ 1.จังหวัดเชียงใหม่
- 2.จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3. จังหวัดสุโขทัย

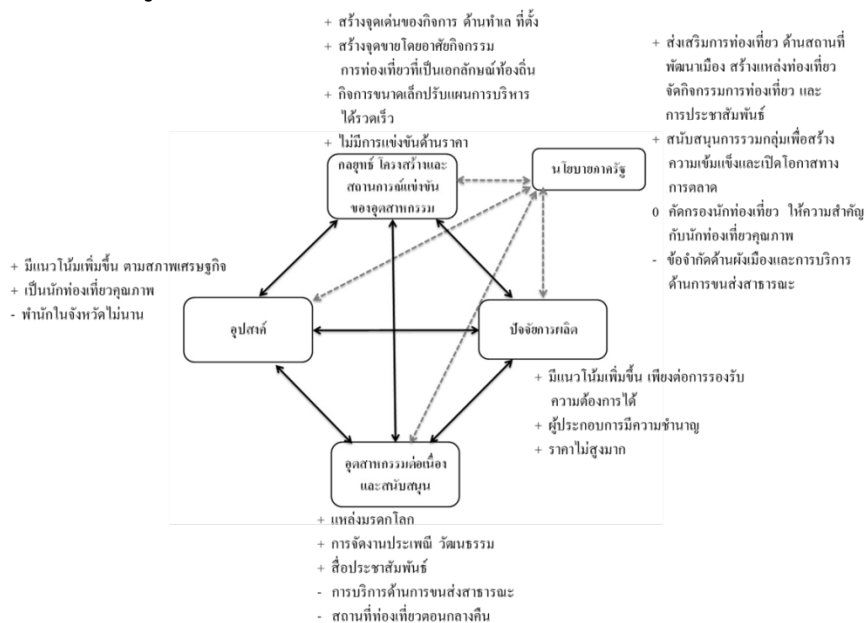
2. อัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยของรายได้จากการท่องเที่ยว เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ 1. จังหวัดสุโขทัย 2.จังหวัดเชียงใหม่ และ 3. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ตลาดการท่องเที่ยวของ 3 จังหวัด ตั้งแต่ปี พ.ศ.23551 – 2557 คำนวณด้วยวิธี BCG Matrix แสดงข้อมูลดังนี้

- จังหวัดสุโขทัยมีลักษณะเข้าเกณฑ์ตำแหน่ง star จำนวน 4 ครั้ง คือ ปี พ.ศ. 2551, 2552, 2555, และ 2556 และถูกจัดอยู่ในตำแหน่ง cow จำนวน 3 ครั้ง คือ ปี พ.ศ.2553, 2554, 2557
- จังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะเข้าเกณฑ์ตำแหน่ง cow จำนวน 4 ครั้ง คือ ปี พ.ศ.2551, 2553, 2555 และ 2556 และถูกจัดอยู่ในตำแหน่ง star จำนวน 3 ครั้ง คือ ปี พ.ศ.2552 , 2554 และ 2557
- จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีลักษณะเข้าเกณฑ์ตำแหน่ง dog จำนวน 4 ครั้ง คือ ปี พ.ศ.2552, 2554, 2556 และ 2557 และถูกจัดอยู่ในตำแหน่ง Question จำนวน 3 ครั้ง คือ ปี พ.ศ.2551, 2553 และ 2555
- เฉลี่ยอัตราการขยายตัวและขนาดตลาดของทั้ง 3 จังหวัด ตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 – 2557 จะพบว่า ตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยจัดอยู่ในตำแหน่งตำแหน่ง cow ค่อนไปทาง star จังหวัดเชียงใหม่อยู่ในตำแหน่ง cow และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในตำแหน่งของ Question

สำหรับความผันผวนของตำแหน่งรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยระหว่าง ดาวกับวัวเงิน เกิดจากอัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยไม่มีเสถียรภาพ โดยเฉพาะในปี พ.ศ.2552 และ 2554 เนื่องจากปี พ.ศ.2552 ได้รับผลกระทบจากวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ที่ทำให้เศรษฐกิจทั่วโลกชะลอตัวลง นักท่องเที่ยวต่างชาติลดจำนวนลง รายได้จากการท่องเที่ยวจึงลดลง สำหรับ ปี พ.ศ.2554 ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากอุทกภัยครั้งใหญ่ จังหวัดสุโขทัยได้รับผลกระทบนั้น โดยในปีดังกล่าวจังหวัดสุโขทัยเกิดอุทกภัย 2 ครั้ง ช่วงต้นปีและปลายปี การจราจรและการขนส่งทางบกได้รับความเสียหาย นักท่องเที่ยวชะลอการเดินทาง และบางส่วนยกเลิกการเดินทางเป็นผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของปี พ.ศ.2554 ลดลง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Diamond Model



ภาพที่ 5 แสดงแผนภูมิการวิเคราะห์ Diamond Model

แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. **ด้านอุปสงค์ (Demand Condition)** นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ สำหรับปี พ.ศ.2552 มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติลดจำนวนลง และนักท่องเที่ยวไทยก็ลดลงตามไปด้วย เช่นเดียวกับในปี พ.ศ.2554 ที่เกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ ซึ่งจังหวัดสุโขทัยได้รับผลกระทบหนักและยาวนาน ส่งผลให้การเดินทางทางบกเป็นอัมพาต ไม่สามารถขนส่งผู้โดยสารและสินค้าได้ตามปกติ นักท่องเที่ยวจึงลดลง เพราะความไม่สะดวก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ซึ่งมีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวแหล่งโบราณสถาน และงานประเพณีลอยกระทง

2. **ด้านปัจจัยการผลิต (Factor Condition)** มูลค่าปัจจัยการผลิตด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยปี พ.ศ.2550 – 2557 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากการพัฒนาและความชำนาญของผู้ประกอบการรวมทั้งการส่งเสริมของภาครัฐ สำหรับการขยายกิจการให้รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะด้านที่พัก แหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการขนส่งทางอากาศ อย่างไรก็ตาม ยังมีความผันผวนในช่วงปี พ.ศ.2553 – 2554 จังหวัดสุโขทัยประสบปัญหาอุทกภัย ไม่สามารถสัญจรทางบกได้ กิจการด้านโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และการขนส่งหลายแห่งได้รับความเสียหาย เช่นเดียวกับปี พ.ศ.2556 – 2557 ที่จังหวัดสุโขทัยได้ประสบกับปัญหาอุทกภัย แต่ในปี พ.ศ.2557 ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่แน่นอน และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง ส่งผลให้กิจการขนส่งทางอากาศ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวลดกำลังการผลิตลง กิจการบางแห่งหยุดการดำเนินกิจการลงชั่วคราว

3. **ด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน (Related and Support Industries)** แหล่งมรดกโลกเป็นจุดขายสำคัญของจังหวัด และประเพณีลอยกระทงเป็นกิจกรรมสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ขณะที่การบริการด้านการขนส่งสาธารณะและสถานที่ท่องเที่ยวตอนกลางคืนยังไม่รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

4. **ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสถานการณ์การแข่งขันของอุตสาหกรรม (Strategy, Structure and Rivalry)** ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยใช้กลยุทธ์ด้านการสร้างจุดเด่นของกิจการ อาทิ ทำเลที่ตั้ง กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมที่จัดขึ้นมาเป็นบริการเสริม โดยโครงสร้างของกิจการจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่บริหารจัดการได้ง่าย ไม่มีการแข่งขันด้านราคา

5. **ด้านนโยบายรัฐบาล (Economic Policy)** ภาครัฐส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจเชิงอนุรักษ์ สนับสนุนการประชาสัมพันธ์และออกร้านในโอกาสต่าง ๆ เพื่อสร้างตราสินค้าให้จังหวัดสุโขทัยเป็นที่รู้จัก เปิดโอกาสทางการตลาดและสนับสนุนการรวมกลุ่ม และกำหนดเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อและจิตอนุรักษ์ ทั้งนี้ยังมีข้อจำกัดที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาเมืองให้ขยายได้ตามเงื่อนไขของการเป็นเมืองมรดกโลก

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

1. สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษา BCG Matrix พบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยจัดอยู่ในตำแหน่งทางการตลาดระหว่างตำแหน่งวัวเงิน และตำแหน่งดาวเด่น ซึ่งแสดงถึงโอกาสของกิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยที่

สามารถจะขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอาศัยศักยภาพจากผลการศึกษา Diamond Model ที่แสดงให้เห็นว่า จุดเด่นของจังหวัดสุโขทัยที่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้เข้ามาท่องเที่ยว คือ แหล่งมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก ซึ่งแหล่งมรดกโลกดังกล่าวเชื่อมโยง 3 สถานที่สำคัญ คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร และช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดสุโขทัยคือเดือนพฤศจิกายน ซึ่งเป็นช่วงการจัดงานประเพณีการลอยกระทง มีผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การใช้บริการกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ จังหวัดสุโขทัยยังส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างแหล่งท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเน้นที่นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ คือ มีกำลังซื้อและมีจิตอนุรักษ์เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและสร้างเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาด้วยวิธี BCG Matrix พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยมีขนาดเล็กมากเมื่อเทียบกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีลักษณะเป็นเมืองท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน โดยสาเหตุดังกล่าวพิจารณาได้จากปัจจัย ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้ง จังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดที่ไม่มีเขตติดต่อชายแดน ลักษณะเป็น Inner land ไม่เป็นเมืองผ่านไปยังจังหวัดใหญ่ ๆ ที่สำคัญ หรือเรียกว่าต้องตั้งใจมาจึงจะมาถึง

2. การขนส่งสาธารณะ แม้ว่าจังหวัดสุโขทัยจะมีขานชาลารถไฟอำเภอสวรรคโลก แต่ก็ไม่ใช่ที่นิยมเนื่องจากอำเภอสวรรคโลกอยู่ไกลจากอำเภอเมืองและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด และการขนส่งทางอากาศในจังหวัดมีราคาสูง ผู้โดยสารมักจะนั่งรถตู้เพื่อไปใช้บริการเครื่องบินที่จังหวัดพิษณุโลกที่มีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการ สำหรับการเดินทางโดยรถยนต์โดยสาร ด้วยลักษณะจังหวัดแบบ inner land จังหวัดสุโขทัยจึงมีรถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัดใช้เป็นเส้นทางผ่านไปอีกจังหวัดไม่มาก การเดินทางโดยรถประจำทางจะต้องไปต่อรถที่จังหวัดพิษณุโลก ตาก และนครสวรรค์ เพื่อเดินทางต่อไปยังจังหวัดอื่น ๆ นอกจากนี้ รถโดยสารสาธารณะประจำทางภายในจังหวัดก็มีจำนวนรถน้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้วยติดข้อจำกัดในด้านกฎหมายกับสำนักงานขนส่งจังหวัดที่จะต้องจดทะเบียนและวิ่งรอบรถตามที่กำหนด ซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินการตามที่ตกลงได้ เนื่องจากแต่ละรอบการเดินทางมีจำนวนผู้โดยสารไม่เพียงพอ กิจการประสบปัญหาขาดทุนและเลิกดำเนินการในที่สุด

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการหลากหลาย นอกจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแหล่งมรดกโลกในตอนกลางวัน ยังมีนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มใหม่ที่มีความต้องการแหล่งท่องเที่ยวในตอนกลางคืนด้วย ซึ่งจังหวัดสุโขทัยไม่มีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อหย่อนใจหรือสร้างความบันเทิงในช่วงเวลากลางคืน โดยเฉพาะช่วงเวลาตั้งแต่ 19.00 – 22.00 น. จึงทำให้สูญเสียรายได้ในช่วงเวลาดังกล่าว สูญเสียโอกาสในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวพักค้างในจังหวัดได้นาน จึงเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบผ่าน คือ ผ่านมาแวะท่องเที่ยวและไปพำนักยังจังหวัดอื่น

4. ข้อจำกัดด้านผังเมือง การกำหนดเขตพื้นที่ในการดำเนินกิจการของจังหวัดสุโขทัยมีข้อจำกัดจากผังเมืองที่มีเงื่อนไขของการเป็นเมืองมรดกโลก ทำให้ไม่สามารถสร้างธุรกิจขนาดใหญ่ได้

5. แหล่งการใช้จ่ายเงิน จังหวัดสุโขทัยยังขาดจุดการใช้จ่ายเงินสำคัญของจังหวัดสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากโครงสร้างของธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยเป็นขนาดเล็ก เพราะสามารถบริหารจัดการได้ง่าย แต่ธุรกิจขนาดเล็กแต่ละแห่งกระจายตัวอยู่ห่างไกลกัน ไม่เป็นที่รู้จัก เข้าถึงยาก นอกจากนี้ยังมีขายสินค้าที่มีราคาสูง เป็นสินค้าเฉพาะ ยากต่อการตัดสินใจซื้อ จึงทำให้สูญเสียโอกาสในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เพื่อสร้างโอกาสการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและมีอัตราการขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพ ซึ่งการดำเนินการสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ช่วง คือ ช่วงระยะสั้นและระยะยาว รายละเอียดดังต่อไปนี้

ระยะสั้น

2.1 จังหวัดสุโขทัยยังต้องรักษามาตรฐานการให้บริการและรักษาภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพื่อรักษานักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีพฤติกรรมชอบท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จากประเทศแถบทวีปยุโรปและเอเชียตะวันออก ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การใช้จ่ายสูง นิยมความสงบ เรียบร้อยและปลอดภัย

2.2 จังหวัดควรมุ่งขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว ดังนี้

- ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังไม่เป็นที่รู้จักและนิยมในวงกว้าง

- ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการสนับสนุนกีฬาฟุตบอลในจังหวัดสุโขทัย ปัจจุบันมีชื่อสโมสรฟุตบอลสุโขทัย เอฟซี หรือฉายา “ค่างคาไฟ” จึงควรพัฒนาสนามกีฬาของสโมสรให้มีมาตรฐานรองรับการแข่งขันฟุตบอลได้หลากหลายระดับ ซึ่งจะสามารถใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้อีกด้วย และในช่วงที่มีการแข่งขันควรเสริมระบบขนส่งมวลชนจากสนามบินและสถานีขนส่งจังหวัด อาทิ รถรางทัศนจร รถคอกหมู อันเป็นรอยโดยสาร์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสุโขทัย

- ดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวตามกระแส โดยการเปิดโอกาส เสนอตัว และสนับสนุนให้เกิดการถ่ายทำสื่อบันเทิงในสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด อาทิ ละคร ภาพยนตร์ ภาพถ่ายในสังคมออนไลน์ ซึ่งจังหวัดสามารถทำได้จากการลงทุนร่วมกับภาคเอกชน เพื่อทำการประชาสัมพันธ์จังหวัด มุ่งผลให้ประชาชนรู้จักและจดจำ ขยายการรับรู้ของผู้ชมในวงกว้าง ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยว

2.3 แก้ไขปัญหาด้านขนส่งสาธารณะ ควรปรับปรุงให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกเวลาการเดินทางได้ และมีกำหนดเวลาแน่นอน พร้อมทั้งติดตามการเดินทางที่ตรงเวลาเป็นปัจจุบันตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และจุดขนส่งทุกแห่งในจังหวัดและต่างจังหวัด

2.4 จังหวัดควรจัดให้มีสถานที่สำหรับกิจการที่รองรับการใช้จ่ายภาคการท่องเที่ยวโดยไม่เก็บค่าเช่า หรือเก็บในอัตราที่ไม่สูงมาก หรือหารีร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อขอความอนุเคราะห์ลดค่าเช่าในพื้นที่เศรษฐกิจบางส่วน เป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้ามาทำกิจการ และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าประจำถิ่นในราคาที่ไม่สูงมากเพื่ออำนวยความสะดวกตัดสินใจซื้อ

ระยะยาว

จังหวัดควรสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องใช้เวลาในสถานที่ให้นานขึ้นและไม่มีคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน อาทิ สวนสนุก ศูนย์เรียนรู้ฝึกอบรม ซึ่งการสร้างสวนสนุกควรเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อสร้างสวนสนุกที่มีชื่อเสียง ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างถิ่น สำหรับการสร้างศูนย์ฝึกอบรมจะต้องออกแบบให้สามารถใช้บริการได้หลากหลาย ครอบคลุมด้านต่าง ๆ รองรับคนจำนวน 10 – 500 คน ทั้งนี้เพื่อสร้างโอกาสการเข้ามาในจังหวัดสุโขทัยให้เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ควรสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวประเภท合家欢 เช่น เที่ยวเมืองสุโขทัย โดยมีลักษณะให้นักท่องเที่ยวใช้บริการรถทัศนจรที่จัดเตรียมไว้ และรถดังกล่าวจะพานักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวรอบจังหวัดสุโขทัยและทำกิจกรรมที่จัดเตรียมไว้ อาทิ ทำเครื่องปั้นดินเผา สังคโลก ทอผ้าหาดเสี้ยว ทำผ้าหมักโคลน

ทำขนมท้องถิ่น และมีบริการส่งของที่สำเร็จแล้วไปทางไปรษณีย์ในกรณีที่ต้องใช้เวลาทำนาน และต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญช่วย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะทำให้นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในจังหวัดนานขึ้น สะดวกในการเดินทาง สามารถเลือกเส้นทางและกิจกรรมที่ต้องการได้ และยังได้ท่องเที่ยวสถานที่สำคัญในจังหวัดได้อย่างครบถ้วน ซึ่งพาหนะที่พำนักท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ อาจเปลี่ยนแปลงตามเส้นทางที่ต้องการ เช่น รถยนต์ เรือ หรือจักรยาน เป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชน

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องด้วยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบตำแหน่งของรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยเทียบกับจังหวัดที่มีลักษณะการท่องเที่ยวใกล้เคียงกันตามที่ อ.ส.ท. จัดลำดับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโบราณสถานและประวัติศาสตร์ และศึกษาโอกาสความเป็นไปได้ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยให้เกิดการขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพ ซึ่งประเด็นที่ยกขึ้นมาเสนอแนะนั้น เห็นควรให้ทดสอบความสัมพันธ์ของประเด็นที่เสนอแนะ และหาขนาดการขยายตัวจากการพัฒนาประเด็นนั้น เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2557). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2558. จาก

<http://www.tourism.go.th/home/listcontent/11/221/276>

จังหวัดสุโขทัย. (2557). *แผนพัฒนาจังหวัดสุโขทัย 4 ปี (พ.ศ.2558 – 2561)*. สุโขทัย, สำนักงานจังหวัดสุโขทัย.

คณะกรรมการกำกับดูแลการจัดทำสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) จังหวัดสุโขทัย, คณะทำงานจัดทำสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) รายงานสาขาการผลิต. (2557). *รายงานผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) แบบ Bottom up ประจำปี พ.ศ. 2555 และประมาณการปี พ.ศ. 2556*.

[รายงาน]. จังหวัดสุโขทัย: สำนักงานคลังจังหวัดสุโขทัย

คณะกรรมการจัดทำสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย. (2556). *รายงานผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุโขทัย (GPP) แบบ Bottom up ประจำปี พ.ศ. 2554 และประมาณการปี พ.ศ. 2555*. [รายงาน].

จังหวัดสุโขทัย: สำนักงานคลังจังหวัดสุโขทัย

คณะกรรมการสถิติจังหวัดสุโขทัย. (2557). *แผนสถิติระดับพื้นที่จังหวัดสุโขทัย*. [รายงาน]. จังหวัดสุโขทัย: สำนักงานสถิติจังหวัดสุโขทัย

บัญญัติ ส่งสัมพันธ์. (2557). *การพัฒนาข้อมูลสถิติและสารสนเทศระดับพื้นที่ 76 จังหวัด/18 กลุ่มจังหวัด (Training นักวิเคราะห์ข้อมูล)*. [เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการ]. สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ราชบัณฑิตยสถาน. (2550). *การแบ่งส่วนภูมิภาคทางภูมิศาสตร์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2558, จาก

www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=1378

วรรณภา หอมเสียง. (2554). การเปรียบเทียบอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทที่มีการจัดตำแหน่งทางการตลาดด้วยวิธี BCG Matrix : กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (งานนิพนธ์บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการบัญชี, มหาวิทยาลัยบูรพา).

ศรัณย์ วรรณจักริยา. (2550). โครงการจัดทำและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ที่มีสมรรถนะสูงในช่วงแผนฉบับที่ 10. กรุงเทพฯ, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบข้าราชการ (ก.พ.ร.). (2551). การพัฒนาการบริหารราชการจังหวัดแบบบูรณาการ. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2558, จาก

http://opdc.go.th/specail.php?spc_id=4&content_id=172#

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2546). ข้อมูลมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2546 เรื่อง การกำหนดให้ทุกจังหวัดใช้การบริหารงานแบบบูรณาการ. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558, จาก

http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program23.jsp?top_serl=191816&key_word=CEO&owner_dep=&meet_date_dd=&meet_date_mm=&meet_date_yyyy=&doc_id1=&doc_id2=&meet_date_dd2=&meet_date_mm2=&meet_date_yyyy2=

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2546). ข้อมูลมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2546 เรื่อง การปรับบทบาทและภารกิจของคลังจังหวัดในฐานะนักบริหารเศรษฐกิจการคลัง (Chief Financial Officer: CFO). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558, จาก

http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program23.jsp?top_serl=194550&key_word=CEO&owner_dep=&meet_date_dd=&meet_date_mm=&meet_date_yyyy=&doc_id1=&doc_id2=&meet_date_dd2=&meet_date_mm2=&meet_date_yyyy2=

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2548). ประโยชน์ของข้อมูลสถิติ. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2558, จาก

http://sevice.nso.go.th/nso/nsopublish/know/estat2_2.html

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). รายงานสถิติจังหวัด พ.ศ.2556. [รายงาน]. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดี ดี ไชน์ 189, สำนักงานสถิติจังหวัดสุโขทัย

อภิชา ประกอบแสง. (2554). วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle). สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2558, จาก http://colacooper.blogspot.com/2012/10/product_li_fe_cycle.html

อ.ส.ท.. (2553). ๕๐ สุดยอดแหล่งท่องเที่ยวไทยในดวงใจ. อนุสาร อ.ส.ท.. ปีที่ 51 ฉบับที่ 1

Carlos Fernando Alonso Campos. (2006). *A theory and its model to formulate business unit strategies*