

## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ TRINAT/0001

ชื่อโครงการ “รูปแบบพันธมิตรธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างไทย-กัมพูชา”

ชื่อนักวิจัย พิสมัย ประชานันท์ , นิรันดร์ กุลพานันท์ , นงลักษณ์ ทองศรี ,  
กิ่งแก้ว ปะติตังไข , สมหมาย ปะติตังไข , นวมินทร์ ประชานันท์ ,  
รุ่งรัตน์ โสภา

E-mail Address : [pisamaipt@hotmail.com](mailto:pisamaipt@hotmail.com) , [niran399@yahoo.com](mailto:niran399@yahoo.com) ,  
[n\\_one@thaimail.com](mailto:n_one@thaimail.com) , [kingkaewp55@hotmail.com](mailto:kingkaewp55@hotmail.com) ,  
[psomma63@yahoo.com](mailto:psomma63@yahoo.com) , [nawaminpt@yahoo.com](mailto:nawaminpt@yahoo.com) ,  
[hat\\_rung@hotmail.com](mailto:hat_rung@hotmail.com)

ระยะเวลาโครงการ : 1 มิถุนายน พ.ศ. 2552 - 31 พฤษภาคม 2553

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทบทวนสถานการณ์การดำเนินธุรกิจระหว่าง  
อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ประเทศไทย และเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา 2) ศึกษาปัจจัย  
เสริมและปัจจัยดิ่งในการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวร่วมกัน และ  
3) สร้างรูปแบบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวร่วมกัน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย  
1) ผู้บริหาร/ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวของไทย-กัมพูชา 2) ผู้ประกอบการ  
ธุรกิจท่องเที่ยวชาวไทยและกัมพูชาที่ประกอบธุรกิจในเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา  
3) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวชาวไทยในอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว และ 4) นักท่องเที่ยวที่  
เดินทางมาเที่ยวในอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ประเทศไทย และเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา  
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์ 2) การสนทนากลุ่ม  
และ 3) แบบสอบถาม สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหา  
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ Factor Analysis สำหรับข้อมูล  
เชิงคุณภาพใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านสถานการณ์การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว  
มีดังนี้

1. ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยวของไทยส่วนใหญ่ประสานงานติดต่อที่พักในเสียม  
เรียบที่มีผู้ประกอบการเป็นชาวกัมพูชามากกว่าโรงแรมที่มีผู้ประกอบการเป็นชาวไทย

2. ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยวของไทยติดต่อประสานงานกับร้านอาหารที่มีผู้ประกอบการเป็นคนไทยมากกว่า

3. ธุรกิจนำเที่ยว ใช้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นซึ่งเป็นชาวกำพูชาเท่านั้น ผู้ประกอบการไทยบางบริษัทจึงจัดตั้งบริษัทนำเที่ยวที่เป็นบริษัทคู่ค้าในกำพูชา และยังคงใช้บริการรถนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวของชาวกำพูชา

สำหรับปัจจัยเสริม(Push Factors) ที่เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อนุรักษ์ประเทศ จังหวัดสระแก้ว และเสียมเรียบ กำพูชา ได้แก่ ต้องการเรียนรู้และศึกษาศึกษาวัฒนธรรมประเพณีและประวัติศาสตร์ ต้องการพักผ่อนคลายความตึงเครียด และต้องการหาความรู้และพัฒนาทักษะ ตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยดึง(Pull Factors) ได้แก่ วัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่และวิถีชีวิตของคนในชุมชน/ท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ และแหล่งท่องเที่ยวมีอัตลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนคนอื่นตามลำดับ

สำหรับรูปแบบพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยวระหว่างไทย-กำพูชาที่พบ คือ 1) รูปแบบความร่วมมือระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business) ประเภท Contractual Agreement แบบเทียม (Pseudo) มีลักษณะเป็นการประสานงานโดยตรงระหว่างผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวกันเองโดยไม่มีหน่วยงานของรัฐหรือภาคเอกชนอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง หรือเป็นการประสานความร่วมมือโดยใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว หรือลักษณะเครือญาติระหว่างธุรกิจด้วยกัน 2) คณะกรรมการร่วมธุรกิจท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Cross-Border Tourism Business Collaborative Committee) ในระดับท้องถิ่นประกอบไปด้วยภาครัฐ และภาคธุรกิจ (ธุรกิจท่องเที่ยว) โดยทั้งสองหน่วยงานจะทำหน้าที่ สร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การคมนาคม สาธารณูปโภคพื้นฐาน การสื่อสาร เป็นต้น และ 3) การปรับแก้ข้อตกลงไทย-กำพูชาในเรื่องการทำวีซ่าเข้าประเทศ หรือเรื่องอื่นๆ โดยมีการเน้นมาตรฐานการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อตกลง และความร่วมมือระหว่างประเทศ

**คำหลัก :** พันธมิตรธุรกิจ , การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ , ปัจจัยเสริม , ปัจจัยดึง

## ABSTRACT

**Project Code:** TRINAT/0001

**Project Title :** Tourism Business Alliance Model Between Thailand and Cambodia

**Investigators :** Pisamai Prachanant, Nirun Kultanun, Nongluck Thongsri,  
Kingkeaw Patitangkho, Sommai Patitangkho, Nawamin Prachanant,  
Rungrat Sopa

**E-mail Address :** [pisamaipt@hotmail.com](mailto:pisamaipt@hotmail.com) , [niran399@yahoo.com](mailto:niran399@yahoo.com) ,  
[n\\_one@thaimail.com](mailto:n_one@thaimail.com) , [kingkaewp55@hotmail.com](mailto:kingkaewp55@hotmail.com) ,  
[psommaimai63@yahoo.com](mailto:psommaimai63@yahoo.com) , [nawaminpt@yahoo.com](mailto:nawaminpt@yahoo.com) ,  
[hat\\_rung@hotmail.com](mailto:hat_rung@hotmail.com)

**Project Duration :** 1<sup>st</sup> June 2009 – 31<sup>th</sup> May 2010

This research aimed to: 1) study the tourism business situations between Aranyaprathet, Sra Kaew province, Thailand and Siem Reap, Cambodia; 2) investigate the push and pull factors on participation processes in collaborative tourism between the two areas; and 3) establish the participation model of the collaborative tourism between the two areas. The samples were: 1) Thai and Cambodian executives/ representatives of public tourism sectors; 2) Thai and Cambodian tourism entrepreneurs in Siem Reap, Cambodia; 3) Thai tourism entrepreneurs in Aranyaprathet, Sra Kaew province, Thailand; and 4) tourists who visited both Aranyaprathet, Sra Kaew province, Thailand and Siem Reap, Cambodia. The research instruments included: 1) in-depth interview; 2) focus group discussion; and 3) questionnaire. The quantitative data were analyzed by percentage, mean, standard deviation and factor analysis; whereas, the qualitative data were analyzed by content analysis technique.

**Findings were as follows:**

1. Hotel business: Most Thai tour companies cooperated with the hotels in Siem Reap operated by Cambodian entrepreneurs more than Thai entrepreneurs.

2. Restaurant business: Most Thai tour companies cooperated with the restaurants operated by Thai entrepreneurs more than Cambodian entrepreneurs.

3. Leading tour business: Due to the Cambodian law, all tour companies had to use the Cambodian guides. Some Thai entrepreneurs established the tour subsidized companies in Cambodia. In addition, Thai leading tour business entrepreneurs employed the transportation services from the Cambodian leading tour companies.

For the push factors affecting in making decision to visit the tourist attractions in Aranyaprathet, Sra Kaew province, Thailand and Siem Reap, Cambodia were “Need to learn and study the culture, tradition and history,” followed by “Need to take a rest and relax” and “Need to seek for knowledge and skills development, respectively. In addition, the pull factors were “Having local identity of vulture, tradition and ways of life”, followed by “Well-known tourist attractions both in domestic and oversea” and “Unity of tourist attractions,” respectively.

The tourism business alliance model between Thailand and Cambodian found from this study was: 1) The business to business found was a pseudo contractual agreement. This means both Thai and Cambodian tourism entrepreneurs directly cooperated or they cooperated by close relationship or business relatives; 2) The cross-border tourism business collaborative committee should be set up. That is, this local committee should include both from public and tourism business sectors for the purpose of facilitating about transportation, basic consumption and communication, etc; and 3) The Thai and Cambodian VISA agreement or other issues should be adapted based on rules, conditions and agreement.

**Keywords :** Business Alliance , International Tourism , Push Factors , Pull Factors