รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัย

กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา กรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

โดย

สุเทพ พันประสิทธิ์

เลิศพร ภาระสกุล

วันเพ็ญ พินเผือก

กรกฎาคม 2547

สัญญาเลขที่ RDG 4650043

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัย

กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา กรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

โดย

ผศ.สุเทพ พันประสิทธิ์	ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.ดร.เลิศพร ภาระสกุล	ภาควิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
อาจารย์วันเพ็ญ พินเผือก	ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา กรณีศึกษาจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ได้ดำเนินการจนแล้วเสร็จ โดยได้รับเงินทุนอุดหนุนการวิจัยจาก**สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)** และได้รับการส่งเสริมด้านเวลาและสิ่งอำนวยความสะดวก จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ รวมทั้งได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 8 (นครนายก) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 (นครราชสีมา) และเขต 2 (อุบลราชธานี) อีกทั้ง สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และสระแก้ว ตลอดจนหน่วยงานที่อำนวยความสะดวกได้แก่ แขวงการทางบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ สระแก้ว ด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ อุทยานแห่งชาติปางสีดา และ เขาพระวิหาร อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง บริษัทสะเรนทัวร์ บริษัท พี.เค. ซิตี้ทัวร์ บริษัทพลอยสยามทัวร์ และโรงแรมอรัญเมอร์เมจ

ในโอกาสนี้กระผมขอกราบขอบคุณอย่างสูงต่อสถาบันและบุคคลที่ให้ความเมตตาและกรุณาตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งงานวิจัยเรื่องนี้ได้ลุล่วงไปด้วยดี ได้แก่ **ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริรัศมี** ผู้ประสานงานชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ เลียวประไพ ศาสตราจารย์ ดร.ประชุม สุวัตถี รองศาสตราจารย์ฐกัจ ศรีคำพร รองศาสตราจารย์สงบ บุญคล้อย คุณไชยยง เจริญเมือง คุณจันทิพา ไชยนันท์ รวมทั้งทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนให้ข้อคิดเห็นในการค้นคว้าวิจัยอันเป็นประโยชน์และวิทยาทานแก่คณะผู้วิจัย

(นายสุเทพ พันประสิทธิ์)

ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ชั้น3 อาคารสำนักอธิการบดี 110/1-4 ถนนประชาชื่น หลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทร 0-2954-7300 ต่อ 187 มือถือ 0-6565-8195 โทรสาร 0-2580-0064
E-mail:sutep_p@hotmail.com
30 กรกฎาคม 2547

บทคัดย่อ

กลยุทธ์การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา ศึกษากรณีจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

เป้าหมายของการวิจัย

เพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์ด้านการจัดการที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวไทยและกัมพูชา เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่กัมพูชา

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุปทานของแหล่งท่องเที่ยวและสถานบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา อันได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ที่พักผ่อน ร้านขายของที่ระลึก สถาบันที่ส่งเสริมในพื้นที่แหล่งการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา โดยเน้นให้ทราบถึงลักษณะทางกายภาพ การดำเนิน กิจการ ปัญหา และอุปสรรคในการให้บริการ (ตลอดจนวิเคราะห์ให้ทราบถึงความพอเพียงของจำนวนสถานบริการ ณ ปัจจุบัน)

2. เพื่อประเมินศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ได้ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมที่เหมาะสมสำหรับสถานบริการและการจัดการอย่างมีส่วนร่วมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เหมาะสมในเขตพื้นที่จังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

3. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในเขตจังหวัด สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และ ศรีสะเกษ

4. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการเดินทางและจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจในเขตจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

5. เพื่อประมาณค่าอุปสงค์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณสถานในจังหวัดในกรณีศึกษา

6. เพื่อศึกษานโยบายการท่องเที่ยว กลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนของประเทศไทยและกัมพูชา

วิธีการวิจัย

1. การวิจัยเอกสารจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ นำมาวิเคราะห์เนื้อหา

2. การวิจัยเชิงสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์งาน งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร จังหวัดศรีสะเกษ และโรงแรมที่พักในเมืองอุบลราชธานีได้ตัวอย่าง 403 ตัวอย่าง

3. การวิจัยเชิงประเมิน ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานขอม วัฒนธรรมงานประเพณีและธรรมชาติจำนวน 65 แห่ง และการประเมินระดับการใช้กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายสินค้าและสินค้าที่ระลึก และสถาบันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

4. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ศึกษา

ผลการวิจัย

ส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออก-เฉียงเหนือ และแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี โดยผลการวิเคราะห์การเชื่อมโยงจังหวัชายแดนไทยกับเมืองเสียมราฐ นครวัด นครธม ตามเส้นทางอรัญประเทศ ศรีโสภณ เสียมราฐ และช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ กับเมืองอัลลองเวง เชื่อมต่อไปถึงเสียมราฐ และการเชื่อมโยงแหล่งวัฒนธรรมขอมกับภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย โดยใช้ศักยภาพการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์ และปราสาทเขาพระวิหาร เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์จุดเด่น และโอกาสของจังหวัดชายแดน ได้**ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์** คือ (1) กลยุทธ์การเชื่อมสระแก้ว ศรีสะเกษ สุรินทร์ โยงกับเมืองเสียมราฐ ด้านการค้าชายแดน เพื่อการส่งสินค้าไปตลาดประเทศกัมพูชา และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับกลุ่มโบราณสถานนครวัด นครธม (2) กลยุทธ์การพัฒนา ศักยภาพด้านนบริการและแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด เสริมความน่าสนใจของแหล่งวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดแสดงสีเสียง การท่องเที่ยวสร้างเสริมความรู้ ประวัติ-ศาสตร์โบราณคดี ธรรมชาติวิทยา เชิงนิเวศ เชิงเกษตร เชิงสุขภาพการกีฬา รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทางด้านนันทนาการ (3) กลยุทธ์การยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (4) กลยุทธ์การสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์กิจกรรมเด่น การสร้าง Brand ของภูมิภาค และจังหวัด (5) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของภาคเอกชน และท้องถิ่น มีการร่วมกันของการท่องเที่ยว

วัฒนธรรมประเพณี และหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (6) กลยุทธ์การพัฒนาความพร้อมของประเทศเพื่อนบ้านในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และเงินช่วยเหลือในโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (7) การเปิดประตูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่อินโดจีน สร้างความเชื่อมโยงทั้งการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น (8) กลยุทธ์การรณรงค์ท่องเที่ยวทางรถยนต์ เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวอิสระ

Abstract

The Management Strategies for Tourism Development in the Provinces Bordering Thailand and Cambodia : Case Studies in Sakaew , Buriram , Surin and Sisaket Provinces.

Objectives

The objectives of this research were 1) to survey and collect data related to supply of tourism resources and services available in the four province bordering Thailand and Cambodia, which include tourism destinations and infrastructure such as transportation routes, electricity , water supply, telephone services, accommodation, restaurants, souvenir shops and rest areas , 2) to assess the potentials and qualities of these tourism resources in order to find suitable measures to promote them , 3) to study the existing routes in the four provinces and to suggest new routes for tourism purposes , 4) to study tourist behaviour while visiting the four provinces , including their motivations in visiting these provinces and Thailand, modes of travel, length of study, food consumption patterns, expenses, levels of interest in visiting certain destinations in these provinces and their perceptions of Thailand , 5) to estimate the demand of tourism sites , and to find out factors affecting nature and cultural tourism in Thailand, 6) to examine tourism strategies and policies of the four provinces.

Research Methods

1. Documentary research including data available from Tourism Authority of Thailand, Sakaew , Buriram , Surin and Sisaket provinces.

2. Survey research using questionnaires to interview tourists visiting Sakaew province, Elephant Festival in Surin , Phanom Rung Sanctuary in Buriram , and Preach Vihear Sanctuary in Sisaket. 403 tourist samples were obtained.

3. Evaluation of tourism sites in the four provinces by selected expertises. 65 tourism sites were evaluated. Some tour companies, hotels, restaurants, souvenir shops and agencies related to tourism were also evaluated.

4. SWOT analysis of the four provinces.

Research Findings

One of the research findings corresponded to the action plan to develop and promote tourism in Northeastern Thailand and the action plans to develop tourism in Nakonratchasima, Buriram, Surin, Sisaket and Ubonratchatani provinces. Strategies suggested are as follow 1) Using Sakaew province as a hub for tourists visiting Siam Reap in Cambodia 2) Using Sisaket as a hub for tourists visiting Siam Reap via Sa Ngam Pass 3) Using folk wisdom as attractions such as tours to silk – weaving villages in Surin and Sisaket, to handicraft – making villages in Surin 4) Using the motto each province to create a unique brand 5) Co-operation between private sectors and local authorities to create new tourism products 6) Promoting overland tours to archaeological sites in Cambodia using the four provinces as tourism hubs 7) Considering establishing entertainment compresses near the border of Thailand and Combodia.

สรุปสำหรับผู้บริหาร

Executive Summary

กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา กรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

The Management Strategy for Tourism Development in The Provinces Bordering Thailand Combodia : Case Studies in Sakew , Buriram , Surin and Srisaket Provinces

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา กรณีศึกษา จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ มีเป้าหมายการวิจัยเพื่อหาแนวทางกลยุทธ์ด้านการจัดการที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวไทยและกัมพูชา เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่กัมพูชา ผลของการศึกษาประกอบด้วย

ส่วนแรก การทบทวนแผนพัฒนาภาคกลางตอนบน อันได้แก่ นครนายก ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และสระแก้ว และทบทวนแผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (อีสานใต้) อันได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ในการศึกษาจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวปานกลาง เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเพื่อให้มีศักยภาพเป็นเมืองหลักในการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ส่วนที่สอง ทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา ส่วนมากจากการทำแผนพัฒนาและทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระยะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดที่ศึกษา หรือภูมิภาคอีสานใต้ และจังหวัดสระแก้ว และประเทศกัมพูชา

ส่วนที่สาม ทบทวนแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยมุ่งวิเคราะห์ส่วนที่เป็นกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาแล้วใน 4 จังหวัดดังกล่าว

ส่วนที่สี่ ทบทวนแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2547 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาเป็นกรอบและเป้าหมายของกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงรุกต่างประเทศ ที่มุ่งส่งเสริมการสร้างพันธมิตรการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ตามวิสัยทัศน์ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย Tourism Capital of Asia และทบทวนกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดในประเทศ โดยเฉพาะการเสริมสร้างความรู้ให้กับเยาวชนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

การรวบรวมข้อมูลพื้นฐานและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่ศึกษา จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงมหาดไทย นำมาสนเทศนำเสนอเป็นรายจังหวัด และรายอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งนี้เพื่อให้เกิดกรอบการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดที่ศึกษา รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเขตประเทศกัมพูชาที่สำคัญ และมีความเป็นไปได้สูงในการเชื่อมโยง เช่น ปราสาทเขาพระวิหาร นครวัด กลุ่มโบราณสถานเมืองพระนคร ปราสาทโรเลย แหล่งโบราณสถานบันทายฉมา แหล่งโบราณสถานกุเลน ในส่วนนี้มีรายละเอียดในบทที่ 3

การประเมินศักยภาพและคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยสองส่วนหลักคือ การประเมินจากความพร้อมในการท่องเที่ยวอันได้แก่ การเข้าถึง ที่ตั้งบริเวณของแหล่งท่องเที่ยว กายภาพและสิ่งแวดล้อม นโยบายและการจัดการของสถานที่ สวัสดิภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว อีกส่วนหนึ่งคือประเมินคุณภาพในเรื่องของคุณค่าความสำคัญทางด้านการเรียนการศึกษาทางวิชาการ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ และวัฒนธรรม

วิธีการประเมินจากระบบ Credit & Grade โดยให้ค่าน้ำหนักเป็นคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวอันได้แก่ ผู้บริหารด้านการท่องเที่ยวจากสำนักงานการท่องเที่ยวภาคกลางเขต 8 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 (นครราชสีมา) เขต 2 (อุบลราชธานี) เจ้าหน้าที่ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดหรือสำนักงานจังหวัด ธุรกิจนำเที่ยวที่จัดท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา) ประธานหรือนายกองค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาล และคณะผู้วิจัยตรวจสอบผลการประเมินเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินสูง เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ วัดสระกำแพงใหญ่ เขาพระวิหาร อุทยานแหงชาติปางสีดา ปราสาทสด๊กก๊อกธม เป็นต้น

ผลการประเมิน กลุ่มโบราณสถานที่มีศักยภาพสูง มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ ปราสาทเขาพระวิหาร ปราสาทสระกำแพงใหญ่ กลุ่มโบราณสถาน ศักยภาพปานกลาง มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ต้องจัดทำกิจกรรมประกอบระดับนานาชาติ อย่างเช่น ปราสาทศรีขรภูมิ

ตารางที่ 1 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน กลุ่มศักยภาพสูงมีขีดความสามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวต่างชาติได้

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า	ศักยภาพรวม	อันดับ
อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	บุรีรัมย์	นางรอง	3	3	3	1
ปราสาทเมืองต่ำ	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	3	2.64	2.82	2
ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่	ศรีสะเกษ	อุทุมพรพิสัย	2.66	2.78	2.72	3
ปราสาทเขาพระวิหาร	ศรีสะเกษ	กันทาลักษ์	2.34	2.71	2.52	4

ผลการประเมินศักยภาพของงานประเพณีที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง ระดับนานาชาติอยู่แล้ว คือ งานแสดงช้าง จังหวัดสุรินทร์ ส่วนงานประเพณีอื่น ๆ ที่มีผลการประเมินมีศักยภาพสูง ได้แก่ ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง การแสดงแสงสีเสียงที่สระกำแพงใหญ่ งานมหกรรมว่าวอีสาน งานแข่งเรือยาว สตึก และเทศการเงาะทุเรียน กัณฑรลักษณ์ ซึ่งงานกิจกรรมประเพณีเหล่านี้ควรจะได้รับการส่งเสริมให้เป็นงานระดับนานาชาติเช่นเดียวกับการแสดงช้างเมืองสุรินทร์

ตารางที่ 2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน กลุ่มศักยภาพปานกลาง (มีศักยภาพการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวหลักให้นักท่องเที่ยวเข้าไปศึกษาท่องเที่ยว)

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า	ศักยภาพรวม	อันดับ
ปราสาทศรีขรภูมิ	สุรินทร์	ศรีขรภูมิ	2.16	2.82	2.49	1
ปราสาทเขาน้อยสีชมพู	สระแก้ว	อรัญประเทศ	2.14	2.84	2.49	2
ปราสาทสด๊กก๊อกธม	สระแก้ว	โคกสูง	2.13	2.84	2.49	3
ปราสาทสระกำแพงน้อย	ศรีสะเกษ	อุทุมพรพิสัย	2.14	2.78	2.46	4
ปราสาทบ้านพลวง	สุรินทร์	ปราสาท	1.76	2.54	2.15	5
กลุ่มปราสาทตาเหมือน	สุรินทร์	กาบเชิง	1.72	2.00	1.86	6

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด วัดมีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง คือ วัดป่ามหาเจดีย์ หรือวัดล้านขวด เป็นวัดที่น่าจะได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่กับการขายทัวร์อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร

ตารางที่ 3 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริมให้นักท่องเที่ยวแวะชม

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพรวม	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า
ปราสาทเมืองที	สุรินทร์	เมือง	1.31	1.84	1.51
ปราสาทหินบ้านไพล	สุรินทร์	ปราสาทภูมิ	1.36	2.10	1.73
ปราสาทจอมพระ	สุรินทร์	จอมพระ	1.44	1.74	1.49
ปราสาทยายเหงา	สุรินทร์	สังขะ	1.44	1.74	1.49
ปราสาทภูมิโปน	สุรินทร์	สังขะ	1.44	1.70	1.67
ปราสาทหนองหงษ์	บุรีรัมย์	กาบเชิง	1.5	1.90	1.7
ปราสาทบ้านบุ	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	1.31	1.74	1.53
กุฎีฤษีโคกเมือง	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	1.36	1.90	1.63
กุฎิฤษีหนองบัวลาย	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	1.31	1.74	1.53
ปราสาทโคกจิ้ว	บุรีรัมย์	ปะคำ	1.33	1.90	1.61
ปรางค์กู่สวนแตง	บุรีรัมย์	พุทไธสง	1.31	1.9	1.6

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมือง บริเวณอนุสาวรีย์พระยาสุรินทร์มีศักยภาพทางด้านผังเมืองสูงสุด และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ มีสารูป และเอกลักษณ์สูง และทั้งสองแห่งนี้ภาวะสุนทรียภาพสูง

ตารางที่ 4 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า	ศักยภาพรวม
วัดเขียน (วัดหลวงพ่อโต)	ศรีสะเกษ	ขุขันธ์	1.84	2.10	1.97
วัดเขาอังคาร	บุรีรัมย์	เฉลิมพระเกียรติ	1.5	1.71	1.61
วัดป่าพระสบาย	บุรีรัมย์	บ้านกรวด	1.44	1.00	1.22
วัดมหาเจดีย์	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.69	3.00	2.85

ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ จังหวัดบุรีรัมย์ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงแต่ยังขาดการโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมส่งเสริมระดับประเทศ และนานาชาติ และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวเช่นกัน ทางด้านจังหวัดสุรินทร์ หมู่บ้านเครื่องจักรสานบ้านบุทุมและหมู่บ้านทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง และบ้านเขวาสินรินทร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเช่นกัน

ตารางที่ 5 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมือง

แหล่งท่องเที่ยว	ผังเมือง	สาธูป/เอกลักษณ์	สุนทรียภาพ
อนุสาวรีย์พระยาสุรินทร์	2.48	1.71	3
สวนสมเด็จ/ศรีสะเกษ	1.89	2.2	3
สวนนกบุรีรัมย์	1.29	1.85	1

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ป่า ในเขตจังหวัดชายแดนไทย โดยพิจารณาเฉพาะค่าประเมินของศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางลงมาถึงต่ำ ในกลุ่มนี้อุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระแก้ว มีศักยภาพสูงสุด และอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว และเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานหลายแห่งจะต้องเดินเท้าเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 6 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณี

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	คุณค่า
หมู่บ้านจักสานบ้านบุทุม	สุรินทร์	เมือง	2.38	2.41
ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้	บุรีรัมย์	เมือง	2.9	2.25
ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านบุรีรัมย์	บุรีรัมย์	เมือง	2.12	1.41
หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง	สุรินทร์	เมือง	1.1	2.28
หมู่บ้านช้าง	สุรินทร์	ท่าตูม	1.83	2.66
หมู่บ้านทอผ้าไหมเขวาสินรินทร์	สุรินทร์	กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์	2.36	2.19

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (น้ำตก) ที่มิได้อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกในเขตจังหวัดศรีสะเกษ มีระดับศักยภาพปานกลาง แต่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวรองได้แก่ น้ำตกสำโรงเกียรติ น้ำตกห้วยจันทร์ และน้ำตกภูละออ แต่จุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ มีน้ำตกสวยงามระหว่างเดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม ของทุกปี หลังจากนั้นน้ำจะน้อยลงและหมดไปในที่สุด

ผลการประเมินของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (เขื่อนหรืออ่างเก็บน้ำ) ในพื้นที่จังหวัดที่ศึกษาอ่างเก็บน้ำนับว่าเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาด้านการเกษตรเพราะจะเกิดความแห้งแล้งในปีที่มีฝนทิ้งช่วงยาวนาน อ่างเก็บน้ำที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงได้แก่ อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง จังหวัดสุรินทร์ ศักยภาพปานกลางคือ อ่างเก็บน้ำลำนางรอง อ่างเก็บน้ำสนามบิน อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ให้มีศักยภาพใสอรรถประโยชน์หลักแล้วควรพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวจะทำให้คุณภาพชีวิตและผลผลิตการเกษตรในจังหวัดมีมูลค่าเพิ่ม และประสิทธิภาพการเพิ่มผลผลิตมากขึ้นด้วย

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การเชื่อมโยง

เส้นทาง	ปัจจุบัน พ.ศ.2546		เป้าหมายเวลาการเดินทางหลังปรับปรุงเส้นทางเสร็จ พ.ศ.2547
	ระยะทาง (ก.ม.)	เวลาการเดินทาง (ช.ม.)	
1. จุดพักกรุงเทพฯ → อรัญประเทศ	287	4	3.5
อรัญประเทศ → ศรีโสภณ → เสียมราฐ	154	6-7	3-4
2. จุดพักสุรินทร์→ช่องจอม	75	1.5	1.5
ช่องจอม→กระลาน→เสียมราฐ	130	5-6	3
3. จุดพักสุรินทร์→ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ→อัลลองเวง→เสียมราฐ	135	5-6	3
4. จุดพักศรีสะเกษ→ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ→อัลลองเวง→เสียมราฐ	135	5-6	3
5. จุดพักอุบลราชธานี→ช่องสะงำ	155	2.5	2.5
ช่องสะงำ→ อัลลองเวง→เสียมราฐ	135	5-6	3

เส้นทางการท่องเที่ยวจากอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว สู่เสียมราฐ

อรัญประเทศ / ปอยเปต → ศรีโสภณ → เสียมราฐ → โตเลสาบ → ปราสาท-บันทายศรี → ปราสาทแม่บุญ → ปราสาทแปรรูป → ปราสาทตาพรหม → ปราสาท-ตาแก้ว → ปราสาทพระขรรค์ → กลุ่มปราสาทพระนคร → นครธม → ปราสาทบายน ปราสาทลานช้าง→ ปราสาทบาปรวน → ปราสาทวิมานอากาศ → นครวัด → บาราย

เส้นทางการท่องเที่ยวจากช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ / โอเสม็ด สู่เสียมราฐ

ช่องจอม / โอเสม็ด → อัลลองเวง → กบาลสะเปียน → บันทายศรี→ เสียมราฐ กลุ่มปราสาทพระนคร → นครธม → ปราสาทบายน →ปราสาทบาปวน → ปราสาท-พิมาย → ปราสาทวิมานอากาศ → ปราสาทลานช้าง → ลานพระเจ้าขี้เรื้อน →ปราสาท-ตาพรหม→ นครวัด → โตเลสาบ

เส้นทางการท่องเที่ยวจากช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ สู่เสียมราฐ

ช่องสะงำ ⟶ อัลลองเวง ⟶ กบาลสะเปียน ⟶ บันทายศรี⟶ เสียมราฐ กลุ่มปราสาทพระนคร ⟶ นครธม ⟶ ปราสาทบายน ⟶ ปราสาทบาปวน ปราสาทวิมานอากาศ ⟶ ปราสาทลานช้าง ⟶ ลานพระเจ้าขี้เรื้อน ⟶ ปราสาทตาพรหม นครวัด⟶ โตเลสาบ

เส้นทางการท่องเที่ยวศรีสะเกษ สู่ปราสาทเขาพระวิหาร

ศรีสะเกษ ⟶ วัดล้านขวด ⟶ ผามออีแดง ⟶ อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ⟶ ปราสาทเขาพระวิหาร

เส้นทางการท่องเที่ยวกรุงเทพฯ สู่บันเตียเมียนเจย

กรุงเทพฯ ⟶ ฉะเชิงเทรา⟶ สระแก้ว ⟶ อรัญประเทศ⟶ กิ่งอำเภอโคกสูง ปราสาทสด๊กก๊อกธม ⟶ ตาพระยา ⟶ จุดผ่อนปรนบึงตากวน ⟶ บันเตียเมียนเจย ปราสาทบันเตียชมาร์⟶ ปราสาทบันเตียทับ⟶ ทมอพวก

เส้นทางการท่องเที่ยวปราสาทขอมสามชาติ (ไทย-กัมพูชา-ลาว)

ศรีสะเกษ ⟶ สระกำแพงใหญ่ ⟶ ปราสาทเขาพระวิหาร ⟶ อุบลราชธานี ช่องเม็ก⟶ จำปาศักดิ์⟶ ปราสาทวัดภู

ผลการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางเยือนจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ สระแก้ว เพื่อไปนครวัด

ตอนที่ 1 ภูมิหลังของนักท่องเที่ยว

สัญชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศไทยมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น (ร้อยละ 21.8) ลักษณะการเดินทางมากับคณะทัวร์ (ร้อยละ 86.8) และเที่ยวตามลำพัง (ร้อยละ 13.15) กลุ่มอายุ 25 – 34 ปี มาท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 45.2) การศึกษาระดับปริญญาตรี มาท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 44.2) กลุ่มอาชีพนักวิชาชีพระดับสูง มาท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 37.2) และกลุ่มที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ

(ร้อยละ 24.1) สถานภาพการเป็นโสด เป็นที่มาท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 62.5) ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว 2,500 US$ ขึ้นไป มากที่สุด (ร้อยละ 24.1) และระดับรายได้ไม่เกิน 975 US$ (ร้อยละ 21.6)

ตอนที่ 2 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 5 อันดับแรก ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด รองลงมาสัมผัสธรรมชาติ มาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ชมสถานที่ประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวผจญภัย

ตอนที่ 3 สิ่งดึงดูดใจของแต่ละจังหวัดอันดับแรก

สระแก้ว : เป็นที่ที่มีค่าใช้จ่ายถูก
สุรินทร์ : วัฒนธรรม / ประเพณีมีเอกลักษณ์
ศรีสะเกษ : วัฒนธรรม / ประเพณีมีเอกลักษณ์
บุรีรัมย์ : แหล่งโบราณคดี

ตารางที่ 8 แรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแต่ละจังหวัด

สิ่งดึงดูดใจ	สุรินทร์ (%)	สระแก้ว (%)	บุรีรัมย์ (%)	ศรีสะเกษ (%)	รวม (%)
แหล่งโบราณคดี	32.8	29.3	63.3	31.9	38.7
ความสวยงามของธรรมชาติ	16.0	27.3	30.4	38.3	25.6
วัฒนธรรม / ประเพณีที่มีเอกลักษณ์	87.4	24.2	30.4	53.2	51.5
เป็นแหล่งซื้อของ	12.6	7.1	8.9	17.0	10.8
วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	41.2	32.3	35.4	48.9	38.4
เป็นที่ที่มีค่าใช้จ่ายถูก	10.9	41.4	5.1	10.6	18.3
สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	21.0	25.3	43.0	29.8	28.5
ความมีชื่อเสียง	3.4	10.1	5.1	4.3	5.8
จำนวน (คน)	**119**	**99**	**79**	**47**	**344**

ตอนที่ 4 อันดับความน่าสนใจของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศไทยน่าสนใจเป็นอันดับ 1 (ญี่ปุ่น 87.3%) (ฝรั่งเศส 93.8%) (อเมริกาและแคนนาดา 63.9%) (อังกฤษ 66.7%) (โอเชียเนีย 85.4%) (ยุโรปอื่น ๆ 71.4%) (เอเชียอื่น ๆ 90.9%) (เยอรมัน 81.0%)

ตารางที่ 9 การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศไทยในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ

ประเทศไทยน่าสนใจในอันดับที่	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	อเมริกาและแคนาดา (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น (%)	เยอรมัน (%)
1	87.3	93.8	63.9	66.7	85.4	71.4	90.9	81.3
2	11.3	6.3	33.3	17.5	12.5	14.3	9.1	12.5
3	1.4	-	2.8	15.8	2.1	7.1	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	6.3
5	-	-	-	-	-	7.1	-	-
จำนวน (คน)	**71**	**32**	**36**	**57**	**48**	**14**	**11**	**16**

ตอนที่ 5 รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทาง ญี่ปุ่นมาเป็นแพคเกจทัวร์มากที่สุด (43.4%) เดินทางตามลำพังมากที่สุด คือ ฝรั่งเศส (97.0%) อเมริกา (90.0%) อังกฤษ (88.7%) จังหวัดที่ไปเยือนมาแล้วในประเทศไทย คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ชลบุรี สุราษฎร์ธานี อุบลราชธานี นครราชสีมา ตราด บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ อยุธยา สุโขทัย ภูเก็ต สุรินทร์ จังหวัดที่นิยมจะไปเยือนหลังจากที่สัมภาษณ์ คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต เชียงราย ตราด ชลบุรี อุบลราชธานี กระบี่ นครราชสีมา กัมพูชา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ

ตารางที่ 10 จังหวัดสำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยือนภายหลังจากจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์

จังหวัดที่ไปเยือนต่อไป	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์			
	สุรินทร์ %	**สระแก้ว %**	**บุรีรัมย์ %**	**ศรีสะเกษ %**
กรุงเทพฯ	60.3	73.3	57	40.7
เชียงใหม่	24.4	17.4	25	18.5
ภูเก็ต	12.8	2.3	3.6	-
เชียงราย	11.5	2.3	8.9	14.8
ตราด	11.5	-	-	14.8
ชลบุรี	10.5	5.8	8.9	7.4
อุบลราชธานี	5.1	2.3	10.7	11.1
กระบี่	3.8	8.1	3.6	3.7
นครราชสีมา	2.6	4.7	3.6	18.5
กัมพูชา	2.6	14.0	-	-
บุรีรีรัมย์	1.3	1.2	-	14.8
ศรีสะเกษ	1.3	2.3	-	-
จำนวน (คน)	**78**	**86**	**56**	**27**

การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีนักท่องเที่ยววางแผนไว้ร้อยละ 49.6 ไม่ได้วางแผนไว้ร้อยละ 50.4

ระยะเวลาการพักในแต่ละจังหวัดส่วนใหญ่ 1 – 2 วัน (40.6%) สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้พักนานกว่า 3 วันคือ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (47.9%) วัฒนธรรม (63.6%)

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางในประเทศไทย ใช้รถประจำทาง มากที่สุด

ตอนที่ 6 ระดับความสนใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในเขต 4 จังหวัด อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ (56.0%) ปราสาทเมืองต่ำ (52.0%) งานช้างจังหวัดสุรินทร์ (75.0%) ปราสาทเขาพระวิหาร (53.0%) วัดสระกำแพงใหญ่ (37.0%) ปราสาทสด๊กก๊อกธม (46.0%)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 13 แห่ง

แหล่งท่องเที่ยว	จำนวนคน	สนใจน้อย	สนใจมาก	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ปราสาทพนมรุ้ง	399	1	5	3.45	1.288
ปราสาทเมืองต่ำ	398	1	5	3.30	1.265
งานช้างสุรินทร์	399	1	5	3.74	1.412
หมู่บ้านช้าง	399	1	5	3.12	1.497
หมู่บ้านเครื่องเงิน	397	1	5	2.60	1.315
หมู่บ้านเครื่องหวาย	398	1	5	2.43	1.217
ปราสาทศรีขรภูมิ	397	1	5	2.84	1.291
ปราสาทเขาพระวิหาร	399	1	5	3.32	1.377
ปราสาทสระกำแพงใหญ่	399	1	5	3.00	1.312
เทศกาลดอกลำดวน	397	1	5	2.76	1.335
น้ำตกสำโรงเกียรติ	397	1	5	2.78	1.301
ปราสาทสด๊กก๊อกธม	397	1	5	2.73	1.239
ปราสาทขอมอื่น ๆ	394	1	5	2.86	1.302

ตอนที่ 7 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร นิยมอาหารเช้าแบบอเมริกัน มากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่บริโภคอาหารเช้าทุกวัน (75.9%) สถานที่ห้องอาหารของโรงแรม (55.4%) และการบริโภคอาหารกลางวันทุกวัน (80.1%) ที่ร้านอาหารในเมืองมากที่สุด (69.2%) นิยมอาหารไทยมากที่สุด (74.6%) การบริโภคอาหารเย็นทุกวัน (94.1%) ที่ร้านอาหารในเมือง (75.6%) และอาหารไทยนิยมมากที่สุด (77.9%)

ตอนที่ 8 ค่าใช้จ่ายต่อวันในประเทศไทย

ค่าใช้จ่ายต่อวันกลุ่มต่ำ (220 – 1,000 บาท) มีจำนวนร้อยละ 61.3 ปานกลาง (1,030 – 2,000 บาท) มีจำนวนร้อยละ 25.8 และค่าใช้จ่ายต่อวันสูง (2,080 – 80,440) มีจำนวนร้อยละ 12.9 ของตัวอย่าง การมากับคณะทัวร์มีค่าใช้จ่ายอยู่ในกลุ่มต่ำร้อยละ 58.3 และนักท่องเที่ยวตามลำพังมีจำนวนร้อยละ 61.3 นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีค่าใช้จ่ายอยู่ในกลุ่มสูงมากที่สุด (32.1%)

ตอนที่ 9 ความสนใจนครวัดของนักท่องเที่ยว

ความสนใจในนครวัด ไปมาแล้ว (37.7%) กำลังจะไป (32.9%) ยังไม่มีแผนการจะไป (29.4%) นักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้น้อยกว่า 975 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ไปนครวัดแล้วร้อยละ 40 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 2,501 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ไปนครวัดมาแล้ว ร้อยละ 38.3 กลุ่มที่ไปท่องเที่ยวนครวัดมาแล้วมีความสนใจในปราสาทขอมในประเทศไทยน้อยกว่ากลุ่มที่กำลังจะไป และกลุ่มที่ไม่มีแผนการที่จะไป

กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

การใช้กลยุทธ์ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ ตลาดการค้าชายแดน การอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น งานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และกลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด การฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

การใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา แพคเกจทัวร์ กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การกำหนดราคาที่คำนึงถึงชื่อเสียง สำหรับแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดราคาสอดคล้องกับปริมาณผู้ใช้บริการ และกำหนดราคาสอดคล้องกับผู้ใช้บริการ การใช้กลยุทธ์ทางด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การมีตัวแทนขายและการขายตรง สำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ ใกล้ที่พักอาศัยของกลุ่มเป้าหมายและใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่นที่โรงแรม สถานีรถทัวร์ หรือสถานีรถไฟ สำหรับกลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การจัดงานตามสถานที่ต่าง ๆ ส่วนกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างน้อยคือ การโฆษณาทางอินเตอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ และการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ และมีการโฆษณาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย

กลยุทธ์การจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากทางด้านการจัดจำหน่ายคือ การขายตรง และการเลือกทำเลที่ตั้งใกล้สถานีขนส่ง และกลยุทธ์ที่ใช้ระดับปานกลางคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางด้านบริการที่แตกต่าง การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับปริมาณการใช้บริการ การกำหนดโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน การกำหนดราคาในช่วงฤดูการท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และการโฆษณาในระดับท้องถิ่น

กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจร้านอาหาร

กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ ความเป็นเลิศทางด้านอาหาร ได้แก่ การรักษาคุณภาพอาหาร ความสม่ำเสมอของรสชาติ ความสะอาดของอาหาร ความปลอดภัยของอาหาร ปริมาณต่อหน่วยเหมาะสม และการแนะนำอาหารเด่นของร้าน และกลยุทธ์ความเป็นเลิศของบริการ ได้แก่ การต้อนรับ มารยาทของบุคลากร ความรวดเร็วของบริการ และกลยุทธ์ความเป็นเลิศด้านการจัดการ ได้แก่ การรักษามาตรฐานของคุณภาพอาหาร การรักษาจรรยาบรรณ การรักษามาตรฐานของบรรยากาศ และการรักษามาตรฐานของด้านบริการ

กลยุทธ์การจัดการธุรกิจขายสินค้าและสินค้าที่ระลึก

กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การจัดจำหน่าย ได้แก่ การขายปลีกอิสระ และกลยุทธ์ในการส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ การให้ส่วนลดและกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมาก คือ กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายประเภทของสินค้า ความหลากหลายของขนาดและรูปร่าง ความหลากหลายของกลิ่น ความหลากหลายของสี และกลยุทธ์ความเลิศทางด้านคุณภาพ สำหรับกลยุทธ์ทางด้านราคาใช้ค่อนข้างมาก ได้แก่ การใช้ราคาเปรียบเทียบกับคุณภาพ คู่แข่งขัน และต้นทุนในการผลิต ทางด้านกลยุทธ์ทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ค่อนข้างมาก คือ การขายปลีกอิสระ กลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดระดับปานกลางคือ การจัดแสดงสินค้าในงาน การให้ของแถม กลยุทธ์ที่มีการใช้น้อย ได้แก่ การโฆษณา การแจกแถม

กลยุทธ์การจัดการของจังหวัด ชายแดนไทย-กัมพูชา

เป้าหมายของการพัฒนา คือ การเพิ่มขีดความสามารถทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดและบริการเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา และต่างประเทศ (กัมพูชา) เพื่อสร้างระบบการบริการที่ดี และนำไปสู่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลย์และยั่งยืน

กลยุทธ์การค้าชายแดน	กลยุทธ์การท่องเที่ยว
1. ส่งเสริมการตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ส่งเสริมให้มีระบบคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงทั้งในประเทศและต่างประเทศ	1. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทั้งในประเทศและกับประเทศเพื่อนบ้าน 2. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการบริการและเพิ่มแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด

ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. โบราณสถานจำนวนมาก	✓			1. ทางหลวงแผ่นดินมาตรฐาน 2 ช่องจราจร	✓		
2. กิจกรรม / ประเพณีมาก		✓					
3. ศักยภาพท่องเที่ยวธรรมชาติและเชิงนิเวศสูง		✓		2. ความสนใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศน้อย	✓		
4. เชื่อมโยงไทยและกัมพูชาและอินโดจีนได้	✓			3. ขาดแคลนมัคคุเทศน์อาชีพ	✓		
5. ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวถูกกว่าภูมิภาคอื่น ๆ	✓			4. การรวมตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดน้อย	✓		
6. วัฒนธรรมท้องถิ่นหลากหลาย	✓			5. ขาดแหล่งท่องเที่ยวบันเทิงในเขตเมือง	✓		
7. มีความปลอดภัยสูง	✓			6. การโฆษนาสินค้าท่องเที่ยวน้อย	✓		
8. ประชาชนเป็นมิตร	✓			7. การใช้สื่ออินเตอร์เน็ตน้อย	✓		
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. โบราณสถานเกี่ยวข้องกับประเทศเพื่อนบ้าน	✓			1. ความไม่แน่นอนการเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน		✓	
2. การพัฒนากิจกรรม / ประเพณีสู่สากล	✓			2. ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชาสูงกว่าประเทศไทยมาก		✓	
3. โอกาสสูงในการ เชื่อมโยงไทยและกัมพูชา	✓			3. เส้นทางในประเทศเพื่อนบ้านชำรุดทรุดโทรมมาก	✓		
4. การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดี				4. กฎระเบียบป้องกัน / ควบคุมนักท่องเที่ยวชาวไทย		✓	
5. การเดินทางท่องเที่ยวทางบก		✓		5. ภูมิอากาศร้อน แห้งแล้ง		✓	
6. การ ประตูสู่อินโดจีน	✓						
7. ท่องเที่ยวทำบุญ		✓					
8. ท่องเที่ยวกีฬา			✓				

ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดเสียมราฐ

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. การมีชื่อเสียงโบราณสถาน ขอม นครวัด นครธม	✓			1. ความขัดสนทางรายได้			✓
2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมีศักยภาพสูง			✓	2. ความขัดสนทางด้านคมนาคมขนส่ง	✓		
3. ทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่ในเอเซีย			✓	3. ความขัดสนทางสินค้าอุปโภคบริโภค			✓
4. มัคคุเทศก์มีความรู้ความสามารถเป็นอย่างดี		✓		4. ความสามารถในการผลิตต่ำ			✓
5. สื่อสารภาษาไทยได้ดี			✓	5. ความไม่แน่นอนทางการเมือง			✓
6. มีโรงแรมระดับ World Class			✓	6. ราคาสินค้าและบริการสูง		✓	
โอกาส (Opportunity)				**ข้อจำกัด (Threat)**			
1. ความร่วมมือการส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓			1. ไม่มีเส้นทางเชื่อมโยง			✓
2. ความร่วมมือการส่งเสริมการผลิตด้านการเกษตร			✓	2. คุณภาพของเส้นทางมาตรฐานต่ำและชำรุด		✓	
3. ความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากร			✓	3. ขาดงบประมาณของประเทศ	✓		
4. การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม		✓		4. ขาดเงินช่วยเหลือจากต่าง-ประเทศ	✓		
5. การเชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา ลาว – เวียดนาม		✓		5. มาตรการทางภาษีไม่เอื้อต่อการลงทุน มีอัตราสูง ซ้ำซ้อน	✓		

ศักยภาพการพัฒนาของ จังหวัดสระแก้วจากการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. เส้นทางสู่นครวัด	✓			1. ความแห้งแล้งขาดน้ำใช้			✓
2. ตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชาที่มีมูลค่ามากที่สุด	✓			2. ขาดแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานวัฒนธรรมขอม	✓		
3. มีอุทยานแห่งชาติปางสีดา และตาพระยา			✓				
4. ศักยภาพท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			✓	3. ขาดกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับชาติ และนานาชาติ		✓	
5. การเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอมสด๊กก๊อกธม		✓					
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวชายแดน	✓			1. สถานการณ์ในประเทศกัมพูชา			✓
1. เขตเศรษฐกิจพิเศษอรัญประเทศ	✓						
2. การเชื่อมโยงทางไทย-กัมพูชาและเวียดนามตอนใต้		✓		2. งบประมาณพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด			✓
3. การเชื่อมทางรถไฟไทย-กัมพูชาและเวียดนามตอนใต้		✓		3. นโยบายของรัฐบาลกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด			✓
4. การเชื่อมโยงจุดผ่อนแดนอื่น ๆ ในจังหวัด		✓		4. คุณภาพของเส้นทางไปนครวัด			✓

โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว

จังหวัดสระแก้วได้มีการศึกษาเพื่อวางแผนการลงทุน โดยการวิเคราะห์ศักยภาพในด้านต่าง ๆ และได้กำหนดเป็นแผนการลงทุนที่มีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ ซึ่งด้านการท่องเที่ยวนั้นมีโอกาสการลงทุนสูงมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวรรณคดีของอาณาจักรขอมเป็นจำนวนมาก ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้นก็มีอุทยานแห่งชาติปางสีดา อีกทั้งยังมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศกัมพูชา จึงเป็นการเพิ่มความน่าสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 200 กิโลเมตร แนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนลงทุนมีดังนี้

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีและปลอดภัย คงเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านไว้
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

3. ควรมีการสำรวจเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเกี่ยวกับถ้ำที่บริเวณเขาฉกรรจ์ ซึ่งมีศักยภาพสูงในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

4. รัฐควรเสริมสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

สำหรับโครงการต่าง ๆ ที่เสนอแนะในการลงทุนนั้น ได้แก่

1. โครงการลงทุนสร้างศูนย์การค้าชายแดน
2. โครงการลงทุนบริษัททท่องเที่ยวและรถเช่า
3. โครงการลงทุนที่พักและร้านอาหารที่อ่างเก็บน้ำ
4. โครงการก่อสร้างโรงแรมที่อำเภอเมืองและอำเภออรัญประเทศ

สำหรับแนวทางการพัฒนาการลงทุนด้านการท่องเที่ยวนั้น ได้วิเคราะห์ศักยภาพของแผนการลงทุนของจังหวัด และได้เสนอแนะให้มีการลงทุนด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การก่อสร้างศูนย์การค้าชายแดน
2. การก่อสร้างรีสอร์ทรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติปางสีดา
3. การจัดบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติปางสีดา
4. การพัฒนาบริการด้านร้านอาหาร
5. การก่อสร้างโรงพยาบาลและคลินิค
6. การลงทุนด้านห้างสรรพสินค้าขนาดเล็ก

นอกจากนี้ยังมีแผนการฟื้นฟูพัฒนา อนุรักษ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ.2541 – 2542 ที่กำหนดเป็นนโยบายให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ดังนี้

1. รณรงค์เผยแพร่ให้ความรู้ และความเข้าใจแก่ประชาชนและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้มีจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยใช้สิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

2. ให้มีกลไกการบริการการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเฉพาะพื้นที่โดยการจัดตั้งองค์กรในรูปคณะกรรมการที่มาจากภาครัฐ ธุรกิจเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ทำหน้าที่วางแผน กำหนดนโยบาย และประสานการพัฒนา

3. นำมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมอาคารและสิ่งปลูกสร้างเข้ามาใช้อย่างจริงจัง เพื่อป้องกันการบุกรุกพื้นที่อันเป็นของรัฐ รวมถึงการใช้ประโยชน์พื้นที่บริเวณแม่น้ำลำคลอง และแหล่งน้ำสาธารณะอื่น ๆ

4. สนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชนในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว

5. เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบโดยสนับสนุนการรวมตัวกันของภาคธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อความคล่องตัวในการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐบาล และให้การดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว

6. ผลักดันให้จังหวัดสระแก้วเป็นประตูการค้าสู่อินโดจีน โดยร่วมมือกับกลุ่มประเทศอินโดจีนเพื่อพัฒนาวงจรการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทั้งนี้โดยเน้นความร่วมมือกันมากกว่าการแข่งขัน

7. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีแก่การพัฒนาสังคม

8. ผลักดันให้มีการบังคับใช้มาตรการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ศักยภาพการพัฒนาของจังหวัดบุรีรัมย์ จากการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. **ด้านการเกษตร :** ข้าวหอมมะลิ / ยางพารา / ฟาร์มปลอดสารพิษ / อ้อย / เกษตรอินทรีย์	✓			1. ขาดช่องทางระบายสินค้าของจังหวัด	✓		
2. **ด้านการท่องเที่ยว :** โบราณสถาน / อารย-ธรรมขอมที่สวยที่สุดในประเทศไทย / แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์/ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ		✓		2. การจัดการด้านน้ำ 3. ขาดการเชื่อมโยงระบบการท่องเที่ยวของภูมิภาค และประเทศเพื่อนบ้าน	✓ ✓		
3. วัฒนธรรมและประเพณีที่หลากหลาย		✓		4. ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว			✓
4. **ทุนทางสังคม :** แหล่งเรียนรู้ / วัฒนธรรมประเพณี			✓	5. ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว			✓
5. **ทำเลที่ตั้งของจังหวัด :** โลเกชั่นที่ดี / การคมนาคมสะดวก ติดต่อกับภาคกลางตอนบน			✓	6. การคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก			✓
				7. ขาดระบบสร้างองค์ความรู้และข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว			✓
				8. สื่อมีน้อยไม่มีคุณภาพ			✓
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. นโยบาย SMEs และอัตราดอกเบี้ยต่ำ ส่งเสริมการลงทุน			✓	1. อากาศร้อน แห้งแล้ง			✓
2. นโยบายจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน			✓	2. งบประมาณของจังหวัดด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว			✓
3. เป็นพันธมิตรและเชื่อมโยงระบบการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง		✓		3. อุปสรรคกรมศิลปากร			✓

รายชื่อโครงการและวงเงิน

ชื่อโครงการ	กรอบยุทธศาสตร์ 5 ด้าน	วงเงิน (บาท)	
		ทั้งโครงการ ปี 47-50	ปี 2547
1. ปรับปรุงและพัฒนาสภาพภูมิทัศน์อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	ด้านการท่องเที่ยว	3,819,000	3,819,000
2. ก่อสร้างศูนย์ศึกษาเส้นทางอารยธรรมขอม	ด้านการท่องเที่ยว	200,000,000	2,750,000
3. ศึกษาและพัฒนาภูเขาไฟวนอุทยานเขากระโดง	ด้านการท่องเที่ยว	28,000,000	3,000,000
4. ส่งเสริมพัฒนาสินค้า OTOP สู่การส่งออก	OTOP	10,889,000	2,544,500
5. เส้นทางสายไหม OTOP สู่ตลาดสากล	OTOP	4,500,000	1,500,000
รวม		**247,207,997**	**13,616,047**

โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดที่ผลิตข้าวหอมมะลิพันธุ์ดี ยางพารา เกษตรอินทรีย์ ในด้านการท่องเที่ยว มีแหล่งโบราณสถานและอารยธรรมขอมที่สวยที่สุดในประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีประเพณีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทำเลที่ตั้งของจังหวัด มีภูมิประเทศที่ดี และการคมนาคมที่สะดวก ด้านอุตสาหกรรมมีโรงงานเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะโรงสีข้าว ด้านแรงงานมีแรงงานด้านการเกษตรประมาณ 700,000 คน รวมทั้งแรงงานฝีมือส่งออก และแรงงานที่มีคุณภาพ ซึ่งต่างประเทศต้องการแรงงานที่มีฝีมือ ความต้องการของตลาดโลกด้านข้าวหอมมะลิ ยางพารา นอกจากนี้ ภาคเอกชนมีความสนใจที่จะมาลงทุนสร้างเขตอุตสาหกรรม เป็นพันธมิตรและเชื่อมโยงระบบ รวมถึงพันธมิตรการเชื่อมโยงระบบการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง

ศักยภาพการพัฒนาของ จังหวัดสุรินทร์ จากการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. ด้านการเกษตร เกษตรอินทรีย์	✓			1. ขาดช่องทางการตลาดระบายสินค้า		✓	
2. ด้านการท่องเที่ยวงานช้างเมืองสุรินทร์	✓			2. ขาดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว		✓	
3. การทอผ้าไหม	✓			3. ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก			✓
4. การผลิตเครื่องเงิน		✓		4. แหล่งท่องเที่ยวไม่ดึงดูดความสนใจ	✓		
5. หมู่บ้านช้าง			✓	5. แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ห่างกัน	✓		
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. ตลาดการค้าช่องจอม	✓			1. อากาศร้อน แห้งแล้ง			✓
2. การเชื่อมโยงสู่กัมพูชาและเวียดนาม	✓			2. เส้นทางในกัมพูชาชำรุด	✓		
3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	✓			3. นโยบายของรัฐบาลกัมพูชา			✓
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	✓			4. นโยบายของรัฐบาลไทย			✓
5. การพัฒนาของสนามบิน	✓			5. งบประมาณของจังหวัดด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว			✓

โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

กำหนดให้การบริหารราชการต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ ความมี ประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าในเชิงภารกิจแห่งรัฐ การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การกระจายภารกิจให้แก่ ท้องถิ่น การกระจายอำนาจ การตัดสินใจ การอำนวยความสะดวก และการตอบสนองความต้องการของประชาชน ทั้งนี้ โดยมีผู้รับผิดชอบต่อผลของงาน ฯลฯ ในการปฏิบัติหน้าที่ของส่วนราชการต้องใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ดังนั้น แนวคิด "บ้านเมืองน่าอยู่ เชิดชูคุณธรรม" การดำเนินงานตามนโยบาย "บ้านเมืองน่าอยู่ เชิดชูคุณธรรม" จังหวัดสุรินทร์ เป็นรูปธรรมชัดเจน สามารถวัดผลได้ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขต่อประชาชนจังหวัดสุรินทร์

แผนงาน / โครงการ

1.) โครงการสร้างสวนสาธารณะชุมชน หมู่ที่ 3 และหมู่ที่ 13 เทศบาลตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

2.) โครงการปรับปรุงทางหลวงหมายเลข 226 บริเวณสี่แยกชุมชนเทศบาล ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

3.) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งน้ำโบราณสถานสระสี่เหลี่ยม ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

4.) โครงการขยายระบบบริการประปาให้ครบทุกครัวเรือน ในเขตเทศบาลตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

5.) โครงการขยายโทรศัพท์สาธารณะในชุมชนระแงง อำเภอศีขรภูมิ

6.) โครงการติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะ และไฟฟ้าชุมชน ในเขตเทศบาลตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

7.) โครงการรักษาความสะอาดเรียบร้อยและจัดระเบียบชุมชน ในเขตเทศบาลตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

8.) โครงการก่อสร้างทางเดินเท้าในเขตเทศบาลตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ

9.) โครงการวางและจัดทำผังเมืองรวมเมืองระแงง อำเภอศีขรภูมิ

10.) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งน้ำหนองปะอาว ให้เป็นสวนสาธารณะ เทศบาลตำบลกังแอน อำเภอปราสาท

11.) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์หนองน้ำศรีนครเตาเท้าเธอ ให้เป็นสวนสาธารณะ เทศบาลตำบลรัตนบุรี อำเภอรัตนบุรี

12.) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์หนองบัว ให้เป็นสวนสาธารณะ เทศบาลเมืองสุรินทร์ อำเภอเมืองสุรินทร์

13.) โครงการติดตั้งไฟฟ้าแสงสว่างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 14 ตอนเลี่ยงเมืองสุรินทร์ด้านทิศตะวันออกและทิศตะวันตก

14.) โครงการปรับปรุงถนนย่านชุมชน ขยายผิวจราจรเป็น 4 ช่องจราจร ทางหลวงหมายเลข 214

15.) โครงการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพอีสานใต้

16.) โครงการพัฒนาหมู่บ้านช้าง

17.) โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพการพัฒนาของ จังหวัดศรีสะเกษ จากการวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติป่าเขา			✓	1. ภาวะความแห้งแล้ง		✓	
2. วัฒนธรรมหลากหลาย			✓	2. ประสิทธิภาพการผลิตด้านการ			
3. โบราณสถานสระกำแพงใหญ่			✓	เกษตร		✓	
4. สวนสมเด็จ			✓	3. ขาดแผนการตลาดการท่องเที่ยว	✓		
5. อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร		✓		ของจังหวัด			
6. วัฒนธรรมประเพณี			✓	4. ขาดแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว	✓		
7. การอนุรักษ์วัฒนธรรม			✓	ในจังหวัด			
				5. สื่อมีน้อย	✓		
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. การเชื่อมโยงกับปราสาทเขาพระ				1. นโยบายของรัฐบาลประเทศเพื่อน			
วิหาร กับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด	✓			บ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยว			✓
และกลุ่มจังหวัด				2. นโยบายของรัฐบาลกับการส่ง			
2. การเชื่อมโยงกับอัลลองเวง และ				เสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด			✓
นครวัด	✓			3. ข้อจำกัดของงบประมาณพัฒนา			
3. การเชื่อมโยงสามเหลี่ยมมรกต		✓		จังหวัด			✓
4. การเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษเมือง							
ใหม่ช่องสะงำ		✓					
5. การเป็นแหล่งสถานนันทนาการ							
ครบวงจร			✓				

โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

1. โครงการเมืองใหม่ช่องสะงำเมืองใหม่
2. โครงการพัฒนาอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร

การสรุปและเสนอแนะแผนปฏิบัติ

ผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะ / กลยุทธ์	โครงการ / กิจกรรม	หน่วยงาน
1. ผลการประเมินศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มโบราณสถาน	**ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านบริการและเพิ่มแรงดึงดูดแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด**		
อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ มีศักยภาพสูง	1) กลยุทธ์การขาย	1) การขายควบคู่กับเสียเงินซื้อบัตรเดียวเที่ยวได้ 2 แห่ง	กรมศิลปากร
กลุ่มงานวัฒนธรรมประเพณี งานแสดงช้างเมืองสุรินทร์ หมู่บ้านช้าง	2) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี	2) จัด Route Tour ดูงานแสดงช้างเยี่ยมชมหมู่บ้านช้าง	จังหวัดสุรินทร์ อบต.ท่าตูม
หมู่บ้านทอผ้าไหม บ้านท่าสว่าง และบ้านเขาสินรินทร์	3) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแหล่งภูมิปัญญาไทย	3) ทำ Route ท่องเที่ยวภูมิปัญญาไทย	จังหวัดสุรินทร์
ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้	4) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม	4) การจัดกิจกรรม Amazing วัฒนธรรมอีสานใต้	จังหวัดบุรีรัมย์ สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์
วัดมหาเจดีย์ (วัดล้านขวด)	5) กลยุทธ์การสร้างผลิต-ภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่	5) จัด Rout ร่วมศรีษะอโศก เขาพระวิหาร ทัวร์สุขภาพ	ธุรกิจนำเที่ยว
แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อุทยานแห่งชาติปางสีดา อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร	6) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย	6) จัดพื้นที่และกิจกรรม	กรมอุทยานฯ
แหล่งท่องเที่ยวประเภทอ่างเก็บน้ำ	7) กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพการใช้ประโยชน์ควบคู่กับหน้าที่หลัก	7) สถานที่พักและสถานที่พักผ่อน	จังหวัดกรมชลประทาน
2. ผลการวิเคราะห์ การเชื่อมโยงจังหวัดชายแดนไทยกัมพูชา เมืองคู่มิตร สระแก้ว และบันเตเมียนเจย บุรีรัมย์ และอุดรมีชัย สุรินทร์ และอุดรมีชัย ศรีสะเกษ พระวิหาร และอุดรมีชัย	**กลยุทธ์การเสริมสร้างการท่องเที่ยวและบริการกับประเทศเพื่อนบ้านเชื่อมเส้นทางนครวัด นครธรม** 1) การพัฒนาเส้นทางการขนส่งทางบก	1.1) โครงการช่องสะงำ อัลลองเวง เสียมราฐ 1.2) โครงการช่อมจอม กะลาน เสียมราฐ 1.3) โครงการช่องจอม อัลลองเวง เสียมราฐ	จังหวัด กรมทางหลวง

การสรุปและเสนอแนะแผนปฏิบัติ

ผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะ / กลยุทธ์	โครงการ / กิจกรรม	หน่วยงาน
		1.4) โครงการบ้านกรวด – ศรีโสภณ (ช่องสายตะกู) 1.5) โครงการอรัญประเทศ ศรีโสภณ เสียมราฐ 1.6) โครงการอรัญประเทศ ศรีโสภณ พระตะบอง	
	2) จัด Rout Tour เชื่อมโยงวัฒนธรรม ไทย-กัมพูชา	2.1) สระแก้ว-บันทายคมาร์ 2.2) สระแก้ว-เสียมราฐ	ธุรกิจนำเที่ยว
3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ภูมิหลังและลักษณะและ แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว แหล่งโบราณคดีบุรีรัมย์ วัฒนธรรมสุรินทร์ ศรีสะเกษ ค่าใช้จ่ายถูก ธรรมชาติสวย สระแก้ว ญี่ปุ่น การสัมผัสวัฒนธรรม ฝรั่งเศส ผจญภัย และธรรมชาติ ยุโรปอื่น ๆ อเมริกา แคนนาดา และเยอรมัน สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ อังกฤษ เยอรมัน สัมผัสธรรมชาติแปลก อันดับความน่าสนใจของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับสิงคโปร์ มาเลเซีย พม่า ลาว กัมพูชาความน่าสน ใจของประเทศไทย อุปนิสัยของคนไทยความสวยงามของภูมิประเทศความเก่าแก่ของประเทศความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก	1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายการตลาด	1.1) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม เที่ยวงานประเพณี 1.2) การส่งเสริมการตลาด 1.3) โครงการปรับปรุงอุทยานประวัติศาสตร์	ททท. ธุรกิจนำเที่ยว โรงแรม
	2) การสร้างกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวในเขตเมือง	2.1) โครงการสถานันทนาการ 2.2) กิจกรรมท่องเที่ยวที่พักและผจญภัย	
	3) กลยุทธ์การโฆษณาขายผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว	3.1) การสร้าง Brand ของจังหวัดและกลุ่มจังหวัด	ททท. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ

การสรุปและเสนอแนะแผนปฏิบัติ

ผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะ / กลยุทธ์	โครงการ / กิจกรรม	หน่วยงาน
รูปแบบการเดินทางจังหวัดที่ไปเยือนมาแล้ว เรียงตามลำดับ 1. กรุงเทพฯ 2. เชียงใหม่ 3. ชลบุรี 4. สุราษฎร์ธานี 5. อุบลราชธานี 6. นครราชสีมา 7. ตราด 8. ภูเก็ต 9. สุโขทัย 10. อยุธยา	4) กลยุทธ์การจัดทำหน่วยตามรูปแบบการเกินทางในพื้นที่จังหวัดที่ไปเยือนมาแล้วและจังหวัดที่กำลังจะไป	4.1) การขายกลุ่มนกท่อง-เที่ยวจากทัวร์ต่าง ๆ 4.2) การขายนักท่องเที่ยวอิสระผ่านทัวร์ในจังหวัดต่าง ๆ	ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดและจังหวัดที่มีนำท่องเที่ยวไปเยือนมาแล้วหรือกำลังจะไปเยือน
การวางแผนการเดินทาง ระยะเวลาการพักเฉลี่ยส่วนใหญ่ สุรินทร์ 1-2 วัน สระแก้ว ไม่ค้างคืน บุรีรัมย์ 1-2 วัน ศรีสะเกษ 1-2 วัน พาหนะที่ใช้เดินทางระหว่างจังหวัด ใช้ระประจำทางมากที่สุด รถเช่า และรถรับจ้าง ระดับความสนใจ ปราสาทพนมรุ้ง (ค่อนข้างมาก) ปราสาทเมืองต่ำค่อนข้างมาก) งานช้างจังหวัดสุรินทร์ (ค่อนข้างมาก)	5) การเผยแพร่ข้อมูล 6) จัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดรับกับวันพักของนักท่องเที่ยว 7) การพัฒนาสื่อสารเพื่อการเดินทางให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้รถประจำทางได้โดยตรง 8) การใช้เป็นจุดขายของจังหวัด 9) ใช้เป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวในประเทศ	5.1 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 5.2 ข่าวสารผ่านระบบอินเตอร์เน็ตเพื่อใช้วางแผนการท่องเที่ยว 6)สถานที่ท่องเที่ยวในเมือง 7) คู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัด (หลายภาษา) 8) จัด Rout Tour เชื่อมโยงอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง 9) จัด Rout Tour ต่อเนื่องกับงานช้าง	ททท. ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬา และนันทนาการประชาสัมพันธ์ จังหวัด ธุรกิจโรงแรม ขนส่งจังหวัด การรถไฟ/สถานีรถไฟ

การสรุปและเสนอแนะแผนปฏิบัติ

ผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะ / กลยุทธ์	โครงการ / กิจกรรม	หน่วยงาน
ปราสาทเขาพระวิหาร (ค่อนข้างมาก) วัดสระกำแพงใหญ่ (ปานกลาง)	10) ใช้เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ	10) จัด Route Tour เชื่อมโยงเขาพระวิหาร และสระกำแพงใหญ่	ททท. ธุรกิจนำเที่ยว
พฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้า นิยมแบบไทย คอนนิเนตัล และ ABF กลางวัน และเย็น นิยมอาหารไทยและเอเชีย	11) กลยุทธ์เน้นความหลากหลายของอาหาร	11) การฝึกอบรมการประกอบอาหารนานาชาติ	ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจร้านอาหาร
ค่าใช้จ่าย / วัน / คน 220 – 1,000 บาท (60.6%) 1,001 – 2,000 บาท (25.8%) มากกว่า 2,000 บาท (13.5%)	12) การยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก	12) การพัฒนาบุคลากรและสิ่งก่อสร้าง	ธุรกิจโรงแรม
ความสนใจในนครวัด เคยไปและกำลังจะไป ร้อยละ 70.6 ยังไม่มีแผน ร้อยละ 29.4	13) ใช้นครวัดเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว	13) จัด Route Tour เชื่อมโยงนครวัด	ธุรกิจนำเที่ยว
กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจนำเที่ยว ปัญหาของธุรกิจนำเที่ยวมีภาวะการแข็งขันสูง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ประสบความสำเร็จ ขาดงบประมาณประชาสัมพันธ์ ผลกระทบจากเหตุการณ์ กลยุทธ์การจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม	1) เพิ่มการใช้กลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมคือ การโฆษณาทางอินเตอร์เน็ต 2) การรวมตัวกับกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขายสินค้า และสินค้าที่ระลึก	1) โครงการ E-Market สำหรับธุรกิจนำเที่ยวส่วนภูมิภาค 2) ชมรม / สมาคม ธุรกิจนำเที่ยวของพื้นที่หรือจังหวัด	ททท. ธุรกิจนำเที่ยว สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาค
ปัญหาของธุรกิจที่พักแรม ขาดแคลนเจ้าหน้าที่ พลังงานราคาสูง อัตราการเข้าพักต่ำ	1) การพัฒนาบุคลากรและฝึกอบรม 2) การส่งเสริมการตลาด	1) โครงการอบรมพนักงาน หลักสูตรการนำเที่ยว หลักสูตรการโรงแรม 2) จัดงานส่งเสริมการขายช่วง Low Season	สถาบันวิชาชีพ สถาบันการศึกษา ททท.

การสรุปและเสนอแนะแผนปฏิบัติ

ผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะ / กลยุทธ์	โครงการ / กิจกรรม	หน่วยงาน
ปัญหาของธุรกิจร้านอาหาร - ขาดแคลนบุคลากรทำอาหาร - ต้นทุนวัตถุดิบสูง - การรักษาคุณภาพวัตถุดิบ	1) การพัฒนาบุคลากร 2) การซื้อตรงจากผู้ผลิตหรือเกษตรกร	1) การอบรมผู้ประกอบอาหาร 2) การจัดการหมุนเวียนสินค้าคงเหลือให้เร็วขึ้น	สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานและสถาบันการศึกษา
ปัญหาของธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก - ขาดช่างฝีมือ - การลอกเลียนแบบ - การขยายตลาด - การแข่งขัน	1) การพัฒนาบุคลากร 2) ความช่วยเหลือของภาครัฐและเอกชน	1) การฝึกอบรมพัฒนาฝีมือแรงงาน 2) การสร้างกลุ่มและเครือข่ายผู้ผลิตและผู้ขาย	สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน หอการค้าจังหวัด สมาคมการท่องเที่ยว ระดับจังหวัดและภูมิภาค
แผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว 1) เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชาและเวียดนาม 2) เป็นแหล่งเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการศึกษา	1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดีและปลอดภัย 2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 3) สำรวจและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 4) เสริมสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาว-ไทยและต่างชาติ 5) กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว	1) โครงการลงทุนสร้างศูนย์การค้าชายแดน 2) ก่อสร้างรีสอร์ทอุทยาน 3) การจัดบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณอุทยานแห่งชาติปางสีดา 5.1) ปรับปรุงภูมิทัศน์สิ่งอำนวยความสะดวกตลาดโรงเกลือ 5.2) ศูนย์มิตรภาพไทย-กัมพูชา 5.3) ปรับปรุงเส้นทางสาย 33 5.4)หน่วยบริการนักท่องเที่ยว 5.5) ร้านปลอดภาษี. 5.6)ศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 5.7)เป็นการท่องเที่ยวกับกลุ่มปราสาทบันเตียชมาร์ 5.8 ประตูเส้นทางสุริยวรมัน	องค์การบริหารส่วนตำบล กรมอุทยานฯ ธุรกิจนำเที่ยว กรมอุทยานฯ เทศกาลตำบลอรัญประเทศ หอการค้าจังหวัดสระแก้ว กรมทางหลวง ด่านศุลกากรอรัญประเทศ องค์การบริหารส่วนตำบล วิทยาลัยชุมชนสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว ททท.

การสรุปและเสนอแนะแผนปฏิบัติ

ผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะ / กลยุทธ์	โครงการ / กิจกรรม	หน่วยงาน
แผนยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์ (เฉพาะการท่องเที่ยว) เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม	1) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 2) พัฒนาเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว 3) พัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว	1)ปรับปรุงและพัฒนสภาพภูมิทัศน์ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง 2) ก่อสร้างศูนย์ศึกษาเส้นทางอารยธรรมขอม 3) ศึกษาและพัฒนาภูเขาไฟวนอุทยานเขากระโดง	กรมศิลปากร จังหวัดบุรีรัมย์ กรมศิลปากร กรมอุทยานแห่งชาติ
แผนงานจังหวัดสุรินทร์ (เฉพาะการท่องเที่ยว) บ้านเมืองท่า อยู่เชิดชูคุณธรรม	1) ชุมชนมีความเป็นระเบียบ 2) มีสวนสาธารณะพักผ่อนเพียงพอ 3) มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและอนุรักษ์แหล่งน้ำโบราณคดี	1) โครงการสร้างสวนสาธารณะระแงง ศรีขรภูมิ 2) ปรับปรุงเส้นทาง 226 บริเวณสี่แยกชุมชนเทศกาล ตำบลระแงง ศรีขรภูมิ 3) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งน้ำโบราณสถานสระสี่เหลี่ยมศรีขรภูมิ 4) โครงการพัฒนาหมู่บ้านช้างบ้านตากลาง 5) ศูนย์ศิลปชีพอีสานใต้ 6) แรลลี่เปิดประตูสู่อินโดจีน 7)โครงการหาบ้านใหม่ให้ช้าง	เทศบาลตำบลระแงง กรมทางหลวง กรมศิลปากร อบต. กระโพ จังหวัดสุรินทร์ กองกำลังสุรนารี จังหวัดสุรินทร์
แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดศรีสะเกษ (เฉพาะการท่องเที่ยว)	1) พัฒนาความสัมพันธ์อันดีเป็นเมืองพี่เมืองน้องกับจังหวัดอุดรมีชัย จังหวัดเสียมราฐ และจังหวัดพระวิหาร ประเทศกัมพูชา 2) เพิ่มศักยภาพและแรงจูงใจในด้านการค้าและการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชา และกลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี อำนาจเจริญ และยโสธร	1) ปรับปรุงสถานที่บริเวณอุทยานแห่งชาติเขาพระ-วิหาร 2) โครงการก่อสร้างเส้นทางเชื่อมโยงช่องสะงำกับเมืองอัลลองเวง 3) โครงการก่อสร้างช่องสะงำเมืองใหม่	จังหวัดศรีสะเกษ กรมอุทยานแห่งชาติ กรมทางหลวง จังหวัดและ อบจ. ศรีสะเกษ

กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว

1) เพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

เสริมความน่าสนใจเช่น แหล่งวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปรับปรุงวิธีเสนอแสงสี สาระความรู้ สร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น Convention Center , Theme Park หาข้อสรุปจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวว่าต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใดที่จะถูกใจตลาด แล้วปรับปรุงเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกให้แหล่งท่องเที่ยวนั้น ไม่ใช่พัฒนาใหม่ ๆ หรือสร้างสิ่งใหม่ ๆ โดยไม่ดูแลให้ความสำคัญสิ่งเดิมที่มีอยู่ จัดการคนดูแลรักษาและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวและจัดให้มีห้องน้ำสะอาด ที่นั่งพักผ่อนตามเส้นทางเดิม เอาธรรมชาติขายร่วมกับเทคโนโลยีการจัดการ ลงทุนสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างเช่น ศูนย์การประชุม ศูนย์ วัฒนธรรม สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ สร้างถนนเพิ่ม ปรับปรุงผิวจราจรจนถึงแหล่งท่องเที่ยวให้แหล่งท่องเที่ยวจัดเพิ่มคุณภาพในสินค้าและบริการด้วยการยอมรับโดยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2) การยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก

ควรจะมีการจัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร รถเช่า องค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าของสถานที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจะได้ทราบถึงมาตรฐาน ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่รองรับขยะ และจัดให้มีการอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้บริการ เป็นไปตามขั้นตอนของการพัฒนาของตลาดและระดับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรมเริ่มที่ 3 ดาว 4 ดาว 5 ดาว ยกระดับมาตรฐานของห้องน้ำ อาหาร สถานที่พักผ่อน สินค้า ฯลฯ

3) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ควรเน้นเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เด่น ๆ ของแต่ละจังหวัด ไม่ใช่ไปเสริมทั่วไปหมด จะต้องเน้นภาคอีสานให้มาก เพราะคนส่วนใหญ่จะรู้อีสานน้อยมาก จะต้องขายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนบ้าน ลาว เขมร กิจกรรมดึงดูด ตลาดเป้าหมาย ภายในต่างประเทศ กิจกรรมดึงดูด ตลาดเป้าหมาย ภายในประเทศและต่างประเทศ จัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์วงกว้างและต่อเนื่อง จัดโปรแกรมโชว์จุดขายให้บ่อยกว่าเก่าสร้าง Brand ของอีสานให้สื่อความหมายไปในแนวทางสนุกสนานและเป็นธรรมชาติที่สุด อีสานเมืองกีฬาและศิลปิน สระแก้วอนุรักษ์แและผจญภัย

4) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

ควรจะดึงภาคเอกชนเข้ามาให้ความเห็น ส่วนมากจะพัฒนาตามที่ ททท. ต้องการ หรือตามที่ส่วนราชการต้องการ คือ ส่วนราชการจะมุ่งความต้องการไปส่วนไหนก็มักจะของบประมาณเสริมส่วนนั้น ส่วนราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องให้อำนวยความสะดวกและให้เอกชนได้มีบทบาทร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ OTOP เชิงเกษตร การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมระหว่างผู้ปกครองระดับท้องถิ่นโดยปลูกจิตสำนึกให้รู้ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยจัดให้มีที่ปรึกษาอย่างใกล้ชิด

5) ความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนายังมีน้อย ที่รัฐบาลไทยมีกลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภค แหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี จะช่วยให้ประเทศเพื่อนบ้านก้าวได้เร็วขึ้น ประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนครวัด ลาวมีน้ำตก หลีผี ขายได้ทุกวัน และขายได้ทั้งปี แต่การเมืองท้องถิ่นยังไม่แน่นอน จึงต้องมีการเจรจาพูดคุยกันเพื่อพัฒนาร่วมกัน เพื่อแก้ปัญหาร่วมกัน เช่น กัมพูชายังขาดคนประสานงานที่ดีเราจะต้องเข้าไปช่วยเขาพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ไกด์ การต้อนรับ อาหาร ถ้าหากยังไม่พร้อมเสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำแล้วผู้กมัดด้วยโปรแกรมการท่องเที่ยว

6) การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทางเมืองคู่มิตรไทย-กัมพูชา

การจับคู่เมืองคู่มิตรอุบลราชธานีกับพระวิหาร ศรีสะเกษ กับพระวิหารและอุดรมีชัย สุรินทร์ กับอุดรมีชัย บุรีรัมย์ กับ บันเตียเมียนเจย สระแก้ว กับ มันเตียเมียนเจย และพระตะบอง จันทบุรีกับไพลินและจังหวัดตลาดกับเกาะกง

ควรกำหนดราคาจุดผ่านแดนให้แน่นอน การจัดเก็บมาตรฐาน โดยไม่เพิ่มราคา หรือฉวยโอกาสหาค่าล่วงเวลา หรือแม้แต่ขณะนี้การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะงำ ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวรตั้งแต่วันที่ 11 พฤศจิกายน 2546 แต่ยังไม่สามารถเดินทางไปได้ การเปิดประตูจะเป็นการดีมากเพราะไทยเราจะได้เกินดุลด้านการค้า เพราะของใช้ อุปโภคบริโภค 99% ต้องซื้อจากไทยเข้ากัมพูชา-ลาว (จำปาศักดิ์) มีความเป็นไปได้สูงมากโดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้าในระบบตู้คอนเทรนเนอร์

7) การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

เป็นเรื่องที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสใกล้กับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทยและคนกัมพูชา และต้องพัฒนาความพร้อมด้านถนนเริ่มจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง และนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ไปจากประเทศไทย ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถแท็กซี่ รถสามล้อ มอเตอร์ไซค์บริการ หรือรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผิวจราจรต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

8) กลยุทธ์อื่น ๆ

ควรจัดให้มีแหล่งบันเทิงรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะงำหรือสามเหลี่ยมมรกต ไม่ว่าจะเป็นสนามกอล์ฟ คาสิโน โรงแรมแบบมาเลเซีย เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครธม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้ เพิ่มการขนส่งสินค้าทางรถไฟในรูปแบบการขนส่งระบบตู้ คอนเทนเนอร์ แล้วออก พรบ. จราจรการขนส่งทางรถยนต์ให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด ก่อสร้างศูนย์ประชุม สัมมนา (MICE) ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น อรัญประเทศ และเมืองใหม่ ช่องสะงำ เป็นต้น

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		(1)
บทคัดย่อ		(2)
Abstract		(5)
สรุปสำหรับนักบริหาร		(7)
สารบัญ		(40)
สารบัญตาราง		(44)
สารบัญภาพ		(50)
บทที่ 1	บทนำ	1
	ภาวะการท่องเที่ยวปี พ.ศ.2546	1
	เป้าหมายการวิจัย	4
	วัตถุประสงค์การวิจัย	4
	วิธีดำเนินการวิจัย	5
บทที่ 2	ทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา : สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	18
	แผนพัฒนาภาคกลางตอนบนและภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง	18
	ทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา	25
	ทบทวนแผนพัมนาจังหวัด	26
	แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2547	33
บทที่ 3	ข้อมูลพื้นฐานและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่ศึกษาและผลการประเมินศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว	39
	จังหวัดสระแก้ว	39
	จังหวัดบุรีรัมย์	42
	จังหวัดสุรินทร์	47
	จังหวัดศรีสะเกษ	57
	ประเทศกัมพูชา	66
	การประเมินศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว	79
	ขอบเขตและวิธีการประเมิน	79
	ผลการประเมินแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน	82

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	ผลการประเมินวัฒนธรรมประเพณี / กิจกรรม	84
	ผลการประเมินแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ	85
	ผลการประเมินแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก	85
	ผลการประเมินแหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำ	86
บทที่ 4	การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและกลยุทธ์การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก จังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา	87
	โอกาสของธุรกิจท่องเที่ยวไทยสู่กัมพูชา	88
	การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว	89
	การประเมินการใช้กลยุทธ์การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	109
	วิธีการประเมิน	109
	ผลการประเมิน	111
	นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนา	112
	กลยุทธ์การให้บริการของบริษัทธุรกิจนำเที่ยว	114
	กลยุทธ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม	116
	กลยุทธ์ธุรกิจร้านอาหาร	117
	กลยุทธ์ธุรกิจขายสินค้าและสินค้าที่ระลึก	119
บทที่ 5	พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แนวโน้มอุปสงค์การท่องเที่ยวและการรองรับ นักท่องเที่ยว	121
	วิธีการดำเนินการวิจัย	122
	ผลการวิเคราะห์ภูมิหลังของนักท่องเที่ยว	123
	แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย	127
	สิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัด	132
	การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศไทยเปรียบเทียบกับเพื่อนบ้าน	137
	รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว	141
	ระดับความสนใจแหล่งท่องเที่ยวในเขต 4 จังหวัด	165
	พฤติกรรมการบริโภคอาหาร	177
	ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยต่อวันในประเทศไทย	183
	ความสนใจนครวัดของนักท่องเที่ยว	188

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	การประมาณค่าอุปสงค์การท่องเที่ยว	197
	โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	210
บทที่ 6	นโยบายและกลยุทธ์การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	227
	กลยุทธ์การค้าชายแดน	228
	กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว	228
	การวิเคราะห์แผนพัฒนารายจังหวัด	235
	การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม SWOT ของจังหวัดสระแก้ว	235
	แผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดบุรีรัมย์	248
	แผนงานจังหวัดสุรินทร์	254
	แผนยุทธศาสตร์จังหวัดศรีสะเกษ	262
บทที่ 7	สรุป และข้อเสนอแนะ	227
บรรณานุกรม		
ภาคผนวก		

สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่	1-1	จำนวนการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	1
ตารางที่	1-2	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศแบ่งตามภูมิภาค	2
ตารางที่	1-3	การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวภายใจประเทศของชาวต่างประเทศ	4
ตารางที่	3-2	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ากัมพูชา	78
ตารางที่	3-3	แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานขอม กลุ่มศักยภาพสูง	82
ตารางที่	3-4	แหล่งที่ท่องเที่ยวโบราณสถานขอม กลุ่มศักยภาพปานกลาง	82
ตารางที่	3-5	แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานของกลุ่มศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริม	83
ตารางที่	3-6	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด	83
ตารางที่	3-7	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมือง	84
ตารางที่	3-8	ศักยภาพของแปล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	84
ตารางที่	3-9	ศักยภาพของงานวัฒนธรรมประเพณี และกิจกรรม	84
ตารางที่	3-10	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ	85
ตารางที่	3-11	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก	85
ตารางที่	3-12	ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำ	86
ตารางที่	4-1	อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชา	88
ตารางที่	4-2	มูลค่าการค้าจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา	89
ตารางที่	4-3	มูลค่าการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ปี 2543-2545 รายจังหวัด	92
ตารางที่	4-4	การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและเป้าหมายของการเชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา	94
ตารางที่	4-5	ระดับการนำไปใช้นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนา	111
ตารางที่	4-6	กลยุทธ์การให้บริการของบริษัทของธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา	113
ตารางที่	4-7	กลยุทธ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	115
ตารางที่	4-8	กลยุทธ์ธุรกิจร้านอาหาร	116
ตารางที่	4-9	กลยุทธ์ธุรกิจขายสินค้าและสินค้าที่ระลึก	118
ตารางที่	5-1	สัญชาติของนักท่องเที่ยว	123
ตารางที่	5-2	ลักษณะการเดินทาง	124
ตารางที่	5-3	จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	5-4	เพศของนักท่องเที่ยว	124
ตารางที่	5-5	กลุ่มอายุของนักท่องเที่ยว	125
ตารางที่	5-6	ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว	125
ตารางที่	5-7	อาชีพของนักท่องเที่ยว	126
ตารางที่	5-8	สถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยว	126
ตารางที่	5-9	ระดับรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว	127
ตารางที่	5-10	แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย	128
ตารางที่	5-11	แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ	130
ตารางที่	5-12	การเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวประเภทรีพีตเตอร์	131
ตารางที่	5-13	แรงจูงใจในการเยือนแต่ละจังหวัด	133
ตารางที่	5-14	สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดสุรินทร์	134
ตารางที่	5-15	สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดสระแก้ว	135
ตารางที่	5-16	สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดบุรีรัมย์	135
ตารางที่	5-17	สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดศรีสะเกษ	136
ตารางที่	5-18	การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทสไทยในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ	137
ตารางที่	5-19	การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศกัมพูชา	138
ตารางที่	5-20	การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศพม่า	138
ตารางที่	5-21	การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศสิงคโปร์	138
ตารางที่	5-22	การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศไทยในทัศนะของผู้ที่เคยไปนครวัดและไม่เคยไปนครวัด	139
ตารางที่	5-23	การจัดความน่าสนใจของประเทศกัมพูชาในทัศนะของผู้ที่เคยและไม่เคยไปนครวัด	140
ตารางที่	5-24	เหตุผลที่จัดอันดับประเทศไทยเป็นอันดับ 1 จำแนกตามจำนวนครั้งที่มา	140
ตารางที่	5-25	ลักษณะการเดินทาง จำแนกตามสัญชาติ	141
ตารางที่	5-26	ลักษณะการเดินทาง จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย	142
ตารางที่	5-27	ลักษณะการเดินทางกลุ่มอายุและตามสัญชาติ	142

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	5-28	การกระจายของรายได้ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการเดินทางและสัญชาติของนักท่องเที่ยว	147
ตารางที่	5-29	ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ	152
ตารางที่	5-30	จังหวัดสำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยือนก่อนมายังจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์	153
ตารางที่	5-31	จังหวัดสำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยือนหลังจากจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์	154
ตารางที่	5-32	จังหวัดที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยือนมาแล้วจำแนกตามลักษณะการเดินทาง	155
ตารางที่	5-33	จังหวัดที่นักท่องเที่ยวจะไปเยือนต่อไปจำแนกตามลักษณะการเดินทาง	158
ตารางที่	5-34	การวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง	160
ตารางที่	5-35	ระยะเวลาการพักค้างคืนในจังหวัดทั้งสี่	161
ตารางที่	5-36	สิ่งจูงใจในจังหวัดทั้งสี่	162
ตารางที่	5-37	ประเภทของพาหนะจำแนกตามลักษณะผู้ร่วมเดินทาง	164
ตารางที่	5-38	ประเภทของพาหนะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพังใช้	164
ตารางที่	5-39	ระดับความสนใจในปราสาทพนมรุ้ง จำแนกตามสัญชาติ	165
ตารางที่	5-40	ระดับความสนใจในปราสาทเมืองต่ำ จำแนกตามสัญชาติ	166
ตารางที่	5-41	ระดับความสนใจในงานช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติ	167
ตารางที่	5-42	ระดับความสนใจในหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติ	167
ตารางที่	5-43	ระดับความสนใจในหมู่บ้านทำเครื่องเงิน จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติ	168
ตารางที่	5-44	ระดับความสนใจในหมู่บ้านทำเครื่องหวาย จำแนกตามสัญชาติ	168
ตารางที่	5-45	ระดับความสนใจในปราสาทศรีขรภูมิ จำแนกตามสัญชาติ	169
ตารางที่	5-46	ระดับความสนใจในปราสาทเขาพระวิหาร จำแนกตามสัญชาติ	170
ตารางที่	5-47	ระดับความสนใจในวัดสระกำแพงใหญ่ จำแนกตามสัญชาติ	171
ตารางที่	5-48	ระดับความสนใจในงานเทศกาลดอกลำดวน จำแนกตามสัญชาติ	171
ตารางที่	5-49	ความสนใจในน้ำตกสำโรงเกียรติ จำแนกตามสัญชาตินักท่องเที่ยว	172
ตารางที่	5-50	ความสนใจในปราสาทสด๊กก๊อกธม จำแนกตามสัญชาตินักท่องเที่ยว	173

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	5-51	ความสนใจปราสาทขอมอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้ชายแดนไทย-กัมพูชา จำแนกตามสัญชาตินักท่องเที่ยว	173
ตารางที่	5-52	ค่าเฉลี่ยระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว 13 แห่งในสี่จังหวัด	174
ตารางที่	5-53	ค่าสหสัมพันธ์ระดับความสนใจในการไปชมสถานที่ท่องเที่ยว 13 แห่งในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และสระแก้ว	176
ตารางที่	5-54	ความบ่อยในการบริโภคอาหาร จำแนกตามสัญชาติ	177
ตารางที่	5-55	ความบ่อยในการบริโภคอาหาร จำแนกตามอายุ	177
ตารางที่	5-56	สถานที่นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารเช้า	178
ตารางที่	5-57	ประเภทของอาหารเช้า จำแนกตามสัญชาติ	179
ตารางที่	5-58	ความบ่อยในการบริโภคอาหารกลางวัน จำแนกตามสัญชาติ	180
ตารางที่	5-59	สถานที่ในการบริโภคอาหารกลางวัน จำแนกตามสัญชาติ	180
ตารางที่	5-60	ประเภทของอาหารกลางวัน จำแนกตามสัญชาติ	181
ตารางที่	5-61	ความบ่อยในการบริโภคอาหารเย็น จำแนกตามสัญชาติ	182
ตารางที่	5-62	สถานที่ในการบริโภคอาหารเย็น จำแนกตามสัญชาติ	182
ตารางที่	5-63	ประเภทของอาหารเย็น จำแนกตามสัญชาติ	183
ตารางที่	5-64	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ปี 2544	183
ตารางที่	5-65	การกระจาย 3 ระดับการใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยว	184
ตารางที่	5-66	ค่าใช้จ่ายต่อวันจำแนกตามลักษณะการเดินทาง	184
ตารางที่	5-67	ค่าใช้จ่ายต่อวันจำแนกตามประเภทของผู้ร่วมทาง	185
ตารางที่	5-68	ค่าใช้จ่ายต่อวันจำแนกตามสัญชาตินักท่องเที่ยว	185
ตารางที่	5-69	ค่าใช้จ่ายต่อวันจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาประเทศไทย	186
ตารางที่	5-70	ค่าใช้จ่ายต่อวันจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว	187
ตารางที่	5-71	เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระ จำแนกตามสัญชาติ	187
ตารางที่	5-72	นครวัดจำแนกตามจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์	188
ตารางที่	5-73	ความตั้งใจที่จะไปเยือนนครวัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย	189

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	5-74	ความตั้งใจที่จะไปเยือนนครวัด จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว	190
ตารางที่	5-75	ความตั้งใจที่จะไปเยือนนครวัด จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว	190
ตารางที่	5-76	เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ ในจังหวัดเสียมเรียบ	191
ตารางที่	5-77	ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทพนมรุ้ง จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ไปนครวัดมาแล้ว	191
ตารางที่	5-78	ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทเมืองต่ำ จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ที่ไปนครวัดมาแล้ว	191
ตารางที่	5-79	ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทเขาพระวิหาร จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ที่ไป นครวัดมาแล้ว	192
ตารางที่	5-80	ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทศรีขรภูมิ จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ที่ไปนครวัดมาแล้ว	192
ตารางที่	5-81	ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทสระกำแพงใหญ่ จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ที่ไปนครวัดมาแล้ว	193
ตารางที่	5-82	สื่อที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติของ นักท่องเที่ยว	195
ตารางที่	5-83	สื่อที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์	195
ตารางที่	5-84	สื่อที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทาง	196
ตารางที่	5-85	สื่อที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอายุของ นักท่องเที่ยว	196
ตารางที่	5-86	แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างประเทศของประเทศไทย ปี 2537 – 2546	198
ตารางที่	5-87	แนวโน้มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าพักในจังหวัดบุรีรัมย์ ปี พ.ศ.2530 – 2545	199
ตารางที่	5-88	แนวโน้มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าพักในจังหวัดสุรินทร์ ปี พ.ศ.2530 – 2545	200
ตารางที่	5-89	แนวโน้มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าพักในจังหวัดศรีสะเกษ ปี พ.ศ.2530 – 2545	201

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	5-90	แนวโน้มผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยผ่านแดนเข้าอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ปี พ.ศ.2542 – 2546	202
ตารางที่	5-91	แนวโน้มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผ่านแดนเข้า จังหวัดสระแก้ว ปี พ.ศ.2542 – 2546	202
ตารางที่	5-92	แนวโน้มนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติตาพระยา ปี พ.ศ.2541 – 2545	203
ตารางที่	5-93	แนวโน้มนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติปางสีดา ปี พ.ศ.2541 – 2545	203
ตารางที่	5-94	แนวโน้มนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและปราสาทหินเมืองต่ำ ปี พ.ศ.2542 – 2546	204
ตารางที่	5-95	แนวโน้มนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ปี พ.ศ.2541 – 2545	205
ตารางที่	5-96	ค่าพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และ ศรีสะเกษปี 2546 – 2550	205
ตารางที่	5-97	ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ปี 2545	206
ตารางที่	5-98	ค่าพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ	206
ตารางที่	6-1	ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา	230
ตารางที่	6-2	ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดเสียมเรียบ	231
ตารางที่	6-3	ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว	240
ตารางที่	6-4	มาตรการตามแผนฟื้นฟู พัฒนา อนุรักษ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว	243
ตารางที่	6-5	รายชื่อโครงการและวงเงิน	250
ตารางที่	6-6	การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์	251
ตารางที่	6-7	การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์	253
ตารางที่	6-8	การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ	261

สารบัญรูป

			หน้า
รูปที่	1.1	การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในประเทศของชาวต่างประเทศปี 2544	3
รูปที่	1.2	แนวคิดในการดำเนินการวิจัย	16
รูปที่	3.1	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	86
รูปที่	3.2	ปราสาทเมืองต่ำ	86
รูปที่	3.3	ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่	86
รูปที่	3.4	งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์	86
รูปที่	4.1	วงจรการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา	95
รูปที่	4.2	แผนที่ประเทศกัมพูชา	97
รูปที่	4.3	แผนที่แสดงตำแหน่งการท่องเที่ยวชายแดนไทย-กัมพูชา	98
รูปที่	4.4	โครงข่ายทางหลวงเชื่อมโยงชายแดนไทย-กัมพูชา	99
รูปที่	4.5	โครงข่ายทางหลวงเชื่อมโยงชายแดนไทย-กัมพูชา จ.สุรินทร์ จ.ศรีสะเกษ และ จ.อุบลราชธานี	99
รูปที่	4.6	โครงข่ายการท่องเที่ยวเมืองเสียมราฐ	101
รูปที่	4.7	กลุ่มปราสาทเมืองพระนคร	101
รูปที่	5.1	แผนที่จังหวัดสระแก้ว	222
รูปที่	5.2	แผนที่จังหวัดบุรีรัมย์	223
รูปที่	5.3	แผนที่จังหวัดสุรินทร์	224
รูปที่	5.4	แผนที่จังหวัดศรีสะเกษ	225
รูปที่	5.5	แผนที่เส้นทางอีสานใต้ – เสียมราฐ – พระวิหาร	228
รูปที่	6.1	การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดชายแดน	227

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญ มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศร่วมทั้งเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของชาวโลก และในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจทั้งอดีตและปัจจุบัน เสมือนว่าการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งที่ทำให้เศรษฐกิจหลุดพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจเกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้กว่าปีละ 250,000 ล้านบาท และมีส่วนช่วยกระตุ้นการผลิตในสาขาที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้วย

ตารางที่ 1-1 จำนวนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ปี	**จำนวน (ล้านคน)**
2542	8.58
2543	9.67
2544	10.06
2545	10.78
2546	8.79

หมายเหตุ : ตัวเลข มกราคม – พฤศจิกายน 2546

ที่มา : รายงานเศรษฐกิจการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาวะการท่องเที่ยวของไทยในปี 2546

จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในปี 2546 มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 10 ล้านคน ลดลงไม่ถึงร้อยละ 1 นับว่าชะลอลงมากจากปีก่อน เป็นผลสืบเนื่องกันมาจากการก่อวินาศกรรมใน สหรัฐอเมริกา สงครามอิรัก และปัญหาโรคซาร์ส ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชะลอการเดินทางโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น ไต้หวัน จีน และสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 1-2 จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

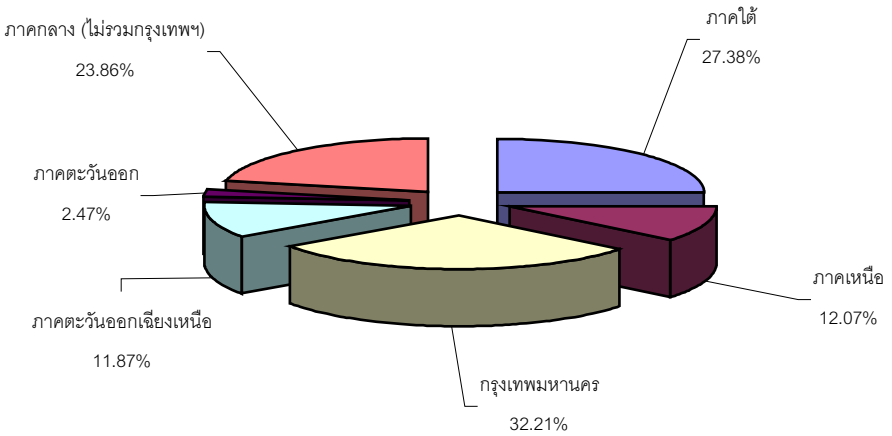
ภูมิภาค	จำนวน (พันคน)				อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)			
	2543	2544			2543	2544		
		ม.ค.- ส.ค.	ก.ย.- ธ.ค.	ทั้งปี		ม.ค.- ส.ค.	ก.ย.- ธ.ค.	ทั้งปี
เอเชียตะวันออก	5,545.9	3,860.3	1,926.1	5,786.4	10.9	5.9	1.3	4.3
อาเซียน	*2,056.4*	*1,374.2*	*867.3*	*2,241.5*	*10.3*	*0.1*	*18.1*	*5.0*
ญี่ปุ่น	*1,202.2*	*839.0*	*338.6*	*1,177.6*	*13.4*	*7.7*	*-20.0*	*-2.0*
สาธารณรัฐประชาชนจีน	*753.8*	*552.4*	*249.0*	*801.4*	*-7.4*	*1.5*	*18.9*	*6.3*
ไต้หวัน	*706.5*	*529.3*	*209.4*	*738.7*	*33.7*	*17.9*	*-18.8*	*4.7*
ยุโรป	2,301.8	1,654.5	854.0	2,508.5	8.7	10.5	6.1	9.0
อเมริกา	663.3	473.3	209.7	683.0	11.4	10.6	-10.9	3.0
เอเชียใต้	352.0	244.0	106.8	350.8	20.6	7.1	-14.0	-0.3
โอเชียเนีย	378.9	271.3	149.2	420.5	9.8	15.3	4.0	11.0
ตะวันออกกลาง	182.4	149.0	66.1	215.1	17.9	22.9	8.1	18.0
แอฟริกา	84.5	62.6	34.8	97.4	11.2	18.1	10.6	15.3
รวมทั้งหมด	**9,508.6**	**6,715.0**	**3,346.9**	**10,061.9**	**10.8**	**8.2**	**1.4**	**5.8**

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อย่างไรก็ดี สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมของไทย ยังนับว่าไม่ตกต่ำ โดยนักท่องเที่ยวจากตลาดระยะใกล้ อาทิ มาเลเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวหลักของไทยขยายตัวค่อนข้างดี แต่จากสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี พ.ศ.2544 พบว่า การกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ไปบริเวณตะวันออกเฉียงเหนือเพียง 683,960 คน หรือ ร้อยละ 2.4 ทั้งที่ภูมิภาคแห่งนี้มีทรัพยากรการท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อย และพิจารณาเป็นภายในภาคอีสานตอนล่าง จังหวัดศรีสะเกษ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเบาบาง ดังนั้นการมีแนวนโยบายส่งเสริมเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดเหล่านี้ สำหรับจังหวัดสระแก้วเป็นจังหวัดที่พื้นที่เชื่อมต่อระหว่างภาคตะวันออก (กลาง) ตอนบนเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจการค้าชายแดน รวมทั้งการท่องเที่ยวทางถนนในปัจจุบัน

ประเทศกัมพูชามีดินแดนที่เป็นมรดกโลกด้านอารยธรรมของขอมโบราณซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งมหัศจรรย์หนึ่งในเจ็ดแห่งของโลก อุดมสมบูรณ์ด้วยศิลปะ วัตถุโบราณสถานที่ทรงคุณค่ายิ่งของมรดกโลก ที่ชาวโลกนับร้อยล้านคนคลั่งไคล้อยากไปสัมผัสอย่างใกล้ชิดมานานแสนนาน ในแต่ละปีมีผู้เดินทางมาเยือนกัมพูชาเพิ่มขึ้นทุกปี (ดูตารางที่ 3 ถึงตารางที่ 5) ประเทศไทยมีเส้นทางที่เป็นประตูสู่กัมพูชาทางด่านอรัญประเทศ และด่านตาพระยา นอกจากนั้นทางเลือกในการสัมผัสบรรยากาศแบบขอมโบราณสามารถเดินทางไปที่จังหวัดศรีสะเกษเพื่อชมความงามธรรมชาติที่ผามออีแดง ประตูสู่เขาพระวิหาร และสามารถเข้าไปสู่นครวัด นครธม ของกัมพูชาได้ โดยผ่านช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ และมีอีกหลายแนวทางในการส่งเสริมให้ประเทศทั้งสองได้มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ควรมีการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทยและกัมพูชาให้สอดคล้องและส่งเสริมซึ่งกันและกันโดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย มีโบราณสถานและวัฒนธรรมคล้ายขอมโบราณ นอกจากนั้นยังมีธรรมชาติที่งดงามยิ่งนัก ช่องจอมตัดผ่านทิวเขาพนมดงรักจากคำปราสาท จังหวัดสุรินทร์เข้าไปยังเมืองศรีโสภณ ช่องทางชายแดนทางด้านจังหวัดบุรีรัมย์เป็นทางติดต่อระหว่างกับชาวกัมพูชามีหลายทางด้วยกัน การส่งเสริมเพื่อเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเหล่านี้ จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลเพื่อหาแนวทางการเชื่อมโยงกับจังหวัดที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูงกว่า เช่น นครราชสีมา อุบลราชธานี และประเทศกัมพูชา ที่แหล่งท่องเที่ยว ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เข้ามากระจายการท่องเที่ยวเยี่ยมชมพักผ่อนหาประสบการณ์ชีวิตและเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมของประชาชนในจังหวัดเหล่านี้ในประเทศไทย

รูปที่ 1.1 การกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวต่างประเทศ ปี 2544



ตารางที่ 1-3 การกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวต่างประเทศ จำแนกตามภูมิภาค ปี 2544

หน่วย : คน-ครั้ง

ภูมิภาค	ผู้เยี่ยมเยือน		นักท่องเที่ยว		นักทัศนาจร	
	จำนวน	Δ (%)	จำนวน	Δ (%)	จำนวน	Δ (%)
รวม	**27,682,050***	**+7.65**	**21,349,668**	**+6.73**	**6,332,382**	**+10.87**
ภาคเหนือ	3,340,152	+12.74	2,643,769	+9.79	696,383	+25.59
กรุงเทพมหานคร	8,916,986	+3.20	8,348,911	+3.45	568,075	-0.31
ภาคกลาง (ไม่รวม กทม.)	3,878,098	+6.87	1,310,889	+5.13	2,567,209	+7.78
ภาคตะวันออก	3,284,677	+10.57	3,023,673	+7.10	261,004	+77.10
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	683,960	+9.16	236,876	+12.86	447,084	+7.29
ภาคใต้	7,578,177	+10.05	5,785,550	+10.31	1,792,627	+9.23

*ยอดรวมของผู้เยี่ยมเยือนทุกจังหวัดจะมีจำนวนมากกว่าจำนวนคนเดินทาง 10.06 ล้านคน เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งของผู้เยี่ยมเยือนเดินทางโดยเฉลี่ย 2.75 จังหวัด

เป้าหมายของการวิจัย

เพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์ด้านการจัดการที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวไทยและกัมพูชา เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่กัมพูชา

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุปทานของแหล่งท่องเที่ยวและสถานบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา อันได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว โครงสร้าง พื้นฐาน ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ที่พักผ่อน ร้านขายของที่ระลึก สถาบันที่ส่งเสริมในพื้นที่แหล่งการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา โดยเน้นให้ทราบถึงลักษณะทางกายภาพ การดำเนิน กิจการ ปัญหา และอุปสรรคในการให้บริการ (ตลอดจนวิเคราะห์ให้ทราบถึงความพอเพียงของจำนวนสถานบริการ ณ ปัจจุบัน)

2. เพื่อประเมินศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ได้ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมที่เหมาะสมสำหรับสถานบริการและการจัดการอย่างมีส่วนร่วมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เหมาะสมในเขตพื้นที่จังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

3. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในเขตจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

4. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการเดินทางและจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจในเขตจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

5. เพื่อประมาณค่าอุปสงค์แหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีการสอดรับต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณสถานในเขตจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

6. เพื่อศึกษานโยบายการท่องเที่ยว กลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนของประเทศไทยและกัมพูชา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. พื้นที่ที่ทำการศึกษาในประเทศไทย 4 จังหวัด

ประเทศไทย

สระแก้ว - อรัญประเทศ

บุรีรัมย์ - พนมรุ้ง

สุรินทร์

ศรีสะเกษ - เขาพระวิหาร

2. สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับอุปทานของแหล่งท่องเที่ยว

2.1 ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว 4 จังหวัด

จ.สระแก้ว	**จ.บุรีรัมย์**	**จ.สุรินทร์**	**จ.ศรีสะเกษ**
อุทยานแห่งชาติปางสีดา	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	ปราสาทหินบ้านพลวง	ปราสาทเขาพระวิหาร
	ประสาทหินเมืองต่ำ	ประสาทตาเหมือนโต๊ะ	ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่
		ปราสาทตาเหมือนธม	ปราสาทวัดสระกำแพงน้อย
		ปราสาทตะเบียงเตีย	
		ปราสาทศรีขรภูมิ	

2.2 สถานบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดน

2.2.1 โครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐาน	จ.สระแก้ว	จ.บุรีรัมย์	จ.สุรินทร์	จ.ศรีสะเกษ
มาตรฐานถนน				
ไฟฟ้า / ประชากรในเขตเทศบาล				
ประปา / ประชากรในเขตเทศบาล				
โทรศัพท์ / ประชากรในเขตเทศบาล				

2.2.2 ผู้ประกอบการโรงแรม / ที่พัก 4 จังหวัด

สถานที่	จ.สระแก้ว	จ.บุรีรัมย์	จ.สุรินทร์	จ.ศรีสะเกษ
โรงแรม / ที่พัก	กวีวิลล่า	บุรีรัมย์พลาซ่า	โรงแรมธารินทร์	เกษศิริ
	กวีโฮเตล	ไทยโฮเต็ล	โรงแรมเพชรเกษม	ไทยเสรินไทย
	จันทรา	แกรนด์โฮเต็ล	โรงแรมเมมโมเรียล	พรหมพิมาน
	สระแก้ว	โรมโฮเต็ล	โรงแรมแสงทอง	ริมน้ำบังกาโล
		ชัยเจริญ	โรงแรมอัมรินทร์	ศรีไพบูลย์
		นิวาศ	นิวโฮเต็ล	ศรีสะเกษ
		บุรีรัมย์	โรงแรมอุบล	สันติสุข
		เพลิน	โรงแรมกรุงศรี	ไอยรา
		ประชาสามัคคี	โรงแรมเอราวัณ	
		สุนทร	ปราสาทธานี	
		ไทยภัคคี	ศรีขรภูมิ	
		เกษมสุข		
		นางรอง		
		สงวนมิตร		
		พนมพิมาน		

2.2.3 สถานบริการ ร้านอาหาร / ที่พักผ่อน / ของที่ระลึกของจังหวัด

สถานบริการ	จ.สระแก้ว	จ.บุรีรัมย์	จ.สุรินทร์	จ.ศรีสะเกษ
ธุรกิจการคมนาคมการขนส่ง				
ธุรกิจร้านอาหาร				
ธุรกิจร้านของที่ระลึก				
ธุรกิจบันเทิง / กีฬา / สวนสัตว์ / พิพิธภัณฑ์ชุมชน				
ธุรกิจการท่องเที่ยว				

2.2.4 สถาบันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

สถานที่	จ.สระแก้ว	จ.บุรีรัมย์	จ.สุรินทร์	จ.ศรีสะเกษ
สถาบัน	ททท.เขต 8 นครนายก	สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์	ททท. สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 (จ.นครราชสีมา)	ททท. สำนักงานภาคตะวันออก-เฉียงเหนือเขต 2 (จ.อุบลราชธานี)
	กรมทางหลวง	กรมทางหลวง		
	สำนักงานจังหวัด	สำนักงานจังหวัด	สำนักงานจังหวัด	สำนักงานจังหวัด
	อุทยานแห่งชาติปางสีดา	ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์	กรมทางหลวง	
		สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 (จ.นครราชสีมา)	ด่านตรวจคนเข้าเมืองช่องจอม	กรมทางหลวง
	อบต.กิ่งอำเภอโคกสูงตาพระยา	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง / เมืองต่ำ		อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร
	ด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ			สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

3. การวิเคราะห์เส้นทางการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในเขตจังหวัด 4 จังหวัด

3.1 เส้นทางการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว วิเคราะห์ความเป็นไปได้จากข้อมูลสารสนเทศของกรมทางหลวง ประกอบกับแผนพัฒนาเส้นทางของจังหวัดชายไทยกัมพูชาของกรมทางหลวงและจังหวัดที่เชื่อมโยงกับจังหวัดสระแก้ว สุรินทร์ บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ

3.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

สถานที่	จ.สระแก้ว	จ.บุรีรัมย์	จ.สุรินทร์	จ.ศรีสะเกษ
1. หน่วยงานของรัฐ				
2. อุทยานแห่งชาติ				
3. ชุมชน				
4. อบต.				
5. อื่น ๆ				

4. การวิเคราะห์รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

4.1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.1 รูปแบบของการท่องเที่ยว

1.1.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

1.1.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.1.3 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และโบราณสถาน

1.2 รูปแบบการเดินทาง

1.2.1 ทัวร์เหมา (Package tour)

1.2.2 เดินทางโดยอิสระ (F.I.T)

1.3 ประเภทของที่พัก

1.2.1 โรงแรม

1.2.2 Guest House

1.2.3 พักกับญาติ เพื่อน คนรู้จัก ฯลฯ

1.4 สถานที่รับประทานอาหารเช้า

1.5 สถานที่รับประทานอาหารกลางวัน

1.6 สถานที่รับประทานอาหารเย็น

1.7 สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ไปชมในเสียมราฐ

- นครวัด
- นครธม (ปราสาทบายน)
- ปราสาทบันทายศรี
- ปราสาทพนมบาแค็ง
- ปราสาทแปรรูป
- ปราสาทพะโค

1.8 พาหนะที่ใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

1.9 ประเภทของ ของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

2.1 สถานที่ท่องเที่ยว

- นครวัด
- นครธม
- เขาพระวิหาร
- อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.1 รูปแบบการเดินทาง

3.1.1 ทัวร์เหมา

3.1.2 เดินทางโดยอิสระ

3.2 ประเภทของที่พัก

3.3 สถานที่รับประทานอาหารเช้า

3.4 สถานที่รับประทานอาหารกลางวัน

3.5 สถานที่รับประทานอาหารเย็น

3.6 สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ไปชมในเขตจังหวัดรอยต่อกับประเทศกัมพูชา

- ปราสาทพนมรุ้ง
- ปราสาทเมืองต่ำ
- ปราสาทศรีขรภูมิ

- ปราสาทเขาพระวิหาร

3.7 พาหนะที่ใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

3.8 ประเภทของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ

4. ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

- จีน
- ญี่ปุ่น
- ฝรั่งเศส
- อเมริกา
- อังกฤษ
- ออสเตรเลีย
- สิงคโปร์
- มาเลเซีย

5. อายุ
6. อาชีพ
7. สถานภาพการสมรส
8. ระดับการศึกษา
9. รายได้
10. ประสบการณ์การเดินทางมายังประเทศไทย
    - ครั้งแรก
    - ครั้งที่ 2 หรือมากกว่า
11. การเดินทางมาเที่ยวในอนาคต
12. ประสบการณ์การเดินทางมายังกัมพูชา
13. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในไทย
14. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกัมพูชา
15. ค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
16. พฤติกรรมการซื้อสินค้า
17. ระยะเวลาในการพำนัก
18. สิ่งที่ควรปรับปรุงในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ความสนใจของนักท่องเที่ยว 4 จังหวัด

ความสนใจ
สถานที่ประวัติศาสตร์
ความหลากหลายของชาติพันธุ์
วัฒนธรรมประเพณี
อัธยาศัยของคนในประเทศ
แหล่งซื้อของ
อาหาร
สิ่งบันเทิงยามราตรี
สวนสนุก

การให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว

การให้บริการ
ความรวดเร็วในการบริการ
การต้อนรับ
ความซื่อสัตย์
ความสะดวกสบาย
ความสุภาพของบุคลากร
ความสะอาด
ความคุ้มค่าในการใช้จ่าย

4.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ณ จุดผ่านแดนไทยและกัมพูชา จำนวน 400 ตัวอย่าง

4.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การกำหนดกรอบประชากร จำแนกตามจังหวัดและสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลตาม

- สถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์
- สถานผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและที่พัก
- สถาบันที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ

จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจังหวัดเป็นสัดส่วนกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศของจังหวัดในปี 2544 การใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควต้าตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว จากนั้นสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเพื่อนำข้อคิดเห็นประเมินศักยภาพและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยวิเคราะห์และพิจารณาประกอบกันเป็นข้อมูลทุติยภูมิทางด้านผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก

จำนวนตัวอย่าง ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดและ จุดผ่านแดนไทยและกัมพูชาอรัญประเทศ 400 ตัวอย่าง จำแนกตามประเทศ

ประเทศ / ภูมิภาค	สระแก้ว	บุรีรัมย์	สุรินทร์	ศรีสะเกษ	รวม
1. จีน / ไต้หวัน	12	-	-	-	12
2. ญี่ปุ่น	47	5	46	9	107
3. ฝรั่งเศส	8	6	26	5	45
4. อเมริกา	12	9	8	9	38
5. อังกฤษ	6	6	10	17	39
6. โอเชียนเนีย	2	2	4	2	10
7. อื่น ๆ……..	44	22	75	8	149
รวม	**131**	**50**	**169**	**50**	**400**
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ปี 2544	**7,033**	**2,043**	**9,581**	**544**	**19,201**

4.4 เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจและความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารการจัดการ การให้บริการของธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารการจัดการสาธารณะ

ใช้มาตรวัดความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 พึงพอใจมาก
ระดับ 4 พึงพอใจค่อนข้างมาก
ระดับ 3 พึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2 พอใจค่อนข้างน้อย
ระดับ 1 พอใจน้อย

4.5 เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจและความสนใจของนักท่องเที่ยว การให้คะแนนจัดระดับความพอใจ มาก ค่อนข้างมาก ปานกลาง ค่อนข้างน้อย และพอใจน้อย ตามลำดับคือ

ระดับความพึงพอใจ / ความสนใจ	คะแนน
น้อย	1.00-1.80
ค่อนข้างน้อย	1.81-2.60
ปานกลาง	2.61-3.40
ค่อนข้างมาก	3.41-4.20
มาก	4.21-5.00

5. การประมาณค่าอุปสงค์ของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์รวมของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ

5.1 การประมาณค่าอุปสงค์ของแหล่งท่องเที่ยว 5 แห่งคือ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และ เมืองต่ำ อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ปางสีดา และตาพระยา

จากการวิเคราะห์แนวโน้ม 5 ปีย้อนหลัง

ตามสมการ $\text{Demand} = \beta_0 + \beta_1 \ (\text{Period})$

โดยที่ β_0 = ค่าคงที่

β_1 = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระซึ่งในที่นี้คือ ช่วงเวลา

5.2 วิเคราะห์แนวโน้มของอุปสงค์ของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศของประเทศไทย และจำนวนรวมของนักท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และสระแก้ว และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวผ่านแดนของด่านอรัญประเทศ

6. นโยบายการท่องเที่ยวและกลยุทธ์ทางการตลาดของจังหวัด

6.1 นโยบายการดำเนินงานของจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

จังหวัด	นโยบาย								
	รายได้	แหล่งท่องเที่ยว	อนุรักษ์	ฟื้นฟู	พัฒนา	ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	ขยายโอกาสการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม	แรงงาน
สระแก้ว									
สุรินทร์									
บุรีรัมย์									
ศรีสะเกษ									

6.2 กลยุทธ์ทางการตลาดของจังหวัดด้านการส่งเสริมและสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว

จังหวัด	กลยุทธ์ทางการตลาด			
	Product	Price	Place	Promotion
สระแก้ว				
สุรินทร์				
บุรีรัมย์				
ศรีสะเกษ				

Product = แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ โบราณสถาน แหล่งธรรมชาติ ตลาดชายแดน ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชาวบ้าน งานประเพณี

Price = ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าชมสถานที่ ค่าอาหาร ค่าที่พัก ฯ

Place = การเดินทางไป-มาสะดวกหรือไม่ การเข้าถึงการให้บริการในการจองต่าง ๆ

Promotion = การโฆษณา การลด แลก แจก แถม แพคเกจทัวร์ มีพนักงานขายทางตรง โทรศัพท์

People = การมีส่วนร่วมและการรับรู้ของประชาชน

6.3 การรวบรวมข้อมูล

6.3.1 สัมภาษณ์เจาะลึกปัญหาและอุปสรรคและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเป้าหมาย 80 ตัวอย่าง

แหล่งท่องเที่ยว	ที่พักแรม	ร้านอาหาร	สินค้าที่ระลึก	บริษัทนำเที่ยว	หน่วยงาน
สระแก้ว	5	5	5	5	3
บุรีรัมย์	5	5	5	5	3
สุรินทร์	5	5	5	5	3
ศรีสะเกษ	5	5	5	5	3
รวม	**20**	**20**	**20**	**20**	**12**

6.3.2 ผู้บริหารสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัด สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ 12 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยว แขวงการทางจังหวัด และสำนักงานจังหวัด

7. การประเมินศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

7.1 ข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว

1. ลักษณะพื้นที่
2. ภูมิอากาศ
3. ประชากร
4. ภาษา
5. ศาสนา
6. การปกครอง
7. เมืองสำคัญ
8. เงินตรา
9. รายได้ประชาชาติต่อคน
10. การคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร

7.2 ปัจจัยพื้นฐานของศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัด วิเคราะห์จากข้อมูลของจังหวัด

1) ความยาวของถนน พื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร
2) ร้อยละของผลิตภัณฑ์บริการในจังหวัด
3) ปริมาณไฟฟ้าจำหน่ายต่อประชากรในเขตเทศบาล (หน่วยกิโลวัตต์ชั่วโมง / คน / ปี)
4) ปริมาณน้ำประปาจำหน่ายต่อประชากรในเขตเทศบาล (หน่วยลูกบาศก์เมตร / คน / ปี)
5) จำนวนห้องพัก
6) โครงการบำบัดน้ำเสีย
7) โครงการกำจัดขยะ

7.3 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม สมาคมธุรกิจ สำนักงานจังหวัด สำนักผังเมืองเทศบาล อบต. กองกำกับการตำรวจ

7.4 การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว พิจารณาจากความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

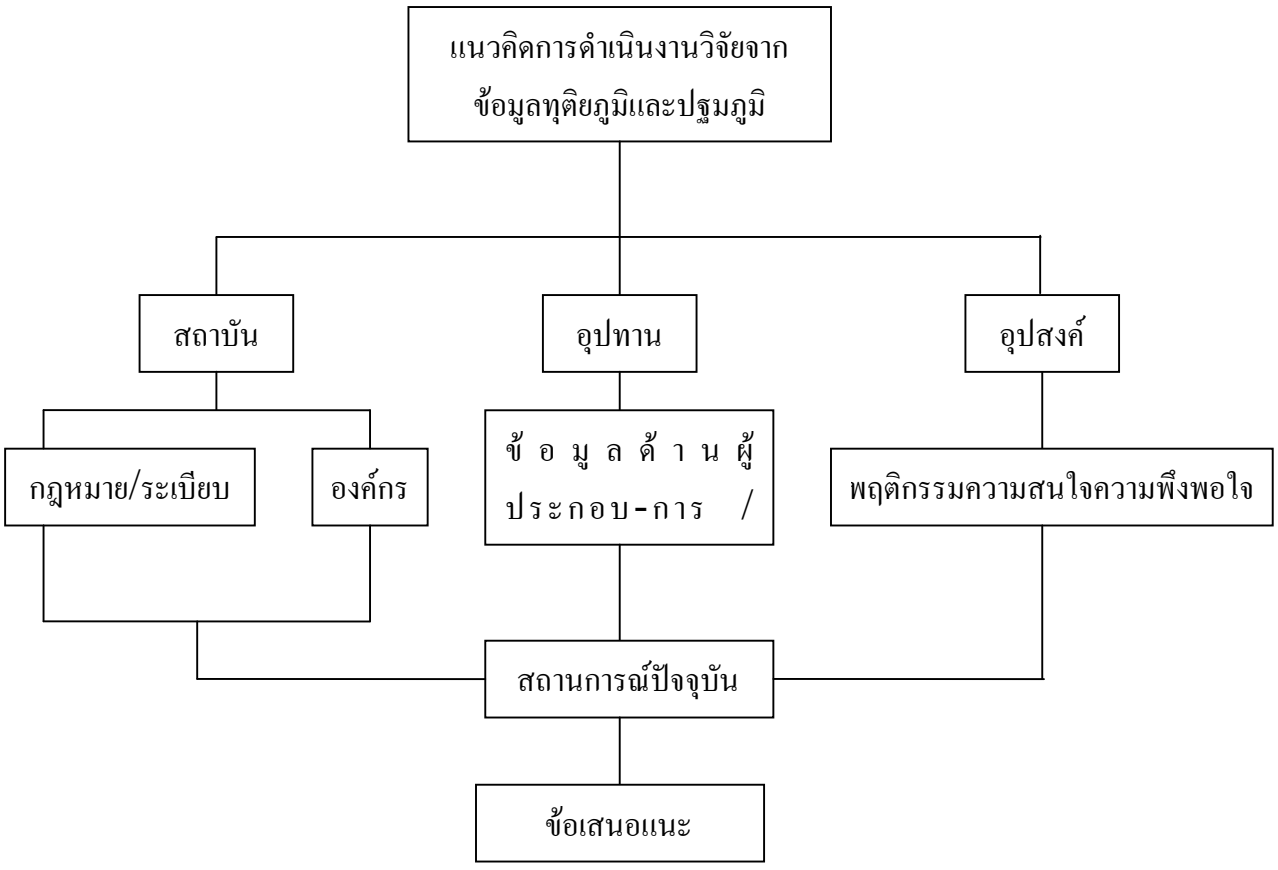
1) การประเมินความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว พิจารณาในด้านของสถานที่ท่องเที่ยวโดยให้คะแนนตั้งแต่สภาพการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการต้อนรับนัก ท่องเที่ยว และปริมาณการท่องเที่ยว โดยจะประเมินจากระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว / Key Informance ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

2) การประเมินคุณค่าที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวจะพิจารณาให้คะแนนในด้านความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว ความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่าของโบราณสถาน กิจกรรมเสริมในแหล่งท่องเที่ยวความงดงามของสถานที่

7.5. เกณฑ์การประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว การให้คะแนนเพื่อกำหนดระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและแสดงระดับความสำคัญหรือความเข้มข้นเป็น 3 ระดับ คือ ความสำคัญ / ความเข้มข้น / ความเหมาะสมมาก ปานกลาง น้อย ค่าน้ำหนักเป็น 3 2 และ 1 ตามลำดับ สำหรับเกณฑ์การประเมินระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทจะแบ่งเป็น 3 ระดับมาตรฐานคุณภาพคือ

ระดับมาตรฐานคุณภาพดี	คะแนนระหว่างร้อยละ 2.34 – 3.00
ระดับมาตรฐานคุณภาพปานกลาง	คะแนนระหว่างร้อยละ 1.67 – 2.33
ระดับมาตรฐานคุณภาพต่ำ	คะแนนระหว่างร้อยละ 1.00 – 1.66

รูปที่ 1.2 แนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงไทย-กัมพูชา
2. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ
3. เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นในการกำหนดการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยที่จะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว
4. เพื่อได้แนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการต่าง ๆ ในเขตพื้นที่ระหว่างไทย-กัมพูชา
5. เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาที่ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย
6. ได้เงินตราจากต่างประเทศ

การนำผลงานวิจัยไปใช้

1. เพื่อใช้เป็นข้อมูลและสาระประกอบการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบริเวณจังหวัดชายแดนกัมพูชา สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลและสาระในการจัดทำคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวบริเวณจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

บทที่ 2

ทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย – กัมพูชา : สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

แผนพัฒนาภาคกลางตอนบน และภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

จากการศึกษาของบริษัทที่ปรึกษาภายใต้การให้ความช่วยเหลือของ Japan International Cooperation Agency ที่ได้จัดทำแผนพัฒนาภูมิภาคอีสานตอนล่าง และภาคตะวันออกตอนบน และจากแผนแม่บทของสำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมี มีกลยุทธ์และขอบเขตที่กระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว พอสรุปได้คือ

1. การกำหนดให้เขตเมืองอรัญประเทศเป็นเขตการค้าชายแดน โดยเป็นจุดผ่านแดนระหว่างไทยและกัมพูชา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเขตเมืองกลายเป็นแหล่งธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยวที่สำคัญตามมาด้วย โดยกำหนดให้เมืองสระแก้วเป็นศูนย์อุตสาหกรรมและการค้าที่สนับสนุนเมืองอรัญประเทศ

แผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว จากรายงานโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวภาคกลางตอนบน (2546 : 5 – 7) จังหวัดสระแก้วได้มีการศึกษาเพื่อวางแผนการลงทุน โดยการวิเคราะห์ศักยภาพในด้านต่าง ๆ และได้กำหนดเป็นแผนการลงทุนที่มีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ ซึ่งด้านการท่องเที่ยวนั้นมีโอกาสการลงทุนสูงมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวรรณคดีของอาณาจักรขอมเป็นจำนวนมาก ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้นก็มีอุทยานแห่งชาติปางสีดา อีกทั้งยังมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศกัมพูชา จึงเป็นการเพิ่มความน่าสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 200 กิโลเมตร แนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนลงทุนมีดังนี้

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีและปลอดภัย คงเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านไว้
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว
3. ควรมีการสำรวจเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเกี่ยวกับถ้ำที่บริเวณเขาฉกรรจ์ ซึ่งมีศักยภาพสูงในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
4. รัฐควรเสริมสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่าง-ประเทศ

สำหรับโครงการต่าง ๆ ที่เสนอแนะในการลงทุนนั้น ได้แก่

1. โครงการลงทุนสร้างศูนย์การค้าชายแดน
2. โครงการลงทุนบริษัทท่องเที่ยวและรถเช่า

3. โครงการลงทุนที่พักและร้านอาหารที่อ่างเก็บน้ำ
4. โครงการก่อสร้างโรงแรมที่อำเภอเมืองและอำเภออรัญประเทศ

สำหรับแนวทางการพัฒนาการลงทุนด้านการท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วิเคราะห์ศักยภาพของแผนการลงทุน และได้เสนอแนะให้มีการลงทุนด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การก่อสร้างศูนย์การค้าชายแดน
2. การก่อสร้างรีสอร์ทรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติปางสีดา
3. การจัดบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติปางสีดา
4. การพัฒนาบริการด้านร้านอาหาร
5. การก่อสร้างโรงพยาบาลและคลินิค
6. การลงทุนด้านห้างสรรพสินค้าขนาดเล็ก

นอกจากนี้ยังมีแผนการฟื้นฟู พัฒนา อนุรักษ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ.2541 – 2542 ที่กำหนดเป็นนโยบายให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ดังนี้

1. รณรงค์เผยแพร่ให้ความรู้ และความเข้าใจแก่ประชาชนและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้มีจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยใช้สิ่งต่างๆที่มีอยู่ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

2. ให้มีกลไกการบริการการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเฉพาะพื้นที่โดยการจัดตั้งองค์กรในรูปคณะกรรมการที่มาจากภาครัฐ ธุรกิจเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ทำหน้าที่วางแผน กำหนดนโยบาย และประสานการพัฒนา

3. นำมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมอาคารและสิ่งปลูกสร้างเข้ามาใช้อย่างจริงจัง เพื่อป้องกันการบุกรุกพื้นที่อันเป็นของรัฐ รวมถึงการใช้ประโยชน์พื้นที่บริเวณแม่น้ำลำคลอง และแหล่งน้ำสาธารณะอื่น ๆ

4. สนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชนในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว

5. เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบโดยสนับสนุนการรวมตัวกันของภาคธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อความคล่องตัวในการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐบาล และให้การดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว

6. ผลักดันให้จังหวัดสระแก้วเป็นประตูการค้าสู่อินโดจีน โดยร่วมมือกับกลุ่มประเทศอินโดจีนเพื่อพัฒนาวงจรการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทั้งนี้โดยเน้นความร่วมมือกันมากกว่าการแข่งขัน

7. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีแก่การพัฒนาสังคม

8. ผลักดันให้มีการบังคับใช้มาตรการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

2. การกำหนดและขยายทางหลวงแผนดินหมายเลข 348 เชื่อมระหว่างสระแก้ว บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ทำให้เกิดการเชื่อมโยงการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อารยธรรมขอมในเขตภูมิภาคนี้ได้สะดวกยิ่งขึ้น

3. กำหนดเขตป่าสงวนในพื้นที่อีสานตอนล่างและภาคตะวันออกตอนบนเป็นเขตอนุรักษ์อย่างเข้มงวด โดยยังคงพื้นที่ป่าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 18 หรือ 1,345,861 ไร่ ซึ่งจะมีผลให้การท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาติสามารถดึงดูดการท่องเที่ยวได้

2.1 ทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา

2.1.1 การศึกษาวิจัยเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับภาคตะวันออก-เฉียงเหนือ โดยสรุป คือ

การศึกษาศักยภาพการพัมนาและการตลาดภาคอีสาน โดยผู้เชี่ยวชาญจากสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคแปซิฟิคและเอเชีย (PAYA) ปี 2520

การวิจัย : การพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคอีสาน โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยการสนับสนุนจากองค์การบริหารวิดทศกิจแห่งสหรัฐอเมริกา (USARA) ปี 2531-2532

Regional Tourism Envelopment Plan - Northeast Region of Thailand (I-SAN) โดย SCORE Consultant ภายใต้การสนับสนุนของ Commission of European Communities

นอกเหนือจากแผนแม่บทดังกล่าวมาแล้ว ททท. ได้มีการจัดทำแผนการตลาด การท่องเที่ยว ประจำปีแต่มักจะเป็นในระดับประเทศ และในปี 2546 ได้มีการประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ของ ททท. และมีการเสนอแนะมาตรการทางด้านการตลาดไว้ในพื้นที่ภาคอีสานเป็นบางจังหวัดซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนกลยุทธ์สำหรับของจังหวัดเป้าหมายต่อ

2.1.2 การศึกษาวิจัยระดับจังหวัด / กลุ่มจังหวัด

ได้มีการศึกษาในระดับการสำรวจเบื้องต้นและการจัดทำแผนหลัก ได้แก่การสำรวจเบื้องต้น กลุ่มจังหวัด สระแก้ว นครนายก ปราจีนบุรี สมุทรปราการ และนครนายก ฉะเชิงเทรา

กลุ่มจังหวัด อุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์ และจังหวัดเลย

นอกจากการศึกษาเป็นรายจังหวัดแล้ว ยังมีการศึกษาในระดับแหล่งท่องเที่ยวอีกหลายแห่ง เช่น หมู่บ้านช้าง จังหวัดสุรินทร์ ภูกระดึง จังหวัดเลย เป็นต้น

ทบทวนแผนพัฒนาจังหวัด

2.2 ทบทวนกลยุทธ์และมาตรการท่องเที่ยว ภาคตะวันออก : สระแก้ว ภาคอีสาน บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

<u>ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ</u> จากการสำรวจสิ่งดึงดูดความสนใจการท่องเที่ยว ของจังหวัดต่าง ๆ ในจังหวัดเป้าหมาย ดังต่อไปนี้คือ

1. โบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณคดี และอุทยานประวัติศาสตร์
2. สิ่งสวยงามตามธรรมชาติ อาทิ ภูเขา อ่างเก็บน้ำ แก่ง วนอุทยาน
3. วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของจังหวัดต่าง ๆ

<u>ภาพลักษณ์</u>

จังหวัดสระแก้ว “ชายแดนเบื้องบูรพา ป่างามน้ำตกสวยมากด้วยรอยอารยธรรมโบราณ ย่านการค้าชายแดนเขมร”

จังหวัดบุรีรัมย์ “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม”

จังหวัดสุรินทร์ “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม”

จังหวัดศรีสะเกษ “แดนปราสาทขอม หอมกระเทียมดี มีสวนสมเด็จ เขตดงลำดวน หลากล้วนวัฒนธรรม เลิศล้ำสามัคคี”

<u>การประชาสัมพันธ์เผยแพร่</u>

1. การประชาสัมพันธ์งานช้างสุรินทร์ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง
2. การเชื่อมโยงเส้นทางสู่นครวัด
3. สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว กรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวสามเหลี่ยมมรกต
4. การใช้ชื่อประชาสัมพันธ์
5. การจัดตั้งศูนย์การท่องเที่ยว อุบลราชธานี
6. การจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมของจังหวัด

7. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัด

8. การฝึกอบรมไกด์นำเที่ยวท้องถิ่น

9. การทำประชาสัมพันธ์ ในประเทศ และต่างประเทศ

10. สมาคมการท่องเที่ยวของจังหวัด

<u>สภาพการคมนาคม</u>

เส้นทางสายหลัก สาย 33 ช่วงกบินทร์บุรี สาย 226 ช่วง นครราชสี–บุรีรัมย์–สุรินทร์–ศรีสะเกษ และสาย 24 ช่วง โชคชัย–ประโคนชัย–ปราสาท–เดชอุดม อยู่ในสภาพดีแต่มีมาตรฐานตามแบบ 2 ช่องจราจร เส้นทางสายรองเลียบชายแดนสภาพไม่ดี

<u>ศูนย์การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกของจังหวัด</u>

- ศูนย์จำหน่าย/ผลิต
- การส่งเสริมของภาครัฐ ศูนย์ OTOP
- สถาบันการเงิน
- บริษัทค้าปลีกขนาดใหญ่

<u>การลงทุนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว</u>

1. งบประมาณจากรัฐกลาง/ท้องถิ่น
2. เอกชน/อบต./อบจ.
3. ททท./ กระทรวงท่องเที่ยว

<u>พัฒนาคุณภาพของที่พัก</u>

การลงทุนภาคเอกชน

การลงทุนภาครัฐ

การพัฒนาบุคลากรทางด้านการโรงแรม และด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ

การปรับปรุงห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวระดับต่าง ๆ

การปรับปรุงระบบการชำระเงินของที่พัก

การอำนวยความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ การมีตำรวจท่องเที่ยว การศึกษาจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน

<u>แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายที่มีศักยภาพสูง</u>

1) งานแสดงช้างและแหล่งประวัติศาสตร์ขอมจังหวัดสุรินทร์
2) อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง เมืองต่ำ แหล่งประวัติศาสตร์ของบุรีรัมย์

<u>การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว</u>

1) วัฒนธรรมภาคอีสาน
2) ธรรมชาติ
3) วิถีชีวิตอีสานชนบท
4) วัฒนธรรมขอม

<u>กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวภาคอีสานในอนาคต</u>

1) กลุ่มอนุรักษ์และค้นหาวัฒนธรรม
2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัยและหาสิ่งแปลกใหม่
3) กลุ่มนักท่องเที่ยวรอบโลก
4) กลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่

โครงการลงทุนของจังหวัด

โครงการลงทุนภาคเอกชน

โครงการลงทุนจากกระทรวงที่เกี่ยวข้อง

สถาบันการเงินเพื่อการท่องเที่ยว

- บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรม
- BOI

สมาคมธุรกิจนำเที่ยว

จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ

1. บริษัทนำเที่ยวในพื้นที่
2. บริษัทนำเที่ยวจากกรุงเทพมหานคร

การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์

ปัจจัยสนับสนุน

1) มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง "ประสาทหินพนมรุ้ง"
2) การจัดงานเทศกาลประเพณีต่อเนื่อง
3) หัตถกรรมพื้นบ้านมีชื่อ "ผ้าไหมนาโพธิ์"

อุปสรรค

1) โครงสร้างพื้นฐาน
2) ที่พัก
3) การประชาสัมพันธ์
4) งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว
5) ผู้ประกอบธุรกิจ

กลยุทธ์

การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์

ปัจจัยสนับสนุน

1) มีชื่อเสียง "งานแสดงช้าง"
2) มีโบราณสถานจำนวนมาก
3) มีจุดผ่านแดนไปเสียมราฐ (กัมพูชา) ทางช่องจอม
4) สาธารณูปโภคพร้อมรองรับการท่องเที่ยว
5) สิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมรับการท่องเที่ยว

อุปสรรค

1) การลงทุน
2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
3) ความร่วมมือของเอกชนและรัฐ

กลยุทธ์

การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอุบลราชธานี อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร

สามเหลี่ยมมรกต

สามเหลี่ยมเศรษฐกิจ

เทศกาลดอกลำดวน

กลยุทธ์ตลาด

1) กำหนดให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางในการคมนาคม ทั้งทางอากาศและทางบก
2) กำหนดให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจอินโดจีน
3) การส่งเสริม พัฒนาปรับปรุงประเพณี วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัด

กิจกรรมการตลาด

1) โครงการท่องเที่ยว 4 จังหวัด
2) ศิลปหัตถกรรมเด่น
3) โครงการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชน

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว

จังหวัดสระแก้วมีสถานที่ท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม อำเภอที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากได้แก่ อำเภออรัญประเทศ รองลงมาได้อำเภอสระแก้ว และอำเภอวัฒนานคร

สถานที่ท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดสระแก้ว

ธรรมชาติ	**ประวัติศาสตร์โบราณสถานและศาสนา**	**วัฒนธรรม/กิจกรรมและประเพณี**
<u>จังหวัดสระแก้ว</u> 1. อุทยานแห่งชาติปางสีดา 2. อ่างเก็บน้ำท่ากระบาก 3. สถานีเพาะเลี้ยงขยายพันธุ์สัตว์ป่าช่องมะกล่ำบน 4. สวนรุกขชาติเขาฉกรรจ์ 5. ละลุ 5. อุทยานแห่งชาติตาพระยา 6. ทะเลสาบคลองหาด	1. วัดโบสถ์ 2. ปราสาทเขาน้อยสีชมพู 3. ปราสาทสะด๊อกก๊อกธม 4. ปราสาทเขาโล้น 5. สระแก้วสระขวัญ 6. วัดอนุพรรพต 7. พระสยามเทวาธิราชจำลอง 8. ศาลหลักเมือง 9. อนุสาวรีย์พระนเรศวลมหาราช 10. ปราสาทบ้านน้อย 11. ประตูชัยอรัญประเทศ 12. ปราสาทเมืองไผ่	1. ตลาดชายแดนบ้านคลองลึก 2. วันดอกแก้วบานเบื้องบูรพา 3. วันแคนตาลูป 4. วันสืบสานวัฒนธรรมเบื้องบูรพา

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย กัมพูชาในเขตภาคอีสานใต้

จากการที่ภาคอีสานใต้มีภูมิประเทศซึ่งเป็นที่ราบสูงมีเทือกเขาใหญ่น้อยเช่น เทือกเขาดงพญาเย็น และเทือกเขาพนมดงรัก ทำให้มีทรัพยากรท่องเที่ยวด้านธรรมชาติมากมาย เช่น อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ผามออีแดง จังหวัดศรีสะเกษ

ทางด้านประวัติศาสตร์และอารยธรรมภาคอีสาน ยังมีโบราณสถานที่แสดงถึงอารยธรรมเก่าแก่แห่งหนึ่งของโลกเป็นที่ยอมรับของนักประวัติศาสตร์และโบราณคดีทั้งชาวโทยและชาวต่างประเทศ

อีสานตอนล่างเป็นแหล่งอารยธรรมขอมที่มีโบราณสถานและปราสาทหินมากมายที่มีระดับศักยภาพที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้มาเที่ยวชมตลอดปี ได้แก่ ปราสาทหินพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีทางภาคอีสานตอนล่าง เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แต่ งานช้างสุรินทร์ งานแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี

จุดผ่านแดนในภาคอีสานตอนล่าง มีศักยภาพในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชา อันได้แก่ ประสาทขอมในเสียมราฐ ที่สามารถดึงดูดและเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ นครวัด นครธม ได้แก่ ด่านช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ ด้านช่องสะงำ จังหวัดศรีสะเกษ ช่องสายตะกู อ.บ้านกรวด จ.บุรีรัมย์ ที่สามารถ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดในภาคอีสานตอนล่างอันได้แก่ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์/โบราณสถานและศาสนา	วัฒนธรรม/กิจกรรม และประเพณี
1. วนอุทยานเขากระโดง	1. วัดกลางบุรีรัมย์	1. โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูป
2. อ่างเก็บน้ำกระโดง	2. อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	2. ศูนย์วัฒนธรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน
3. อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก	3. วัดเขาอังคาร	3. ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้
4. อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม	4. ปราสาทเมืองต่ำ	4. ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอบ้านกรวด
5. สวนนก	5. ปราสาทหนองกง	5. หมู่บ้านหัตถกรรมหนองเกาะน้อย
6. เขื่อนลำนางรอง	6. แหล่งหิดตัด	6. หมู่บ้านทอผ้าไหมนาโพธิ์
7. เขตห้ามล่าสัตว์ป่าห้วยตลาด	7. แหล่งเตาเผาโบราณ	
8. เขตห้ามล่าสัตว์ป่าสนามบิน	8. วัดโพธิชัย	
	9. พระเจ้าใหญ่วัดหงส์	

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ (ต่อ)

ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์/โบราณสถานและศาสนา	วัฒนธรรม/กิจกรรม และประเพณี
9. ไทรงามบ้านโพธิเงิน 10. เขื่อนห้วยเมฆา	10. พระพุทธรูปใหญ่ 11. อนุสาวรีย์เราสู้ 12. ปรางค์กู่สวนแตง 13. ปราสาทบ้านโคกลิ้ว	

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์/โบราณสถานและศาสนา	วัฒนธรรม/กิจกรรมและประเพณี
1. อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร 2. บึงนกเป็ดน้ำไพรบึง 3. น้ำตกสำโรงเกียรติ 4. น้ำตกห้วยจันทร์ 5. น้ำตกพระวิหาร 6. ผามออีแดง 7. บึงนกเป็ดน้ำพลาญเพชรพรานตาปวด 8. หาดสวนราษฎร์	1. ประสาทหินวัดสระกำแพงน้อย 2. ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ 3. ปราสาทบ้านปราสาท 4. ปราสาทปรางค์กู่ 5. ปราสาทบ้านหินสมอ 6. ปราสาทตาเล็ง 7. ปราสาทตำหนักไทร 8. ปราสาทภูฝ้าย	1. อาคารขุน อำไพพานิชย์ บ้านใจดี

สถานที่ท่องเที่ยวพื้นที่จังหวัดสุรินทร์

ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์/โบราณสถาน **และศาสนา**	**วัฒนธรรม/กิจกรรมและประเพณี**
ห้วยเสนง วนอุทยานพนมสวาย เขตอนุรักษ์พันธ์ไม้สนสองใบ เขื่อนห้วยด่าน เขื่อนตาเกาค์ น้ำตกตระเวง	หลักเมืองสุรินทร์ วัดบูรพาราม อนุสาวรีย์พระยาสุรินทร์ภักดี ณรงค์จางวาง (ปุ่ม) หลวงพ่อพระธีร์ (วัดบูรพาราม) ปราสาทเมืองที ปราสาทบ้านปราสาท ปราสาทบ้านไพร ปราสาทหินบ้านพลวง ปราสาทตาเหมือนโต๊ด ปราสาทตาเหมือนธม ปราสาทศรีขรภูมิ ปราสาทช่างปี ปราสาทตะเปียงเตีย ปราสาทภูมิโปน ปราสาทยายเหงา ปราสาทหินจอมพระ	หมู่บ้านทอผ้าไหมท่าสว่าง หมู่บ้านเครื่องเงินเขวาสินรินทร์ หมู่บ้านจักสานบ้านบุทม หมู่บ้านช้าง บ้านดงมัน

แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547

เป้าหมายตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

วางรากฐานประเทศไทยมุ่งสู่การเป็น Tourism Capital of Asia

ทิศทางการดำเนินงาน

ปรับตำแหน่งยุทธศาสตร์สู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ “มุ่งนักท่องเที่ยวคุณภาพ” Best Quality Tourists

วัตถุประสงค์การดำเนินงานในภาพรวม

1. เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ โดย...
   - เพิ่มค่าใช้จ่าย/คน/วัน
   - เร่งอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้กลับคืนสู่แนวโน้มปกติ (เน้นกลุ่มคุณภาพและ First Visit)
   - รักษาวันพักเฉลี่ยมิให้ลดลง
2. เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนไทย
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศพันธมิตรในภูมิภาค
4. ส่งเสริมไทยเที่ยวไทยเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม

เป้าหมายทางการตลาด

	ตลาดต่างประเทศ	ตลาดในประเทศ
จำนวน	11.00 ล้านคน (+ 13.40%)	67.12 ล้าน Trips (+ 3.10%)
รายได้	340,000 ล้านบาท (+ 17.40%)	362,500 ล้านบาท (+ 20.07%)

กลุ่มเป้าหมายตลาดต่างประเทศ

1. ในเชิงภูมิศาสตร์ (Market)

- **ในเชิงภูมิศาสตร์ (Market)**

ระดับความเข้มข้นในการทำตลาด	กลุ่มตลาด
เร่งการเติบโต (Intensive)	**<u>เอเชียแปซิฟิก</u>** : ญี่ปุ่น จีน เกาหลี ฮ่องกง ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย อินโดจีน นิวซีแลนด์ **<u>ยุโรป</u>** : อังกฤษ อิตาลี รัสเซีย สเปน ฟินแลนด์ **<u>ตะวันออกกลาง</u>** : สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (U.A.E)
รักษาตลาด (Maintain)	**<u>เอเชียแปซิฟิก</u>** : ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ **<u>ยุโรป</u>** : เยอรมัน ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย เบลเยี่ยม สแกนดิเนเวีย ยุโรปตะวันออก กรีซ ตุรกี โปรตุเกส CIS & Baltic **<u>อเมริกา</u>** : สหรัฐอเมริกา แคนาดา ละตินอเมริกา **<u>ตะวันออกกลาง</u>** : อิสราเอล **<u>แอฟริกา</u>** : แอฟริกาใต้

2. ในเชิงกลุ่มตลาด (Segmentation)

· กลุ่มหลัก : MICE, High End, Golf, Wellness & Spa, Family, Diving, Youth, Honeymooner

· กลุ่มรอง : Senior, Ladies, Eco & Soft Adventure, Medial Tourism, Long Stay, Film Maker Education

<u>กลุ่มเป้าหมายตลาดในประเทศ</u>

ครอบครัว ผู้สูงอายุ เยาวชน คนทำงาน MICE ผู้มีรายได้สูง Expat

<u>Theme / Campaign ในการโฆษณา</u>

- ตลาดต่างประเทศ

a m a z i n g T H A I L A N D , *Unseen Treasures*

- ตลาดในประเทศ

Message : นำเสนอคุณค่าของสินค้าเมืองไทยมุมมองใหม่ เมืองไทยยังมีสิ่งน่าสนใจที่ท่านไม่เคยเห็น ไม่เคยสัมผัสอีกมากมาย ทั้งด้านธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์โบราณสถาน กิจกรรม Special Interest เช่น Golf Spa Diving Wedding Adventure และบริการต่าง ๆ เช่น Boutique Hotel เป็นต้น

<u>สินค้าทางการท่องเที่ยว</u>

1. สินค้าสำหรับตลาดต่างประเทศ

1.1 สินค้าหลักทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 Cluster ได้แก่…

Cluster ที่ 1 : หาดทราย ชายทะเล : พัทยา, ภูเก็ต, พังงา, กระบี่, สมุย, หัวหิน, ชะอำ

Cluster ที่ 2 : อุทยาน ธรรมชาติ ป่าเขา : เชียงใหม่, กาญจนบุรี, เพชรบุรี

Cluster ที่ 3 : ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม : กรุงเทพฯ, เชียงใหม่, เชียงราย, สุโขทัย, กาญจนบุรี, อยุธยา

Cluster ที่ 4 : ความสนใจเฉพาะ : Shopping, Food , MICE, Golf , Wellness & Spa

1.2 สินค้าใหม่พร้อมขาย 12 กลุ่ม ได้แก่...

1) New Destination : เกาะช้าง, อุทัยธานี
2) Golf : เขาใหญ่, พัทยา, ระยอง-จันทบุรี, สมุย
3) Marine Activities : Under Water World พัทยา, เรือดำน้ำ ภูเก็ต
4) Wellness & Spa : ภูโคลน แม่ฮ่องสอน, น้ำตกร้อนคลองท่อม กระบี่
5) Eco & Solf Adventure : เขาใหญ่, ดูนก แก่งกระจาน/สามร้อยยอด
6) Gateway to GMS : เชียงใหม่-จีนตอนใต้, เชียงใหม่-พม่า : เส้นทางสู่อินโดจีน หมายเลข 8, 9
7) Historical Site : เส้นทางวัฒนธรรมมรดกโลก (ศรีเทพ-ศรีสัชนาลัย/สุโขทัย-กำแพงเพชร) : เวียงกุมกาม เชียงใหม่
8) Agro Tourism : ไร่องุ่น ปากช่อง ฟาร์มโชคชัย, ทัวร์สวนผลไม้ ระยอง จันทบุรี
9) Cultural & Life Style : หมู่บ้านโคกโก่ง ขอนแก่น, หมู่บ้านหนองขาว กาญจนบุรี
10) MICE : Theme Party เชียงใหม่, อยุธยา, ลพบุรี
11) Man Made : ปราสาทไม้สัจจธรรม, พิพิธภัณฑ์ฝิ่น
12) Event : Bangkok Film Festival, Pattaya Music Festival, สงกรานต์ Thailand Grand Sale, ลอยกระทง, Bangkok Count Down รายการกีฬาระดับนานาชาติ เช่น Golf Johny Walker Classic, Tennis Volvo, World Pool เป็นต้น

2. สินค้าสำหรับตลาดในประเทศ

นำเสนอ Unseen Product แบ่งได้เป็น 4 หมวด คือ...

1) Unseen Destination: แหล่งท่องเที่ยว Unseen ที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค เช่น ทะเลแหวก กระบี่ พระธาตุหัวกลับ ลำปาง ฯลฯ
2) Unseen Paradise : ที่พักที่มี Character พิเศษ และ Location ที่สวยงาม
3) Unseen Adventure : การท่องเที่ยวแบบผจญภัย เช่น ล่องแก่ง ฯลฯ
4) Unseen Thainess : นำเสนอสินค้าประเพณี วัฒนธรรม และสิ่งศักดิ์สิทธิ์

กลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาด

1. กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

1) โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็น Quality Destination โดยการสร้างและเผยแพร่ Brand Image และแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบ

2) ประชาสัมพันธ์เพื่อขยายฐานลูกค้า โดยใช้ “อาหารไทย” และ “การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ” เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ประเทศไทย และสร้างเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์ (ภาครัฐ-เอกชนในต่างประเทศ) รวมถึงการเชิญนักเขียน สื่อมวลชน ทัศนศึกษาแนะนำสินค้าพิเศษ พร้อมเขียนบทความส่งเสริมสินค้า

2. กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

1) มุ่งเน้นการทำตลาดที่ให้ผลตอบแทนสูงและคุ้มค่าการลงทุน (More for More) โดยการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ สร้างกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และนำเสนอสินค้าในลักษณะ Tailor Made มากขึ้น

2) การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันโดยการจัดตั้งสำนักงาน ททท. ในต่างประเทศเพิ่มขึ้น Joint Marketing ร่วมกับบริษัทนำเที่ยว สายการบิน สร้างจุดขายสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพสื่อส่งเสริมตลาด

3) ส่งเสริม World Event Marketingโดยการนำเสนอขายเทศกาลงานประเพณีและกิจกรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ได้แก่ งาน Bangkok International Film Festival , Pattaya Music Festival เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง Thailand Grand Sale และ Bangkok Count Down

4) สร้างพันธมิตรทางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

5) ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway สู่อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS)

3. กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดในประเทศ

1) สร้างกระแสนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้มากขึ้น

2) สร้างสิ่งจูงใจและแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมพิเศษหรือโครงการชิงโชคกระตุ้นการเดินทาง รวมถึงการใช้ราคาเป็นแรงจูงใจ

3) ส่งเสริมการขายแบบ Hard Sale โดยการจัด Consumer Travel Fair กระจายทั่วทุกภูมิภาค

4) ส่งเสริมให้มีการจัดประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของหน่วยงานภาครัฐ-เอกชน

5) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทางรถยนต์

6) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวชนในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

7) เสริมสร้างศักยภาพการบริการข้อมูลท่องเที่ยว

<u>เงื่อนไขสู่ความสำเร็จ (Key Success Factors)</u>

1. ความร่วมมือจากหน่วยงานเกี่ยวข้อง ดำเนินการดังนี้...
   - พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม
   - พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมขนส่ง
   - พัฒนาบริการและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
   - พัฒนาการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง
   - การดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
   - พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว
   - สร้าง ระบบ การบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ
2. ได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างพอเพียงที่จะแข่งขันได้

แผนท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 9

1. ให้การท่องเที่ยวเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่คนไทยทุกคนมีโอกาสได้รับ
2. ให้มีการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีเอกภาพ และบูรณาการเพื่อให้มีการอนุรักษ์มรดกการท่องเที่ยวของชาติ เพื่อถ่ายทอดไปยังลูกหลายตลอดไป
3. ให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการให้การศึกษาแก่เยาวชน เป็นโอกาสเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของประชาชน และให้วิถีทางที่ใช้รักษามิใช่ทำลายวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติ
4. ให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการกระจายโอกาสการจ้างงาน การสร้างรายได้ และกระบวนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน
5. ให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ ยกระดับมาตรฐานคุณภาพและการจัดการในภาครัฐ และภาคเอกชน

ปัญหาสำคัญเกี่ยวกับการวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1. ตลาดท่องเที่ยว
2. แหล่งท่องเที่ยว
3. สินค้าทางการท่องเที่ยว
4. รายได้และการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

5. แรงงานด้านการท่องเที่ยว
6. ระบบสารสนเทศและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยว
7. การสร้าง การเผยแพร่และการแก้ไขภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
8. กฎหมายด้านการท่องเที่ยว

ตลาดท่องเที่ยว

<u>ตลาดเชิงรุก</u>

- เอเชียแปซิฟิก : ญี่ปุ่น จีน เกาหลี มาเลเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์
- ยุโรป : อังกฤษ เยอรมันนี อิตาลี ยุโรปตะวันออก สแกนดิเนเวีย เนเธอร์แลนด์ รัสเซีย
- อเมริกา : แคนนาดา
- ตะวันออกกลาง : U.A.E. อิหร่าน คูเวต กาตาร์

แหล่งท่องเที่ยว

<u>แหล่งท่องเที่ยวหลัก</u>

- กรุงเทพ เชียงใหม่ กาญจนบุรี นครราชสีมา ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต สงขลา

<u>แหล่งท่องเที่ยวเสริม</u>

- เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ กระบี่ ตรัง สตูล พัทลุง บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ สุรินทร์ อุบลราชธานี

สินค้าทางการท่องเที่ยว

<u>สินค้าทั่วไป</u>

- ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน

<u>สินค้าเฉพาะกลุ่ม</u>

- กอล์ฟ ฮันนีมูล Long Stay สุขภาพ ผู้สูงอายุ เยาวชน

รายงานแผนรุกปลุกอีสานใต้

สำหรับการสัมมนานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมนโยบายการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือของรัฐบาล เสริมสร้างบรรยากาศและกระตุ้นให้เกิดการลงทุนและการค้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้ให้กว้างขวางอีกทั้งนำผลการรวบรวมปัญหา ระดมความคิดข้อเสนอแนะต่าง ๆ และผลสรุปจากการสัมมนาเสนอไปยังภาครัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่อไป

เศรษฐกิจอีสานกับการพัฒนาในอนาคตนั้น ทรัพยากรอันดับหนึ่งของภาคนี้คือ ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภาคเกษตร และทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญมากในภูมิภาคนี้ คือ น้ำ บางจุดของภูมิภาคนี้มีฝนน้อย ในขณะเดียวกันบางจุดก็เป็นเขตฝนมาก สภาพภูมิศาสตร์ของภูมิภาคนี้ยากต่อการจัดระบบชลประทานทำให้ระบบเก็บกักน้ำมีอยู่ไม่มากนักในภูมิภาคนี้ ทรัพยากรดินมีปัญหาหลายรูปแบบต่างกัน ซึ่งแต่ละรูปแบบกินพื้นที่กว้างขวางมาก เช่น ปัญหาดินเค็ม บางพื้นที่มีหินปูน ดังนั้นจึงต้องเลือกกิจกรรมการเกษตรที่เหมาะสม จากสภาพที่กล่าวมานี้ทำให้ผลผลิตของภาคนี้ต่ำกว่าภาคอื่น ๆ ของประเทศ ปัญหาอีกประการหนึ่ง คือ เรื่องป่าไม้ซึ่งสัมพันธ์กับเรื่องน้ำ ถ้าขาดป่าเมื่อฝนตกก็มีปัญหาการไหลของน้ำอย่างรวดเร็ว หลายพื้นที่ในภาคอีสานเกือบจะไม่มีป่าเลย ทั้งนี้เพราะอัตราการขยายตัวของภาคเกษตรเข้าทำลายป่ามีมากถึงปีละประมาณ 1 ล้านไร่ ซึ่งโดยสรุปแล้วรากฐานของการพัฒนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้นทรัพยากรที่เคยมีอยู่ได้ถูกใช้อย่างมากในอดีต ดังนั้นจึงต้องให้ความสนใจในการบำรุงรักษาทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งจะเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาในอนาคต

ในเรื่องของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจระยะ 4 – 5 ปี ที่ผ่านมาอีสานเจริญขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างสูง แต่เหตุที่อัตราการเจริญเติบโตของภาคนี้สูงเพราะฐานรายได้ต่ำ รายได้ส่วนใหญ่ของภาคนี้มาจากการเกษตรซึ่งต่างจากภาคอื่นที่มีการกระจายโครงสร้างการผลิตไปยังการผลิตอย่างอื่น ๆ ด้วย เช่น อุตสาหกรรม นอกจากนี้การเกษตรของภูมิภาคนี้ขึ้นอยู่กับพืชหลักไม่กี่ชนิด เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ปอ และพืชไร่อื่น ๆ บ้าง ซึ่งราคาตกต่ำลง ส่วนอุตสาหกรรมเกือบจะไม่มีเลยนอกจากอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป มันสำปะหลัง โรงสีข้าวหรือหัตถกรรมที่มีบางพื้นที่ของภาคนี้

การพัฒนาอีสานใต้ในปัจจุบัน มีอยู่ 2 ระยะ คือ ระยะแรกเป็นระยะบุกเบิกพัฒนา ซึ่งเป็นเรื่องโครงการก่อสร้างสาธารณูปโภค และสาธารณูปการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ เช่น สร้างถนนไฟฟ้า การชลประทาน เป็นต้น ที่คิดว่าการพัฒนาสาธารณูปการจะนำความเจริญมาให้นั้น แต่ผลผลิตและรายได้กลับเท่าเดิม ยิ่งกว่านั้นกลับเป็นการเพิ่มรายจ่าย ทั้งนี้เพราะเป็นการพัฒนาที่ล้ำหน้าความสามารถในการหารายได้ การพัฒนาโดยอาศัยโครงสร้างพื้นฐานอย่างเดียวนั้นไม่พอ ในระยะต่อมาเป็นการพัฒนาสมบูรณ์แบบตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 รัฐบาลจึงมีแผนพัฒนาชนบทในพื้นที่ยากจน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภาคอีสาน การพัฒนาสมบูรณ์แบบในภาคอีสานคือ การเพิ่มความสามารถของประชาชนที่จะปรับระบบการผลิตเพื่อเพิ่มความสามารถในการหารายได้ และคุณภาพชีวิต

สำหรับแนวโน้มของการพัฒนาในอนาคตและความเป็นไปได้ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 นั้น เป็นยุคใหม่ที่เรียกว่าแผนรุกเป็นยุคของการปรับระบบการผลิตโดยทำให้คนพร้อมที่จะปรับตัวให้สอดคล้องกับการตลาด การผลิตก็เป็นอีกเรื่องที่สัมพันธ์กันเราต้องมีการกระจายการผลิตภาคเกษตรกรรมให้เหมาะสมกับพื้นที่ เรื่องที่ควรให้ความสำคัญนอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วคือ เรื่องเงินทุน และเรื่องประสิทธิภาพและคุณภาพสินค้า ซึ่งสิ่งที่สำคัญอย่างมากคือ คุณภาพของผู้ประกอบการ

โดยสรุปกลยุทธ์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 คือ

1. กลยุทธ์ที่ตลาดนำ
2. ต้องสอดคล้องกับสภาพการณ์ของประเทศ
3. เรื่องประสิทธิภาพและคุณภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาผู้ประกอบการ

ในปี 2530 นั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทยเฟื่องฟู แต่มีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยมากที่เดินทางมาในภาคอีสาน ทำให้ภาคนี้ไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากเท่าที่ควร จริง ๆ แล้วภาคอีสานมีจุดเด่นที่แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ถึงร้อยละ 78 แต่แหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้กระจัดกระจาย การที่จะให้การท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้เฟื่องฟูนั้นที่มักจะต้องให้สะดวกเพื่อดึงดูดและการคิดก็ต้องมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นจะเข้ามาช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมอื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี เอกชนลงทุนไปเป็นจำนวนมากในเรื่องของการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการด้านการท่องเที่ยวมีการจัดตั้งชมรม สมาคมที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวในหลายจังหวัด หอการค้าจังหวัดต่าง ๆ ในภูมิภาคนี้พยายามจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งเป็นวิธีการที่ดีมากที่จะก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวมาสู่ภูมิภาคนี้ ขณะเดียวกันการที่หอการค้าจัดประชุมหรือจัดสัมมนาเท่ากับเป็นการทบทวนในเรื่องที่เคยได้พูดกันมาแล้วนั้นได้มีการนำไปปฏิบัติกันมากน้อยเพียงใด

ขนบธรรมเนียมประเพณีของภาคอีสานมีความสวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจัยสำคัญในการที่จะสร้างความสนใจของจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวนั่นเองที่เป็นปัจจัยสำคัญซึ่งแหล่งท่องเที่ยวจะต้องการพัฒนา ส่วนการคมนาคมก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การเที่ยวธุรกิจโรงแรมหรือธุรกิจบริการ รายได้ส่วนใหญ่ของการท่องเที่ยวคือ รายจ่ายของนักท่องเที่ยว รายจ่ายส่วนใหญ่ร้อยละ 28 – 30 ก็คือรายจ่ายในการที่จะซื้อสินค้า ของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ งานของศิลปหัตถกรรมอันดับที่สองรองลงมาจากการจำหน่ายสินค้าคือ ด้านโรงแรม การทำโรงแรมนั้นควรที่จะศึกษาความต้องการสถานที่ว่าจะมีผู้มาใช้บริการมากน้อยแค่ไหน ประการต่อมาคือ จำเป็นที่จะต้องหาทำเลที่ดีที่สุด ประการต่อมาคือ การออกแบบในด้านการบริหารนั้นนักบริหารจะต้องมีความรู้ทั้งด้านทฤษฎีและปฏิบัติ

การคมนาคมนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญของการท่องเที่ยว การสร้างโรงแรมนั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือ สร้างให้ถูกสุขลักษณะไม่มืดทึบจนเกินไป และควรให้ความปลอดภัยกับผู้พัก เช่น มีสัญญาณเตือนภัย พนักงานและเจ้าหน้าที่ควรพัฒนาตัวเองให้มีประสิทธิภาพและมีความสามารถเพิ่มมากขึ้น สำหรับโรงแรมในต่างจังหวัดไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นโรงแรมที่มีการลงทุนสูงมาก แต่ควรจะต้องศึกษาผู้ที่จะใช้บริการหรือบริษัททัวร์ที่จะนำนักท่องเที่ยวเข้ามานั้นสามารถที่จะจ่ายเงินค่าห้องในอัตราเท่าใด ซึ่งการสร้างหรือการลงทุนนั้นต้องคำนึงถึงมาตรฐานเป็นหลักฐานเป็นหลักซึ่งมาตรฐานก็คือ ความสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีความสะดวก ปลอดภัยใหม่เสมอ

ในภาคอีสานนั้น ปัญหาหลักเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ เรื่องของโรงแรมที่ยังไม่ดีพอ เนื่องจากยังขาดบุคลากรเฉพาะทางจำนวนค่อนข้างมากจึงต้องมีสถาบันเพื่อผลิตบุคลากรซึ่งสถาบันนั้นก็คือ วิทยาลัยครู ในส่วนของมัคคุเทศก์นั้นควรจะใช้มัคคุเทศก์ซึ่งเป็นคนท้องถิ่นมากกว่าคนนอกท้องถิ่น เพราะจะทำให้เกิดความชำนาญในการที่จะอธิบายถึงโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจนทำให้ผู้ที่มาเกิดความ ประทับใจ

รายงานแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทยและอินโดจีน

วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวลาว กัมพูชา และเวียดนาม ทั้งที่เป็นชาวไทยและลาว ต่างประเทศที่เดินทางผ่านประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดชายแดนของประเทศไทยที่เชื่อมกับเขตของประเทศอินโดจีน เพื่อดูความเป็นไปได้ที่จะผนวกทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศเหล่านี้เข้าด้วยกันและเพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจขึ้นพื้นฐานของประเทศในแถบอินโดจีนว่ามุ่งเน้นไปด้านใด

ผลการศึกษาตลาดการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอินโดจีนมากที่สุดคือ ชาวอเมริกาและฝรั่งเศส ส่วนใหญ่ผู้มาเยือนเป็นเพศชาย อายุอยู่ในช่วง 35 – 44 ปี โดยส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อการพักผ่อนและติดต่อธุรกิจ

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย – อินโดจีน แบ่งเป็น 2 ระดับคือ ระดับรัฐบาลกับรัฐบาลและระดับเอกชนกับเอกชน

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับรัฐบาลกับรัฐบาล รัฐบาลไทยควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการเชื่อมความสัมพันธ์ไทย-อินโดจีน ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างกันและกัน และร่วมกันสร้างตลาดการท่องเที่ยวไทย อินโดจีนให้เป็นเอกภาพโดยใช้มาตรการที่ 1 คือ ผ่อนคลายระเบียบต่าง ๆ ในการผ่านแดนโดยเฉพาะในด้านความมั่นคงต่าง ๆ โดยการเจรจาฉันท์มิตร และโดยการผ่อนคลายให้คนต่างด้าว ผู้อพยพชาวอินโดจีนเดินทางเข้า-ออก ไทยไปยังประเทศอินโดจีนได้สะดวกขึ้น ซึ่งเป็นผลดีคือ เป็นการขยายตลาดการท่องเที่ยวชาวอินโดจีนที่เป็นผู้อพยพในยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย ฯลฯ กลับเยี่ยมบ้านผู้อพยพเหล่านี้มีกำลังซื้อและอยากจะเดินทางผ่านประเทศไทยเพื่อจับจ่ายใช้สอย แต่มีผลเสียคือ การปรับนโยบายเพื่อความมั่นคงให้เป็นการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนศิลปกรรม การศึกษาและการท่องเที่ยวเป็นแกนนำอาจทำให้เกิดความไม่พร้อมบ้างในช่วงแรก ๆ มาตรการที่ 2 คือ เสริมสร้างความง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในอินโดจีนโดยให้มีการร่วมมือพัฒนาฟื้นฟูถนน ทางน้ำและท่าเรือ ทางรถไฟ และท่าอากาศยาน ตลอดจนเสริมทักษะด้านการจัดการดูแล โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ให้กับบุคลากรของประเทศอินโดจีนแต่การลงทุนพื้นฐานมีมูลค่าสูงมาก จึงต้องมีการร่วมทุนระหว่างประเทศอินโดจีน – ไทย – ประเทศผู้บริจาค องค์การระหว่างประเทศที่ให้กู้ยืมอื่น ๆ เพื่อกำหนดลำดับก่อนหลังของแต่ละโครงการ

ระบบการบริหารโครงการและเงินทุน ซึ่งเป็นผลดีในแง่การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย อินโดจีนและการร่วมทุนด้านธุรกิจอื่น ๆ ด้วย แต่ผลเสียที่อาจมีคือ การเข้าถึงจะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรวดเร็วเกินไป อาจทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมคุณภาพและการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมไว้ให้ยั่งยืน มาตรการ 2.2 คือ ร่วมพัฒนาโดยการลงทุนเพื่อยกระดับรูปแบบการบริการโรงแรม อาหาร ของที่ระลึก ความสะอาด การจัดการ ฯลฯ และมาตรการสุดท้ายคือ การสร้างระบบเครือข่าย การออกประทับตราหนังสือเดินทางเพื่อขออนุญาตไปยังประเทศอินโดจีนที่สะดวกสบายมากกว่าปัจจุบัน

แนวทางการส่งเสริมในระดับเอกชนกับเอกชน ให้มีนโยบายการตลาดโดยรวม ตลาดการท่องเที่ยวไทย อินโดจีนให้เป็นเอกภาพเพื่อขายการท่องเที่ยวไทย-อินโดจีน ในด้านต่าง ๆ โดยในแต่ละภูมิภาคของไทยจะมีจุดขายที่แตกต่างกัน เช่น กรุงเทพฯ และส่วนกลางเป็นที่เหมาะจะเป็นประตูจุดแรกในการเข้าออกสู่อินโดจีน ซึ่งจุดขายคือความสะดวกทันสมัยมีการจัดการดี อาหารอร่อย บริการประทับใจ เป็นเมืองที่เหมาะสมกับการซื้อของซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะตอบสนองต่อนักธุรกิจที่พักผ่อน อาจนับเป็นจุดแรกจากการเดินทางไกลจากยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น ซึ่งควรมีการตั้งราคาให้เหมาะสมเพื่อกระตุ้นให้มีการเดินทางผ่านประตูในจุดนี้ สำหรับจังหวัดชายแดนไทย-อินโดจีน จะมีแหล่งท่องเที่ยวโดยการสร้างถนนจะทำให้การส่งเสริมการขายวัฒนธรรมกัมพูชาและธรรมชาติไทย-ลาว สองฝั่งโขงมีความเป็นได้สูง และถ้าการเดินทางสามารถเข้าถึงเวียดนามตอนกลาง-ใต้ ได้จะทำให้ตลาดเป็นเอกภาพมากขึ้น สำหรับตลาดกัมพูชา เวียดนาม ลาวและไทยมีจุดขายคือ ปราสาทและวัฒนธรรมชายฝั่งทะเลที่ยาวและหาดทรายล่องตามแม่น้ำโขง แก่งและน้ำตก ธรรมชาติ ซึ่งถ้ามีการรวมตลาดเข้าด้วยกันไม่ว่าด้านยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่นหรือตลาดผู้อพยพจะทำให้การเข้าออกสู่ภูมิภาคทำได้ครบวงจรตามแต่ความต้องการของนักท่องเที่ยวและโปรแกรมทัวร์ที่นำเสนอและจุดขายที่นำเสนอจะไม่ขัดแย้งกันเพราะเป็นการเสนอขายคนละสินค้า ผลประโยชน์ที่ได้จะสมดุลแม้ว่าไทยจะมีหาดทรายและทะเลที่สวยงาม มีวัฒนธรรมภาคเหนือและธรรมชาติที่งดงาม การขายแหล่งท่องเที่ยวทั้งสองจะเป็นคนละตลาดกับท่องเที่ยวอินโดจีนและรวมกันไม่ได้ เพราะต้นทุนในการท่องเที่ยวจะสูงเกินไปเนื่องจากเวลา การเดินทางและงบประมาณจำกัด

บทที่ 3
ข้อมูลพื้นฐานและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่ศึกษา

➢ จังหวัดสระแก้ว

ตราประจำจังหวัด รูปพระพุทธรูปปางสรงน้ำ ประทับยืนบนดอกบัว กลางสระแก้ว-สระขวัญ ตอนกลางเป็นพระอาทิตย์ยามรุ่งอรุณ ด้านหลังสุดเป็นรูปปราสาทเขาน้อยสีชมพู

คำขวัญ ชายแดนเบื้องบูรพา ป่างามน้ำตกสวย มากมายด้วยรอยอารยธรรมโบราณ ย่านการค้าไทย-เขมร

ต้นไม้ประจำจังหวัด ต้นมะขามป้อม

ดอกไม้ประจำจังหวัด ดอกแก้ว

สระแก้วในอดีตเป็นชุมชนที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาก่อน มีความเป็นมายาวนานตั้งแต่สมัยอาณาจักรสุวรรณภูมิ และอาณาจักรทวารวดี ซึ่งปรากฏหลักฐานความเจริญของอารยธรรมโบราณ แยกตัวออกจากปราจีนบุรี เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2536 เป็นจังหวัดที่ 74 ของประเทศไทย สระแก้วเป็นจังหวัดชายแดนด้านภาคตะวันออกของประเทศมีแนวเขตพรมแดนติดราชอาณาจักรกัมพูชา ยาวประมาณ 165 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 7,195 ตารางกิโลเมตร ทิศเหนือจดจังหวัดนครราชสีมา และอำเภอโนนดิน-แดง จังหวัดบุรีรัมย์ ทิศใต้จดอำเภอสอยดาวจังหวัดจันทบุรี ทิศตะวันออกจดราชอาณาจักรกัมพูชา ทิศตะวันตกจดอำเภอกบินทร์บุรี อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี และอำเภอสนามชัย เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

สถานที่น่าสนใจ

อำเภอเมือง

ศาลหลักเมือง ศาลหลักเมืองจังหวัดสระแก้ว ตั้งอยู่ ณ ปริมณฑลสวนกาญจนาภิเษก จังหวัดสระแก้ว หมู่ที่ 3 ตำบลท่าเกษม อำเภอเมืองสระแก้ว

สระแก้วสระขวัญ ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 6 และหมู่ที่ 7 ตำบลสระแก้ว เชื่อกันว่าน้ำในสระแห่งนี้เป็นนำศักดิ์สิทธิ์ที่เคยนำไปใช้ในราชพิธีราชาภิเษก ซึ่งเป็นที่มาของชื่อ จังหวัดสระแก้ว

อุทยานแห่งชาติปางสีดา มีเนื้อที่ประมารณ 844 ตารางกิโลเมตร สภาพภูมิประเทศของอุทยานฯ ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงชันสลับซับซ้อน เป็นป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ น้ำตกปางสีดา น้ำตกผาตะเคียน กลุ่มน้ำตกแควมะค่า น้ำตกรากไทรน้อย น้ำตกลานหินใหญ่ น้ำตกสวน-มั่นสวนทอง น้ำตกม่านธารา น้ำตกถ้ำค้างคาว น้ำตกธารพลับพลึง น้ำตกทับเทวา จุดชมวิว และแหล่งจระเข้น้ำจืด

อำเภอวัฒนานคร

อ่างเก็บน้ำท่ากระบาก ตั้งอยู่เขตระหว่างหมู่ที่ 7 ตำบลท่าแยก อำเภอเมือง กับหมู่ที่ 8 ตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร

สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าช่องกำบน ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 ตำบลหนองหมากฝ้าย อำเภอวัฒนานคร เป็นแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์ป่าที่หายาก และใกล้สูญพันธุ์ ก่อนที่จะปล่อยสู่แหล่องธรรมชาติป่า

พระบรมราชานุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ประดิษฐาน ณ บริเวณสวนเฉลิมพระเกียรติบนเนื้อที่ 720 ไร่ ที่อำเภอวัฒนานคร เพื่อเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ และรวมพลังของประชาชนของชาวจังหวัดสระแก้ว

ปราสาทบ้านน้อย ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลผักขะ

อำเภออรัญประเทศ

ตลาดโรงเกลือ ตั้งอยู่เขตหมู่ที่ 7 ตำบลป่าไร่ อำเภออรัญประเทศ ห่างจากประตูชัยฯ ประมาณ 500 เมตร ปัจจุบันได้พัฒนามาเป็นตลาดชายแดนที่มีขนาดใหญ่โตมาก มีสินค้าราคาถูกนานาชนิดทั้งของไทย เขมร เวียดนาม จีน มาวางขายให้กับประชาชนถือว่าเป็นตลาดที่ทำรายได้เข้าประเทศที่ใหญ่ที่สุด

ปราสาทเขาน้อย ตั้งอยู่ตำบลคลองน้ำใส ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของอำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

พระสยามเทวาธิราช (จำลอง) ตั้งอยู่หน้าสำนักงานเทศบาลตำบลอรัญประเทศ สร้างโดย พระอุทัยธรรมอารี เจ้าอาวาสวัดป่ามะไฟ ได้สร้างพระสยามเทวาธิราชจำลอง ขนาด 1.29 เมตร เมื่อ พ.ศ.2518

ประตูชัยอรัญประเทศ เป็นประตูที่สร้างขึ้นตรงพรหมแดนไทย-กัมพูชา ที่บ้านคลองลึก ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

วัดอนุบรรพต หรือ เขาน้อย ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านใหม่หนองไทร

ปราสาทเมืองไผ่ ตั้งอยู่ตำบลเมืองไผ่ อำเภออรัญประเทศ

อำเภอเขาฉกรรจ์

สวนรุกขชาติเขาฉกรรจ์-ถ้ำค้างคาว ตั้งอยู่หมู่ที่ 5 และหมู่ที่ 6 อำเภอเขาฉกรรจ์ ดูภายนอกจะเห็นภูเขาปูนสูง 240 เมตร ลักษณะภูเขา จะมีภูเขาเรียงกัน 3 ลูก มีถ้ำน้อยใหญ่ถึง 72 ถ้ำ เป็นที่อาศัยของลิงป่า และค้างคาว การชมค้างคาวจะต้องชมตอนเวลา 18.00 น. จะมีค้างคาวจำนวนล้าน ๆ ตัว

แหล่งโบราณคดีบ้านโคกมะกอก ตั้งอยู่หมู่ที่ 9 ตำบลเขาสามสิบ อำเภอเขาฉกรรจ์

อำเภอตาพระยา

ละลุหรือโป่งยุบ ตั้งอยู่ที่บ้านคลองยาง ตำบลทัพราช อ.ตาพระยา ละลุมีลักษณะคล้ายแพะเมืองผีที่จังหวัดแพร่ แต่มีขนาดเล็กมีเนื้อที่กว้างขวางกว่าห้าสิบไร่ นับเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เกิดจากการยุบตัวของพื้นดินทำให้เกิดรูปแบบต่าง ๆ งดงามแปลกตา

อุทยานแห่งชาติตาพระยา ประกาศจัดตั้งเมื่อปี พ.ศ.2539 มีพื้นที่ทั้งหมด 594 ตารางกิโลเมตร เป็นถิ่นที่อยู่ของสัตว์ป่าหลายชนิด และยังมีนกพันธุ์ต่าง ๆ อาศัยอยู่กว่า 300 ชนิด

ปราสาทเขาโล้น ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 บ้านเจริญสุข ตำบลทัพราช อำเภอตาพระยา

อำเภอคลองหาด

ทะเลสาบคลองหาด ตั้งอยู่ ณ หลังที่ว่าการอำเภอคลองหาด มีเนื้อที่ประมาณ 28 ไร่เศษ ได้เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมตั้งแต่ปี 2538 และนอกจากนี้ยังมีนกอพยพมาอยู่เป็นจำนวนมาก

กิ่งอำเภอโคกสูง

ปราสาทสด๊อกก๊อกธม ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 บ้านหนองเสม็ด ตำบลโคกสูง เชื่อว่าสร้างขึ้นประมาณพุทธศักราช 1480 ในยุคพระเจ้าชัยวรมันที่ 4

เทศกาล และงานประเพณี อาทิ

งานสืบสานวัฒนธรรมเบื้องบูรพา และงานกาชาดจังหวัดสระแก้ว

งานวันแคนตาลูป

งานวันดอกแก้วบานเบื้องบูรพา

ของฝากที่ระลึก

ผลิตภัณฑ์จากไม้ อำเภอวังน้ำเย็น

แคนตาลูป อำเภออรัญประเทศ

ผ้าไหมบ้านหันทราย ผู้ริเริ่มการทอผ้าไหมบ้านหันทรายคือ นางน้อย เพ็งบุญสม

สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น จำกัด ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลวังใหม่ กิ่งอำเภอวังสมบูรณ์ มีสมาชิกในพื้นที่จังหวัดสระแก้ว 7 อำเภอ มีสมาชิก 1,276 ราย

มะขามยักษ์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 ตำบลคลองหินปูน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว โดยใช้ชื่อว่า “สวนเขากระดาษ” ทางเข้าสวนมะขามยักษ์ เป็นถนนลาดยาง ห่างจากตัวจังหวัดสระแก้ว ประมาณ 36 กิโลเมตร

เครื่องจักสาน เป็นภูมิปัญญาของคนสระแก้ว คือ นายคำหมา ชมเชย อยู่หมู่ที่ 2 บ้านใหม่-ปากฮ่อง ตำบลคลองน้ำใส อำเภออรัญประเทศ

อาหารจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ข้าวหลามสังขยา อ.วัฒนานคร

ร้านโพธิ์แก้วแอนติค ตั้งอยู่ที่ 78 ถนนจิตต์สุวรรณ จำหน่ายของโบราณ ของเก่า ในอำเภออรัญประเทศ

➢ จังหวัดบุรีรัมย์

ประวัติ เมืองบุรีรัมย์ดั้งเดิมเป็นชุมชนนครโบราณที่มีความรุ่งเรืองมาแต่สมัยทวราวดี (ราวพุทธศตวรรษที่ 12 – 16) เชื่อมต่อสมัยลพบุรี มีปราสาทขอมโบราณจำนวนมาก จนได้รับขนานนามว่า “นครร้อยปรางค์” ต่อมาในปี พ.ศ.2319 สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ได้โปรดให้พระบาลสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ครั้งดำรงพระยศเป็นเจ้าพระยาจักรี ยกทัพไปจัดระเบียบการปกครองเมืองนางรอง และได้รวบรวมชุมชนที่กระจัดกระจายมาก่อตั้งเมืองแปะ (ตามชื่อต้นแปะ) ที่บริเวณเมืองร้างใกล้ลุ่มน้ำห้วยจรเข้มาก ครั้งเมื่อ พ.ศ.2411 รัชกาลที่ 5 ได้เปลี่ยนชื่อเมือง “เมืองแปะ” เป็น “เมืองบุรีรัมย์” หมายถึงเมืองแห่งความรื่นรมย์ จนกระทั่งปัจจุบัน

ที่ตั้งและอาณาเขต บุรีรัมย์อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ โดยทางรถยนต์ 411 กิโลเมตร และทางรถไฟ 376 กิโลเมตร ทิศเหนือติดจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม ทิศใต้ติดจังหวัดสระแก้ว กัมพูชา ทิศตะวันออกติดจังหวัดสุรินทร์ ทิศตะวันตกติดจังหวัดนครราชสีมา

พื้นที่จังหวัด พื้นที่ทั้งหมดประมาณ 6,451,178.125 ไร่ หรือ 10,321.885 ตร.กม. เป็นพื้นที่ป่าไม้ 556,625 ไร่ หรือประมาณร้อยละ 8.72 ของพื้นที่จังหวัด ลักษณะพื้นที่เป็นที่ราบสูงลาดจากทิศใต้ลงไปทางทิศเหนือ เป็นดินแดนที่มีภูเขาไฟ (ดับแล้ว) หลายแห่ง และมีแม่น้ำมูล ลำน้ำชี ลำมาศ ลำนางรอง ลำพังชู ฯลฯ เป็นสายน้ำสำคัญ ส่วนทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญได้แก่ หินบะซอลล์และทรายจืด

ประชากรและรายได้ จังหวัดมีประชากรประมาณ 1,545,779 คน เป็นชาย 772,168 คน หญิง 773,611 คน มีรายได้ประชากรเท่ากับ 22,151 บาท / คน / ปี มีภาษาเขมร ลาวอีสาน ไทยโคราช และส่วย เป็นภาษาท้องถิ่น ประชากรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 99 นับถือศาสนาพุทธ

การปกครอง แบ่งออกเป็น 21 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อ.เมืองบุรีรัมย์ ลำปลายมาศ ประโคนชัย สตึก พุทไธสง นางรอง บ้านกรวด กระสัง ละหานทราย คูเมือง หนองกี่ ปะคำ พลับพลาชัย ห้วยราช โนนดินแดง โนนสุวรรณ ชำนิ นาโพธิ์ หนองหงส์ เฉลิมพระเกียรติ บ้านใหม่ไชยพจน์ กิ่ง อ.บ้านด่าน และกิ่ง อ.แคนดง องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 24 แห่ง อบต. 184 แห่ง และสภาตำบล 3 แห่ง

การประกอบอาชีพ ประชากรร้อยละ 89 ประกอบอาชีพเกษตร โดยมีพื้นที่การเกษตรประมาณ 3,850,803 ไร่ หรือร้อยละ 59.69 ของพื้นที่จังหวัด อาชีพที่สำคัญได้แก่ ปลูกข้าวร้อยละ 81 รองลงมาเป็นพืชไร่ มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ มันสำปะหลัง อ้อย ยางพารา และอุตสาหกรรมสำคัญ คือ โรงสีข้าว โรงโม่หิน โรงงานทำวิกผม โรงงานน้ำตาล โรงงานผลิตสุรา และโรงงานแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร

สถานที่ท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวอนุสรณ์สถาน

<u>อนุสาวรีย์เราสู้</u> ตั้งอยู่ที่ตำบลโนนดินแดง อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นอนุสรณ์ที่สร้างขึ้นเพื่อระลึกถึงเกียรติประวัติและสดุดีวีรกรรมของประชาชน เจ้าหน้าที่พลเรือน ตำรวจ ทหาร และบรรดาที่ได้ผนึกกำลังกันเข้าต่อสู้กับผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ ที่ขัดขวางการสร้างทางยุทธศาสตร์สายสำคัญที่ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งทั้งด้านการปกครองป้องกัน และการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม ที่ส่งผลถึงความมั่นคงของชาติโดยตรงเป็นเส้นทางตามแนวชายแดนไทย-กัมพูชาที่มีมาแต่โบราณ ซึ่งกรมทางหลวงดำเนินการก่อสร้าให้เป็นทางลาดยางระยะทาง 57 กิโลเมตรเริ่มจากหลัก กม.ที่ 61 ท้องที่อำเภอละหานทรายผ่านบ้านโนนดินแดงและช่องตะโก อันเป็นช่องทางที่บรรจบกัทางสายตาพระยา ตรงหลักกม. ที่ 118 อำเภออรัญประเทศ จังหวัดปราจีนบุรี (ปัจจุบันอยู่ในจังหวัด สระแก้ว) แต่เนื่องจากผู้ก่อการร้ายได้ขัดขวางและมีการต่อสู้กันในระหว่างสร้างทาง ทำให้มีผู้เสียชีวิตถึง 110 คน ใช้เวลาสร้างถึง 5 ปี 8 เดือนอนุสาวรีย์เราสู้เป็นประติมากรรมรูปคนลอยตัวคือสามารถมองเห็นได้รอบด้านประกอบด้วยภาพราษฎร ชาย-หญิง ทหาร ตำรวจ อส. และทสปช. จำนวน 5 คน หล่อด้วยโลหะรมดำขนาดเท่าตัวจริงลักษณะหันหลังชนกัน มือถือธงชาติไทย และอาวุธในท่าการรวมพลังกันต่อสู้ ตั้งอยู่บนฐานสี่เหลี่ยมสูงที่ฐานทั้งสี่ด้าน มีภาพนูนสูง

หล่อด้วยปูนซีเมนต์ปั้นเป็นภาพแสดงเรื่องราวต่างๆ คือภาพแสดงการดำรงชีวิตของชาวบ้านอย่างสงบสุข สนุกสนานรื่นเริงตามปกติ ภาพแสดงการสร้างทาง สายละหานทราย-ตาพระยา ภาพแสดงการร่วมมือกันระหว่างทหาร ตำรวจ ประชาชนอส.ทสปช. ต่อสู้กับผู้ที่ขัดขวางการสร้างทาง และภาพแสดงถึงชัยชนะของรัฐบาลต่อผู้ก่อการร้าย

อนุสรณ์สถานประชาชน-อีสานใต้ ตั้งอยู่ในบริเวณวัดบ้านโคกเขา ตำบลโคกมะม่วง อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์อนุสรณ์สถานแห่งนี้สร้างไว้สำหรับเป็นที่บรรจุอัฐิของผู้เสียชีวิตในเขตป่าเขาของภาคอีสานใต้ในยุคที่การต่อสู้ด้วยกำลังอาวุธระหว่างรัฐบาลกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย (พคท.) เมื่อการต่อสู้ด้วยกำลังอาวุธของกองทัพปลดแอกประชาชนแห่งประเทศไทย (ทปท.) ภายใต้การนำของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยเขตอีสานใต้ ได้ยุติลงอย่างสิ้นเชิง ใน พ.ศ.2527 บรรดาชาวไร่ ชาวนา กรรมกร นักศึกษา ปัญญาชน และผู้รักชาติ รักประชาธิปไตยทุกสาขาอาชีพ ได้แยกย้ายกันกลับสู่ภูมิลำเนาของตน ต่างประกอบสัมมาอาชีพ หรือไม่ก็ศึกษาต่อ เมื่อตั้งหลักปักฐานได้พวกเขาก็ได้ตั้งคณะทำงานออกขุดหาศพของผู้เสียชีวิตในเขตป่าเขา ซึ่งถูกฝังอย่างเร่งรีบในยุคการต่อสู้ด้วยกำลังอาวุธปี พ.ศ.2538 ญาติมิตรของผู้เสียสละชีวิตไปในเขตป่าเขา และคณะทำงานขุดหาศพได้ร่วมกันนำอัฐิที่ขุดหามาได้ทำพิธีฌาปนกิจ และได้รวบรวมปัจจัยก่อสร้างเป็นสถูปหรืออนุสรณ์สถานขึ้น เสร็จสมบูรณ์เมื่อปี พ.ศ. 2539 สถูปหรืออนุสรณ์สถานประชาชน-อีสานใต้ แห่งนี้รูปลักษณ์อิงสถาปัตยกรรมขอมความสูงประมาณอาคารสูง 4-5 ชั้น มีบันไดทางขึ้น 2 ทิศด้วยกันส่วนตัวองค์สถูปจารึกชื่อ ผู้เสียชีวิตไว้ทั้งสองด้าน อีกสองด้านเป็นกว้าง มีรัศมี 12 เมตรพื้นปูด้วยหินทราย ขอบลานด้านหนึ่งสร้างเป็นอัฒจันทร์ สำหรับนั่งพักผ่อนหรือเป็นที่นั่งชมกิจกรรม และยังมีการปลูก ไม้พุ่ม ไม้ดอก ไม้ประดับ เพื่อความสวยงามอีกด้วย

สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

เขื่อนลำนางรอง-คลองมะนาว-โรงงานหลวง อยู่ที่อำเภอโนนดินแดง ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 107 กิโลเมตร ห่างจากอนุสาวรีย์เราสู้ตามทางแยกลงไป200เมตรมีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่สวยงามมีที่ให้นั่งเล่นบนแพ ริมอ่างฯหรือลงเรือชมธรรมชาติ ชิมปลานานาชนิดจากหมู่บ้านประมงริมอ่างชมโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูป ซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานเช่น ข้าวโพดอ่อน หน่อไม้

วนอุทยานเขากระโดง ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองบุรีรัมย์ 6 กิโลเมตร บนเส้นทางสายบุรีรัมย์-ประโคนชัย เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นที่ตั้งของภูเขาไฟโบราณ ซึ่งยังคงปรากฏร่องรอยปากปล่องภูเขาไฟ ลักษณะเป็นแอ่งน้ำขนาดเล็กมีน้ำขังตลอดปี สูงจากระดับน้ำทะเล 265 เมตรเป็นที่ประดิษฐานพระสุภัทรบพิตร พระคู่บ้านคู่เมือง และมีปรางค์กู่โบราณ ภายใน ประดิษฐานพระพุทธบาทจำลอง การเดินทางสามารถเดินทางโดยรถประจำทางสาย 1

อ่างเก็บน้ำห้วยตลาดและสวนนกบุรีรัมย์ อยู่ห่างจากตัวเมืองบุรีรัมย์ 12 กม.ไปตามเส้นทางสายบุรีรัมย์-ประโคนชัย(ทางหลวงหมายเลข 219) มีนกชนิดต่างๆม าอาศัยพักนอนจำนวนมากกว่า100 ชนิดโดยเฉพาะช่วงเดือนกันยายน- มีนาคม มีฝูงนกยางเป็นจำนวนหมื่นๆตัวและพบนกที่เกือบจะสูญพันธ์เช่น นกเป็ดหงส์ นกกุลาขาว และนกกาบบัว ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวมาศึกษาจำนวนมากการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางสายบุรีรัมย์-ประโคนชัยต่อด้วยจักรยานยนต์ รับจ้าง

อ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก อยู่ห่างจากตัวเมืองบุรีรัมย์ประมาณ 12 กิโลเมตร ตามทางหลวงสาย 219 สายบุรีรัมย์-ประโคนชัยเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดกลาง เพื่อเกษตรกรรม และเป็นแหล่งผลิตน้ำประปาของจังหวัด เป็นพื้นที่ เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเป็นที่อนุรักษ์พันธ์สัตว์ป่าและเป็นที่อนุรักษ์พันธ์สัตว์นกน้ำชนิดต่างๆ มีทิวทัศน์ ที่สวยงาม

อ่างเก็บน้ำสนามบินเก่า ตั้งอยู่ในท้องที่อำเภอประโคนชัย ห่างจากตัวเมืองประโคนชัย 6 กิโลเมตร ตามทางหลวงประโคนชัย-บุรีรัมย์ เป็นอ่างเก็บน้ำที่มีทิวทัศน์สวยงาม เป็นที่ตั้งเขตห้ามล่าสัตว์ป่าอ่างเก็บน้ำมีนกน้ำนานาชนิดอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก พบนกที่หายากในธรรมชาติได้แก่ นกอ้ายงั่ว ห่านเกรย์แล็คหรือห่านเทาปากสีชมพูนกกาบบัว นกเป็ดหงส์ เป็ดดำหัวดำ เป็นแหล่งดูนกน้ำที่ดีที่สุดอีกแห่งหนึ่งในประเทศไทย เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีสำคัญในระดับนานาชาติ เหมาะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ

อ่างเก็บน้ำทุ่งแหลม ตั้งอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 24 บริเวณบ้านถนนหัก ห่างจากอำเภอนางรอง 4 กิโลเมตร เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดเล็ก ซึ่งได้รับการปรับปรุงให้เป็นจุดแวะพักริมทาง ก่อนถึงปราสาทหินพนมรุ้ง มีศาลาพัก ริมทาง ตกแต่งบริเวณโดยรอบให้ร่มรื่นสวยงาม

ฝายบ้านหมวดหมู ตั้งอยู่ในท้องที่ตำบลละลวด อำเภอชำนิ เป็นฝายกั้นลำน้ำธรรมชาติ ชาวบ้านได้ร่วมกันจัดตั้งเป็นเขต อนุรักษ์พันธ์พืชและสัตว์ มีนกน้ำเข้าไปอาศัยเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะ"นกแขวก"ซึ่งอาศัยพักนอนในพุ่มไม้ในเวลากลางวันและจะออกหากินในเวลากลางคืน สองฟากฝั่งของลำสะตึงมีทิวทัศน์ที่ร่มรื่นสวยงามวิถีชีวิตชาวบ้านที่หลากหลายน่าสนใจเหมาะสำหรับดูนกชมธรรมชาติสองฝั่งลำน้ำ

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ ตั้งอยู่ในท้องที่อำเภอโนนดินแดง และอำเภอปะคำ เป็นป่าธรรมชาติผืนใหญ่ ที่ยังมีสภาพป่าที่ สมบูรณ์ มีแนวเขตป่าเชื่อมต่อกับอุทยานแห่งชาติทับลาน จังหวัดนครราชสีมาและอุทยานแห่งชาติ ตาพระยา จังหวัดสระแก้ว มีพันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ตะเคียนหิน ตะเคียนทอง เคี่ยมกะบาก มะค่าโมง ตะแบกมีสัตว์ป่าจำนวนมากเช่น ช้างป่า กระทิง วัวแดง เก้ง กวาง เลียงผา ไก่ฟ้าพญาลอ นกขุนทอง และนกป่าเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารเช่นลำนางรอง ลำมาส ลำไชกง แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ การดูนก ดูผีเสื้อศึกษาพันธ์ไม้ป่า การถ่ายภาพสัตว์ป่าในธรรมชาติ การเดินป่า การจัดกิจกรรมด้านการอนุรักษ์

สถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถาน

ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง อยู่ที่ตำบลตาเป๊ก อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์กรมศิลปกรได้ขึ้นทะเบียนไว้และทำการบูรณะซ่อมแซมเปิดเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ เมื่อปี 2531 ตำบลตาเป๊ก อำเภอเฉลิม-พระเกียรติ

ปราสาทเมืองต่ำ กรมศิลปากรได้ทำการบูรณะเสร็จเรียบร้อยแล้ว นับเป็นปราสาทหินที่มีความสวยงามมากอีกแห่งหนึ่งของจังหวัด บ้านโคกเมือง ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ปราสาทเขากระโดง ได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานไว้แล้ว ได้ทำการบูรณะเมื่อ ประมาณ 60 ปีมาแล้ว ยังมีร่องรอยของหินทรายที่ใช้ก่อสร้างปราสาทเขากระโดงอยู่บ้าง ปัจจุบันเป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาทจำลอง อยู่บนเขากระโดง บ้านโคกเขา ตำบลเสม็ด อำเภอเมืองบุรีรัมย์

ปราสาทกุฏิฤาษี บ้านหนองแวง ตำบลหนองแวง อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์

ปราสาทกระจับโพรง บ้านหนองปล่อง ตำบลหนองปล่อง อำเภอชำนิ

ปราสาทเขากระเจียว บ้านโนนดินแดง ตำบลโนนดินแดง อำเภอโนนดินแดง

ปราสาทเขาดุม บ้านละหานทราย ตำบลละหานทราย อำเภอละหานทราย

ปราสาทเขาปลายบัด บ้านเขาคอก ตำบลเขาคอก อำเภอประดคนชัย

ปราสาทโคกปราสาท อยู่ในเขตเทศบาล ตำบลบ้านกรวด อำเภอบ้านกรวด

ปราสาทโคกพลวงหนองเสม็ด บ้านหนองกง ต.หนองกง อ.นางรอง

ปราสาทโคกสนวน บ้านโคกสนวน ต.หนองปล่อง อ.นางรอง

ปราสาทโคกสำโรง ต.หนองกง อ.นางรอง

ปราสาทถมอ บ้านละหานทรายเก่า ต.หินลาด อ.บ้านกรวด

ปราสาทดอนหวาย บ้านดอนหวาย ต.หนองปล่อง อ.ชำนิ

ปราสาทเถาวัลเปรียง ต.หนองบัว อ.ปะคำ

ปราสาทไทรออ บ้านไทรออ ต.โคกกลาง ต.โคกกลาง อ.ลำปลายมาศ

ปราสาทนางอรพิมพ์ บ้านสี่เหลี่ยม ต.โคกกลาง อ.ลำปลายมาศ

ปราสาทบ้านโคกปราสาท บ้านโคกปราสาท ต.จันดุม อ.พลับพลาชัย

ปราสาทดงพลอง อยู่ในบริเวณโรงเรียนบ้านดองพลอง ต.ดงพลอง กิ่งอำเภอแคนดง

ปราสาทบ้านตะไก้ บ้านตะไก้ ต.หนองกง อ.นางรอง

ปราสาทไบแบก บ้านสายโท 5 ต.ตะกู อ.บ้านกรวด

ปราสาทบ้านโคกงิ้ว บ้านโคกงิ้ว ต.ปะคำ อ.ปะคำ

ปราสาทบ้านเมืองฝาง บ้านเมืองฝาง ต.หนองสองห้อง อ.เมืองบุรีรัมย์

ปราสาทบ้านยาง บ้านเมืองยาง ต.บ้านกรวด อ.บ้านกรวด

ปราสาทบ้านร่อนทอง บ้านร่อนทอง ต.ร่อนทอง อ.สตึก

ปราสาทบ้านสวนเขื่อน บ้านสวนเขื่อน ต.ตลาดโพธิ์ อ.ลำปลายมาศ

ปราสาทบ้านหนองหว้า บ้านหนองหว้า ต.หนองแวง อ.ละหานทราย

ปราสาทบ้านใหม่ไทยเจริญ บ้านไทยเจริญ ต.ปะคำ อ.ปะคำ

ปราสาทปราจิต บ้านหนองเสม็ด ต.หนองปล่อง อ.นางรอง

ปราสาทหนองเปล่งหรือปราสาทหนองตาเปล่ง บ้านหนองตาเปล่ง ต.ช่อผกา อ.ชำนิ

ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง อยู่ที่ตำบลตาเป็ก อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์กรมศิลปกรได้ขึ้นทะเบียนไว้ และทำการบูรณะซ่อมแซมเปิดเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ เมื่อปี 2531 ตำบลตาเป็ก อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

ปราสาทเมืองต่ำ กรมศิลปากรได้ทำการบูรณะเสร็จเรียบร้อยแล้ว นับเป็นปราสาทหินที่มีความสวยงามมากอีกแห่งหนึ่งของจังหวัด บ้านโคกเมือง ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ปราสาทเขากระโดง ได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานไว้แล้ว ได้ทำการบูรณะเมื่อ ประมาณ 60 ปีมาแล้ว ยังมีร่องรอยของหินทรายที่ใช้ก่อสร้างปราสาทเขากระโดงอยู่บ้าง ปัจจุบันเป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาทจำลอง อยู่บนเขากระโดง บ้านโคกเขา ตำบลเสม็ด อำเภอเมืองบุรีรัมย์

ปราสาทกุฏิฤาษี บ้านหนองแวง ตำบลหนองแวง อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์ ปราสาทกระจับโพรง บ้านหนองปล่อง ตำบลหนองปล่อง อำเภอชำนิ

ปราสาทเขากระเจียว บ้านโนนดินแดง ตำบลโนนดินแดง อำเภอโนนดินแดง

ปราสาทเขาดุม บ้านละหานทราย ตำบลละหานทราย อำเภอละหานทราย

ปราสาทเขาปลายบัด บ้านเขาคอก ตำบลเขาคอก อำเภอประดคนชัย

ปราสาทโคกปราสาท อยู่ในเขตเทศบาล ตำบลบ้านกรวด อำเภอบ้านกรวด

ปราสาทโคกพลวงหนองเสม็ด บ้านหนองกง ต.หนองกง อ.นางรอง

ปราสาทโคกสนวน บ้านโคกสนวน ต.หนองปล่อง อ.นางรอง

ปราสาทโคกสำโรง ต.หนองกง อ.นางรอง

ปราสาทถมอ บ้านละหานทรายเก่า ต.หินลาด อ.บ้านกรวด

➢ **จังหวัดสุรินทร์**

ประวัติ สุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีประวัติความเป็นมาอันยาวนานจังหวัดหนึ่ง แต่ไม่ปรากฏหลักฐานที่แน่นอนว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร อาศัยเพียงข้อสันนิษฐานของนักประวัติศาสตร์นักโบราณคดี ตลอดจนคำบอกเล่าของผู้สูงอายุที่เล่าต่อ ๆ กันมา โดยเชื่อกันว่าเมืองสุรินทร์ถูกสร้างขึ้นเมื่อประมาณ 2,000 ปีล่วงมาแล้ว ในสมัยที่พวกขอมมีอำนาจอยู่ในบริเวณนี้ เมื่อขอมเสื่อมอำนาจลงเมืองสุรินทร์ ได้ถูกทิ้งร้างจนกลายเป็นป่าดงอยู่นานจนกระทั่งถึง พ.ศ.2306 จึงปรากฏหลักฐานว่า หลวงสุรินทรภักดี

(เชียงปุม) ซึ่งเดิมเป็นหัวหน้าหมู่บ้านเมืองที่ได้ขอให้เจ้าเมืองพิมายกราบบังคมทูลขอพระกรุณาโปรดเกล้าฯ จากพระเจ้าอยู่หัวพระที่นั่งสุริยามรินทร์ย้ายหมู่บ้านจากบ้านเมืองที่มาตั้งอยู่ที่บริเวณบ้านคูประทาย บริเวณซึ่งเป็นที่ตั้งเมืองสุรินทร์ในปัจจุบันนี้ เนื่องจากเห็นว่าเป็นบริเวณที่มีชัยภูมิเหมาะสม มีกำแพง ค่ายคูล้อมรอบ 2 ชั้น มีน้ำอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การประกอบอาชีพ และอยู่อาศัย ต่อมาหลวงสุรินทรภักดีได้กระทำความดีความชอบเป็นที่โปรดปราน จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ยกบ้านคูประทายเป็นเมืองประทายสมันต์ และเลื่อนบรรดาศักดิ์หลวงสุรินทรภักดี เป็นพระสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง ให้เป็นเจ้าเมืองปกครอง

ในปี พ.ศ.2329 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อเมืองประทายสมันต์เป็น “เมืองสุรินทร์” ตามสร้อยบรรดาศักดิ์ของเจ้าเมือง

สุรินทร์อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ทางรถยนต์ 457 กิโลเมตร และทางรถไฟ 420 กิโลเมตร และห่างจากจังหวัดนครราชสีมา ทางรถยนต์ 194 กิโลเมตร ทางรถไฟ 170 กิโลเมตร

อาณาเขต ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดร้อยเอ็ด และมหาสารคาม ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ ทิศใต้ ติดต่อกับประเทศกัมพูชา ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดสุรินทร์มีพื้นที่ 8,124 ตารางกิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองเป็น 13 อำเภอ 4 กิ่งอำเภอ ดังนี้ อำเภอเมือง อำเภอปราสาท อำเภอสังขะ อำเภอศีขรภูมิ อำเภอสำโรงทาบ อำเภอจอมพระ อำเภอท่าตูม อำเภอชุมพลบุรี อำเภอรัตนบุรี อำเภอสนม อำเภอกาบเชิง อำเภอบัวเชด อำเภอลำดวน กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์ กิ่งอำเภอศรีณรงค์ กิ่งอำเภอพนมดงรัก กิ่งอำเภอโนนนารายณ์

การเดินทาง

<u>รถยนต์</u> จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) ที่จังหวัดสระบุรี ถึงจังหวัดนครราชสีมา ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 224 ต่อด้วยเส้นทางโชคชัย-เดชอุดม (ทางหลวงหมายเลข 24) ผ่านอำเภอนางรอง อำเภอปราสาท จากอำเภอปราสาทเลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 214 ตรงเข้าตัวเมืองจังหวัดสุรินทร์ รวมระยะทาง 450 กิโลเมตร เส้นทางใหม่จากจังหวัดนครราชสีมาตามเส้นทางหมายเลข 226 ผ่าน อ.จักราช-ห้วยแถลง-ลำปลายมาศ และจังหวัดบุรีรัมย์ จะย่นระยะทางเหลือเพียง 434 กิโลเมตร

<u>รถโดยสารประจำทาง</u> จากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารประจำทาง (บขส.) ออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกเฉียงเหนือ ถ.กำแพงเพชร 2 (หมอชิต 2) ทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 6 ชั่วโมง

<u>รถไฟ</u> จาสถานีกรุงเทพฯ (หัวลำโพง) มีรถธรรมดา รถเร็ว และรถด่วนสายกรุงเทพฯ อุบลราชธานี แวดจอดที่จังหวัดสุรินทร์ และรถดีเซลราง กรุงเทพฯ-สุรินทร์ ระยะทาง 420 กิโลเมตร

สถานที่ท่องเที่ยว

ปราสาทศรีขรภูมิ (หรือปราสาทระแงง) ตั้งอยู่ที่ตำบลระแงง อำเภอศรีขรภูมิ ห่างจากอำเภอเมืองสุรินทร์ 34 กิโลเมตร ตามเส้นทางสุรินทร์-ศีขรภูมิ (ทางหลวงหมายเลข 226) ห่างจากที่ว่าการอำเภอศีขรภูมิไปอีกประมาณ 1 กม. ปราสาทศีรขรภูมิประกอบด้วยปรางค์อิฐ 5 องค์ องค์กลางเป็นปรางค์ประธาน มีปรางค์บริวารล้อมรอบอยู่ที่มุมทั้งสี่สร้างบนฐานเดียวกัน ก่อด้วยหินทรายและศิลาแลง ปราสาทหันหน้าไปทางทิศตะวันออกมีบันไดทางขึ้นและประตูทางเข้าเพียงด้านเดียวคือ ด้านทิศตะวันออกเช่นกัน ปรางค์ทั้ง 5 องค์ มีลักษณะเหมือนๆ กันคือ องค์ปรางค์ไม่มีมุข มีประตูทางเข้าเพียงด้านเดียว มีชิ้นส่วนประดับทำจากหินทรายสลักเป็นลวดลายต่าง ๆ ทั้งส่วนที่เป็นทับหลังเสาประดับกรอบประตู เสาติดผนัง และกลีบขนุนปรางค์ ส่วนหน้าบันเป็นอิฐประดับลวดลายปูนปั้น องค์ปรางค์ประธานมีทับหลังสลักเป็นรูปศิวนาฏราช (พระอิศวรกำลังฟ้อนรำ) บนแท่นมีหงส์แบก 3 ตัวอยู่เหนือเศียรเกียรติมุข มีรูปพระคเนศ พระพรหม พระวิษณุ และนางปารพตี (นางอุมา) อยู่ด้านล่าง เสาประตูสลักเป็นลวดลายเทพธิดาลายก้ามปูและรูปทวารบาล ส่วนปรางค์บริวารพบทับหลัง 2 ชิ้น ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพิมาย เป็นภาพกฤษณาวตาร ทั้งสองชิ้น ชิ้นหนึ่งเป็นภาพพระกฤษณะฆ่าช้างและคชสีห์ ส่วนอีกชิ้นหนึ่งเป็นภาพพระกฤษณะฆ่าคชสีห์จากลวดลายทีเสารและทับหลังของปรางค์ประธานและปรางค์บริวารทั้ง 4 องค์ มีลักษณะปนกันระหว่างรูปแบบศิลปะขอมแบบบาปวน (พ.ศ.1550-1650) และแบบนครวัด (พ.ศ.1650-1700) จึงอาจกล่าวได้ว่า ปราสาทแห่งนี้คงสร้างขึ้นในราวกลางพุทธศตวรรษที 17 หรือต้นสมัยนครวัด โดยสร้างขึ้นเนื่องในศาสนาฮินดู ลัทธิไศว-นิกาย และคงถูกดัดแปลงให้เป็นวัดในพุทธศาสนาตามที่มีหลักฐานการบูรณะปฏิสังขรณ์ในราวพุทธศตวรรษที่ 22 ในสมัยอยุธยาตอนปลาย ปราสาทศีขรภูมิเปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 07.30-18.00 น. อัตราค่าเข้าชมชาวไทย คนละ 10 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 30 บาท

ปราสาทหินบ้านพลวง ตั้งอยู่ที่บ้านพลวง ตำบลกังแอน อำเภอปราสาท ห่างจากที่ว่าการอำเภอ 4 กิโลเมตร ตามถนนสายสุรินทร์-ปราสาท-ช่องจอม (ทางหลวงหมายเลข 214) มีทางแยกซ้ายมือเข้าไปอีก 900 เมตร ตรงกิโลเมตรที่ 34-35 ปราสาทหินบ้านพลวงได้รับการขุดแต่งบูรณะเมื่อปี พ.ศ.2515 โดยวิธีอนัสติโลซิส คือ การรื้อตัวปราสาทลงเสริมความมั่นคง และประกอบขึ้นใหม่ดังเดิม ลักษณะของปราสาทหินองค์นี้เป็นปรางค์องค์เดียว ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงขนาดใหญ่รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศตะวันออก มีประตูทางเข้าอยู่ด้านหน้าเพียงด้านเดียว ส่วนด้านอื่นอีก 3 ด้านทำเป็นประตูหลอก องค์ปรางค์ก่อด้วยศิลาแลง หินทราบ และมีอิฐเนวัสดุร่วมก่อสร้างในส่วนบนของปราสาท โบราณสถานแห่งนี้เป็นรูปสี่เหลี่ยมย่อมุม จำหลักลายงดงามมาก แต่องค์ปรางค์เหลือเพียงครึ่งเดียว ส่วนยอดหักหายไป มีคูน้ำเป็นรูปตัวยูล้อมรอบถัดจากคูน้ำเป็นบาราย (สระน้ำขนาดใหญ่) ที่เห็นเป็นคันดินเดิมคงเป็นที่ตั้งของแหล่งชุมชนมาก่อน บริเวณรอบองค์ปราสาทได้รับการตกแต่งไว้อย่างสวยงามลักษณะของทับหลังที่พบส่วนมาก สลัก

เป็นรูปพระอินทร์ทรงช้างเอราวัณอยู่ภายในซุ้มเหนือหน้ากาลแลบลิ้นออกมาเป็นรูปสามเหลี่ยม มีแขน 2 แขน กำลังยึดท่อนพวงมาลัยที่คายออกมาจากปาก ซึ่งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกและทางด้านทิศใต้ ส่วนทางด้านทิศเหนือสลักเป็นรูปพระกฤษณะฆ่านาค สันนิษฐานได้ว่า ปราสาทแห่งนี้คงสร้างขึ้นสำหรับพระอินทร์ นอกจากนี้ช่างมักสลักเป็นรูปสัตว์เรียงเป็นแนว เช่น ช้าง กระรอก หนู ลิง และวัว เป็นต้น อยู่บนทับหลังสำหรับหน้าบันด้านทิศตะวันออกสลักเป็นรูปพระกฤษณะยกภูเขาโควรรธนะ และเช่นเดียวกันจะมีรูปสลักเป็นรูปสัตว์เล็กๆ นอกกรอบหน้าบันอันน่าจะแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ เพราะมีแหล่งน้ำต่างๆ อยู่มาก ที่ผนังด้านหน้ามีรูปทวารบาลยืนกุมกระบองอยู่ข้างละ 1 คน ลักษณะปราสาทหินองค์นี้คล้ายกับปรางค์น้อยบนเขาพนมรุ้ง ลวดลายเป็นลักษณะศิลปะขอม แบบบาปวน กำหนดอายุได้ว่าอยู่ในราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 จากลักษณะของฐานรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ มีพื้นที่ทางด้านข้างขององค์ปรางค์เหลืออยู่มาก ทำให้สันนิษฐานว่า แผนผังที่แท้จริงของปราสาทแห่งนี้น่าจะประกอบด้วยปรางค์ 3 องค์ สร้างเรียงกัน แต่อาจจะยังสร้างไม่เสร็จตามผังหรืออาจถูกรื้อออกไปอย่างใดอย่างหนึ่งก็เป็นได้ปราสาทหินบ้านพลวงเปิดให้ชมทุกวัน ระหว่างเวลา 07.30-18.00 น. ค่าเข้าชมชาวไทยคนละ 10 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 30 บาท

<u>โบราณสถานกลุ่มปราสาทตาเมือน</u> เป็นโบราณสถานสถานแบบขอม 3 หลัง ที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ติดแนวชายแดนประเทศไทยและประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย การเดินทางจากจังหวัดสุรินทร์ใช้ทางหลวงหมายเลข 214 ผ่านอำเภอปราสาท แยกไปตามทางหลวงหมายเลข 2121 ที่จะไปทางอำเภอบ้านกรวดประมาณ 25 กิโลเมตร จะมีทางแยกเข้าบ้านตาเมียง เป็นถนนราดยางเข้าไปประมาณ 12 กิโลเมตร ปราสาทตาเมือน ตั้งอยู่ที่บ้านหนองคันนา ต.ตาเมียง กิ่งอำเภอพนมดงรัก ปราสาทตาเมือนเป็นสิ่งก่อสร้างที่เชื่อว่าคือที่พักคนเดินทางแห่งหนึ่งใน 17 แห่งที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 มหาราช องค์สุดท้ายแห่งเมืองพระนครโปรดฯ ให้สร้างขึ้นจากเมืองยโสธรปุระ เมืองหลวงของอาณาจักรขอมโบราณ ไปยังเมืองพิมาย ปราสาทตาเมือนสร้างด้วยศิลาแลง เช่นเดียวกับโบราณสถานสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ที่พบในดินแดนประเทศไทย มีลักษณะเป็นปรางค์เดียวมีห้องยาวเชื่อมต่อมาทางด้านหน้าผนังด้านหนึ่งปิดทึบ แต่สลักเป็นหน้าต่างหลอก ส่วนอีกด้านมีหน้าต่างเรียงกันโดยตลอด เคยมีผู้พบทับหลังเป็นรูปพระพุทธรูปปางสมาธิในซุ้มเรือนแก้ว 2-3 ชิ้น

<u>ปราสาทตาเมือนโต๊ด</u> ตั้งอยู่ที่ ต.ตาเมียง กิ่งอำเภอพนมดังรัก ปราสาทตาเมือนโต๊ดเป็นอโรคยศาลสร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 18 สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 อโรคยศาลแห่งนี้ยังคงสภาพเกือบจะสมบูรณ์ ประกอบด้วยปรางค์ประธานรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสมีมุขยื่นทางด้านหน้าเยื้องไปทางขวาขององค์ปรางค์ล้อมรอบด้วยกำแพงก่อด้วยศิลาแลงเช่นกัน มีซุ้มประตู (โคปุระ) อยู่ทางด้านหน้าคือ ด้านทิศตะวันออกเพียงด้านเดียว ทางนอกกำแพงด้านหน้าของปราสาทมีสระน้ำเช่นเดียวกับอโรคยศาลแห่งอื่นๆ ตรงห้องกลางของโคปุระได้พบศิลาจารึก 1 หลัก จารึกด้วยอักษรขอมภาษาสันสกฤต เป็นจารึกซึ่งพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 โปรด

ให้สร้างไว้ประจำอโรคยศาลแห่งนี้ มีข้อความเช่นเดียวกับจารึกที่พบที่อโรคยศาลแห่งอื่นๆ คือ กล่าวนมัสการพระพุทธเจ้า พระไภษัชยคุรุไวฑูรยะ ซึ่งเป็นพระโพธิสัตว์ผู้ประทานความไม่มีโรคแก่ประชาชนผู้นับถือ และกล่าวถึงการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ประจำสถานพยาบาลในแผนกต่างๆ เช่น แพทย์ ผู้ดูแลสถานพยาบาลเป็นต้น ปัจจุบันหลักนี้เก็บรักษาไว้ที่หอสมุดแห่งชาติท่าวาสุกรี

ปราสาทตาเมือนธม ตั้งอยู่ถัดจากปราสาทตาเมือนโต๊ดไปทางทิศใต้ประมาณ 200 เมตร เป็นปราสาทขนาดใหญ่ที่สุดในกลุ่มปราสาทตาเมือน ตั้งอยู่บนแนวเทือกเขาบรรทัดซึ่งเป็นพรมแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย ปราสาทตาเมือนธมประกอบด้วยปรางค์ 3 องค์ โดยมีปรางค์ประธานซึ่งมีขนาดใหญ่ทีสุดตั้งอยู่ตรงกลาง ส่วนปรางค์อีกสององค์อยู่ถัดไปด้านหลังทางด้านขวาและด้านซ้ายของปรางค์ประธาน ปรางค์ทั้ง 3 องค์ สร้างด้วยหินทรายหันหน้าไปทางทิศใต้ ที่ปรางค์ประธานมีลวดลายจำหลักงดงาม แม้ว่าจะถูกลักลอบทำลายและทรุดโทรมไปตามกาลเวลาก็ตาม ทางด้านตะวันออกและตะวันตกมีวิหาร 2 หลัง สร้างด้วยศิลาแลง อาคารทั้งหมดนี้มีระเบียงคดซึ่งสร้างด้วยหินทรายล้อมรอบ มีโคปุระทั้ง 4 ด้าน โคปุระด้านใต้มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีบันใดทางขึ้นจากเชิงเขาด้านนั้น นอกระเบียงคดทางด้านทิศเหนือมีสระน้ำ และที่ลานริมระเบียงคดทางมุขทิศตะวันออกเฉียงใต้มีศิลาจารึกภาษาขอม กล่าวถึงชื่อ พระกัลปกฤษณะ จึงสันนิฐานได้ว่า โบราณสถานแห่งนี้คงจะสร้างขึ้นเนื่องในศาสนาพราหมณ์ จากลักษณะทางสถาปัตยกรรมและลวดลายจำหลักต่างๆ ทำให้ทราบได้ว่า โบราณสถานแห่งนี้คงจะสร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 16 ซึ่งเก่าแก่กว่าโบราณสถานอีก 2 แห่งในกลุ่มปราสาทตาเมือน

เนื่องจากโบราณสถานกลุ่มนี้อยู่ใกล้ชายแดนไทย-กัมพูชา และสภาพถนนยังเป็นลูกรังขรุขระ นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้าไปชมโบราณสถานควรจะคำนึ่งถึงความปลอดภัย ในบริเวณดังกล่าว โดยสอบถามข้อมูลจากหน่วยงานทหารที่ดูแลพื้นที่ก่อนเดินทางเข้าไปด้วย

ปราสาทภูมิโปน ตั้งอยู่ที่บ้านภูมิโปน ตำบลดม อำเภอสังขะ การเดินทางจากจังหวัดสุรินทร์ ใช้ทางหลวงหมายเลข 2077 (สุรินทร์-สังขะ) ระยะทาง 49 กิโลเมตร จากแยกอำเภอสังขะเข้าทางหลวงหมายเลข 2124 (สังขะ-บัวเชด) ตรงต่อไปจนถึงชุมชนบ้านภูมิโปน ระยะทางอีก 10 กิโลเมตร จะเห็นปราสาทตั้งอยู่ริมถนนด้านซ้ายมือ ปราสาทภูมิโปนประกอบด้วยโบราณสถาน 4 หลัง คือ ปราสาทก่ออิฐ 3 หลัง และศิลาแลง 1 หลัง มีอายุการก่อสร้างอย่างน้อย 2 สมัย ปราสาทก่ออิฐหลังใหญ่และหลังทางทิศเหนือสุด นับเป็นปราสาทแบบศิลปะเขมรทีมีอายุเก่าที่สุดในประเทศไทยคือราวพุทธศตวรรษที 13 ส่วนปราสาทอิฐหลังเล็กที่ตั้งตรงกลางและปราสาททีมีฐานศิลาแลงด้านทิศใต้นั้นสร้างขึ้นในสมัยหลัง ปราสาทภูมิโปนคงจะสร้างขึ้นเป็นศาสนสถานในศาสนาฮินดู ไศวนิกายเช่นเดียวกับศาสนสถานอื่นๆ ในรุ่นเดียวกัน แม้จะไม่พบรูปเคารพซึ่งควรจะเป็นศิวลึงค์อยู่ภายในองค์ปรางค์แต่ที่ปรางค์องค์ใหญ่ยังมีท่อโสมสูตร คือท่อน้ำมนต์ที่ต่อออกมาจากแท่นฐานรูปเคารพในห้องกลางติดอยู่ที่ผนังในระดับพื้นห้อง

ปราสาทเมืองที ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 1 ตำบลเมืองที ห่างจากที่ว่าการอำเภอเมืองทางทิศตะวันออกประมาณ 16 กิโลเมตร ตามเส้นทางสายสุรินทร์-ศีขรภูมิ (ทางหลวงหมายเลข 226) จนถึงบ้านโคกลำดวน แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าวัดจอมสุทธาวาส ปราสาทตั้งอยู่ภายในวัดทางด้านซ้ายมือ ปราสาทเมืองทีเป็นปราสาทแบบเขมรแห่งหนึ่งที่ได้รับการดัดแปลงในสมัยหลัง เช่นเดียวกับราสาทศรีขรภูมิ อ.ศรีขรภูมิ ปราสาทก่อด้วยอิฐ ฉาบปูน มี 5 หลัง สร้างรวมกันเป็นหมู่ คือ หลังหนึ่งอยู่ตรงกลาง และอีกสี่หลังอยู่ที่มุมทั้งสี่ ตั้งอยู่บนฐานอิฐอันเดียวกัน ปัจจุบันหักพังเหลือเพียง 3 หลัง คือ หลังกลาง หลังที่มุมด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือและทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ปรางค์ทั้งสามมีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุมไม้สิบสอง หลังกลางมีขนาดใหญ่สุด ตั้งอยู่บนฐานสูง และมีบันไดทางขึ้นทั้งสี่ด้าน แต่ตัวเรือนธาตุตันทึบ ไม่มีประตูเนื่องจากการดัดแปลงในชั้นหลัง ส่วนหลังคาทำเป็นชั้นมี 3 ชั้น เลียนแบบตัวเรือนธาตุ ส่วนยอดบนหักหาย ปรางค์บริวารที่เหลือ 2 องค์นั้น มีขนาดและลักษณะเดียวกัน ทรงสอบมี 3 ชั้น ตัวเรือนธาตุแต่เดิมมีประตูมาก่อทึบในสมัยหลังเช่นเดียวกับปรางค์หลังกลาง จากแผนผังและลักษณะของสถาปัตยกรรม ปราสาทเมืองทีนับเป็นโบราณสถานเขมรอีกแบบหนึ่งที่นิยมสร้าง คือ มีปราสาทหลังกลางเทียบเท่าเขาพระสุเมค มีปรางค์มุมทั้งสี่ตามความเชื่อในลัทธิศาสนาหราหมณ์ แต่จะสร้างขึ้นเมื่อใดไม่อาจบอกได้ ด้วยไม่พบจารึกหรือลวดลายทางศิลปะที่สามารถเปรียบเทียบได้

ปราสาทยายเหงา ตั้งอยู่ที่บ้านสังขะ ตำบลสังขะ ห่างจากที่ว่าการอำเภอไปทางทิศตะวันออกเฉียง-ใต้ ประมาณ 4 กิโลเมตร อยู่ริมถนนสายโชคชัยเดชอุดม (ทางหลวงหมายเลข 24) ระหว่างหลักกิโลเมตรที่ 189 - 190 จะมีป้ายบอกทางจากถนนใหญ่เข้าไปเป็นทางลูกรังปนทราย ประมาณ 800 เมตร ปราสาทยายเหงาเป็นศาสนสถานแบบขอมที่ประกอบด้วยปรางค์ 2 องค์ ตั้งอยู่เรียงกันในแนวทิศเหนือ - ใต้ หันหน้าไปทางทิศตะวันออก องค์ปรางค์ก่อด้วยอิฐ ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลง มีการแกะสลักอิฐลวดลายเช่นที่กรอบหน้าบันเป็นรูปมกร (สัตว์ผสมระหว่างสิงห์ ช้าง และปลา) คาบนาค 5 เศียร

จากลักษณะแผนผังของอาคารปราสาทยายเหงา น่าจะประกอบด้วยปรางค์ 3 องค์ ตั้งเรียงกัน แต่ปัจจุบันเหลือเพียง 2 องค์เท่านั้น ภายในบริเวณปราสาท พบกลีบขนุนยอดปรางค์ เสาประดับขอบประตู ฯลฯ แกะสลักจากหินทราย จัดแสดงไว้อย่างเป็นระเบียบบริเวณ

เขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบ ที่ทำการเขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบ เขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบ อยู่ที่บ้านหนองคู ตำบลโชคเหนือ อำเภอลำดวน เป็นเขตอนุรักษ์พันธุ์ไม้สนสองใบที่ถือว่าเป็นพันธุ์ดีที่สุดที่ขึ้นในที่ราบสูง เป็นโครงการร่วมระหว่างไทย-เดนมาร์ก มีเนื้อที่ 625 ไร่ มีลักษณะเด่นคือ เป็นสนสองใบที่ขึ้นในที่ราบแห่งเดียวในประเทศไทย อยู่ห่างจากจังหวัดสุรินทร์ประมาณ 35 กิโลเมตร ตามเส้นทางสุรินทร์-สังขะ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวสุรินทร์อีกแห่งหนึ่ง

วนอุทยานพนมสวาย อยู่ห่างจากตัวจังหวัดสุรินทร์ ประมาณ 22 กิโลเมตร (ถนนลาดยางสายสุรินทร์ - ปราสาท 14 กิโลเมตร และถนนผิวจราจรลูกรัง 8 กิโลเมตร) อยู่ในเขตพื้นที่ ตำบลนาบัว อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ เป็นภูเขาเตี้ยๆ มียอดเขาอยู่ 3 ยอดที่ 1 มีชื่อว่ายอดเขาหญิง(พนมสรัย) ทางวัดได้จัดสร้างพระพุทธรูปองค์ขนาดกลางประดิษฐานบนยอดเขา ยอดที่ 2 มีชื่อว่ายอดเขาชาย(พนมเปราะ) เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธสุรินทรมงคล ยอดที่ 3 มีชื่อว่าเขาคอก(พนมกรอล) มีศาลาอัฐมุขสร้างเป็นอนุสรณ์ฉลองครบรอบ 200 ปี แห่งการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ เพื่อประดิษฐานพระพุทธบาทจำลอง และยังมีสถูปบรรจุอัฐิหลวงปู่ดุลย์ ซึ่งเป็นพระเถระสายวิปัสนากรรมฐาน ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่เคารพนับถือของชาวสุรินทร์ บรรพบุรุษชาวสุรินทร์ถือว่า วนอุทยานพนมสวาย เป็นสถานที่แสวงบุญ โดยการเดินทางไปขึ้นยอดเขาในวันขึ้น 1 ค่ำเดือน 5 ของทุกปี ซึ่งเป็นวันหยุดตามประเพณีของชาวสุรินทร์มาแต่โบราณ มีการทำบุญตักบาตร และไปนมัสการพระพุทธบาทจำลอง สักการะสถูปหลวงปู่ดุลย์ อตุโล พระพุทธสุรินทร-มงคล (นามพระราชทาน) และยังเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์

อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง ห้วยเสนง เป็นอ่างเก็บน้ำของโครงการชลประทาน อยู่ห่างจากตัวเมืองสุรินทร์ไปทางถนนสุรินทร์-ปราสาท (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 214) ประมาณ 5 กิโลเมตร (บริเวณหลัก ก.ม. ที่ 5-6) แยกซ้ายมือไปางถนนริมคลองชลประทาน ประมาณ 4 กิโลเมตร ห้วยเสนงเป็นอ่างเก็บน้ำที่มีสันเขื่อนสูง สันเขื่อนเป็นถนนราดยาง เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวเมืองสุรินทร์ ภายในที่ทำการชลประทานมีพระตำหนักที่ประทับของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี และมีที่พักให้นักท่องเที่ยวที่สนใจ ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่ หัวหน้าโครงการชลประทานจังหวัดสุรินทร์ อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง อ.เมือง จ.สุรินทร์ โทร. 044-511966

มหัศจรรย์ผ้าไหมสุรินทร์ ที่บ้านท่าสว่าง ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งอยู่ห่างจากตัวเมืองสุรินทร์ ไปทางทิศเหนือประมาณ 8 กิโลเมตร ตามถนนสาย สุรินทร์ เมืองลึง มีการ ทอผ้ายกทองโบราณ สร้างความมหัศจรรย์แก่ผู้พบเห็นจนแทบไม่น่าเชื่อว่าจะเป็นผ้าที่ทอจากฝีมือมนุษย์ เดินดินธรรมดาอย่างเรา ๆ ความสวยงามของผ้ายกทองโบราณ เกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นของอาจารย์วีรธรรม ตระกูลเงินไทย ลูกหลานชาวบ้านท่าสว่างนั่นเอง ซึ่งได้แนวความคิดจากการใช้ลายผ้าโบราณ มาผสมผสานกับลานจำหลักที่ปรากฏอยู่ตามปราสาทขอมในท้องถิ่นอีสาน ผนวกกับภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมของคนสุรินทร์ ออกแบบเป็นลาย ผ้าไหมใหม่ เรียกว่าผ้ายกทองโบราณ สวยงามประหนึ่งว่าเกิดจากการเนรมิตของเทพเจ้า การออกแบบลายแต่ละลาย ใช้เวลาออกแบบ เขียน แบบ แบะ เก็บตะกอนาน 2 - 3 เดือน ในด้านการทอผ้าแต่ละผืนก็ต้องใช้เวลาทอนาน 1-3 เดือน จึงจะเสร็จต้องใช้ช่างทอประจำที่แต่ละที่ 4 คนขึ้นไป ค่อย ๆ ทอได้ 5-7 เซนติเมตรต่อวัน ผ้าแต่ละผืนทอจากเส้นไหมที่ย้อมจากสีธรรมชาติยกเป็นลวดลายต่าง ๆ ตามจินตนาการด้วยดิ้นทองของอินเดีย ไม่มีจำหน่ายในท้องตลาด อาจารย์วีรธรรม ตระกูลเงินไทย ผู้คิดค้น

ลายผ้ายกทองโบราณ เป็นลูกหลานชาวบ้านท่าสว่าง สำเร็จการศึกษาด้านศิลปะประจำชาติจากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเพาะช่างกรุงเทพ ปัจจุบันเป็นอาจารย์พิเศษอยู่ที่ศูนย์ศิลปาชีพสวนจิตลดา ได้มีโอกาสรับสนองใต้เบื้องพระยุคลบาทสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ทอผ้าฉลองพระองค์ มีตะกอลายถึง 1,418 ตะกอ ทอผ้าลายหิ้งห้อยชมสวนให้ภริยาเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกาประจำประเทศไทย มีตะกอลาย 360 ตะกอ ในโอกาสที่ประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพจัดประชุม APEC ในเดือน ตุลาคม 2546 อาจารย์วีรธรรม ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ออกแบบ และทอผ้าลายไทย สำหรับตัดเย็บเป็นชุดให้ผู้นำประเทศต่าง ๆ สวมใส่เข้าร่วมประชุมครั้งนี้ ผู้สนใจจะเดินทางไปเยี่ยมชมการทอผ้าไหมมหัศจรรย์ของอาจารย์ วีรธรรม ตระกูลเงินไทย ติดต่อได้ที่คุณ สุมาลี ติดใจดี โทรศัพท์ 09-2027009 หากจะเดินทางไปด้วยตนเอง ให้ใช้เส้นทางสาย สุรินทร์-จอมพระ เมื่อออกจากตัวเมืองได้ประมาณ 2 กิโลเมตร จะเห็นสถานีทดลองข้าวสุรินทร์ อยู่ด้านซ้ายมือ เมื่อสุดรั้วสถานีทดลองข้าวจะมีทางแยกซ้ายมือไปตามริมคลองชลประทาน ให้ไปตามถนนริมคลองชลประทานจนถึงถนนสายสุรินทร์เมืองลึงให้เลี้ยวซ้าย จะพบหมู่บ้านท่าสว่างเป็นหมู่บ้านแรก เมื่อเข้าไปในหมู่บ้านจะมีปั้ม น้ำมันอยู่ด้านขวามือ เลยปั้มน้ำมันก็จะเป็นทางเข้าไปยังบ้านของอาจารย์วีรธรรม ตระกูลเงินไทย ท่านจะได้รับการต้อนรับจากอาจารย์วีรธรรมฯ และช่างทอด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดียิ่ง

<u>ช้างจังหวัดสุรินทร์</u> สุรินทร์จังหวัดใหญ่แห่งลุ่มน้ำมูล เป็นจังหวัดที่คนทั่วไปทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ต่างรู้จักกันดีว่าเป็นเมืองช้างกิตติศัพท์ชื่อเสียงความยิ่งใหญ่ ความน่ารัก ความแสนรู้ของช้างจังหวัดสุรินทร์ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นไม่มีใครเหมือน ช้างสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับทางจังหวัด และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวจะพบเห็นช้างตามร้านอาหาร ช้างเดินอยู่ข้างถนนปะปนกับประชาชนได้อย่างปกติธรรมดาเหมือนสัตว์เลี้ยงทั่วไป แสดงให้เห็นถึงความผูกพันระหว่างช้างกับคนมาช้านาน ชาวสุรินทร์ถือว่าช้างเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ กล่าวได้ว่าช้างเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมืองสุรินทร์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ปะคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม”

งานช้างจังหวัดสุรินทร์ เมื่อปี พ.ศ.2498 มีการรวมช้างทั้งหมดในจังหวัดสุรินทร์ขึ้นเป็นครั้งแรก มีช้างรวมกันประมาณ 200 เชือก ที่อำเภอท่าตูม โดยมีนายอำเภอท่าตูมคือ นายวินัย สุวรรณกาศ เป็นผู้จัดขึ้นประชาชนทั่วไปให้ความสนใจมาก นายอำเภอจึงดำริจัดงานช้างขึ้นครั้งแรกในเวลาต่อมาเมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ.2503 เป็นการฉลองที่ว่าการอำเภอใหม่ โดยจัดที่บริเวณสนามบินเก่าอำเภอท่าตูม (ปัจจุบันคือที่ตั้งโรงเรียนท่าตูมประชาเสริมวิทย์) การจัดงานครั้งนั้นมีรายการแสดง การเดินขบวนแห่ช้าง การคล้องช้าง การแข่งขันช้างวิ่งเร็วและยังมีการแสดงรื่นเริงอื่นๆ ประกอบอีกด้วย เช่น การแข่งเรือ แข่งขันกีฬาอำเภอ งานครั้งนี้ประสบความสำเร็จด้วยดี เพราะได้การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท. ปัจจุบันคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ท.ท.ท.) จึงเสนอกระทรวงมหาดไทยให้สนับสนุนจัดการแสดง

เกี่ยวกับช้างของจังหวัดสุรินทร์เป็นงานประเพณีและงานประจำปี โดยวางแผนประชาสัมพันธ์ทั้งในและนอกประเทศให้ดี งานนี้ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุรินทร์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น อ.ส.ท. จึงได้ร่วมมือกับจังหวัดจัดเจ้าหน้าที่มาฝึกช้าง กำหนดรูปแบบเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว กำหนดงานเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2504 เป็นปีที่ 2 จัดที่อำเภอท่าตูมเช่นเดิม งานช้างปีที่ 2 ประสบผลสำเร็จด้วยดี การแสดงของช้างในปีต่อๆ มาได้ปรับปรุงรูปแบบให้สวยงาม น่าตื่นเต้นมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะในรายการแสดงของช้าง ประกอบด้วยรายการต่าง ๆ ได้แก่ขบวนช้างพาเหรด ช้างปฏิบัติตามคำสั่ง ช้างแสนรู้ ช้างวิ่งเร็ว ช้างวิ่งข้ามคน ช้างเตะฟุตบอล และขบวนช้างศึก และต่อมาก็มีการแสดงช้างต่อเนื่องมาทุกปี ทำให้คนทั้งในประเทศและต่างประเทศรู้จักช้างสุรินทร์เป็นอย่างดีว่าเป็นจังหวัดที่มีช้างแสนรู้มากที่สุด ต่อมาทางคณะกรรมการเห็นว่าควรย้ายสถานที่แสดงจากอำเภอท่าตูมมายังสถานที่แสดงจากอำเภอท่าตูม มายังสถานที่ใกล้ไปมาสะดวกเพื่อความเหมาะสมจึงได้มาจัดการแสดงช้างที่สนามกีฬาจังหวัด ตั้งแต่ พ.ศ.2505 สมัยนายคำรณ สังขกร เป็นผู้ว่าราชการจังหวัดขณะนั้นสืบมาจนถึงปัจจุบัน เมืองสุรินทร์ ได้ชื่อว่าเป็นถิ่นเมืองช้าง แต่ไม่ได้หมายความว่าจะมีคนเลี้ยงช้างอยู่ทุกแห่ง ในสุรินทร์จะมีชาวกูยเพียงไม่กี่หมู่บ้านเท่านั้นที่เป็น “กูยอะเจียง” หรือคนที่อยู่กับช้าง *ชาวกูยจะให้นาคขี่ช้างในพิธีบวชซึ่งถือเป็นความสัมพันธ์ของคนและช้างหมู่บ้านตากลาง หมู่บ้านตากลาง ตำบลกะโพ อำเภอท่าตูม นับเป็นหมู่บ้านชาวกูยเก่าแก่ที่เลี้ยงช้างกันมาหลายร้อยปี ตั้งแต่เมื่อครั้งที่บรรพบุรุษของเขาเลือกพื้นที่ที่ลำน้ำซีมาสบกับลำน้ำมูลซึ่งเป็นป่าดงดิบริมน้ำกว้างใหญ่ มีอาหารเพียงพอศึกที่ปลดระวางจากสงคราม เพื่อนำมาส่งเป็นส่วย แทนการเกณฑ์ทหารมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แทบทุกปีในสมัยก่อน ปะชิหมอช้างใหญ่ คุมคนและช้างเป็นขบวนใหญ่ เพื่อไปคล้องช้างป่าในแผ่นดินเขมร แต่เมื่อเกิดปัญหาทางการเมืองระหว่างประเทศ การคล้องช้างก็เลิกไป แต่ก็ยังมีการเลี้ยงช้างสืบต่อกันมา เพราะมีลูกช้างสืบต่อกันมา เพราะมีลูกช้างเกิดใหม่ทุกปี การเลี้ยงช้างของชาวกูยไม่ได้เลี้ยงไว้เพื่อการทำงานหนักหรือใช้ลากไม้แบบทางเหนือ พวกเขาเลี้ยงช้างเหมือนเพื่อน ลูกชายชาวกูยบางคนก็เติบโตมาพร้อมกับช้างจึงเป็นเรื่องราวที่แยกจากกันไม่ออก แม้จะไม่มีการออกไปจับช้างอีกแล้ว แต่ช้างบ้านหลายรุ่น ก็ตกลูกช้างมาอย่างสม่ำเสมอ เมื่อช้างโตอายุสักปีสองปีก็ต้องมีการฝึก เพื่อรับคำสั่งต่าง ๆ ทั้งการส่งควาญขึ้นหลัง เดินซ้าย ขวา หน้า หลัง สมัยก่อนการฝึกช้างก็ทำกันเองทั่วไป แต่ปัจจุบันมีสนามฝึกช้างใกล้กับอาคารศูนย์คชศึกษาซึ่งจะทำการฝึกช้างวัยรุ่น ช้างนั้นมีความจำดีสามารถทำอะไรได้หลายๆ อย่างแล้วแต่ควาญจะฝึกให้ทำอะไรแต่ก็ต้องฝึกอยู่เสมอๆ

ศูนย์คชศึกษา ภายใต้ศูนย์มีนิทรรศการประวัติความเป็นมาของหมู่บ้าน รวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการคล้องช้าง เช่น ทำจากเชือกประกำ เชือกคล้องช้างที่ทำจากหนังควาย ฯลฯ โดยเฉพาะวันเสาร์จะมีการจัดแสดงการฝึกช้างให้ชมกันเป็นประจำ แต่เพียงวันละรอบเท่านั้นเริ่มประมาณ 9 โมงเช้าถึง 11โมง ในหมู่บ้านมีบ้านทอผ้าไหม ซึ่งมีลวดลายสวยงามไม่แพ้ที่อื่น ส่วนใหญ่สาวชาวกูยจะทอผ้ากันหลังจากเกี่ยวข้าวเสร็จแล้วประมาณเดือนธันวาคมถึงมกราคม ตอนบ่ายอาจนั่งช้างเที่ยวไปตามป่าละเมาะริมลำน้ำมูลเพื่อรอเวลาให้ถึงช่วงเย็นที่ควาญจะพาช้างไปอาบน้ำที่วังทะลุรื่นรมณย์กับบรรยากาศยามเย็น ชื่นชมแสงสี

สุดท้ายของวัน ช่วงที่น่าไปเยี่ยมหมู่บ้านมากที่สุดคือ ช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคมเพราะควาญช้างจะกลับมาเก็บเกี่ยวข้าว และนำช้างมาร่วมงานแสดงของจังหวัด ซึ่งจะมีช้างกลับมาอยู่บ้านเป็นจำนวนมาก กรณีที่เดินทางกันมาเป็นกลุ่ม และต้องการให้ช้างมาแสดงให้ดูในวันธรรมดาสามารถติดต่อล่วงหน้าได้ที่ผู้ใหญ่บ้านประกิต กลางพัฒนา ผู้ใหญ่บ้านตากลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูมโทร. 0-1999-1910, 0-1967-5015 หรือที่ว่าการอำเภอท่าตูม โทร.0-4459-1141, 0-4459-1058 ค่าเข้าชมชาวไทย คนละ 50 บาท ชาวต่างประเทศ 100 บาท ส่วนการนั่งช้างเที่ยวชมหมู่บ้านหรือลัดเลาะแม่น้ำนั้นก็แล้วแต่จะตกลงราคากัน

<u>งานแสดงช้างและงานกาชาดจังหวัดสุรินทร์</u> จังหวัดสุรินทร์ ยินดีต้อนรับทุกท่านสู่เมืองช้างด้วยความยินดียิ่ง ช้างเป็นสัญลักษณ์ประจำประเทศไทย และจังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีช้างเลี้ยงมากที่สุดในประเทศไทย ดังนั้นช้างและชาวสุรินทร์จึงมีความผูกพันสืบต่อกันมาอย่างแน่นแฟ้น ช้างจึงเปรียบเสมือนเป็นสมาชิกของครอบครัว

จังหวัดสุรินทร์ได้จัดงานแสดงช้างมาแล้วเป็นเวลา 42 ปี ตั้งแต่ปี 2503 และในปีนี้จะจัดเป็นปีที่ 43 กำหนดจัดระหว่างวันที่ 15-16 พฤศจิกายน 2546 ณ. สนามแสดงช้าง เพื่อบอกเล่าถึงความสัมพันธ์ระหว่างช้างกับชาวสุรินทร์ การจับช้างป่ามาฝึกให้เป็นช้างบ้าน โดยชาวกวยซึ่งเป็นบรรพบุรุษของชาวสุรินทร์ และสืบทอดเป็นวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของชาวสุรินทร์ที่ได้รับการถ่ายทอดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ นอกจากจัดแสดงช้างแล้วยังได้จัดกิจกรรมเสริมเพื่อให้งานมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. กิจกรรมงานช้างและกาชาดสุรินทร์ กำหนดระหว่างวันที่ 7-18 พฤศจิกายน 2546 ณ สนามกีฬาศรีณรงค์ ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง โดยในงานมีการจัดนิทรรศการของส่วนราชการ ภาคเอกชน โดยเน้นในเรื่องการให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องช้าง เรื่องเกษตรอินทรีย์วิถีสุรินทร์และงานตามนโยบายของรัฐบาล ตลอดจนจัดให้มีการประกวดผลิตผลทางการเกษตร การประกวดของดีเมืองสุรินทร์ และสุดยอดสินค้า OTOP ของจังหวัดพร้อมกับการแสดงดนตรีของศิลปินที่มีชื่อเสียงทุกคืน โดยจะมีพิธีเปิดงานในวันศุกร์ ที่ 7 พฤศจิกายน 2546 ณ บริเวณอนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง รายละเอียดติดต่อได้ที่ สำนักงานจังหวัดสุรินทร์(ฝ่ายอำนวยการ) โทร. 0-4451-2039

2. งานแสดงช้าง กำหนดจัดในระหว่างวันเสาร์ ที่ 15 และ วันอาทิตย์ที่ 16 พฤศจิกายน 2546 ณ สนามแสดงช้าง ตามวันและเวลาที่กำหนด ราคาบัตรเข้าชม 30 บาท 200 บาท และ 500 บาท สั่งจองและสอบถามรายละเอียดได้ดังนี้ สำนักงานจังหวัดสุรินทร์ (ฝ่ายอำนวยการ) โทร. 0-4451-2039

3. การประกวดโต๊ะอาหารช้าง กำหนดจัดใน วันพฤหัสบดี ที่ 13 พฤศจิกายน 2546 เวลา 20.00 น. ณ บริเวณอนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง (สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ โทร. 0 – 4451 – 1975

4. งานต้อนรับและเลี้ยงอาหารช้าง กำหนดจัดในวันศุกร์ ที่ 14 พฤศจิกายน 2546 เวลา 09.00 น. ณ บริเวณอนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง ในปีนี้จะจัดให้ยิ่งใหญ่ที่สุด ทั้งจำนวนช้าง จำนวนโต๊ะอาหาร และความยาวของถนนที่จะจัดงานโดยได้เชิญ บริษัท ท้าบันทึก มาถ่ายทำและบันทึกลงในหนังสือกินเนสส์บุคค์ (สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ โทร 0-4451-1975)

5. การแข่งขันจักรยานเสือภูเขา ครั้งที่ 2 กำหนดจัดในวันเสาร์ ที่ 15 พฤศจิกายน 2546 เวลา 10.00 ณ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตสุรินทร์ (สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ สถาบันเทคโนโลยี-ราชมงคล วิทยาเขตสุรินทร์ โทร. 0-4451-1022)

6. การวิ่งราชมงคลเมืองช้างมินิฮาล์ฟมาราธอน ครั้งที่ 3 กำหนดจัดในวันอาทิตย์ที่ 16 พฤศจิกายน 2546 เวลา 05.30น. ณ.สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตสุรินทร์ (สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตสุรินทร์ โทร. 0-4451-1022)

7. การแสดงประกอบแสง – เสียง ครั้งที่ 3 เรื่อง มหากาพย์ อารยธรรมเจนละ กำหนดจัดในระหว่างวันที่ 14 – 15 พฤศจิกายน 2546 ณ สถาบันราชภัฏสุรินทร์ (รายละเอียดสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ เทศบาลเมืองสุรินทร์ โทร. 0-4451-1117)

8. การแข่งขันแรลลี่ช้าง จัดขึ้นเป็นปีแรก กำหนดจัดในวันที่ 15 พฤศจิกายน 2546 เวลา 08.30 น. เป็นการนั่งช้างแรลลี่ ระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร บริเวณชานเมืองสุรินทร์ รายละเอียดสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ ชมรมสืบสานวัฒนธรรม คนกับช้างสุรินทร์

ข้อมูลโดย กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสุรินทร์ โทร 0-4452-1361

➢ จังหวัดศรีสะเกษ

ประวัติ จังหวัดศรีสะเกษเป็นเมืองโบราณตั้งแต่สมัยขอม จะเห็นได้จากโบราณสถานสมัยขอมที่ยังปรากฏอยู่ แต่ต่อมาได้ร้างไปจนถึงปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา ชาวไทยพื้นเมืองที่เรียกตัวเองว่า “ส่วย” หรือ “กวย” หรือ “กุย” ได้อพยพข้ามลำน้ำโขงมาสู่ฝั่งขวา ในปี พ.ศ.2260 และได้แยกย้ายกันออกเป็น 6 กลุ่ม กลุ่มที่มี “เชียงขัน” หรือ “ตากะจะ” ได้มาตั้งถิ่นฐานที่บ้านโคกลำดวน ต่อมาสมเด็จพระบรม-ราชาที่ 3 หรือพระเจ้าอยู่หัวสุริยามรินทร์ ได้โปรดเกล้าฯ ยกบ้านโคกลำดวนหรือบ้านปราสาทสี่เหลี่ยม-ดงลำดวนขึ้นเป็นเมืองชื่อ “เมืองขุขันธ์” ซึ่งหมายความว่า เมืองป่าดง และโปรดเกล้าฯ ให้ตากะจะหรือหลวงแก้วสุวรรณ เป็นพระไกรภักดีศรีนครลำดวน เจ้าเมืองขุขันธ์ ต่อมาใน พ.ศ.2321 สมัยพระเจ้ากรุงธนบุรีเจ้าเมืองขุขันธ์ถึงแก่อนิจกรรม ได้โปรดเกล้าฯ ให้หลวงปราบ (เชียงขัน) เป็นพระยาไกรภักดี-ศรีนครลำดวน เจ้าเมืองขุขันธ์ ต่อมาเมืองขุขันธ์กันดารน้ำ จึงอพยพย้ายไปอยู่บ้านแตระ ต.ห้วยเหนือ อ.ขุขันธ์ ปัจจุบัน ต่อมาในปี พ.ศ.2329 พระภักดีภูธรสงคราม (ท้าวอุ่น) ปลัดเมืองขุขันธ์ ขอตั้ง

บ้านโนนสามขาสระกำแพงใหญ่ขึ้นเป็น “เมืองศรีสะเกษ” พระบาทสมเด็จกระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก รัชการที่ 1 จึงโปรดเกล้าฯ ให้พระภักดีภูธรสงครามเป็นพระยารัตนวงศา เจ้าเมืองศรีสะเกษขึ้นกับเมืองขุขันธ์ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ได้ย้ายที่ทำการเมืองขุขันธ์มาตั้งอยู่ที่เมืองศรีสะเกษ (ที่บ้านเมืองเก่า ต.เมืองเหนือ) แต่ยังคงใช้ชื่อว่า เมืองขุขันธ์ และยุบเมืองขุขันธ์เดิมเป็น อ.ห้วยเหนือ (อ.ขุขันธ์ปัจจุบัน) ในปี พ.ศ.2447 ครั้งถึงปี พ.ศ.2455 ได้เปลี่ยนชื่อมณฑลอีสานเป็นมณฑลอุบล มีเมืองขึ้นตรงต่อมณฑลนี้ 3 เมือง คือ อุบลราชธานี ขุขันธ์ และสุรินทร์ ซึ่งเข้าใจว่าเมืองศรีสะเกษ คงถูกยุบเป็นอำเภอ ขึ้นกับเมืองขุขันธ์

พ.ศ.2476 เมื่อยกเลิกมณฑลเทศภิบาล ได้แยกตัวออกมาเป็นจังหวัดขุขันธ์ และในปี พ.ศ.2481 ได้เปลี่ยนชื่อจังหวัดขุขันธ์เป็นจังหวัดศรีสะเกษมาจนถึงปัจจุบัน

<u>โครงสร้างบริการพื้นฐาน</u>

การคมนาคม

จังหวัดศรีสะเกษ มีเส้นทางคมนาคมที่ติดต่อได้กับจังหวัดใกล้เคียงรวมทั้งอำเภอต่าง ๆ ภายในท้องที่จังหวัดศรีสะเกษ โดยทางรถยนต์ และรถไฟ ซึ่งสามารถให้บริการรับส่งผู้โดยสาร และขนส่งสินค้าทั้งขาเข้าและขาออก แบ่งออกเป็น

1. การคมนาคมโดยรถไฟ

ขบวนรถไฟที่วิ่งผ่านสถานีจังหวัดศรีสะเกษ เที่ยวขึ้น-เที่ยวล่อง มีวันละ22 ขบวน ระยะทางจากกรุงเทพฯ ถึงสถานีจังหวัดศรีสะเกษ 515 กิโลเมตร ขบวนรถไฟวิ่งผ่านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตั้งแต่จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและสิ้นสุดปลายทางที่อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

2. การคมนาคมโดยรถยนต์

ปัจจุบันการขนส่งทางถนนได้เพิ่มบทบาทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้ก้าวหน้าทัดเทียมกับอารยะประเทศ ดังนั้นจังหวัดได้จัดระเบียบการขนส่งทางบกในเขตจังหวัดโดยอาศัยอำนาจตามความในพระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 และนโยบายของจังหวัด เพื่อสนองความต้องการของประชาชน โดยการจัดเส้นทางเดินรถยนต์ ถึง 4 หมวดด้วยกันคือ

-เส้นทางหมวดที่ 1 เป็นเส้นทางขนส่งภายในเทศบาล มีจำนวน 2 เส้นทาง

-เส้นทางหมวดที่ 2 เป็นเส้นทางที่เริ่มต้นจากกรุงเทพฯ มีจำนวน 10 เส้นทาง

-เส้นทางหมวดที่ 3 เป็นเส้นทางระหว่างจังหวัด หรือคาบเกี่ยวระหว่างจังหวัด มีจำนวน 16 เส้นทาง

-เส้นทางหมวดที่ 4 เป็นเส้นทางย่อย ซึ่งจากจังหวัดหรืออำเภอเข้าสู่ชุมชนย่อย เช่น ตำบล หรือหมู่บ้าน มีจำนวน 27 เส้นทาง

3. การคมนาคมโดยทางอากาศ

จังหวัดศรีสะเกษ อยู่ห่างจากจังหวัดอุบลราชธานี เพียง 60 กิโลเมตร ซึ่งมีเครื่องบินที่สามารถเดินทางไปได้ทั่วประเทศ อีกทั้งสนามบินอุบลราชธานี เป็นสนามบินนานาชาติที่สามารถรองรับเครื่องบินขนาดใหญ่ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ โดยมิต้องแวะพักที่กรุงเทพฯ ประกอบกับขณะนี้เส้นทางรถยนต์ จากศรีสะเกษ-อุบลราชธานีกำลังปรับปรุงเพื่อรองรับการขยายตัวของจังหวัดศรีสะเกษ ในอนาคต

ถนน

จังหวัดศรีสะเกษมีระยะทางที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท และกรมโยธาธิการรวมทั้งสิ้น 1,541.282 กม. เป็นถนนในความรับผิดชอบของสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท จำนวน 932.387 กม. และกรมโยธาธิการ 608.895 กม. ถนนดังกล่าวสวนใหญ่เป็นถนนลาดยาง ลูกรัง และถนนคอนกรีต ตามลำดับ

การสื่อสาร

โทรศัพท์

จังหวัดศรีสะเกษในปี 2544 (ข้อมูล ณ 31 สิงหาคม 2544) มีจำนวนหมายเลขทั้งสิ้น 20,109 เลขหมาย เป็นเลขหมายที่มีผู้เช่า 15,715 เลขหมาย รายละเอียดดังนี้

- ส่วนราชการ จำนวน 859 เลขหมาย
-บ้าน จำนวน 12,084 เลขหมาย
-ธุรกิจ จำนวน 1,911 เลขหมาย
-ท.ศ.ท. จำนวน 239 เลขหมาย
-สาธารณะ จำนวน 622 เลขหมาย

การไปรษณีย์โทรเลข

ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขในจังหวัดศรีสะเกษ มีจำนวน 17 แห่ง โดยตั้งอยู่ในตัวจังหวัด 2 แห่ง ที่เหลือตั้งอยู่ตามอำเภอ/กิ่งอำเภอที่ละ 1 แห่ง ยกเว้น อำเภอภูสิงห์ อำเภอจักรลักษ์ อำเภอเมืองจันทร์ กิ่ง อ.โพธิ์ศรีสุวรรณ กิ่ง อ.ศิลาลาด ยังไม่มีสำหรับอำเภอน้ำเกลี้ยงให้เอกชนดำเนินการ สถานีวิทยุ มี 3 สถานี คือ

1. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดศรีสะเกษ กระจายเสียงในระบบ FM ด้วยความถี่ 100.25 MHz

2. สถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. กระจายเสียงในระบบ FM ด้วยความถี่ 95 MHz

3. สถานีวิทยุ จส.6 กระจายเสียงในระบบ AM ด้วยความถี่ 1458 KHz

สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

การไฟฟ้า

ภูมิศาสตร์ จังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย (อีสานใต้) อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ โดยทางรถไฟ 515 กิโลเมตร ทางรถยนต์ 600 กิโลเมตร ห่างจากสนามบินนานาชาติอุบลราชธานี ประมาณ 60 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 8,839 ตารางกิโลเมตร เขตการปกครองมี 20 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอกันทรลักษณ์ อำเภอกันทรารมย์ อำเภออุทุมพรพิสัย อำเภอราษีไศล อำเภอขุขันธ์ อำเภอขุนหาญ อำเภอไพรบึง อำเภอปรางค์กู่ อำเภอศรีรัตนะ อำเภอห้วยทับทัน อำเภอยางชุมน้อย อำเภอโนนคูณ อำเภอน้ำเกลี้ยง อำเภอวังหิน อำเภอบึงบูรพ์ อำเภอภูสิงห์ อำเภอเมืองจันทร์ อำเภอเบญจลักษณ์ อำเภอพยุห์ กิ่งอำเภอโพธิ์ศรีสุวรรณ และ กิ่งอำเภอศิลาลาด มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดอื่น ๆ ได้แก่ ทิศเหนือ ติดกับ จังหวัดยโสธร และร้อยเอ็ด ทิศใต้ ติดกับประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย โดยมีเทือกเขาพนมดงรักเป็นแนวกั้นเขตแดน ทิศตะวันตก ติดกับ จังหวัดสุรินทร์ ทิศตะวันออก ติดกับ จังหวัดอุบลราชธานี

ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง ลักษณะพื้นที่ลาดต่ำลงทางเหนือจนจดแม่น้ำมูล ทางตอนเหนือเป็นที่ราบลุ่ม ทางตอนใต้เป็นที่สูงและจดเทือกเขาพนมดงรัก พื้นที่ของจังหวัดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ตอนเหนือและตอนใต้ของลำน้ำมูล ซึ่งไหลผ่านจังหวัดเป็นแนวขวาง ลักษณะของดินส่วนใหญ่เป็นดินปนทราย ทางตอนเหนือของจังหวัดมีลักษณะเป็นทุ่งหญ้า ส่วนทางตอนใต้มีลักษณะเป็นป่าและภูเขา

ลักษณะภูมิประเทศ จังหวัดศรีสะเกษมีลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบสูงดินปนทรายด้านทิศใต้ของจังหวัด พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่า อยู่ในเขตอำเภอกันทรลักษ์ อำเภอขุนหาญ อำเภอขุขันธ์ โดยมีเทือกเขาพนมดงรักเป็นเส้นกั้นเขตแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย ซึ่งมีเขตแดนติดต่อกันยาวประมาณ 85 กิโลเมตร มีช่องทางติดต่อเข้าออก 26 ช่องทาง พื้นที่ตอนกลางและตอนเหนือของจังหวัดเป็นที่ราบและราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำ มีสภาพเป็นทุ่งนาทำเลเลี้ยงสัตว์ และที่รกร้างว่างเปล่า แม่น้ำมูลเป็นแม่น้ำที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไหลผ่านตอนเหนือของจังหวัด ได้แก่ ท้องที่อำเภอราษีไศล อำเภอเมือง อำเภอกันทรารมย์ และอำเภอยางชุมน้อย นอกจากนี้ยังมีห้วยสำราญ ห้วยเหนือ ห้วยขยุง ห้วยทา และห้วยทับทัน ซึ่งต้นน้ำเกิดจากเทือกเขาพนมดงรัก ไหลลงสู่แม่น้ำมูล ภูมิอากาศโดยทั่วไปอยู่ในเกณฑ์แห้งแล้ง ความแตกต่างของอุณหภูมิมีมาก ฤดูร้อนอากาศจะร้อนจัดและแห้งแล้ง ฤดูหนาวจะหนาวเย็นและมีลมแรง เพราะได้รับอิทธิพลของลมเหนือที่พัดจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

สภาพเศรษฐกิจ

การทำป่าไม้ จังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์มากแห่งหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่อยู่ในเขต อ.ขุขันธ์ อ.ขุนหาญ และ อ.กันทรลักษ์ ลักษณะเป็นป่าไม้เบญจพรรณ ไม้ที่มีมากได้แก่ ไม้กระยาเลย ชนิดต่าง ๆ เช่น ไม้กราด ไม้กระบาก ไม้ตะเคียนหิน ไม้ตะแบกใหญ่ ไม้ประดู่ และไม้พันชาด

การปศุสัตว์ การเลี้ยงเพื่อทำการค้าในลักษณะฟาร์มยังมีน้อย เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ในลักษณะฟาร์มส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงสุกร และเลี้ยงไก่ โดยทั่วไปเกษตรกรจะเลี้ยงสัตว์ไว้เพื่อใช้แรงงาน เช่น ม้า โค กระบือ ส่วนสัตว์เลี้ยงที่เลี้ยงไว้เพื่อการบริโภคเนื้อและไข่ ได้แก่ สุกร เป็ด ไก่ มักทำการเลี้ยงเป็นอาชีพรอง เพื่อเสริมรายได้ให้กับครอบครัว และมีการรวมกลุ่มกัน

การทำนา เกษตรกรในจังหวัดศรีสะเกษส่วนใหญ่นิยมปลูกข้าวเจ้าไว้บริโภคในครัวเรือนและจำหน่าย นอกนั้นเป็นการปลูกข้าวเหนียว พันธุ์ข้าวที่นิยมปลูกคือ ข้าวหอมมะลิ 105 พันธุ์พื้นเมือง ข้าวเหนียวสันป่าตอง กข.6 และข้าวเหนียวดำ ข้าวนาปีที่ปลูก ได้แก่ ข้าวเจ้า ข้าวเหนียว ข้าวไร่ และข้าวนาปรัง

การประมง ทำการประมงน้ำจืดตามแหล่งน้ำทั่วไป เช่น ลำน้ำมูล ห้วยหนอง บึง และเขตชลประทาน ในปัจจุบันนี้ไม่มีเกษตรกรที่ทำการประมงเป็นอาชีพหลัก ส่วนใหญ่ทำประมงในลักษณะเป็นผลพลอยได้จากธรรมชาติ โดยอาศัยเครื่องมือการประมงแบบพื้นบ้าน เช่น แห ข่าย และมอง เป็นต้น ชนิดของสัตว์น้ำที่จับได้ ได้แก่ ปลาดุก ปลาช่อน ปลาหมอ ปลาตะเพียน ปลาที่จับได้ส่วนใหญ่จะบริโภคในจังหวัด

การอุตสาหกรรม มีหลายประเภท เป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่แปรรูปผลผลิตการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ เช่น โรงงานไม้แปรรูป โรงงานอัดปอ โรงสีข้าว โรงงานผลิตมันสำปะหลังอัดเม็ด โรงงานทำน้ำแข็ง โรงงานย่อยหิน และอุตสาหกรรมในครัวเรือน ได้แก่ การทอผ้าไหม ผ้าฝ้าย การทอเสื่อกก การสร้างกี่กระตุก การแกะสลักไม้ การตีเหล็ก การทำของที่ระลึก การทำกระเป๋าด้วยใบลาน การย้อมสี

การพาณิชย์ ตลาดสดส่วนใหญ่อยู่ในเขตสุขาภิบาล ตลาดนัดเป็นแหล่งที่เกษตรกรนำสินค้าต่าง ๆ ที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาจำหน่ายต่อผู้บริโภคโดยตรง และเป็นแหล่งซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างอื่น

การเดินทาง จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) ที่จังหวัดสระบุรี เข้าเส้นทางโชคชัย-เดชอุดม (ทางหลวงหมายเลข 24) เข้าตัวเมืองศรีสะเกษ รวมระยะทางประมาณ 571 กิโลเมตร

รถประจำทาง จากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารประจำทางทั้งธรรมดาและปรับอากาศจากสถานีขนส่งสายตะวันออกเฉียงเหนือทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 8 ชั่วโมง สอบถามรายละเอียด โทร.02-9362-852-66 สถานีขนส่งจังหวัดศรีสะเกษ โทร. 045-612-500

รถไฟ จากสถานีรถไฟหัวลำโพง มีรถธรรมดา รถเร็ว และรถด่วน สายกรุงเทพฯ-ศรีสะเกษ ระยะทาง 515 กิโลเมตร สอบถามรายละเอียดได้ที่ หน่วยบริการเดินทาง การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร.0-2223-7010 , 0-2237-020 หรือ 1690 สถานีรถไฟศรีสะเกษ โทร. 045-611-525

การเดินทางในตัวเมืองมีรถสามล้อรับจ้างอยู่ทั่วไป นอกจากนั้นยังมีรถโดยสารจากตัวอำเภอเมืองศรีสะเกษไปยังอำเภอต่าง ๆ ทุกอำเภอและจังหวัดใกล้เคียงด้วย ระยะทางไปยังจังหวัดใกล้เคียง อุบลราชธานี 64 กิโลเมตร ยโสธร 100 กิโลเมตร สุรินทร์ 110 กิโลเมตร

สถานที่ท่องเที่ยว

<u>วัดบ้านไพรบึง</u> เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธเจดีย์ไพรบึงซึ่งรูปแบบสถาปัตยกรรมตามแบบพุทธคยา ของอินเดีย ภายในองค์พระธาตุบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ เป็นที่สักการะของชาวศรีสะเกษ นอกนั้นยังมีโบสถ์เก่า อายุราว 50 ปี รูปแบบสถาปัตยกรรมของช่างเขมรโบราณสวยงามมากภายในประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้น ถือเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำอำเภอไพรบึง

<u>พุทธสถานศีรษะอโศก</u> ตั้งอยู่หมู่ที่ 15 บ้านศีรษะอโศก ตำบลกระแซง อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ ใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และศึกษาดูงาน

<u>พระธาตุเรืองรอง</u> ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 3 บ้านสร้างเรือง ต.หญ้าปล้อง อ.เมืองศรีสะเกษ จ.ศรีสะเกษ เป็นพระธาตุที่สร้างแบบศิลปะพื้นบ้าน สูง 49 เมตร แบ่งออกเป็น 6 ชั้น ชั้นที่ 1 ใช้สำหรับประกอบพิธีทางศาสนา ชั้นที่ 2 - 3 ทำเป็นพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านชนสีเผ่าของศรีสะเกษ คือ เขมร ส่วย ลาว เยอ ชั้นที่ 4 ประดิษฐานพระพุทธรูปสำคัญ ชั้นที่ 5 ใช้สำหรับการทำสมาธิ ชั้นที่ 6 เป็นที่ประดิษฐานพระบรม-สารีริกธาตุ และเป็นที่ชมทัศนียภาพของพื้นที่ ภาพสลักหินนูนต่ำอยู่บริเวณ ผามออีแดง อ.กันทรลักษ์ ภาพสลักหินนูน ต่ำศิลปะเขมรอายุราวศตวรรษที่ 15 สันนิษฐานว่า เก่าแก่ที่สุดใน ประเทศไทย ปรางค์ศิลาช่องโดนตวล ตั้งอยู่ริมหน้าผาสูงชัน บนเทือกเขาพนมดงรักใกล้เขตแดนไทย-กัมพูชา ห่างจากบ้านภูมิซรอลไป 8 กิโลเมตร หรือ ห่างจากตัวอำเภอกันทรลักษณ์ ประมาณ38 กิโลเมตร เป็นปราสาทขอมขนาดเล็กประกอบด้วยปรางค์รูปสี่เหลี่ยมย่อมุม ก่อด้วยอิฐ ซุ้ม ประตูก่อด้วยศิลา และมีรูปสิงโตจำหลักอยู่หน้าปราสาท

<u>อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร</u> อยู่ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติเขาพระวิหาร มีเนื้อที่ประมาณ 81,250 ไร่ หรือประมาณ 130 ต.ร.ก.ม. คลอบคลุมพื้นที่ 2 จังหวัด คือ ต.เสาธงชัย ต.ภูหมอก อ.กันทรลักษ์ จ.ศรีสะเกษ และ ต.โคกสะ-อาด กิ่ง อ.น้ำขุ่น ต.โชง อ.น้ำยืน จ.อุบลราชธานี สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 200-500 เมตร ได้รับประกาศให้เป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2541 นับเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 83

สภาพธรรมชาติ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขามีสภาพป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์ ติดต่อกับประเทศกัมพูชา มีทิวทัศน์ที่สวยงามและเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ เดหมาะแก่การศึกษาเรียนรู้และพักผ่อนหย่อนใจ พันธุ์ไม้และสัตว์ป่า สภาพป่าโดยทั่วไปเป็นป่าเต็ง รัง พยุง นนทรี พะยอม แดง ฯลฯ มีไม้ตั้งแต่ขนาดกลางถึงใหญ่ นอกจากนี้ยังมีสัตว์ป่าอาศัย อยู่ทั่วไป เช่น หมูป่า เก้ง กวาง กระต่ายป่า กระรอก ชะนี ชะมด นกชนิดต่าง ๆ และสัตว์เลื้อยคลาน เป็นต้น

จุดเด่นที่น่าสนใจ

ผามออีแดง นับเป็นสถานที่ตรงจุดชายแดน ประเทศไทยติดต่อกับประเทศกัมพูชา ใกล้ทางขึ้นสู่ปราสาทเขาพระวิหารมีทัศนียภาพที่สวยงาม เป็นจุดชมวิว ทิวทัศน์ พื้นที่แนวชายแดนประเทศกัมพูชา และปราสาทเขาพระวิหารได้อย่างสวยงามกว้างไกล จุดสูงสุดของหน้าผามออีแดงสามารถส่องกล้องชมปราสาทเขาพระวิหารได้อย่างชัดเจนเชื่อกันว่าปราสาทเขาพระวิหาร มีการก่อสร้างในสมัยพระเจ้าสุริยวรมันที่ 1 (ประมาณ พ.ศ.1581) ปัจจุบันปราสาทเขาพระวิหาร ได้เปิดให้นักท่องเที่ยวทั่วไปขึ้นเยี่ยมชมปราสาทได้ โดยความร่วมมือระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศกัมพูชา

ปราสาทโดนตวล เป็นศาสนสถานแบบขอมหลังเดียว ตั้งอยู่ตรงชายแดนปรเทศไทย อยู่ห่างจากหน้าผาประมาณ 300 เมตร ตามตำนาน นางนมใหญ่(เนียงเดาะทม) กล่าวว่าขณะที่นางเดินทางไปเฝ้ากษัตริย์องค์หนึ่งนางได้หยุดพัก ณ บริเวณนี้ (สร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 15-16

สิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจุบันอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหารยังไม่มีบ้านพักบริการนักท่องเที่ยว แต่ทางอุทยานฯ ได้จัดพื้นที่สำหรับกางเต็นท์ไว้บริการนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะต้องนำเต็นท์ไปเอง

การเดินทาง เส้นทางสู่อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร สามารถเดินทางได้ดังนี้./

1. จาก จ.ศรีสะเกษ ผ่าน อ.พายุห์ อ.ศรีรัตนะ และ อ.กันทรลักษ์ ตามเส้นทางหมายเลข 221 รวมระยะทาง 87 กิโลเมตร

2. จาก จ.อุบลราชธานี ผ่าย อ.วารินชำราบ อ.สำโรง อ.โนนคูณ อ.เบญจลักษ์ และ อ.กันทรลักษ์ ตามเส้นทางหมายเลข 2178 และ 221 รวมระยะทางประมาณ 95 กิโลเมตร (ระยะทางจาก อ.กันทรลักษ์ ถึง อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ประมาณ 25 กิโลเมตร

สถูปคู่ เป็นโบราณสถานซึ่งมีอยู่ 2 องค์ ตั้งอยู่บริเวณทิศตะวันตกของผามออีแดง ถ้าเดินทางจากผามออีแดง ไปยังเขาพระวิหาร ก็จะผ่านสถูปคู่นี้ มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมและส่วนบนกลม ก่อสร้างด้วยหินทรายขนาดกว้าง 1.93 เมตร สูง 4.20 เมตร

สภาพสลักนูนต่ำ เป็นศิลปแบบโบราณที่น่าสนใจซึ่งแกะสลักนูนต่ำเป็นภาพเทพ 3 องค์ อยู่บริเวณหน้าผาใต้ผามออีแดง มีทางเดินเท้าสำหรับเดินลงไปเที่ยวชมและศึกษาได้สะดวก สันนิษฐานว่าพระนารายณ์อวตารปางวราหาววตาร มีอายุประมาณ 1,500 ปี

สระตราว หรือ สระกราว เป็นแหล่งน้ำซึ่งไหลมาจากเขาพระวิหารอยู่บริเวณเชิงเขาชาวบ้านเรียก "บาราย" หมายถึงแหล่งเก็บน้ำแบบขอมพบร่องรอยการตัดหินและรอยล้อรถลากขนหินเพื่อนำไปสร้างปราสาทเขาพระวิหารเป็นแหล่งน้ำของเจ้าหน้าและนักท่องเที่ยว โดยทั่วไป ณ บริเวณ ผามออีแดง

น้ำตกและถ้ำขุนศรี น้ำตกตั้งอยู่เหนือถ้ำขุนศรีขึ้นไปสูง 3 ชั้น ทางด้านทิศตะวันตกของสระตราวใกล้เส้นทางเดินสู่ปราสาทเขาพระวิหารส่วนถ้ำขุนศรีภายในถ้ำกว้างขวาง สามารถจุคนได้มาก เชื่อกันว่าเป็นที่พักของขุนศรีขณะที่มาควบคุมการตัดหินบริเวณสระตราวเพื่อไปสร้างปราสาทเขาพระวิหาร

น้ำตกห้วยตา เป็นน้ำตกขนาดเล็กอยู่บริเวณ เส้นทางขึ้นผามออีแดงจัดเป็นเส้นทางเดิน ศึกษาธรรมชาติที่มี พันธุ์ไม้ สมุนไพรและกล้วยไม้อยู่หลายชนิด

เขาสันตะโสม เป็นหน้าผาติดแนวชายแดน ประเทศกัมพูชา สามารถมองเห็นผามออีแดง และปราสาทเขาพระวิหารได้ชัดเจน มีทัศนียภาพที่สวยงาม เป็นจุดชมพระอาทิตย์ลับขอบฟ้า

น้ำตกไทรย้อย เป็นน้ำตก ขนาดเล็กที่ม่ความสวยงาม ตั้งอยู่ในพื้นที่ อ.น้ำยืน จ.อุบลราชธานีอยู่ห่างจากเส้นทางสู่ อ.น้ำยืน ไปประมาณ 4 กิโลเมตร

ช่องอานม้า เป็นจุดผ่อนปรน ในการค้าขาย ระหว่างแนวชายแดนไทย-กัมพูชา เพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ตั้งอยู่ในท้องที่ ตโซง อ.น้ำยืน จ.อุบลราชธานี ปัจจุบันเปิดจุผ่อนปรนในวันอังคาร และวันพฤหัสบดี

เขื่อนห้วยขนุน เป็นอ่าง เก็บน้ำชลประทานและที่ตั้งหน่วยพิ -ทักษ์ อุทยานแห่งชาติ มีทิวทัศน์สวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อน เที่ยวชมธรรมชาติและเข้าข่ายกางเต็นท์พักแรม

<u>ปราสาทเขาพระวิหาร</u> ปราสาทเขาพระวิหาร เป็นโบราณสถานที่มีความงดงาม โดเด่นอยู่เหนือเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งกั้นพรมแดน ระหว่าประเทศไทยกับประเทศกัมพูชามีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 657 เมตร อยู่ในเขตการปกครองของอำเภอจอมกระสาน จังหวัดพระวิหาร ประเทศกัมพูชา เดิมปราสาทเขาพระวิหารอยู่ในเขตการปกครองของประเทศไทย ขึ้นอยู่กับบ้านภูมิ-ซรอล ต.เสาธงชัย อ.กันทรลักษ์ จ.ศรีสะเกษ (ค.ศ.1899,ร.ศ.- 118 เมื่อ พ.ศ. 2442) พระเจ้าน้องยาเธอกรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์ ได้ทรงค้นพบ พระองค์ได้จารึก ร.ศ. และพระนามไว้ที่บริเวณชะง่อนผาเป้ยตาดีว่า 118 สรรพสิทธิ จากนั้นอีก 60 ปีต่อมา ประเทสกัมพูชา (นำโดยสมเด็จเจ้านโรดมสีหนุ) ได้ยื่นฟ้องต่อศาลโลก เพื่อเรียกร้องอำนาจอธิปไตยเหนือปราวาทเขาพระวิหารคืน (ยื่นฟ้องทั้งมหด 73 ครั้ง) ต่อมาศาลโลกได้ตัดสินให้อธิปไตยเหนือปราสาทเขาพระวิหารเป็นของประเทศกัมพูชาด้วยคะแนน 9 ต่อ 3 เสียง เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2505 นับเป็นการเสียดินแดนครั้งสุดท้ายของประเทศไทย โดยบริเวณดังกล่าวมีเนื้อที่ประมาณ 150 ไร่

ผลการตัดสินของศาลโลก มีข้อกำหนด 3 ประการ คือ

1. ให้คืนเนื้อที่ประมาณ 150 ไร่
2. ให้คืนวัตถุโบราณจำนวน 50 ชิ้น
3. ให้ถอนทหารและตำรวจออกจากพื้นที่

ลักษณะสำคัญของปราสาทเขาพระวิหาร

บันไดดินด้านหน้าของปราสาท บันไดดินด้านหน้าเป็นทางเดิน ขึ้นลงขนาดใหญ่ อยู่ทางทิศเหนือของตัวปราสาท ลาดตามไหล่เขา บางชั้น สกัดหินลงไปในภูเขา มีขนาดกว้าง 8 เมตร ยาว 75.50 เมตร มีจำนวน 162 ขั้น สองข้างบันไดมีฐานสี่เหลี่ยมตั้งเป็นกระพัก (กระพักแปลว่า ไหล่เขาเป็นชั้นพอพักได้) ขนาดใหญ่เรียงรายขึ้นไป ใช้สำหรับตั้งรูปสิงห์ทวารบาล (ทะ-วา-ละ-บาน) เพื่อเฝ้าดูแลรักษาเส้นทาง

สะพานนาคราช สะพานนาคราช หรือ ลานนาคราช อยู่ทางทิศใต้ของบันไดหินด้านหน้า ปูด้วยแผ่นหินเรียบ มีขนาดกว้าง 7 เมตร ยาว 31.80 เมตร สองข้างสะพานนาคราชสร้างเป็นฐานเตี้ย ๆ บนฐานมีนาคราช 7 เศียร จำนวน 2 ตัว แผ่พังพานหันหน้าไปทางทิศเหนือ ลำตัวอยู่บนฐานทั้งสอง ทอดไปทางทิศใต้ส่วนหางของนาคราชชูขึ้นเล็กน้อย นาคราชทั้งสองตัว เป็นนาคราชที่ยังไม่มีรัศมีเข้ามา ประกอบมีลักษณะคล้าย ๆ งูตามธรรมชาติ เป็นลักษณะของนาคราชในศิลปะขอม แบบปาปวน

โคปุระ ชั้นที่ 1 โคปุระชั้นที่ 1 สร้างเป็นศาลาจตุรมุข รูปทรงกากบาทไม่มีฝาผนังกั้น มีแต่บันไดและซุ้มประตูทั้ง 4 ทิศ สร้างอยู่บนฐานสี่เหลี่ยมย่อมุมบันไดทางขึ้นโคปุระ ชั้นที่ 1 ทางทิศเหนือ เป็นบันไดหินมีลักษณะค่อนข้างชัน เนื่องจากมีความเชื่อกันว่าการที่จะเข้าเฝ้าเทพนั้น จะไปด้วยอาการเคารพนพนอบ

ในลักษณะหมอบคลานเข้าไป ทางทิศตะวันออกของโคปุระ ชั้นที่ 1 มีเส้นทางขึ้นคล้ายบันไดหน้าแต่ค่อนข้างชัน และชำรุดหลายตอนเป็นเส้นทางขึ้น-ลง ไปสู่ประเทศกัมพูชา เรียกว่าช่องบันไดหัก

ทางดำเนิน ด้านทิศใต้ของโคปุระชั้นที่ 1 มีลักษณะเป็นทางเดินขนาดใหญ่ ปูด้วยหินศิลาทราย กว้าง 11.10 เมตร ยาว 275 เมตร บนขอบทั้งสองข้างของทางดำเนินทำเป็นเขื่อนยกสูงขึ้นเล็กน้อย บนสันเขื่อนทั้งสองข้างปักเสาศิลาทรายข้างละ 2.15 เมตร

สระสรง สระสรงทางด้านทิศตะวันออกของทางดำเนินห่างออกไป 12.40 เมตร จะพบสระน้ำรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีขนาดกว้าง 16.80 เมตร ยาว 37.80 เมตร กรุด้วนท่อนหินเป็นชั้น ๆ มีลักษณะเป็นขั้นบันได เรียกว่าสระสรงกล่าวกันว่าใช้สำหรับเป็นที่ชำระร่างกายก่อนที่จะกระทำพิธีทางศาสนา

โคปุระ ชั้นที่ 2 โคปุระชั้นที่ 2 สร้างเป็นศาลาจตุรมุข มีกำแพงด้านทิศใต้เพียงด้านเดียว อยู่บนไหล่เขาทางทิศเหนือของปุระชั้นที่ 2 บริเวณพื้นราบของเส้นทางดำเนิน และสองข้างทางขึ้นลงของบันได จะพบรอยสกัดลงในพื้นศิลา มีลักษณะเป็นหลุมกลม ๆ เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณฟุตเศษ ๆ เป็นหลุมสำหรับใส่เสา เพื่อทำเป็นปะรำพิธี โดยมีประธานในพิธีนั่งอยู่ในปะรำพิธีเพื่อดูการร่ายรำบนเส้นทางดำเนิน

โคปุระ ชั้นที่ 3 (ปราสาทหลังที่ 1) โคปุระชั้นที่ 3 เป็นโคปุระ หลังที่ใหญ่โตมโหฬาร ที่ยังสมบูรณ์ที่สุด ลักษณะการสร้างคล้ายกับโคปุระชั้นที่ 1, 2 แต่ผิดตรงที่มีฝาผนังกั้นล้อมรอบความใหญ่โตมากว่าเยอะ (ถ้ามีฝาผนังกั้นหรือกำแพงแก้วล้อมรอบ) นักโบราณคดีเรียกว่า ปราสาท

โคปุระ ชั้นที่ 4 (ปราสาทหลังที่ 2) โคปุระชั้นที่ 4 หลังนี้ผุพังมากเนื่องจากกาลเวลาแผ่นดินทรุด ดคปุระ ชั้นที่ 4 นี้ ประกอบด้วยหลายส่วน และจะมีตัวหนังสือขอมโบราณสลักลงในแผ่นศิลาบริเวณกรอบประตูด้านทิศเหนือของปรางค์ประธาน บริเวณข้าง (ภายใน) จะสร้างบรรณาลัยไว้(หรือบรรณารักษ์) ซึ่งแปลว่าห้องสมุด สร้างไว้เพื่อเก็บคำภีร์ทางศาสนา

เปี้ยตาดี เปี้ยเป็นภาษาเขมร ซึ่งแปลว่า ชะง่อนผา หรือโพงผา ตรงยอดเปี้ยตาดีสูงกว่าระดับน้ำทะเล 657 เมตร ถ้าวัดจากพื้นที่เชิงเขาพื้นราบฝั่งประเทศกัมพูชาสูงประมาณ 447 เมตร ตรงชะง่อนผาเปี้ยตาดี จะมีรอยสักพระหัตย์ของ สมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ กรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์ ว่า 118 สรรพสิทธิ แต่ก่อนมีธงไตรรงค์ของไทยอยู่ที่ บริเวณผาเปี้ยตาดี ในปัจจุบันคงเหลือแต่ฐานไตรรงค์

➢ ประเทศกัมพูชา

กัมพูชาเป็นประเทศเพื่อนบ้านใกล้ชิดของไทย ที่มีความสัมพันธ์ทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน มีแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นสิ่งดึงดูดสำคัญคือ “นครวัด” ซึ่ง

แสดงถึงความยิ่งใหญ่ของอาณาจักรขอมโบราณ รวมทั้งปราสาทหินที่งดงามอีกมากมาย นอกจากนั้น หลักฐานและร่องรอยที่ปรากฏจากการเคยเป็นดินแดนแห่งการฆ่าฟัน (Killing Fields) นับเป็นสิ่งที่ผู้คนจากที่ต่าง ๆ มุ่งเดินทางไปชมเพื่อตระหนักถึงความโหดร้ายของสงคราม และความปรารถนาให้สันติภาพในกัมพูชาบังเกิดขึ้นประเทศกัมพูชา จึงเป็นที่สนใจของผู้ที่มุ่งไปลงทุนพัฒนาด้านต่าง ๆ รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมดินแดนแห่งอารยธรรมขอม ซึ่งถูกปิดกั้นจากโลกภายนอกมาเป็นเวลานานนับทศวรรษ

ประเทศไทยนับว่ามีความได้เปรียบ และมีศักยภาพในการเดินทางติดต่อไปยังประเทศกัมพูชามากที่สุด เพราะมีพื้นที่ชายแดนติดต่อกันเป็นระยะทางยาว โดยเฉพาะที่จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเคยมีการติดต่อค้าขายกับกัมพูชามาแต่เดิม มีทางรถไฟสายอรัญประเทศ-พนมเปญ ซึ่งปัจจุบันอยู่ในสภาพชำรุด และถนนหมายเลข 5 ของกัมพูชาเชื่อมต่อกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 33 ของไทยที่อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เป็นเส้นทางติดต่อระหว่างเมืองสำคัญของทั้งสองประเทศได้สะดวก ประชาชนทั้งสองประเทศมีความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม และติดต่อไปมาหาสู่กัน ต่อมาเมื่อมีการเปิดจุดด่านชายแดน ที่คลองลึก อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ด่านช่องสะงำ จังหวัดศรีสะเกษ ด่านช่องมณี จังหวัดจันทบุรี ช่องสายตะกู จ.บุรีรัมย์ ด่านคลองใหญ่ จังหวัดตราด จึงทำให้พื้นที่ศึกษามีศักยภาพเป็นประตูการท่องเที่ยวสำคัญไปยังกัมพูชาและอินโดจีนผู้เยี่ยมเยือนจากที่ต่าง ๆ เดินทางมายังพื้นที่ศึกษา และให้ความสนใจต่อการไปท่องเที่ยวต่อในกัมพูชาเป็นจำนวนมาก

ดังนั้นการที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในกัมพูชามีแรงดึงดูดความสนใจของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย และชาวต่างประเทศอย่างมาก การศึกษาโอกาสการขยายตัว และการลงทุนทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ศึกษาจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกัมพูชา ซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ศึกษา ซึ่งจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างไทยกัมพูชา ที่สำคัญในอนาคต

สภาพการพัฒนาประเทศกัมพูชา

ลักษณะทางกายภาพ ประเทศกัมพูชาเป็นประเทศในกลุ่มอินโดจีน ซึ่งประกอบด้วย ประเทศกัมพูชา ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียนนาม พื้นที่ของประเทศกัมพูชารวมทั้งสิ้น 180,901 ตารางกิโลเมตร แบ่งออกเป็นเขตการปกครอง 19 จังหวัด 2 นคร เมืองหลวงตั้งอยู่ที่พนมเปญ เมืองสำคัญอื่น ๆ ได้แก่ เมืองท่ากำปงโสม และเกาะกง

ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาและที่สูงโดยรอบ ตรงกลาง เป็นแอ่งที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง และทะเลสาบเขมรอันกว้างใหญ่ ยกเว้นทางด้านทิศตะวันตกส่วนที่ติดต่อกับประเทศไทยที่จังหวัดปราจีนบุรี มีพื้นที่ค่อนข้างราบเรียกว่า “ฉนวนไทย” (Thai corridor) และทางด้านทิศใต้ บริเวณปากแม่น้ำโขง แม่น้ำสำคัญ

ได้แก่ แม่น้ำโขง พื้นที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 60.0 เป็นพื้นที่ป่าไม้ พื้นที่เพาะปลูกมีเพียงร้อยละ 11.0 และพื้นที่เลี้ยงสัตว์อีกร้อยละ 3.0 ส่วนที่เหลือเป็นพื้นที่อื่น ๆ

ลักษณะภูมิอากาศแบบฝนเมืองร้อนเฉพาะฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ จะมีอากาศชุ่มชื้นและฝนตกชุกตลอดฤดู แต่ในฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ หรือฤดูหนาวจะมีอากาศแห้งแล้งตลอดฤดู ยกเว้นบริเวณชายฝั่งทะเลในจังหวัดเกาะกง และกัมปอด จะมีภูมิอากาศแบบฝนเมือง ร้อนตลอดฤดู อุณหภูมิเฉลี่ยระหว่าง 22 – 32 องศาเซลเซียส ปริมาณฝนตกโดยเฉลี่ยระหว่าง 1,250 มิลลิเมตรจนถึงมากกว่า 5,000 มิลลิเมตรต่อปี ฝนจะตกมากในแถบชายฝั่งทะเลกับแถบภูเขาและที่สูงทางทิศตะวันออก

ภาวะเศรษฐกิจประเทศกัมพูชา

ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ

เศรษฐกิจประเทศกัมพูชาพึ่งพิงการผลิตภาคการเกษตรในปี พ.ศ.2544 มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 39.6 การผลิตที่สำคัญได้แก่ ประมงน้ำจืด ประมงน้ำเค็ม ข้าว ยางพารา และป่าไม้ รองลงมาเป็นการผลิตภาคบริการ สัดส่วนประมาณร้อยละ 31.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ส่วนใหญ่เป็นบริการต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และบริการทางการเงิน การผลิตภาคอุตสาหกรรม สัดส่วนประมาณร้อยละ 24.0 การผลิตที่สำคัญได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยการผลิตเกือบทั้งหมดส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มยุโรป อเมริกา และญี่ปุ่น และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งประเทศกัมพูชามีโบราณสถานจำนวนมากที่สำคัญได้แก่ นครวัด ซึ่งเป็นสิ่งมหัศจรรย์ของโลก วัดบันทายศรี โบราณสถานก่อสร้างด้วยหินทราบ แม่น้ำ ทะเลสาบ ซึ่งเป็นทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากทะเลสาบซูพีเรีย และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกมาก

ในปี พ.ศ.2543 ประเทศกัมพูชาประสบกับอุทกภัยอย่างหนัก เป็นผลให้พื้นที่ทางการเกษตรเสียหายเป็นบริเวณกว้าง อย่างไรก็ตาม การผลิตในภาคอุตสาหกรรมยังขยายตัวอยู่ในเกณฑ์สูงถึงร้อยละ 31.8 จากอุตสาหกรรมสิ่งทอและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลให้เศรษฐกิจโดยรวมประเทศกัมพูชาในปี 2543 ขยายตัวขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 5.5 ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติมีมูลค่า 2,483.3 ล้านดอลลาร์ สรอ.

ตารางที่ 3-1 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจประเทศกัมพูชา

หน่วย : ล้านดอลลาร์ สรอ.

	2539	**2540**	**2541**	**2542**	**2543**	**2544**	**2545**
ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ	2,870.5	2,353.6	2,200.6	2,354.7	2,483.0	2,593.3	2,710.0
อัตราการขยายตัว (%)	-2.4	-18.0	-6.5	7.0	5.5	4.4	4.5

ที่มา : ธนาคารชาติแห่งกัมพูชา

ปี พ.ศ.2544 ผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศกัมพูชามีมูลค่าประมาณ 2,593.3 ล้านดอลลาร์ สรอ. ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 4.4 เป็นการขยายตัวของการผลิตภาคการเกษตร ร้อยละ 2.0 เนื่องจากสภาอากาศเอื้ออำนวย และทางการกัมพูชาเร่งส่งเสริมการทำสวนยางเพื่อการส่งออก การผลิตภาคอุตสาหกรรมขยายตัวในเกณฑ์สูงถึงร้อยละ 13.5 จากอุตสาหกรรมสิ่งทอ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่วนภาคบริการขยายตัวประมาณร้อยละ 1.0

แม้ว่าการผลิตภาคอุตสาหกรรมของกัมพูชา ปี พ.ศ.2544 ยังคงขยายตัวในเกณฑ์สูงร้อยละ 13.5 แต่เมื่อเทียบกับปีก่อนขยายตัวร้อยละ 31.8 การขยายตัวชะลอลงอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกซบเซา ประกอบกับผู้นำเข้าคาดว่าราคาสิ่งทอจากกัมพูชาจะลดลงประมาณร้อยละ 10-15 จากการผลิตที่มีเป็นจำนวนมาก จึงชะลอการสั่งซื้อ ด้านการท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชายังคงขยายตัวจากนักท่องเที่ยวในเอเชียที่ให้ความสนใจเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชามากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น มาเลเซีย และไทย แม้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศอเมริกาและประเทศในแถบยุโรปตะวันตกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชาปีนี้จะลดลง

สำหรับในปี พ.ศ.2545 คาดว่าเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชาเติบโตในอัตราร้อยละ 4.5 ต่ำกว่าเป้าหมายที่ทางการกัมพูชากำหนดไว้ร้อยละ 5.0 เนื่องจากการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอลดลงจากการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจอเมริกา ซึ่งเป็นผู้นำเข้าที่สำคัญ และอเมริกาให้ความช่วยเหลือให้สิทธิพิเศษ GSP กับประเทศเวียดนาม และประเทศซับ ซาฮารา อาฟริกา ซึ่งอเมริกานำเข้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากประเทศเหล่านี้มากขึ้น อย่างไรก็ตามการผลิตภาคการเกษตรยังคงขยายตัวต่อเนื่องจากปีก่อน

ระดับราคา

ประเทศกัมพูชาพึ่งพิงสินค้าจากต่างประเทศค่อนข้างมาก โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคและวัสดุก่อสร้างจากไทย น้ำมัน และสินค้าอุตสาหกรรมจากสิงคโปร์ ดังนั้น เงินดอลลาร์และเงินบาทจึงมีบทบาทมากในการชำระค่าสินค้า นอกจากนี้ การชำระค่าสินค้าเป็นทองคำยังเป็นที่นิยมโดยเฉพาะสินค้าที่มีราคาสูง เงินเรียลซึ่งเป็นเงินสกุลของประเทศใช้จ่ายในชีวิตประจำวันในสินค้าที่มีมูลค่าไม่มากนัก ดังนั้น การควบคุมภาวะเงินเฟ้อ โดยทางการจึงมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก

จากข้อมูลธนาคารชาติแห่งกัมพูชา ปรากฏว่าระดับราคาของประเทศกัมพูชาในปี 2544 – 2545 มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง หลังจากที่ UNTAC ถอนกำลังออกจากการเข้าไปดูแลความเรียบร้อยในกัมพูชา ในปี 2544 อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยลดลงร้อยละ 1.4 ในปี 2544 อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยลดลงร้อยละ 0.5 ราคาสินค้าในหมวดอาหารและอสังหาริมทรัพย์ และราคาสินค้าอุปโภคที่นำเข้า ระดับราคามีแนวโน้มลดลง

ในรอบเก้าเดือนปี 2545 ระดับราคามีแนวโน้มสูงขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 3.4 เนื่องจากความต้องการสินค้าในหมวดอาหารและอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นเป็นสำคัญ สินค้าที่ระดับราคามีแนวโน้มลดลง ได้แก่ สินค้าในหมวดเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม และสินค้าในหมวดเครื่องใช้ภายในบ้าน

หลังจากที่ประเทศกัมพูชาเข้าเป็นสมาชิกภาคีอาเซียน และมีนโยบายเปิดประเทศซึ่งทางรัฐบาลกัมพูชาได้พยายามปรับปรุงระเบียบวิธีปฏิบัติให้เอื้ออำนวยต่อการค้าระหว่างประเทศ ส่งผลให้ปริมาณการค้าระหว่างประเทศของกัมพูชามีแนวโน้มขยายตัวขึ้นในอัตราสูงอย่างต่อเนื่อง ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ ไทย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และประเทศเวียดนาม

ในปี 2444 การค้าของประเทศกัมพูชามีมูลค่าประมาณ 3,290.0 ล้านดอลลาร์ สรอ. เทียบกับปี 2543 ซึ่งมีมูลค่า 2,852.2 ล้านดอลลาร์ สรอ. เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 เนื่องจากการเร่งตัวของทั้งด้านการส่งออกและนำเข้า ในปีนี้ประเทศกัมพูชาขาดดุลการค้าประมาณ 170.0 ล้านดอลลาร์ สรอ. ขาดดุลลดลงจากปีก่อนร้อยละ 14.1

การส่งออกในปี 2544 มีมูลค่าประมาณ 1,457.7 ล้านดอลลาร์ สรอ. เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 4.8 เกือบร้อยละ 80 เป็นการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอ มูลค่าประมาณ 1,141.5 ล้านดอลลาร์ สรอ. ที่สำคัญได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป และรองเท้า ซึ่งส่วนใหญ่ส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และประเทศในแถบยุโรป นอกจากนี้ เป็นการส่งออกยางแผ่นรมควัน และยางแท่ง มูลค่าประมาณ 33.5 ล้านดอลลาร์ สรอ. ผลิตภัณฑ์ไม้มูลค่าประมาณ 33.9 ล้านดอลลาร์ สรอ. ที่เหลือเป็นการส่งออกสัตว์น้ำ บุหรี่ ข้าว พืชตระกูลถั่ว และผลิตภัณฑ์จากป่า

การนำเข้ามีมูลค่าประมาณ 1,915.5 ล้านดอลลาร์ สรอ. เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 7.2 ส่วนใหญ่ เป็นการนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ และอะไหล่ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม วัสดุก่อสร้าง บุหรี่ ผงชูรส และยารักษาโรค

ในช่วงครึ่งแรกปี 2545 การค้าระหว่างประเทศของกัมพูชามีมูลค่า 1,537.1 ล้านดอลลาร์ สรอ. เทียบกับช่วงครึ่งแรกของปีก่อนซึ่งมีมูลค่า 1,614.8 ล้านดอลลาร์ สรอ. ลดลงร้อยละ 4.8 แยกเป็นการส่งออก 657.5 ลดลงร้อยละ 4.9 สินค้าที่สำคัญได้แก่ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอส่งออกมูลค่า 516.2 ล้านดอลลาร์ สรอ. ลดลงร้อยละ 9.4 การนำเข้ามูลค่า 879.6 ลดลงร้อยละ 4.8 สินค้าสำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม บุหรี่ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ และอะไหล่

ดุลชำระเงินปี 2544 เกินดุล 61.5 ล้านดอลลาร์ สรอ. เทียบกับปี 2543 เกินดุล 45.8 ล้านดอลลาร์ สรอ. เงินสำรองระหว่างประเทศ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2544 จำนวน 548.1 ล้านบาท เทียบกับการนำเข้า

นโยบายเศรษฐกิจประเทศกัมพูชา

นโยบายการเงินและการคลัง

- ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ
- เร่งรัดการจัดเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ จากการค้าระหว่างประเทศ
- ให้ความสำคัญกับรายจ่ายเพื่อสาธารณูปโภค สนับสนุนการลงทุนภาคเอกชน รายจ่ายในโครงการทางสังคม ส่งเสริมสุขภาพของประชาชน
- ร่วมมือกับต่างประเทศและองค์การนานาชาติต่าง ๆ สนับสนุนด้านเงินทุนในด้านการพัฒนาประเทศ เสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิต

นโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

- ปรับปรุงกฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติ ให้เอื้ออำนวยต่อการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ
- สร้างสภาพแวดล้อมการลงทุนที่ดี โดยเร่งสร้างสาธารณูปโภคที่จำเป็น และรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการเมือง
- ปราบปรามการทุจริตคอรัปชั่น

การท่องเที่ยว

- รัฐบาลมีแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม เน้นการอนุรักษ์สภาพธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นมรดกตกทอดมาจากบรรพบุรุษ โดยรัฐบาลลงทุนในสาธารณูปโภคพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัย

การอุตสาหกรรม

- ส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอและอุตสาหกรรมการเกษตรเข้าแข่งขันในตลาดโลก
- ส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นและอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ

การเกษตร

- พัฒนาพื้นที่ชลประทานให้ครอบคลุมร้อยละ 4 ของพื้นที่การเกษตร ภายในปี 2546
- สนับสนุนสินเชื่อให้กับการผลิตยางพารา และผลิตภัณฑ์จากยางพารา
- อนุรักษ์ป่าไม้

สภาพการเมืองและสังคม

1. การเมือง

ประเทศกัมพูชาประชาธิปไตรปกครองด้วยระบบสังคมนิยม ตั้งแต่ พ.ศ.2518 ภายหลังจากที่สมเด็จเจ้านโรดมสีหนุ ร่วมมือกับฝ่ายเขมรแดงยึดอำนาจจาก นายพลลอนนอล ต่อมาฝ่ายเขมรแดงแต่งตั้งให้นายเขียวสัมพันธ์ ขึ้นปกครองประเทศแทนเจ้านโรดมสีหนุ โดยมีนายพอลพต เป็นเลขาธิการพรรคคอมมิวนิสต์ ได้มีความขันแย้งและการใช้กำลังฆ่าฟันทำร้ายประชาชนอย่างมาก เป็นเหตุให้เวียดนามใช้เป็นข้ออ้างเข้ารุกราน และยึดอำนาจการปกครองกัมพูชาใน พ.ศ.2522 แล้วแต่งตั้งให้นายเฮง สัมริน ขึ้นเป็นประธานาธิบดี มีการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจและนำเอาระบบการค้าเสรีมาใช้ ตลอดจนให้อิสระแก่ประชาชนในการประกอบอาชีพ

เมื่อนายฮุนเซน ขึ้นเป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีการพัฒนาประเทศโดยเน้นภาคเกษตรกรรม เปิดโอกาสให้เอกชนทำธุรกิจได้เต็มที่ หากไม่เป็นการแข่งขันกับธุรกิจรัฐบาล และให้สิทธิส่วนบุคคลในการครอบครองทรัพย์สินมาก ระหว่างนั้นได้มีการเจรจาระหว่างเขมร 4 ฝ่าย จนกระทั่งสามารถลงนามสัญญาสันติภาพที่กรุงปารีส ในปี พ.ศ.2534 สถานการณ์การเมืองในกัมพูชาจึงเริ่มดีขึ้น แม้ว่าในทางปฏิบัตินั้นเขมรทั้ง 4 ฝ่าย ยังไม่อาจตกลงกันได้ในการบริหารประเทศ แต่องค์การสหประชาชาติได้จัดตั้งกองกำลังชั่วคราวเพื่อการโอนอำนาจในกัมพูชา (United Nations Transitional Authorities in Cambodia : UNTAC) ซึ่งได้จัดและดูแลให้มีการเลือกตั้งในกัมพูชา ระหว่างวันที่ 23 – 25 เดือนพฤษภาคม 2536

ผลการเลือกตั้งปรากฏว่าพรรคฟุนซินเปค (FUNCINPEC) ภายใต้การนำของสมเด็จนโรดม รณฤทธิ์ พระโอรสของเจ้าสีหนุ ประมุขแห่งรัฐในฐานะประธานสภาสูงสุดแห่งชาติ (Supreme National Council : SNC) มีชัยชนะในการเลือกตั้งเหนือพรรคการเมืองอื่น ๆ โดยมีจำนวนสมาชิกที่ได้รับเลือก 58 ที่นั่ง ในขณะที่พรรคประชาชนกัมพูชา (Combodian People's party : CPP) ของนายฮุนเซ็น ได้รับเลือกตั้ง 51 ที่นั่ง พรรคประชาธิปไตยเสรีพระพุทธศาสนา (Buddhist Liberal Democratic Party : BLDP) ของนายซอนซานได้รับเลือกตั้ง 10 ที่นั่ง และพรรคโมลินาคา (Molinaka) ได้รับเลือกตั้ง 1 ที่นั่ง จากจำนวนสมาชิกทั้งหมด 120 ที่นั่ง ส่วนเขมรแดงนั้นได้ถอนตัวออกจากการเลือกตั้งทั้งนี้ประชาชนไปใช้สิทธิออกเสียงถึงร้อยละ 90 ของจำนวนผู้มีสิทธิ์ทั้งสิ้น 4.7 ล้านคน หลังจากนั้นมีการเลือกตั้งอีก 2 ครั้ง

แต่เนื่องจากไม่มีพรรคใดได้รับเลือกตั้งด้วยคะแนนเสียงเกินกว่ากึ่งหนึ่ง แม้ว่าจะรวมจำนวนสมาชิกพรรคฟุนซินเปค พรรคประชาธิปไตยเสรีฯ และพรรคโมลินากา ซึ่งเป็นพันธมิตรทางการเมืองแล้วจะสามารถจัดตั้งรัฐบาลได้ก็ตาม แต่ในการร่างรัฐธรรมนูญปกครองประเทศและการผ่านร่างรัฐธรรมนูญ ออกมาบังคับใช้จะต้องได้รับการรับรองจากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรด้วยคะแนนเสียง 2 ใน 3 หรือ 82 ที่นั่งใน 123 ที่นั่ง ทำให้การจัดตั้งรัฐบาลภายหลังการเลือกตั้งเป็นรัฐบาลผสมโดยมีนายฮุนเซน

เป็นนายกรัฐมนตรี ซึ่งในปี พ.ศ. 2546 ผลการเลือกตั้งครั้งล่าสุด พรรคประชาชนกัมพูชา (Comvodian Peo;le's party : CPP) ภายใต้การทำของนายฮุนเซน มีชัยในการเลือกตั้งได้จำนวนสมาชิก 73 ที่นั่ง พรรคประชาธิปไตยเสรี (BLDB) ของนายสมรังสี ได้รับเลือก 26 ที่นั่ง พรรคฟุนซินเปคได้รับเลือก 24 ที่นั่ง พรรคอื่น ๆ อีก 20 พรรคไม่ได้รับเลือกเลย

2. สังคม

ชาวกัมพูชานับถือพุทธศาสนา มีวัด โบสถ์ พระสงฆ์ เช่นเดียวกับวัดไทย ชาวกัมพูชามีการทำบุญด้วยสตางค์ใส่บาตรพระสงฆ์ ประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้น้อยมาก มีขอทานและคนพิการจากสงครามอยู่มากมาย ทั้งตามถนนในชนบท ในชุมชน ศูนย์การค้า และตามโรงแรมใหญ่ในเมือง ชาวกัมพูชาพูดภาษาเขมรเป็นภาษาประจำชาติ ผู้ที่อาศัยอยู่แถบชายแดนที่มีการติดต่อกับไทย คือ บริเวณปอยเปต และเกาะกง จะพูดภาษาไทยได้บ้าง

ภาวะสงครามที่ยาวนาน ทำให้กัมพูชาขาดการพัฒนาในด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีผลต่อประชากรที่ขาดโอกาสการศึกษา มีปัญหาในด้านสุขภาพอนามัยและโภชนาการ อย่างไรก็ตามความช่วยเหลือจากนานาประเทศ ได้หลั่งไหลมาสู่ประชากรกัมพูชา ทั้งจากสหประชาชาติและองค์กรระหว่างประเทศต่าง ๆ ได้แก่ สำนักข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัยแห่งสหประชาชาติ (UNHCR) หน่วยบรรเทาทุกข์บริเวณชายแดนแห่งสหประชาชาติ (UNERO) โครงการอาหารโลก (WFP) คณะกรรมการกาชาดระหว่างประเทศ (ICRC) เป็นต้น ซึ่งองค์กรนานาชาติเหล่านี้ส่วนหนึ่งตั้งสำนักงานเป็นฐานติดต่อและดำเนินการ รวมทั้งมีการพักแรมและใช้บริการต่าง ๆ ในเขตอำเภออรัญประเทศ

โครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐานของประเทศกัมพูชา ตกอยู่ในสภาพที่ชำรุดทรุดโทรมอย่างหนัก เนื่องจากขาดงบประมาณ และเทคนิคที่จะพัฒนาและบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพดี ประกอบกับการล่มสลายของสหภาพโซเวียต และค่ายสังคมนิยม ในปี พ.ศ.2534 ทำให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ที่เคยได้รับต้องหยุดชะงักลง

1. ระบบทาง

ระบบทางรวมทั้งประเทศมีความยาวประมาณ 34,100 กิโลเมตร เป็นทางหลวงขนาด 2 ช่องทาง เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดประมาณ 3,000 กิโลเมตร ถนนในเมืองประมาณ 3,100 กิโลเมตร และทางชนบทประมาณ 2,800 กิโลเมตร ส่วนใหญ่เป็นเส้นทางสร้างราว พ.ศ.2463 – 2473 โดยฝรั่งเศส และอยู่ในสภาพที่ชำรุด เนื่องจากขาดการบำรุงรักษามาตั้งแต่ปี พ.ศ.2513 จนไม่อาจใช้การได้มากกว่า 20,460 กิโลเมตร ในช่วงฤดูฝนเส้นทางลูกรังไม่อาจใช้การได้เลย ส่วนถนนที่ใช้การได้ก็สามารถขับขี่ยวดยานด้วยความเร็วเพียง 20-25 กิโลเมตรต่อชั่วโมง

เส้นทางหมายเลข 6 จากปอยเปตไปยังศรีโสภณนั้น ปัจจุบันกองพันทหารช่างเฉพาะกิจที่ 1 ได้ซ่อมแซมและปรับปรุงเป็นถนนลาดยางแล้วระยะทางประมาณ 48 กิโลเมตร ส่วนช่วงจากศรีโสภณไปยังเสียมราฐ ซึ่งเป็นที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ คือ นครวัดนั้นยังมีสภาพชำรุด

2. ทางรถไฟ

กัมพูชามีเส้นทางรถไฟเพียง 2 สาย คือ สายพนมเปญ-พระตะบอง ซึ่งเชื่อมต่อกับทางรถไฟสายตะวันออกของไทยที่อรัญประเทศ และสายพนมเปญ-กำปงโสม รวมระยะทาง 650 กิโลเมตร ปัจจุบันมีหัวรถจักรที่สามารถใช้การได้เพียง 5 คัน ลากจูงขบวนรถได้ 850 ตัน ด้วยความเร็วเฉลี่ย 25-30 กิโลเมตรต่อชั่วโมง 1 คัน ทางรถไฟจากพระตะบองมายังปอยเปตและอรัญประเทศนั้นอยู่ในสภาพที่ชำรุด

3. ทางอากาศ

ท่าอากาศยานสากลของกัมพูชามี 2 แห่ง คือ สนามบินโปเชนตง ใกล้กรุงพนมเปญ เป็นสนามบินนานาชาติเพียงแห่งเดียว มีทางวิ่งยาว 3,000 เมตร สามารถรองรับเครื่องบินโบอิ้ง 737 และสนามบินเสียมราฐ ซึ่งต้องมีการปรับปรุงทางวิ่ง อาคารสนามบินและระบบการควบคุมการจราจรทางอากาศ

ปัจจุบันมีเส้นทางบินระหว่างไทย-กัมพูชา คือ เที่ยวบินของบริษัทบางกอกแอร์เวย์ แคมโบเดียแอร์ไลน์ และ เอส เค แอร์ไลน์ บินระหว่างกรุงเทพฯ – พนมเปญ และนอกจากนี้ยังมีสายการบินของลาว บินระหว่างเวียงจันทน์-พนมเปญ สายการบินเวียดนาม บินระหว่างโอฮิมินท์-พนมเปญ สายการบินกัมพูชาบินระหว่างพนมเปญ-โฮชิมินห์ และสายการบินสตาร์แอร์เวย์บินระหว่างสิงคโปร์-พนมเปญ

4. ทางน้ำ

กัมพูชามีเมืองท่าสำคัญคือ กำปงโสม ซึ่งเป็นท่าเรือน้ำลึกสามารถพัฒนาการเดินเรือมายังเกาะกงและจังหวัดตราดได้ในอนาคต ส่วนท่าเรือพนมเปญ เป็นท่าเรือขนส่งสินค้าในแม่น้ำโขง

5. พลังงานไฟฟ้า

กำลังผลิตกระแสไฟฟ้ารวมทั้งสิ้น 59 เมกะวัตต์ ในปี พ.ศ.2535 ผลิตกระแสไฟฟ้าได้เพียง 165,000 หน่วย สามารถตอบสนองความต้องการได้เพียงร้อยละ 16

6. การสื่อสารและการคมนาคม

มีการขยายตัวและเติบโตของธุรกิจสูงมากทั้งโทรศัพท์พื้นฐานในกรุงพนมเปญ และโทรศัพท์ไร้สาย เป็นที่นิยมในเมืองเสียมราฐ ราคาซื้อขายสูงกว่าในประเทศไทย และปัจจุบันการเชื่อมโยงเครือข่ายโทรศัพท์กับประเทศไทยได้อย่างสมบูรณ์

ศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ภาพรวม

ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศกัมพูชามีอยู่จำนวนมาก แต่ภาวะสงครามได้ทำให้การท่องเที่ยวต้องหยุดชะงักลง ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2522-2530 ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปในกัมพูชาเลย มีเพียงกลุ่มอาสาสมัครช่วยเหลือและนักหนังสือพิมพ์ ต่อมาในปี พ.ศ.2530 จึงได้เริ่มมีบริษัทนำเที่ยวจากเวียดนามซึ่งเป็นบริษัทเพียงแห่งเดียวที่ได้สิทธิ์นำเที่ยวมายังกัมพูชา ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2 – 3 วัน เมื่อสถานการณ์สู้รบเริ่มคลี่คลายลงและมีการโฆษณาเชิญชวนมาเที่ยวกัมพูชา บริษัททัวร์ท่องเที่ยวจากหลายประเทศได้เข้ามาติดต่อกับรัฐบาลกัมพูชา และได้รับอนุญาตให้นำนักท่องเที่ยวมาได้ จึงเริ่มมีการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวในกัมพูชา มีนักท่องเที่ยวจากยุโรป และเอเชีย เดินทางมายังกัมพูชามากขึ้น

เนื่องจากกัมพูชายังขาดปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ดังนั้น การประสานงานร่วมมือของกัมพูชากับประเทศเพื่อนบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยวกัมพูชาอย่างมาก นับเป็นโอกาสของประเทศไทยที่มีประสบการณ์ตลอดจนความพร้อมของปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในอันที่จะเป็นส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนการท่องเที่ยวของกัมพูชาได้ โดยให้ประเทศไทยเป็นเสมือนประตูทางผ่านหรือฐานการเดินทางเข้าสู่ประเทศกัมพูชาและประเทศอื่น ๆ ในอินโดจีน ซึ่งพื้นที่ศึกษามีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นฐานรองรับการบริการการท่องเที่ยวไปยังกัมพูชา และเป็นประตูท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ นครวัด

แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวในกัมพูชาที่มีชื่อเสียงและมีผู้เดินทางไปเที่ยวชมมาก คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ศาสนา และโบราณวัตถุสถาน ได้แก่ ปราสาทหิน อันมีอยู่มากมาย โดยเฉพาะที่เมืองเสียมราฐอันเป็นที่ตั้งของนครวัด และนครธม ซึ่งจัดเป็นสิ่งมหัศจรรย์หนึ่งในเจ็ดของโลก และแหล่งท่องเที่ยวในกรุงพนมเปญและบริเวณโดยรอบ ซึ่งมีทั้งสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัง วัดวาอาราม พิพิธภัณฑ์ และย่านการค้าต่าง ๆ

แม้ว่าประเทศกัมพูชาจะมีภาวะสงครามการสู้รบภายในประเทศเป็นระยะเวลายาวนาน แต่ชาวเขมรก็มิได้ทำลายศิลปวัฒนธรรมและโบราณสถาน โดยเฉพาะปราสาทหินและประติมากรรมต่าง ๆ คงมีบางส่วนของโบราณสถานที่แตกหักเนื่องจากถูกปืนใหญ่ หรือถูกลักขโมยไปบ้างระหว่างสงคราม แต่โบราณสถานส่วนใหญ่ยังคงมีสภาพที่สวยงามให้เห็น ปราสาทหินของเขมรนับว่าเป็นสถานที่ซึ่งมีพลังดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องด้วยมีความยิ่งใหญ่ ลึกลับ สวยงาม และวิจิตรบรรจง อีกทั้งยังตั้งอยู่ในพื้นที่ซึ่งมีสภาพแวดล้อมเป็นชนบท และป่า จึงดูเด่น สะดุดตา และมีความอลังการต่อสายตาของผู้เดินทางไปชม

1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน

ตามบัญชีโบราณสถานสำคัญที่รัฐบาลประเทศกัมพูชาได้เสนอขอการช่วยเหลือจากอนุสัญญาว่าด้วยการพิทักษ์มรดกโลก (Convention concernant La Protection du Patrrimoine mondial Culturel) ประกอบด้วย

1.1) กลุ่มโบราณสถานเมืองพระนคร

โบราณสถานที่สำคัญและมีผู้ไปท่องเที่ยวมากได้แก่ ปราสาทนครวัด ซึ่งเป็นหนึ่งในเจ็ดของสิ่งมหัศจรรย์มรดกโลก สร้างในสมัยพระเจ้าสุริยวรมันที่ 2 มีความยิ่งใหญ่งดงามทางสถาปัตยกรรม ระเบียงคด และรูปนางอัสปร จำนวนมากที่สลักเสลาอย่างสวยงาม โบราณสถานที่ได้รับความสนใจรองลงมาคือ ปราสาทบายน ซึ่งมียอดปรางค์จำหลักเป็นรูปพระพักตร์ของพระโพธิสัตว์อวโลกีเตควรขนาดใหญ่น้อยจำนวนมาก นอกจากนั้นได้แก่ แหล่งโบราณสถานในนครธม และปราสาทต่าง ๆ อีกประมาณ 30 แห่ง รวมทั้งบาราย และพระราชวังหลวง

1.2) แหล่งปราสาทโรเลย

ได้แก่ ปราสาทบาคอง ปราสาทพระโค และปราสาทโรเลย จัดเป็นกลุ่มโบราณสถานที่สำคัญทางโบราณคดีอีกแห่งหนึ่ง

1.3) แหล่งโบราณสถานบันทายศรี

ที่สำคัญ คือ ปราสาทบันทายศรี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากอีกแห่งหนึ่ง ก่อสร้างสมัยพระเจ้าราเชนทรวรมัน และพระเจ้าชัยวรมันที่ 5 เป็นปราสาทก่อสร้างด้วยหินทรายสีแดง มีความงดงามทางศิลปะอย่างมาก นอกจากนั้นได้แก่ ปราสาทพนมบก

1.4) แหล่งโบราณสถานบ้านสมโบร์ไพรกุก

จัดเป็นแหล่งโบราณสถานที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรมในยุคก่อนเมืองพระนคร

1.5) แหล่งโบราณสถานกอร์แกร์

ที่สำคัญคือ ปราสาทธม จึงสร้างในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 4 และเป็นเมืองหลวงในสมัยพระเจ้าวรมันที่ 4

1.6) แหล่งโบราณสถานพนมกุเลน

จัดเป็นอุทยานธรรมชาติและอุทยานทางโบราณคดี มีพนมกุเลน ซึ่งเคยเป็นเมืองหลวงที่สำคัญสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 2 เป็นโบราณสถานขนาดใหญ่ แลวิหารที่ก่อสร้างด้วยอิฐ

1.7) แหล่งโบราณสถานนครโบเรย

อยู่ทางใต้สุดของกัมพูชา ที่สำคัญได้แก่ ปราสาทพนมบาแคง

1.8) แหล่งโบราณสถานเมืองอุดงค์

มีร่องรอยที่แสดงว่าเคยเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรขอมราวศตวรรษที่ 7 และต่อมามีการสร้างสถูปของพระบรมวงศานุวงศ์ที่ยอดของเนินดินนี้

1.9) แหล่งโบราณสถานเบงเมเล

ได้แก่ ปราสาทเบงเมเล ซึ่งเป็นต้นแบบของปราสาทที่อยู่บนพื้นราบ

1.10) แหล่งโบราณสถานปราสาทพระขรรค์

เป็นโบราณสถานที่งดงามด้วยสถาปัตยกรรมในยุคพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ตั้งอยู่ที่เมืองกำปงสวาย

1.11) แหล่งโบราณสถานบันทายฉมา

ที่สำคัญ คือ ปราสาทบันทายฉมา ซึ่งเป็นปราสาทสำคัญอีกแห่งหนึ่งก่อสร้างสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 และปราสาทบันทวยเทพ

1.12) แหล่งโบราณสถานบันทายไพรนคร

เป็นโบราณสถานซึ่งเป็นศิลปะเขมรในยุคดั้งเดิม และมีการนำหินมาเป็นส่วนประกอบในการก่อสร้าง

1.13) แหล่งโบราณสถานปราสาทพระวิหาร

ได้แก่ ปราสาทเขาพระวิหาร ตั้งอยู่ทางทิศเหนือ ตอนล่างของแนวเทือกเขาดงรัก ตามแนวชายแดนติดต่อกับประเทศไทย

แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ ล้วนมีความเกี่ยวพันกับแหล่งโบราณสถานที่สำคัญของประเทศไทยในพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสระแก้ว และจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสามารถพัฒนาให้เกิดเครือข่ายวงจรการท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี

2) แหล่งท่องเที่ยวเมืองพนมเปญและบริเวณใกล้เคียง

แหล่งท่องเที่ยวเมืองพนมเปญที่สำคัญ ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกรุงพนมเปญ ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ที่ดีที่สุดที่รวบรวมศิลปะขอมไว้อย่างมาก พระราชวังของเจ้านโรดมสีหนุ พิพิธภัณฑ์แห่งการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ (Tuol Sleng Museum) ซึ่งเคยเป็นที่จำคุกและทารุณชาวเขมร และยุคที่เขมรแดงปกครองประเทศ และบริเวณซึ่งเป็นที่ฆ่าชาวเขมรจำนวนมากที่สุด ที่เชิงเอก หรือที่รู้จักกันในนาม Killing Fields

นอกจากนี้ พนมเปญยังมีย่านการค้าที่สำคัญ ได้แก่ บริเวณตลาดใหม่ซึ่งมีลักษณะเป็นรูปโดม ตลาดโอลิมปิกที่มีเอกลักษณ์คือร้านค้าทอง (ตลาดมืด) ซึ่งอยู่รอบนอกตลาด ตลาดอลาไซ ตลาดโซเวียต และตลาดเก่า

3) ที่พัก

ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวกัมพูชา บริเวณกรุงพนมเปญสามารถพักแรมที่โรงแรมในพนมเปญ ซึ่งมีประมาณ 20 แห่ง ส่วนผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวโบราณสถานเมืองพระนคร ที่เสียมราฐ มักพักแรมที่เมืองเสียมราฐซึ่งมีโรงแรมเพียง 10 แห่ง แต่ราคาที่พักค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับมาตรฐานการบริการ ในอนาคตหากสถานการณ์การเดินทางจากอรัญประเทศไปยังเสียมราฐมีความสะดวก และรวดเร็ว ผู้เยี่ยมเยือน

สามารถเดินทางไปพักอรัญประเทศไปท่องเที่ยวนครวัด นครธม และกลับมาพักแรม และใช้บริการต่าง ๆ ที่อรัญประเทศ ซึ่งมีมาตรฐานการบริการที่ดีกว่าและมีความพร้อมในบริการด้านอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว

4) กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลกัมพูชา

รัฐบาลกัมพูชามีแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวในกัมพูชาคือ

4.1) การเปิดน่านฟ้าเสรี โดยเปิดน่านฟ้าจังหวัดเสียมราฐ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญให้แก่สายการบินนานาชาติ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่มาชมนครวัด และปราสาทอื่น ๆ

4.2) การให้บริการวีซ่า (Visa on Arrival) ณ จุดผ่านแดนแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติจากชายแดนไทยเข้าไปในกัมพูชา ช่องจอม / ปอยเปต

4.3) การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน โดยขอรับเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศ เช่น ประเทศไทย ADB IBRD ปรับปรุงท่าเรือ ถนน สนามบิน ตามเมืองสำคัญ

4.4) การเชิญชวนนักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนเอกชนในเรื่องของกรรมสิทธิ์ในที่ดินทรัพย์สินทางปัญญา การป้องกันการทุจริตคอรัปชั่น

4.5) แนวโน้มและตลาดของนักท่องเที่ยวที่เข้าสู่ประเทศกัมพูชา จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าสู่ประเทศกัมพูชา มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี (สงบ บุญคล้อย อ้างถึง Economic Intelligence Unit 2001 : 25 -26)

ตารางที่ 3-2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ากัมพูชา

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว
1993	118,183
1994	166,399
1995	226,007
1996	260,469
1997	218,750*
1998	174,518*
1999	263,000
2000	466,365

* เกิดวิกฤตทางการเมือง

ทางด้านการตลาดนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวในกัมพูชาจำนวนมากอันแรกในปี พ.ศ.2544 คือ อเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมัน ฝรั่งเศส อังกฤษ จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกับประเทศไทย

การประเมินศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์การประเมินตามระบบ Credit & Grade โดยแบ่งเป็นส่วนแรก ด้านศักยภาพในด้านความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยว

1. การเข้าถึง
2. ที่ตั้งและบริเวณของแหล่งท่องเที่ยว
3. ภาวะทางกายภาพของสิ่งแวดล้อม
4. นโยบายหรือการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว
5. สวัสดิภาพด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่สอง คือ การประเมินคุณภาพ เป็นการประเมินคุณค่าที่เข้าจริงของแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว 3 กลุ่ม ได้แก่ โบราณสถาน/วัด แหล่งท่องเที่ยวเขตเมือง ศิลป-วัฒนธรรมประเพณีหรือกิจกรรม เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ป่าเขา น้ำตก ถ้ำ และอ่างเก็บน้ำ

ขอบเขตและวิธีประเมิน

(1) ขอบเขตของพื้นที่ในการ

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการประเมินเป็นจังหวัดที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศกัมพูชาโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกได้แก่จังหวัดสระแก้วในเขตภาคกลางตอนบน ส่วนที่สองได้แก่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

(2) วิธีการประเมิน แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ

2.1) การรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทีมีอยู่ในเขตพื้นที่ 4 จังหวัดเป้าหมาย จาก Website และเอกสาร ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ โบราณสถาน ธรรมชาติ วัฒนธรรม/ประเพณีและกิจกรรม

2.2) ออกแบบประเมินศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ โบรานสถาน ธรรมชาติ วัฒนธรรมและประเพณี

2.3) การพิจารนาเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภท โบราณสถาน 23 แห่ง วัด 4 แห่ง ธรรมชาติ 19 แห่ง แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม 3 แห่ง งานวัฒนธรรมและประเพณี 7 งาน แหล่งท่องเที่ยวในเมือง 3 แห่งจากการ แนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2.4) การประเมินศักยภาพจากคณะผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและองค์ประกอบการท่องเที่ยวได้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขต8 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 และ2 หลังจากนั้นให้ผู้ประเมินในพื้นที่โดยมีสำนักงานจังหวัดและแขวงการทางจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ได้ประสานงานให้ บริษัทนำเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาล ในพื้นที่ประเมินรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้กำหนดไว้ ขั้นสุดท้ายคณะผู้วิจัยสังเกตด้วยตนแองและบันทึกข้อมูลในแบบและนำมาวิเคราะห์หาผลการประเมิน

การบันทึกข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อนาบริเวนของสถานที่ ภาวะทางกายภาพ นโบายและการบริหารการจัดการ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่สองเป็นการประเมินคุณค่าด้านต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว เช่น สุนทรียภาพ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางการศึกษาและวิทยาการ คุณค่าต่อชุมชนและท้องถิ่น การจัดกิจกรรม และการอนุรักษ์ให้ยั่งยืน เป็นต้น

หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกแห่งท่องเที่ยวเพื่อประเมิน

1. แต่ละจังหวัดจะต้องมีประเภทของแหล่งท่องเที่ยวครบถ้วนทั้ง 3 ประเภท
2. แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกต้องมีความสำคัญในฐานะปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่จังหวัด
3. แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกต้องอยู่ในคำขวัญของจังหวัด
4. แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อาจเชื่อมโยงในกับประเทศกัมพูชาได้
5. แหล่งท่องเที่ยวที่เลือกมีคุณสมบัติเพียงข้อใดข้อหนึ่งดังที่กล่าว

แหล่งท่องเที่ยวที่ถูกเลือกอาจมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งข้างต้น

ประเด็นการประเมินที่กำหนดขึ้นเพื่อวัดและประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ดัชนีชี้วัดมาตรฐานและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำมาจัดกลุ่มของดัชนีชี้วัดด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยว และคุณค่าเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

การกำหนดค่าการประเมิน

ระดับศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ตัวแปรที่กำหนดขึ้นเป็นตัวชี้วัดในรูปของค่าเชิงคุณภาพ (มาก ปานกลาง น้อย)นำมาให้ค่าน้ำหนักตามระดับความสำคัญ ความเข้มข้น หรือความเหมาะสม แบ่งเป็น 4 ระดับคือ

(1) ระดับศักยภาพ คุณภาพ / เข้มข้น (ดีหรือมาก) ค่าน้ำหนักเท่ากับ 3 คะแนน

(2) ระดับศักยภาพ คุณภาพ / เข้มข้น (ปานกลางหรือพอใช้) ค่าน้ำหนนักเท่ากับ 2 คะแนน

(3) ระดับศักยภาพ คุณภาพ / เข้มข้น (ต่ำหรือน้อย) ค่าน้ำหนนักเท่ากับ 1 คะแนน

ศักยภาพการท่องเที่ยวพิจารนาจากค่าเฉลี่ยที่ได้จากผลรวมของค่าเฉลี่ยตัวชี้วัดย่อยในแต่ละด้าน

ศักยภาพการท่องเที่ยว = **X(B1 - Bn) / n**

B = ค่าคะแนนของตัวชี้วัด

n = จำนวนของตัวชี้วัด

คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท พิจารณาจากผลรวมของค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบตัวชี้วัดย่อยแต่ละด้าน

คุณค่า = **X (D1 - Dn) / n**

D = ค่าคะแนนของตัวชี้วัด

n = จำนวนของตัวชี้วัด

เกณฑ์ในการประเมิน

ระดับศักยภาพสูงมีค่าคะแนน 2.34 - 3.00 มีขีดความสามารถที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ระดับศักยภาพปานกลางมีค่าคะแนน 1.67 - 2.33 มีศักยภาพในที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักให้นักท่องเที่ยวมาศึกษาท่องเที่ยว

ระดับศักยภาพต่ำมีค่าคะแนน 0 - 1.66 มีศักยภาพใการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริมให้นักท่องเที่ยวแวะชม

เกณฑ์การประเมินคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว

คุณค่าระดับดีมากมีค่าคะแนน 2.34 - 3.00
คุณค่าระดับดีพอใช้มีค่าคะแนน 1.67 - 2.33
คุณค่าระดับดีน้อยมีค่าคะแนน 0 - 1.66

ตารางที่ 3-3 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน กลุ่มศักยภาพสูงมีขีดความสามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวต่างชาติได้

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า	ศักยภาพรวม	อันดับ
อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	บุรีรัมย์	นางรอง	3	3	3	1
ปราสาทเมืองต่ำ	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	3	2.64	2.82	2
ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่	ศรีสะเกษ	อุทุมพรพิสัย	2.66	2.78	2.72	3
ปราสาทเขาพระวิหาร	ศรีสะเกษ	กันทารลักษ์	2.34	2.71	2.52	4

ตารางที่ 3-4 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน กลุ่มศักยภาพปานกลาง (มีศักยภาพการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวหลักให้นักท่องเที่ยวเข้าไปศึกษาท่องเที่ยว)

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า	ศักยภาพรวม	อันดับ
ปราสาทศรีขรภูมิ	สุรินทร์	ศรีขรภูมิ	2.16	2.82	2.49	1
ปราสาทเขาน้อยสีชมพู	สระแก้ว	อรัญประเทศ	2.14	2.84	2.49	2
ปราสาทสด๊กก๊อกธม	สระแก้ว	โคกสูง	2.13	2.84	2.49	3
ปราสาทสระกำแพงน้อย	ศรีสะเกษ	อุทุมพรพิสัย	2.14	2.78	2.46	4
ปราสาทบ้านพลวง	สุรินทร์	ปราสาท	1.76	2.54	2.15	5
กลุ่มปราสาทตาเหมือน	สุรินทร์	กาบเชิง	1.72	2.00	1.86	6

ตารางที่ 3-5 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริมให้นักท่องเที่ยวแวะชม

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพรวม	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า
ปราสาทเมืองที	สุรินทร์	เมือง	1.31	1.84	1.51
ปราสาทหินบ้านไพล	สุรินทร์	ปราสาทภูมิ	1.36	2.10	1.73
ปราสาทจอมพระ	สุรินทร์	จอมพระ	1.44	1.74	1.49
ปราสาทยายเหงา	สุรินทร์	สังขะ	1.44	1.74	1.49
ปราสาทภูมิโปน	สุรินทร์	สังขะ	1.44	1.70	1.67
ปราสาทหนองหงษ์	บุรีรัมย์	กาบเชิง	1.5	1.90	1.7
ปราสาทบ้านบุ	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	1.31	1.74	1.53
กุฏีฤษีโคกเมือง	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	1.36	1.90	1.63
กุฏิฤษีหนองบัวลาย	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	1.31	1.74	1.53
ปราสาทโคกจิ้ว	บุรีรัมย์	ปะคำ	1.33	1.90	1.61
ปรางค์กู่สวนแตง	บุรีรัมย์	พุทไธสง	1.31	1.9	1.6

ตารางที่ 3-6 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า	ศักยภาพรวม
วัดเขียน (วัดหลวงพ่อโต)	ศรีสะเกษ	ขุขันธ์	1.84	2.10	1.97
วัดเขาอังคาร	บุรีรัมย์	เฉลิมพระเกียรติ	1.5	1.71	1.61
วัดป่าพระสบาย	บุรีรัมย์	บ้านกรวด	1.44	1.00	1.22
วัดมหาเจดีย์	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.69	3.00	2.85

ตารางที่ 3-7 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมือง

แหล่งท่องเที่ยว	ผังเมือง	สาธูป/เอกลักษณ์	สุนทรียภาพ
อนุสาวรีย์พระยาสุรินทร์	2.48	1.71	3
สวนสมเด็จ/ศรีสะเกษ	1.89	2.2	3
สวนนกบุรีรัมย์	1.29	1.85	1

ตารางที่ 3-8 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณี

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	คุณค่า
หมู่บ้านจักสานบ้านบุทุม	สุรินทร์	เมือง	2.38	2.41
ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้	บุรีรัมย์	เมือง	2.9	2.25
ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านบุรีรัมย์	บุรีรัมย์	เมือง	2.12	1.41
หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง	สุรินทร์	เมือง	1.1	2.28
หมู่บ้านช้าง	สุรินทร์	ท่าตูม	1.83	2.66
หมู่บ้านทอผ้าไหมเขวาสินรินทร์	สุรินทร์	กิ่งอำเภอเขวาสินรินทร์	2.36	2.19

ตารางที่ 3-9 ศักยภาพงานวัฒนธรรมประเพณี / กิจกรรม

งาน	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	คุณค่า
งานเทศกาลเงาะทุเรียน	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.32	1.44
งานแข่งเรือยาวสตึก	บุรีรัมย์	สตึก	2.01	2.69
งานมหกรรมว่าวอีสาน	บุรีรัมย์	เมือง	2.08	3.03
งานเทศกาลดอกลำดวนบาน	ศรีสะเกษ	เมือง	1.94	1.87
การแสดง Mini light and sound	ศรีสะเกษ	อุทุมพรพิสัย	2.08	1.63
ประเพณีแซนโดนตา	ศรีสะเกษ	ขุขันธ์	1.83	2.23
ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง	บุรีรัมย์	นางรอง	3	2.81
งานแสดงช้าง	สุรินทร์	เมือง	2.4	3.00
ประเพณีบวชช้าง	สุรินทร์	ท่าตูม	1.38	1.88

ตารางที่ 3-10 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ

แหล่งท่องเที่ยว จังหวัด / อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	คุณค่าเชิงอนุรักษ์	การรักษาสิ่งแวดล้อม	คุณค่าทางการศึกษา	คุณค่าด้านเศรษฐกิจ
วนอุทยานพนมสวาย/สุรินทร์/เมือง	1.57	1.83	1.12	1.00	1.00
เขตอนุรักษ์พันธ์สนสองใบ/สุรินทร์	2.22	0.92	1.88	1.44	1.00
อุทยานแห่งชาติปางสีดา/สระแก้ว/เมือง	2.89	2.33	2.53	2.78	2.68
วนอุทยาทหนองคู/สุรินทร์/สังขะ	0.84	1.25	2.12	1.11	1.56
อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร	2.38	2.08	2.82	2.11	2.00
วนอุทยานเขากระโดง/บุรีรัมย์/เมือง	2.29	2.17	1.00	1.00	0.63
เขตรักษาพันธ์สัตว์ป่าห้วยศาลา/ศรีสะเกษ/ภูสิงห์	2.22	2.33	2.00	2.47	2.00

ตารางที่ 3-11 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	ระดับการพัฒนา	ระดับความนิยม
น้ำตกสำโรงเกียติ	ศรีสะเกษ	ขุนหาญ	2.18	2.00	1.71
น้ำตกห้วยสวาย	ศรีสะเกษ	ภูสิงห์	1.61	2.00	0.82
น้ำตกไตรคีรี	สุรินทร์	บัวเชด	1.78	1.00	1.06
น้ำตกถ้ำขุนศรี	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	1.00	2.00	1.00
น้ำตกภูละออ	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.00	2.00	1.63
น้ำตกห้วยจันทร์	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.00	2.00	1.63

ตารางที่ 3-12 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทอ่างเก็บน้ำ

แหล่งท่องเที่ยว/จังหวัด/อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	คุณค่า
อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง / สุรินทร์ / เมือง	2.58	2.70
เขื่อนพระปรง / สระแก้ว / วัฒนานคร	1.09	1.00
อ่างเก็บน้ำห้วยศาลา / ศรีสะเกษ / ภูสิงห์	1.86	1.00
อ่างเก็บน้ำลำนางรอง / บุรีรัมย์ / โนนดินแดง	2.32	2.20
อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด / บุรีรัมย์ / เมือง	1.29	1.85
อ่างเก็บน้ำสนามบิน / บุรีรัมย์ / ประโคนชัย	2.28	1.80
อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก / บุรีรัมย์ / เมือง	2.20	1.80
อ่างเก็บน้ำอำปึล	2.00	1.00
อ่างเก็บน้ำตาเกาว์/สุรินทร์	1.70	1.00

รูปที่ 3.1 อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

รูปที่ 3.2 ปราสาทเมืองต่ำ

รูปที่ 3.3 สระกำแพงใหญ่

รูปที่ 3.4 งานแสดงช้างสุรินทร์

บทที่ 4

การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

พรมแดนไทยติดกับกัมพูชา 7 จังหวัด ได้แก่ ตราด จันทบุรี สระแก้ว สุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี ประเทศกัมพูชาเคยมีรายได้จากการท่องเที่ยวปีละ 600 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 12 ของทั้งหมดของประเทศ เศรษฐกิจของประเทศพึ่งพิงการผลิตภาคการเกษตรในปี พ.ศ.2544 มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 39.6 การผลิตที่สำคัญได้แก่ ประมงน้ำจืด ประมงน้ำเค็ม ข้าว ยางพารา และป่าไม้ รองลงมาเป็นการผลิตภาคบริการสัดส่วนประมาณร้อยละ 31.5 ของผลิตภัณฑ์-มวลรวมประชาชาติ ส่วนให้เป็นบริการต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และบริการทางการเงิน การผลิตภาคอุตสาหกรรม สัดส่วนประมาณร้อยละ 24.0 การผลิตที่สำคัญได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีสัดส่วนร้อยละ50ของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งประเทศกัมพูชามีโบราณสถานจำนวนมาก ที่สำคัญได้แก่ นครวัด ซึ่งเป็นสิ่งมหัศจรรย์ของโลก วัดพันทายศรี โบราณสถานก่อสร้างด้วยหินทราย แม่น้ำทะเลสาบ ซึ่งเป็นทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากทะเลสาบซูพีเรีย และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกมาก ในปี พ.ศ.2545 ผลิตภัณฑ์มวลรวมมีมูลค่าประมาณ 27,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2544 ร้อยละ 4.5 ด้านการท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชาชลอตัวลงจากนักท่องเที่ยวในเอเชียที่เคยให้ความสนใจเดินทางในอันดับต้น ๆ ที่ประสบปัญหาโรคซาร์ส

นักท่องเที่ยวจากยุโรปและสหรัฐอเมริกาเข้ามาท่องเที่ยวในปีนี้เพิ่มขึ้นหลังการไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไป ท่องเที่ยวในกัมพูชาลดลงเมื่อเกิดการจราจลและเผาสถานประกอบการของไทยในพนมเปญเมื่อต้นปี พ.ศ.2546 ปัจจุบันเริ่มเข้าภาวะปกติ ภาวะการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จากข้อมูลของพาณิชย์จังหวัดตามเขตชายแดนในปี พ.ศ.2545 มูลค่า 14,062.33 ล้านบาท สินค้าที่จังหวัดชายแดนไทยส่งออกได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้างด้านการนำเข้าจากกัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากไม้และผลิตภัณฑ์จากป่าไทยเกินดุลการค้าในปี พ.ศ.2544 จำนวน 15,151 ล้านบาท จังหวัดที่มีค่าการค้ามากที่สุดในจังหวัดชายแดนคือ จังหวัดสระแก้ว มูลค่า 9 เดือนแรก ปี 2545 จำนวน 7,062.34 ล้านบาท รองลงมาเป็นจังหวัดตราด มูลค่า 6,188.07 ล้านบาท เพราะธุรกิจของคนไทยที่ไปลงทุนในกัมพูชาค่อนข้างมากเป็นอันดับสองรองจากจีน ธุรกิจที่ต้องการวัสดุก่อสร้างถูกนำเข้าจากจังหวัดชายแดนไทยด้านจังหวัดสระแก้ว ผ่านด่านปอยเปตซึ่งมีราคาสูงเพราะการขนส่งไปถึงจังหวัดเสียมราฐ และพนมเปญยากลำบากและการเก็บภาษีเหมาจ่ายมีจำนวนสูง(คันละ20000บาทขึ้นไป) รวมทั้งไม่มีการควบคุมน้ำหนักรถบรรทุกเป็นเหตุให้ถนนชำรุด

อุปสรรคในการส่งออกสินค้าไปตลาดกัมพูชา เกิดจากข้อจำกัดต่าง ๆ ในประเทศกัมพูชา ได้แก่ กฎระเบียบมีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้ง และบางพื้นที่กฎระเบียบแตกต่างกัน และเกิดความเสี่ยงกับผู้ส่งออกค่อนข้างสูง อีกส่วนหนึ่งคือ เส้นทางจากชายแดนไปกรุงพนมเปญ และจังหวัดเสียมราฐ มีกลุ่ม

อิทธิพลหลายกลุ่ม การขนส่งสินค้าและผู้โดยสารต้องเสียค่าใช้จ่ายผ่านทางให้กับกลุ่มอิทธิพลไม่ต่ำกว่า 100 ด่าน การค้าส่วนใหญ่จะไม่ได้มีการทำสัญญาบางครั้งถูกโกงจากผู้นำเข้ากัมพูชา นอกจากนั้นค่าเงินเรียลของกัมพูชาขาดเสถียรภาพ จึงมีการใช้เงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และเงินสกุลบาทของไทย

ตารางที่ 4-1 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจประเทศกัมพูชา

หน่วย : ล้านดอลลาร์ สรอ.

	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545
ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ	2,870.5	2,353.6	2,200.6	2,354.7	2,483.0	2,593.3	2,710.0
อัตราการขยายตัว (%)	-2.4	-18.0	-6.5	7.0	5.5	4.4	4.5

ที่มา:ธนาคารแห่งประเทศไทย

โอกาสของธุรกิจท่องเที่ยวไทยสู่กัมพูชา

ธุรกิจท่องเที่ยวไทยไปกัมพูชาหลังสภาวะสงครามไทยอิรัก และการระบาดของโรคซาร์ส และการจราจรเผาสถานทูตไทย ปริมาณของนักท่องเที่ยวลดลงมากกว่าร้อยละ 50 เหตุการณ์เหล่านี้เป็นผลกระทบชั่วคราวและเป็นระยะสั้น ปัจจุบันเกิดการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วเพราะแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากสมบัติล้ำค่าของปราสาทนครวัด สิ่งมหัศจรรย์ของโลก ปราสาท เทวสถานอันศักดิ์สิทธิ์เหล่านี้ มีอายุนานนับพันปีอีกมากมายหลายแห่ง โอกาสการฟื้นตัวของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวในกัมพูชา ซึ่งมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร บันเทิง บ่อนกาสิโน และธุรกิจการขนส่งซึ่งมีชาวไทยไปลงทุนไว้ในจังหวัดเสียมราฐ หรือที่ชาวกัมพูชาเรียกว่า เสียมราฐ ประเทศไทยมีพรมแดนติดกัมพูชา ระยะทางห่างจากจังหวัดศูนย์กลางท่องเที่ยวเสียมราฐ เพียง 150 กิโลเมตร จากด่านชายแดนไทยกัมพูชาที่ปอยเปต (POPET) เส้นทางการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวและธุรกิจการค้าใช้เวลาเพียง 3 ชั่วโมงจากกรุงเทพมหานคร สู่อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว โดยผ่านจังหวัดฉะเชิงเทรา หรือจังหวัดนครนายกเข้าปราจีนบุรีสู่สระแก้วและอรัญประเทศ และปีนี้2547มีการเปิดจุดผ่านแดนถาวรที่ช่องสะงำเป็นเส้นทางใหม่ การเดินทางไปจังหวัดเสียมราฐ โดยเครื่องบินที่มีความได้เปรียบทางด้านความสะดวกก็จริงแต่ช่วงเวลานี้นักท่องเที่ยวเดินทางโดยเครื่องบินไม่มาก การจัดนำเที่ยวโดยรถยนต์ที่ใช้งบท่องเที่ยวไม่มากนัก ข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดเสียมราฐ นักท่องเที่ยวใช้เงินคนละกว่า 600 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ใช้เป็นค่าท่องเที่ยว ค่าที่พัก ค่าอาหาร เฉลี่ยวันละ 100 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา แต่ละคนอยู่เฉลี่ย 4 คืน เมื่อจังหวัดเสียมราฐมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากเมืองไทย ไม่เฉพาะชาวกัมพูชาเท่านั้นที่ได้ประโยชน์ แต่ประโยชน์จะตกไปถึงธุรกิจต่อเนื่องของคนไทยในกัมพูชา ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจบันเทิงประเภทต่าง ๆ ที่เป็นธุรกิจขนาดเล็กลงทุนน้อยเป็นร้านอาหารของคน

ไทย นวดแผนโบราณ ธุรกิจขนาดใหญ่ของคนไทยในเสียมราฐ เป็นธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว และระดับ 3 ดาว มีขนาดห้อง 50 – 100 ห้อง อัตราการขยายตัวของธุรกิจสูงที่สุดในอดีต ร้อยละ30 ดังนั้น การเชื่อมโยงการนครวัดกับการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว และศรีสะเกษทางช่องสะงำจะเป็นโอกาสของธุรกิจของคนไทยบริเวนกรุงเทพฯ ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ธุรกิจกาสิโนไทย-กัมพูชา

ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมานักธุรกิจไทยหันไปลงทุนในกัมพูชาค่อนข้างมากทั้งในกรุงพนมเปญ จังหวัดเสียมราฐ และที่ด่านปอยเปต เป็นธุรกิจกาสิโน ที่มีนักท่องเที่ยวที่ชอบเข้าไปเล่นการพนันเสี่ยงโชค แต่ธุรกิจกาสิโนเป็นธุรกิจผิดกฎหมายของฝ่ายไทย แต่ทางฝั่งกัมพูชามีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจเหล่านี้เฉพาะที่ปอยเปตเพื่อให้คนกัมพูชาได้ดำเนินงานกาสิโน 7 แห่งของคนไทย จำนวนแรงงานไม่น้อยกว่า 10,000 คน ซึ่งเป็นคนกัมพูชาได้มีงานทำและห้ามเล่นการพนันในบ่อนเด็ดขาด เมื่อรัฐบาลกัมพูชามีนโยบายสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจกาสิโน ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจโรงหนัง นวดแผนโบราณ และธุรกิจค้าปลีกอื่นๆอีกมากมาย

ตารางที่ 4-2 มูลค่าการค้าจังหวัดชายแดนไทยแและกัมพูชา

หน่วย : ล้านบาท

	ตราด	**จันทบุรี**	**สระแก้ว**	**สุรินทร์**	**ศรีสะเกษ**
การส่งออก	6,143.58	530.56	6,765.68	238.65	11.89
การนำเข้า	44.49	11.85	296.66	18.37	-
มูลค่าการค้า	6,188.07	542.41	7,062.34	257.02	11.89
ดุลการค้า	6,099.09	518.71	6,469.02	220.28	11.89

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์.จังหวัดชายแดน

การเชื่อมโยงทางด้านการค้าชายแดนของไทยและกัมพูชา จะเห็นได้จากมูลค่าการค้าของจังหวัดสระแก้ว และจังหวัดตราด การเชื่อมโยงตลาดการค้าชายแดนไทยเข้าไปในตลาดกัมพูชาทางด้านจังหวัดสระแก้ว และอิสานใต้กับจังหวัดเสียมราฐ และตราด กับเกาะกง ซึ่งมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูง

กว่าจังหวัด อื่น ๆ ของกัมพูชาจะทำให้การค้าและอุตสาหกรรมบริการมีโอกาสขยายตัวมากขึ้นโดยต้องขจัดอุปสรรคทางด้านการค้า

การส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวและการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคไปกัมพูชามากขึ้น เนื่องจากเป็นสินค้าที่ประเทศไทยได้เปรียบในด้านระยะทางใกล้ การใช้กลยุทธ์การเชื่อมโยงโดยใช้จังหวัดที่มีระดับศักยภาพท่องเที่ยวสูงได้แก่กรุงเทพมหานคร นครราชสีมาและอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางทางการบินแล้วจัดให้มีจุดพักที่สระแก้ว (อรัญประเทศ) จังหวัดศรีสะเกษ (ช่องสะงำ) จังหวัดสุรินทร์ (ช่องจอมหรือช่องสะงำ) เป็นเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับนครวัด

การท่องเที่ยวเดินทางถนนจากไทยสู่กัมพูชา รัฐต้องปรับปรุงคุณภาพบผิวการจราจรของประเทศไทยและกัมพูชาให้เรียบโดยรัฐบาลไทยได้อนุมัติงบประมาณให้เงินช่วยเหลือเส้นทางช่องสะงำย่านเมืองอัลลองเวง จังหวัดอุดรมีชัย จำนวน 126 ล้านบาท เพื่อปรับถนนเดินเป็นถนนลูกรังอัดแน่นเกรดเรียบส่วนทางจากอำเภอภูสิงห์ถึงช่องสะงำเป็นถนนตัดใหม่ลาดยางมาตรฐานทางหลวงแผ่นดิน ส่วนด้านช่องจอม-โอเสม็ด-กะลาน เป็นเส้นทางในการบรรทุกสินค้าประเภทไม้แปรรูปและโคกระบือ จากฝั่งเขมรเข้ามาตลาดไทย จุดนี้ยังไม่มีโครงการปรับปรุงสภาพถนนในปี พ.ศ.2547 ส่วนถนนสายปอยเปตเสียมราฐ รัฐบาลกัมพูชาได้ปรับผิวการจราจรเรียบขึ้นกว่าเดิม แต่มาตรฐานถนนยังคงเป็นลูกรังอัดแน่นเช่นเดิม เพราะยังไม่มีงบประมาณช่วยเหลือจากประเทศไทย

ความเป็นไปได้ของการเชื่อมโยง

เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในปัจจุบันการเชื่อมโยงจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา ที่เหมาะสมจึงขึ้นอยู่กับจุดพักและเมืองที่มีความพร้อมทางด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแต่ละเมือง ถ้าจุดพักอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ระยะทางถึงเมืองเสียมราฐ 441 กิโลเมตร ใช้เวลาการเดินทางสู่จุดผ่านแดนอำเภออรัญ-ประเทศ จังหวัดสระแก้ว ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง ในอนาคตเมื่อเส้นทางสาย 359 จากทางแยกเขาหินซ้อนไปอำเภอวัฒนานครเสร็จจะทำให้การเดินทางไปอรัญประเทศระยะทางน้อยกว่าเดิม 30 กิโลเมตร ซึ่งคาดว่าจะใช้เวลาการเดินทางลดลงครึ่งชั่วโมง

จุดพักจุดที่สองจังหวัดสุรินทร์ ถ้าเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ผ่านด่านโอเสม็ด ไปจังหวัดอุดรมีชัย เข้าเมืองกะลานเข้าเมืองเสียมราฐ ใช้ระยะทางประมาณ 205 กิโลเมตร ปัจจุบันใช้เวลาการเดินทาง 6.5 – 7.5 ชั่วโมง ถึงเมืองเสียมราฐ ถึงแม้เส้นทางนี้จะใกล้กว่าเส้นทางอรัญ-ศรีโสภณ ก็จริงแต่สภาพถนนค่อนข้างทุรกันดารมาก บางช่วงชำรุดรถบรรทุกขนาดเล็กวิ่งไม่ได้ และยังไม่มีโครงการปรับปรุงถนนในช่วงปี พ.ศ.2547 จึงทำให้ความเป็นไปได้ในการเดินทางไปเสียมราฐตามเส้นทางนี้เป็นไปได้ยากลำบากมาก และปัจจุบันไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางตามเส้นทางสายนี้เลย

จุดพักที่สุรินทร์แล้วเดินเข้าสู่กัมพูชาทางด่านช่องสะงำ เดินทางเลือกเส้นทางการท่องเที่ยว มีความเป็นไปได้มากขึ้น ระยะทางจากสุรินทร์ถึงช่องสะงำ 110 กิโลเมตร จากช่องสะงำ-อัลลองเวง-เสียมราฐ 135 กิโลเมตร เมื่อมีการปรับถนนตามโครงการให้เงินช่วยเหลือแบบให้เปล่าของไทยเสร็จ จะใช้เวลาการเดินทางเพียง 5 ชั่วโมง ถึงเมืองเสียมราฐ การเชื่อมโยงจุดนี้จะทำให้การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวประหยัด กระชับขึ้นหรือเพิ่มความคุ้มค่าในรายการท่องเที่ยวเข้าไปในโปรแกรมเดินได้อีก

จุดพักที่สาม จุดพักที่ศรีสะเกษ อำเภอเมือง ศรีสะเกษ อยู่ห่างจากช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ 105 กิโลเมตร เป็นจุดที่ใกล้กว่าเมืองของจังหวัดอื่น ๆ แต่เส้นทางปัจจุบันยังต้องปรับปรุงผิวการจราจรในช่วงทางหลวง 2201 ขุขันธ์-ภูสิงห์ ถ้ามีการปรับปรุงและสร้างถนนไปช่องสะงำเสร็จ คาดว่าประมาณเดือนตุลาคม 2547 จะเปิดใช้จราจรได้การท่องเที่ยวไปตามเส้นทางนี้มีความเป็นไปได้มาก เพราะใช้เวลาเพียง 4 – 5 ชั่วโมงก็ถึงเมืองเสียมราฐ

จุดพักอุบลราชธานี เป็นจุดพักที่ศักยภาพสูงทางการท่องเที่ยว เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่งดงาม ที่ศักยภาพของสนามบินระดับนานาชาติเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของอีสานใต้ เทียบเท่านครราชสีมา รวมทั้งสามารถเชื่อมโยงกับแคว้นจำปาศักดิ์ ของสาธารณรัฐประชาชนลาว และมีที่พักระดับคุณภาพดีถึงดีมาก ในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังนั้นการมีระยะทางถึงช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ 155 กิโลเมตร ผ่านไปเมืองเสียมราฐอีก 135 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางเมื่อปรับปรุงเส้นทางสมบูรณ์แล้ว 5 – 6 ชั่วโมง ความเป็นไปได้ในการท่องเที่ยวในเส้นทางที่เชื่อมโยงจะเพิ่มความพึงพอใจให้เกิดกับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4-3 มูลค่าการค้าชายแดนไทยกับกัมพูชา ปี 2543-2545 รายจังหวัด

หน่วย : ล้านบาท

จังหวัด	2543					2544					2545				
	ส่งออก	%	นำเข้า	%	ดุลการค้า	ส่งออก	%	นำเข้า	%	ดุลการค้า	ส่งออก	%	นำเข้า	%	ดุลการค้า
ตราด	4,287.23	34.67	125.8	-57.20	4,161.41	7,356.95	71.6	72.92	-42.1	7,284.04	8,122.16	36.3	50.78	-0.6	8,071.37
จันทบุรี	655.27	-31.6	21.86	-51.16	633.41	651.37	-0.6	10.11	-53.7	641.25	741.66	34.72	15.66	125.5	726.00
สระแก้ว	5,664.52	-1.38	281.1	3.31	5,383.47	7,099.36	25.33	288.10	2.52	6,811.23	9,224.97	54.87	379.20	57.35	8,845.75
สุรินทร์	203.28	-	10.5	-	192.78	215.5	6.01	9.81	-6.59	205.7	283.09	55.19	19.88	121.10	263.12
ศรีสะเกษ	-	-	-	-	-	35.66	-	2.49	-	33.17	11.89	-57.3	0.6	-75.61	11.28
บุรีรัมย์	-	-	-	-	-	0	-	0.68	-	-0.68	-	-	-	-	-
รวม	**10,810.30**	**1.7**	**439.2**	**-105**	**10,371.07**	**15,358.85**	**102.4**	**384.2**	**-99.8**	**14,974.70**	**18,383.76**	**31.27**	**466.2**	**30.5**	**17,917.52**

วิเคราะห์การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว สระแก้ว - บุรีรัมย์ – สุรินทร์ – ศรีสะเกษ – เสียมราฐ

จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ จังหวัดอุดรมีชัยบันเตยเมียนเจย และพระวิหาร รวมทั้งมีระยะห่างจากนครวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของโลก ประมาณ 150 กิโลเมตร จากด่านชายแดน จังหวัดต่าง ๆ จึงมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจการค้า และการท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดสระแก้ว เป็นประตูสู่นครวัดนครธม ทางจังหวัดบันเตยเมียนเจย

คณะผู้วิจัยได้สำรวจเส้นทางคมนาคมจากอำเภออรัญประเทศ ระยะห่างประมาณ 48 กิโลเมตร ถึงเมืองศรีโสภณ จากนั้นอีก 105 กิโลเมตรถึงจังหวัดเสียมราฐ (Siemreap) ใช้ระยะเวลาการเดินทาง 5-6 ชั่วโมง ถนนเป็นลูกรังประมาณ 90 กิโลเมตร และลาดยางประมาณ 50 กิโลเมตร เมื่อเข้าเขตจังหวัดเสียมราฐ ถนนสายนี้เป็นถนนที่เชื่อมโยงโดยกัมพูชาที่สำคัญมีการขนส่งสินค้าทั้งอุปโภคและบริโภคมูลค่ามากกว่า 70,000 ล้านบาทต่อปี (ดูรายละเอียดบทที่ 3) นับว่าเป็นเส้นทางที่มีการขนส่งทั้งผู้โดยสารและนักท่องเที่ยวและการขนส่งสินค้าเข้าสู่กัมพูชามากที่สุด จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการชำรุดของถนนมาก สำหรับเส้นทางคมนาคมจากด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ จากเมืองโอเสม็ดระยะทางประมาณ 70 กิโลเมตรถึงเมืองกระลาน จากนั้นอีก 60 กิโลเมตรถึงเมืองเสียมราฐ เส้นทางเป็นเส้นทางลูกรังจนถึงเมืองกระลานสภาพที่รถเก๋งส่วนบุคคลวิ่งไม่ได้ ส่วนมากเป็นเส้นทางของรถบรรทุกและรถขับเคลื่อนสี่ล้อ

เส้นทางใหม่จากด่านช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นเส้นทางที่ควรจะพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะไม่ควรอนุญาตให้มีการขนส่งโดยรถบรรทุกหนักเกินพิกัดเพราะจะทำให้ถนนชำรุดเช่นเดียวกับถนนปอยเปต ศรีโสภณ

เส้นทางสายใหม่ เพื่อใช้เดินทางเจาะเข้าสู่ใจกลางจังหวัดเสียมราฐ โดยไม่ต้องผ่านถนนหนทางที่ย่ำแย่แบบเดียวกับเส้นทางสายปอยเปต ไปจังหวัดบันเตยเมียนเจยและจากบันเตยเมียนเจยต่อไปยังจังหวัดเสียมราฐขึ้นมทดแทนทางสายนี้คือ เส้นทางยุทธศาสตร์หมายเลข 68 ของกัมพูชา ซึ่งเขมรแดงเคยใช้เป็นทางลำเลียงกำลังพล ในสมัยสงครามภายใน ซึ่งเป็นทางลูกรังตัดตรงจากชายแดนไทยที่ “ช่องสงำ” มาเชื่อมกับเส้นทางของกรมโยธาหมายเลข 2201 ในเขตจังหวัดศรีสะเกษ และมีระยะทางจาก อ.เมืองศรีสะเกษ ถึงช่องสะงำ อ.ภูสิงห์ ประมาณ 105 กิโลเมตร จากช่องสะงำถึงจังหวัดเสียมราฐ (นครวัดนครธม) ระยะทางประมาณ 135 กิโลเมตร ทางสายดังกล่าวนี้ เคยใช้ลำเลียงสินค้า “บางอย่าง” จากเขตเมืองอัลลองเวง ซึ่งเคยเป็นฐานบัญชาการของกองกำลังเขมรแดงมาส่งชายแดนไทยที่อยู่ห่างกันเพียง 28.8 กิโลเมตรเท่านั้น และสภาพโดยรวมของถนนหมายเลข 68 กว่าร้อยละ 80 มีผิวทางลูกรังที่ราบเรียบสมบูรณ์ จะมีบ่อโคลนอุปสรรคต่อการเดินทางอยู่เพียง 20% แต่เมื่องวัดระยะทางจาก “ช่องสะงำ” ฝั่งไทยไปถึงตัวเมือง “นครหลวง” ที่ตั้งของแหล่งโบราณสถานในกลุ่ม “นครวัด-นครธม” เส้นทาง

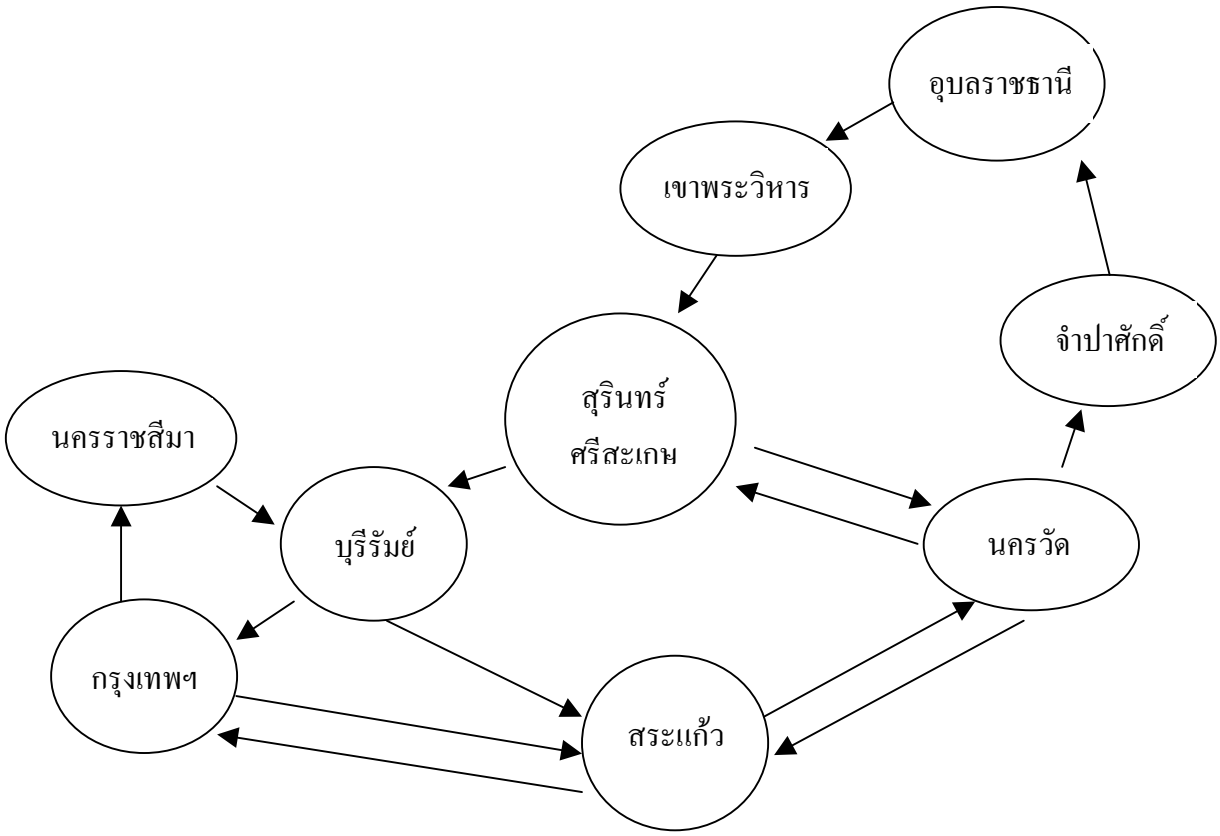
หมายเลข 6 จะมีระยะทางจากชายแดนไทยไปถึงใจกลาง “นครวัด-นครธม” เพียง 100 กิโลเมตรกว่า ๆ เท่านั้นเองของเส้นทางโดยเฉลี่ยทั้งหมด แต่สิ่งสำคัญที่เป็นจุดเด่นของเส้นทางสายนี้คือ ทิวทัศน์สองฝั่งทางนั้นปกคลุมไปด้วยป่าไม้และภูเขา สภาพป่าก็สมบูรณ์ มีสัตว์ป่าหนาแน่นชุกชุม และเป็นทางคมนาคมที่ปลอดภัยไม่เคยปรากฏการปล้นสะดมใด ๆ มาก่อน

ตารางที่ 4-4 การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและเป้าหมายของโครงการเชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา

เส้นทาง	ปัจจุบัน พ.ศ.2546		เป้าหมายเวลาการเดินทางหลังปรับปรุงเส้นทางเสร็จ พ.ศ.2547
	ระยะทาง (ก.ม.)	เวลาการเดินทาง (ช.ม.)	
1. จุดพักกรุงเทพฯ ⟶ อรัญประเทศ	287	4	3.5
อรัญประเทศ⟶ศรีโสภณ⟶เสียมราฐ	154	6-7	3-4
2. จุดพักสุรินทร์⟶ช่องจอม	75	1.5	1.5
ช่องจอม⟶กระลาน⟶เสียมราฐ	130	5-6	3
3. จุดพักสุรินทร์⟶ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ⟶อัลลองเวง⟶เสียมราฐ	135	5-6	3
4. จุดพักศรีสะเกษ⟶ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ⟶อัลลองเวง⟶เสียมราฐ	135	5-6	3
5. จุดพักอุบลราชธานี⟶ช่องสะงำ	155	2.5	2.5
ช่องสะงำ⟶ อัลลองเวง⟶เสียมราฐ	135	5-6	3

จึงเป็นจุดเหมาะสมทางด้านทำเลที่ตั้ง ศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อประเทศกัมพูชาและลาวโดยไม่ไกลนัก การจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศมีความเป็นไปได้คือ ไทย กัมพูชา ลาว นอกจากนั้นดินแดนของอีสานใต้ มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสูง มีโบราณสถานหลายแห่งทั้งในประเทศไทย กัมพูชา และลาว นอกจากนั้นบริเวณใกล้เทือกเขาพนมดงรัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง-ธรรมชาติที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว ตลอดจนจุดเด่นของวัฒนธรรมประเพณีที่หาดูได้ยากในโลก อย่างงานช้างสุรินทร์

รูปที่ 4.1 วงจรการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา



ประเทศกัมพูชา ประชากร 11.67 ล้านคน GDP ปี 2545 2,710 ล้าน US$ เมืองหลวงกรุงพนมเปญ เมืองท่องเที่ยวเสียมราฐ เกาะกง

ภูมิศาสตร์ : กัมพูชามีพื้นที่ประมาณ 181,035 ตารางกิโลเมตร ส่วนที่กว้างที่สุดจากทิศตะวันออกไปตะวันตก 580 กิโลเมตร จากเหนือจรดใต้ 450 กิโลเมตร

อาณาเขต : ทิศเหนือติดกับประเทศลาว และประเทศไทย
ทิศใต้ติดกับทะเลอ่าวไทย
ทิศตะวันออกติดกับประเทศเวียดนาม
ทิศตะวันตกติดกับทะเลอ่าวไทยและประเทศไทย

กัมพูชามีทะเลสาบน้ำจืดซึ่งเกิดจากแม่น้ำโขงมีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียชื่อว่า “โตนเลสาบ” (Tonle Sap) มีแม่น้ำโขงไหลผ่านยาว 500 กิโลเมตร จากนั้นไหลเข้าสู่เวียดนามลงสู่ทะเลจีนใต้ นับว่าเป็นแม่น้ำนานาชาติ เชื่อกันว่าปลาบึกซึ่งเป็นปลาน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในโลกว่ายทวนน้ำจากโตนเลสาบ ขึ้นสู่ประเทศไทย – ลาว ก่อนไปผสมพันธุ์ที่จีนซึ่งเป็นต้นน้ำโขง

โตนเลสาบ : อยู่ห่างจากกรุงพนมเปญประมาณ 100 กิโลเมตร ฤดูน้ำหลากน้ำท่วมถึง 7,500 ตารางกิโลเมตร ลึกถึง 10 เมตร โตนเลสาบครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัดคือ กำปงธม กำปงชะนัง โพธิสัตว์ พระตะบอง และเสียบเรียบ ในโตนเลสาบ มีปลาชุกชุมกว่า 300 ชนิด

ภูเขา : ยอดเขาสูงสุดของกัมพูชาคือ พนมอาออรัล (Phnom Aoral) สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 1,813 เมตร ทิศเหนือของกัมพูชามีเขตแดนติดกับประเทศไทยระยะทางยาวไกลถึง 750 กิโลเมตร ติดกับจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์ สระแก้ว จันทบุรี ตราด โดยมีเทือกเขาพนมดงรัก และเทือกเขาพนมดงรัก และเทือกเขาบรรทัดกั้น

ป่าไม้ : กัมพูชาเป็นประเทศที่มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์มากที่สุดหากเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน ในปี พ.ศ.2503 เคยมีป่าไม้มากถึง 75% ของประเทศ ปี พ.ศ.2536 ลดเหลือ 49% ปัจจุบันป่าไม้ลดลงอย่างมากหลังจากที่รัฐบาลเปิดให้สัมปทานป่ากับบริษัทเอกชนจากประเทศอินโดนีเซีย , มาเลเซีย และญี่ปุ่น

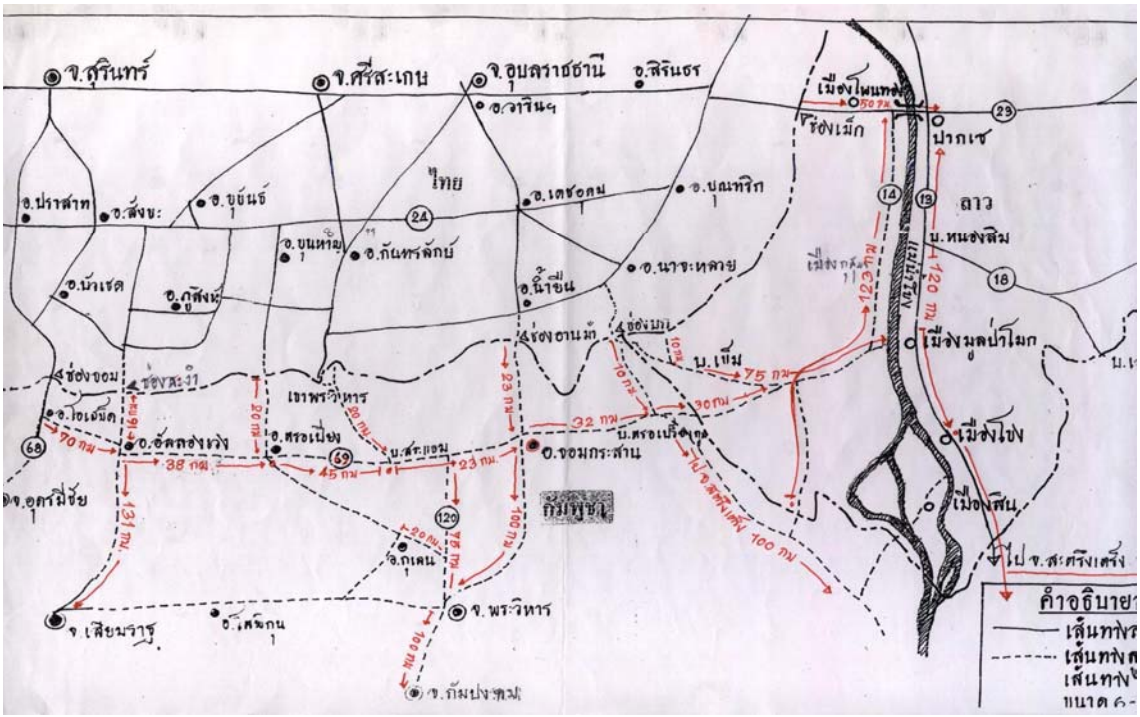
รูปที่ 4.2 แผนที่ประเทศกัมพูชา

กัมพูชา
CAMBODIA
PHNOM PENH
พนมเปญ
Kampong Cham
Kampong Chhnang
Kampong Thum
Kampong Spoe
Kampot
Takeo
Kampong Saom
Ha Tien
Prey Veng
Svay Rieng
Kampong Khleang
Siemreab
Batdambang
Sisophon
Pailin
Chanthaburi
Trat
Khlong Yai
Krong Kaoh Kong
Pouthisat
Stoeng Treng
Kracheh
Mondulkiri
Ratanakiri
Preah Vihear
Phumi Samraong
Anlong Veng
Choam Khsant
Phumi Mlu Prey
Phumi Thalabarivat
Lumphat
Phumi Sisophon
Phumi Kampong Trabek
Takok
Senmonorom
Kampong Chhnang
Mekong R.
Tonle Sap
Tonle Srepok
Sre Khtum
Loc Ninh
Tay Ninh
Moc Hoa
Chau Doc
Tan An
My Tho
Vung Tau
Ho Chi Minh
Ba Ria
Vinh Long
Long Xuyen
Tri Ton
Takev
Angk Tasoam
Odongk
Chamnar
Phumi Choam
Phumi Veal Renh
Sre Ambel
Phumi Yeay Sen
Phumi Samit
Kampong Saom
Kaoh Rung
Kaoh Ta Kiek
Kaoh Kut
Koah Kong
Ko Chang
Khlong Yai
Laem Ngop
Khlung
Chanthaburi
Pong Nam Ron
Na Yai Am
Khlong Hat
Wang Nam Yen
Wang Nam Khieo
Soeng Sang
Sa Kaeo
Aranyaprathet
Watthana Nakhon
Phumi Kouk Khduoch
Phumi Thkov
Phumi Mouong
Sre Noy
Phumi Samraong
Phumi Pramaoy
Phumi Veal Renh
Phumi Samit
Phumi Yeay Sen
Sre Ambel
Phumi Banam
Phumi Sambok
Phumi Kalong
Phumi Labang
Phumi Ba Kev
Phumi Thbeng Meanchey
Phumi Mlu Prey
Phumi Thalabarivat
Phumi Kampong Trabek
Phumi Samraong
Phumi Sambok
Phumi Kalong
Phumi Labang
Phumi Ba Kev
Phumi Banam
Phumi Veal Renh
Phumi Samit
Phumi Yeay Sen
Sre Ambel
Phumi Choam
Phumi Pramaoy
Phumi Samraong
Phumi Kouk Khduoch
Phumi Thkov
Phumi Mouong
Sre Noy
Phumi Samraong
Anlong Veng
Choam Khsant
Phumi Mlu Prey
Phumi Thalabarivat
Lumphat
Phumi Sisophon
Phumi Kampong Trabek
Takok
Senmonorom
Kampong Chhnang
Mekong R.
Tonle Sap
Tonle Srepok
Sre Khtum
Loc Ninh
Tay Ninh
Moc Hoa
Chau Doc
Tan An
My Tho
Vung Tau
Ho Chi Minh
Ba Ria
Vinh Long
Long Xuyen
Tri Ton
Takev
Angk Tasoam
Odongk
Chamnar
Phumi Choam
Phumi Veal Renh
Sre Ambel
Phumi Yeay Sen
Phumi Samit
Kampong Saom
Kaoh Rung
Kaoh Ta Kiek
Kaoh Kut
Koah Kong
Ko Chang
Khlong Yai
Laem Ngop
Khlung
Chanthaburi
Pong Nam Ron
Na Yai Am
Khlong Hat
Wang Nam Yen
Wang Nam Khieo
Soeng Sang
Sa Kaeo
Aranyaprathet
Watthana Nakhon

รูปที่ 4.3 แผนที่ตำแหน่งการท่องเที่ยวชายแดนไทย-กัมพูชา

รูปที่ 4.4 โครงข่ายทางหลวงเชื่อมโยงชายแดนไทย-กัมพูชา

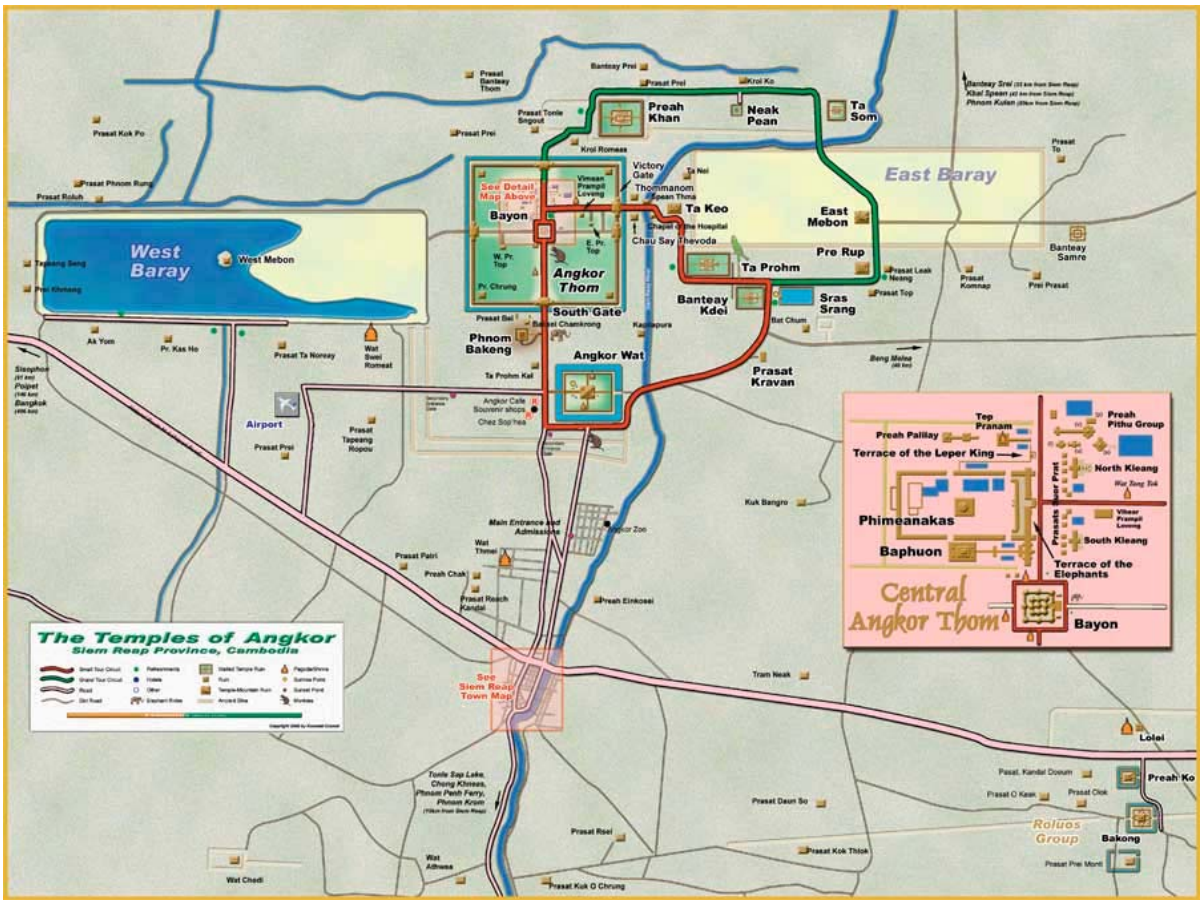
รูปที่ 4.5 โครงข่ายทางหลวงเชื่อมโยงชายแดนไทย-กัมพูชา จ.สุรินทร์ จ.ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี



รูปที่ 4.6 โครงข่ายการท่องเที่ยวเมืองเสียมราฐ

ช่องสะงำ ⟶ อัลลองเวง ⟶ กบาลสะเปียน ⟶ ปราสาทบันทายศรี ⟶ นครวัด นครธม ⟶ เสียมราฐ

รูปที่ 4.7 กลุ่มปราสาทเมืองพระนคร นครวัด นครธม ปราสาทบายน



ตัวอย่างการนำเที่ยวประเทศกัมพูชา นครวัด – นครธม

โปรแกรม 3 วัน 2 คืน

วันที่ 1	07.30 น.	เดินทางจากอรัญประเทศที่เขตแดนทำพิธีการตรวจคนเข้าเมือง และรับวีซ่าซึ่งทางบริษัทจัดเตรียมไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว
	08.30 น.	ออกเดินทางจากปอยเปต สู่ จ.เสียมราฐ ด้วยรถตู้ปรับอากาศไปตามถนนหมายเลข 6 ระยะทาง 150 กิโลเมตร ผ่าน อ.ศรีโสภณ
	11.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน ณ ภัตตาคาร
	14.30 น.	ถึง จ.เสียมราฐ นำท่านเข้าพักที่โรงแรม (DELUX)
	15.00 น.	ชมบรรยากาศรอบ ๆ เมืองเสียมราฐ ชมทะเลสาบที่ใหญ่ที่สุดในเอเซีย ชมวิถีชีวิตทางน้ำของชาวกัมพูชาที่ผูกพันกับทางน้ำอย่างลึกซึ้ง
	18.00 น.	รับประทานอาหารเย็น ณ ภัตตาคาร แล้วพักผ่อนตามอัธยาศัย
วันที่ 2	07.00 น.	รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม
	08.00 น.	เดินทางชมปราสาทบันทายศรี ปราสาทหินทรายสีชมพูสวยงามมาก นับเป็นงานที่ละเอียดประณีตที่สุดในงานแกะสลักหินทราย
	10.00 น.	ชมปราสาทแม่บุญ แปรรูป ตาพรหม ตาแก้ว พระขรรค์
	12.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน ณ ภัตตาคาร
	13.00 น.	นำท่านชมประตูเมืองนครธม ปราสาทบายน ลานช้าง บาปรวน วิมานอากาศ
	15.00 น.	ชมปราสาทนครวัด สิ่งมหัศจรรย์ 1 ใน 7 ของโลก ชมศิลปอันวิจิตรพิสดาร สถาปัตยกรรมของขอมที่แสดงถึงความเป็นเอกของกษัตริย์ และพระวิษณุ
	19.00 น.	รับประทานอาหารเย็น พร้อมชมรำนางอัปสรนาฏศิลป์ของกัมพูชา
วันที่ 3	07.00 น.	รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม
	08.00 น.	ออกเดินทางจาก จ.เสียมราฐ สู่อรัญประเทศระหว่างทางแวะชมเขื่อนบาราย
	11.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน ณ ภัตตาคาร
	14.00 น.	ถึงปอยเปต แวะช้อปปิ้งตามอัธยาศัย
	15.00 น.	เดินทางจากปอยเปตสู่อรัญประเทศ โดยสวัสดิภาพ

อลังการศิลานคร

นครวัด-นครธม-บันทายศรี-พนมกุเลน

เดินทางโดยรถกลับรถ 4 วัน 3 คืน (เข้า-ออกด่านอรัญประเทศ)

<u>วันแรกของการเดินทาง สุรินทร์-อรัญประเทศ-ปอยเปต-ศรีโสภณ-เสียมราฐ-โตนเลสาบ</u>

03.30 น. คณะพร้อมกัน ณ จุดนัดหมาย ให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวก นำคณะออกเดินทางสู่ด่านอรัญประเทศ จ.สระแก้ว

07.00 น. เดินทางถึงอรัญประเทศ บริการอาหารมื้อเช้า ณ ร้านอาหาร (1)

08.00 น. นำคณะผ่านด่านพิธีการตรวจคนเข้าเมือง เข้าไปยังด่านปอยเปต จากนั้นเดินทางสู่เมืองเสียมราฐ ประเทศกัมพูชา โดยรถปรับอากาศจำนวนผู้เดินทาง

12.00 น. บริการอาหารกลาง ชุดข้าวกล่อง (2) ที่ อ.กะลัน

14.00 น. เดินทางถึงเสียบเรียบ นำท่านเข้าที่พัก โรงแรมระดับมาตรฐาน

15.00 น. นำท่านเดินทางไปยังทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียอาคเนย์ “โตนเลสาบ” แหล่งน้ำและอาหารที่สำคัญของกัมพูชา มีปลาน้ำจืดกว่า 160 ชนิด นำคณะล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวประมงเขมร และเวียดนาม ที่อยู่บริเวณรอบ ๆ ทะเลสาบ

19.00 น. บริการอาหารเย็นเลิศรส ณ ภัตตาคาร (3) หลังอาหารนำท่านกลับที่พัก พักผ่อนตามอัธยาศัย

<u>วันที่สองของการเดินทาง นครวัด-นครธม-ตาพรหม-พนมบาเค็ง</u>

07.00 น. บริการอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม (4)

08.00 น. นำคณะเข้าชม นครธม นำท่านเดินทางข้ามสะพานนาคราชผ่านเข้าสู่ประตูเมือง ซึ่งมีรูปสลักใบหน้าคนขนาดใหญ่อยู่เหนือซุ้มประตูทางเข้า เริ่มต้นโดยการชมปราสาทบายน ปราสาทที่มียอดปรางค์แต่ละยอดเป็นพระพักตร์ของ พระโพธิสัตว์ อวโลกิเตศวร รอบทั้ง 4 ทิศ รวม 216 พักตร์ หรืออีกนัยหนึ่งของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ที่ทรงห่วงใยทุกข์สุขของประชาชน พระพักตร์แสดงความเมตตากรุณา เรียกว่า “รอยยิ้มแห่งบายน” จากนั้น นำท่านชมปราสาทที่อยู่รอบ ๆ ได้แก่ ปราสาทบาปวน , ปราสาทพิมานอากาศ , ลานช้าง , ลานพระเจ้าขี้เรื้อน และ ปราสาทนางสิบสอง

12.00 น. บริการอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารในตัวเมืองเสียมราฐ (5)

13.00 น. เริ่มการนำชมปราสาทในช่วงบ่าย ใต้ร่มเงาของต้นสะปงยักษ์ที่ปราสาทตาพรหม สร้างขึ้นในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 เพื่อถวายแด่พระราชมารดา สัมผัสความขลังของปราสาทซึ่งถูกปกคลุมโอบล้อมด้วยต้นไม้ใหญ่ยักษ์ ดูน่าเกรงขามและสวยงามตาม

ธรรมชาติ จากนั้นนำคณะเข้าเยี่ยมชมความยิ่งใหญ่อลังการของเมืองมรดกโลก 1 ใน 7 สิ่งมหัศจรรย์ของโลก “นครวัด” สร้างขึ้นโดยพระเจ้าสุริยวรมันที่ 2 ในศาสนาฮินดู เพื่อบูชาพระวิษณุเทพ ความอลังการของปราสาทเริ่มจากการสร้างที่ใช้แรงงานนับแสน ช้างนับพันเชือก ช่างขอบผู้ชำนาญสลักเสลาลวดลายอ่อนช้อย และงดงาม แสดงเรื่องราวในหากาพย์รามเกียรติ์ และมหายุทธภารตะ โดยเฉพาะภาพจำหลักเหล่านางอัปสรที่มีถึง 1,700 อนงค์นาง สวยงามดุจมีชีวิต เคลื่อยไหวโดยรอบปราสาท

17.00 น. นำคณะขึ้น เขาพนมบาเค็ง เพื่อชมพระอาทิตย์อัสดงที่สวยงาม จากยอดปราสาทพนมบาเค็ง ท่านจะสามารถมองเห็นเมืองพระนครในบรรยากาศยามเย็นอร่าม เป็นสีทองงดงามดังเมืองเนรมิต

19.00 น. บริการอาหารค่ำ ณ ภัตตาคาร (6) พร้อมชมการแสดงพื้นเมืองอันลือชื่อของกัมพูชา ชุดระบำอัปสรา

21.00 น. กลับที่พัก พักผ่อนตามอัธยาศัย

<u>วันที่สามของการเดินทาง พนมกุเลน-บันทายสรี-นาคพัน-พระขรรค์</u>

07.00 น. บริการอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม (7)

08.00 น. เดินทางสู่ พนมกุเลน หรือ มเหนทราบรรพต ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศเหนือของนครธม ประมาณ 50 กิโลเมตร

นำท่านชมภาพสลักใต้น้ำ ซึ่งตามหลักจารึกกล่าวว่าพระเจ้าชัยวรมันที่ 2 ทรงเสด็จประทับที่พนมกุเลนก่อนประกาศอิสรภาพจากพวกชวาและให้พรหมณ์ประกอบพิธีเทวราชา และทรงนำศิวลึงค์ศักดิ์สิทธิ์ตัวแทนแห่งกษัตริย์มาที่พนมกุเลน จึงถึงว่าพนมกุเลนเป็นราชธานีหนึ่งของพระองค์ ปัจจุบันมีศิวลึงค์อยู่ภายในลำธารแห่งนี้นับพัน หรือที่เรียกว่า สหัสลึงค์ นอกจากนี้ที่แห่งนี้ยังเป็นแหล่งต้นน้ำของเมืองเสียมราฐ ซึ่งนำไปทำน้ำศักดิ์สิทธิ์ และเป็นแหล่งตัดหินทรายที่นำไปสร้างนครวัดอีกด้วย

12.00 น. บริการอาหารกลางวันชุดข้าวกล่อง ที่ศาลาพักผ่อนบริเวณน้ำตกพนมกุเลน (8)

บ่าย เดินทางสู่ ปราสาทบันทายสรี “รัตนชาติแห่งศิลปะขอม” ปราสาทหินทรายสีชมดูเนื้อละเอียด ภาพแกะสลักคมชัด อ่อนช้อยงดงาม และสมบูรณ์ที่สุดไม่มีปราสาทขอมใดเทียบ จากนั้นนำท่านย้อนกลับเข้าเมืองเสียมราฐผ่านหมู่บ้านพระดา แวะชมปราสาทบันทายสำเหร่ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับปราสาทหินพิมายในประเทศไทย ต่อด้วยการชมปราสาทแปรรูป , ปราสาทตาแก้ว , ปราสาทนาคพัน และปราสาทพระขรรค์

17.00 น. กลับเข้าสู่เมืองเสียมราฐ พักผ่อนตามอัธยาศัย

19.00 น. บริการอาหารค่ำ ณ ร้านอาหาร (9) เชิญท่านพักผ่อนหรือท่องราตรีเมืองเสียมราฐตามอัธยาศัย

<u>วันที่สี่ของการเดินทาง เสียมราฐ-ศรีโสภณ-ปอยเปต-อรัญประเทศ-สุรินทร์</u>

07.00 น. บริการอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม (10)

08.00 น. เช็คเอ้าท์ออกจากโรงแรม ก่อนกลับนำท่านแวะซื้อของฝากที่ตลาดเก่า ไหว้พระคู่บ้านคู่เมืองเสียมราฐ จากนั้นอำลาเมืองประวัติศาสตร์กลับเมืองไทย

12.00 น. บริการอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารเมืองศรีโสภณ (11)
หลังอาหารออกเดินทางต่อ

15.00 น. นำคณะผ่านพิธีการตรวจคนเข้าเมือง เข้าสู่ประเทศไทย
เดินทางกลับสุรินทร์โดยรถปรับอากาศ

19.00 น. ถึงสุรินทร์โดยสวัสดิภาพ พร้อมความประทับใจมิรู้ลืม

อลังการมหาเทวลัยขอม
นครวัด-นครธม-บันทายสรี-กบาลสเปียน
เดินทาง 3 วัน 2 คืน (เข้า-ออกด่านช่องจอม)

<u>วันแรกของการเดินทาง สุรินทร์-ช่องจอม-กบาลสะเปียน-บันทายสรี-เสียมราฐ</u>

06.30 น. คณะพร้อมกัน ณ จุดนัดหมาย ออกเดินทางสู่ด่านช่องจอม อ.กาบเชิง จ.สุรินทร์

08.30 น. นำคณะผ่านพิธีการตรวจคนเข้าเมืองสู่ด่านโอร์เสม็ด ออกเดินทางสู่เสียมราฐโดยรถปรับอากาศ

12.00 น. บริการอาหารกลางวันชุดข้าวกล่อง ที่กบาลสะเปียน (1) หลังอาหารเชิญท่านชมภาพสลักศิวลึงค์และโยนี ใต้ธารน้ำนับพันอัน ซึ่งพระเจ้าอุทิตยวรมันที่ 2 ทรงมีพระบัญชาให้ช่างขอมสกัด ตามความเชื่อในศาสนาฮินดู ลัทธิไศวนิกาย นอกจากนี้ท่านจะได้ชมภาพสลักนารายณ์บรรทมสินธุ์ พระพรหม ภาพตรีมูรติของพระศิวะ พระพรหม และพระวิษณุ ประทับอยู่ในปรางค์ปราสาทอยู่บนศิลาทรายใต้ท้องน้ำศักดิ์สิทธิ์อีกด้วย

14.30 น. นำท่านชม ปราสาทบันทายสรี “รัตนชาติแห่งศิลปะขอม” ปราสาทหินทรายสีชมพูเนื้อละเอียด ภาพแกะสลักคมชัด อ่อนช้อยงดงาม และสมบูรณ์ที่สุดไม่มีปราสาทขอมใดเทียบ ได้เวลาพอสมควรนำคณะเดินทางเข้าตัวเมืองเสียมราฐ เข้าที่พัก

18.00 น. บริการอาหารเย็น ณ ภัตตาคาร (2) หลังอาหารเชิญท่านพักผ่อนตามอัธยาศัย

<u>วันที่สองของการเดินทาง นครธม-นครวัด-ตาพรหม-บางเค็ง</u>

06.30 น. บริการอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม (3)

08.00 น. นำคณะเข้าชม นครธม นำท่านเดินทางข้ามสะพานนาคราชผ่านเข้าสู่ประตูเมือง ซึ่งมีรูปสลักใบหน้าคนขนาดใหญ่อยู่เหนือซุ้มประตูทางเข้า ชมปราสาทบายน ปราสาทที่มียอดปรางค์แต่ละยอดเป็นพระพักตร์ของพระโพธิสัตว์อวโลกิเตศวร รอบทั้ง 4 ทิศ รวม 216 พักตร์ พระพักตร์แสดงความเมตตากรุณา เรียกว่า “รอยยิ้มแห่งบายน” จากนั้น นำท่านชมปราสาทที่อยู่รอบ ๆ ได้แก่ ปราสาทบาปวน , ปราสาทพิมานอากาศ , ลานช้าง , ลานพระเจ้าขี้เรื้อน

12.00 น. บริการอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารในตัวเมืองเสียมราฐ (4)

13.00 น. เริ่มการนำชมปราสาทในช่วงบ่าย ใต้ร่มเงาของต้นไม้ยักษ์ที่ ปราสาทตาพรหม สร้างขึ้นในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 เพื่อถวายแด่พระราชมารดา สัมผัสความขลังของปราสาทซึ่งถูกปกคลุมโอบล้อมด้วยต้นไม้ใหญ่ยักษ์ ทั้งน่าเกรงขามและสวยงาม จากนั้นนำคณะเข้าเยี่ยมชมความยิ่งใหญ่อลังการของเมืองมรดกโลก 1 ใน 7 สิ่งมหัศจรรย์ของโลก “นครวัด” สร้างขึ้นโดยพระเจ้าสุริยวรมันที่ 2 ในศาสนาฮินดู เพื่อบูชาพระ

เที่ยวศรีสะเกษในหนึ่งวัน

ปราสาทเขาพระวิหาร – ผามออีแดง – ปราสาทสระกำแพงใหญ่

07.30 น. รับคณะที่สถานีรถไฟหรือสนามบิน

08.00 น. เดินทางสู่ อ.กันทรลักษณ์ จ.ศรีสะเกษ

09.00 น. นำชมปราสาทหินเก่าแก่อยู่บนเทือกเขาพนมดงรัก “ปราสาทเขาพระวิหาร” เป็นศาสน-สถานของขอม ซึ่งสร้างระหว่างพุทธศตวรรษที่ 16-18 ปราสาทที่หันหน้าไปทางทิศเหนือและมีทางขึ้นอยู่ฝั่งประเทศไทย

13.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่ภัตตาคาร

14.00 น. เดินทางต่อสู่จังหวัดศรีสะเกษ แวะศรีษะอโศก เชิญเลือกซื้อพืชผักปลอดสารพิษระหว่างทางเพลินไปกับสินค้ากลางดงที่วางขายตามฤดูกาล ถึงศรีสะเกษผ่านชมตึกขุนอำไพพาณิชย์ซึ่งกรมศิลปากรอนุรักษ์ จากนั้นนำไปนมัสการขอพรหลวงพ่อโตอันศักดิ์สิทธิ์ของชาวศรีสะเกษ จากนั้นเดินทางต่อไปที่ อ.อุทุมพรฯ เพื่อชมปราสาทสระกำแพงใหญ่ แวะนมัสการหลวงปู่เครื่องเกจิอาจารย์ของชาวอิสาน กลับจากปราสาทฯ แวะชมสวนสมเด็จศรีนครินทร์แห่งแรกในเขตการศึกษาที่ 11 ซึ่งมีต้นลำดวนขึ้นตามธรรมชาติมากกว่า 30,000 ต้น จากนั้นนำช้อปปิ้งสินค้าที่ระลึกของจังหวัดศรีสะเกษ นำส่งคณะเดินทางกลับโดยรถไฟ หรือ เครื่องบิน เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

ประตูสู่เส้นทางสุริยวรมัน.....มหัศจรรย์อารยธรรมขอม
ชมปราสาทสด๊กก๊กธม ปราสาทบันเตียชมาร์ ปราสาทบันเตียทัพ ปราสาทเขาน้อยและเที่ยวละลุ
กรุงเทพฯ – ฉะเชิงเทรา – ปราจีนบุรี – สระแก้ว – กรุงเทพฯ
เดินทาง 3 วัน 2 คืน

<u>วันแรกของการเดินทาง</u>

07.30 น. ออกเดินทางจากกรุงเทพฯ สู่จังหวัดฉะเชิงเทรา

08.30 น. นมัสการหลวงพ่อพุทธโสธร ณ วัดโสธรวราราม วรวิหาร จากนั้นลงล่องเรือแม่น้ำบางปะกงชมธรรมชาติและสัมผัสวิถีชีวิตพื้นบ้านริมน้ำ

10.30 น. ออกเดินทางสู่จังหวัดสระแก้ว

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

14.30 น. ถึงกิ่งอำเภอโคกสูง จ.สระแก้ว ชมโบราณสถานปราสาทสด๊กก๊อกธม ซึ่งเป็นศาสน-สถานศิลปะขอมแบบคลังและบาปวนตั้งอยู่ใกล้พรมแดนไทย-กัมพูชา จัดเป็นปราสาทหินที่ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออก

17.00 น. เดินทางเข้าที่พัก

18.00 น. สภาวัฒนธรรมกิ่งอำเภอโคกสูงและอำเภออรัญประเทศกล่าวต้อนรับคณะพร้อมชมการแสดงนาฏกรรมท้องถิ่นจากคณะนักเรียนในจังหวัดสระแก้ว

19.00 น. รับประทานอาหารค่ำ

20.30 น. เดินทางกลับที่พัก (ค้างคืนที่ 1)

<u>วันที่สองของการเดินทาง</u>

06.00 น. รับประทานอาหารเช้า

07.00 น. ออกเดินทางสู่อำเภอตาพระยา

08.30 น. เดินทางถึงบริเวณจุดผ่อนปรนบึงตากวน จากนั้นเดินทางเข้าสู่จังหวัดบันเตียเมียนเจย ประเทศกัมพูชา

10.00 น. ชมปราสาทบันเตียชมาร์ สร้างในราวพุทธศตวรรษที่ 18 เป็นศิลปะขอบแบบบายน ในสมัยพระเจ้าชัยสรมันที่ 7 เป็นปราสาทหินที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ทรงสร้างให้เป็นสุสานสำหรับเจ้าชายศรีศรินทรกุมาร โดยมีเรื่องราวภาพสลักนูนต่ำที่กำแพงระเบียงตกบอกเรื่องราวพระราชประวัติของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

13.30 น. ชมปราสาทบันเตียทัพ เป็นปราสาทหินขนาดใหญ่ สร้างในราวพุทธศตวรรษที่ 18 เป็นศิลปะขอมแบบบายน

15.00 น. แวะชมตลาดทมอพวก

16.00 น. เดินทางถึงจุดผ่อนปรนบึงตากวน จากนั้นเดินทางกลับที่พัก

19.00 น. รับประทานอาหารค่ำ จากนั้นพักผ่อนตามอัธยาศัย (ค้างคืนที่ 2)

วันที่สามของการเดินทาง

06.00 น. รับประทานอาหารเช้า

07.00 น. ออกเดินทางสู่อำเภอตาพระยาเพื่อชมละลุแดนยอนเมืองไทยประติมากรรมเสาดินธรรมชาติซึ่งเกิดจากน้ำที่กัดเซาะดินจนกลายเป็นรูปลักษณ์อันแปลกตาน่าอัศจรรย์เรียงรายเป็นบริเวณกว้างอยู่กลางทุ่ง จัดเป็นหนึ่งใน Unseen in Thailand

12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

14.00 น. ชมโบราณสถานปราสาทเขาน้อยสีชมพู ศาสนสถานศิลปะขอมโบราณสมัยแรก เป็นปราสาทขอมที่ตั้งอยู่บนเนินเขาติดชายแดนไทย-กัมพูชา จากทำเลที่ตั้งของปราสาทสามารถมองเห็นทัศนียภาพทางฝั่งประเทศกัมพูชา

19.30 น. เดินทางกลับถึงกรุงเทพฯ โดยสวัสดิภาพร้อมความประทับใจ

การประเมินกลยุทธ์การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

วิธีการประเมิน

การประเมินการใช้กลยุทธ์ของสถาบันส่งเสริมการท่องเที่ยวและธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้ายอาหาร และธุรกิจขายสินค้า และสินค้าที่ระลึก

ขั้นตอนการประเมิน

1. นำประเด็นนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากำหนดประเด็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมของตลาด

2. กำหนดประเด็นกลยุทธ์ทางการตลาดอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และเลือกสถานที่ขาย และการส่งเสริมการตลาด

สัมภาษณ์เจาะลึกปัญหาและอุปสรรคและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด เป้าหมาย 80 ตัวอย่าง

แหล่งท่องเที่ยว	ที่พักแรม	ร้านอาหาร	สินค้าที่ระลึก	บริษัทนำเที่ยว	หน่วยงาน
สระแก้ว	5	5	5	5	3
บุรีรัมย์	5	5	5	5	3
สุรินทร์	5	5	5	5	3
ศรีสะเกษ	5	5	5	5	3
รวม	**20**	**20**	**20**	**20**	**12**

3. ผู้บริหารหรือผู้จัดการขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว หรือ ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประเมินระดับการนำกลยุทธ์ไปใช้ที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับคือ

ระดับการนำไปใช้มาก มีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 5
ระดับการนำไปใช้ค่อนข้างมาก มีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 4
ระดับการนำไปใช้ปานกลาง มีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 3
ระดับการนำไปใช้ค่อนข้างน้อย มีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 2
ระดับการนำไปใช้น้อย มีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 1

3. เกณฑ์การประเมินระดับการใช้กลยุทธ์การตลาด

ระดับการนำไปใช้	คะแนน
น้อย	1.00-1.80
ค่อนข้างน้อย	1.81-2.60
ปานกลาง	2.61-3.40
ค่อนข้างมาก	3.41-4.20
มาก	4.21-5.00

ตารางที่ 4-5 แสดงระดับการนำไปใช้นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาของสถาบันส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยกัมพูชา

นโยบาย/กลยุทธ์การพัฒนา	ค่าเฉลี่ยของระดับการนำไปใช้ ($\overline{X}$)
1. นโยบายส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย/	
1.1 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยสื่อของรัฐ	5
1.2 การสร้างความพร้อมทางด้านการตลาด	5
1.3 การเผยแพร่ข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว	5
2. นโยบายขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปใน ท้องถิ่น /	
2.1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่โดยองค์กรของรัฐ	3.7
2.2 ให้เอกชนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (เชิงอนุรักษ์)	3.7
2.3 โฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่	3.7
3. นโยบายการอนุรักษ์ฟื้นฟูผลิตภัณฑ์บริการทางการ ท่องเที่ยว /	
3.1 การควบคุมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3.7
3.2 การควบคุมและรักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ	3.7
3.3 การสร้างกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่	3.7
4. นโยบายการส่งเสริมและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก /	
4.1 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมขนส่ง	4
4.2 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก	3.3
4.3 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาหาร	3.3
5. นโยบายการสร้างความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว /	
5.1 การสร้างความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	5
5.2 การสร้างความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย	5
5.3 การสร้างความปลอดภัยจากสัตว์	3.7
5.4 การสร้างความปลอดภัยจากธรรมชาติ	3.7
6. นโยบายส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศ /	
6.1 การเชื่อมโยงวงจรการท่องเที่ยวจากกรุงเทพและภาคตะวันออก / ภาคอีสาน	3.7
6.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	3.0
6.3 การจัดทำคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	5
7. นโยบายการสร้างกำลังคนที่เป็นคนไทยทำงานใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว /	
7.1 การร่วมมือกับสถานบันการศึกษาพัฒนา บุคลากรทางการท่องเที่ยว	3.7
7.2 การร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	4.3
7.3 การเสริมสร้างจรรยาบรรณแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	4.3

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

นโยบาย/กลยุทธ์การพัฒนา	ค่าเฉลี่ยของระดับการนำไปใช้ ($\overline{X}$)
8. นโยบายส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว / 8.1 การส่งเสริมให้องค์กรท้องถิ่นที่บทบาทในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4.3
8.2 การส่งเสริมให้องค์กรท้องถิ่นเข้ามาบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว	4
8.3 ส่งเสริมให้ประชาชน/องค์กรท้องถิ่นมีส่วนได้ รับประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว	4

กลยุทธ์ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 นครราชสีมา เขต 2 อุบลราชธานี และภาคกลางเขต 8 จังหวัดนครนายก ที่ระดับการนำไปใช้มาก คือ กลยุทธ์การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การสร้างความพร้อมทางการตลาด การเผยแพร่ข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว การร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเสริมสร้างจรรยาบรรณแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการส่งเสริมให้องค์กรท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-6 กลยุทธ์ในการให้บริการของบริษัทของธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดชายแแดนไทยกัมพูชา

นโยบาย/กลยุทธ์การพัฒนา	ค่าเฉลี่ยของระดับการนำไปใช้ ($\overline{X}$)
1. กลยุทธ์ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว	
1.1 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติใหม่	2.0
1.2 ตลาดชายแดน	4.0
1.3 ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม	4.0
1.4 ฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี	5.0
1.5 อนุรักษ์ชีวิตชุมชนท้องถิ่น	3.5
2. กลยุทธ์การกำหนดราคาทางการท่องเที่ยว	
2.1 กำหนดราคาเพื่อชื่อเสียง สำหรับแหล่งท่องเที่ยวใหม่	4.0
2.2 กำหนดราคาเจาะตลาด ท่องเที่ยวใหม่	3.0
2.3 กำหนดราคาแพคเกจการท่องเที่ยว	3.5
2.4 กำหนดราคาโดยให้สอดคล้องปริมาณผู้ใช้	4.0
2.5 กำหนดราคาโดยให้สอดคล้องตามผู้ใช้บริการ	4.0
2.6 กำหนดราคาโดยให้แตกต่างกัน	3.0
2.7 กำหนดราคาเชิงเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน	3.0
2.8 กำหนดราคาเพื่อส่งเสริมการตลาดช่วงฤดูกาล / นอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.0
3. กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและเลือกสถานที่ขาย	
3.1 ตัวแทนจำหน่าย/บริษัทตัวแทน	4.0
3.2 การขายตรง	4.0
3.3 องค์การและสมาคม	3.5
3.4 การขายทางอินเตอร์เน็ต	1.5
3.5 การเลือกทำเลที่ตั้งใกล้ใจกลางย่านธุรกิจ	2.0
3.6 การเลือกทำเลที่ตั้งใกล้สถานีขนส่ง	1.0
3.7 การเลือกทำเลที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัย	4.0
3.8 การเลือกทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.0
3.9 การเลือกทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก	4.0
4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	
4.1 การโฆษณาบริการท่องเที่ยว	2.5
4.2 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กลุ่มลูกค้า	2.5
4.3 การโฆษณาในแหล่งท่องเที่ยว	2.0

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

นโยบาย/กลยุทธ์การพัฒนา	ค่าเฉลี่ยของระดับการนำไปใช้ ($\overline{X}$)
4.4 การโฆษณาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว	2.0
4.5 การโฆษณาการส่งเสริมการขาย	2.5
4.6 การโฆษณาระดับท้องถิ่น	2.5
4.7 การโฆษณาระดับชาติ	2.0
4.8 สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หนังสือพิมพ์ /นิตยสาร	2.5
4.9 สื่อโฆษณาโทรทัศน์	2.0
4.10 สื่อโฆษณาวิทยุ	2.0
4.11 สื่อโฆษณาทางจดหมาย	-
4.12 สื่อโฆษณาทางอินเตอร์เน็ต	2.0
4.13 การจัดนิทรรศการ	3.0
4.14 การจัดงานตามเทศกาล	4.0
4.15 การจัดงานแสดง	-
4.16 การจัดงานทัศนศึกษา/ดูงาน	3.5
4.17 การจัดสัมมนา	3.0
4.18 การจัดประกวด	3.0
4.19 การจัดแข่งกีฬา	3.0
4.20 การจัดสนับสนุน	3.5
4.21 การจัดรายการโทรทัศน์	4.0
4.22 การจัดงานการกุศล	4.0
4.23 การจัดการประชุม/แถลงข่าว	4.0
4.24 การจัดแข่งขันแรลลี่	4.0

กลยุทธ์ที่ธุรกิจนำเที่ยวนำไปใช้มากคือ การฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี ส่วนกลยุทธ์ที่นำไปใช้ค่อนข้างมากเป็นกลยุทธ์การค้าการท่องเที่ยวชายแดน การฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม

กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

การใช้กลยุทธ์ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ ตลาดการค้าชายแดน การอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น งานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และกลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด การฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

การใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การกำหนดราคาที่คำนึงถึงชื่อเสียงสำหรับแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดราคาสอดคล้องกับปริมาณผู้ใช้บริการ และกำหนดราคาสอดคล้องกับผู้ใช้บริการ การใช้กลยุทธ์ทางด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การมีตัวแทนขายและการขายตรง สำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ ใกล้ที่พักอาศัยของกลุ่มเป้าหมายและใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่นที่โรงแรม สถานีรถทัวร์ หรือสถานีรถไฟ สำหรับกลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การจัดงานตามสถานที่ต่าง ๆ ส่วนกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างน้อยคือ การโฆษณาทางอินเตอร์เน็ต โทรศัพท์ วิทยุ และการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ และมีการโฆษณาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย

ตารางที่ 4-7 กลยุทธ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

นโยบาย/กลยุทธ์การพัฒนา	ค่าเฉลี่ยของระดับการนำไปใช้ ($\bar{X}$)
1. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของบริการ	
1.1 รูปแบบบริการที่แตกต่าง	3.29
1.2 คุณภาพบริการที่แตกต่าง	3.00
2. กลยุทธ์การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์	
2.1 กำหนดราคาเพื่อชื่อเสียง	3.00
2.2 กำหนดราคาเจาะตลาด	3.00
2.3 กำหนดราคาผลิตภัณฑ์เป็นชุด	3.00
2.4 กำหนดราคาโดยให้สอดคล้องปริมาณ	3.25
2.5 กำหนดราคาโดยให้สอดคล้องตามผู้ใช้บริการ	3.00
2.6 กำหนดราคาเชิงเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน	3.33
2.7 กำหนดราคาเพื่อส่งเสริมการตลาดช่วงฤดูกาล / นอกฤดูกาลท่องเที่ยว	3.29
3. กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและเลือกสถานที่ขาย	
3.1 ตัวแทนจำหน่าย/บริษัทตัวแทน	2.50
3.2 การขายตรง	3.43
3.3 การขายทางอินเตอร์เน็ต	2.75
3.4 การเลือกทำเลที่ตั้งใกล้ใจกลางย่านธุรกิจ	3.20
3.5 การเลือกทำเลที่ตั้งใกล้สถานีขนส่ง	3.50
3.6 การเลือกทำเลที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัย	3.20
3.7 การเลือกทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	2.67

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

นโยบาย/กลยุทธ์การพัฒนา	ค่าเฉลี่ยของระดับการนำไปใช้ ($\overline{X}$)
4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	
4.1 การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว	2.71
4.2 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ บริการของโรงแรม	2.78
4.3 การโฆษณากิจกรรมท่องเที่ยว	2.60
4.4 การโฆษณาการส่งเสริมการขาย	2.88
4.5 การโฆษณาระดับท้องถิ่น	3.00
4.6 การโฆษณาระดับชาติ	2.75
4.7 สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หนังสือพิมพ์ /นิตยสาร	2.50
4.8 การให้บริการเสริม	2.67
4.9 หลีกเลี่ยงธุรกิจที่เสนอราคาต่ำ	2.80

กลยุทธ์การจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากทางด้านการจัดจำหน่ายคือ การขายตรง และการเลือกทำเลที่ตั้งใกล้สถานีขนส่ง และกลยุทธ์ที่ใช้ระดับปานกลางคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางด้านบริการที่แตกต่าง การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับปริมาณการใช้บริการ การกำหนดโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน การกำหนดราคาในช่วงฤดูการท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และการโฆษณาในระดับท้องถิ่น

ตารางที่ 4-8 กลยุทธ์ธุรกิจร้านอาหาร

นโยบาย/กลยุทธ์การพัฒนา	ค่าเฉลี่ยของระดับการนำไปใช้ ($\overline{X}$)
1. กลยุทธ์ความเป็นเลิศทางบรรยากาศ	
1.1 ทำเลที่ตั้ง	4.00
1.2 เดินทางสะดวก	4.17
1.3 อยู่ใกล้ชุมชน	4.06
1.4 ใกล้สถานที่สำคัญ	3.69
1.5 สะอาด	4.39
1.6 ปลอดโปร่ง	4.28

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

นโยบาย/กลยุทธ์การพัฒนา	ค่าเฉลี่ยของระดับการนำไปใช้ ($\overline{X}$)
2. กลยุทธ์ความเป็นเลิศทางบริการ	
2.1 การต้อนรับ	4.28
2.2 มารยาทของบุคลากร	4.33
2.3 ที่จอดรถ	3.83
2.4 ความรวดเร็วในบริการ	4.39
2.5 บริการระหว่างมื้ออาหาร	4.18
3. กลยุทธ์ความเลิศทางด้านอาหาร	
3.1 การรักษาคุณภาพอาหารรสชาติดีและความสม่ำเสมอของรสชาติอาหาร	4.50
3.2 ความสะอาดของอาหาร	4.61
3.3 ความปลอดภัยในการบริโภค	4.67
3.4 ปริมาณอาหาร/ต่อหน่วย	4.44
3.5 อื่น ๆ ...แนะนำอาหารเด่นของร้าน.....	5.00
4. กลยุทธ์ความเป็นเลิศด้านความคุ้มค่า	
4.1 สอบถามความรู้สึก	3.93
4.2 กลยุทธ์อื่น ๆ มอบส่วนลด.....	4.00
5. กลยุทธ์ความเป็นเลิศด้านการจัดการ	
5.1 การรักษามาตรฐานด้านบริการ	4.33
5.2 การรักษามาตรฐานด้านคุณภาพอาหาร	4.61
5.3 การรักษามาตรฐานของบรรยากาศ	4.33
5.4 การรักษาจรรยาบรรณ	4.50
5.5 กลยุทธ์อื่น ๆ ที่ท่านใช้อยู่เสมอ...อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า	4.00

กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจร้านอาหาร

กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ ความเป็นเลิศทางด้านอาหาร ได้แก่ การรักษาคุณภาพอาหาร ความสม่ำเสมอของรถชาติ ความสะอาดของอาหาร ความปลอดภัยของอาหาร ปริมาณต่อหน่วยเหมาะสม และแนะนำอาหารเด่นของร้าน และกลยุทธ์ความเป็นเลิศของบริการ ได้แก่ การต้อนรับ มารยาทของบุคลากร ความรวดเร็วของบริการ และกลยุทธ์ความเป็นเลิศด้านการจัดการ ได้แก่ การรักษามาตรฐานของคุณภาพอาหาร การรักษาจรรยาบรรณ การรักษามาตรฐานของบรรยากาศ และการรักษามาตรฐานของด้านบริการ

ตารางที่ 4 –9 กลยุทธ์ธุรกิจขายสินค้าและสินค้าที่ระลึก

นโยบาย/กลยุทธ์การพัฒนา	ค่าเฉลี่ยของระดับการนำไปใช้ ($\overline{X}$)
1. กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์	
1.1 ความหลากหลายของประเภท	4.20
1.2 ความหลากหลายของชนิด	4.00
1.3 ความหลากหลายของขนาดและรูปร่าง	3.78
1.4 ความหลากหลายของกลิ่น	3.50
1.5 ความหลากหลายของสี	3.44
2. ความเป็นเลิศทางคุณภาพ	4.22
3. กลยุทธ์ทางด้านราคา	
3.1 ราคาเปรียบเทียบคุณภาพ(ความคุ้มค่า)	3.88
3.2 ราคาเปรียบเทียบคู่แข่งขัน(ไม่สูงกว่า)	3.67
3.3 ราคาเปรียบเทียบต้นทุน	3.43
4. กลยุทธ์ทางด้านการจัดจำหน่าย	
4.1 ขายปลีกอิสระ	4.43
4.2 ขายส่งทั่วไป	2.86
4.3 ขายเจาะตรง	2.33
4.4 ขายส่งเร่	2.50
4.5 ขายฝาก	3.67
5. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	
5.1 การแสดงสินค้า	2.88
5.2 การให้ส่วนลด	3.44
5.3 การแลกแต้ม	5.00
5.4 การโฆษณา	3.00
5.5 การให้ของแถม	3.00
6. กลยุทธ์อื่น ๆ ที่ท่านใช้อยู่เสมอ บริการด้วยความจริงใจ ,คุณภาพสินค้า ราคา และบริการ พัฒนารูปแบบให้แปลกใหม่ ขายตรงกับราชการและลูกค้า พยายามส่งออก	

กลยุทธ์การจัดการธุรกิจขายสินค้าและสินค้าที่ระลึก

กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การจัดจำหน่าย ได้แก่ การขายปลีกอิสระ และกลยุทธ์ในการส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ การให้ส่วนลดและกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมาก คือ กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายประเภทของสินค้า ความหลากหลายของขนาดและรูปร่าง ความหลากหลายของกลิ่น ความหลากหลายของสี และกลยุทธ์ความเลิศทางด้านคุณภาพ สำหรับกลยุทธ์ทางด้านราคาใช้ค่อนข้างมาก ได้แก่ การใช้ราคาเปรียบเทียบกับคุณภาพ คู่แข่งขัน และต้นทุนในการผลิต ทางด้านกลยุทธ์ทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ค่อนข้างมาก คือ การขายปลีกอิสระ กลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดระดับปานกลางคือ การจัดแสดงสินค้าในงาน การให้ของแถม กลยุทธ์ที่มีการใช้น้อย ได้แก่ การโฆษณา การแลกแต้ม

สรุปปัญหาของธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากแบบสัมภาษณ์

ปัญหาของธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก

1. ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานส่งเสริมท่องเที่ยวและบริษัททัวร์
2. ต้นทุนการขายสูง
3. ขาดช่างฝีมือคุณภาพดี
4. การลอกเลียนแบบ
5. การหาตลาด ขยายตลาด และการแข่งขันในตลาด
6. การขาดแคลนเงินทุนเพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้า

ปัญหาธุรกิจที่พักแรม

1. ปัญหาด้านการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร
2. ปัญหาค่าใช้จ่ายด้านพลังงานมีราคาสูง
3. ปัญหาห้องพักเกินความต้องการในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว
4. ปัญหาเกี่ยวกับภาษี
5. ปัญหาระดับมาตรฐานโรงแรมกับระดับนักท่องเที่ยว
6. ปัญหาห้องพักไม่เพียงพอในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

ปัญหาธุรกิจร้านอาหาร

1. ปัญหาการรักษาความสดของอาหาร
2. ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง
3. ปัญหาขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ
4. การแข่งขันของธุรกิจอาหารชนิดเดียวกัน

ปัญหาของธุรกิจนำเที่ยว

1. มีภาวะการแข่งขันสูง
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ประสบความสำเร็จ
3. ขาดแคลนงบประมาณประชาสัมพันธ์
4. ผลกระทบจากเหตุการณ์โรคระบาดและความไม่สงบของประเทศเพื่อนบ้าน

บทที่ 5
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แนวโน้มอุปสงค์การท่องเที่ยว และการรองรับนักท่องเที่ยว

ผลการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเดินทางเยือนจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ สระแก้ว เพื่อไปนครวัด

ความสำคัญของการสำรวจ

เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวโบราณสถานทั้งในประเทศไทยและนครวัดได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางยังไม่ชัดแจ้ง คณะผู้วิจัยจึงทำการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ธรรมชาติ และวัฒนธรรมประเพณีในจังหวัดที่ศึกษา

การสำรวจ ได้ข้อมูลภาคสนามที่เก็บจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง เมืองต่ำ จังหวัดสุรินทร์ สถานที่พักในเขตอำเภอเมืองและงานแสดงช้าง จังหวัดศรีสะเกษที่เขาพระวิหารและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขต 2 จังหวัดอุบลราชธานี ที่จังหวัดสระแก้ว ที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง และที่พักในอำเภออรัญประเทศ ได้ตัวอย่างจำนวน 403 ตัวอย่างจำแนกตามจังหวัดที่ท่องเที่ยว และสัญชาติของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัดชายแดนไทย – กัมพูชา : บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ สระแก้ว

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจังหวัดชายแดนทั้ง 4
2. ทำให้ทราบถึงจังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวก่อนและหลังการไปเยือนจังหวัดชายแดนทั้ง 4
3. ทำให้ทราบถึงชนิดของพาหนะต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวใช้ในระหว่างการท่องเที่ยว
4. ทำให้ทราบถึงชนิดของที่พักที่นักท่องเที่ยวใช้
5. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว
6. ทำให้ทราบถึงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

7. ทำให้ทราบถึงระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญใน 4 จังหวัดที่ทำการศึกษา

8. ทำให้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย

9. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจในประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านรอบประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่กำลังท่องเที่ยวอยู่ใน 4 จังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และสระแก้ว โดยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มโดยไม่เจาะจง ณ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดทั้ง 4 ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2546 ถึง กุมภาพันธ์ 2547 ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งสิ้น 403 คน

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม 1 ฉบับ ซึ่งจัดพิมพ์เป็น 4 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส จีน และญี่ปุ่น แบบสอบถามทั้ง 4 ภาษามีเนื้อหาและโครงสร้างเหมือนกัน โดยมีรายละเอียดครอบคลุมถึงจังหวัดต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะไปเยือน ระยะเวลาในการพำนัก ลักษณะการเดินทาง แรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนประเทศไทย และจังหวัดชายแดนทั้ง 4 ความสนใจที่จะไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดชายแดนทั้ง 4 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร การเลือกที่พัก ความประทับใจในประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านของไทย ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทย และปัญหาของนักท่องเที่ยวขณะท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ได้ดำเนินการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของแบบสอบถามภาษาอังกฤษ โดยนำไปทดลองใช้กับชาวต่างชาติเจ้าของภาษาจำนวน 4 คน ก่อนที่จะนำไปใช้สำหรับแบบสอบถามภาษาญี่ปุ่น จีน และฝรั่งเศส ได้ถูกแปลโดยผู้ทรงคุณวุฒิทางภาษานั้น ๆ หรือเจ้าของภาษาที่เป็นอาจารย์สอนภาษาโดยเทียบเคียงกับแบบสอบถามฉบับภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

4. การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัย และผู้ช่วยนักวิจัย อีก 4 คน ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ด่านตรวจคนเข้าเมืองและแหล่งชุมนุมของนักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัดชายแดนที่ทำการศึกษาโดยเข้าหานักท่องเที่ยว

เป็นรายบุคคลโดยอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยแก่กลุ่มตัวอย่างและให้นักท่องเที่ยวที่ร่วมมือตอบคำถามในแบบสอบถามด้วยตัวเอง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS ค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์ และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ภูมิหลังของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลซึ่งเป็นภูมิหลังของนักท่องเที่ยวอันได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มาเยือนประเทศไทย และลักษณะการเดินทางแสดงอยู่ในตารางที่ 5.1 ถึงตารางที่ 5.9 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5-1 สัญชาติของนักท่องเที่ยว

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
ญี่ปุ่น	86	21.8
ฝรั่งเศส	50	12.7
อเมริกา และแคนาดา	60	15.2
อังกฤษ	71	18.0
โอเชียนเนีย (ออสเตรเลีย / นิวซีแลนด์)	63	15.9
ยุโรปชาติอื่น ๆ	25	6.3
เอเชียชาติอื่น ๆ	15	3.8
เยอรมันนี	22	5.5
อัฟริกาใต้	3	0.8
รวม	**395**	**100.0**

ตารางที่ 5-2 ลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางกับคณะทัวร์	71	17.6
เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง	322	79.9
รวมตอบ	393	97.5
ไม่ระบุ	10	2.5
รวม	**403**	**100.0**

ตารางที่ 5-3 จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย

จำนวนครั้งที่มา	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	152	37.7
ครั้งที่ 2	55	13.6
ครั้งที่ 3 ขึ้นไป	179	44.4
รวมตอบ	386	95.8
ไม่ระบุ	17	4.2
รวม	**403**	**100.0**

ตารางที่ 5-4 เพศของนักท่องเที่ยว

จำนวนครั้งที่มา	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	251	62.3
หญิง	143	35.5
รวมตอบ	394	97.8
ไม่ระบุ	9	2.2
รวม	**403**	**100.0**

ตารางที่ 5-5 กลุ่มอายุของนักท่องเที่ยว

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 24 ปี	59	14.6
25 – 34 ปี	182	45.2
35 – 44 ปี	58	14.4
45 – 54 ปี	46	11.4
55 – 64 ปี	37	9.2
65 ปีขึ้นไป	14	3.5
รวมตอบ	396	98.3
ไม่ระบุ	7	1.7
รวม	**403**	**100.0**

ตารางที่ 5-6 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย / อาชีวศึกษา	133	33.0
ปริญญาตรี	178	44.2
สูงกว่าปริญญาตรี	81	20.1
รวมตอบ	392	97.3
ไม่ระบุ	11	2.7
รวม	**403**	**100.0**

ตารางที่ 5-7 อาชีพของนักท่องเที่ยว

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักวิชาชีพระดับสูง (เช่น แพทย์ นักกฎหมาย วิศวกร อาจารย์มหาวิทยาลัย)	150	37.2
ผู้จัดการ ผู้ประกอบการ ผู้อำนวยการ เจ้าของกิจการ	63	15.6
เจ้าหน้าที่และพนักงาน (นักบัญชี เลขานุการ เจ้าหน้าที่ธุรการ)	43	10.7
ชาวนา เจ้าของฟาร์ม	3	0.7
คนงานใช้ฝีมือหรือกึ่งฝีมือ (ช่างไม้ ช่างไฟ ช่างก่อสร้าง)	32	7.9
ไม่ได้ประกอบอาชีพ (บำนาญ แม่บ้าน นักศึกษา)	97	24.1
รวมตอบ	388	96.3
ไม่ระบุ	15	3.7
รวม	**403**	**100.0**

ตารางที่ 5-8 สถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยว

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	252	62.5
สมรส	111	27.5
หม้าย หรือ หย่า , แยกกันอยู่	26	6.5
รวมตอบ	389	96.5
ไม่ระบุ	14	3.5
รวม	**403**	**100.0**

ตารางที่ 5-9 ระดับรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน $975	87	21.6
$976 – 1,000	30	7.4
$1,001 – 1,500	42	10.4
$1,501 – 2,000	53	13.2
$2,001 – 2,500	59	14.6
$2,501 ขึ้นไป	97	24.1
รวมตอบ	368	91.3
ไม่ระบุ	35	8.7
รวม	**403**	**100.0**

<u>ตอนที่ 2</u> แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาประเทศไทยเกิดจากแรงจูงใจหลาย ๆ อย่างผสมกัน ไม่ใช่เพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในจังหวัดชายแดนทั้ง 4 ทำให้ทราบว่าแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยคือ ความต้องการการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 58.3) ความต้องการที่จะได้เห็นได้สัมผัสธรรมชาติที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 54.1) ความต้องการที่จะได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 54.1) และความต้องการที่จะได้ชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือ โบราณคดี (ร้อยละ 50.0) แรงจูงใจอันหลากหลายนี้สรุปอยู่ในตารางที่ 5-10

ตารางที่ 5-10 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

แรงจูงใจ	ร้อยละ
1. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	58.3
2. ได้พบเห็นและสัมผัสธรรมชาติที่แปลกใหม่	54.1
3. ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่แปลกใหม่	54.1
4. ชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ / โบราณคดี	50.0
5. การท่องเที่ยวแบบผจญภัย	42.9
6. ได้ใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนในท้องถิ่น	39.1
7. ซื้อของ	36.1
8. ได้สร้างสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น	35.0
9. ได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทย	33.4
10. ได้เพื่อนใหม่ระหว่างเดินทาง	23.1
11. เยี่ยมญาติหรือเพื่อนฝูง	17.5
12. หาความสนุกสนานเพลิดเพลิน	11.5
13. เล่นกีฬา	3.3
จำนวนคน	**338**

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติ จะพบว่านักท่องเที่ยวจากแต่ละภูมิภาคมีแรงจูงใจหลัก ๆ ในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด

นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นเดินทางมาเพราะความต้องการที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 83) รองลงมาคือ ความต้องการที่จะได้ชมสถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือทางโบราณคดี (ร้อยละ 63.6) และความต้องการที่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 63.6) ติดตามมาด้วยความต้องการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 54.5) จึงกล่าวได้ว่าในหมู่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่น เดินทางมาเพราะแรงจูงใจอันหลากหลาย แต่แรงจูงใจหลักคือ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสนั้นแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66) เดินทางเพราะต้องการที่จะได้ผจญภัย รองลงมาคือ ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 57) และความต้องการที่จะชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี อาจกล่าวได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้ชาวฝรั่งเศสได้ความรู้สึกถึงการผจญภัยในเวลาเดียวกัน ชาวฝรั่งเศสยังสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมไทย และสร้างสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นมากว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาเหนือ มีแรงจูงใจหลัก ๆ ที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวสองชาติแรกอย่างเห็นได้ชัด นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพราะต้องการการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 78) รองลงมาคือ ความต้องการที่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 54) การสร้างสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 54) และการได้ซื้อของ (ร้อยละ 46) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันให้ความสนใจกับสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และชาวฝรั่งเศส

นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษดูจะเป็นชาติที่ไม่มีแรงจูงใจอะไรโดดเด่นเป็นพิเศษ ยกเว้นแรงจูงใจที่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 66.7) และความต้องการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 61.7) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจากภูมิศาสตร์ค่อนข้างจะคล้ายกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาเหนือ ในแง่ที่ไม่ค่อยให้ความสนใจกับสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี ไม่ให้ความสนใจที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่

นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียมีความเหมือนและความแตกต่างกับนักท่องเที่ยวจากอังกฤษและอเมริกาเหนือในบางประด็น แรงจูงใจหลัก 2 ประการที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียเดินทางมาประเทศไทยคือ ความต้องการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 60.8) และความต้องการที่จะได้สัมผัสกับวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ ส่วนที่เหมือนกับนักท่องเที่ยวอเมริกัน และอังกฤษคือ ความต้องการการพักผ่อนหย่อนใจจากการท่องเที่ยว แต่ความต่างคือ นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียสนใจที่จะสัมผัสกับวัฒนธรรมที่แปลกใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ ไม่สนใจเรื่องการสัมผัสกับธรรมชาติมากนักเมื่อเทียบกับชาวอังกฤษและอเมริกัน และไม่ค่อยสนใจที่จะชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และโบราณคดีมากนัก

นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปชาติอื่น ๆ มีแรงจูงใจที่คล้ายกับนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสตรงที่แรงจูงใจหลัก คือ การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ได้ผจญภัย (ร้อยละ 64.7) แต่ต่างจากชาวฝรั่งเศสและชาติตะวันตกอื่น ๆ ตรงที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปอื่น ๆ สนใจที่จะชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีอยู่มาก (ร้อยละ 59)

นักท่องเที่ยวจากเยอรมันมีแรงจูงใจหลักที่คล้ายกับนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน กล่าวคือ เดินทางเพราะต้องการการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 66.7) และต้องการที่จะได้สัมผัสธรรมชาติที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 61) และความแตกต่างคือ นักท่องเที่ยวเยอรมันสนใจที่จะชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีมากว่านักท่องเที่ยวตะวันตกชาติอื่น ๆ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-11

ตารางที่ 5-11 แรงจูงใจในการเดินทางมาประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ

แรงจูงใจในการเดินทางมาประเทศไทย	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	อเมริกาเหนือ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น (%)	เยอรมัน (%)
ได้ผจญภัย	32.5	66.0	42.0	45.0	35.3	64.7	40.0	38.9
ซื้อของ	32.5	31.9	46.0	30.0	39.2	41.2	20.0	50.0
ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	54.5	48.9	78.0	61.7	60.8	35.3	60.0	66.7
หาความสนุกสนาน	11.7	4.3	26.0	11.7	9.8	0.0	20.0	5.6
สร้างสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น	13.0	40.4	54.0	31.7	39.2	52.9	60.0	38.9
ได้เพื่อนใหม่	26.0	14.9	24.0	30.0	25.5	5.9	50.0	5.6
เยี่ยมเยียนเพื่อน , ญาติ	15.6	21.3	12.0	18.3	25.5	23.5	20.0	0.0
สัมผัสธรรมชาติที่แปลกใหม่	63.6	57.4	54.0	66.7	39.2	29.4	20.0	61.1
สัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่	83.1	31.9	42.0	43.3	60.8	41.2	40.0	55.6
ใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนในท้องถิ่น	42.9	42.6	22.0	43.3	35.3	52.9	50.0	38.9
ชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์/โบราณคดี	63.6	51.1	40.0	40.0	37.3	58.8	70.0	61.1
เรียนรู้วัฒนธรรมไทย	23.4	40.4	22.0	33.3	41.2	52.9	40.0	38.9
เล่นกีฬา	2.6	10.6	0.0	3.3	2.0	0.0	0.0	5.6
จำนวน (คน)	**77**	**47**	**50**	**60**	**51**	**17**	**10**	**18**

เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวประเภทรีพีทเตอร์ หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครั้งที่สอง และมากกว่า พบว่า แรงจูงใจหลัก ๆ ไม่แตกต่างกันมากนัก ระหว่างคนที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกกับพวกที่มาเที่ยวเป็นครั้งที่สอง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกเดินทางมาเพราะแรงจูงใจหลาย ๆ อย่างประกอบกัน ได้แก่ ความต้องการที่จะได้สัมผัสธรรมชาติที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 55) ความต้องการที่จะได้พักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 54.5) ความต้องการที่จะได้ผจญภัย (ร้อยละ 53) ความต้องการที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 50) และความต้องการที่จะได้ชมสถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี (ร้อยละ 48)

สำหรับนักเดินทางที่เดินทางมาเป็นครั้งที่สอง เกิดจากความต้องการที่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 73) ซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่สูงมากกว่าแรงจูงใจอย่างอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ ความต้องการการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 49) ซึ่งเท่ากับความต้องการที่จะได้ผจญภัย (ร้อยละ 49) ความต้องการที่จะได้สัมผัสกับวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ และความต้องการที่จะได้ชมสถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี (ร้อยละ 46) อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจไม่ต่างจากผู้ที่เดินทางครั้งแรกมากนัก

ส่วนนักเดินทางที่เดินทางมาเป็นครั้งที่ 3 หรือมากกว่า มีแรงจูงใจที่ค่อนข้างจะแตกต่างไปจาก 2 กลุ่มแรก กล่าวคือ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65) มีแรงจูงใจที่ต้องการการพักผ่อน รองลงมาคือ ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ (ร้อยละ 59) และความต้องการที่จะได้ชมสถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี

สรุปได้ว่านักเดินทางที่เป็นรีพีทเตอร์มือเก่าเลือกมาประเทศไทยเพราะสามารถสนองตอบความต้องกที่จะพักผ่อนได้ดี นักเดินทางรีพีทเตอร์มือเก่ามีแนวโน้มที่จะสัมผัสกับวัฒนธรรมที่แปลกใหม่มากขึ้น ต้องการชมสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีมากขึ้น ในทางตรงข้ามมีความต้องการที่จะได้สัมผัสกับธรรมชาติน้อยลงกว่าพวกที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก และครั้งที่สอง แรงจูงใจที่จะมาเพื่อหาความสนุกสนานเช่น ดื่มกินเที่ยวลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับนักเดินทางหน้าใหม่ รายละเอียดสรุปอยู่ในตารางที่ 5-12

ตารางที่ 5-12 การเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวประเภทรีพีทเตอร์

แรงจูงใจในการเดินทางมาประเทศไทย	**เดินทางครั้งแรก (%)**	**เดินทางครั้งที่สอง (%)**	**เดินทางครั้งที่สามขึ้นไป (%)**	**รวม (%)**
ได้ผจญภัย	53.0	48.8	33.3	43.3
ซื้อของ	35.1	34.1	37.9	36.3
ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	54.5	48.8	65.4	58.8
หาความสนุกสนาน	11.9	19.5	9.8	11.9
สร้างสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น	38.8	34.1	31.4	34.8
ได้เพื่อนใหม่	22.4	34.1	21.6	23.5
เยี่ยมเยียนเพื่อน , ญาติ	11.2	9.8	25.5	17.7
สัมผัสธรรมชาติที่แปลกใหม่	55.2	73.2	48.4	54.3
สัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่	50.0	46.3	59.5	54.0
ใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนในท้องถิ่น	41.8	34.1	37.9	39.0
ชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์/โบราณคดี	47.8	46.3	52.3	49.7
เรียนรู้วัฒนธรรมไทย	36.6	31.7	30.1	32.9
เล่นกีฬา	4.5	7.3	1.3	3.4
จำนวน (คน)	**134**	**41**	**153**	**328**

<u>ตอนที่ 3</u> สิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัด

จากผลการสำรวจทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวมาเยือนในแต่ละจังหวัดเพราะสิ่งดึงดูดใจที่มีความแตกต่ากันอันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัด นักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดสุรินทร์เพราะจังหวัดสุรินทร์มีงานช้างซึ่งเป็นเทศกาลประจำปีที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและในช่วงที่ทำการเก็บข้อมูลเป็นช่วงที่จังหวัดสุรินทร์กำลังจัดงานช้าง ร้อยละ 87 ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ จึงให้เหตุผลว่ามาเยือนจังหวัดสุรินทร์เพราะวัฒนธรรมและประเพณีที่มีเอกลักษณ์ รองลงมา (ร้อยละ 41) ให้เหตุผลว่ามาเยือนจังหวัดสุรินทร์เพราะต้องการเห็นวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ร้อยละ 33 ให้เหตุผลว่าเพราะแหล่งโบราณคดี ซึ่งได้แก่ ปราสาทขอมต่าง ๆ ในจังหวัดสุรินทร์ นอกจากนั้นเป็นเหตุผลอื่น ๆ

สำหรับจังหวัดสระแก้วนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดใจที่มีความโดดเด่น เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกจึงมีอัตราส่วนที่ค่อนข้างกระจาย ที่ค่อนข้างจะเป็นกลุ่มก้อนก็คือ เหตุผลที่ว่าเป็นที่ที่มีค่าใช้จ่ายถูก (ร้อยละ 41) อาจจะเป็นเพราะจุดที่ทำการเก็บข้อมูลซึ่งเป็นแหล่งชุมนุมของนักท่องเที่ยวบริเวณด่านชายแดนไทย-กัมพูชาใกล้ ๆ กับตลาดโรงเกลือ ซึ่งเป็นแหล่งรวมสินค้าราคาถูก นักท่องเที่ยวจึงให้เหตุผลว่ามาเยือนเพราะค่าใช้จ่ายถูก รองลงมคือ เหตุผลในเรื่องของวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 32)

จังหวัดบุรีรัมย์ดึงดูดนักท่องเที่ยวเพราะเป็นที่ตั้งของแหล่งโบราณคดีที่มีชื่อเสียงคือ ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ ร้อยละ 63 ของนักท่องเที่ยวจึงให้เหตุผลที่มีน้ำหนักมากที่สุดที่จังหวัดนี้มีแหล่งโบราณคดี รองลงมาคือ เหตุผลที่ว่าบุรีรัมย์มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งอาจจะหมายความถึงที่ตั้งของแหล่งโบราณคดีด้วย รองลงมาคือ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 49)

กล่าวโดยสรุปก็คือ นักท่องเที่ยวมาเยือน 4 จังหวัดข้างต้น เพราะสิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นเป็นเหตุผลหลัก รองลงมาคือ แหล่งโบราณคดีที่แต่ละจังหวัดมี และวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัส นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้มาเยือนเพราะความมีชื่อเสียงในทางกลับกันนักท่องเที่ยวไม่คิดว่าจังหวัดทั้ง 4 นี้เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียง ตารางที่ 3.1 แสดงรายละเอียดทั้งหมด

ตารางที่ 5-13 แรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแต่ละจังหวัด

สิ่งดึงดูดใจ	สุรินทร์ (%)	สระแก้ว (%)	บุรีรัมย์ (%)	ศรีสะเกษ (%)	รวม (%)
แหล่งโบราณคดี	32.8	29.3	63.3	31.9	38.7
ความสวยงามของธรรมชาติ	16.0	27.3	30.4	38.3	25.6
วัฒนธรรม / ประเพณีที่มีเอกลักษณ์	87.4	24.2	30.4	53.2	51.5
เป็นแหล่งซื้อของ	12.6	7.1	8.9	17.0	10.8
วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	41.2	32.3	35.4	48.9	38.4
เป็นที่ที่มีค่าใช้จ่ายถูก	10.9	41.4	5.1	10.6	18.3
สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	21.0	25.3	43.0	29.8	28.5
ความมีชื่อเสียง	3.4	10.1	5.1	4.3	5.8
จำนวน (คน)	**119**	**99**	**79**	**47**	**344**

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยวก็ได้พบความสอดคล้องต้องกันในเรื่องของสิ่งดึงดูดใจในแต่ละจังหวัดที่มีต่อนักท่องเที่ยว เราได้พบว่า สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือนจังหวัดสุรินทร์คือ วัฒนธรรมและประเพณี ส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวทุกชาติไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา อังกฤษ โอเชียเนีย และยุโรปอื่น ๆ ต่างให้เหตุผลว่ามาเยือนจังหวัดสุรินทร์เพราะ วัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งได้แก่ งานช้างจังหวัดสุรินทร์ จึงน่าที่จะอนุรักษ์ และพัฒนาการจัดงานดังกล่าวให้คงอยู่และเป็นระบบระเบียบยิ่งขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ยังได้พบว่านักท่องเที่ยวแต่ละชาติยังให้ความสนใจในสิ่งอื่น ๆ ในจังหวัดสุรินทร์ นอกจากเรื่องของวัฒนธรรมและประเพณี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส ให้ความสนใจในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นในอันดับรองลงมา (ร้อยละ 93) เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ และนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียที่ให้ความสนใจในวิถีชีวิตของคนในจังหวัดสุรินทร์ รองลงมาจากวัฒนธรรมและประเพณี รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-14

สำหรับจังหวัดสระแก้ว ซึ่งไม่มีสิ่งดึงดูดใจใด ๆ ที่โดดเด่นเป็นพิเศษในสายตาของนักท่องเที่ยว ยกเว้นความเป็นจังหวัดที่มีค่าใช้จ่ายถูก ซึ่งนักท่องเที่ยวใน 4 ภูมิภาคมีความเห็นที่สอดคล้องต้องกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส อังกฤษ โอเชียเนีย และนักท่องเที่ยวจากยุโรปอื่น ๆ มีความเห็นเช่นนี้ ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่สนใจในแหล่งโบราณคดีของจังหวัดสระแก้ว สำหรับนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสนั้นชอบจังหวัดสระแก้ว เพราะค่าใช้จ่ายที่ถูกเท่า ๆ กับความสวยงามของธรรมชาติ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-15

ส่วนจังหวัดบุรีรัมย์นั้น นักท่องเที่ยวเกือบทุกชาติไปเยือนเพราะแหล่งโบราณคดี ซึ่งได้แก่ ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียที่ส่วนใหญ่สนใจจังหวัดบุรีรัมย์เพราะวัฒนธรรมและประเพณี และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งประเด็นหลังนี้นักท่องเที่ยวอาจหมายถึงแหล่งโบราณคดี รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-16

สำหรับจังหวัดศรีสะเกษ ดูเหมือนว่าจะไม่มีสิ่งดึงดูดใจที่โดดเด่นเป็นพิเศษในสายตาของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาที่สนใจในวิถีชีวิตของผู้คนพอ ๆ กับวัฒนธรรมและประเพณี นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย ส่วนใหญ่ก็มาเยือนศรีสะเกษเพราะวัฒนธรรมและประเพณี รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-17

ตารางที่ 5-14 สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดสุรินทร์	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	รวม (%)
แหล่งโบราณคดี	40.0	20.0	28.6	29.2	46.2	20.0	31.5
ความสวยงามของธรรมชาติ	4.0	40.0	14.3	4.2	30.8	40.0	17.6
วัฒนธรรม / ประเพณี	76.0	100.0	95.2	91.7	84.6	70.0	87.0
เป็นแหล่งซื้อของ	16.0	13.3	9.5	8.3	30.8	0.0	13.0
วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	16.0	93.3	19.0	50.0	46.2	40.0	40.7
ค่าใช้จ่ายถูก	8.0	20.0	4.8	0.0	30.8	0.0	9.3
สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	20.0	26.7	14.3	8.3	23.1	20.0	17.6
ความมีชื่อเสียง	0.0	6.7	9.5	4.2	0.0	0.0	3.7
จำนวน (คน)	**25**	**15**	**21**	**24**	**13**	**10**	**108**

ตารางที่ 5-15 สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดสระแก้ว จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดสระแก้ว	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	รวม (%)
แหล่งโบราณคดี	40.0	23.1	50.0	28.6	15.8	28.6	29.4
ความสวยงามของธรรมชาติ	46.7	46.2	40.0	19.0	5.3	28.6	28.2
วัฒนธรรม / ประเพณี	40.0	7.7	0.0	19.0	26.3	28.6	21.2
เป็นแหล่งซื้อของ	6.7	0.0	0.0	14.3	5.3	14.3	7.1
วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	26.7	15.4	30.0	19.0	26.3	42.9	24.7
ค่าใช้จ่ายถูก	33.3	46.2	0.0	71.4	47.4	57.1	45.9
สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	20.0	38.5	20.0	23.8	26.3	0.0	23.5
ความมีชื่อเสียง	0.0	7.7	20.0	0.0	5.3	0.0	4.7
จำนวน (คน)	**15**	**13**	**10**	**21**	**19**	**7**	**85**

ตารางที่ 5-16 สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดบุรีรัมย์	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	รวม (%)
แหล่งโบราณคดี	62.5	75.0	85.7	55.6	44.4	100.0	64.8
ความสวยงามของธรรมชาติ	18.8	33.3	42.9	22.2	55.6	0.0	28.2
วัฒนธรรม / ประเพณี	37.5	16.7	28.6	22.2	66.7	0.0	33.8
เป็นแหล่งซื้อของ	15.6	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	8.5
วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	28.1	41.7	42.9	33.3	11.1	50.0	31.0
ค่าใช้จ่ายถูก	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4
สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	28.1	50.0	57.1	44.4	66.7	0.0	40.8
ความมีชื่อเสียง	0.0	0.0	28.6	0.0	22.2	0.0	5.6
จำนวน (คน)	**32**	**12**	**7**	**9**	**9**	**2**	**71**

ตารางที่ 5-17 สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

สิ่งดึงดูดใจในจังหวัดศรีสะเกษ	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	รวม (%)
แหล่งโบราณคดี	16.7	33.3	33.3	0.0	25.0	50.0	26.3
ความสวยงามของธรรมชาติ	33.3	16.7	41.7	50.0	0.0	50.0	31.2
วัฒนธรรม / ประเพณี	33.3	33.3	58.3	50.0	100.0	100.0	52.6
เป็นแหล่งซื้อของ	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	21.1
วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	25.0	83.3	58.3	50.0	0.0	50.0	44.7
ค่าใช้จ่ายถูก	8.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	13.2
สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	33.3	16.7	50.0	0.0	0.0	0.0	28.9
ความมีชื่อเสียง	0.0	0.0	8.0	0.0	50.0	50.0	5.3
จำนวน (คน)	**12**	**6**	**12**	**4**	**2**	**2**	**38**

<u>ตอนที่ 4</u> การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน

เมื่อขอให้นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปเยือนประเทศเพื่อนบ้านอื่น ๆ ของไทย เช่น กัมพูชา พม่า ลาว มาเลเซีย และสิงคโปร์ จัดอันดับความน่าสนใจของประเทศทั้ง 6 รวมถึงประเทศไทย ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากทุกภูมิภาคจัดอันดับประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 1 นักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ ที่จัดอันดับให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่น่าสนใจเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นสัดส่วนดังต่อไปนี้ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส ร้อยละ 94 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ร้อยละ 87 นักท่องเที่ยวชาวโอเชียเนีย ร้อยละ 85 นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ร้อยละ 81 นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ร้อยละ 66 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ร้อยละ 64

สำหรับนักท่องเที่ยวที่จัดอันดับให้กัมพูชาเป็นประเทศที่น่าสนใจในอันดับที่ 1 มีเพียงนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ร้อยละ 60 เท่านั้น นักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ ที่จัดอันดับให้กัมพูชาน่าสนใจในอันดับหนึ่ง มีอัตราส่วนร้อยละที่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ทุกชาติ ในส่วนของประเทศเพื่อนบ้านของไทยอื่น ๆ เช่น พม่า ก็เช่นเดียวกัน มีเพียงนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเพียงร้อยละ 50 และชาวอังกฤษ ร้อยละ 7 ที่จัดอันดับว่าพม่าน่าสนใจในอันดับที่ 1 ในกรณีของประเทศสิงคโปร์ มีเพียงชาวอเมริกัน ร้อยละ 26 ชาวอังกฤษ ร้อยละ 30 และนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย ร้อยละ 21 จัดอันดับให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่น่าสนใจในอันดับที่ 1 รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-18 ถึง ตารางที่ 5-21

ตารางที่ 5-18 การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศไทยในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ

ประเทศไทยน่าสนใจในอันดับที่	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	อเมริกาและแคนาดา (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น (%)	เยอรมัน (%)
1	87.3	93.8	63.9	66.7	85.4	71.4	90.9	81.3
2	11.3	6.3	33.3	17.5	12.5	14.3	9.1	12.5
3	1.4	-	2.8	15.8	2.1	7.1	-	-
4	-	-	-	-	-	-	-	6.3
5	-	-	-	-	-	7.1	-	-
จำนวน (คน)	**71**	**32**	**36**	**57**	**48**	**14**	**11**	**16**

ตารางที่ 5-19 การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศกัมพูชาในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ

ประเทศกัมพูชา น่าสนใจในอันดับที่	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	อเมริกาและแคนาดา (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น (%)	เยอรมัน (%)
1	60.0	40.0	25.0	22.5	28.6	33.3	-	-
2	-	30.0	31.3	57.5	52.4	33.3	-	28.6
3	26.7	10.0	18.8	7.5	-	-	-	57.1
4	13.3	20.0	12.5	10.0	19.0	11.1	33.3	14.3
5	-	-	12.5	-	-	-	33.3	-
6	-	-	-	2.5	-	22.2	33.3	-
จำนวน (คน)	**15**	**10**	**16**	**40**	**21**	**9**	**3**	**7**

ตารางที่ 5-20 การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศพม่าในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ

ประเทศพม่า น่าสนใจในอันดับที่	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	อเมริกาและแคนาดา (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น (%)	เยอรมัน (%)
1	-	50.0	-	7.1	-	-	-	60.0
2	37.5	-	28.6	21.4	25.0	16.7	-	40.0
3	25.0	-	57.1	21.4	25.0	33.3	-	-
4	37.5	-	14.3	7.1	-	16.7	-	-
5	-	50.0	-	35.7	25.0	33.3	-	-
6	-	-	-	7.1	25.0	-	100.0	-
จำนวน (คน)	**8**	**2**	**7**	**14**	**4**	**6**	**2**	**5**

ตารางที่ 5-21 การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศสิงคโปร์ในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ

ประเทศสิงคโปร์ น่าสนใจในอันดับที่	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	อเมริกาและแคนาดา (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น (%)	เยอรมัน (%)
1	-	-	26.7	30.0	21.1	-	50.0	-
2	16.7	25.0	6.7	15.0	21.1	40.0	-	25.0
3	38.9	50.0	20.0	10.0	42.1	40.0	50.0	12.5
4	-	-	20.0	10.0	5.3	-	-	12.5
5	27.8	25.0	26.7	25.0	10.5	-	-	25.0
6	16.7	-	-	10.0	-	20.0	-	25.0
จำนวน (คน)	**18**	**4**	**15**	**20**	**19**	**5**	**2**	**8**

เมื่อที่จะเปรียบเทียบกับประเทศกัมพูชา ซึ่งมีนครวัดเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญว่านักท่องเที่ยวที่เคยไปเยือนนครวัดมาแล้วกับผู้ที่ยังไม่เคยไปจะมีการจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศไทยแตกต่างกันหรือไม่ พบว่าอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่จัดอันดับความน่าสนใจของประเทศไทยให้อยู่ในอันดับที่ 1 มีต่ำกว่าในกลุ่มที่กำลังจะไป และในกลุ่มที่ยังไม่มีแผนการที่จะไป แสดงให้เห็นว่าในกลุ่มผู้ที่เคยไปเยือนนครวัดมาแล้ว ได้เห็นความยิ่งใหญ่ของนครวัด จึงให้ความสำคัญแก่ประเทศกัมพูชามากขึ้น ทำให้ผู้ที่จัดอันดับประเทศไทยว่ามีความน่าสนใจในอันดับหนึ่งมีเพียงร้อยละ 64 แต่กลุ่มที่ยังไม่มีแผนการที่จะไปมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่จัดอันดับความน่าสนใจของประเทศไทยให้อยู่ในอันดับหนึ่งมีสูงถึงเกือบร้อยละ 90 รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-22 ผลของการที่ได้ไปเห็นนครวัดมาแล้วทำให้มีนักท่องเที่ยวร้อยละ 34 จัดอันดับประเทศกัมพูชาว่ามีความน่าสนใจอยู่ในอันดับที่หนึ่ง เปรียบเทียบกับผู้ที่ยังไม่มีแผนการที่จะไปนครวัดไม่มีใครที่จัดอันดับความน่าสนใจของกัมพูชาให้อยู่ในอันดับที่หนึ่งเลย รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-23

ตารางที่ 5-22 การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศไทยในทัศนะของผู้ที่เคยและไม่เคยไปเยือนนครวัด

ประเทศไทย น่าสนใจในอันดับที่	**ประสบการณ์การไปเยือนนครวัด**			**รวม (%)**
	ได้ไปมาแล้ว (%)	**กำลังจะไป (%)**	**ยังไม่มีแผนการที่จะไป (%)**	
1	64.6	86.9	89.8	78.9
2	27.4	8.3	8.0	15.8
3	7.1	3.6	2.3	4.6
4	0.9	-	-	0.4
5	-	1.2	-	0.4
จำนวน (คน)	**113**	**84**	**88**	**285**

ตารางที่ 5-23 การจัดอันดับความน่าสนใจของประเทศกัมพูชาในทัศนะของผู้ที่เคยและไม่เคยไปเยือนนครวัด

ประเทศกัมพูชา น่าสนใจในอันดับที่	ประสบการณ์การไปเยือนนครวัด			รวม (%)
	ได้ไปมาแล้ว (%)	กำลังจะไป (%)	ยังไม่มีแผนการที่จะไป (%)	
1	34.0	-	-	29.2
2	37.9	77.8	-	38.3
3	13.6	11.1	-	12.5
4	11.7	11.1	50.0	14.2
5	1.9	-	12.5	2.5
6	1.0	-	37.5	3.3
จำนวน (คน)	**103**	**9**	**8**	**120**

เมื่อถามถึงเหตุผลของการจัดอันดับประเทศไทยว่าเป็นประเทศที่น่าสนใจมากที่สุด นักท่องเที่ยวได้ให้เหตุผลที่มีความหลากหลายแต่จากการวิเคราะห์คำตอบต่อคำถามที่เป็นแบบปลายเปิดสามารถสรุปเหตุผลเป็นกลุ่มใหญ่ 4 กลุ่มคือ อุปนิสัยของคนไทย ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการดำรงชีพ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และความเป็นประเทศเก่าแก่และมีประวัติศาสตร์ยาวนาน ในบรรดาเหตุผลทั้ง 4 เหตุผลที่ถูกยกมาอ้างมากที่สุดที่นักท่องเที่ยวจัดอันดับในประเทศไทยเป็นประเทศที่น่าสนใจเป็นอันดับหนึ่งคือ อุปนิสัยของคนไทย กว่าครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวเห็นว่าประเทศไทยน่าสนใจเพราะคนไทยใจดี มีความเป็นมิตร และน่ารัก เมื่อวิเคราะห์จำแนกตามความเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกหรือรีพีทเตอร์ คำตอบออกมาในทำนองเดียวกันดังรายละเอียดในตารางที่ 5-24

ตารางที่ 5-24 เหตุผลที่จัดอันดับประเทศไทยว่าน่าสนใจเป็นอันดับหนึ่ง จำแนกตามจำนวนครั้งที่มา

เหตุผล	จำนวนครั้งที่มาเยือน			รวม (%)
	1 (%)	2 (%)	3 ขึ้นไป (%)	
อุปนิสัยของคนไทย	50.0	40.0	55.6	52.4
ความสวยงามของภูมิประเทศ	40.0	20.0	29.6	31.0
ความสะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวก	-	20.0	3.7	4.8
ความเก่าแก่ของประเทศ ประวัติศาสตร์	10.0	20.0	7.4	9.5
อื่น ๆ	-	-	3.7	2.4
จำนวน (คน)	**10**	**5**	**27**	**42**

<u>ตอนที่ 5</u> รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเกือบทุกชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน 4 จังหวัดที่ทำการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพังเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งกว่าร้อยละ 40 นิยมเดินทางในรูปของแพคเกจทัวร์หรือทัวร์เหมา นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย ร้อยละ 21 จากอังกฤษ ร้อยละ 11 จากสหรัฐ-อเมริกา ร้อยละ 10 และจากฝรั่งเศส ร้อยละ 2 เดินทางในรูปของแพคเกจทัวร์ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5.25

ตารางที่ 5-25 ลักษณะการเดินทางจำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		จำนวน (คน)
	แพคเกจทัวร์	เดินทางตามลำพัง	
	%	%	
ญี่ปุ่น	43.4	56.6	83
ฝรั่งเศส	2.1	97.9	48
อเมริกาเหนือ	10.0	90.0	60
อังกฤษ	11.3	88.7	71
โอเชียเนีย	21.0	79.0	62
ยุโรปชาติอื่น ๆ	-	100.0	23
เอเซียอื่น ๆ	-	100.0	14
เยอรมัน	14.3	85.7	21

อาจกล่าวได้ว่าผู้ที่เดินทางมาเยือนจังหวัดทั้งสี่เป็นผู้ที่มีความสนใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่หรือศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดเหล่านี้เป็นพิเศษ ส่วนใหญ่จึงเดินทางตามลำพัง ถึงแม้ว่าจะเป็นการเดินทางครั้งแรกก็ตาม ตารางที่ 5-26 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่านักเดินทางจะเป็นผู้ที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยครั้งแรกหรือเป็นผู้ที่เดินทางมาเยือนซ้ำที่เรียกว่ารีพีทเตอร์ กว่าร้อยละ 80 นิยมที่จะเดินทางตามลำพัง

ตารางที่ 5-26 ลักษณะการเดินทางจำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย

ลักษณะการเดินทาง	จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย		
	ครั้งแรก %	ครั้งที่ 2 %	มากกว่า 2 ครั้ง %
แพคเกจทัวร์	19.3	5.5	17.5
เดินทางตามลำพัง	80.7	94.5	82.5
จำนวน (คน)	**145**	**55**	**177**

การเดินทางตามลำพังหรือการเดินทางในรูปของแพคเกจทัวร์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับอายุของนักเดินทาง การเดินทางแบบแพคเกจทัวร์ไม่ใช่รูปแบบการเดินทางสำหรับผู้สูงอายุเท่านั้น ทัวร์อยู่ในกลุ่มอายุ 25 – 34 ปี นักเดินทางชาวอเมริกัน ทั้งหมดที่เดินทางแบบแพคเกจทัวร์มีอายุไม่เกิน 44 ปี เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางแบบแพคเกจทัวร์ ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 44 ปี มีเพียงร้อยละ 25 ที่มีอายุระหว่าง 55 – 64 ปี ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย เท่านั้นที่ได้พบว่า ในกลุ่มที่เดินทางแบบแพคเกจทัวร์จะมีนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุโดยเฉพาะกลุ่มอายุ 25 – 34 ปี มีอัตราส่วนร้อยละเท่ากับกลุ่มอายุ 55 – 64 ปี คือ ร้อยละ 31 สำหรับการเดินทางตามลำพังนั้น จะพบนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่สูงที่สุด รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-27

ตารางที่ 5-27 ลักษณะการเดินทางจำแนกตามกลุ่มอายุและตามสัญชาติ

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	เดินทางกับคณะทัวร์ %	เดินทางตามลำพัง %	
ญี่ปุ่น			
18 – 24 ปี	13.9	10.6	10 12.0%
25 – 34 ปี	63.9	46.8	45 54.2%
35 – 44 ปี	2.8	10.6	6 7.2%
45 – 54 ปี	2.8	19.1	10 12.0%
55 – 64 ปี	16.7	12.8	12 14.5%
รวม	**100.0**	**100.0**	**83** **100.0%**

ตารางที่ 5-27 (ต่อ)

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	เดินทางกับคณะทัวร์ %	เดินทางตามลำพัง %	
ฝรั่งเศส			
18 – 24 ปี	100.0	10.6	6 12.5%
25 – 34 ปี	-	57.4	27 56.3%
35 – 44 ปี	-	12.8	6 12.5%
45 – 54 ปี	-	6.4	3 6.3%
55 – 64 ปี	-	6.4	3 6.3%
65 ปีขึ้นไป	-	6.4	48 100.0%
รวม	100.0	100.0	48 100.0%
อเมริกา และ แคนาดา			
18 – 24 ปี	16.7	11.1	7 11.7%
25 – 34 ปี	33.3	33.3	20 33.3%
35 – 44 ปี	50.0	13.0	10 16.7%
45 – 54 ปี	-	20.4	11 18.3%
55 – 64 ปี	-	11.1	6 10.0%
65 ปีขึ้นไป	-	11.1	6 10.0%
รวม	100.0	100.0	60 100.0%

ตารางที่ 5-27 (ต่อ)

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	เดินทางกับคณะทัวร์	เดินทางตามลำพัง	
	%	%	
อังกฤษ			
18 – 24 ปี	12.5	6.3	5
			7.0%
25 – 34 ปี	37.5	65.1	44
			62.0%
35 – 44 ปี	25.0	14.3	11
			15.5%
45 – 54 ปี	-	9.5	6
			8.5%
55 – 64 ปี	25.0	3.2	4
			5.6%
65 ปีขึ้นไป	-	1.6	1
			1.4%
รวม	100.0	100.0	71
			100.0%
โอเชียเนีย (ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์)			
18 – 24 ปี	15.4	24.5	14
			22.6%
25 – 34 ปี	30.8	42.9	25
			40.3%
35 – 44 ปี	15.4	14.3	9
			14.5%
45 – 54 ปี	7.7	16.3	9
			14.5%
55 – 64 ปี	30.8	-	4
			6.5%
65 ปีขึ้นไป	-	2.0	1
			1.6%
รวม	100.0	100.0	62
			100.0%

ตารางที่ 5-27 (ต่อ)

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	เดินทางกับคณะทัวร์	เดินทางตามลำพัง	
	%	%	
ยุโรปชาติอื่น ๆ			
18 – 24 ปี	-	4.3	1
			4.3%
25 – 34 ปี	-	34.8	8
			34.8%
35 – 44 ปี	-	21.7	5
			21.7%
45 – 54 ปี	-	13.0	3
			13.0%
55 – 64 ปี	-	26.1	6
			26.1%
65 ปีขึ้นไป	-	-	-
รวม	-	100.0	23
			100.0%
เอเชียชาติอื่น ๆ			
18 – 24 ปี	-	23.1	3
			23.1%
25 – 34 ปี	-	38.5	5
			38.5%
35 – 44 ปี	-	15.4	2
			15.4%
45 – 54 ปี	-	15.4	2
			15.4%
55 – 64 ปี	-	7.7	1
			7.7%
65 ปีขึ้นไป	-	-	-
รวม	-	100.0	13
			100.0%

ตารางที่ 5-27 (ต่อ)

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	เดินทางกับคณะทัวร์	เดินทางตามลำพัง	
	%	%	
เยอรมันนี			
18 – 24 ปี	100.0	16.7	5
			25.0%
25 – 34 ปี	-	16.7	3
			15.0%
35 – 44 ปี	-	44.4	8
			40.0%
45 – 54 ปี	-	5.6	1
			5.0%
55 – 64 ปี	-	5.6	1
			5.0%
65 ปีขึ้นไป	-	-	-
รวม	100.0	100.0	20
			100.0%
อัฟริกาใต้			
18 – 24 ปี	-	66.7	2
			66.7%
25 – 34 ปี	-	33.3	1
			33.3%
35 – 44 ปี	-	-	-
45 – 54 ปี	-	-	-
55 – 64 ปี	-	-	-
65 ปีขึ้นไป	-	-	-
รวม	-	100.0	3
			100.0%

นอกจากอายุจะไม่ได้เป็นตัวกำหนดรูปแบบของการเดินทางแล้ว จากการวิจัยยังพบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวก็ยังไม่เป็นตัวกำหนดรูปแบบการเดินทางด้วยว่าจะทำให้นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางกับแพคเกจทัวร์หรือจะเลือกเดินทางตามลำพัง ยกเว้นในนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มที่แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เดินทางกับคณะทัวร์หรือแพคเกจทัวร์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62) เป็นผู้ที่จัดว่าอยู่ในกลุ่มรายได้ค่อนข้างต่ำ คือ ไม่เกิน 975 เหรียญสหรัฐ ต่อเดือน หรือไม่เกิน 39,000 บาท สำหรับชาวญี่ปุ่นที่เดินทางตามลำพังมีทุกกลุ่มรายได้ จึงอาจสรุปได้ว่ารายได้ไม่ได้เป็นตัวกำหนดรูปแบบของการเดินทาง นอกจากนั้นในนักท่องเที่ยวกลุ่มเชื่อชาติก็ยังแสดงให้เห็นข้อเท็จจริงเช่นเดียวกันคือ การเดินทางตามลำพังสามารถกระทำได้ในทุกกลุ่มรายได้ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา อังกฤษ โอเชียเนีย เอเชีย และยุโรปอื่น ๆ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5.28

ตารางที่ 5-28 การกระจายของกลุ่มรายได้ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการเดินทางและสัญชาติของนักท่องเที่ยว

สัญชาติ	**ลักษณะการเดินทาง**		**รวม**
	เดินทางกับคณะทัวร์	**เดินทางตามลำพัง**	
	%	**%**	
เอเชียชาติอื่น ๆ			
ไม่เกิน $975.00	-	20.0	2
			20.0%
$976 – 1,000	-	30.0	3
			30.0%
$1,001 – 1,500	-	20.0	2
			20.0%
$1,501 – 2,000	-	20.0	2
			20.0%
$2,001 – 2,500	-	-	-
$2,501 ขึ้นไป	-	10.0	1
			10.0%
รวม	**-**	**100.0**	**10**
			100.0%

ตารางที่ 5-28 (ต่อ)

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	เดินทางกับคณะทัวร์ %	เดินทางตามลำพัง %	
เยอรมันนี			
ไม่เกิน $975.00	100.0	29.4	7
			36.8%
$976 – 1,000	-	5.9	1
			5.3%
$1,001 – 1,500	-	11.8	2
			10.5%
$1,501 – 2,000	-	17.6	3
			15.8%
$2,001 – 2,500		5.9	1
			5.3%
$2,501 ขึ้นไป	-	29.4	5
			26.3%
รวม	100.0	100.0	19
			100.0%
ญี่ปุ่น			
ไม่เกิน $975.00	61.8	10.6	26
			32.1%
$976 – 1,000	2.9	19.1	10
			12.3%
$1,001 – 1,500	11.8	21.3	14
			17.3%
$1,501 – 2,000	8.8	8.5	7
			8.6%
$2,001 – 2,500	2.9	12.8	7
			8.6%
$2,501 ขึ้นไป	11.8	27.7	17
			21.0%
รวม	100.0	100.0	81
			100.0%

ตารางที่ 5-28 (ต่อ)

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	เดินทางกับคณะทัวร์ %	เดินทางตามลำพัง %	
ฝรั่งเศส			
ไม่เกิน $975.00	100.0	17.8	9 19.6%
$976 – 1,000	-	2.2	1 2.2%
$1,001 – 1,500	-	13.3	6 13.0%
$1,501 – 2,000	-	26.7	12 26.1%
$2,001 – 2,500		26.7	12 26.1%
$2,501 ขึ้นไป	-	13.3	6 13.0%
รวม	100.0	100.0	46 100.0%
อเมริกา และ แคนาดา			
ไม่เกิน $975.00	16.7	14.6	8 14.8%
$976 – 1,000	-	2.1	1 1.9%
$1,001 – 1,500	-	2.1	1 1.9%
$1,501 – 2,000	-	10.4	5 9.3%
$2,001 – 2,500	16.7	20.8	11 20.4%
$2,501 ขึ้นไป	66.7	50.0	28 51.9%
รวม	100.0	100.0	54 100.0%

ตารางที่ 5-28 (ต่อ)

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	เดินทางกับคณะทัวร์	เดินทางตามลำพัง	
	%	%	
อังกฤษ			
ไม่เกิน $975.00	33.3	11.7	9
			13.6%
$976 – 1,000	16.7	5.0	4
			6.1%
$1,001 – 1,500	-	8.3	5
			7.6%
$1,501 – 2,000	-	26.7	16
			24.2%
$2,001 – 2,500	16.7	15.0	10
			15.2%
$2,501 ขึ้นไป	33.3	33.3	22
			33.3%
รวม	100.0	100.0	66
			100.0%
โอเชียเนีย (ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์)			
ไม่เกิน $975.00	15.4	33.3	17
			29.3%
$976 – 1,000	7.7	13.3	7
			12.1%
$1,001 – 1,500	-	17.8	8
			13.8%
$1,501 – 2,000	-	6.7	3
			5.2%
$2,001 – 2,500	46.2	15.6	13
			22.4%
$2,501 ขึ้นไป	30.8	13.3	10
			17.2%
รวม	**100.0**	**100.0**	**58**
			100.0%

ตารางที่ 5-28 (ต่อ)

สัญชาติ	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	เดินทางกับคณะทัวร์	เดินทางตามลำพัง	
	%	%	
ยุโรปชาติอื่น ๆ			
ไม่เกิน $975.00	-	15.0	3
			15.0%
$976 – 1,000	-	5.0	1
			5.0%
$1,001 – 1,500	-	10.0	2
			10.0%
$1,501 – 2,000	-	20.0	4
			20.0%
$2,001 – 2,500	-	25.0	5
			25.0%
$2,501 ขึ้นไป	-	25.0	5
			25.0%
รวม	**-**	**100.0**	**20**
			100.0%

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่ทำการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ หรือ ประมาณร้อยละ 63 จะใช้เวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นเวลามากกว่า 15 วันขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศเยอรมันมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่จะท่องเที่ยวไทยเกิน 15 วัน สูงที่สุดคือ ร้อยละ 77 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส (ร้อยละ 71) นักท่องเที่ยวจากเอเชีย (ร้อยละ 66) นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 63) และนักท่องเที่ยวจากอังกฤษ (ร้อยละ 60)

ตารางที่ 5-29 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ระยะเวลา	สัญชาติ									รวม (%)
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	อเมริกาและแคนาดา (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่นๆ (%)	เยอรมันนี (%)	อัฟริกาใต้ (%)	
น้อยกว่า 5 วัน	13.3	10.2	15.0	9.9	18.0	20.8	20.0	9.1	-	13.7
5 – 9 วัน	21.7	6.1	6.7	14.1	13.1	8.3	-	9.1	-	12.1
10 – 14 วัน	6.0	12.2	15.0	15.5	9.8	12.5	13.3	4.5	-	11.1
15 วันขึ้นไป	59.0	71.4	63.3	60.6	59.0	58.3	66.7	77.3	100.0	63.1
จำนวน (คน)	**83**	**49**	**60**	**71**	**61**	**24**	**15**	**22**	**3**	**388**

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวไปเยือนมาก่อน

ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะมาเยือนจังหวัดทั้ง 4 ซึ่งเป็นจุดที่ทำการรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวได้ไปเยือนจังหวัดอื่นมาก่อนแล้ว ดังนั้น จังหวัดสุรินทร์ สระแก้ว บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ จึงไม่ใช่จุดหมายแรกของการเดินทาง จังหวัดแรกที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไปเยือนคือ กรุงเทพมหานคร รองลงมาคือ จังหวัดใหญ่ ๆ ที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว ต่อไปนี้จะพิจารณาแยกทีละจังหวัด

ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะมาเยือนจังหวัดสุรินทร์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไปเยือนกรุงเทพมหานครมาก่อน (ร้อยละ 71) รองลงมาคือ จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 27.6) จังหวัดชลบุรี (ร้อยละ 16) จังหวัดสุราษฎร์ธานี (ร้อยละ 15) จังหวัดอุบลราชธานี (ร้อยละ 13) จังหวัดนครราชสีมา (ร้อยละ 12) และจังหวัดตราด (ร้อยละ 11) นอกนั้นเป็นจังหวัดอื่น ๆ และเมื่อพิจารณากลุ่มจังหวัดอื่น ๆ ที่อยู่ในขอบเขตของการวิจัย ปรากฏว่ามีการไปเยือนนน้อยมากเช่นมีผู้ที่ไปเยือนจังหวัดบุรีรัมย์มาก่อนที่จะมาสุรินทร์เพียงร้อยละ 4 และจังหวัดศรีสะเกษเพียงร้อยละ 0.8 เท่านั้น และไม่มีผู้ที่ไปเยือนจังหวัดสระแก้วมาก่อนเลย

ในจังหวัดสระแก้ว ก่อนการเดินทางมาจังหวัดนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ หรือ ร้อยละ 82 แวะกรุงเทพมหานครมาก่อน รองลงมาได้ไปเชียงใหม่ก่อน (ร้อยละ 29) รองจากเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวไปเยือนจังหวัดสุราษฎร์ธานี (ร้อยละ 19) จังหวัดกระบี่เท่ากับจังหวัดอยุธยา (ร้อยละ 11) สุโขทัยและนครราชสีมามีผู้ไปเยือนในอัตราส่วนร้อยละเท่ากันคือ ร้อยละ 9.7 จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดตราดในอัตราส่วนร้อยละเท่า ๆ กัน คือ ร้อยละ 8.3 นอกจากนั้นเป็นจังหวัดอื่น ๆ เช่น จังหวัดสุรินทร์ (ร้อยละ 4.2) ไม่ปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวไปเยือนจังหวัดบุรีรัมย์และศรีสะเกษ ก่อนมาจังหวัดสระแก้วเลย

ในจังหวัดบุรีรัมย์ ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะมาเยือนจังหวัดนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หรือร้อยละ 64 ไปเยือนกรุงเทพมหานครมาก่อน รองลงมาคือ ร้อยละ 28 ไปเยือนเชียงใหม่ ก่อนที่จะมาบุรีรัมย์ รองจาก

เชียงใหม่ร้อยละ 25 ไปเยือนจังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 13 ไปจังหวัดอยุธยา ร้อยละ 12 ไปเยือนจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดภูเก็ตในอัตราส่วนร้อยละที่เท่ากัน ก่อนจะมาจังหวัดบุรีรัมย์นักท่องเที่ยวร้อยละ 6.7 ได้ไปเยือนจังหวัดสุรินทร์มาก่อน และร้อยละ 1.3 ได้ไปเยือนจังหวัดศรีสะเกษมาก่อน

ในจังหวัดศรีสะเกษ ร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวไปเยือนกรุงเทพมหานครมาก่อน รองลงมาคือ ร้อยละ 38 ไปเยือนจังหวัดอุบลราชธานีมาก่อน รองจากอุบลราชธานีคือ จังหวัดเชียงใหม่ (ร้อยละ 36) จังหวัดสุรินทร์ (ร้อยละ 18) และจังหวัดชลบุรี (ร้อยละ 16) รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5-30 จังหวัดสำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยือนก่อนมายังจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์

จังหวัดที่ไปเยือนมาก่อน	**จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์**			
	สุรินทร์ %	**สระแก้ว %**	**บุรีรัมย์ %**	**ศรีสะเกษ %**
กรุงเทพฯ	71.0	82.0	64.0	70.0
เชียงใหม่	27.6	29.0	28.0	36.0
ชลบุรี	16.0	6.9	6.7	16.0
สุราษฎร์ธานี	15.0	19.0	6.7	12.0
อุบลราชธานี	13.0	1.4	12.0	38.0
นครราชสีมา	12.0	9.7	25.0	8.0
ตราด	11.0	8.3	-	2.0
บุรีรัมย์	4.0	-	-	-
ศรีสะเกษ	0.8	-	1.3	-
อยุธยา	3.3	11.0	13.0	-
สุโขทัย	5.7	9.7	9.3	4.0
ภูเก็ต	8.9	8.3	12.0	12.0
สุรินทร์	-	4.2	6.7	18.0
จำนวน (คน)	**123**	**72**	**75**	**50**

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวจะไปเยือนต่อไป

ต่อจากจังหวัดสุรินทร์จังหวัดที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะต้องไปก็คือ กรุงเทพฯ ซึ่งมีผู้ระบุว่าจะต้องไปคิดเป็นร้อยละ 60 รองจากกรุงเทพฯ คือ เชียงใหม่ ภูเก็ต เชียงราย ตราด ชลบุรี อุบลราชธานี กระบี่ นครราชสีมา บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ ตามลำดับ

ต่อจากจังหวัดสระแก้ว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางต่อไปยังกรุงเทพฯ (ร้อยละ 73) รองลงมาคือ เชียงใหม่ ประเทศกัมพูชา กระบี่ ชลบุรี นครราชสีมา ภูเก็ต ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ ตามลำดับ

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางต่อจากบุรีรัมย์ส่วนใหญ่ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวใน 2 จังหวัดข้างต้นจะเดินทางต่อไปยังกรุงเทพฯ (ร้อยละ 57) รองลงมาคือ เชียงใหม่ อุบลราชธานี ชลบุรี นครราชสีมา ภูเก็ต กระบี่ และสุรินทร์

ส่วนนักท่องเที่ยวที่จะออกเดินทางจากจังหวัดศรีสะเกษส่วนใหญ่จะเดินทางต่อไปยังกรุงเทพฯ (ร้อยละ 41) นครราชสีมา เชียงใหม่ เชียงราย ตราด บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-31

ตารางที่ 5-31 จังหวัดสำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยือนภายหลังจากจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์

จังหวัดที่ไปเยือนต่อไป	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์			
	สุรินทร์ %	**สระแก้ว %**	**บุรีรัมย์ %**	**ศรีสะเกษ %**
กรุงเทพฯ	60.3	73.3	57	40.7
เชียงใหม่	24.4	17.4	25	18.5
ภูเก็ต	12.8	2.3	3.6	-
เชียงราย	11.5	2.3	8.9	14.8
ตราด	11.5	-	-	14.8
ชลบุรี	10.5	5.8	8.9	7.4
อุบลราชธานี	5.1	2.3	10.7	11.1
กระบี่	3.8	8.1	3.6	3.7
นครราชสีมา	2.6	4.7	3.6	18.5
กัมพูชา	2.6	14.0	-	-
บุรีรีรัมย์	1.3	1.2	-	14.8
ศรีสะเกษ	1.3	2.3	-	-
จำนวน (คน)	**78**	**86**	**56**	**27**

เมื่อพิจารณาถึงจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวได้ไปเยือนมาแล้ว และจังหวัดที่จะไปเยือนต่อไปตามลักษณะการเดินทาง จะพบว่า มีความแตกต่างกันในการเลือกจุดหมายปลายทาง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางกับกลุ่มทัวร์ จังหวัดที่ไปมาแล้ว และจะไปเยือนต่อไปจะเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว เป็นเมืองใหญ่ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และเมืองที่เป็นสถานที่ตากอากาศชายทะเลที่ยังคงมีความบริสุทธิ์อยู่ จะเป็นที่นิยมจัดอยู่ในโปรแกรมทัวร์มากกว่า จากตารางที่ 5-32 จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางกับกลุ่มทัวร์จังหวัดที่ไปเยือนมาแล้วจะเป็นกรุงเทพฯ เชียงใหม่ อุบลราชธานี ซึ่งมีผู้ตอบคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่สูงกว่าร้อยละ 30 รองลงมาคือ กระบี่ สุราษฎร์ธานี และชลบุรี ซึ่งมีผู้ตอบร้อยละ 13.8 เท่ากัน ซึ่งเมืองทั้ง 3 เป็นเมืองตากอากาศชายทะเลที่ยังมีธรรมชาติที่บริสุทธิ์อยู่ ยกเว้นชลบุรีมีเมืองพัทยาเป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียง นอกจากนั้นเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเฉพาะด้าน เช่น อยุธยา สุโขทัย เป็นเมืองหลวงเก่า และเมืองมรดกโลก สุรินทร์ มีงานช้าง เชียงราย ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต นครราชสีมา และตราด

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดนทางตามลำพัง นอกจากจะนิยมเดินทางไปยังจัวหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักกันดี และหลากหลายแล้ว นักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพังยังไปยังจังหวัดอื่น ๆ ที่มีขนาดเล็กกว่า แต่มีชื่อเสียงเฉพาะด้าน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวอาจจะสนใจที่จะเห็นวิถีชีวิตของคนในเมืองที่ไม่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นก็ได้ อาทิเช่น กาญจนบุรี ระยอง สงขลา พังงา ร้อยเอ็ด พิษณุโลก เป็นต้น ซึ่งจังหวัดเหล่านี้มักไม่อยู่ในรายการของบริษัททัวร์ ข้อมูลในตารางที่ 5-32 ถึงแสดงแนวโน้มเช่นเดียวกับตารางที่ 5-31 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพังจะเดินทางซอกแซกไปตามจังหวัดต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางกับแพคเกจทัวร์

ตารางที่ 5-32 จังหวัดที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยือนมาแล้ว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

จังหวัดที่ไปเยือนมาแล้ว	ลักษณะการเดินทาง		
	แพคเกจทัวร์ (%)	ตามลำพัง (%)	รวม (%)
กระบี่	13.8	7.5	27 8.6%
กรุงเทพฯ	48.3	77.3	225 71.9%
กัมพูชา	0.0	1.6	4 1.3%

ตารางที่ 5-32 (ต่อ)

จังหวัดที่ไปเยือนมาแล้ว	ลักษณะการเดินทาง		
	แพคเกจทัวร์ (%)	ตามลำพัง (%)	รวม (%)
กาญจนบุรี	0.0	2.4	6 1.9%
ขอนแก่น	0.0	3.5	9 2.9%
ชลบุรี	13.8	11.4	37 11.8%
ชุมพร	0.0	0.4	1 0.3%
ตราด	3.4	7.1	20 6.4%
นครพนม	0.0	1.6	4 1.3%
นครราชสีมา	3.4	16.5	44 14.1%
ประจวบคีรีขันธ์	3.4	1.2	5 1.6%
ภูเก็ต	3.4	10.6	29 9.3%
มุกดาหาร	0.0	0.4	1 0.3%
ระยอง	0.0	4.7	12 3.8%
ศรีสะเกษ	0.0	1.6	4 1.3%
สงขลา	0.0	4.7	12 3.8%

ตารางที่ 5-32 (ต่อ)

จังหวัดที่ไปเยือนมาแล้ว	ลักษณะการเดินทาง		
	แพคเกจทัวร์ (%)	ตามลำพัง (%)	รวม (%)
สุราษฎร์ธานี	13.8	14.1	44 14.1%
สุรินทร์	5.2	5.9	18 5.8%
สุโขทัย	5.2	7.5	22 7.0%
อยุธยา	6.9	7.1	22 7.0%
อุบลราชธานี	36.2	9.0	44 14.1%
เชียงราย	5.2	4.3	14 4.5%
เชียงใหม่	41.4	25.9	90 28.8%
บุรีรัมย์	0.0	1.6	4 1.3%
ปราจีนบุรี	0.0	0.4	1 0.3%
พังงา	0.0	2.4	6 1.9%
หนองคาย	0.0	0.4	1 0.3%
อุดรธานี	0.0	1.2	3 1.0%
เพชรบูรณ์	0.0	0.8	2 0.6%

ตารางที่ 5-32 (ต่อ)

จังหวัดที่ไปเยือนมาแล้ว	ลักษณะการเดินทาง		
	แพคเกจทัวร์ (%)	ตามลำพัง (%)	รวม (%)
นราธิวาส	0.0	1.2	3 1.0%
พิษณุโลก	0.0	1.6	4 1.3%
ร้อยเอ็ด	0.0	2.0	5 1.6%

ตารางที่ 5-33 จังหวัดที่นักท่องเที่ยวจะไปเยือนต่อไป จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

จังหวัดที่ไปเยือนมาแล้ว	ลักษณะการเดินทาง		
	แพคเกจทัวร์ (%)	ตามลำพัง (%)	รวม (%)
กระบี่	3.8	5.3	12 5.0%
กรุงเทพฯ	69.2	59.8	149 61.8%
กัมพูชา	1.9	6.9	14 5.8%
กาญจนบุรี	0.0	2.1	4 1.7%
ขอนแก่น	0.0	1.6	3 1.2%
ชลบุรี	0.0	10.6	20 8.3%
ตราด	3.8	5.8	13 5.4%

ตารางที่ 5-33 (ต่อ)

จังหวัดที่ไปเยือนมาแล้ว	ลักษณะการเดินทาง		
	แพคเกจทัวร์ (%)	ตามลำพัง (%)	รวม (%)
นครราชสีมา	1.9	6.3	13 5.4%
บุรีรัมย์	0.0	3.7	7 2.9%
ประจวบคีรีขันธ์	0.0	3.2	6 2.5%
ภูเก็ต	5.8	5.3	13 5.4%
ศรีสะเกษ	0.0	1.6	3 1.2%
สุโขทัย	0.0	2.6	5 2.1%
อุดรธานี	0.0	2.6	5 2.1%
อุบลราชธานี	1.9	7.4	15 6.2%
เชียงราย	7.7	7.4	18 7.5%
เชียงใหม่	28.8	20.1	53 22.0%
นครพนม	0.0	2.1	4 1.7%
หนองคาย	0.0	2.1	4 1.7%
สุรินทร์	0.0	1.6	3 1.2%

การวางแผนการเดินทาง

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ทำการศึกษาประมาณครึ่งหนึ่งไม่ได้มีการวางแผนการท่องเที่ยวเอาไว้ว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใดบ้าง มีเพียงร้อยละ 10 หรือ 1 ใน 10 เท่านั้นที่มีการวางแผนการท่องเที่ยวเอาไว้อย่างแน่นอน นอกจากนั้นมีการวางแผนเอาไว้อย่างคร่าว ๆ และเมื่อพิจารณาจำแนกตามลักษณะการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่เดินทางกับคณะทัวร์ หรือเดินทางในรูปแพคเกจทัวร์ ส่วนใหญ่ หรือ ร้อยละ 62 จะไม่ได้วางแผนการเดินทางว่าจะไปเที่ยวที่ใดบ้าง ทั้งนี้ก็เป็นเพราะแผนการท่องเที่ยวถูกจัดวางไว้เรียบร้อยโดยบริษัททัวร์นั่นเอง ซึ่งต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง ซึ่งจะต้องวางแผนการท่องเที่ยวเอง เราจึงพบว่าอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่วางแผนการท่องเที่ยวเอาไว้อย่างแน่นอนจึงมีอัตราส่วนร้อยละที่สูงกว่าผู้ที่เดินทางกับคณะทัวร์ และอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่วางแผนเอาไว้อย่างคร่าว ๆ ก็สูงกว่าผู้ที่เดินทางกับคณะทัวร์อีกด้วย ถึงแม้ว่าอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่วางแผนเอาไว้อย่างแน่นอนจะสูงกว่าผู้ที่เดินทางกับคณะทัวร์ แต่ก็มีเพียงร้อยละ 11 เท่านั้น ร้อยละ 41 มีการวางแผนไว้อย่างคร่าว ๆ ร้อยละ 48 ไม่ได้วางแผนไว้ก่อนเดินทางมาประเทศไทย จึงเห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะมีการวางแผนการเดินทางอย่างจริงจังเมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทยแล้ว ดังนั้น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทยแล้วจึงเป็นสิ่งจำเป็น

ตารางที่ 5-34 การวางแผนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

การวางแผนการท่องเที่ยว	**ลักษณะการเดินทาง**		
	แพคเกจทัวร์ (%)	**ตามลำพัง (%)**	**รวม (%)**
ไม่ได้วางแผน	62.3	47.8	50.4
ได้วางแผนไว้ก่อนคร่าว ๆ	31.9	40.8	39.2
วางแผนไว้อย่างแน่นอน	5.8	11.5	10.4
จำนวน (คน)	**69**	**314**	**383**

ระยะเวลาการพักค้างคืนในจังหวัดทั้ง 4

ระยะเวลาในการพักค้างคืนใน 4 จังหวัด ที่ทำการศึกษามีความแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ กว่าร้อยละ 50 จะพักค้างคืนในระหว่าง 1 – 2 คืน ในช่วงที่ทำการวิจัยเป็นช่วงงานช้างประจำปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ควรจะมาเพื่อชมงานช้าง เมื่อชมแล้วก็คงจะออกเดินทางไปยังจังหวัดอื่นต่อไป สำหรับที่จังหวัดสระแก้ว ประมาณร้อยละ 42 ของนักท่องเที่ยว จะไม่พักค้างคืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เมื่อผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองเข้ามาก็จะรีบเดินทางต่อไปยังจังหวัดอื่น หรือกลับเข้าสู่กรุงเทพฯ ส่วนที่จังหวัดบุรีรัมย์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะพักอยู่เป็นเวลา 1 – 2 วัน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวที่พักอยู่ในระยะเวลาดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 45 ส่วนในจังหวัดศรีสะเกษนั้นเป็นจังหวัดที่มีผู้ที่พักอยู่นานมากกว่า 4 วัน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่สูงกว่าจังหวัดอื่น คือ สูงถึงร้อยละ 43 รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-35

ตารางที่ 5-35 ระยะเวลาการพักค้างคืนในจังหวัดทั้ง 4

ระยะเวลาการพักค้างคืน	จังหวัด				รวม (%)
	สุรินทร์ (%)	สระแก้ว (%)	บุรีรัมย์ (%)	ศรีสะเกษ (%)	
ต่ำกว่า 1 วัน (ไม่ค้างคืน)	0.8	41.8	13.2	0.0	16.1
1 – 2 วัน	57.6	20.9	45.6	34.1	40.6
3 – 4 วัน	27.2	17.3	17.6	22.7	21.6
มากกว่า 4 วัน	14.4	20.0	23.5	43.2	21.6
จำนวน (คน)	**125**	**110**	**68**	**44**	**347**

เป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่พักอยู่ในจังหวัดทั้ง 4 ตั้งแต่ 3 วันขึ้นไปว่าในแต่ละจังหวัดมีสิ่งดึงดูดใจอะไรที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะพักนานกว่าปกติ จึงวิเคราะห์ลึกลงไปเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพังที่พักในจังหวัดทั้ง 4 ตั้งแต่ 3 คืนขึ้นไป จากการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ที่เดินทางตามลำพัง ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 89 มีความประทับใจในวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดสุรินทร์ รองลงมาหรือร้อยละ 44 มีความสนใจแบบแผนชีวิตของคนในท้องถิ่น อีกประมาณเกือบร้อยละ 40 สนใจในแหล่งโบราณสถานของจังหวัดสุรินทร์ อีกร้อยละ 31 สนใจในแหล่งประวัติศาสตร์ สรุปได้ว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยู่นานขึ้นในจังหวัดสุรินทร์ คือ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม

สำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว แรงจูงใจหลัก ๆ ที่ทำให้อยู่ในสระแก้วตั้งแต่ 3 วันขึ้นไป คือ ความสนใจในวิถีชีวิตของผู้คนที่นั่น รองลงมาคือ ความสวยงามของธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณะ และแรงจูงใจที่เกิดจากความเป็นเมืองที่มีค่าครองชีพต่ำ และสินค้าราคาถูก

ส่วนนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ พักในจังหวัดนี้นานขึ้น เพราะความสนใจในแหล่งโบราณคดีในจังหวัด มีผู้ให้เหตุผลนี้ ร้อยละ 72 รองลงมาคือ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และความสนใจในความเป็นที่ตั้งของแหล่งประวัติศาสตร์

สำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดศรีสะเกษ แรงจูงใจที่ทำให้พักอยู่นานขึ้นเป็นเพราะวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของศรีสะเกษ (ร้อยละ 66) รองลงมาคือ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (ร้อยละ 42) แหล่งโบราณคดี และแหล่งประวัติศาสตร์ของจังหวัดศรีสะเกษ

สรุปได้ว่าแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวพักอยู่นานขึ้น เกิดจากความสนใจในวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของแต่ละจังหวัด ประกอบกับวัฒนธรรมทางวัตถุได้แก่ โบราณสถานของแต่ละแห่งที่มีแรงจูงใจที่สำคัญ รายละเอียดสรุปอยู่ในตารางที่ 5-36

ตารางที่ 5-36 สิ่งจูงใจในจังหวัดทั้งสี่

สิ่งจูงใจในจังหวัด	**จังหวัด**				**รวม (คน)**
	สุรินทร์ (%)	**สระแก้ว (%)**	**บุรีรัมย์ (%)**	**ศรีสะเกษ (%)**	
โบราณสถาน	39.6	25.8	72.2	37.5	(49) 40.5
ธรรมชาติ	22.9	48.4	22.2	29.2	(37) 30.6
วัฒนธรรม	89.6	41.9	27.8	66.7	(77) 63.6
ซื้อของ	12.5	9.7	0.0	16.7	(13) 10.7
วิถีชีวิต	43.8	58.1	50.0	41.7	(58) 47.9
ค่าใช้จ่ายถูก	14.6	35.5	0.0	8.3	(20) 16.5

ตารางที่ 5-36 (ต่อ)

สิ่งจูงใจในจังหวัด	จังหวัด				รวม (คน)
	สุรินทร์ (%)	สระแก้ว (%)	บุรีรัมย์ (%)	ศรีสะเกษ (%)	
สถานที่ทางประวัติศาสตร์	31.3	32.3	38.9	37.5	(41) 33.9
ความมีชื่อเสียง	6.3	25.8	0.0	8.3	(13) 10.7
จำนวน (คน)	**48**	**31**	**18**	**24**	**121**

พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางภายในจังหวัดไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

พาหนะเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดแต่ละจังหวัด จำเป็นที่จะต้องมีพาหนะที่เหมาะสมที่จะนำนักท่องเที่ยว เข้าไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพัง หรือ FIT จากการวิจัยใน 4 จังหวัด พบว่า ร้อยละ 48 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพังใช้บริการของรถประจำทาง ร้อยละ 24 ใช้บริการรถเช่าประเภท Car rental อีกร้อยละ 23 ใช้บริการของรถรับจ้างหรือแท็กซี่ อีกร้อยละ 5 ใช้บริการพาหนะประเภทอื่น ๆ จึงสรุปได้ว่ารถโดยสารประจำทางมีบทบาทค่อนข้างมากในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามลักษณะของผู้ร่วมเดินทางด้วย พบว่าในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพัง (FIT) ที่เดินทางกับสมาชิกภายในครอบครัว เช่น เดินทางกับคู่สมรส หรือสมาชิกอื่น ๆ ในครอบครัวมีแนวโน้มที่จะใช้บริการรถประจำทางน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว นักท่องเที่ยวที่มีสมาชิกในครอบครัวร่วมเดินทางด้วยมีแนวโน้มที่จะใช้บริการของรถเช่าและรถรับจ้างหรือแท็กซี่ มากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเพียงคนเดียว เช่นเดียวกับผู้ที่มีเพื่อนร่วมทางเป็นเพื่อนหรือคนรัก จึงเห็นได้ว่าการเดินทางเป็นครอบครัว หรือกับเพื่อนต้องการพาหนะที่ทุกคนสามารถไปได้พร้อมกัน หรือสามารถเฉลี่ยกันออกค่าเช่าได้ แต่อย่างไรก็ตามรถประจำทางเป็นพาหนะที่นักเดินทางทุกประเภทนิยมใช้มากกว่าพาหนะอื่น ๆ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-37

ตารางที่ 5-37 ประเภทของพาหนะ จำแนกตามลักษณะของผู้ร่วมทางของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เดินทางกับคณะทัวร์

พาหนะที่ใช้	เดินทางคนเดียว (%)	เดินทางกับครอบครัว (%)	เดินทางกับเพื่อน / คนรัก (%)
รถประจำทาง	65.9	33.3	45.3
รถรับจ้าง	10.6	29.6	26.3
รถเช่า	20.0	29.6	23.4
อื่น ๆ	3.5	7.4	5.1
จำนวน (คน)	**85**	**81**	**137**

รถประจำทางเป็นพาหนะที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพังที่ไม่ได้เดินทางเป็นหมู่คณะ หรือ แพคเกจทัวร์ จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวทุกชาติมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่ใช้บริการรถโดยสารประจำทางในท้องถิ่นในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในจังหวัดมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่เดินทางตามลำพัง มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ใช้รถประจำทางสูงกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่น รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย หรือ ออสเตรเลีย / นิวซีแลนด์ ฝรั่งเศส และ อังกฤษ ตามลำดับ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-38

ตารางที่ 5-38 ประเภทของพาหนะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพังใช้ จำแนกตามสัญชาติ

พาหนะ	สัญชาติ									รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	อัฟริกาใต้ (%)	
รถประจำทาง	37.8	51.2	40.7	41.0	66.7	36.4	57.1	76.5	0.0	145 47.7%
รถรับจ้าง	33.3	7.0	24.1	32.8	15.6	22.7	14.3	17.6	66.7	70 23.0%
รถเช่า	22.2	37.2	27.8	24.6	13.3	31.8	21.4	5.9	0.0	73 24.0%
อื่น ๆ	6.7	4.7	7.4	1.6	4.4	9.1	7.1	0.0	33.3	16 5.3%
จำนวน (คน)	**45**	**43**	**54**	**61**	**45**	**22**	**14**	**17**	**3**	**304**

<u>ตอนที่ 6</u> ระดับความสนใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในเขต 4 จังหวัด

การวัดระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยววัดด้วย Likert Scale ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 13 ข้อ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 13 แห่ง ใน 4 จังหวัด โดยแบ่งระดับความสนใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเป็น 5 อันดับ ตั้งแต่สนใจมาก จนถึงสนใจน้อยมาก เมื่อนำคำตอบทั้งหมดมาวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ พบว่า ค่า Alpha เท่ากับ 0.9244 แสดงว่าสเกลที่ใช้วัดระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 13 แห่ง มีความน่าเชื่อถือในระดับที่ดี ต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นถึงระดับความสนใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

ปราสาทพนมรุ้ง

กว่าครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวทั้งหมด หรือประมาณร้อยละ 56 ของนักท่องเที่ยวสนใจปราสาทพนมรุ้งในระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก แต่เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติมีความสนใจในปราสาทพนมรุ้ง ในระดับที่ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจปราสาทขอมแห่งนี้ ในระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก ในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ อเมริกา ฝรั่งเศส และโอเชียเนีย นอกจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นแล้ว นักท่องเที่ยวจากเยอรมัน และจากชาติเอเชียอื่น ๆ ก็มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจในระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก ในอัตราส่วนร้อยละที่สูง รองลงมาจากชาวญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวจากอังกฤษไม่ค่อยสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-39

ตารางที่ 5-39 ระดับความสนใจในปราสาทพนมรุ้ง จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในพนมรุ้ง	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	9.3	22.0	15.3	36.6	15.9	20.0	13.3	22.7
ปานกลาง	11.6	26.0	25.4	32.4	33.3	36.0	13.3	4.5
มาก	79.1	52.0	59.3	31.0	50.8	44.0	73.3	72.7
จำนวน (คน)	**86**	**50**	**59**	**71**	**63**	**25**	**15**	**22**

ปราสาทเมืองต่ำ

นักท่องเที่ยวกว่าครึ่งเล็กน้อย หรือ ร้อยละ 52 สนใจปราสาทเมืองต่ำ ในระดับค่อนข้างมาก จนถึงมาก เมื่อเทียบกับปราสาทพนมรุ้ง แล้วนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในปราสาทพนมรุ้งมากกว่า ปราสาทเมืองต่ำ เช่นเดียวกับปราสาทพนมรุ้ง นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจปราสาทเมืองต่ำในระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 75 นักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ ที่สนใจปราสาทเมืองต่ำในอัตราส่วนร้อยละที่สูง รองลงมาจากชาวญี่ปุ่นคือ นักท่องเที่ยวจากชาติเอเชียอื่น ๆ และจากเยอรมัน ซึ่งมีผู้ที่สนใจปราสาทพนมรุ้ง ระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 67 และ 62 ตามลำดับ นอกจากนั้น ให้ความสนใจในปราสาทเมืองต่ำ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่ต่ำกว่าร้อยละ 50 นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจค่อนข้างน้อยไปจนถึงน้อย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่สูงกว่าชาติอื่น ๆ รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-40

ตารางที่ 5-40 ระดับความสนใจในปราสาทเมืองต่ำ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในปราสาทเมืองต่ำ	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	11.6	26.0	18.6	32.4	21.0	24.0	20.0	27.3
ปานกลาง	12.8	28.0	33.9	32.4	32.3	32.0	13.3	9.1
มาก	75.6	46.0	47.5	35.2	46.8	44.0	66.7	63.6
จำนวน (คน)	**86**	**50**	**59**	**71**	**62**	**25**	**15**	**22**

งานช้างจังหวัดสุรินทร์

นักท่องเที่ยวประมาณ 3 ใน 4 ให้ความสนใจงานช้างที่จังหวัดสุรินทร์ ในระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย มีสัดส่วนผู้ที่ให้ความสนใจงานช้างในระดับค่อนข้างมากจนถึงมากในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวจากชาติอื่นๆ คือ ร้อยละ 75 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากชาติเอเชียอื่น ๆ และนักท่องเที่ยวจากเยอรมันที่มีผู้ที่สนใจงานช้างในระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก ในอัตราส่วนร้อยละที่ค่อนข้างสูงคือ ประมาณร้อยละ 73 ส่วนนักท่องเที่ยวชาติที่มีผู้สนใจในระดับค่อนข้างมากจนถึงมากประมาณเกินร้อยละ 50 เล็กน้อย คือ นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ และชาวฝรั่งเศส ส่วนชาวอเมริกันที่ค่อนข้างจะสนใจงานช้างมีอยู่ร้อยละ 63 แสดงว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ค่อนข้างจะสนใจงานช้างจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และชาวโอเชียเนีย รองลงมาเป็นชาวเอเชียชาติอื่น ๆ และชาวเยอรมัน รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-41

ตารางที่ 5-41 ระดับความสนใจในงานช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจงานช้าง	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	14.0	16.0	23.7	23.9	12.7	24.0	13.3	18.2
ปานกลาง	10.5	26.0	13.6	21.1	11.1	24.0	13.3	9.1
มาก	75.6	58.0	62.7	54.9	76.2	52.0	73.3	72.7
จำนวน (คน)	**86**	**50**	**59**	**71**	**63**	**25**	**15**	**22**

หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ในภาพรวมได้รับความสนใจไม่มากนักเมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยว 3 แห่งแรก ดังจะเห็นได้จากอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่มีความสนใจในระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก รวมกับคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 47 เท่านั้น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่นิยมแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง เมืองต่ำ งานช้างที่สุรินทร์ ในอัตราส่วนร้อยละที่ค่อนข้างสูง แต่มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจในหมู่บ้านช้างที่ต่ำกว่าสถานที่ท่องเที่ยวอื่น คือ มีเพียงประมาณร้อยละ 63 นักท่องเที่ยวจากชาติเอเชียอื่น ๆ มีผู้ที่สนใจค่อนข้างมากจนถึงมาก ในอัตราส่วนร้อยละประมาณ 60 ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่สูง รองลงมาจากชาวญี่ปุ่น สำหรับชาวเยอรมันที่เคยสนใจพนมรุ้ง เมืองต่ำ และงานช้างในอัตราส่วนร้อยละที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับชาติอื่น กลับเป็นชาติที่สนใจหมู่บ้านช้างน้อยที่สุด สรุปได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมนัก รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-42

ตารางที่ 5-42 ระดับความสนใจในหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจงานช้าง	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	31.4	38.0	25.4	38.0	30.2	40.0	33.3	63.6
ปานกลาง	5.8	18.0	20.3	26.8	23.8	24.0	6.7	13.6
มาก	62.8	44.0	54.2	35.2	46.0	36.0	60.0	22.7
จำนวน (คน)	**86**	**50**	**59**	**71**	**63**	**25**	**15**	**22**

หมู่บ้านทำเครื่องเงินจังหวัดสุรินทร์

หมู่บ้านทำเครื่องเงินเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมน้อยเมื่อเทียบกับสถานที่อื่น ๆ ที่กล่าวมาก่อนหน้านี้ เพราะมีผู้ที่ระบุว่าสนใจน้อย และค่อนข้างน้อย รวมกันถึงประมาณร้อยละ 48 และมีผู้ที่สนใจค่อนข้างมากจนถึงมาก เพียงประมาณร้อยละ 28 เท่านั้น ทั้งนี้มีแต่นักท่องเที่ยวจากเอเชียชาติอื่น ๆ ที่ตอบว่าสนใจค่อนข้างมากจนถึงมาก อยู่ถึงร้อยละ 53 โดยประมาณ ชาติอื่น ๆ เกือบทุกชาติมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจน้อยถึงน้อยมาก คิดเป็นอัตราส่วนร้อยที่สูง เช่น ชาวญี่ปุ่นที่ตอบว่าสนใจน้อย มีร้อยละ 21 ชาวฝรั่งเศส ร้อยละ 36 และชาวอังกฤษ ร้อยละ 29 ที่ตอบว่าสนใจน้อย จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนัก รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-43

ตารางที่ 5-43 ระดับความสนใจในหมู่บ้านทำเครื่องเงิน จ.สุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในหมู่บ้านเครื่องเงิน	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	45.9	60.0	39.0	49.3	39.7	62.5	33.3	72.7
ปานกลาง	21.2	12.0	30.5	29.6	33.3	16.7	13.3	18.2
มาก	32.9	28.0	30.5	21.1	27.0	20.8	53.3	9.1
จำนวน (คน)	**85**	**50**	**59**	**71**	**63**	**24**	**15**	**22**

หมู่บ้านเครื่องหวายจังหวัดสุรินทร์

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจหมู่บ้านเครื่องหวาย ซึ่งจัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลป-วัฒนธรรมในระดับปานกลางไปจนถึงระดับน้อย และเมื่อพิจารณาจำแนกตามเชื้อชาติก็พบว่าระดับความสนใจก็ไม่แตกต่างกันทุกชาติ มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่ให้ความสนใจหมู่บ้านเครื่องหวาย ให้ระดับค่อนข้างน้อยไปจนถึงน้อย ในระดับที่ค่อนข้างสูง กล่าวประมาณร้อยละ 50 หรือสูงกว่า ตอบว่าสนใจที่จะไปชมค่อนข้างน้อยหรือน้อย รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-44

ตารางที่ 5-44 ระดับความสนใจในหมู่บ้านทำเครื่องหวายจังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในหมู่บ้านเครื่องหวาย	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	49.4	48.0	54.2	54.9	58.7	52.0	40.0	72.7
ปานกลาง	23.5	30.0	22.0	29.6	20.6	32.0	20.0	13.6
มาก	27.1	22.0	23.7	15.5	20.6	16.0	40.0	13.6
จำนวน (คน)	**85**	**50**	**59**	**71**	**63**	**25**	**15**	**22**

ปราสาทศรีขรภูมิจังหวัดสุรินทร์

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจในปราสาทศรีขรภูมิในระดับปานกลาง อัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจในระดับค่อนข้างมากใกล้เคียงกับของผู้ที่สนใจในระดับค่อนข้างน้อย นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจในปราสาทนี้ ค่อนข้างจะสูงกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่น กล่าวคือ ประมาณร้อยละ 49 นักท่องเที่ยวเอเชียชาติอื่น ๆ มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจในปราสาทนี้มาก รองลงมาจากนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น คือ ประมาณร้อยละ 40 สำหรับชาวยุโรปนั้น ส่วนใหญ่จะสนใจปราสาทศรีขรภูมิ ในระดับปานกลาง ในบรรดาชาวยุโรปทั้งหลายนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจน้อยอยู่สูงกว่าชาติอื่น ๆ กล่าวคือ มีผู้ที่ตอบว่าสนใจค่อนข้างน้อย และสนใจน้อยรวมกับแล้วสูงถึงร้อยละ 48 นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันส่วนใหญ่ก็ไม่ค่อยสนใจปราสาทนี้เช่นกัน คือ มีผู้ที่ตอบว่าสนใจน้อย และค่อนข้างน้อย รวมกันถึงร้อยละ 45 สรุปได้ว่า ปราสาทนี้พอจะเป็นที่นิยมอยู่บ้างในหมู่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่น แต่ก็ไม่ถึงครึ่ง ส่วนชาวยุโรปส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจ

ตารางที่ 5-45 ระดับความสนใจในปราสาทศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในปราสาทศรีขรภูมิ	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	17.6	42.0	33.9	47.9	34.9	41.7	33.3	45.5
ปานกลาง	32.9	30.0	30.5	26.8	28.6	33.3	26.7	27.3
มาก	49.4	28.0	35.6	25.4	36.5	25.0	40.0	27.3
จำนวน (คน)	**85**	**50**	**59**	**71**	**63**	**24**	**15**	**22**

ปราสาทเขาพระวิหาร

ปราสาทหินบนหน้าผาแห่งนี้เดิมเป็นของไทยแต่ถูกศาลโลกตัดสินให้ตกเป็นของประเทศกัมพูชาเมื่อประมาณ 50 ปีกว่ามานี้ ปราสาทหินขนาดใหญ่ตั้งอยู่บนหน้าผา ซึ่งทางขึ้นอยู่ในฝั่งไทย นับเป็นปราสาทหินที่ใหญ่ที่สุดที่ติดชายแดนไทยกัมพูชา ประมาณร้อยละ 53 ของนักท่องเที่ยวมีความสนใจในปราสาทแห่งนี้ค่อนข้างมากไปจนถึงมาก นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปเกือบทุกชาติมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่ให้ความสนใจปราสาทแห่งนี้ค่อนข้างจะสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจค่อยข้างมากไปจนถึงมาก อยู่สูงถึงร้อยละ 72 ชาวญี่ปุ่นก็สนใจปราสาทแห่งนี้ในอัตราส่วนร้อยละที่สูง รองลงมาจากชาวเยอรมัน คือ ประมาณร้อยละ 71 ชาวยุโรปชาติอื่นก็มีอัตราส่วนร้อยละของ

ผู้สนใจถึงร้อยละ 60 แต่ชาวอังกฤษมีผู้ไม่สนใจอยู่ในอัตราส่วนร้อยที่สูงกว่าชาติอื่น ๆ คือ ประมาณร้อยละ 38 รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-46

ตารางที่ 5-46 ระดับความสนใจในปราสาทเขาพระวิหาร จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ความสนใจในปราสาทเขาพระวิหาร	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	15.1	34.0	28.8	38.0	19.0	24.0	13.3	27.3
ปานกลาง	14.0	22.0	23.7	25.4	30.2	16.0	26.7	0.0
มาก	70.9	44.0	47.5	36.6	50.8	60.0	60.0	72.7
จำนวน (คน)	**86**	**50**	**59**	**71**	**63**	**25**	**15**	**22**

ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่

นักท่องเที่ยวโดยรวมมีแนวโน้มที่จะสนใจไปชมปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ ในระดับค่อนข้างมากไปจนถึงมาก คิดเป็นร้อยละประมาณ 37 และอีกประมาณหนึ่งในสามสนใจในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจปราสาทหินแห่งนี้ในระดับมาก และค่อนข้างมากรวมกันสูงกว่านักท่องเที่ยวชาติตะวันตกส่วนมาก แต่ที่ไม่มากเท่าปราสาทพนมรุ้ง เมืองต่ำ และเขาพระวิหาร แต่ผู้ให้ความสนใจในระดับค่อนข้างมากพอ ๆ กับผู้ที่สนใจในปราสาทศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน เป็นชาติตะวันตกเพียงชาติเดียวที่มีผู้สนใจในปราสาทแห่งนี้ ในระดับค่อนข้างมากไปจนถึงมาก คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่สูงที่สุด คือ ร้อยละ 50 นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจปราสาทหินแห่งนี้ในระดับค่อนข้างน้อยไปจนถึงน้อยมากสูงกว่าชาติอื่นทั้งหมด จึงอาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวอังกฤษส่วนใหญ่ไม่สนใจที่จะไปชมปราสาทหินแห่งนี้ และอาจจะเป็นไปได้ที่เราจะพบนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกับชาวเยอรมัน ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มากกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ

ตารางที่ 5-47 ระดับความสนใจในปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ความสนใจในปราสาทเขาพระวิหาร	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	15.1	34.0	28.8	38.0	19.0	24.0	13.3	27.3
ปานกลาง	14.0	22.0	23.7	25.4	30.2	16.0	26.7	0.0
มาก	70.9	44.0	47.5	36.6	50.8	60.0	60.0	72.7
จำนวน (คน)	**86**	**50**	**59**	**71**	**63**	**25**	**15**	**22**

งานเทศกาลดอกลำดวน

งานเทศกาลดอกลำดวนเป็นงานเทศกาลประจำปีของจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งจัดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปีในช่วงที่ดอกลำดวนบาน จุดเด่นของงานคือ การออกร้านขายของพื้นเมือง จากการสอบถามนักท่องเที่ยวถึงความสนใจในงานเทศกาลนี้ ปรากฏว่าประมาณหนึ่งในสามของนักท่องเที่ยวทั้งหมดให้ความสนใจในงานเทศกาลนี้ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ฝรั่งเศส อังกฤษ ยุโรปชาติอื่น ๆ และเอเชียอื่น ๆ มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจงานเทศกาลดอกลำดวนในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ ประมาณหนึ่งในสามของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ ชาติที่มีผู้สนใจงานเทศกาลนี้ในระดับน้อยเป็นส่วนมากคือ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-48

ตารางที่ 5-48 ความสนใจในงานเทศกาลดอกลำดวน จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ความสนใจในเทศกาลดอกลำดวน	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	19.8	44.0	55.2	43.7	38.1	36.0	21.4	54.5
ปานกลาง	50.0	24.0	22.4	22.5	33.3	24.0	42.9	27.3
มาก	38.2	32.0	22.4	33.8	28.6	40.0	35.7	18.2
จำนวน (คน)	**86**	**50**	**58**	**71**	**63**	**25**	**14**	**22**

น้ำตกสำโรงเกียรติ จังหวัดศรีสะเกษ

เมื่อพิจารณาโดยรวมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแห่งนี้ในระดับปานกลางไปจนถึงน้อย ประมาณ 1 ใน 3 ให้ความสนใจในระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก และเมื่อพิจารณาจำแนกตามเชื้อชาติ พบว่า มีความแตกต่างกันในด้านความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแห่งนี้ จากตารางที่ 5-49 จะเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน และชาวเยอรมัน มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจจะชมน้ำตกสำโรงเกียรติสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปชาติอื่น ๆ และในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียชาติอื่น ๆ สนใจในน้ำตกนี้ค่อนข้างมาก (ร้อยละ 40) ปรากฏว่านักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นกลับมีผู้ที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแห่งนี้ในอัตราส่วนที่ค่อนข้างต่ำเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวจากยุโรปชาติอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเป็นกลุ่มที่มีผู้สนใจในอัตราส่วนร้อยละที่ต่ำที่สุด

ตารางที่ 5-49 ความสนใจในน้ำตกสำโรงเกียรติ จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ความสนใจในน้ำตกสำโรงเกียรติ	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	38.8	44.0	28.8	40.8	31.7	32.0	13.3	42.9
ปานกลาง	37.6	24.0	32.2	39.4	34.9	44.0	46.7	19.0
มาก	23.5	32.0	39.0	19.7	33.3	24.00	40.0	38.1
จำนวน (คน)	**85**	**50**	**59**	**71**	**63**	**25**	**15**	**21**

ปราสาทสด๊กก๊อกธม จังหวัดสระแก้ว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความสนใจที่จะไปชมปราสาทหินแห่งนี้มากนักดังจะเห็นได้ว่าไม่ถึงหนึ่งในสามที่แสดงความสนใจในระดับค่อนข้างมาก ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากประเทศแถบเอเชีย และนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจค่อนข้างมากไปจนถึงมาก ถึงร้อยละ 46 และร้อยละ 40 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะให้ความสนใจปราสาทขอมแห่งนี้ในระดับค่อนข้างน้อยไปจนถึงน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ และนักท่องเที่ยวชาวยุโรปชาติอื่น ๆ ซึ่งมีผู้ที่ระบุว่ามีความสนใจในระดับค่อนข้างน้อยไปจนถึงน้อย สูงถึงกว่าร้อยละ 50

ตารางที่ 5-50 ระดับความสนใจในปราสาทสด๊กก๊อกธม จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในปราสาทสด๊กก๊อกธม	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	29.1	36.0	36.2	52.1	31.7	54.2	26.7	40.9
ปานกลาง	31.4	36.0	48.3	28.2	42.9	25.0	26.7	31.8
มาก	39.5	28.0	15.5	19.7	25.4	20.8	46.7	27.3
จำนวน (คน)	**86**	**50**	**58**	**71**	**63**	**24**	**15**	**22**

ปราสาทขอมอื่น ๆ ใกล้ชายแดนไทย-กัมพูชา

นักท่องเที่ยวประมาณหนึ่งในสามสนใจที่จะไปชมปราสาทขอมอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้ชายแดนไทย-กัมพูชา ในระดับค่อนข้างมาก และอีกหนึ่งในสามรู้สึกเลย ๆ และประมาณร้อยละ 40 ซึ่งนับเป็นส่วนใหญ่ไม่สนใจ มีนักท่องเที่ยวเพียง 2 สัญชาติที่สนใจที่จะไปชมปราสาทขอมอื่น ๆ ในอัตราส่วนร้อยละที่ค่อนข้างสูงกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวจากเอเชียชาติอื่นๆ ซึ่งมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจในระดับค่อนข้างสูงอยู่ถึงร้อยละ 46 ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวชาติที่สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ในระดับค่อนข้างมากมีอยู่ไม่ถึงหนึ่งในสี่ ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส อังกฤษ และนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-51

ตารางที่ 5-51 ระดับความสนใจในปราสาทขอมอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้ชายแดนไทย-กัมพูชา จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในปราสาทขอมอื่น ๆ	สัญชาติ							
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)
น้อย	21.2	28.0	37.3	44.9	27.0	47.8	20.0	54.5
ปานกลาง	32.9	48.0	32.2	30.4	49.2	21.7	33.3	9.1
มาก	45.9	24.0	30.5	24.6	23.8	30.4	46.7	36.4
จำนวน (คน)	**85**	**50**	**59**	**69**	**63**	**23**	**15**	**22**

ตารางที่ 5-52 ค่าเฉลี่ยระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 13 แห่ง

แหล่งท่องเที่ยว	จำนวนคน	สนใจน้อย	สนใจมาก	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ปราสาทพนมรุ้ง	399	1	5	3.45	1.288
ปราสาทเมืองต่ำ	398	1	5	3.30	1.265
งานช้างสุรินทร์	399	1	5	3.74	1.412
หมู่บ้านช้าง	399	1	5	3.12	1.497
หมู่บ้านเครื่องเงิน	397	1	5	2.60	1.315
หมู่บ้านเครื่องหวาย	398	1	5	2.43	1.217
ปราสาทศรีขรภูมิ	397	1	5	2.84	1.291
ปราสาทเขาพระวิหาร	399	1	5	3.32	1.377
ปราสาทสระกำแพงใหญ่	399	1	5	3.00	1.312
เทศกาลดอกลำดวน	397	1	5	2.76	1.335
น้ำตกสำโรงเกียรติ	397	1	5	2.78	1.301
ปราสาทสด๊กก๊อกธม	397	1	5	2.73	1.239
ปราสาทขอมอื่น ๆ	394	1	5	2.86	1.302

สเกลที่ใช้วัดระดับความสนใจแบ่งระดับความสนใจออกเป็น 5 ระดับ ระดับความสนใจน้อยมีค่าคะแนนเป็น 1 ระดับความสนใจค่อนข้างน้อยมีค่าคะแนนเป็น 2 ระดับความสนใจปานกลางเท่ากับ 3 ระดับความสนใจค่อนข้างมากเท่ากับ 4 ความสนใจมาก เท่ากับ 5 จากผลการวิเคราะห์ที่แสดงอยู่ในตารางที่ 5-52 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ งานช้างสุรินทร์ หมู่บ้านช้าง ปราสาทเขาพระวิหาร ในระดับปานกลางค่อนไปทางมาก สถานที่ที่นักท่องเที่ยวสนใจเพียงปานกลางได้แก่ ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ ส่วนสถานที่ที่มีผู้สนใจน้อย ได้แก่ หมู่บ้านเครื่องเงิน หมู่บ้านเครื่องหวาย งานเทศกาลดอกลำดวน น้ำตกสำโรงเกียรติ ปราสาทสด๊กก๊อกธม และปราสาทขอมอื่น ๆ ใกล้ชายแดนไทย-กัมพูชา

เมื่อนำตัวแปรทั้ง 13 มาหาค่าสหสัมพันธ์ พบว่านักท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมที่เดินทางไปยังจังหวัดชายแดนทั้ง 4 มี 3 พวก ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจปราสาทขอมที่กระจายอยู่ในจังหวัดทั้ง 4 ในกลุ่มนี้จะสนใจแต่เฉพาะปราสาทหินของขอม จากตารางค่าสหสัมพันธ์ตารางที่ 5-53 จะเห็นว่า ผู้ที่สนใจปราสาทพนมรุ้ง ก็สนใจที่จะชมปราสาทเมืองต่ำด้วย โดยจะเห็นได้จากค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.83 และจะสนใจปราสาทศรีขรภูมิ

ปราสาทเขาพระวิหาร และปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ด้วย ดังจะเห็นว่า ค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.61 0.60 และ 0.63 ตามลำดับ คนที่สนใจปราสาทเขาพระวิหารก็จะสนใจปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ด้วย ดังจะเห็นได้จากค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.72

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจที่จะชมงานช้างจังหวัดสุรินทร์ ก็จะสนใจที่จะไปชมหมู่บ้านช้างด้วย ดังจะเห็นได้จากค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 นี้ เท่ากับ 0.68 ผู้ที่สนใจวัฒนธรรมประเภทงานช้างมักจะไม่ค่อยสนใจที่จะชมปราสาทขอมเท่าใดนัก เช่น ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างผู้สนใจงานช้างกับผู้สนใจปราสาทเขาพนมรุ้งเท่ากับ 0.32 เป็นต้น

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในการท่องเที่ยวเพื่อชมแหล่งการทำเครื่องเงิน และทำเครื่องหวาย ถึงแม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทนี้ไม่มาก แต่ก็มีนักท่องเที่ยวที่สนใจอยู่บ้าง นักท่องเที่ยวที่สนใจชมการทำเครื่องเงิน ก็จะสนใจการทำเครื่องหวายเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.75 รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-54

ตารางที่ 5-53 ค่าสหสัมพันธ์ระดับความสนใจในการไปชมสถานที่ท่องเที่ยว 13 แห่งในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ สระแก้ว

แหล่งท่องเที่ยว	ปราสาทพนมรุ้ง	ปราสาทเมืองต่ำ	งานช้างสุรินทร์	หมู่บ้านช้าง	หมู่บ้านเครื่องเงิน	หมู่บ้านเครื่องหวาย	ปราสาทศรีขรภูมิ	ปราสาทเขาพระวิหาร	ปราสาทสระกำแพงใหญ่	**เทศกาลดอกลำดวน**	น้ำตกสำโรง[illegible]	ปราสาทสด๊กก๊อกธม	ปราสาทขอมอื่นๆ
ปราสาทพนมรุ้ง	1.0000												
ปราสาทเมืองต่ำ	0.8329	1.0000											
งานช้างสุรินทร์	0.4005	0.4031	1.0000										
หมู่บ้านช้าง	0.3297	0.3958	0.6875	1.0000									
หมู่บ้านเครื่องเงิน	0.4716	0.4352	0.4656	0.5912	1.0000								
หมู่บ้านเครื่องหวาย	0.4083	0.4425	0.3983	0.5530	0.7530	1.0000							
ปราสาทศรีขรภูมิ	0.6134	0.6859	0.3656	0.4058	0.5378	0.5908	1.0000						
ปราสาทเขาพระวิหาร	0.6052	0.6120	0.3331	0.3094	0.3917	0.3768	0.6246	1.0000					
ปราสาทสระกำแพงใหญ่	0.6301	0.6121	0.3604	0.3098	0.3531	0.3828	0.6866	0.7241	1.0000				
เทศกาลดอกลำดวน	0.3666	0.3789	0.4686	0.4491	0.4998	0.5169	0.5140	0.4304	0.5545	1.0000			
น้ำตกสำโรงเกียรติ	0.3867	0.3704	0.2654	0.2500	0.3256	0.3588	0.4765	0.3330	0.5028	0.5418	1.0000		
ปราสาทสด๊กก๊อกธม	0.5877	0.5525	0.2908	0.2460	0.4076	0.3727	0.7214	0.6112	0.7561	0.5539	0.5946	1.0000	
ปราสาทขอมอื่น ๆ	0.4920	0.5077	0.3240	0.2963	0.2904	0.3183	0.6085	0.6351	0.8198	0.4993	0.4652	0.7724	1.0000

<u>ตอนที่ 7</u> พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว

อาหารเช้า

ประมาณ 3 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวบริโภคอาหารเช้าทุกวัน กว่าร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ญี่ปุ่น และโอเชียเนีย จะบริโภคอาหารเช้าทุกวัน ความบ่อยในการบริโภคอาหารจะเพิ่มขึ้นตามกล่มอายุ ยิ่งกลุ่มอายุสูงขึ้นจะพบอัตราส่วนร้อยละของผู้บริโภคอาหารเช้าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ยกเว้นในกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป อัตราส่วนร้อยละของผู้บริโภคอาหารเช้าทุกวันลดลงเหลือเท่ากับกลุ่มอายุ 25-34 ปี สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้บริการมากที่สุดคือ ห้องอาหารของโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นและสหรัฐฯ รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-54 – 5-56

ตารางที่ 5-54 ความบ่อยในการบริโภคอาหารเช้า จำแนกตามสัญชาติ

ความบ่อยในการบริโภคอาหารเช้า	สัญชาติ									รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	อัฟริกาใต้ (%)	
ทุกวัน	81.4	74.0	83.3	69.0	82.5	68.0	53.3	77.3	0.0	300 75.9%
เป็นบางวัน	11.6	16.0	13.3	26.8	14.3	24.0	40.0	22.7	33.3	72 18.2%
แทบจะไม่รับประทานเลย	7.0	10.0	3.3	4.2	3.2	8.0	6.7	0.0	66.7	23 5.8%
จำนวน (คน)	**8.6**	**50**	**60**	**71**	**63**	**25**	**15**	**22**	**3**	**395**

ตารางที่ 5-55 ความบ่อยในการบริโภคอาหารเช้า จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความบ่อยในการบริโภคอาหารเช้า	อายุ						รวม
	18-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป	
ทุกวัน	69.5	71.4	79.3	82.6	94.6	71.4	300 75.8%
เป็นบางวัน	22.0	20.3	19.0	17.4	5.4	14.3	73 18.4%
แทบจะไม่รับประทานเลย	8.5	8.2	1.7	0.0	0.0	14.3	23 5.8%
จำนวน (คน)	**59**	**182**	**58**	**46**	**37**	**14**	**396**

ตารางที่ 5-56 สถานที่ที่นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารเช้า จำแนกตามสัญชาติ

สถานที่	สัญชาติ								รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	
ห้องอาหารของโรงแรม	72.1	52.1	66.7	44.3	48.4	52.2	20.0	50.0	212 55.4%
ร้านอาหารในเมือง	20.9	37.5	21.1	40.0	43.5	34.8	40.0	22.7	122 31.9%
ร้านฟาสต์ฟู้ด	1.2	4.2	0.0	5.7	3.2	4.3	6.7	0.0	11 2.9%
แผงลอย / หาบเร่	18.6	27.1	19.3	28.6	33.9	26.1	40.0	31.8	100 26.1%
จำนวน (คน)	**86**	**48**	**57**	**70**	**62**	**23**	**15**	**22**	**383**

ประเภทของอาหารเช้าที่นักท่องเที่ยวบริโภคคือ อาหารไทย และอาหารยุโรปแบบคอนติเนนตัล 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวระบุว่า บริโภคอาหารไทย อีก 1 ใน 3 บริโภคอาหารเช้าแบบคอนติเนนตัล อีกประมาณ 1 ใน 4 ระบุว่าเป็นอาหารเช้าแบบอเมริกัน และมีเพียงส่วนน้อยที่ระบุว่าเป็นอาหารเอเชีย แต่นักท่องเที่ยวสามารถระบุประเภทอาหารเช้าได้มากกว่า 1 ประเภท จึงหมายความว่า นักท่องเที่ยวมีการบริโภคอาหารหลายประเภทคละกันไป สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันนั้นนิยมอาหารเช้าแบบอเมริกันมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวจากยุโรปชาติอื่น ๆ รวมถึงนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส อังกฤษ และเยอรมัน ก็มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่นิยมบริโภคอาหารเช้าแบบคอนติเนนตัลมากที่สุด

ตารางที่ 5-57 ประเภทของอาหารเช้า จำแนกตามสัญชาติ

ประเภทของอาหารเช้า	สัญชาติ								รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	
อาหารไทย	34.9	36.7	40.7	26.9	41.0	28.0	42.9	36.4	136 35.5%
อาหารเอเชีย	27.9	12.2	16.9	4.5	8.2	8.0	42.9	18.2	60 15.7%
คอนติเนนตัล	10.5	49.0	13.6	50.7	44.3	64.0	7.1	59.1	132 34.5%
อเมริกัน	30.2	18.4	47.5	23.9	24.6	16.0	7.1	13.6	102 26.6%
จำนวน (คน)	**86**	**49**	**59**	**67**	**61**	**25**	**14**	**22**	**383**

อาหารกลางวัน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ หรือประมาณร้อยละ 80 บริโภคอาหารกลางวันทุกวัน โดยนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นร้อยละ 95 บริโภคทุกวัน รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส และชาวอเมริกัน ซึ่งกว่าร้อยละ 80 บริโภคอาหารกลางวันทุกวัน ประมาณ 3 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน โอเชียเนีย และเอเชียชาติอื่น ๆ บริโภคอาหารกลางวันทุกวัน รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-58

สถานที่บริโภคอาหารกลางวันที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมไปคือ ร้านอาหารในเมืองที่นักท่องเที่ยวไปเยือนโดยนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่ใช้บริการของร้านอาหารในเมืองมากที่สุด คือ ร้อยละ 81 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสคือ ร้อยละ 75 รองลงมาจากร้านอาหารในเมือง สถานที่อีกแห่งหนึ่งที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ ร้านอาหารประเภทแผงลอย หรือร้านอาหารริมทาง ซึ่งมีสัดส่วนของผู้ใช้บริการคิดเป็น 1 ใน 3 ของประเภทร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวนิยม และเมื่อพิจารณาจำแนกตามเชื้อชาติแล้วพบว่า ร้านอาหารประเภทแผงลอยริมทางเดิน เป็นที่นิยมมากของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่เกือบจะเท่ากับชาวเยอรมันที่รับประทานอาหารในร้านอาหารในเมืองทีเดียว ร้านอาหารประเภทริมทางเท้ายังเป็นที่นิยมมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส อังกฤษ และโอเชียเนีย แต่เป็นที่นิยมน้อยมากในหมู่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ในด้านของประเภทของอาหารกลางวัน ประมาณ 3 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวนิยมบริโภคอาหารไทย ชาติที่มีอัตราส่วนร้อยละของผู้บริโภคอาหารไทยมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน คือ มีอัตรา

ร้อยละ 85 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียชาติอื่น ๆ รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส อังกฤษ และโอเชียเนีย ตามลำดับ จากตารางที่ 5-59 จะเห็นได้ว่า มีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวทุกชาติจะรับประทานอาหารไทยมากกว่าอาหารเอเชียและอาหารตะวันตก ในขณะที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวก็คงบริโภคอาหารที่ตนเองเคยชินอยู่บ้าง เพราะในประเด็นนี้นักท่องเที่ยวสามารถระบุประเภทอาหารได้หลายประเภท

ตารางที่ 5-58 ความบ่อยในการบริโภคอาหารกลางวันจำแนกตามสัญชาติ

การบริโภคอาหารกลางวัน	สัญชาติ									รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	อัฟริกาใต้ (%)	
ทุกวัน	95.3	88.0	83.1	69.0	73.0	62.5	73.3	75.0	66.7	313 80.1%
เป็นบางวัน	4.7	6.0	16.9	31.0	17.5	25.0	26.7	15.0	33.3	64 16.4%
แทบจะไม่รับประทานเลย	0.0	6.0	0.0	0.0	9.5	12.5	0.0	10.0	0.0	14 3.6%
จำนวน (คน)	**86**	**50**	**5.9**	**71**	**63**	**24**	**15**	**20**	**3**	**391**

ตารางที่ 5-59 สถานที่ในการบริโภคอาหารกลางวันจำแนกตามสัญชาติ

สถานที่	สัญชาติ								รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	
ห้องอาหารของโรงแรม	14.3	8.9	21.4	8.5	10.0	20.8	6.7	9.1	48 12.7%
ร้านอาหารในเมือง	81.0	75.6	60.7	70.4	60.0	66.7	73.3	54.5	261 69.2%
ร้านฟาสต์ฟู้ด	2.4	2.2	8.9	12.7	5.0	4.2	0.0	9.1	23 6.1%
แผงลอย / หาบเร่	9.5	42.2	30.4	42.3	40.0	29.2	26.7	50.0	120 31.8%
จำนวน (คน)	**84**	**45**	**56**	**71**	**60**	**24**	**15**	**22**	**377**

ตารางที่ 5-60 ประเภทของอาหารกลางวัน จำแนกตามสัญชาติ

ประเภทของอาหารเช้า	สัญชาติ								รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	
อาหารไทย	66.3	79.2	72.9	78.6	77.8	66.7	80.0	85.7	288 74.6%
อาหารเอเชีย	33.7	33.3	22.0	24.3	14.3	25.0	26.7	23.8	99 25.6%
คอนติเนนตัล	1.2	6.3	18.6	8.6	17.5	20.8	0.0	14.3	40 10.4%
อเมริกัน	0.0	2.1	1.7	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	6 1.6%
จำนวน (คน)	**86**	**48**	**59**	**70**	**63**	**24**	**15**	**21**	**386**

อาหารเย็น

นักท่องเที่ยวเกือบทุกคนรับประทานอาหารเย็นทุกวัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศษ และชาวเยอรมันทุกคนรับประทานอาหารเย็น นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเป็นชาติเดียวที่มีผู้ตอบว่ารับประทานอาหารเย็นเป็นบางวัน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่สูงกว่าชาติอื่น ๆ คือ ร้อยละ 14 และเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารมื้ออื่น อาหารเย็นเป็นมื้อที่มีอัตราส่วนร้อยละของผู้บริโภคเป็นประจำทุกวัน สูงที่สุด สรุปได้ว่าอาหารเย็นเป็นมื้อสำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวทุกชาติ

สำหรับสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปบริโภคอาหารเย็นมากที่สุดคือ ร้านอาหารในเมืองที่นักท่องเที่ยวไปเยือน รองลงมาคือ ร้านอาหารประเภทแผงลอยริมถนน ห้องอาหารในโรงแรม และที่น้อยที่สุดคือ ร้านอาหารประเภทฟาสฟู้ดส์ นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ และจากยุโรปชาติอื่น ๆ เป็นชาติที่มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ชอบไปบริโภคอาหารในร้านอาหารในเมืองสูงกว่าชาติอื่น ๆ ทั้งหมดคือ ร้อยละ 87 สำหรับร้านอาหารประเภทแผงลอยริมถนนเป็นประเภทร้านที่นักท่องเที่ยวนิยมรองลงมาจากร้านอาหารในเมือง แต่พบว่า เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส เยอรมัน และโอเชียเนีย ค่อนข้างมาก ตรงข้ามกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งมักจะนิยมที่จะบริโภคอาหารเย็นของโรงแรมมากกว่าอาหารจากแผงลอยหรือหาบเร่ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวอเมริกัน

ในเรื่องประเภทของอาหารเย็นนักท่องเที่ยวรับประทานอาหารหลายประเภทคละกันไป ดังจะเห็นได้จากการเลือกที่เลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งประเภท แต่ประเภทอาหารที่มีการเลือกมากที่สุดคือ อาหารไทย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาคือ อาหารเอเชีย และอาหารตะวันตก ตามลำดับ ชาติที่นิยม

รับประทานอาหารไทยมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส เยอรมัน โอเชียเนีย และอังกฤษ ซึ่งมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่ชอบบริโภคอาหารไทยสูงกว่าร้อยละ 82 ส่วนชาติที่นิยมบริโภคอาหารไทยน้อยกว่าชาวยุโรปคือ นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวจากเอเชียชาติอื่น ๆ และนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่นิยมบริโภคอาหารตะวันตก สูงกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ ทั้งหมด ส่วนชาวญี่ปุ่นที่เป็นชาติที่มีผู้นิยมอาหารแบบเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 37 ซึ่งสูงกว่าชาติอื่นทั้งหมด รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-61

ตารางที่ 5-61 ความบ่อยในการรับประทานอาหารเย็น จำแนกตามสัญชาติ

การบริโภคอาหารเย็น	สัญชาติ									รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	อัฟริกาใต้ (%)	
ทุกวัน	98.8	100.0	93.3	85.9	92.1	95.8	92.3	100.0	66.7	367 94.1%
เป็นบางวัน	1.2	0.0	6.7	14.1	7.9	4.2	7.7	0.0	33.3	23 5.9%
จำนวน (คน)	**84**	**50**	**60**	**71**	**63**	**24**	**13**	**22**	**3**	**390**

ตารางที่ 5-62 สถานที่ในการบริโภคอาหารเย็น จำแนกตามสัญชาติ

สถานที่	สัญชาติ								รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	
ห้องอาหารของโรงแรม	24.7	16.7	33.3	10.0	6.6	12.5	7.1	22.7	68 17.8%
ร้านอาหารในเมือง	74.1	75.0	66.7	87.1	72.1	87.5	71.4	68.2	288 75.6%
ร้านฟาสต์ฟู้ด	2.4	2.1	8.8	7.1	1.6	0.0	7.1	4.5	16 4.2%
แผงลอย / หาบเร่	14.1	43.8	24.6	32.9	44.3	25.0	21.4	45.5	116 30.4%
จำนวน (คน)	**85**	**48**	**57**	**70**	**61**	**24**	**14**	**22**	**381**

ตารางที่ 5-63 ประเภทของอาหารเย็น จำแนกตามสัญชาติ

ประเภทของอาหารเย็น	สัญชาติ								รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	
อาหารไทย	63.1	87.8	76.7	82.9	84.1	79.2	69.2	86.4	300 77.9%
อาหารเอเชีย	36.9	20.4	16.7	25.7	12.7	29.2	30.8	22.7	93 24.2%
คอนติเนนตัล	4.8	6.1	33.3	20.0	12.7	8.3	7.7	22.7	57 14.8%
อเมริกัน	1.2	2.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	3 0.8%
จำนวน (คน)	**84**	**49**	**60**	**70**	**63**	**24**	**13**	**22**	**385**

<u>ตอนที่ 8</u> ค่าใช้จ่ายต่อวันในประเทศไทย

ค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวที่เดินทางใน 4 จังหวัด คำนวณจาก 1) ค่าที่พักต่อวัน 2) ค่าพาหนะต่อวัน 3) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม 4) ค่าสินค้าและของที่ระลึก 5) ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง และ 6) ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ตารางที่ 5-64 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ปี 2544

หมวดค่าใช้จ่าย	จังหวัด							
	สระแก้ว		บุรีรัมย์		สุรินทร์		ศรีสะเกษ	
	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%	(บาท)	%
1. ค่าที่พัก	663.54	22.81	281.31	18.18	332.08	46.05	343.08	37.51
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	585.89	20.14	193.02	12.47	135.42	18.78	211.14	23.09
3. ค่าบริการเดินทางในจังหวัด	395.30	13.59	127.79	8.26	144.47	20.03	152.62	17.23
4. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	900.52	30.95	838.81	54.20	80.77	11.20	153.69	16.08
5. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	298.49	10.20	88.77	5.74	14.45	2.00	-	-
6. อื่น ๆ	65.55	2.25	18.02	1.16	13.91	1.93	49.09	5.37
รวม	**2,909.29**	**100.00**	**1,547.72**	**100.00**	**721.10**	**100.00**	**914.62**	**100.00**

ที่มา : สถิติการท่องเที่ยวภาคตะวันออก 2544 : หน้า 200

สถิติการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2544 : หน้า 290 , 334 , 371

ตารางที่ 5-65 การกระจายของ 3 ระดับการใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยว

ระดับการใช้จ่ายต่อวัน	ช่วงค่าใช้จ่าย (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำ	ต่ำกว่า 1,000	95	61.3
ปานกลาง	1,030 – 2,000	40	25.8
สูง	2,001 ขึ้นไป	20	12.9
รวม		**155**	**100.0**

การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อวันระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับคณะทัวร์ กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพัง

นักท่องเที่ยวที่เดินทางกับคณะทัวร์ และที่เดินทางตามลำพัง ส่วนใหญ่หรือประมาณร้อยละ 61 มีค่าใช้จ่ายต่อวันไม่เกิน 1,000 บาท

ตารางที่ 5-66 ค่าใช้จ่ายต่อวัน จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ค่าใช้จ่ายต่อวัน	เดินทางกับคณะทัวร์ (%)	เดินทางตามลำพัง (%)	รวม
ไม่เกิน 1,000 บาท	58.3	61.3	94 61.0%
1,001 – 2,000 บาท	16.7	26.8	40 26.0%
2,001 บาทขึ้นไป	25.0	12.0	20 13.0%
จำนวน (คน)	**12**	**142**	**154**

การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อวัน จำแนกตามประเภทของเพื่อนร่วมทาง

นักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพัง ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 73 จะใช้จ่ายต่อวันไม่เกิน 1,000 บาท แต่นักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัวจะมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายต่อวัน ระหว่าง 1,001 – 2,000 บาท สูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางตามลำพัง และอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายตั้งแต่ 2,001 บาทต่อวัน สูงกว่าผู้ที่เดินทางตามลำพัง ลักษณะเช่นนี้จะพบได้ในกลุ่มที่เดินทางกับเพื่อนหรือคนรักเช่นเดียวกัน รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-67

ตารางที่ 5-67 ค่าใช้จ่ายต่อวัน จำแนกตามประเภทของเพื่อนร่วมทาง

ค่าใช้จ่ายต่อวัน (บาท)	ผู้ร่วมเดินทาง			รวม
	เดินทางตามลำพัง (%)	คู่สมรส/สมาชิกในครอบครัว (%)	เพื่อน/คนรัก (%)	
ไม่เกิน 1,000 บาท	72.9	43.8	61.3	95 61.3%
1,001 – 2,000 บาท	25.0	31.3	24.0	40 25.8%
2,001 บาทขึ้นไป	2.1	25.0	14.7	20 12.9%
จำนวน (คน)	**48**	**32**	**75**	**155**

ค่าใช้จ่ายต่อวัน จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวยุโรปซึ่งได้แก่ อังกฤษ ฝรั่งเศส และเยอรมัน ส่วนใหญ่หรือตั้งแต่ร้อยละ 75 ขึ้นไป ใช้จ่ายต่อวันไม่เกิน 1,000 บาท ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งส่วนใหญ่ หรือประมาณร้อยละ 43 จะใช้จ่ายระหว่าง 1,001 – 2,000 บาทต่อวัน และร้อยละ 32 ค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 2,001 บาทขึ้นไป ซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปทุกชาติ

นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเป็นอีกชาติหนึ่งที่มีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่ใช้จ่ายต่อวันตั้งแต่ 2,001 บาทขึ้นไป สูงเป็นอันดับ 2 รองจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-68

ตารางที่ 5-68 ค่าใช้จ่ายต่อวัน จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อวัน (บาท)	สัญชาติ									รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	อัฟริกาใต้ (%)	
ไม่เกิน 1,000 บาท	25.0	80.0	58.6	75.0	65.0	62.5	33.3	85.7	100.0	94 60.6%
1,001 – 2,000 บาท	42.9	20.0	17.2	13.9	30.0	37.5	66.7	14.3	0.0	40 25.8%
2,001 บาทขึ้นไป	32.1	0.0	24.1	11.1	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	21 13.5%
จำนวน (คน)	**28**	**20**	**29**	**36**	**20**	**8**	**6**	**7**	**1**	**155**

การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อวันระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวประเภทรีพีทเตอร์

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งที่ 2 มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายต่อวันไม่เกิน 1,000 บาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่สูงกว่าผู้ที่เดินทางครั้งแรก เช่นเดียวกับผู้ที่ใช้จ่ายเกิน 2,001 บาทต่อวัน ก็มีอัตราส่วนร้อยละที่ลดลง แต่นักท่องเที่ยวประเภทรีพีทเตอร์ที่เดินทางเป็นครั้งที่ 3 ขึ้นไป กลับมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายต่อวันมากขึ้น รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-69

ตารางที่ 5-69 ค่าใช้จ่ายต่อวัน จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย

ค่าใช้จ่ายต่อวัน (บาท)	**จำนวนครั้งที่เดินทางมา**			**รวม**
	ครั้งแรก (%)	**ครั้งที่ 2 (%)**	**ครั้งที่ 3 ขึ้นไป (%)**	
ไม่เกิน 1,000 บาท	66.1	81.5	47.8	92 60.5%
1,001 – 2,000 บาท	23.2	14.8	31.9	39 25.7%
2,001 บาทขึ้นไป	10.7	3.7	20.3	21 13.8%
จำนวน (คน)	**56**	**27**	**69**	**152**

รายได้ของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อวัน

มีหลักฐานที่ยืนยันให้เห็นชัดเจนว่ายิ่งนักท่องเที่ยวมีรายได้หรือฐานะทางเศรษฐกิจดียิ่งขึ้นเท่าใดก็จะยิ่งมีการใช้จ่ายต่อวันมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย แต่ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจะต้องมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 1,501 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 6 หมื่นบาทต่อเดือนขึ้นไป รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-70

ตารางที่ 5-70 ค่าใช้จ่ายต่อวัน จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อวัน (บาท)	รายได้ต่อเดือน						รวม
	ไม่เกิน $975	$976-1,000	$1,001-1,500	$1,501-2,000	$2,001-2,500	$2,501 ขึ้นไป	
ไม่เกิน 1,000	85.7	53.8	61.1	84.6	55.2	22.6	87 60.0%
1,001 – 2,000	14.3	46.2	38.9	11.5	20.7	38.7	38 26.2%
2,001 ขึ้นไป	0.0	0.0	0.0	3.8	24.1	38.7	20 13.8%
จำนวน (คน)	**28**	**13**	**18**	**26**	**29**	**31**	**145**

ตารางที่ 5-71 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระ จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	ค่าใช้จ่ายต่อวัน จำแนกตามลักษณะการเดินทาง (บาท)	
	กรุ๊ปทัวร์	อิสระ
ญี่ปุ่น	6,866.00	2,217.27
ฝรั่งเศส	-	738.95
อเมริกา	4,750.00	5,625.96
อังกฤษ	577.00	1,192.50
โอเชียเนีย	1,970.00	1,121.37
ยุโรปชาติอื่น ๆ	-	1,011.38
เอเชียชาติอื่น ๆ	-	1,150.00
เยอรมัน	-	540.00

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ จะใช้จ่ายต่อวันสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระ และเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายต่อวันสูงกว่านักท่องเที่ยวทุกชาติ และทุกประเภทของการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เดินทางโดยอิสระเป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายต่อวันมากกว่าชาวอเมริกันที่เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ ซึ่งตรงข้ามกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ส่วนนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียมีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่เหมือนกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกล่าวคือ กลุ่มที่เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายเงินต่อวันสูงกว่ากลุ่มที่เดินทางโดยอิสระ นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเหมือนนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันคือ ผู้ที่

เดินทางโดยอิสระจะใช้จ่ายมากกว่ากลุ่มที่เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ ชาวเยอรมันที่เดินทางโดยอิสระเป็นชาติที่ใช้จ่ายต่อวันน้อยที่สุดคือ 540 บาท รองลงมาคือ ชายฝรั่งเศส 739 บาท ส่วนชาวอเมริกันที่เดินทางโดยอิสระเป็นชาติที่ใช้จ่ายต่อวันสูงที่สุด คือ 5,626 บาทต่อวัน

ตอนที่ 9 นักท่องเที่ยวที่มาเยือน 4 จังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา กับความสนใจในนครวัด

ประมาณ 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวที่ทำการสัมภาษณ์ใน 4 จังหวัดเคยไปนครวัดมาแล้ว และอีกประมาณ 1 ใน 3 กำลังจะเดินทางไป ทำให้สันนิษฐานได้ว่า นครวัดส่งอิทธิพลให้เกิดแรงจูงใจในการมาเยือนจังหวัดทั้ง 4 จากการสำรวจได้พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดทั้ง 4 จะประกอบไปด้วยบุคคลที่เคยไปนครวัดมาแล้ว หรือบุคคลที่กำลังจะไปนครวัดในทุกจังหวัด เช่น ในจังหวัดสุรินทร์ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสุรินทร์ มีผู้ที่เคยไปนครวัดมาแล้วประมาณร้อยละ 36 จังหวัดบุรีรัมย์ร้อยละ 19 จังหวัดศรีสะเกษ ร้อยละ 28 และจังหวัดสระแก้ว ร้อยละ 53 สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดทั้ง 4 เพราะสนใจในศิลปะขอมในประเทศไทยหลังจากที่ได้ไปเยือนนครวัด หรือไม่ก็อยากจะชมศิลปะขอมในประเทศไทยก่อนที่จะเดินทางไปชมนครวัด รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-72

ตารางที่ 5-72 นครวัดจำแนกตามจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์

ความตั้งใจที่จะไปนครวัด	สุรินทร์	สระแก้ว	บุรีรัมย์	ศรีสะเกษ	รวม
ได้ไปมาแล้ว	35.9	53.2	19.0	28.6	149 37.7%
กำลังจะไป	26.6	36.7	30.4	42.9	130 32.9%
ยังไม่มีแผนการที่จะไป	37.5	10.1	50.6	28.6	116 29.4%
จำนวน (คน)	**128**	**139**	**79**	**49**	**395**

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยครั้งแรก และมารเยือนจังหวัดทั้ง 4 พบว่ามีผู้ที่ไปเยือนนครวัดมาแล้วคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละที่น้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาเยือนประเทศไทยเป็นครั้งที่ 2 และครั้งที่ 3 ซึ่งหมายถึงว่าผู้ที่มาครั้งแรก เดินทางมาเพื่อที่จะท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นหลักจึงมีผู้ที่ตอบว่า ยังไม่มีแผนจะเดินทางไปนครวัดสูงถึงร้อยละ 40 แต่ในกลุ่มที่มาเป็นครั้งที่ 2 และครั้งที่ 3 จะมีอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่ไปนครวัดมาแล้วเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว กล่าวคือ กลุ่มที่มาเยือนประเทศไทยเป็นครั้งที่ 2

มีผู้ไปเยือนนครวัดมาแล้วถึงร้อยละ 50 และผู้ที่มาครั้งที่ 3 มีผู้ที่ไปเยือนนครวัดมาแล้วถึงร้อยละ 49 จึงสรุปได้ว่าการมาประเทศไทยครั้งที่ 2 และครั้งที่ 3 นักท่องเที่ยวอาจมีจุดมุ่งหมายที่จะไปเยือนนครัด และต้องใช้ประเทศไทยเป็นเส้นทางที่จะผ่านเข้าหรือผ่านออก แม้แต่ในกลุ่มที่มาเยือนประเทศไทยเป็นครั้งแรกกว่าครึ่งหนึ่งเป็นผู้ที่ต้องการจะไปเยือนนครวัด รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-73

ตารางที่ 5-73 ความตั้งใจที่จะไปเยือนนครวัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย

ความตั้งใจที่จะไปนครวัด	จำนวนครั้งที่เดินทางมา			รวม
	ครั้งแรก (%)	ครั้งที่ 2 (%)	ครั้งที่ 3 ขึ้นไป (%)	
ได้ไปมาแล้ว	21.6	50.0	48.9	145 38.4%
กำลังจะไป	37.8	42.6	23.9	121 32.0%
ยังไม่มีแผนการที่จะไป	40.5	7.4	27.3	112 29.6%
จำนวน (คน)	**148**	**54**	**176**	**378**

ร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดมีความตั้งใจที่จะไปนครวัดโดยมีผู้ที่ไปมาแล้วคิดเป็นร้อยละ 38 และกำลังไปร้อยละ 32 นักท่องเที่ยวเกือบทุกชาติมีความตั้งใจที่จะไปเยือนสิ่งมหัศจรรย์ของโลกแห่งนี้ ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ฝรั่งเศส อเมริกา อังกฤษ โอเชียเนีย ยุโรปชาติอื่น ๆ รวมถึงเยอรมันนียกเว้นนักท่องเที่ยวจากเอเชียชาติอื่น ๆ ที่ส่วนใหญ่ หรือกว่าครึ่งหนึ่งยังไม่มีแผนการที่จะไป รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-74

รายได้ของนักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นอุปสรรคในการไปเยือนนครวัดจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวในทุกกลุ่มรายได้ ไปเยือนมาแล้วหรือไม่ก็เป็นผู้ที่กำลังจะไป รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-75

การท่องเที่ยวนครวัดเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทุกชาติสามารถกระทำได้โดยไม่ลำบากเนื่องจากค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายที่นครวัดสำหรับนักท่องเที่ยวทุกชาติอยู่ในระดับที่ต่ำกว่ารายได้ขั้นต่ำต่อเดือนของนักท่องเที่ยว รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-76

ตารางที่ 5-74 ความตั้งใจที่จะไปเยือนนครวัด จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ความตั้งใจที่จะไปนครวัด	สัญชาติ									รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	อัฟริกาใต้ (%)	
ได้ไปมาแล้ว	38.6	30.0	35.6	57.1	37.1	36.0	6.7	35.0	0.0	148 38.2%
กำลังจะไป	32.5	34.0	28.8	25.7	40.3	36.0	40.0	20.0	33.3	124 32.0%
ยังไม่มีแผนการที่จะไป	28.9	36.0	35.6	17.1	22.6	28.0	53.3	45.0	66.7	115 29.7%
จำนวน (คน)	**83**	**50**	**59**	**70**	**62**	**25**	**15**	**20**	**3**	**387**

ตารางที่ 5-75 ความตั้งใจที่จะไปเยือนนครวัด จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว

ความตั้งใจที่จะไปนครวัด	รายได้ต่อเดือน						รวม
	ไม่เกิน $975	$976-1,000	$1,001-1,500	$1,501-2,000	$2,001-2,500	$2,501 ขึ้นไป	
ได้ไปมาแล้ว	40.0	44.8	24.4	49.1	39.0	38.3	142 39.3%
กำลังจะไป	35.3	27.6	39.0	34.0	22.0	33.0	116 32.1%
ยังไม่มีแผนการที่จะไป	24.7	27.6	36.6	17.0	39.0	28.7	103 28.5%
จำนวน (คน)	**85**	**29**	**41**	**53**	**59**	**94**	**361**

ตารางที่ 5-76 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ ในจังหวัดเสียมราฐ

สัญชาติ	จำนวน	ค่าใช้จ่ายต่ำสุด (บาท)	ค่าใช้จ่ายสูงสุด (บาท)	ค่าเฉลี่ย (บาท)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ฝรั่งเศส	11	2,400	20,000	9,054.55	6,051.17
อเมริกาเหนือ	10	2,000	80,000	2,7440.00	27,440.97
อังกฤษ	23	800	40,000	8,260.87	10,711.83
โอเชียเนีย	14	1,200	80,000	10,085.71	20,578.81
ยุโรปอื่น ๆ	4	1,600	40,000	16,400.00	18,391.30
เยอรมัน	2	2,800	2,800	2,800.00	-

ประสบการณ์การที่ได้ไปเยือนนครวัดมาแล้วส่งผลให้ความสนใจที่จะไปชมปราสาทขอมอื่น ๆ มีทั้งเพิ่มขึ้นและลดลง กล่าวคือ ความสนใจที่จะชมปราสาทเขาพระวิหารซึ่งเป็นของกัมพูชาในหมู่ผู้ที่ไปนครวัดมาแล้วในระดับค่อนข้างมาก คิดเป็นร้อยละ 49 เทียบกับคนที่สนใจน้อยมีอยู่ร้อยละ 29 ดูตารางที่ 5-79 นอกจากนี้อัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจจะไปชมปราสาทพนมรุ้ง ก็มีสูงกว่าผู้ที่ไม่ค่อยสนใจ ดูตารางที่ 5-77 ผู้ที่สนใจจะไปชมปราสาทพนมรุ้งคิดเป็นร้อยละ 44 เทียบกับผู้ที่สนใจน้อยร้อยละ 26 เช่นเดียวกับปราสาทเมืองต่ำ ในหมู่ผู้ที่ไปนครวัดมาแล้ว มีผู้ที่สนใจจะไปชมปราสาทเมืองต่ำ ร้อยละ 42 เทียบกับผู้ที่สนใจน้อยร้อยละ 28 ดูตารางที่ 5-78 แต่สิ่งที่เป็นจริงเฉพาะปราสาทขอมที่มีขนาดใหญ่ หรือมีความโดดเด่นเท่านั้น เพราะปราสาทขนาดเล็กอย่างปราสาทศรีขรภูมิ หรือปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ได้รับความสนใจในระดับที่ค่อนข้างน้อยในกลุ่มคนที่ได้ไปชมนครวัดมาแล้ว ดูรายละเอียดในตารางที่ 5-80 และ 5-81

ตารางที่ 5-77 ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทพนมรุ้ง จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ไปนครวัดมาแล้ว

ความสนใจในปราสาทพนมรุ้ง	ประสบการณ์นครวัด		
	ได้ไปมาแล้ว (%)	กำลังจะไป (%)	ยังไม่มีแผนการที่จะไป (%)
น้อย	26.8	15.6	16.7
กลาง	28.9	23.4	15.8
มาก	44.3	60.9	67.5
จำนวน (คน)	**149**	**128**	**114**

ตารางที่ 5-78 ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทเมืองต่ำ จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ที่ไปนครวัดมาแล้ว

ความสนใจในปราสาทเมืองต่ำ	ประสบการณ์นครวัด		
	ได้ไปมาแล้ว (%)	กำลังจะไป (%)	ยังไม่มีแผนการที่จะไป (%)
น้อย	28.2	16.4	23.0
กลาง	29.5	26.6	16.8
มาก	42.3	57.1	60.1
จำนวน (คน)	**149**	**128**	**113**

ตารางที่ 5-79 ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทเขาพระวิหาร จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ที่ไปนครวัดมาแล้ว

ความสนใจในปราสาทเขาพระวิหาร	ประสบการณ์นครวัด		
	ได้ไปมาแล้ว (%)	กำลังจะไป (%)	ยังไม่มีแผนการที่จะไป (%)
น้อย	29.5	16.4	32.5
กลาง	21.5	19.5	21.1
มาก	49.0	64.1	46.5
จำนวน (คน)	**149**	**128**	**114**

ตารางที่ 5-80 ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทศรีขรภูมิ จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ที่ไปนครวัดมาแล้ว

ความสนใจในปราสาทศรีขรภูมิ	ประสบการณ์นครวัด		
	ได้ไปมาแล้ว (%)	กำลังจะไป (%)	ยังไม่มีแผนการที่จะไป (%)
น้อย	39.9	28.9	37.7
กลาง	29.7	32.8	25.4
มาก	30.4	38.3	36.8
จำนวน (คน)	**148**	**128**	**114**

ตารางที่ 5-81 ระดับความสนใจที่จะไปชมปราสาทสระกำแพงใหญ่ จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ที่ไปนครวัดมาแล้ว

ความสนใจใน ปราสาทสระกำแพงใหญ่	ประสบการณ์นครวัด		
	ได้ไปมาแล้ว (%)	กำลังจะไป (%)	ยังไม่มีแผนการที่จะไป (%)
น้อย	34.2	21.9	33.3
กลาง	38.3	27.3	32.5
มาก	27.5	50.8	34.2
จำนวน (คน)	**149**	**128**	**114**

ข้อเท็จจริงที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ก็คือ ถึงแม้ว่าการได้ไปนครวัดมาแล้วทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่อยากจะไปชมปราสาทพนมรุ้ง เมืองต่ำ และเขาพระวิหารเพิ่มขึ้น แต่ก็มีอัตราส่วนร้อยละน้อยกว่าผู้ที่ยังไม่ได้ไปชมนครวัด จากตารางที่ 5-77 ถึงตารางที่ 5-81 ในกลุ่มผู้ที่ยังไม่ได้ไปเห็นนครวัดคือ ผู้ที่ตอบว่ากำลังจะไป เราจะเห็นว่าอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่สนใจจะไปชมปราสาทหินเขาพนมรุ้งในระดับมาก มีอยู่สูงกว่าผู้ที่สนใจน้อย จากตารางที่ 5-77 ในกลุ่มผู้ที่กำลังจะไปนครวัด กลุ่มนี้มีผู้ที่สนใจจะไปชมพนมรุ้งถึงร้อยละ 61 ผู้ที่อยากจะไปชมปราสาทเมืองต่ำในระดับมาก มีร้อยละ 57 (ดูตารางที่ 5-78) ผู้ที่อยากจะไปชมปราสาทเขาพระวิหารมีถึงร้อยละ 64 (ตารางที่ 5-79) ผู้ที่อยากไปชมปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่ก็มีถึงร้อยละ 51 (ตารางที่ 5-81) สรุปได้ว่า ผู้ที่ยังไม่ได้เห็นนครวัด ก็มีความคาดหวังและกระตือรือร้นที่จะเห็นปราสาทหินของขอมในประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่หลังจากที่ได้ไปชมนครวัดมาก่อนแล้วความกระตือรือร้นที่จะไปชมปราสาทขอมในประเทศไทยก็จะลดลง

<u>ตอนที่ 10</u> การเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

สิ่งตีพิมพ์ประเภทหนังสือนำเที่ยวหรือนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่มีความสำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทย รองลงมาคือ คำบอกเล่าแบบปากต่อปาก สื่อทั้ง 2 ประเภท ได้ถูกระบุมากกว่าครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยว สื่อที่สำคัญเป็นอันดับที่ 3 คือ สื่ออินเตอร์เน็ต ส่วนสื่อที่สำคัญในระดับน้อยคือ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ และที่สำคัญน้อยที่สุดคือ สื่อทางวิทยุ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยวพบว่าสื่อประเภทหนังสือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและนิตยสารเป็นสื่อที่ถูกใจมากที่สุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ฝรั่งเศส อเมริกัน อังกฤษ เยอรมัน

และเอเชียชาติอื่น ๆ นอกจากญี่ปุ่น ส่วนนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย และยุโรปอื่น ๆ เรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยจากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือญาติมากกว่าสื่อประเภทหนังสือ ซึ่งมีความสำคัญรองลงมาเป็นอันดับสอง นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน เรียนรู้จากเพื่อนหรือญาติมากเป็นอันดับที่สองรองลงมาจากการอ่านหนังสือ ส่วนชาวญี่ปุ่นเป็นชาติที่นิยมใช้อินเตอร์เน็ตในการหาข้อมูลมากเป็นอันดับ 2 รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-82

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์ได้ระบุสื่อที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศไทยแตกต่างกันเล็กน้อย นักท่องเที่ยวที่สุรินทร์เรียนรู้จากเพื่อนหรือญาติมากที่สุด รองลงมาคือการอ่านหนังสือ ส่วนนักท่องเที่ยวที่ศรีสะเกษ สระแก้ว และบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่จะเรียนรู้จากหนังสือ รองลงมาคือ คำบอกเล่าจากเพื่อนหรือญาติ รายละเอียดอยู่ในตารางที่ 5-83

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกส่วนใหญ่จะเรียนรู้จากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือญาติมากที่สุด รองลงมาเรียนรู้จากการอ่านหนังสือ และอินเตอร์เน็ต ตามลำดับ ส่วนผู้ที่เดินทางมาเป็นครั้งที่สองหรือมากกว่าจะหาข้อมูลจากการอ่านหนังสือมากที่สุด รองลงมาคือ คำบอกเล่าของผู้อื่นและอินเตอร์เน็ต (ตารางที่ 5-84)

นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุน้อยคือ 18 – 24 ปี และ 25 –34 ปี ส่วนใหญ่หาข้อมูลจากการอ่านหนังสือเช่นเดียวกับกลุ่มอายุ 55 – 64 ปี ส่วนกลุ่มอายุ 35 – 44 จะฟังคำบอกเล่าของผู้อื่นมากกว่าการอ่าน ส่วนกลุ่มอายุ 45 – 54 ปี และ 65 ปีขึ้นไป สื่อทั้ง 2 ประเภทสำคัญเท่า ๆ กัน เป็นที่น่าสังเกตว่าอัตราส่วนร้อยละของผู้ใช้สื่อประเภทอินเตอร์เน็ตจะลดลงตามกลุ่มอายุที่เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป ใช้สื่ออินเตอร์เน็ตน้อยที่สุด ซึ่งกลุ่มสูงอายุมีแนวโน้มที่จะใช้สื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่ออินเตอร์เน็ต คือกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุ 55 ปีขึ้นไป รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5-85

ตารางที่ 5-82 สื่อที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

เรียนรู้เกี่ยวกับประเทศไทยจาก	สัญชาติ								รวม
	ญี่ปุ่น (%)	ฝรั่งเศส (%)	สหรัฐ (%)	อังกฤษ (%)	โอเชียเนีย (%)	ยุโรปอื่นๆ (%)	เอเชียอื่น ๆ (%)	เยอรมันนี (%)	
หนังสือพิมพ์	18.6	17.4	19.0	22.9	20.6	12.0	14.3	28.6	19.6
โทรทัศน์	9.3	6.5	22.4	21.4	23.8	20.0	28.6	23.8	17.8
ภาพยนตร์	3.5	4.3	10.3	7.1	4.8	8.0	7.1	19.0	6.8
วิทยุ	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.3
อินเตอร์เน็ต	45.3	28.3	51.7	40.0	39.7	40.0	28.6	23.8	40.2
หนังสือ / นิตยสาร	60.5	67.4	65.5	71.4	71.4	48.0	64.3	95.2	67.1
เพื่อน / ญาติ	40.7	58.7	63.8	65.7	74.6	72.0	42.9	61.9	59.8
จำนวน (คน)	**86**	**46**	**58**	**70**	**63**	**25**	**14**	**21**	**383**

ตารางที่ 5-83 สื่อที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์

เรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยจาก	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์				รวม
	สุรินทร์ (%)	สระแก้ว (%)	บุรีรัมย์ (%)	ศรีสะเกษ (%)	
หนังสือพิมพ์	26.2	14.9	25.0	12.2	20.3
โทรทัศน์	12.7	31.3	16.3	0.0	18.3
ภาพยนตร์	4.0	6.7	10.0	12.2	7.2
วิทยุ	0.8	0.7	0.0	0.0	0.5
อินเตอร์เน็ต	53.2	38.8	25.0	40.8	40.9
หนังสือ / นิตยสาร	58.7	73.9	58.8	83.7	67.1
เพื่อน / ญาติ	66.7	62.7	51.3	49.0	59.9
จำนวน (คน)	**126**	**134**	**80**	**49**	**389**

ตารางที่ 5-84 สื่อที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทาง

เรียนรู้เกี่ยวกับประเทศไทยจาก	จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย			รวม
	ครั้งแรก (%)	ครั้งที่สอง (%)	มากกว่า 2 ครั้ง (%)	
หนังสือพิมพ์	15.6	23.1	22.9	20.1
โทรทัศน์	19.7	30.8	12.8	18.0
ภาพยนตร์	5.4	15.4	6.7	7.4
วิทยุ	0.0	1.9	0.6	0.5
อินเตอร์เน็ต	49.0	46.2	33.0	41.0
หนังสือ / นิตยสาร	60.5	82.7	68.2	67.2
เพื่อน / ญาติ	63.3	59.6	55.9	59.3
จำนวน (คน)	**147**	**52**	**179**	**378**

ตารางที่ 5-85 สื่อที่ทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว

เรียนรู้เกี่ยวกับประเทศไทยจาก	อายุ (ปี)						รวม
	18 -28 (%)	25 - 34 (%)	35 - 44 (%)	45 - 54 (%)	55 - 64 (%)	65 ปีขึ้นไป (%)	
หนังสือพิมพ์	20.7	14.7	20.7	22.2	40.5	28.6	20.3
โทรทัศน์	8.6	23.7	20.7	6.7	16.2	21.4	18.3
ภาพยนตร์	12.1	7.9	5.2	2.2	2.7	14.3	7.2
วิทยุ	1.7	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
อินเตอร์เน็ต	51.7	44.6	41.4	33.3	27.0	7.1	40.9
หนังสือ / นิตยสาร	67.2	67.8	65.5	60.0	78.4	57.1	67.1
เพื่อน / ญาติ	53.4	61.0	67.2	60.0	54.1	57.1	59.9
จำนวน (คน)	**58**	**177**	**58**	**45**	**37**	**14**	**389**

การประมาณค่าแนวโน้มอุปสงค์การท่องเที่ยว

การประมาณค่าแนวโน้มอุปสงค์ และปัจจัยที่สอดรับต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

นโยบายประการหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว วิธีการก็คือ ต้องหาตลาดที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้จ่ายในประเทศไทยมากที่สุดและนานที่สุด บ่อยที่สุด วัตถุประสงค์การวิจัยของบทนี้ก็คือ เพื่อประมาณค่าของอุปสงค์ของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีการสอดรับต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณสถานในเขตจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา การศึกษาทั้งหลาทั้งปวงเพื่อแสวงหาตลาดการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชาโดยมุ่งไปสู่นครวัด สิ่งมหัศจรรย์ของโลกที่คณะผู้วิจัยคาดหวังว่าจะมีลักษณะของนักท่องเที่ยวคล้ายกันกับจังหวัดชายแดนไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานขอมอยู่จำนวนมาก จึงได้กะประมาณค่าของแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และดูความเป็นไปได้ในการขยายตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้สอดรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ตั้งเป้าหมายทางการตลาดไว้

วิธีการประมาณค่าแนวโน้มของอุปสงค์

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นพบว่า มีการเคลื่อนแบบมีแนวโน้ม และมีข้อมูลสำหรับบการประมวลผลหลายปีจึงได้ใช้วิธีวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) เป็นวิธีการพยากรณ์เป็นสมการทั่วไป

$$\text{Demand} = \beta_0 + \beta_1 \ (\text{Period})$$

โดยที่ β_0 = ค่าคงที่

β_1 = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระซึ่งในที่นี้คือ ช่วงเวลา

ผลการวิเคราะห์จำแนกตามจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 5-86 แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างประเทศของประเทศไทย ปี 2537 – 2546

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ล้านคน)
2537	6.95
2538	7.19
2539	7.22
2540	7.76
2541	8.58
2542	9.51
2543	10.06
2544	10.80
2545	9.70
2546	12.00

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ใช้ข้อมูลคำนวณ 10 ปี หน่วย : ล้านคน

Demand = 6.019 + 0.538 (Period)

t – Statistic : (8.568)

R^2 = 0.902 ; F-Statistic = 73.412 ; P-Value = 0.00

ตารางที่ 5-87 แนวโน้มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าพักในจังหวัดบุรีรัมย์ ปี พ.ศ.2530 – 2545

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)
2530	312
2531	392
2532	292
2533	292
2534	292
2535	273
2536	475
2537	507
2538	540
2539	580
2540	577
2541	612
2542	647
2543	682
2544	717
2545	752

ที่มา : พ.ศ.2530-2539 ศูนย์บริการวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ.2540-2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ใช้ข้อมูลคำนวณ 16 ปี หน่วย : พันคน

Demand = 216.15 + 32.97 (Period)

t – Statistic : (10.066)

R^2 = 0.879 ; F-Statistic = 101.37 ; P-Value = 0.00

ตารางที่ 5-88 แนวโน้มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าพักในจังหวัดสุรินทร์ ปี พ.ศ.2530 – 2545

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)
2530	58.13
2531	397.16
2532	440.45
2533	488.54
2534	541.75
2535	600.73
2536	666.20
2537	738.81
2538	919.34
2539	908.64
2540	929.10
2541	989.60
2542	1050.23
2543	1045.63
2544	1123.18
2545	657.69

ที่มา : พ.ศ.2530-2539 ศูนย์บริการวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ.2540-2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ใช้ข้อมูลคำนวณ 16 ปี หน่วย : พันคน

Demand = 274.33 + 52.68 (Period)

t – Statistic : (6.122)

R^2 = 0.728 ; F-Statistic = 37.481 ; P-Value = 0.00

ตารางที่ 5-89 แนวโน้มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าพักในจังหวัดศรีสะเกษ ปี พ.ศ.2530 – 2545

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)
2530	149.04
2531	183.50
2532	717.96
2533	252.42
2534	286.88
2535	321.34
2536	355.80
2537	371.81
2538	388.54
2539	409.13
2540	456.64
2541	634.75
2542	589.12
2543	613.42
2544	610.77
2545	598.09

ที่มา : พ.ศ.2530-2539 ศูนย์บริการวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ.2540-2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ใช้ข้อมูลคำนวณ 16 ปี หน่วย : พันคน

Demand = 215.46 + 25.67 (Period)

t – Statistic : (3.649)

R^2 = 0.487 ; F-Statistic = 13.314 ; P-Value = 0.003

ตารางที่ 5-90 แนวโน้มผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยผ่านแดนเข้าอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ปี พ.ศ.2542 – 2546

ปี พ.ศ.	ผู้เยี่ยมเยือน (พันคน)
2542	27.85
2543	229.20
2544	254.92
2545	309.54
2546	304.27

ที่มา : ด่าน ต.ม. อรัญประเทศ จ.สระแก้ว (ปี พ.ศ.2546 แค่เดือนตุลาคม)

ใช้ข้อมูลคำนวณ 5 ปี พ.ศ.2541 - 2546 หน่วย : พันคน

Demand = 35.202 + 63.32 (Period)

t – Statistic : (3.028)

R^2 = 0.753 ; F-Statistic = 9.167 ; P-Value = 0.056

ตารางที่ 5- 91 แนวโน้มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผ่านแดนเข้า จังหวัดสระแก้ว ปี พ.ศ.2542 – 2546

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยว (พันคน)
2542	25.53
2543	53.80
2544	88.68
2545	65.60
2546	42.33

ที่มา : ด่าน ต.ม. อรัญประเทศ จ.สระแก้ว *ไม่นับรวมชาวกัมพูชา

ใช้ข้อมูลคำนวณ 5 ปี พ.ศ.2541 - 2546 หน่วย : พันคน

Demand = 35.512 + 7.532 (Period)

t – Statistic : (1.066)

R^2 = 0.272 ; F-Statistic = 1.123 ; P-Value = 0.367

ตารางที่ 5-92 แนวโน้มนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติตาพระยา ปี พ.ศ.2541 – 2545

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยว (พันคน)
2541	49.35
2542	35.11
2543	.10
2544	.38
2545	.76

ที่มา : กรมอุทยานแห่งชาติ

ใช้ข้อมูลคำนวณ 5 ปี พ.ศ.2541 - 2545 หน่วย : พันคน

Demand = 56.713 + (-13.19) (Period)

t – Statistic : (3.369)

R^2 = 0.791 ; F-Statistic = 11.49 ; P-Value = 0.04

แนวโน้มนักท่องเที่ยวลดลง

ตารางที่ 5-93 แนวโน้มนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติปางสีดา ปี พ.ศ.2541 – 2545

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยว (พันคน)
2541	147.81
2542	191.57
2543	31.96
2544	33.62
2545	12.22

ที่มา : อุทยานแห่งชาติปางสีดา

ใช้ข้อมูลคำนวณ 5 ปี พ.ศ.2541 - 2545 หน่วย : พันคน

Demand = 200.167 + (-36.91) (Period)

t – Statistic : (2.148)

R^2 = 0.606 ; F-Statistic = 4.612 ; P-Value = 0.121

แนวโน้มนักท่องเที่ยวลดลง

ตารางที่ 5-94 แนวโน้มนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งและปราสาทหินเมืองต่ำ ปี พ.ศ.2542 – 2546

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยว (พันคน)
2542	492.69
2543	468.53
2544	468.95
2545	470.25
2546	463.51

ที่มา : อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง (ปี พ.ศ.2546 แค่เดือนตุลาคม)

ใช้ข้อมูลคำนวณ 5 ปี พ.ศ.2542 - 2546 หน่วย : พันคน

Demand = 489.778 + 5.664 (Period)

t – Statistic : (2.190)

R^2 = 0.615 ; F-Statistic = 4.796 ; P-Value = 0.116

ผลการประมาณค่าแนวโน้มของอุปสงค์

แนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมทั้งประเทศ

ได้สมการ T = 6.019 + 0.538 (ลำดับปี)

ปี 2536 เป็นปีฐาน

หน่วย : ล้านคน

แนวโน้มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติในจังหวัดที่ศึกษา

จังหวัดบุรีรัมย์

T = 216.15 + 32.97 (ลำดับปี)

ปี 2529 เป็นปีฐาน

หน่วย : พันคน

จังหวัดสุรินทร์

T = 274.34 + 52.68 (ลำดับปี)

ปี 2529 เป็นปีฐาน

หน่วย : พันคน

จังหวัดศรีสะเกษ

T = 215.46 + 25.67 (ลำดับปี)

ปี 2529 เป็นปีฐาน

หน่วย : พันคน

ตารางที่ 5-95 แนวโน้มนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ปี พ.ศ.2541 – 2545

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยว (พันคน)
2541	18.08
2542	34.32
2543	280.06
2544	131.62
2545	56.69

ที่มา : กรมอุทยานแห่งชาติ

ใช้ข้อมูลคำนวณ 5 ปี พ.ศ.2541 - 2545 หน่วย : พันคน

Demand = 51.798 + 37.943 (Period)

t – Statistic : (0.460)

R^2 = 0.666 ; F-Statistic = 0.212 ; P-Value = 0.677

ตารางที่ 5-96 ค่าพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และ ศรีสะเกษปี 2546 – 2550

หน่วย : คน

จังหวัด	2546		2547		2548		2549		2550	
	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ
สระแก้ว	415,122	80,312	478,442	88,236	541,762	95,532	605,082	103,012	668,402	110,512
บุรีรัมย์	382,615	1,690	402,615	1,818	422,615	1,931	452,615	2,058	571,428	2,881
สุรินทร์	597,433	11,248	627,433	11,986	657,433	12,892	697,433	13,693	727,433	14,590
ศรีสะเกษ	381,546	537	391,546	578	411,546	614	431,545	615	451,546	814

ตารางที่ 5-97 ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ ปี 2545

หน่วย : วัน

จังหวัด	2546		2547		2548		2549		2550	
	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ
สระแก้ว	1.27	1.27	1.27	1.27	1.27	1.27	1.27	1.27	1.27	1.27
บุรีรัมย์	3.19	2.64	3.18	2.71	3.20	2.74	3.21	2.75	3.16	2.77
สุรินทร์	2.09	1.53	2.10	1.53	2.11	1.53	2.12	1.53	2.10	1.53
ศรีสะเกษ	2.84	1.1	2.90	1.07	2.90	1.08	2.88	1.08	3.04	1.08

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

: การคำนวณและประมาณการของ TDRI

ตารางที่ 5-98 ค่าพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

หน่วย : ล้านบาท

จังหวัด	2547			2548			2549			2550		
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
สระแก้ว	1,164.20	325.98		1,318.28	352.94		1,472.36	380.57		1,626.44	408.28	
บุรีรัมย์	629.77	3.40		938.90	3.60		1,062.40	3.90		1,179	5.50	
สุรินทร์	633.87	13.28		702.17	14.28		777.83	15.16		861.64	16.16	
ศรีสะเกษ	968.49	0.60		1,136.63	0.60		1,332.16	0.60		1,376.21	0.78	

ค่าประมาณรายได้จากการท่องเที่ยว = ค่าใช้จ่าย / คน / วัน x ระยะเวลาพำนัก x จำนวนนักท่องเที่ยว

ปี 2545 ค่าใช้จ่าย / คน / วัน จังหวัดสระแก้ว ชาวไทย 1,916 บาท ชาวต่างประเทศ 2,909 บาท

ปี 2545 ค่าใช้จ่าย / คน / วัน จังหวัดบุรีรัมย์ ชาวไทย 501 บาท ชาวต่างประเทศ 689 บาท

ปี 2545 ค่าใช้จ่าย / คน / วัน จังหวัดสุรินทร์ ชาวไทย 454 บาท ชาวต่างประเทศ 724 บาท

ปี 2545 ค่าใช้จ่าย / คน / วัน จังหวัดศรีสะเกษ ชาวไทย 527 บาท ชาวต่างประเทศ 882 บาท

แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

1. มีความปลอดภัย
2. การเดินทางสะดวกทั้งในส่วนของการเดินทางและผ่านแดน
3. ผ่านจุดท่องเที่ยวหลายจุดในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย
4. เส้นทางไม่ยุ่งยากซับซ้อน
5. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพอใจกับการเดินทางโดยใช้เครื่องบิน (สำหรับปัจจุบัน)
6. มีความหลากหลายในลักษณะการเดินทางเช่น การเดินทาง ทางเรือมาช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดี
7. เส้นทางที่ดีควรเป็นเส้นทางที่วนรอบ

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้วที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาเยี่ยมเยียนปี 2544

1. เขาฉกรรจ์ 2.18%
2. น้ำตกท่ากระบาก -
3. น้ำตกปางสีดา 15.14%
4. ปราสาทเขาน้อย 18.53%
5. ปราสาทเขาโล้น 4.00%
6. ปราสาทสด๊กก๊กธม 29.43%
7. อ่างเก็บน้ำท่ากระบาก -
8. อุทยานแห่งชาติปางสีดา 13.08%
9. ตลาดอรัญประเทศ 24.88%
10. ตลาดชายแดน 62.16%

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ที่นักท่องเที่ยวมาเยือน ปี 2544

1. อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง 80.49%
2. ปราสาทเมืองต่ำ 17.89%
3. อุทยานเขากระโดง 1.63%

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ที่นักท่องเที่ยวมาเยือน ปี 2544

1. อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง 76.83%
2. หมู่บ้านช้างบ้านนากลาง 14.63%

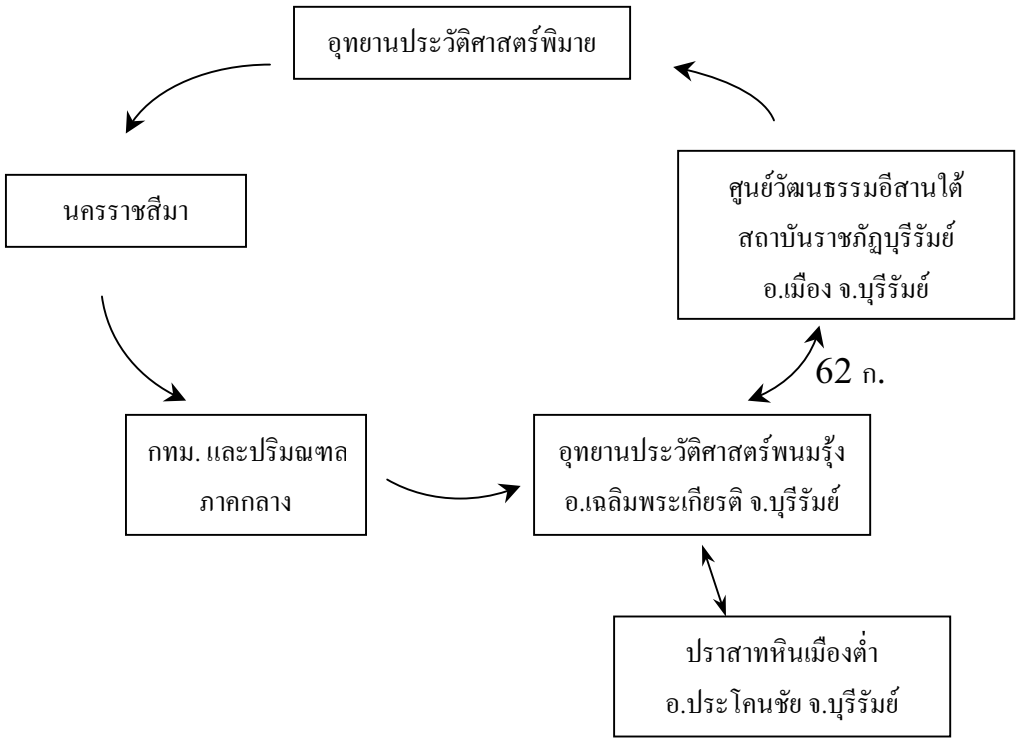
3. ปราสาทศรีขรภูมิ 6.10%
4. หมู่บ้านทอผ้าไหมเขวาสิหรินทร์ 1.22%
5. ช่องจอม อำเภอกาบเชิง 1.22%

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษที่นักท่องเที่ยวมาเยือน ปี 2544

1. อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร เขาพระวิหาร ผามออีแดง 70%
2. สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ (สวนป่าลำดวน) 60%
3. ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ 12%
4. น้ำตกห้วยจันทร์ 12%

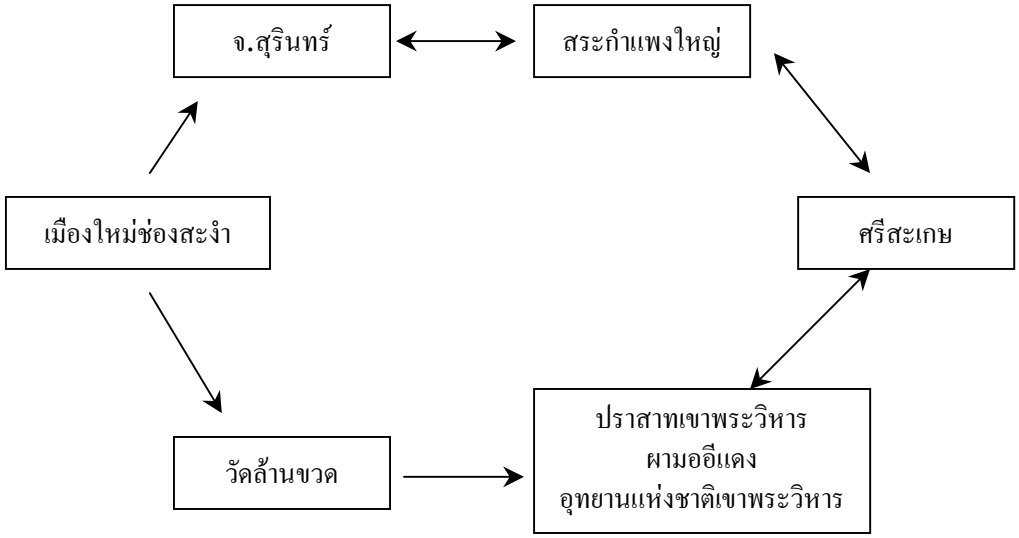
เส้นทางการท่องเที่ยว

1. เส้นทางการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้

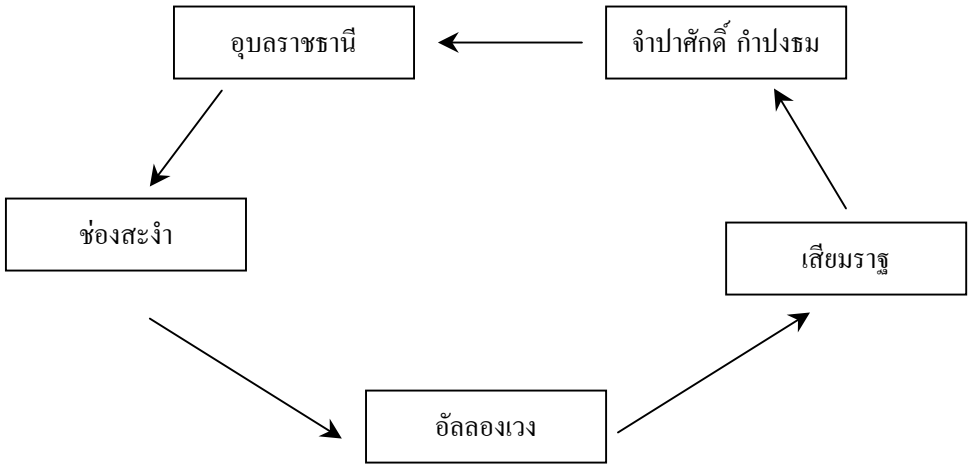


สมมติกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และโบราณสถานจากภาคกลาง และกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ควรใช้เวลา 2 วัน 1 คืน และควรเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อ.เมืองพิมาย จ.นครราชสีมา อุทยานประวัติศาสตร์ทั้งสองแห่งมีความงดงามและทรงคุณค่าทางการศึกษาประวัติศาสตร์และโบราณคดี ที่ยอดเยี่ยมของประเทศไทย

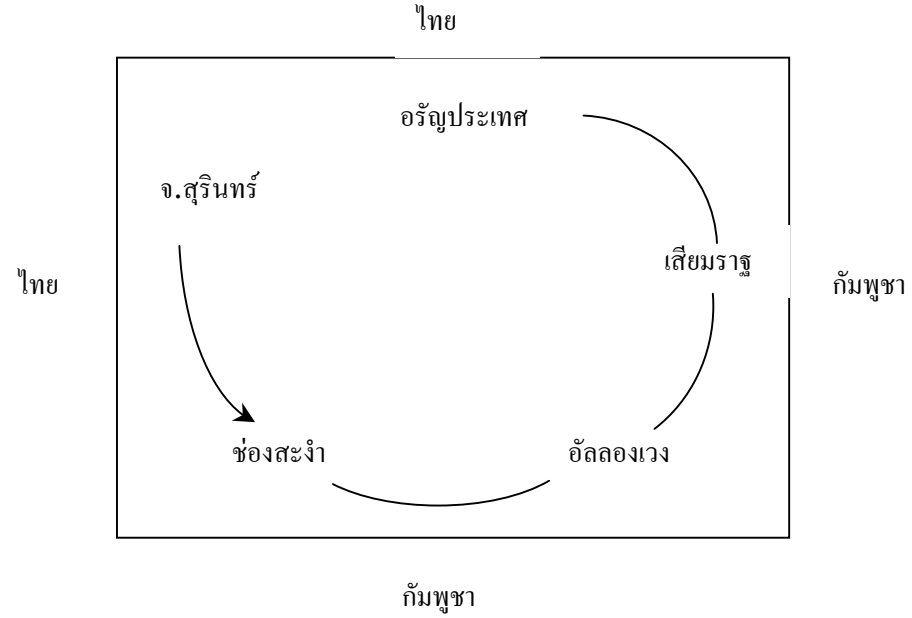
2. เส้นทางการท่องเที่ยว ไหว้พระศรีสะเกษ วัดล้านขวด เขาพระวิหาร



เส้นทางการท่องเที่ยว เมืองใหม่ช่องสะงำ ⟶ อัลลองเวง ⟶ เสียมราฐ ⟶ กำปะธม จำปาศักดิ์ ⟶ ช่องเม็ก ⟶ อุบลราชธานี



เส้นทางท่องเที่ยว งานแสดงช้างสุรินทร์ ช่องสะงำ อัลลองเวง – เสียมราฐ – อรัญประเทศ



โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

การขนส่งทางถนน

เส้นทางหลัก ทางหลวงหมายเลข 226 (นครราชสีมา – อุบลราชธานี) บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ

เส้นทางหลัก ทางหลวงหมายเลข 24 (โชคชัย – เดชอุดม) บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ

เส้นทาง 33 (นครนายก – อรัญประเทศ) สระแก้ว

เส้นทาง 304 (ฉะเชิงเทรา – นครราชสีมา) สระแก้ว

เส้นทาง 348 (สระแก้ว – นางรอง) สระแก้ว – บุรีรัมย์

ตารางการเดินรถโดยสารประจำทาง ต้นทางกรุงเทพมหานคร

เส้นทาง ROUTE	ค่าโดยสาร Fare (BAHT)	ระยะทาง (ก.ม.) Distance (Kms.)	ระยะเวลา (ช.ม.) Time (Hrs.)	เวลาต้นทาง FROM BKK.	เวลาปลายทาง BACK TO BKK.
กท.-สุรินทร์ (31) Bkk.-Surin	385	428	6	22.00	21.30
กท.-บุรีรัมย์-ศรีสะเกษ (947) Bkk.-Buriram-Sisaket	475	536	8	21.30	20.00
กท.-สุรินทร์ (31) Bkk.-Surin	385	428	6	22.00	21.30
กท.-บุรีรัมย์-ศรีสะเกษ (947) Bkk.-Buriram-Sisaket	475	536	8	21.30	20.00
กท-อรัญประเทศ (60) Bkk-Aranyaprathet	180	299	4.3	05.30, 07.00, 08.00 09.45, 10.30, 14.00 18.00	04.00, 06.00, 07.00 09.30, 10.45, 12.00 17.00
กท-องครักษ์-อรัญประเทศ (921) Bkk.-Ongkarak- Aranyaprathet	164	269	4	03.30, 04.00, 04.30 05.00, 06.00, 06.30 08.30, 09.00, 09.30 10.00, 11.30, 12.30 13.30, 14.30, 15.30 16.30, 17.30	04.30, 05.00, 06.30 07.30, 08.30, 09.00 10.30, 11.00, 11.30 12.30, 13.00, 14.00 14.30, 15.00, 15.30 16.30, 17.30
กท.-สระแก้ว (921-2) Bkk.-Sarkaew	153	250	3.3	07.30, 10.30, 16.00	08.30, 10.00, 15.00

การโดยสารรถไฟ สายกรุงเทพฯ – อุบลราชธานี

สถานี บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ

ระยะทาง กรุงเทพฯ – อุบลราชธานี 575 กิโลเมตร

สายกรุงเทพฯ – อรัญประเทศ มีโครงการเชื่อมต่ออรัญประเทศ ⟶ ศรีโสภณ ⟶ พระตะบอง

ตารางระยะทางราคาค่าโดยสารรถไฟต่อคนต่อเที่ยว

สถานี (Departure)	ถึงสถานี (Arrival)	ระยะทาง (กม.) Distant (Km.)	ชั้น (class)1	ชั้น (class)2	ชั้น (class)3
กรุงเทพ(Bangkok)	บุรีรัมย์(Buri Ram)	376	316	155	67
กรุงเทพ(Bangkok)	ศรีสะเกษ(Si Sa Ket)	515	416	201	91
กรุงเทพ(Bangkok)	สุรินทร์(Surin)	420	346	169	73
กรุงเทพ(Bangkok)	อรัญประเทศ(Aranyaprathet)	255	222	111	48

การคมนาคมขนส่งทางอากาศ

นโยบายของรัฐโดยกระทรวงคมนาคม

1. เปิดเสรีการบินในประเทศ
2. กำหนดให้อุบลราชธานีเป็นสนามบินนานาชาติ
3. ปรับปรุงพัฒนาท่าอากาศยานทหาร จังหวัดสุรินทร์ เป็นท่าอากาศยานนานาชาติ
4. การเปิดสายการบินราคาต่ำ

<u>การเชื่อมโยงทางอากาศ</u>

จังหวัดบุรีรัมย์ มีท่าอากาศยานที่มีขนาดทางวิ่งยาว 2,100 เมตร กว้าง 45 เมตร สามารถรองรับเครื่องบินโบอิ้ง 737 ขนาด 150 ที่นั่ง อาคารที่พักผู้โดยสารมีพื้นที่ 2,550 ตารางเมตร รับผู้โดยสารในชั่วโมงคับคั่งได้ 300 คน ปัจจุบันบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ให้บริการในเส้นทาง กรุงเทพฯ-บุรีรัมย์ ไปกลับ วันละ 1 เที่ยวบิน โดยใช้เครื่องบินแบบ ART72 ราคาค่าโดยสารต่อคนเที่ยวเดียว 1,330 บาท ไปกลับ 2,660

จังหวัดสุรินทร์ สนามบินอยู่ระหว่างการพิจารณาร่วมกันระหว่างกระทรวงคมนาคม และจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งปัจจุบันเป็นท่าอากาศยานทหารปรับปรุงให้เป็นท่าอากาศยานพาณิชย์ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวและการค้าชายแดนไทยและกัมพูชา

ท่าอากาศยานอุบลราชธานี / ศรีสะเกษ โดยที่เมืองศรีสะเกษ มีระยะทางจากเมืองอุบลราชธานีเพียง 16 กิโลเมตร และรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้สนามบินอุบลราชธานีเป็นสนามบินนานาชาติ จะทำให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงการบินของอินโดจีน คือ ไทย ลาว เวียดนาม และกัมพูชา ปัจจุบัน บริษัทการบินไทย ได้จัดตั๋วราคาพิเศษให้เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วงสงกรานต์

ราคาค่าโดยสารชั้นประหยัดเที่ยวเดียว 950 บาท ไปกลับ 1,895 บาท (เฉพาะช่วง 9 – 13 เมษายน 2547) โดยที่ราคาค่าโดยสารต่อคนเที่ยวเดียว ราคาชั้นประหยัด 1,898 บาท ไปกลับ 3,790 บาท ชั้นธุรกิจราคาเที่ยวเดียวต่อคน 2,695 บาท ไปกลับ 5,390 บาท

จำนวนโรงแรมและจำนวนห้องพัก ปี พ.ศ.2544

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งกลุ่มสถานที่พักแรม โดยใช้ราคาต่ำสุดของราคาขายเป็นเกณฑ์ สามารถแบ่งได้ 5 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป
กลุ่มที่ 2 ราคาตั้งแต่ 1,500 – 2,499 บาท
กลุ่มที่ 3 ราคาตั้งแต่ 1,000 – 1,499 บาท
กลุ่มที่ 4 ราคาตั้งแต่ 500 – 999 บาท
กลุ่มที่ 5 ราคาตั้งแต่ 500 บาทลงมา

จังหวัด	รวม		กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3		กลุ่ม 4		กลุ่ม 5	
	โรงแรม	ห้อง	โรงแรม	ห้อง	โรงแรม	ห้อง	โรงแรม	ห้อง	โรงแรม	ห้อง	โรงแรม	ห้อง
สระแก้ว	19	840	-	-	-	-	-	-	3	290	16	550
บุรีรัมย์	9	484	-	-	1	58	1	71	4	150	3	205
สุรินทร์	8	552	-	-	1	233	1	162	1	65	5	392
ศรีสะเกษ	5	433	-	-	-	-	-	-	2	298	3	135

การมีโทรศัพท์ใช้

โทรศัพท์พื้นฐาน

จังหวัด	จำนวนชุมสาย	เลขหมายที่มี	เลขหมายที่เปิดใช้	จำนวนโทรศัพท์ประชากร
สระแก้ว	8	14,777	12,098	2.74
บุรีรัมย์	20	30,400	27,450	1.00
สุรินทร์	18	25,947	22,510	1.00
ศรีสะเกษ	26	23,763	21,689	1.00

สถิติผู้เข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ ปี 2544

เดือน	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง						ปราสาทเมืองต่ำ						รวมผู้เข้าชมทั้งสิ้น (ต่อเดือน)	หมายเหตุ ยอดรวมสะสม
	ชาวไทย	ชาวต่าง-ประเทศ	ภิกษุ-สามเณร	นักเรียน/นักศึกษา	แขกของราชการ	รวมพนมรุ้ง	ชาวไทย	ชาวต่าง-ประเทศ	ภิกษุ-สามเณร	นักเรียน/นักศึกษา	แขกของราชการ	รวมพนมรุ้ง		
ตุลาคม	34,600	2,100	312	1,581	795	39,388	5,100	1,450	150	360	90	7,150	46,538	46,538
พฤศจิกายน	22,800	3,850	243	2,335	503	29,731	3,900	2,150	114	567	70	6,801	36,532	83,070
ธันวาคม	31,750	3,200	115	4,113	588	39,766	3,200	1,800	97	515	315	5,927	45,693	12,763
มกราคม	38,950	3,350	132	1,707	516	44,655	7,250	2,550	93	806	175	10,874	55,529	184,292
กุมภาพันธ์	19,450	3,670	275	5,458	739	29,592	5,000	1,500	143	1,051	10	7,704	37,296	221,588
มีนาคม	29,150	3,150	325	2,880	705	36,210	3,100	1,900	208	955	80	6,243	42,453	264,041
เมษายน	57,500	2,000	450	478	939	61,367	7,800	1,650	327	65	8	9,850	71,217	335,258
พฤษภาคม	29,350	1,400	370	366	892	32,378	4,250	750	85	159	116	5,360	37,738	372,996
มิถุนายน	15,350	1,400	87	514	383	17,734	1,650	400	30	270	150	2,500	20,234	393,230
กรกฎาคม	17,650	2,200	153	1,981	545	22,529	2,500	1,100	130	916	160	4,806	27,335	420,565
สิงหาคม	14,700	2,200	187	2,870	896	20,853	2,150	1,200	94	713	166	4,323	25,176	445,741
กันยายน	13,700	1,450	120	2,625	1,221	19,116	1,750	650	35	1,560	100	4,099	23,215	468,956
รวม	**324,950**	**29,970**	**2,769**	**26,908**	**8,722**	**393,319**	**47,650**	**17,100**	**1,506**	**7,941**	**1,440**	**75,637**	**468,956**	

สถิติผู้เข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ ปี 2545

เดือน	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง						ปราสาทเมืองต่ำ						รวมผู้เข้าชมทั้งสิ้น (ต่อเดือน)	หมายเหตุ ยอดรวมสะสม
	ชาวไทย	ชาวต่าง-ประเทศ	ภิกษุ-สามเณร	นักเรียน/นักศึกษา	แขกของราชการ	รวมพนมรุ้ง	ชาวไทย	ชาวต่าง-ประเทศ	ภิกษุ-สามเณร	นักเรียน/นักศึกษา	แขกของราชการ	รวมพนมรุ้ง		
ตุลาคม	38,800	1,700	150	1,569	515	42,734	4,950	900	78	441	80	6,449	49,183	49,183
พฤศจิกายน	18,000	2,800	257	2,292	1,120	24,469	2,650	1,350	150	643	50	4,843	29,312	78,495
ธันวาคม	41,300	2,450	185	4,007	1,543	49,485	3,750	900	104	1,209	292	6,255	55,740	134,235
มกราคม	34,800	2,400	258	4,540	844	42,842	7,350	1,800	105	704	260	10,219	53,061	187,296
กุมภาพันธ์	26,650	2,950	150	2,314	702	32,766	2,900	1,350	75	684	160	5,169	37,935	225,231
มีนาคม	27,750	2,500	103	2,112	408	32,873	2,600	1,000	89	266	110	4,065	36,938	262,169
เมษายน	55,350	1,500	1,350	529	355	59,084	8,300	1,000	735	284	120	10,439	69,523	331,692
พฤษภาคม	26,642	1,350	470	396	423	29,281	3,500	650	190	237	-	4,577	33,858	365,550
มิถุนายน	16,650	1,100	115	284	927	19,076	2,050	400	81	234	25	2,790	21,866	387,416
กรกฎาคม	20,400	1,850	85	2,809	2,253	27,397	3,300	800	34	852	-	4,986	32,383	419,799
สิงหาคม	18,750	1,950	180	3,377	3,388	27,645	2,850	800	89	975	58	4,772	32,417	452,216
กันยายน	10,900	1,250	250	1,840	677	14,917	1,750	650	65	653	-	3,118	18,035	470,251
รวม	**335,992**	**23,800**	**3,553**	**26,069**	**13,155**	**402,569**	**45,950**	**11,600**	**1,795**	**7,182**	**1,155**	**67,682**	**470,251**	

สถิติผู้เข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ ปี 2546

เดือน	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง						ปราสาทเมืองต่ำ						รวมผู้เข้าชมทั้งสิ้น (ต่อเดือน)	หมายเหตุ ยอดรวมสะสม
	ชาวไทย	ชาวต่าง-ประเทศ	ภิกษุ-สามเณร	นักเรียน/นักศึกษา	แขกของราชการ	รวมพนมรุ้ง	ชาวไทย	ชาวต่าง-ประเทศ	ภิกษุ-สามเณร	นักเรียน/นักศึกษา	แขกของราชการ	รวมพนมรุ้ง		
ตุลาคม	27,050	1,500	350	1,560	1,181	31,641	3,350	550	180	866	625	5,571	37,212	37,212
พฤศจิกายน	29,300	3,400	257	2,105	1,055	36,117	3,650	1,550	85	360	64	5,709	41,826	79,038
ธันวาคม	38,850	2,350	150	3,493	594	45,437	6,450	1,450	75	889	91	8,955	54,392	133,430
มกราคม	30,100	2,400	210	4,704	808	38,222	4,200	1,100	115	901	140	6,456	44,678	178,108
กุมภาพันธ์	2,400	2,150	184	1,434	349	28,117	3,550	1,100	96	1,427	70	6,243	34,360	212,468
มีนาคม	30,750	1,950	350	2,382	1,540	36,972	3,750	1,100	230	1,264	300	6,644	43,616	256,084
เมษายน	47,650	950	1,350	142	915	51,007	9,000	450	750	190	255	10,645	61,652	317,736
พฤษภาคม	29,500	800	280	798	840	32,218	4,500	250	125	120	416	5,411	37,629	355,365
มิถุนายน	15,950	500	65	483	626	17,624	2,500	200	21	167	183	3,071	20,695	376,060
กรกฎาคม	23,050	1,050	150	2,076	1,223	27,549	3,500	300	75	603	25	4,503	32,052	408,112
สิงหาคม	18,150	1,300	80	4,785	823	25,138	2,500	700	53	1,530	220	5,003	30,141	438,253
กันยายน	13,650	1,000	53	4,953	556	20,212	2,500	600	35	1,794	111	5,040	25,252	463,505
รวม	**306,400**	**19,350**	**3,479**	**28,915**	**10,510**	**390,254**	**49,450**	**9,350**	**1,840**	**10,111**	**2,500**	**73,251**	**463,505**	

รายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2541-2545

ลำดับที่	ชื่ออุทยานแห่งชาติ	2541		2542		2543		2544		2545		หมายเหตุ
		จำนวนนักท่องเที่ยว	รายได้	จำนวนนักท่องเที่ยว	รายได้	จำนวนนักท่องเที่ยว	รายได้	จำนวนนักท่องเที่ยว	รายได้	จำนวนนักท่องเที่ยว	รายได้	
1	เขาพระวิหาร	18,077	-	34,323	2,750	280,067	202,870	131,612	3,879,610	56,690	2,057,990	
2	ตาพระยา	49,351	-	35,114	900	97	-	384	5,150	757	7,110	
3	ปางสีดา	147,805	327,747	191,572	324,790	31,962	786,785	33,622	1,119,970	12,221	1,384,830	

รายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ

ลำดับที่	ชื่ออุทยานแห่งชาติ	รวมจำนวนคนและยานพาหนะตั้งแต่ต้นปีงบประมาณจนถึงสิ้นเดือนกันยายน 2544												หมายเหตุ
		ไปกลับ					พักแรม					รวมทั้งสิ้น (คน)	ค่าธรรมเนียม (บาท)	
		ยานพาหนะ (คัน)	นักศึกษา (คน)	ประชาชน (คน)	ชาวต่างชาติ (คน)	รวม (คน)	ยานพาหนะ (คัน)	นักศึกษา (คน)	ประชาชน (คน)	ชาวต่างชาติ (คน)	รวม (คน)			
1	ตาพระยา	0	84	117	0	201	47	126	57	0	183	384		
2	เขาพระวิหาร	20,794	23,087	103,111	5,414	131,612	0	0	0	0	0	131,612		
3	ปางสีดา	4,394	10,729	9,766	0	20,495	1,729	5,489	7,638	0	13,127	33,622		

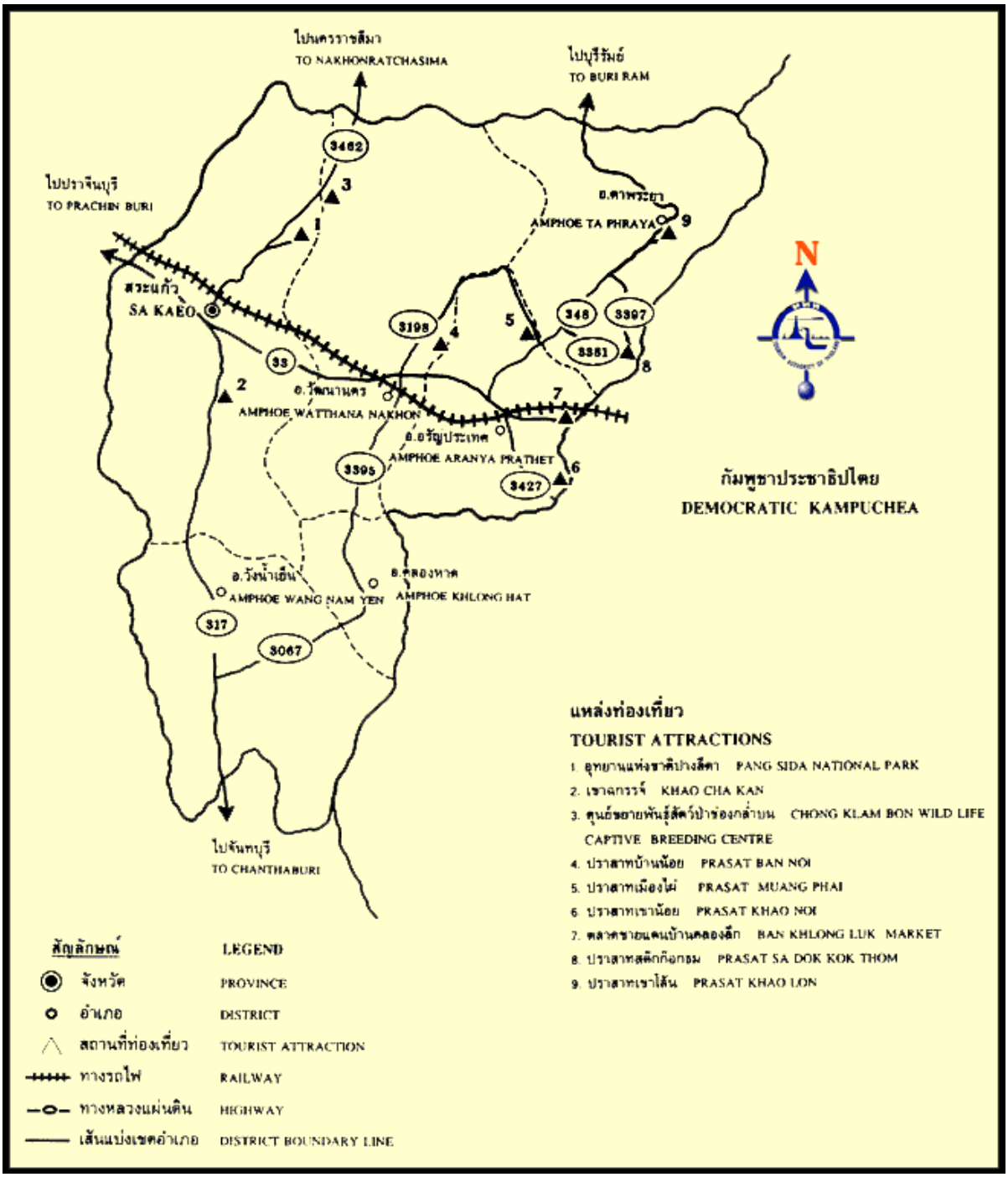
รายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่ออุทยานแห่งชาติ	รวมจำนวนคนและยานพาหนะตั้งแต่ต้นปีงบประมาณจนถึงสิ้นเดือนกันยายน 2545												หมายเหตุ
		ไปกลับ					พักแรม					รวมทั้งสิ้น (คน)	ค่าธรรมเนียม (บาท)	
		ยานพาหนะ (คัน)	นักศึกษา (คน)	ประชาชน (คน)	ชาวต่างชาติ (คน)	รวม (คน)	ยานพาหนะ (คัน)	นักศึกษา (คน)	ประชาชน (คน)	ชาวต่างชาติ (คน)	รวม (คน)			
1	ตาพระยา	48	164	145	0	309	63	500	170	0	670	979		
2	เขาพระวิหาร	11,094	5,408	53,316	2,611	61,335	0	0	0	0	0	61,335		
3	ปางสีดา	4,588	9,631	9,513	57	19,201	3,403	4,632	5,662	34	10,328	29,529		

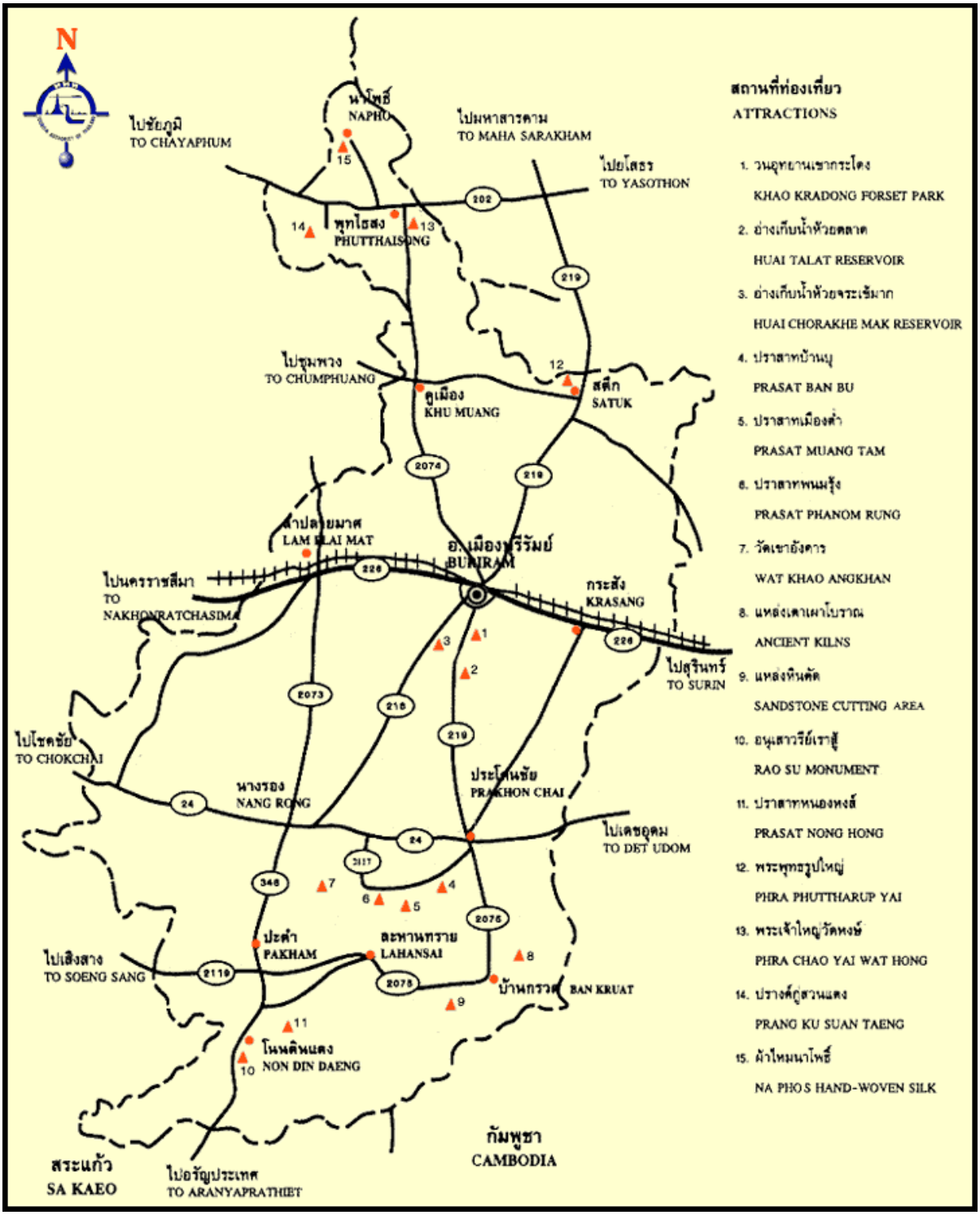
สถิติบุคคลและพาหนะเข้า-ออกราชอาณาจักร
จุดผ่านแดนถาวรบ้านคลองลึก ด่าน ตม. อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

ปี	PP.ไทย		BP.ไทย		คนไทย		PP.กัมพูชา		BP.กัมพูชา		กัมพูชา		ต่างชาติอื่น ๆ		บัตรผ่านแดนชั่วคราว (กัมพูชา)		พาหนะ	
	เข้า	ออก	เข้า	ออก	เข้า	ออก	เข้า	ออก	เข้า	ออก	เข้า	ออก	เข้า	ออก	เข้า	ออก	เข้า	ออก
2542	14,948	16,943	12,903	13,242	27,851	30,185	9,513	6,685	14,459	13,551	23,972	20,236	25,530	28,720	-	-	19,832	19,832
2543	187,058	190,566	42,142	44,439	229,200	235,005	16,140	10,500	40,822	39,946	56,962	50,446	53,796	60,592	1,421,300	1,421,300	19,785	19,785
2544	212,021	200,132	42,901	49,204	254,922	249,336	20,373	14,512	47,303	46,132	67,676	60,644	88,684	94,584	1,787,461	1,787,461	21,842	21,482
2545	277,978	278,714	31,570	43,673	309,548	322,387	41,923	32,032	65,600	48,632	107,523	80,664	65,600	48,632	107,523	107,523	124,965	133,762
2546	228,702	229,514	19,572	24,923	248,274	254,437	22,635	17,044	42,330	29,410	64,965	46,454	42,330	29,410	64,965	64,965	84,846	90,153

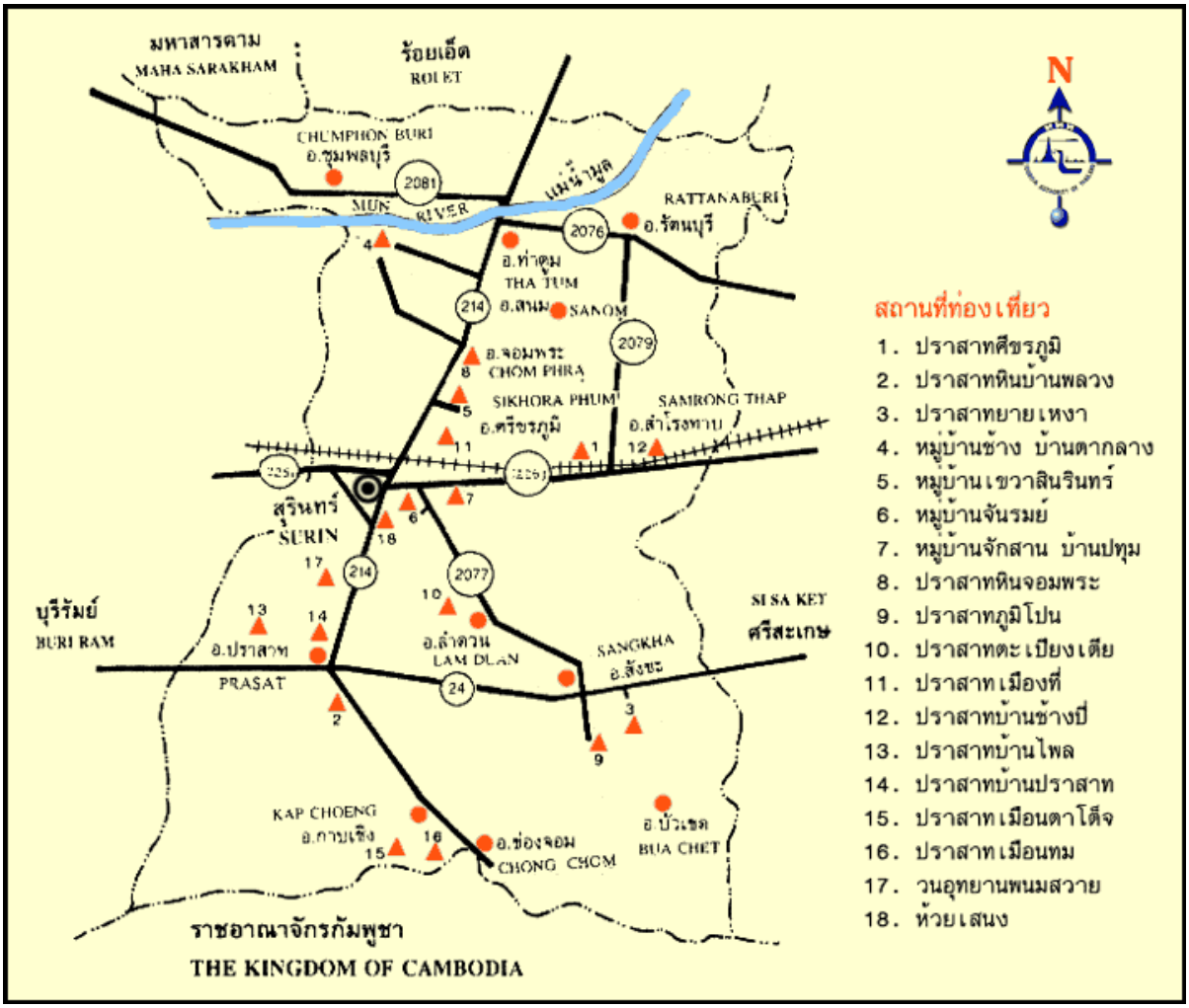
รูปที่ 5.1 แผนภาพสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว



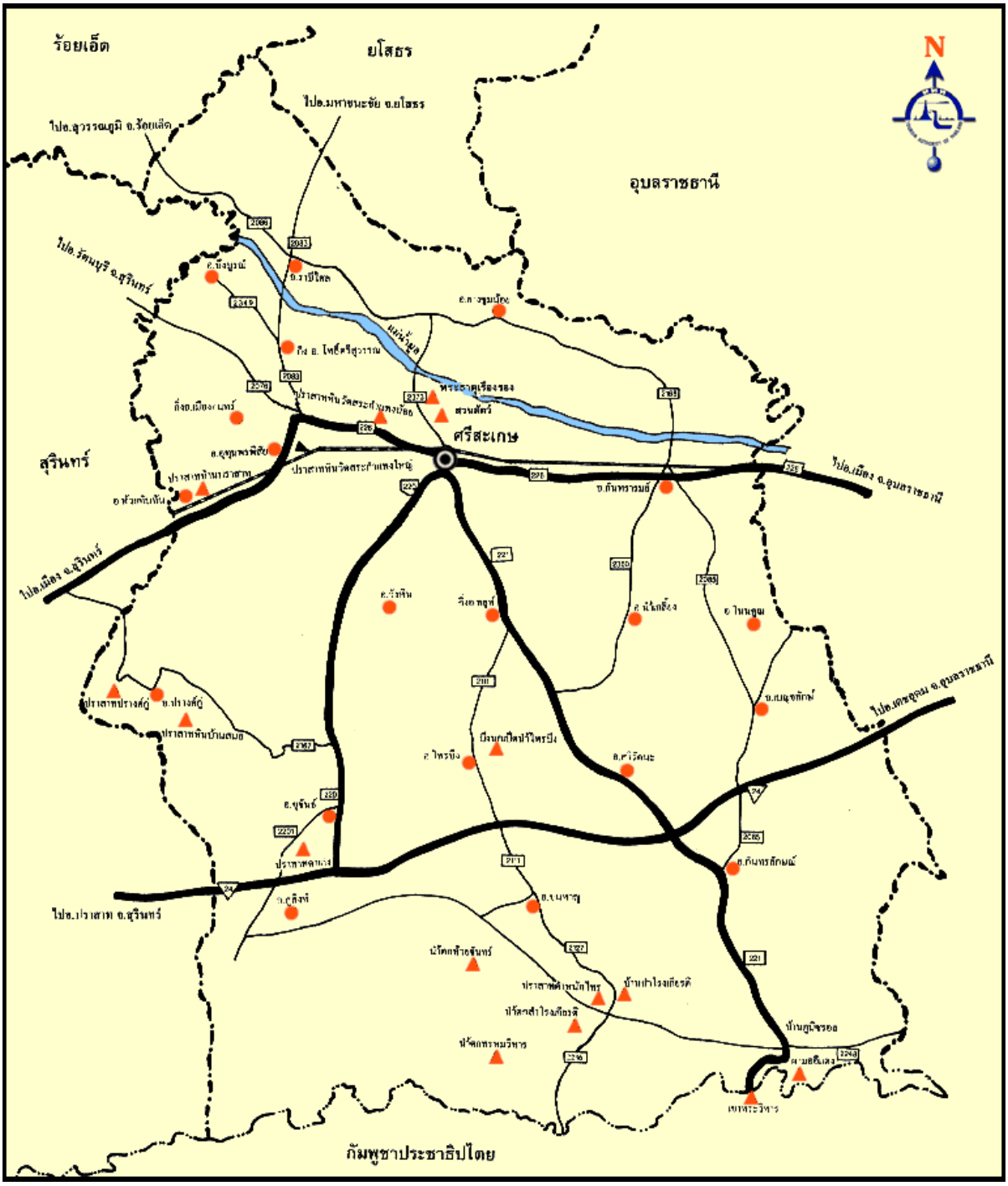
รูปที่ 5.2 แผนภาพสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์



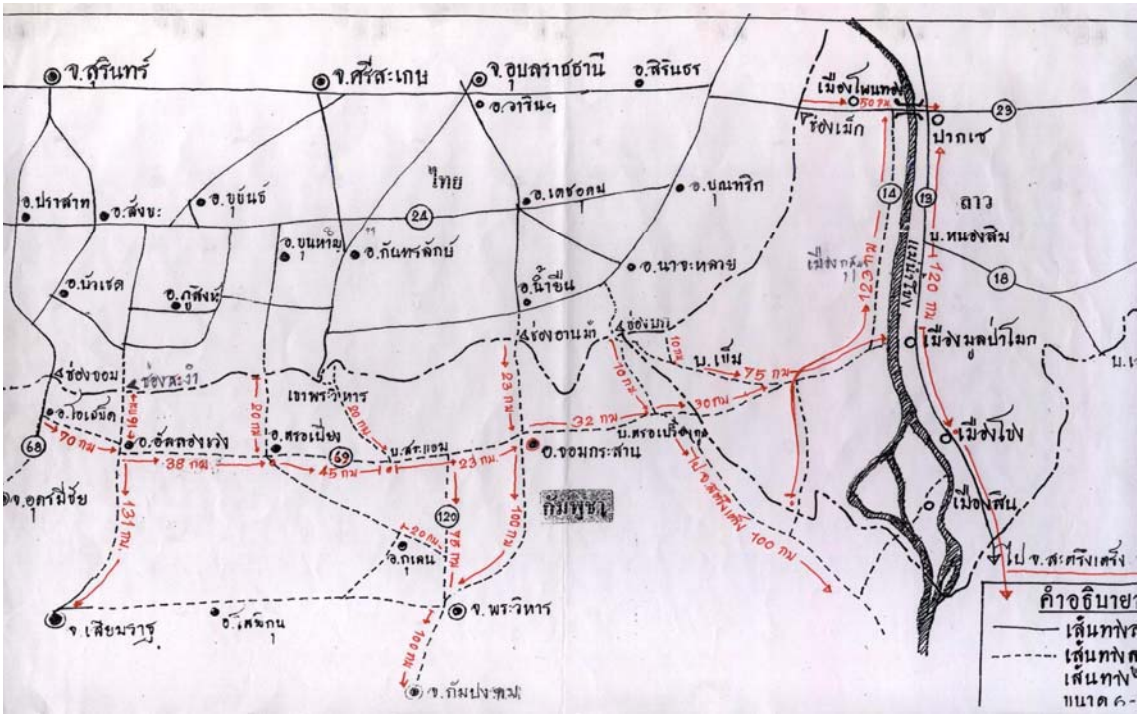
รูปที่ 5.3 แผนภาพสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์



รูปที่ 5.4 แผนภาพสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ



รูปที่ 5.5 แผนที่เส้นทางอีสานใต้ - เสียมราฐ - พระวิหาร


จ.สุรินทร์
จ.ศรีสะเกษ
จ.อุบลราชธานี
อ.สิรินธร
อ.วารินฯ
เมืองไพนทง
ช่องเม็ก
ปากเซ
ไทย
อ.ปราสาท
อ.สังขะ
อ.ขุขันธ์
อ.เดชอุดม
อ.บุณฑริก
ลาว
อ.บัวเชด
อ.กาบเชิง
อ.ขุนหาญ
อ.กันทรลักษ์
อ.นาจะหลวย
อ.น้ำยืน
ช่องสะงำ
ช่องจอม
เขาพระวิหาร
อ.เดชอุดม
อ.สำโรงทาบ
อ.ศรีรัตนะ
อ.ศรีสะเกษ
อ.ขุขันธ์
อ.ตาพระยา
อ.กาบเชิง
อ.ตระการพืชผล
อ.โขงเจียม
อ.สิรินธร
อ.วารินฯ
อ.น้ำยืน
อ.นาจะหลวย
อ.บุณฑริก
อ.เดชอุดม
อ.ตาพระยา
อ.ศรีรัตนะ
อ.ศรีสะเกษ
อ.ขุขันธ์

บทที่ 6

นโยบายและกลยุทธ์การจัดการของจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

เป้าหมายสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งคือ การเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้ตกอยู่ในเขตจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยใช้กลยุทธ์การเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจมาเยี่ยมเยือนและใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในด้านการผลิต การบริโภคการจำหน่ายจ่ายแจก การแลกเปลี่ยนและการจ้างงานอันนำไปสู่รายได้ส่วนบุคคล และส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดและประเทศสูงขึ้นของทั้งสองประเทศ คณะผู้ศึกษาได้รวบรวมแผนกลยุทธ์ของจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ นำมาวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ด้วยวิธี SWOT Analysis นำมาใช้วิเคราะห์เพื่อเสนอแนวกลยุทธ์โดยวิเคราะห์ร่วมกับแผนสัมภาษณ์เชิงลึกของกรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและสภาธุรกิจท่องเที่ยวส่วนภูมิภาค และรวมการวิเคราะห์กับการสัมภาษณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจขายสินค้า และสินค้าที่ระลึกในเขตจังหวัดที่ศึกษา รวมทั้งการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมเยือนจังหวัดที่ศึกษา โดยพิจารณาในส่วนที่ให้ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยข้อกลยุทธ์เหล่านี้จะมุ่งเน้นไปในส่วนที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่ผูกพันอันนำไปสู่พันธสัญญากับประเทศเพื่อนบ้านและจังหวัดที่มีศักยภาพสูงทางด้านการท่องเที่ยว อย่างเช่น จังหวัดเสียมราฐ ประเทศกัมพูชาที่เป็นที่ตั้งของนครวัด นครธม แดนมหัศจรรย์ของโลก จังหวัดพระวิหารที่เป็นที่ตั้งของเขาพระวิหารติดชายแดนไทย-กัมพูชา

กรอบการวิเคราะห์กลยุทธ์ เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกของการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ศึกษาทั้งในอดีตและที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด จากนั้นจึงทำผลที่ได้มากำหนดส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวและนำเสนอแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด

เป้าประสงค์

เพื่อพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวและบริการ และเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัดและต่างประเทศเพื่อสร้างระบบการบริหารที่ดี และนำไปสู่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลและยั่งยืน

ประเด็นกลยุทธ์

1. ส่งเสริมการค้าชายแดน
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยว

กลยุทธ์การค้าชายแดน

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการตั้งเขตเศรษฐกิจ -พิเศษเพื่อให้มี การลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

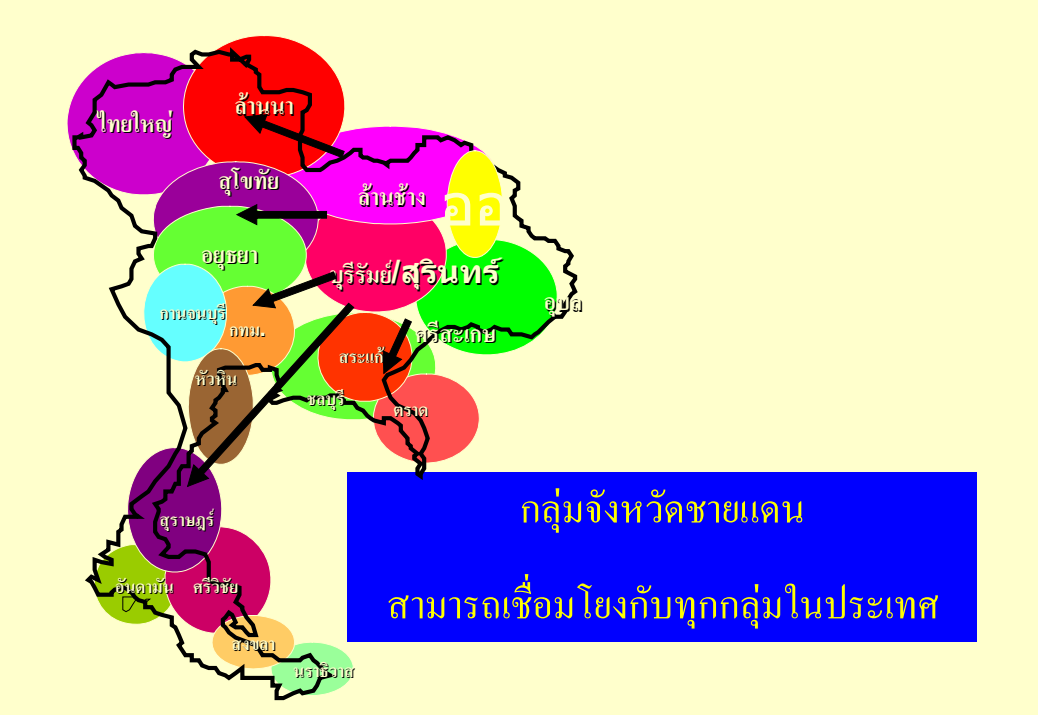
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้มีระบบการคมนาคม ขนส่งให้เชื่อมโยงทั้งในและประเทศ เพื่อนบ้าน

แนวทางการ **พัฒนาด่านชายแดน** เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความรวดเร็ว เพิ่มรายได้ จำนวนผู้ส่งออก มูลค่าการส่งออก ปริมาณการขนส่ง เพิ่มปริมาณและมูลค่าการขนส่ง **พัฒนาเมืองใหม่ช่องสะงำ พัฒนาเขาพระวิหาร/ผามออีแดง** เปิดด่านชายแดนเพิ่มเติม พัฒนาสามเหลี่ยมมรกต

กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทั้งในประเทศและกับประเทศเพื่อนบ้าน ในเขตจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

รูปที่ 6.1 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดชายแดน



กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่ม ศักยภาพด้านการบริการ และเพิ่มแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

เป็นการวิเคราะห์ถึงความพร้อมของจังหวัดที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีทั้งส่วนที่เป็นจุดแข็งและส่วนที่เป็นจุดอ่อน โดยพิจารณาถึงสินค้าการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น สถานที่โบราณ-สถาน วัด วัฒนธรรม ประเพณี กีฬา กิจกรรม
2. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่รอบรับนักท่องเที่ยวได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน สถานที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร การบริการนำเที่ยว ร้านสินค้าและสินค้าที่ระลึก โดยจะวิเคราะห์ศักยภาพเชิงจำนวนที่มีความพร้อมและกลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้เพื่อการบริหารการจัดการ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ภายใต้ขอบเขตของความรับผิดชอบของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา ซึ่งประกอบไปด้วยความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งคณะผู้วิจัยจัดเป็นโอกาส และข้อจำกัดของการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนในเรื่องของอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดกับการท่องเที่ยวเช่น เหตุการณ์ทางการเมืองของกัมพูชาเอง และปัญหาโรคระบาดอื่น ๆ นโยบายของรัฐบาลท้องถิ่นในจังหวัดที่มีอาณาเขตติดกับประเทศไทย สภาพถนน โครงการช่วยเหลือจากประเทศไทย และองค์กรระหว่างประเทศ รวมทั้งการเกิดเหตุการณ์ทางสังคมระหว่างชาวกัมพูชาและชาวไทย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อจุดอ่อนและจุดแข็งที่เป็นสิ่งแวดล้อมภายในด้วย

ตารางที่ 6-1 ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. โบราณสถานจำนวนมาก	✓			1. ทางหลวงแผ่นดินมาตรฐาน 2 ช่องจราจร	✓		
2. กิจกรรม / ประเพณีมาก		✓					
3. ศักยภาพท่องเที่ยวธรรมชาติและเชิงนิเวศสูง		✓		2. ความสนใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศน้อย	✓		
4. เชื่อมโยงไทยและกัมพูชาและอินโดจีนได้	✓			3. ขาดแคลนมัคคุเทศน์อาชีพ	✓		
5. ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวถูกกว่าภูมิภาคอื่น ๆ	✓			4. การรวมตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดน้อย	✓		
6. วัฒนธรรมท้องถิ่นหลากหลาย	✓			5. ขาดแหล่งท่องเที่ยวบันเทิงในเขตเมือง	✓		
7. มีความปลอดภัยสูง	✓			6. การโฆษนาสินค้าท่องเที่ยวน้อย	✓		
8. ประชาชนเป็นมิตร	✓			7. การใช้สื่ออินเตอร์เน็ตน้อย	✓		
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. โบราณสถานเกี่ยวข้องกับประเทศเพื่อนบ้าน	✓			1. ความไม่แน่นอนการเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน		✓	
2. การพัฒนากิจกรรม / ประเพณีสู่สากล	✓			2. ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชาสูงกว่าประเทศไทยมาก		✓	
3. โอกาสสูงในการ เชื่อมโยงไทยและกัมพูชา	✓			3. เส้นทางในประเทศเพื่อนบ้านชำรุดทรุดโทรมมาก	✓		
4. การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดี		✓		4. กฎระเบียบป้องกัน / ควบคุมนักท่องเที่ยวชาวไทย		✓	
5. การเดินทางท่องเที่ยวทางบก		✓		5. ภูมิอากาศร้อน แห้งแล้ง		✓	
6. การ ประตูสู่อินโดจีน	✓						
7. ท่องเที่ยวทำบุญ		✓					
8. ท่องเที่ยวกีฬา			✓				

ตารางที่ 6-2 ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดเสียมราฐ

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. การมีชื่อเสียงโบราณสถานขอม นครวัด นครธม	✓			1. ความขัดสนทางรายได้			✓
2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมีศักยภาพสูง			✓	2. ความขัดสนทางด้านคมนาคมขนส่ง	✓		
3. ทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่ในเอเซีย			✓	3. ความขัดสนทางสินค้าอุปโภคบริโภค			✓
4. มัคคุเทศก์มีความรู้ความสามารถเป็นอย่างดี		✓		4. ความสามารถในการผลิตต่ำ			✓
5. สื่อสารภาษาไทยได้ดี			✓	5. ความไม่แน่นอนทางการเมือง			✓
6. มีโรงแรมระดับ World Class			✓	6. ราคาสินค้าและบริการสูง		✓	
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. ความร่วมมือการส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓			1. ไม่มีเส้นทางเชื่อมโยง			✓
2. ความร่วมมือการส่งเสริมการผลิตด้านการเกษตร			✓	2. คุณภาพของเส้นทางมาตรฐานต่ำและชำรุด		✓	
3. ความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากร			✓	3. ขาดงบประมาณของประเทศ	✓		
4. การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม		✓		4. ขาดเงินช่วยเหลือจากต่าง-ประเทศ	✓		
5. การเชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา ลาว - เวียดนาม		✓		5. มาตรการทางภาษีไม่เอื้อต่อการลงทุน มีอัตราสูง ซ้ำซ้อน	✓		

กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

กลยุทธ์ : ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทั้งในประเทศและกับประเทศเพื่อนบ้าน ในเขตจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่ม ศักยภาพด้านการบริการ และเพิ่มแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด

(1.1) กลยุทธ์สร้างจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยพิจารณาจากศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงของแต่ละจังหวัดประกอบกับระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการสำรวจ

จังหวัดสระแก้ว	อุทยานแห่งชาติปางสีดา ตลาดโรงเกลือ
จังหวัดบุรีรัมย์	อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้
จังหวัดสุรินทร์	งานช้างสุรินทร์ หมู่บ้านทอผ้าไหม เครื่องเงิน ตลาดการค้าช่องจอม
จังหวัดศรีสะเกษ	อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร เขาพระวิหาร ตลาดการค้าชายแดนช่องสะงำ / เมืองใหม่ช่องสะงำ

(1.2) กลยุทธ์การพัฒนาที่พักราคาประหยัดสำหรับจังหวัดชายแดน

Home Stay

ชุมชน รีสอร์ท

(1.3) กลยุทธ์สถาบันอุดมศึกษาเพื่อการประชุมนานาชาติ

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรมนุษย์แห่งเอเชียแปซิฟิก

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติ

(1.4) กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดประเพณีท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ OTOP สวนผลไม้ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่ม Route Tour เพิ่ม Man made Attraction เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

การแข่งขันกีฬานานาชาติ ไตรกีฬา วิ่งมาราธอน Walk Rally กอล์ฟ

การพัฒนาสินค้าหัตถกรรม ผ้าไหม เซรามิค และผลผลิตการเกตร แคนตาลูบ ทุเรียน ส้ม ข้าว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งน้ำ

การพัฒนามัคคุเทศน์เชิงธุรกิจท่องเที่ยว

การสร้างเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค

การพัฒนาเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากพัทยาสู่อรัญประเทศ

การพัฒนาห้องอาหารและภัตตาคาร และการผลิตอาหารสำเร็จรูป

การพัฒนาจุดแวะพักนักเดินทางที่มีสิ่งอำนวยความสดวกระหว่างจังหวัด

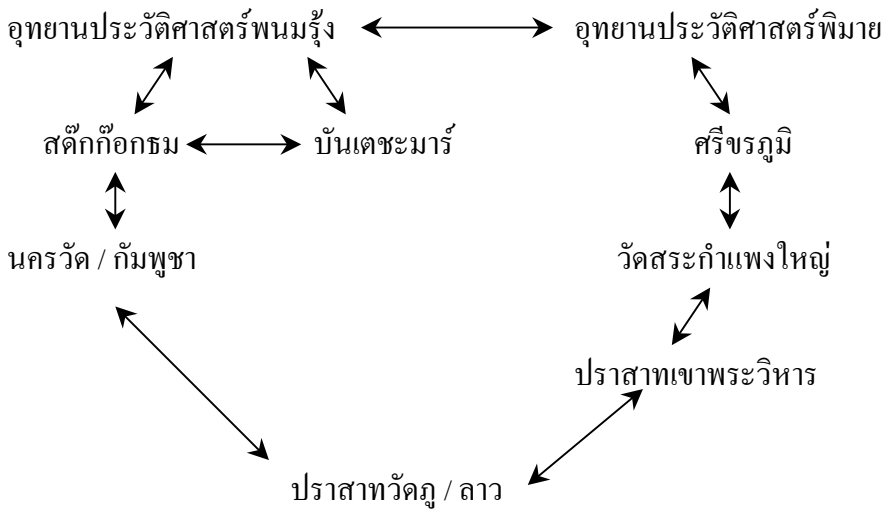
การพัฒนาสระแก้วให้เป็นประตูสู่อีสาน และนครวัดหรือกัมพูชา สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศจากพัทยา

(1.5) กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางอินเตอร์เน็ต

ข้อมูลสารสนเทศด้านต่างๆ เช่น วัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร MICE ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ Soft Adventure เมืองคู่มิตร ไทย- กัมพูชา ปริมาณประชากรและนักท่องเที่ยว ปริมาณการค้า ที่ตั้งศูนย์อินโดจีนภูมิศาสตร์ ไทย : จ.ศรีสะเกษ จ.สุรินทร์ จ.บุรีรัมย์ จ.สระแก้ว กัมพูชา : จ.พระวิหาร จ.อุดรมีชัย จ.บันเตเมียนเจย จ.เสียมราฐ

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การเสริมสร้างท่องเที่ยวและบริการกับประเทศเพื่อนบ้าน เชื่อมเส้นทางท่องเที่ยวมรดกโลก

(2.1) กลยุทธ์การเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอม



เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ปริมาณนักท่องเที่ยว มูลค่าการใช้จ่าย ความเป็นไปได้ของเส้นทาง มรดกโลก กัมพูชา : นครวัด ลาว : วัดภู เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มยอดขายสินค้า OTOP สร้างงาน เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

(2.2) กลยุทธ์การเชื่อมโยงเสียมราฐ

เชื่อมเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกโลก เชื่อมโยงเส้นทาง อรัญประเทศ - ช่องสะงำ - ช่องจอม - เสียมราฐ รถยนต์/รถไฟเชื่อมโยงเส้นทางช่องอานม้า – จ.พระวิหาร เชื่อมโยงช่องสะงำ – เขาพระวิหาร - น้ำยืน พิบูล - ช่องเม็ก - วัดภู - อุบล - ศรีสะเกษ

สุรินทร์ ⟶ ช่องจอม ⟶ อัลลองเวง ⟶ เสียบเรียบ

ศรีสะเกษ ⟶ ช่องสะงำ ⟶ อัลลองเวง ⟶ เสียบเรียบ

สระแก้ว ⟶ อรัญประเทศ ⟶ ศรีโสภณ ⟶ เสียบเรียบ

การวิเคราะห์แผนพัฒนารายจังหวัด

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดในพื้นที่ที่ศึกษามีเป้าหมายสำคัญประการหนึ่งคือ การเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้หมุนเวียนอยู่ในจังหวัดที่มีอาณาเขตเชื่อมโยงต่อประเทศเพื่อนบ้าน และหากกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับบุคคลในพื้นที่หรือธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมทั้งสมาคมการท่องเที่ยวของจังหวัด สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย นำมาวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยมาใช้วางกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาของแต่ละจังหวัด

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม SWOT Analysis ของจังหวัดสระแก้ว

<u>จุดแข็ง</u>

1) การค้าชายแดน

เป็นจุดพักสินค้า ตลาดค้าส่ง ค้าปลีกสินค้าทุกชนิดสู่กลุ่มประเทศอินโดจีน โดยมีจุดผ่านแดนถาวร 1 จุด และจุดผ่อนปรน 3 จุด นอกจากนี้ยังมียังมีย่านการค้าชายแดนและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันดี คือ ตลาดโรงเกลือ อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว เป็นตลาดสินค้ามือสองที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ไทย ในปี 2545 มูลค่าการค้าชายแดนไทย – กัมพูชา สินค้าส่งออกมีมูลค่า 9,224.94ล้านบาท และสินค้า ส่งออกมากที่สุดได้แก่ รถจักรยานยนต์ น้ำตาลทราย ยางรถยนต์ ปูนซีเมนต์ อะไหล่รถยนต์ ฯลฯ สินค้านำเข้ามีมูลค่า 379.20 ล้านบาท สินค้านำเข้ามากที่สุด ได้แก่ เศษเหล็ก หนังโคหมักเกลือ ฯลฯ มีมูลค่าการค้ารวม 9,604 ล้านบาท

2) การท่องเที่ยวชายแดน

จังหวัดสระแก้วมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (อุทยานแห่งชาติ ป่า เขา น้ำตก การท่องเที่ยวผจญภัย) การท่องเที่ยงเชิงนิเวศ แหล่งประวัติ ศาสตร์ โบราณสถานและศาสนสถาน การท่องเที่ยวประเพณีและวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การแพทย์แผนไทย การบริการด้านสุขภาพ

3) การเกษตรกรรม

มีพื้นที่ทำการเกษตรจำนวน 2,352,033 ไร่ มีแหล่งน้ำธรรมชาติ(แม่น้ำ ห้วย ลำธาร คลอง หนอง บึง และอื่นๆ) รวม 420 แห่ง มีสถานีสูบน้ำด้วยไฟฟ้า จำนวน 18 แห่ง มีโครงการชลประทานขนาดกลาง 10 โครงการ มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าวนาปี พื้นที่เก็บเกี่ยว 757,714 ไร่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ พื้นที่เก็บเกี่ยวข้าว 397,473 ไร่ มันสำปะหลัง พื้นที่เก็บเกี่ยว 539,508 ไร่ อ้อยโรงงาน พื้นที่เก็บเกี่ยว157,072 ไร่

4) ทำเลที่ตั้งเอื้อประโยชน์ทุกด้าน

มีเส้นทางคมนาคมติดต่อกับกรุงเทพมหานคร จังหวัดใกล้เคียงในภาคกลางและจังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันออกเชื่อมโยงไทย-กัมพูชา ตลอดจนเส้นทางเข้าสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ทางหลวง หมายเลข 33 และ 306 เชื่อมสระแก้ว-ปราจีนบุรี-นครนายก-รังสิต-กรุงเทพฯ ทางหลวงหมายเลข 33 และ 304 เชื่อมสระแก้ว-กบินทร์บุรี-ฉะเชิงเทรา-มีนบุรี-กรุงเทพฯ ทางหลวงหมายเลข 33 และ 319 เชื่อม สระแก้ว-กบินทร์บุรี-พนมสารคาม-สัตหีบ ทางหลวงหมายเลข 33 และ 317 เชื่อมสระแก้ว-จันทบุรี-ระยอง ทางหลวงหมายเลข 33 และ 304 เชื่อมสระแก้ว-กบินทร์บุรี-ปักธงชัย-นครราชสีมา ทางหลวงหมายเลข 33 และ 348 เชื่อมสระแก้ว-อรัญประเทศ-ละหานทราย-บุรีรัมย์ และทางหลวงหมายเลข 33 เชื่อมสระแก้ว-อรัญประเทศ-คลองลึก เชื่อมเส้นทางหมายเลข 5 ของกัมพูชา เข้าสู่พระตะบองและพนมเปญ และเชื่อมทางหลวงหมายเลข 6 ของกัมพูชาไปยังศรีโสภณและเสียมราฐ เข้าสู่นครวัดนครธม มีสนามบินของกองทัพอากาศ 206 วัฒนานคร ที่มีศักยภาพ สามารถพัฒนาเป็นสนามบินพาณิชย์ เพื่อใช้เป็นเส้นทางบินติดต่อภายในประเทศ สู่นครวัด นครธมและกรุงพนมเปญ

5) โรงงานอุตสาหกรรม

มีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ 6 แห่ง เป็นโรงงานอุตสาหกรรมการเกษตร 4 แห่ง โรงงานทั่วไป 2 แห่ง และมีโรงงานขนาดเล็ก/ขนาดกลาง จำนวน 361 โรงงาน

<u>จุดอ่อน</u>

1) ขาดแหล่งกักเก็บน้ำ

แหล่งน้ำธรรมชาติขาดแคลน คูคลองตื้นเขิน ขาดแหล่งกักเก็บน้ำผิวดินตลอดจนราษฎรบุกรุกป่าต้นน้ำลำธารทำให้ขาดแคลนแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร

2) สินค้าเกษตรและOTOPขาดการส่งเสริม

- ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบเพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์
- ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- ขาดการพัฒนาด้านการตลาดและแหล่งจำหน่าย

- ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังไม่มีการใช้สัญลักษณ์
- การระดมทุนของสมาชิกมีน้อย

3) ระดับการศึกษาต่ำ

จากผลการสำรวจข้อมูล จปฐ. ปี 2546 ปรากฏว่าเด็กที่จบภาคบังคับ 9 ปี ไม่ได้เรียนต่อ ร้อยละ 29

4) ขาดแคลนแรงงานด้านการเกษตร

จังหวัดสระแก้วมีพื้นที่ทางการเกษตรจำนวนมาก ปัญหาที่สำคัญคือ ขาดแรงงานด้านการเกษตร เนื่องจากประชาชนผู้ใช้แรงงานส่วนใหญ่เข้าไปทำงานในเมืองใหญ่ด้านอุตสาหกรรมหรือด้านบริการ จึงทำให้มีการใช้แรงงานอพยพที่เคลื่อนย้ายเข้ามาเป็นประชากรแฝง ทำให้เกิดปัญหาสังคมและอาชญากรรมในชุมชนเมือง เช่น ปัญหาโรคติดต่อ ยาเสพติด เป็นต้น

5) ผลิตผลด้านการเกษตรต่ำ

เนื่องจากการใช้ที่ดินไม่เหมาะสม พื้นดินในจังหวัดสระแก้วส่วนมากเป็นดินทรายจัด และมีการชะล้างพังทลายสูง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของพืชแต่ประชาชนยังคงเพาะปลูกพืชที่ราคาไม่ดี เช่น มันสำปะหลัง เป็นต้น จึงทำให้ประชาชนมีรายได้ต่ำ

<u>โอกาส</u>

1) โอกาสในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแนวชายแดน

จังหวัดสระแก้วมีพื้นที่ติดชายแดนซึ่งมีระยะทางใกล้กับแหล่งโบราณสถานที่เป็นมรดกโลก (นครวัด-นครธม) และในจังหวัดสระแก้วยังมีโบราณสถานซึ่งเป็นปรากฏการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เชื่อมต่อทางวัฒนธรรมระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างกับประเทศกัมพูชา อีกทั้งบริเวณชายแดนยังมีจุดเด่นในการติดต่อค้าขายระหว่างไทย-กัมพูชา ได้แก่ ตลาดชายแดนบ้านคลองลึก (ตลาดโรงเกลือ)

2) โอกาสในการพัฒนาจุดกระจายสินค้าสู่อินโดจีน

เนื่องจากนโยบายการจัดระบบเศรษฐกิจตามแนวชายแดน นโยบายเปิดการค้าเสรีกับต่างประเทศ จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าสู่อินโดจีนและตลาดโลก

3) พัฒนาเส้นทางคมนาคมและพัฒนาเมือง

เนื่องจากจังหวัดสระแก้วเป็นจังหวัดที่อยู่ในข่ายการพัฒนาเศรษฐกิจชายแดน ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมในการจัดวางโครงข่ายโครงสร้างบริการพื้นฐานเชื่อมโยงแนวทางการพัฒนาตะวันตก-ตะวันออก เพื่อเป็นประตูการส่งออกใหม่ของประเทศไทยไปยังกัมพูชา และการพัฒนาเมืองอรัญประเทศให้มีความสวยงาม สะอาด และปลอดภัย

4) ความต้องการและนิยมสินค้าไทยของกัมพูชา

จากเดิมชาวกัมพูชาซื้อสินค้าไทยจำพวกสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นหลัก เมื่อสงครามสู้รบสงบและเริ่มมีการพัฒนาฟื้นฟูบูรณะประเทศ จึงมีความต้องการสินค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างมากขึ้นทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อใช้ก่อสร้างและซ่อมแซมสถานที่ราชการ โรงเรียน โรงพยาบาล บ้านที่อยู่อาศัย และร้านค้าหลังจากที่ต้องทิ้งร้างไปนานในยุคสงครามกลางเมือง สินค้าที่มีความต้องการอย่างมากขึ้นลำดับต่อมาเป็นพวก ยานพาหนะ ได้แก่ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ เนื่องจากคนกัมพูชาหันมาทำธุรกิจมากขึ้น ภาครัฐก็มีความจำเป็นที่ต้องการเปลี่ยนยานพาหนะใหม่เพื่ออำนวยความสะดวกในงานราชการจากสินค้ายานพาหนะยังขยายตัวไปสู่สินค้าน้ำมันเชื้อเพลิงและการสื่อสารโดยเป็นการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจโทรศัพท์มือถือ ไม่เพียงเท่านี้ สินค้าประเภทฟุ่มเฟือย เช่น เทปเพลง วีดีโอ ซีดีภาพยนต์ ซีดีเพลง และเสื้อผ้าแฟชั่น ก็ยังได้รับความนิยม มีการส่งออกไปยังตลาดกัมพูชามากขึ้น

5) เชื่อมโยงความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนาความสัมพันธ์ระดับชาติ ยึดถือปฏิบัติตามกฎหมายระหว่างประเทศ กฎความตกลง สัญญา และบันทึกความเข้าใจในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีการปฏิบัติในลักษณะพิธีทางการทูต มีขั้นตอนพิธีการ ระยะเวลา มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เป็นสากล เป็นลายลักษณ์อักษร และมีลักษณะเป็นพิธีการ (Formal) แต่ความสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่น มีลักษณะใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว ความใกล้ชิดสนิทสนม เป็นความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal) สำหรับจังหวัดสระแก้ว หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน มีความสัมพันธ์อันใกล้ชิด กับฝ่ายกัมพูชา โดยมีปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ ภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การปกครอง ที่คล้ายคลึงกัน ช่วยส่งเสริมและพัฒนาความสัมพันธ์ไทย-กัมพูชาในระดับท้องถิ่น และในระดับชาติได้เป็นอย่างดี

<u>ข้อจำกัด</u>

1) ความไม่แน่นอนของการเมืองประเทศเพื่อนบ้าน

ปัจจุบันการเมืองของประเทศกัมพูชายังไม่มั่นคง ยังมีการแข่งขันทางการเมืองสูง ซึ่งบางครั้งส่งผลกระทบต่อประเทศไทยบริเวณชายแดนบ้างเป็นบางครั้ง

2) นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย

ในปี พ.ศ.2531-2536 ประเทศกัมพูชามีสงครามสู้รบกันภายในประเทศ เนื่องจากจังหวัดสระแก้วมีชายแดนติดกับประเทศกัมพูชา ระยะทางยาว 165 กิโลเมตร ทำให้ประชาชนชาวกัมพูชาผู้อดอยากข้ามมาขี้

ปล้นคนไทยบริเวณชายแดน ซึ่งเป็นภาพความจำฝังลึกในจิตใจของคนไทย ถึงแม้ว่าประเทศกัมพูชาจะเลิกรบกันแล้วแต่ปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวไทยยังขาดความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย ประกอบกับการบริหารจัดการภายในประเทศกัมพูชายังไม่พร้อมในหลายๆ ด้าน

3) ปัญหาแรงงานต่างด้าวและผู้หลบหนีเข้าเมืองมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

เนื่องจากแรงงานภาคการเกษตรมีน้อย ส่วนใหญ่เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ แรงงานต่างด้าวราคาถูกและมีจำนวนมาก ประกอบกับความต้องการแรงงานภาคเกษตรเป็นช่วงฤดูกาลแต่การจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวปีละครั้ง ซึ่งมีผลทำให้มีแรงงานต่างด้าวลักลอบหนีเข้ามารับจ้างเก็บผลผลิตทางการเกษตรเป็นประจำทุกปี รวมถึงการหลบหนีเข้าเมืองมีมากขึ้นเพื่อหางานทำ

4) มีการกระจายยาเสพติดจากประเทศเพื่อนบ้าน

เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านไม่มีนโยบายปราบปรามยาเสพติดอย่างเฉียบขาด ดังนั้น ยาเสพติดจึงมีมากบริเวณชายแดน ประกอบกับพื้นที่จังหวัดสระแก้วติดต่อกับประเทศกัมพูชายาว165กิโลเมตร สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบ ป่าโปร่งจึงทำให้สะดวกในการสัญจรข้ามแดน ซึ่งเอื้ออำนวยต่อการลำเลียงยาเสพติดเข้ามายังประเทศไทย

5) นักลงทุนขาดความเชื่อมั่นในการลงทุนในจังหวัดสระแก้ว

นโยบายการค้าระหว่างประเทศภายใต้กรอบขององค์กรการค้าโลกหรือ WTO ซึ่งสร้างเงื่อนไขและอุปสรรคด้านการค้า ทำให้เป้าหมายการตลาดเพื่อการส่งออกไม่แน่นอน ประกอบกับปัญหาเศรษฐกิจโลกตกต่ำทำให้ตลาดหลักของประเทศไทยมีกำลังซื้อน้อยลง ย่อมส่งผลทำให้นักลงทุนไม่กล้าลงทุนในประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดสระแก้ว เป็นจังหวัดเล็กๆ นักลงทุนขาดความเชื่อมั่นในการลงทุน

ตารางที่ 6-3 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว

การวิเคราะห์ศักยภาพ SWOT

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. เส้นทางสู่นครวัด	✓			1. ความแห้งแล้งขาดน้ำใช้			✓
2. ตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชาที่มีมูลค่ามากที่สุด	✓			2. ขาดแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานวัฒนธรรมขอม	✓		
3. มีอุทยานแห่งชาติปางสีดาและตาพระยา			✓	3. ขาดกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับชาติ และนานาชาติ		✓	
4. ศักยภาพท่องเที่ยวเชิงนิเวศ			✓				
5. การเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอมสด๊กก๊อกธม		✓					
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวชายแดน	✓			1. สถานการณ์ในประเทศกัมพูชา			✓
2. เขตเศรษฐกิจพิเศษอรัญประเทศ	✓			2. งบประมาณพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด			✓
3. การเชื่อมโยงทางไทย-กัมพูชาและเวียดนามตอนใต้		✓		3. นโยบายของรัฐบาลกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด			✓
4. การเชื่อมทางรถไฟไทย-กัมพูชา และเวียดนามตอนใต้		✓					
5. การเชื่อมโยงจุดผ่อนแดนอื่น ๆ ในจังหวัด		✓		4. คุณภาพของเส้นทางไปนครวัด			✓

แผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว

จังหวัดสระแก้วได้มีการศึกษาเพื่อวางแผนการลงทุน โดยการวิเคราะห์ศักยภาพในด้านต่าง ๆ และได้กำหนดเป็นแผนการลงทุนที่มีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ ซึ่งด้านการท่องเที่ยวนั้นมีโอกาสการลงทุนสูงมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวรรณคดีของอาณาจักรขอมเป็นจำนวนมาก ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาตินั้นก็มีอุทยานแห่งชาติปางสีดา อีกทั้งยังมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศกัมพูชา จึงเป็นการเพิ่มความน่าสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 200 กิโลเมตร แนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนลงทุนมีดังนี้

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีและปลอดภัย คงเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านไว้
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว
3. ควรมีการสำรวจเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเกี่ยวกับถ้ำที่บริเวณเขาฉกรรจ์ ซึ่งมีศักยภาพสูงในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
4. รัฐควรเสริมสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

สำหรับแนวทางการพัฒนาการลงทุนด้านการท่องเที่ยวนั้น ได้วิเคราะห์ศักยภาพของแผนการลงทุน ของจังหวัด และได้เสนอแนะให้มีการลงทุนด้านต่าง ๆ ดังนี้

7. การก่อสร้างศูนย์การค้าชายแดน
8. การก่อสร้างรีสอร์ทรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติปางสีดา
9. การจัดบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติปางสีดา
10. การพัฒนาบริการด้านร้านอาหาร
11. การก่อสร้างโรงพยาบาลและคลินิก
12. การลงทุนด้านห้างสรรพสินค้าขนาดเล็ก

นอกจากนี้ยังมีแผนการฟื้นฟู พัฒนา อนุรักษ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ.2541 – 2542 ที่กำหนดเป็นนโยบายให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ดังนี้

1. รณรงค์เผยแพร่ให้ความรู้ และความเข้าใจแก่ประชาชนและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้มีจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยใช้สิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ
2. ให้มีกลไกการบริการการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเฉพาะพื้นที่โดยการจัดตั้งองค์กรในรูปคณะกรรมการที่มาจากภาครัฐ ธุรกิจเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ทำหน้าที่วางแผน กำหนดนโยบาย และประสานการพัฒนา

3. นำมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมอาคารและสิ่งปลูกสร้างเข้ามาใช้อย่างจริงจัง เพื่อป้องกันการบุกรุกพื้นที่อันเป็นของรัฐ รวมถึงการใช้ประโยชน์พื้นที่บริเวณแม่น้ำลำคลอง และแหล่งน้ำสาธารณะอื่น ๆ

4. สนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชนในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว

5. เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบโดยสนับสนุนการรวมตัวกันของภาคธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อความคล่องตัวในการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐบาล และให้การดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว

6. ผลักดันให้จังหวัดสระแก้วเป็นประตูการค้าสู่อินโดจีน โดยร่วมมือกับกลุ่มประเทศอินโดจีนเพื่อพัฒนาวงจรการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ทั้งนี้โดยเน้นความร่วมมือกันมากกว่าการแข่งขัน

7. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีแก่การพัฒนาสังคม

8. ผลักดันให้มีการบังคับใช้มาตรการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 6-4 มาตรการตามแผนฟื้นฟู พัฒนา อนุรักษ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว

มาตรการ วิธีการ กิจกรรม	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
- ดูแลความสงบเรียบร้อยภายในจังหวัด โดยเฉพาะการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง เมื่อนักท่องเที่ยวอยู่ระหว่างการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ชายแดน สำหรับการเที่ยวป่านั้นมอบหมายให้ตำรวจตระเวนชายแดนช่วยดูแล ส่วนฝ่ายปกครองมอบหมายให้นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน โดยจัดให้มีมาตรการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเป็นการเสริมฝ่ายตำรวจ - ประสานงานการกำหนดระเบียบวิธีการเข้า-ออกประเทศกัมพูชาเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว - ประสานงานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ณ จุดตรวจคนเข้าเมือง	- กองกำลังบูรพา - ตำรวจภูธรจังหวัดสระแก้ว - ที่ทำการปกครองจังหวัดสระแก้ว - ตำรวจทางหลวง - กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 12 - ด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ - ด่านศุลกากรอรัญประเทศ
- จัดระเบียบควบคุมปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมที่เกิดจากการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	
- ประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนในการสร้างสรรของที่ระลึก	- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสระแก้ว - สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว - สำนักงานป่าไม้จังหวัดสระแก้ว
- ควบคุมราคาสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพ - สนับสนุนให้มีศูนย์การจำหน่ายสินค้าตามสถานที่ท่องเที่ยว หรือเมืองชายแดน เพื่อให้นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาซื้อสินค้าได้สะดวก	- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสระแก้ว - สำนักงานการค้าภายใน - สำนักงานการค้าต่างประเทศ
- ส่งเสริมให้ชาวสวนผลไม้เข้าร่วมโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	- สำนักงานเกษตรจังหวัดสระแก้ว
- ควบคุมมาตรฐานสินค้าการเกษตร - พิจารณาให้มีมาตรการควบคุมปริมาณไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปทำความเสื่อมโทรมแก่อุทยาน โบราณสถานฯลฯ	- ที่ทำการอุทยานแห่งชาติปางสีดา

- ส่งเสริมการสร้างที่พักนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ โดยร่วมมือกับภาคเอกชนในแหล่งท่องเที่ยว	

ตารางที่ 6-4 (ต่อ)

มาตรการ วิธีการ กิจกรรม	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
- สนับสนุนการจัดทัศนศึกษานอกสถานที่ของนักเรียนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้สร้างประสบการณ์ ให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ความภาคภูมิใจ ความหวงแหน และอนุรักษ์มรดกของจังหวัด - ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงและบูรณะแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม	- สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดสระแก้ว - สำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดสระแก้ว - สำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดสระแก้ว - ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดสระแก้ว
- ให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเข้าประเทศเพื่อนบ้าน - ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยและกัมพูชา เพื่อเร่งรัดเปิดชายแดนถาวรคลองลึก-ปอยเปต การเปิดจุดผ่อนปรนบ้านตราพระยา บ้านหนองปรือ บ้านเข้าดิน โดยเร็ว	- ตัวแทนกระทรวงการต่างประเทศ
- ให้บริการอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมในจังหวัดสระแก้ว เช่น สถานีขนส่งจังหวัด จัดบริการรถประจำทาง รถปรับอากาศชั้นหนึ่งชั้นสอง ให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และประชาชน การควบคุมดูแลการให้บริการของบริษัทผู้รับสัมประทานให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติขนส่งทางบก ฯลฯ - เร่งรัดให้เปิดสถานีขนส่งให้พร้อมบริการอย่างเป็นรูปธรรม	- สำนักงานขนส่งจังหวัดสระแก้ว
- ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนแก้ไขปัญหาการจราจร รวมทั้งปรับปรุงถนนให้ได้มาตรฐานในลักษณะทางคู่ขนาน เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็วและลดอุบัติเหตุ - จัดระเบียบรถไฟในเรื่องต่าง ๆ เช่น ความสะอาด ความ	- การรถไฟแห่งประเทศไทย

ปลอดภัย ตารางการเดินรถ การสำรองที่นั่งล่วงหน้า เพื่อให้เกิดความเชื่อถือต่อการเดินทางโดยรถไฟ - จัดขบวนไฟชั้นพิเศษเพื่อบริการนักท่องเที่ยว	

ตารางที่ 6-4 (ต่อ)

มาตรการ วิธีการ กิจกรรม	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
- สนับสนุนข้อมูลการท่องเที่ยวและแผนงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	- สำนักงานจังหวัดสระแก้ว
- ประสานงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว - ให้ความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการเผยแพร่สปอตโฆษณา ทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย	- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสระแก้ว - สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสระแก้ว - องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดสระแก้ว - สถานีโทรทัศน์ทุกช่อง - ชมรมนักจัดรายการวิทยุ
- ปรับปรุงเส้นทางจากอำเภอเมืองปราจีนบุรีไปจนถึงอำเภออรัญประเทศเป็นทางหลวงขนาดสี่ช่องทางไปกลับ	- กรมทางหลวง
- ปรับปรุงแดนคลองลึกให้มีด่านตรวจคนเข้าเมือง ด่านศุลกากร ด่านกักโรคพืช หน่วยบริการนักท่องเที่ยว และร้านค้าปลอดภาษีที่ให้บริการได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพ	- ด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ - ด่านศุลกากรอรัญประเทศ - ด่านกักกันสัตว์ระหว่างประเทศอรัญประเทศ
- ปรับปรุงภูมิทัศน์ริมทางอรัญประเทศ-คลองลึก - ปรับปรุงภูมิทัศน์ สิ่งอำนวยความสะดวก และความสะอาดบริเวณตลาดโรงเกลือ และตลาดเทศบาล 2 เทศบาลตำบลอรัญประเทศ - เร่งรัดพัฒนาเมืองอรัญประเทศให้เป็นไปตามผังเมืองรวมและแผนพัฒนาเมืองชายแดนอรัญประเทศของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	- เทศบาลตำบลอรัญประเทศ - อำเภออรัญประเทศ
- ปรับปรุงเส้นทางเข้าสู่อุทยานแห่งชาติปางสีดา และศูนย์เพาะเลี้ยงขยายพันธุ์สัตว์ป่าช่องกล่ำบน - จัดทำแผนแม่บทการจัดการอุทยานแห่งชาติปางสีดา	- ที่ทำการอุทยานแห่งชาติปางสีดา - ศูนย์เพาะเลี้ยงขยายพันธุ์สัตว์ป่าช่องกล่ำบน
- ปรับปรุงภูมิทัศน์ ที่จอดรถ รวมทั้งป้ายบอกทางและสิ่งอำนวยความสะดวกสวนรุกขชาติและวัดเขาฉกรรจ์ - ปรับปรุงภูมิทัศน์ ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมาย	- อำเภอเขาฉกรรจ์ - สุขาภิบาลเขาฉกรรจ์ - อำเภออรัญประเทศ

แหล่งท่องเที่ยวปราสาทเขาน้อยสีชมพู	
- ขุดลอกและปรับปรุงภูมิทัศน์สระแก้วสระขวัญ พร้อมทั้งปรับปรุงทางเท้าจัดทำป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมาย	- อำเภอเมือง - เทศบาลเมืองสระแก้ว

ตารางที่ 6-4 (ต่อ)

มาตรการ วิธีการ กิจกรรม	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
- สำรวจปราสาทหิน และจัดทำแผนการอนุรักษ์ปราสาทหิน	- กรมศิลปากร
- ปรับปรุงเส้นทางจากอำเภออรัญประเทศไปยังปราสาทสะด๊อกก๊อกธม และจัดทำป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยว	- สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบทจังหวัดสระแก้ว - สำนักงานโยธาธิการจังหวัดสระแก้ว
- สำรวจ ขุดแต่ง บูรณะปราสาทบ้านน้อย อำเภอวัฒนานคร - ปรับปรุงภูมิทัศน์ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง / ทางเข้า และป้ายสื่อความหมาย	- อำเภอตาพระยา - สำนักงานโยธาธิการจังหวัดสระแก้ว - สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบทจังหวัดสระแก้ว
- จัดให้มีศูนย์มิตรภาพไทย-กัมพูชา โดยจัดแสดงเรื่องราวความสัมพันธ์ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ระหว่างผู้คน และผลจากความโหดร้ายของสงครามที่มีต่อชีวิตผู้คน เพื่อสร้างความสำนึกในความสามัคคีและมิตรภาพระหว่างชาติ	- หอการค้าจังหวัดสระแก้ว

ประเด็นยุทธศาสตร์ จังหวัดสระแก้ว

1. เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา เวียดนาม)
2. เป็นแหล่งเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรมและการศึกษา

เป้าประสงค์ (Goals)

1. เป็นศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าส่งออกจากไทยสู่กัมพูชา เวียดนาม และจีน เพื่อดำเนิน-กิจกรรมที่ก่อให้เกิด
2. กิจกรรมสนับสนุนเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนการท่องเที่ยว วัฒนธรรมและการศึกษา
   2.1 สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและหน่วยงานของรัฐ เข้าสู่ระบบมาตรฐานเพื่อกระจายรายได้และขยายโอกาสในการสร้างรายได้และอาชีพ

2.2 เป็นศูนย์กลางและเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในกลุ่มจังหวัดและขยายโอกาสเป็นศูนย์กลางอนุภาคชายแดนไทย-กัมพูชาในระดับท้องถิ่น

KPIs

1. จัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายและกระจายสินค้าส่งออกจำนวน 1 แห่ง
2. เปิดจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน สำหรับขยายโอกาสในการกระจายสินค้าสู่กัมพูชา ปี 2547

2.1 ผลักดันสระแก้วเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดและศูนย์กลางอนุภาคชายแดนสู่งประตูอินโดจีน

1) จัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัด
2) สนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด
3) เปิดจุดผ่อนปรนการค้าและการท่องเที่ยวชายแดน 1 แห่ง
4) สนับสนุนเชื่อมโยงการท่องเที่ยวนครวัด-นครธม กับการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดโดยใช้กลุ่มปราสาทบันเตียชมาร์เป็นศูนย์กลางใหม่ในอนุภาคชายแดนไทย-กัมพูชา

2.2 ก่อสร้างศูนย์วัฒนธรรม 1 แห่ง เพื่อเป็นศูนย์กลางแหล่งการเรียนรู้ในกลุ่มจังหวัดและระดับอนุภาคชายแดนไทย-กัมพูชา ในการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความหลากหลายทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

กิจกรรม

รวบรวมข้อมูลจัดทำแผนงานโครงการเปิดจุดผ่อนปรนที่บ้านโนนสูง-บ้านตำบลปรำ (บ้านโนนสูง หมู่ที่ 2 ตำบลโนนหมากมุ่น กิ่งอำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว กับบ้านตำบลปรำ ตำบลโอบาย-เจือย อำเภอโอโจวโร จังหวัดบันเตียเมียนเจย) เสนอ ผู้ว่าราชการจังหวัดเพื่อนำเสนอที่ประชุมคณะอนุกรรมการชายแดนไทย-กัมพูชา ของจังหวัดสระแก้ว และบันเตียเมียนเจย

1. จัดตั้งศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว จัดทำระบบ e-commerce ที่วิทยาลัยชุมชนจังหวัดสระแก้ว (โปรแกรมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) ให้เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดและผู้ประกอบการท่องเที่ยว
2. จัดตั้งคณะกรรมการร่วมจัดทำแผนงานโครงการเปิดการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์มิติใหม่กลุ่มปราสาทบันเตียชมาร์
3. จัดการท่องเที่ยวนำร่องของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดในงานเปิดเมืองท่องเที่ยวสระแก้ว “งานดอกแก้วบาน” โครงการ “ประตูเส้นทางสุริยวรมัน...มหัสจรรย์อารยธรรมขอม สระแก้ว-สด๊อกก๊อกธม-บันเตียชมาร์” และการเชื่อมโยงสนับสนุนให้สระแก้วเป็น

ศูนย์กลางอนุภาคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มปราสาทนครวัด-นครธม กับการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดและกลุ่มปราสาทบันเตียชมาร์

4. ขยายโอกาสและความร่วมมือในการฝึกอบรมยุวมัคคุเทศก์ท้องถิ่นและการแสดงของเยาวชนในการสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น

แผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดบุรีรัมย์

วิสัยทัศน์ของจังหวัด (Vision)

"เป็นสังคมเกษตรที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีบ้านเมืองน่าอยู่ และเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอม"

เป้าประสงค์ของจังหวัด (Goals)

"สังคมเข้มแข็ง ประชาชนมั่งคั่ง"

ประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด (Strategic Issues)

1. สังคมเกษตรที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี
2. บ้านเมืองน่าอยู่
3. การท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ / กลยุทธ์ของจังหวัด (Strategies)

<u>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1</u> สังคมเกษตรที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี

1.1 พัฒนาปัจจัยพื้นฐานการเกษตร

1.2 ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีคุณภาพ

1.3 ส่งเสริมคุณภาพชีวิต และความเข้มแข็งของชุมชน

1.4 ส่งเสริมด้านการตลาด

<u>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 บ้านเมืองน่าอยู่</u>

2.1 การจัดการผังเมืองที่เป็นระบบ

2.2 การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ดี

2.3 การบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี

2.4 ส่งเสริมความมั่นคง และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การท่องเที่ยว

3.1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

3.2 พัฒนาเครือข่ายการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

3.3 พัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดเป้าประสงค์และเป้าหมายของจังหวัด

การพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อการส่งออก (ข้าวหอมมะลิ)

1. การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูก
2. การลดต้นทุนการผลิต
3. การเพิ่มรายได้
4. คุณภาพที่ได้มาตรฐาน

การพัฒนาการแปรรูปสินค้าเกษตร (ข้าว มันสำปะหลัง)

5. การเพิ่มผลผลิตต่อไร่สูงขึ้น
6. ผลผลิตแปรรูปเพิ่มขึ้น
7. เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมและอุตสาหกรรมสิ่งทอ

8. จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้น
9. มูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเพิ่มขึ้น
10. จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาเข้าสู่มาตรฐานสากล
11. จำนวนสมาชิกในกลุ่มหรือผู้ได้รับการฝึกอบรมออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมหรือเฉพาะด้านเพิ่มขึ้น

การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

12. จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
13. จำนวนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคน ต่อวัน เพิ่มขึ้น
14. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเดิม
15. แหล่งท่องเที่ยวใหม่ได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพ มีจำนวนเพิ่มขึ้น
16. กิจกรรม MICE ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ
17. สินค้าบริการแก่นักท่องเที่ยว กลุ่มกีฬา Sport
18. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
19. จำนวนที่พักและห้องพักที่ได้มาตรฐาน จำนวนเพิ่มขึ้น
20. ธุรกิจนำเที่ยวและจำนวนมัคคุเทศก์มีคุณภาพและจำนวนเพิ่มขึ้น

21. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 6-5 รายชื่อโครงการและวงเงิน (เรียงลำดับตามความสำคัญ)

ชื่อโครงการ	กรอบยุทธศาสตร์ 5 ด้าน	วงเงิน (บาท)	
		ทั้งโครงการ ปี 47-50	ปี 2547
1. ปรับปรุงและพัฒนาสภาพภูมิทัศน์อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	ด้านการท่องเที่ยว	3,819,000	3,819,000
2. ก่อสร้างศูนย์ศึกษาเส้นทางอารยธรรมขอม	ด้านการท่องเที่ยว	200,000,000	2,750,000
3. ศึกษาและพัฒนาภูเขาไฟวนอุทยานเขากระโดง	ด้านการท่องเที่ยว	28,000,000	3,000,000
4. ส่งเสริมพัฒนาสินค้า OTOP สู่การส่งออก	OTOP	10,889,000	2,544,500
5. เส้นทางสายไหม OTOP สู่ตลาดสากล	OTOP	4,500,000	1,500,000
6. ผลิตข้าวหอมมะลิปลอดภัยจากสารพิษ	ด้านการเกษตร	4,000,000	1,000,000
7. ส่งเสริมการปลูกยางพารา	ด้านการเกษตร	36,581,000	1,081,000
8. ฝึกอบรมเตรียมบุคลากรด้านพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์	ด้านอุตสาหกรรม	516,000	516,000
9. Container Yard	ด้านอุตสาหกรรม	20,487,500	2,000,000
10. ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์	ด้านการเกษตร	351,600,000	87,900,000
รวม		**660,392,500**	**106,110,500**

หมายเหตุ เพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติงบกลางฯ วงเงิน 2,250 ล้านบาท ในปี 2547

ตารางที่ 6-6 การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. **ด้านการเกษตร :** ข้าวหอมมะลิ / ยางพารา / ฟาร์มปลอดสารพิษ / อ้อย / เกษตรอินทรีย์	✓			1. ขาดช่องทางระบายสินค้าของจังหวัด	✓		
2. **ด้านการท่องเที่ยว :** โบราณสถาน / อารย-ธรรมขอมที่สวยที่สุดในประเทศไทย / แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์/ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ		✓		2. การจัดการด้านน้ำ	✓		
3. วัฒนธรรมและประเพณีที่หลากหลาย		✓		3. ขาดการเชื่อมโยงระบบการท่องเที่ยวของภูมิภาค และประเทศเพื่อนบ้าน	✓		
4. **ทุนทางสังคม :** แหล่งเรียนรู้ / วัฒนธรรมประเพณี			✓	4. ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว			✓
5. **ทำเลที่ตั้งของจังหวัด :** โลเกชั่นที่ดี / การคมนาคมสะดวก ติดต่อกับภาคกลางตอนบน			✓	5. ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว			✓
				6. การคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก			✓
				7. ขาดระบบสร้างองค์ความรู้และ ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว			✓
				8. สื่อมีน้อยไม่มีคุณภาพ			✓
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. นโยบาย SMEs และอัตราดอกเบี้ยต่ำ ส่งเสริมการลงทุน			✓	1. อากาศร้อน แห้งแล้ง			✓
2. นโยบายจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน			✓	2. งบประมาณของจังหวัดด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว			✓
3. เป็นพันธมิตรและเชื่อมโยงระบบการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง		✓		3. อุปสรรคกรมศิลปากร			✓

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดที่ผลิตข้าวหอมมะลิพันธุ์ดี ยางพารา เกษตรอินทรีย์ ในด้านการท่องเที่ยว มีแหล่งโบราณสถานและอารยธรรมขอมที่สวยที่สุดในประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีประเพณีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทำเลที่ตั้งของจังหวัด มีภูมิประเทศที่ดี และการคมนาคมที่สะดวก ด้านอุตสาหกรรมมีโรงงานเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะโรงสีข้าว ด้านแรงงานมีแรงงานด้านการเกษตรประมาณ 700,000 คน รวมทั้งแรงงานฝีมือส่งออก และแรงงานที่มีคุณภาพ ซึ่งต่างประเทศต้องการแรงงานที่มีฝีมือ ความต้องการของตลาดโลกด้านข้าวหอมมะลิ ยางพารา นอกจากนี้ ภาคเอกชนมีความสนใจที่จะมาลงทุนสร้างเขตอุตสาหกรรม เป็นพันธมิตรและเชื่อมโยงระบบ รวมถึงพันธมิตรการเชื่อมโยงระบบการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง

ตารางที่ 6-7 **การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์**

จุดแข็ง (Strength)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**จุดอ่อน (Weakness)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. ด้านการเกษตร เกษตรอินทรีย์	✓			1. ขาดช่องทางการตลาดระบายสินค้า		✓	
2. ด้านการท่องเที่ยวงานช้างเมืองสุรินทร์	✓			2. ขาดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว		✓	
3. การทอผ้าไหม	✓						
4. การผลิตเครื่องเงิน		✓		3. ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก			✓
5. หมู่บ้านช้าง			✓	4. แหล่งท่องเที่ยวไม่ดึงดูดความสนใจ	✓		
				5. แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ห่างกัน	✓		
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. ตลาดการค้าช่องจอม	✓			1. อาการร้อน แห้งแล้ง			✓
2. การเชื่อมโยงสู่กัมพูชาและเวียดนาม	✓			2. เส้นทางในกัมพูชาชำรุด	✓		
				3. นโยบายของรัฐบาลกัมพูชา			✓
3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	✓			4. นโยบายของรัฐบาลไทย			✓
4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	✓			5. งบประมาณของจังหวัดด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว			✓
5. การพัฒนาของสนามบิน	✓						

แผนงานจังหวัดสุรินทร์

กำหนดให้การบริหารราชการต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ ความมี ประสิทธิภาพ ความคุ้มค่าในเชิงภารกิจแห่งรัฐ การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การกระจายภารกิจให้แก่ ท้องถิ่น การกระจายอำนาจ การตัดสินใจ การอำนวยความสะดวก และการตอบสนองความต้องการของประชาชน ทั้งนี้ โดยมีผู้รับผิดชอบต่อผลของงาน ฯลฯ ในการปฏิบัติหน้าที่ของส่วนราชการต้องใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ดังนั้น แนวคิด "บ้านเมืองน่าอยู่ เชิดชูคุณธรรม" การดำเนินงานตามนโยบาย "บ้านเมืองน่าอยู่ เชิดชูคุณธรรม" จังหวัดสุรินทร์ เป็นรูปธรรมชัดเจน สามารถวัดผลได้ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขต่อประชาชนจังหวัดสุรินทร์

"บ้านเมืองน่าอยู่ เชิดชูคุณธรรม" กรอบความคิดมี 8 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
2. ด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัย
3. ด้านเศรษฐกิจ
4. ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
5. ด้านการเชิดชูคุณธรรมและส่งเสริมการศึกษา การศาสนาและวัฒนธรรม
6. ด้านสังคม
7. ด้านกายภาพ
8. ด้านการบริการประชาชน

แผนงานด้านกายภาพ เพื่อให้จังหวัดมีการวางผังเมืองที่ดี มีการบริการสาธารณะ สาธารณูปโภคอย่างทั่วถึง ชุมชนมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีสวนสาธารณะในการพักผ่อนหย่อนใจอย่างเพียงพอ โดยกำหนดเป้าหมายที่ต้องการให้บรรลุถึง ได้แก่

เป้าหมาย

1.) ประชาชนมีสวนสาธารณะเพื่อใช้ในการพักผ่อนหย่อนใจอย่างเพียงพอ

2.) ประชาชนมีถนนในการสัญจรไปมาอย่างสะดวก ปลอดภัย และมีสัญญาณไฟจราจรบริเวณทางแยก

3.) ประชาชนมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและอนุรักษ์แหล่งน้ำทางโบราณคดี

4.) ประชาชนมีน้ำสะอาดใช้ในการอุปโภค บริโภค

5.) ประชาชนมีโทรศัพท์สาธารณะ และแสงสว่างอย่างเพียงพอ

6.) ประชาชนอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และรับผิดชอบต่อชุมชน

7.) ประชาชนสามารถสัญจรไปมาโดยทางเท้าในชุมชนอย่างปลอดภัย สะดวก สวยงาม ร่มรื่น

8.) ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดการจัดระเบียบชุมชน

แผนงาน

1.) โครงการสร้างสวนสาธารณะชุมชน หมู่ที่ 3 และหมู่ที่ 13 เทศบาลตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

2.) โครงการปรับปรุงทางหลวงหมายเลข 226 บริเวณสี่แยกชุมชนเทศบาล ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

3.) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งน้ำโบราณสถานสระสี่เหลี่ยม ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

4.) โครงการขยายระบบบริการประปาให้ครบทุกครัวเรือน ในเขตเทศบาลตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

5.) โครงการขยายโทรศัพท์สาธารณะในชุมชนระแงง อำเภอศีขรภูมิ

6.) โครงการติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะ และไฟฟ้าชุมชน ในเขตเทศบาลตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

7.) โครงการรักษาความสะอาดเรียบร้อยและจัดระเบียบชุมชน ในเขตเทศบาลตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ

8.) โครงการก่อสร้างทางเดินเท้าในเขตเทศบาลตำบลระแงงอำเภอศีขรภูมิ

9.) โครงการวางและจัดทำผังเมืองรวมเมืองระแงง อำเภอศีขรภูมิ

10.) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งน้ำหนองปะอาว ให้เป็นสวนสาธารณะ เทศบาลตำบลกังแอน อำเภอปราสาท

11.) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์หนองน้ำศรีนครเตาเท้าเธอ ให้เป็นสวนสาธารณะ เทศบาลตำบลรัตนบุรี อำเภอรัตนบุรี

12.) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์หนองบัว ให้เป็นสวนสาธารณะ เทศบาลเมืองสุรินทร์ อำเภอเมืองสุรินทร์

13.) โครงการติดตั้งไฟฟ้าแสงสว่างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 14 ตอนเลี่ยงเมืองสุรินทร์ด้านทิศตะวันออกและทิศตะวันตก

14.) โครงการปรับปรุงถนนย่านชุมชน ขยายผิวจราจรเป็น 4 ช่องจราจร ทางหลวงหมายเลข 214

การแข่งขันแรลลี่ เปิดประตูสู่อินโดจีน (Rally Gateway to Indochina)

จังหวัดสุรินทร์ร่วมกับ**กองกำลังสุรนารี** และ**ชมรม OFF ROAD เมืองช้าง** ได้จัดการแข่งขัน **แรลลี่เปิดประตูสู่อินโดจีน** (Rally Gateway to Indochina) เส้นทาง สุรินทร์ - อุดรมีชัย - เสียมราฐ ราชอาณาจักรกัมพูชา ระหว่างวันที่ ๒๗ – ๒๘ มีนาคม ๒๕๔๗ เพื่อเป็นการกระชับความสัมพันธ์อันดีของประชาชนทั้งสองประเทศ ทั้งภาคราชการและเอกชนให้มีความแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์จุดผ่านแดนถาวรช่องจอม ซึ่งเป็นเส้นทางหลักในการติดต่อค้าขาย การลงทุน การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและอินโดจีน ในเขตอีสานตอนใต้ ตามแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดสุรินทร์ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและนักลงทุน สำหรับนักลงทุนที่ต้องการดูลู่ทางการค้า นักท่องเที่ยวที่ต้องการความท้าทาย ชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลกปราสาท นครวัด-นครธม ตามเส้นทาง ช่องจอม – อุดรมีชัย – เสียมราฐ – อัลลองเวง - โกนเกรียน – ช่องจอม ระยะทางกว่า ๓๐๐ กิโลเมตร การเดินทางที่ตื่นเต้น เร้าใจด้วยคาราวานรถยนต์ขับเคลื่อน ๔ ล้อ กว่า ๑๐๐ คัน โดยจะมีพิธีเปิดการแข่งขันแรลลี่และปล่อยขบวนรถบริเวณจุดผ่านแดนถาวรช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ในวันที่ ๒๗ มีนาคม ๒๕๔๗ เวลา ๐๘.๐๐ น.

งานและโครงการสำคัญของจังหวัดสุรินทร์

1. โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียงเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุรินทร์

จังหวัดสุรินทร์ มีประชากรมากเป็นอันดับ 9 ของประเทศ ในจำนวนนี้ร้อยละ 52 เป็นผู้อยู่ในวัยแรงงานพื้นฐานด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ คือการเกษตรจากพื้นที่ของจังหวัดประมาณ 5,077,535ไร่เป็นพื้นที่เพื่อการเกษตรประมาณ 3,631,421ไร่ซึ่งเป็นพื้นที่ทำนา 3,126,747 ไร่หรือร้อยละ 86 พื้นที่ทำไร่ประมาณ 178,397 ไร่ หรือร้อยละ 4.5 พื้นที่ปศุสัตว์ 153,808 ไร่ หรือร้อยละ 4.2 พื้นที่ปลูกไม้ผล 100,218 ไร่ หรือร้อยละ 2.7 และพื้นที่ปลูกพืชผัก 17,488 ไร่ หรือร้อยละ 0.48 มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีเท่ากับ 19,719 บาท (ข้อมูล ปี 2539) จัดเป็นอันดับที่ 75 ของประเทศและจากสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้จังหวัดสุรินทร์ ได้รับผลกระทบอย่างมาก(เมื่อพิจารณาในแง่มวลรวมของปัญหาอันเนื่อง จากจำนวนประชากรที่มีจำนวนมาก) อย่างไรก็ดี โดยที่จังหวัดสุรินทร์ มีศักยภาพที่สามารถพัฒนาด้านการเกษตรได้

และมีผู้นำภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่นมหาอยู่สุนทรชัย อาจารย์เกื้อ วงษ์บุญ หลวงพ่อนาน ฯลฯ ซึ่งได้ดำเนินกิจการตามแนวทางเศรษฐกิจแบบพอเพียงและส่งสมความรู้ ถ่ายทอด ประสบการณ์ให้แก่ผู้ที่สนใจมาเป็นเวลานาน นับเป็นต้นทุนการพัฒนาที่สำคัญของจังหวัด ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างเอกภาพและองค์รวมในการปฏิบัติภายใต้แนวคิดโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียง ฯ และแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองที่ดำเนินการกระจัดกระจาย ในส่วนราชการและองค์กรพัฒนาเอกชนต่าง ๆ ในลักษณะการระดมสรรพกำลังให้เกิดพลังในการพัฒนาอย่างสูงสุด และเพื่อผสานศักยภาพแห่งปราชญ์ชาวบ้านผู้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นตลอดจนเพื่อน้อมนำแนวพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียงอันเป็นทิศทางที่ถูกต้องแห่งการพัฒนาเพื่อสร้าง ความพอเพียงความพออยู่พอกิน และความอยู่ดีมีสุข ให้บังเกิดแก่พี่น้องประชาชนชาวสุรินทร์ จึงได้ดำเนินโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เศรษฐกิจแบบพอเพียงเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสุรินทร์ ขึ้น โดยมีมาตรการ ดังนี้

1. โครงการสุรินทร์ เมืองเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารเคมีและสารพิษ พ.ศ. 2542 - 2549 ประกอบด้วย การเกษตรผสมผสาน/ทฤษฎีใหม่ การฟื้นฟูดินโดยปุ๋ยอินทรีย์ การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การจัดตั้งศูนย์ศึกษาและพัฒนาการเกษตร การจัดการกลุ่มอาชีพและแปรรูปสินค้า ฯลฯ

2. การบริหารจัดการกลุ่มออมทรัพย์

3. การพัฒนาแห่งน้ำขนาดเล็กที่ประชาชนมีส่วนร่วม

4. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ วัฒนธรรมและชุมชนโบราณ

5. ลานค้า ร้านค้า การตลาด และการบริโภคสินค้าชุมชน

6. การแพทย์แผนไทย และสมุนไพร

2. โครงการสุรินทร์เมืองเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารเคมีและสารพิษ พ.ศ. 2542 - 2549

สืบเนื่องจากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียงเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสุรินทร์ซึ่งนับเป็นนโยบายหลักในการดำเนิน การพัฒนาจังหวัด ประกอบกับระบบการเกษตรที่ได้รับอิทธิพลจาก"การปฏิวัติเขียว"ทำให้เปลี่ยนแปลงระบบการเกษตรแบบดั่งเดิมเป็นระบบการ เกษตรเคมีที่ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าเป็นแบบการเกษตรที่ต้นทุนการผลิตด้านเกษตรกรรมสูงขึ้นผลผลิตได้ไม่เพียงพอกับต้นทุนทำให้ต้องใช้สารเคมี โดยเฉพาะสารปราบศัตรูพืชอย่างมากมายส่งผลให้ประเทศไทยต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศเพื่อนำเข้าปุ๋ยเคมีสารปราบศัตรูพืชเป็นจำนวนมากด้วย เหตุนี้จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีทำการเกษตรแบบเกษตรเคมีเป็นการเกษตรผสมผสาน (ทฤษฎีใหม่) และพัฒนาไปสู่การเกษตรปลอดสารพิษเกษตร อินทรีย์ (Organic Agriculture) หรือเกษตรธรรมชาติในที่สุดทั้งนี้เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตหรือลดรายจ่ายเพื่อเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรพออยู่พอกิน ตามแนวความคิดเศรษฐกิจแบบพอเพียงรวมทั้งลดการนำเข้ายาเวชภัณฑ์ปุ๋ยเคมีสารปราบศัตรูพืชเพื่อแก้ไขวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนั้นยังเป็นการปรับปรุงดินสภาพแวดล้อมให้กลับสู่สภาพเดิม อันเป็นการตอบแทนบุญคุณต่อแผ่นดิน

จังหวัดสุรินทร์ จะดำเนินการพัฒนาการ เกษตรของจังหวัดสุรินทร์ไปสู่เกษตรปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์หรือเกษตรธรรมชาติโดยมีเป้าหมายให้ประชาชนมีสุขภาพดีถ้วนหน้าเพื่อถวาย เป็นพระราชกุศลเนื่องในวโรกาสมหามงคลที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระชนมายุ ครบ 6 รอบ โดยจังหวัดสุรินทร์จะร่วมมืออย่างใกล้ชิด กับองค์กรเอกชน ผู้นำภูมิปัญญาชาวบ้าน และจะดำเนินการเป็นระบบเครือข่าย กับจังหวัดในภาคอีสานอีก 8 จังหวัดเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลในเรื่อง ทรัพยากรที่มีอยู่ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

3. โครงการคนดีศรีเมืองสุรินทร์

การดำเนินโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียงเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสุรินทร์จำเป็นต้องอาศัยต้นทุนการพัฒนาประการ หนึ่งคือ ผู้นำภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งเป็นบุคลากรของจังหวัดสุรินทร์ ที่ได้ทดลอง เรียนรู้ และสะสมประสบการณ์ในเรื่องเศรษฐกิจแบบพอเพียง และเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองมานานแล้วจนได้รับการยอมรับเป็นแบบอย่างของชุมชนและองค์กรพัฒนาต่าง ๆดังนั้นเพื่อเป็นการยกย่องเชิดชูเกียรติ ผู้นำภูมิปัญญาชาวบ้านที่ได้ทำคุณประโยชน์เป็นแบบอย่างที่ดีในเรื่องการพัฒนาจังหวัด จึงได้ดำเนินการโครงการคนดีศรีเมืองสุรินทร์เพื่อประกาศ เกียรติคุณและมอบโล่เป็นสัญลักษณ์แทนการขอบคุณของชาวสุรินทร์ ต่อผู้ทำคุณประโยชน์แก่แผ่นดินโดยเฉพาะจังหวัดสุรินทร์ รายชื่อคนดีศรีเมืองสุรินทร์ ประจำปี 2542

1. พระครูพิพิธประชานาถ (หลวงพ่อนาน)
2. นายทองอยู่ สุนทรชัย
3. นายเกื้อ วงษ์บุญ
4. นายเอียด ดีพูน
5. นายสัมฤทธิ์ บุญสุข
6. ร้อยเอกเสวย จ่านิกร
7. นายเชียง ไชยดี

4. การป้องกันและปราบปรามยาเสพย์ติด

สภาพทั่วไป ในปัจจุบันการแพร่ระบาดของยาเสพย์ติด ยังมีระดับการแพร่ระบาดในระดับเบาบาง มีการแพร่ระบาดแบบยาเสพย์ติดประเภท ยาบ้า และสาระเหย เป็นหลัก โดยมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ในกลุ่มของนักเรียน นักศึกษา และวัยรุ่นประกอบกับพื้นที่ของจังหวัดมีอาณาเขตติดต่อกับราชอาณา จักรกัมพูชา และผู้ประกอบการค้ายาเสพย์ติด ได้มีการย้ายฐานการผลิตยาเสพย์ติดจากภาคเหนือลงมาตอนล่าง ทำให้สถานการณ์ของพื้นที่จังหวัด สุรินทร์อาจเป็นเส้นทางผ่านของการลำเลียงยาเสพย์ติด และอาจมีการแพร่ระบาดของยาเสพย์ติดมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามเส้นทางของอำเภอ ชายแดนและตามอำเภอที่มีทาง

หลวงแผ่นดินสายหลักผ่านไปยังกรุงเทพฯ เป็นต้นการดำเนินงานของศูนย์ป้องกันและปราบปรามยาเสพย์ติดจังหวัด สุรินทร์(ศ.ปส.จ.) ซึ่งได้จัดตั้งตามคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่141/2541 ลงวันที่ 19 สิงหาคม 2541 ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ฝ่าย คือ ฝ่ายอำนวยการ , ฝ่ายป้องกัน,ฝ่ายปราบปราม และฝ่ายบำบัดรักษาและฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพย์ติดในปีงบประมาณปี2542ได้ดำเนินการโครงการด้านการป้องกัน ของหน่วยราชการต่าง ๆ และเน้นกลุ่มเป้าหมายไปยังสถานศึกษาต่าง ๆ ทุกแห่งในพื้นที่ของจังหวัด ทำให้เยาวชนและนักเรียนนักศึกษาได้รับทราบ พิษภัยของยาเสพย์ติด และวิธีการป้องกัน ไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพย์ติด ผลการปราบปรามในช่วงปี 2542 (ตุลาคม 2541 - ตุลาคม 2542) สามารถจับ คุมผู้ต้องหาได้ทั้งสิ้น 1,459 คดี แยกเป็น กันชาแห้ง 65 คดี กัญชาสด 7 คดี พืชกระท่อม 1 คดี ยาบ้า 628 คดี และสาระเหย 768 คดีรวมผู้ต้องหาทั้งสิ้น 1,513คนและมีผู้ป่วยเข้ารับการบำบัดรักษาในสถานบริการสาธารณสุข ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2541 - เดือน กันยายน 2542 รวมทั้งสิ้น 80 ราย แยกเป็น เฮโรอีน18รายยาบ้า 30 ราย สาระเหย 22 ราย และกัญชา 10 ราย

5. ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพอีสานใต้

จังหวัดสุรินทร์ ได้ร่วมกับกองกำลังสุรนารี จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพอีสานใต้ ขึ้นบริเวณถนนเลี่ยงเมือง อำเภอเมืองสุรินทร์ในเนื้อที่ 93 ไร่ เพื่อเป็นโครงการพระราชดำริในการให้ความช่วยเหลือราษฎรผู้ยากไร้ให้มีรายได้มีอาชีพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นโดยจะทำการฝึกอาชีพให้กับราษฎร และเป็นแหล่งรวบรวมศิลปาชีพทางอีสานใต้ไว้ที่ศูนย์แห่งนี้ ภายในศูนย์จะประกอบด้วยอาคารศูนย์ศิลปาชีพ ศาลาศิลปาชีพประจำจังหวัด 8 จังหวัด อาคารศาลาทรงงาน อาคารศูนย์ฝึกและพัฒนาอาชีพของหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน

6. โครงการทับทิมสยาม 04

สมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี องค์ประธานสถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ทรงมีพระราชดำริที่จะฟื้นฟูศูนย์ควบคุม ผู้อพยพหลบหนีเข้าเมืองชาวกัมพูชา หรือ SITE B ที่ตั้งอยู่ในตำบลเทพรักษา ด้วยการพัฒนาสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตของประชาชนเพื่อเป็น จุดศูนย์กลางของการพัฒนา และขยายไปสู่หมู่บ้านป้องกันตนเองตามชายแดน เพื่อให้แนวชายแดนเกิดความมั่นคงถาวรที่สุด โดยกำหนดชื่อโครง การว่า"โครงการทับทิมสยาม 04 "โครงการทับทิมสยาม 04 ตั้งอยู่หมู่ที่ 10 ตำบลเทพรักษา อำเภอสังขะ อยู่ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าห้วยสำราญ มีพื้นที่ทั้งสิ้น 2,457 ไร่ ดำเนินงานในลักษณะหมู่บ้านสหกรณ์ มีราษฎรร่วมโครงการ 100 ครอบครัวราษฎรที่ร่วมโครงการจะได้รับการสนับสนุน บ้านหนึ่งหลังในพื้นที่ 2 ไร่ พื้นที่ทำกินส่วนรวม ประมาณ 400 ไร่ และส่งเสริมให้ประกอบอาชีพเกษตร

7. โครงการพัฒนาหมู่บ้านช้าง

จังหวัดสุรินทร์ ได้ดำเนินการพัฒนา หมู่บ้านช้างบ้านตากลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและเป็นแหล่งท่อง เที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์ เนื่องจากหมู่บ้านแห่งนี้ มีชาวพื้นเมืองที่เรียกว่าส่วยหรือกูย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความชำนาญในการจับ ช้างเลี้ยงช้างมาตั้งแต่บรรพบุรุษ โดยจังหวัดได้ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สนับสนุนให้หมู่บ้านตากลาง และได้จัดตั้งศูนย์คชศึกษา จังหวัดสุรินทร์เพื่อให้เป็นแหล่งศึกษาค้นคว้า ความรู้เรื่องช้าง นักท่องเที่ยว หรือผู้สนใจสามารถชมภาพประวัติความเป็นมาของช้าง โครงกระดูก ของช้างชมเครื่องมือและอุปกรณ์จับช้าง ชมศาลาประกำที่บางสรวง และเก็บรักษาหนังประกำอันศักดิ์สิทธิ์ ณ ศูนย์คชศึกษาแห่งนี้

8. โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

8.1 การร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจัดกลุ่มจัดทำแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครราชสีมา – บุรีรัมย์ – สุรินทร์ – ศรีสะเกษ – อุบลราชธานี ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีแหล่งอารยธรรมขอมโบราณ ซึ่งเป็นที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ในการนี้ ททท.ได้ร่วมกับกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว การบินไทย กลุ่มโรงแรม เพื่อจัดเป็นแพ็คเกจทัวร์นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ และโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยตามนโยบาย "ไทยเที่ยวไทย" ของรัฐบาล
8.2 การจัดการท่องเที่ยวในลักษณะ Home Stay หรือการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดสุรินทร์มีปราสาทขอมโบราณจำนวนมาก และจากการศึกษาของภาควิชาธรณีวิทยาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าจังหวัดสุรินทร์ มีแหล่งชุมชนโบราณจำนวน 92 หมู่บ้านซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถที่จะพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว ที่จะแสดงถึงความเป็นมาในอดีตของพื้นที่อันเป็นที่ตั้งของจังหวัดสุรินทร์ ได้เป็นอย่างดีขณะนี้อยู่ในระหว่างการจัดกลุ่มหมู่บ้านท่องเที่ยวและการนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวต่อไป

ตารางที่ 6-8 การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติป่าเขา			✓	1. ภาวะความแห้งแล้ง		✓	
2. วัฒนธรรมหลากหลาย			✓	2. ประสิทธิภาพการผลิตด้าน			
3. โบราณสถานสระกำแพงใหญ่			✓	การเกษตร		✓	
4. สวนสมเด็จ			✓	3. ขาดแผนการตลาดการ	✓		
5. อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร		✓		ท่องเที่ยวของจังหวัด			
6. วัฒนธรรมประเพณี			✓	4. ขาดแรงดึงดูดของแหล่ง			
7. การอนุรักษ์วัฒนธรรม			✓	ท่องเที่ยวในจังหวัด	✓		
				5. สื่อมีน้อย	✓		
โอกาส (Opportunity)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**ข้อจำกัด (Threat)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
1. การเชื่อมโยงกับปราสาทเขา พระวิหาร กับแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดและกลุ่มจังหวัด	✓			1. นโยบายของรัฐบาลประเทศ เพื่อนบ้านในการส่งเสริม การท่องเที่ยว			✓
2. การเชื่อมโยงกับอัลลองเวง และนครวัด	✓			2. นโยบายของรัฐบาลกับการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของ จังหวัด			✓
3. การเชื่อมโยงสามเหลี่ยมมรกต		✓		3. ข้อจำกัดของงบประมาณ			✓
4. การเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ เมืองใหม่ช่องสะงำ		✓		พัฒนาจังหวัด			
5. การเป็นแหล่งสถาน นันทนาการครบวงจร			✓				

สรุปแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดศรีสะเกษ

คณะผู้บริหารจังหวัดศรีสะเกษ กำหนด

- มาตรการในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Measurement)
- กำหนดการบริหารในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

เพื่อ

- ให้การบริการประชาชนทั่วไปในเชิงรุก และ เชิงรับ
- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำนโยบายของรัฐ และความต้องการของประชาชนไปปฏิบัติในระดับพื้นที่
- จัดระบบการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนให้เสร็จในระดับจังหวัด
- สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน
- สร้างระบบฐานข้อมูลของการบูรณาการงานแผน/โครงการ
- ส้างทีมงาน (Teamwork) ในการทำงาน
- สร้างการทำงานในลักษณะเครือข่าย (Networking)
- สร้างการทำงานแบบหุ้นส่วนการพัฒนา (Parsnership)
- สร้างแบบการติดตามและรายงานผล (monitoring and Reporter)

<u>แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาได้ยึดแนวทาง ดังนี้</u>

1. ยึดนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล

- การแก้ไขปัญหาความยากจน
- การแก้ไขปัญหายาเสพติด
- การแก้ไขปัญหาการทุจริตคอรัปชั่น

2. ยึดนโยบายริเริ่มของจังหวัด

- การแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน
- การแก้ไขปัญหาด้านการบริการประชาชน
- การแก้ไขปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- การแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยว
- การแก้ไขปัญหาด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

<u>การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ดำเนินการเป็นลำดับขั้นตอนดังนี้</u>

1. รวบรวมข้อมูล , ศึกษา , ตรวจสอบความต้องการของประชาชนจากข้อมูล กชช.2 ค. , จปฐ., ความต้องการประชาคมหมู่บ้าน / ตำบล / อำเภอ / จังหวัด ตลอดจนการสำรวจตอบแบบสอบถามทางสถิติ
2. กำหนดวิสัยทัศน์จังหวัดศรีสะเกษ
3. กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา เป็น 8 ยุทธศาสตร์
   3.1 ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาความยากจน
   3.2 ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหายาเสพติด
   3.3 ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาการทุจริตคอร์รัปชั่น
   3.4 ยุทธศาสตร์การการไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน
   3.5 ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาด้านการบริการประชาชน
   3.6 ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
   3.7 ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยว
   3.8 ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน
4. การกำหนดยุทธศาสตร์ 45 กลยุทธ์
5. กำหนดแผนงาน / โครงการ

จำนวน 119 แผนงาน 287 โครงการ งบประมาณ 6,650,050,966 บาท

ยุทธศาสตร์จังหวัดศรีสะเกษ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายฐานการตลาด ด้านการค้า การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับต่างประเทศและกลุ่มจังหวัด

1. เพื่อพัฒนาและยกระดับ กลุ่มอาชีพวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม (SMEs)ให้เข้มแข็ง

2. เพื่อเพิ่มศักยภาพบุคลากรให้มีขีดความสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและบริการ

3. เพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานให้ได้มาตรฐานฝีมือ

4. เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์เป็นเมืองพี่เมืองน้องกับจังหวัดอุดรมีชัย จังหวัดเสียมราฐ และจังหวัดพระวิหาร ประเทศกัมพูชา

5. เพื่อเพิ่มศักยภาพและแรงจูงใจด้านการค้าและการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชาและกลุ่มจังหวัด

6. เพื่อมูลค่าสินค้าและผลิตภัณฑ์ OTOP

7. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและขยายฐานการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มศักยภาพการผลิตด้านเกษตรอินทรีย์

1. เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะเกี่ยวกับการถ่ายทอดเทคโนโลยีเกษตรอินทรีย์วิถีศรีสะเกษแก่บุคคลในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. เพื่อรณรงค์ปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนและเกษตรกรตระหนักถึงพิษภัยของสารเคมี

3. เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตเกษตรอินทรีย์วิธีศรีสะเกษ

4. เพื่อให้การบริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ

5. เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคมั่นใจในความปลอดภัยของผลผลิตเกษตรอินทรีย์

6. เพื่อให้ชุมชนทราบถึงพิษภัยของสารเคมี

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างคุณภาพชีวิต พัฒนาแรงงาน การกีฬา สู่มาตรฐานสากล

1. เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพและอยู่ร่วมกันในสังคมโลกได้ อย่างมีความสุข

2. เพื่อสร้างมาตรฐานการคุ้มครองแก่ผู้ด้อยโอกาสทางสังคมและประชาชนวัยพึ่งพา

3. เพื่อพัฒนาแรงงานให้มีฝีมือได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารจัดการและการบริการประชาชน

1. พัฒนาระบบบริหารจัดการให้เป็นไปตามหลักการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี

2. พัฒนาระบบข้อมูล ข่าวสาร สนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

3. บริการประชาชน สะดวก รวดเร็ว

ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการส่งเสริมท่องเที่ยว

เป้าหมาย

พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายและครบวงจร

กลยุทธ์

1. เปิดจุดผ่อนปรน/จุดผ่านแดนถาวรบริเวณชายแดนที่มีศักยภาพ เพื่อการค้าชายแดน และการท่องเที่ยว
2. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศน์ในพื้นที่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
3. ส่งเสริมและริเริ่มจัดเทศกาล/ประเพณีตามศักยภาพและขนบธรรมเนียม ประเพณี ท้องถิ่นแต่ละแห่ง
4. ส่งเสริมมัคคุเทศน์ตำบลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
5. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวสวนเกษตรเชิงอนุรักษ์
6. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

โครงการช่องสะงำเมืองใหม่

สถานที่สร้างเมืองใหม่

ปรับปรุงพื้นที่

บนพื้นที่ 966 ไร่ บริเวณ บ้านแซร์ไปร์ ตำบลไพรพัฒนา อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ ที่นี่กำลังถูกให้เป็นที่ตั้งของเมืองใหม่ เพื่อใช้เป็นเมืองคู่ค้าระหว่างจังหวัดเสียมเรียบ และศรีสะเกษ สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตคือ เมื่อสมบูรณ์แบบ พื้นที่เป้าหมายสำคัญตามแผนพัฒนาสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ ในการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคม ระหว่างไทย - กัมพูชา - เวียดนาม - ลาว

ขุดคูรอบเมืองใหม่

บริเวณพื้นที่สร้างเมืองใหม่

กุลยุทธในการสนับสนุนยุทธศาสตร์ ที่ 1

หลังจากเปิดแล้วได้มีแผนพัฒนาบริเวณฝั่งไทยซึ่งอยู่ติดกับชายแดน เป็นการพัฒนาเมืองใหม่ ซึ่งได้วาง Master Plan ไปแล้วมีงบประมาณสนับสนุนวาง Master Plan 3 ล้านบาท ตรงนั้นในเนื้อที่ 966 ไร่ ก็เป็นในเรื่องของร้านค้า ชุมชนที่อยู่อาศัย ส่วนราชการ โรงแรม ศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOPสถานีขนส่ง สวนสาธารณ ปราสาทเขาพระวิหารซึ่งจะเชื่อมโยงมาถึงช่องสะงำ นักท่องเที่ยวเวลาลงเครื่องบินที่ จังหวัด

อุบลราชธานี มาเที่ยวเขาพระวิหาร ก็เข้ามาที่ช่องสะงำ ไปที่เสียมเรียบ จากเสียมเรียบ สามารถเชื่อมโยงไปเที่ยวต่อที่เวียดนามแล้วก็เข้าที่ลาว มาจบที่ขึ้นเครื่องบินที่จังหวัดอุบลราชธานีฉะนั้นในเมืองใหม่นี้คาดการณ์ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วก็จะเป็นแหล่งหนึ่งที่รองรับนักท่องเที่ยวและคนเดินทางรวม ทั้งการค้าขายทุกอย่าง ในขณะที่รัฐบาลก็ได้อนุมัติเงิน อันแรกก็คือเงินในเรื่องการศึกษาวิจัย Master Plan ทั้งหมดภายในผังเมืองใหม่มีอะไรบ้าง ตรงไหน คนอยู่อย่างไร ที่พักอยู่อย่างไร ส่วนราชการอยู่อย่างไร ที่ค้าขายอยู่ตรงไหน ขณะนี้งบก้อนแรกที่ได้มาแล้วก็คือ ในเรื่องของการทำผังบริเวณ คือทำถนนล้อมรอบ ผังเมืองใหม่ทั้งอนุญาตจากกรมป่าไม้ก็ 16 ไร่ นะครับภายในนั้น ด้านข้างของถนนก็มีการขุดคูล้อมรอบก็คือกันน้ำชะและก็เป็นสต็อกน้ำสำหรับใช้ภายในผังเมืองด้วยส่วนการเกิดของเมืองใหม่ ไม่ว่าจะเป็นอาคารพาณิชย์ก็ดีโรงแรมที่พัก อันนี้ต้องค่อยเป็นค่อยไปจะต้องเชิญชวนให้ภาคเอกชนมาร่วมลงทุน ครั้งหนึ่งเมืองอัลลองเวงเมืองสุดท้ายของการสิ้นสุดสงครามภายในประเทศที่ยาวนานกว่า 20 ปีทิ้งไว้เพียงตำนานการสู้รบของผู้คนเผ่าพันธุ์เดียวกันเมื่อ ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างไทยและกัมพูชาได้กำหนดให้จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดเสียมเรียบเป็นจังหวัด คู่มิตรหรือเมืองพี่เมืองน้อง อัลลองเวงจึงได้ประโยชน์ โดยตรงเมื่อประเทศไทยสร้างถนนเชื่อมต่อจากด้านช่องสะงำผ่านมายังเมืองนี้

ที่มั่นเดิมเขมรแดง

เส้นทางสู่เสียมเรียบ

การสร้างเส้นทาง ส่วนของการสร้างเส้นทางที่ รัฐบาลสนับสนุนงบประมาณให้นี้ก็จะมีการสร้างที่ฝั่งไทยด้วยเพื่อให้เชื่อมโยงลาดยางจากฝั่งไทยมาที่จุดผ่านแดนระยะทาง 12.7 กิโลเมตร งบประมาณ 103 ล้านบาท และที่สำคัญที่สุดก็คือว่า ได้ให้งบประมาณให้เปล่า ในการสร้างทางลาดยาง เชื่อมต่อจาก อำเภออัลลองเวง ระยะทาง 16 กิโลเมตร เท่านั้น แต่ก็ให้เพิ่ม 4 กิโลเมตร เลยเมืองไปหน่อยเป็น 20 กิโลเมตร งบประมาณ 95 ล้านบาท ทำเส้นทางลาดยาง กว้าง 8 เมตร และอีกส่วนนึ่งในระหว่างที่ยังไม่มีการลาดยางต่อจากอัลลองเวง มาที่เสียมราบนี้ระยะทาง ประมาณ 100 กว่ากิโลเมตร ก็จะมีก็จะมีการซ่อมปรับปรุงให้อีก 13 ล้านบาท ที่รัฐบาลไทยให้ฟรี จะซ่อมปรับปรุงให้สามารถใช้การได้ดี ในส่วนที่ชำรุดเสียหาย นี่คืองบประมาณที่ใช้ในการนี้โดยเฉพาะ

บทที่ 7

สรุป และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา กรณีศึกษา จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ มีเป้าหมายการวิจัยเพื่อหาแนวทางกลยุทธ์ด้านการจัดการที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวไทยและกัมพูชา เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่กัมพูชา ผลของการศึกษาประกอบด้วย

ส่วนแรก การทบทวนแผนพัฒนาภาคตะวันออกกลางตอนบน อันได้แก่ นครนายก ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และสระแก้ว และทบทวนแผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (อีสานใต้) อันได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ในการศึกษาจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวปานกลาง เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเพื่อให้มีศักยภาพเป็นเมืองหลักในการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ส่วนที่สอง ทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา ส่วนมากจากการทำแผนพัฒนาและทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระยะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดที่ศึกษา หรือภูมิภาคอีสานใต้ และจังหวัดสระแก้ว และประเทศกัมพูชา หรืออินโดจีน

ส่วนที่สาม ทบทวนแผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดยมุ่งวิเคราะห์ส่วนที่เป็นกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาแล้วใน 4 จังหวัดดังกล่าว

ส่วนที่สี่ ทบทวนแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2547 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาเป็นกรอบและเป้าหมายของกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงรุกต่างประเทศ ที่มุ่งส่งเสริมการสร้างพันธมิตรการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ตามวิสัยทัศน์ Capital of Asia และทบทวนกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดในประเทศ โดยเฉพาะการเสริมสร้างความรู้ให้กับเยาวชนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

การรวบรวมข้อมูลพื้นฐานและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่ศึกษา จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงมหาดไทย นำมาสนเทศนำเสนอเป็นรายจังหวัด และรายอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งนี้เพื่อให้เกิดกรอบการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดที่ศึกษา รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเขตประเทศกัมพูชาที่สำคัญ และมีความเป็นไปได้สูงในการเชื่อมโยง เช่น ปราสาทเขาพระวิหาร นครวัด กลุ่มโบราณสถานเมืองพระนคร ปราสาทโรเลย แหล่งโบราณสถานบันทายฉมา แหล่งโบราณสถานกุเลน ในส่วนนี้มีรายละเอียดในบทที่ 3

การประเมินศักยภาพและคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยสองส่วนหลักคือ การประเมินจากความพร้อมในการท่องเที่ยวอันได้แก่ การเข้าถึง ที่ตั้งบริเวณของแหล่งท่องเที่ยว กายภาพและสิ่งแวดล้อม นโยบายและการจัดการของสถานที่ สวัสดิภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว อีกส่วนหนึ่งคือประเมินคุณภาพในเรื่องของคุณค่าความสำคัญทางด้านการเรียนการศึกษาทางวิชาการ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ และวัฒนธรรม

วิธีการประเมินจากระบบ Credit & Grade โดยให้ค่าน้ำหนักเป็นคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวอันได้แก่ ผู้บริหารด้านการท่องเที่ยวจากสำนักงานการท่องเที่ยวภาคกลางเขต 8 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 (นครราชสีมา) เขต 2 (อุบลราชธานี) เจ้าหน้าที่ศูนย์กีฬาและนันทนาการจังหวัดหรือสำนักงานจังหวัด ธุรกิจนำเที่ยวที่จัดท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา) ประธานหรือนายกองค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาล และคณะผู้วิจัยตรวจสอบผลการประเมินเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินสูง เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ วัดสระกำแพงใหญ่ เขาพระวิหาร เป็นต้น

ผลการประเมิน กลุ่มโบราณสถานที่มีศักยภาพสูง มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ ปราสาทเขาพระวิหาร ปราสาท-สระกำแพงใหญ่ กลุ่มโบราณสถาน ศักยภาพปานกลาง มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ต้องจัดทำกิจกรรมประกอบรับนานาชาติ อย่างเช่น ปราสาทศรีขรภูมิ

ผลการประเมินศักยภาพของงานประเพณีที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง ระดับนานาชาติอยู่แล้ว คือ งานแสดงช้าง จังหวัดสุรินทร์ ส่วนงานประเพณีอื่น ๆ ที่มีผลการประเมินมีศักยภาพสูง ได้แก่ ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง การแสดงแสงสีเสียงที่สระกำแพงใหญ่ งานมหกรรมว่าวอีสาน งานแข่งเรือยาวสตึก และเทศการเงาะทุเรียน กัณฑรลักษณ์ ซึ่งงานกิจกรรมประเพณีเหล่านี้น่าจะได้รับการส่งเสริมให้มีระดับนานาชาติเช่นเดียวกับการแสดงช้างเมืองสุรินทร์

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด วัดมีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง คือ วัดมหาเจดีย์ หรือวัดล้านขวด เป็นวัดที่น่าจะได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่กับการขายทัวร์อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมือง บริเวณอนุสาวรีย์พระยาสุรินทร์ มีศักยภาพทางด้านผังเมืองสูงสุด และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ มีสฐูป และเอกลักษณ์สูง และทั้งสองแห่งนี้ภาวะสุนทรียภาพสูง

ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม ศูนย์วัฒนธรรมอีสารใต้ จังหวัดบุรีรัมย์ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงแต่ยังมิได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมส่งเสริมระดับประเทศ และนานาชาติ และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน จังหวัดบุรีรัมย์ที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวเช่นกัน ทางด้านจังหวัดสุรินทร์ หมู่บ้านเครื่องจักรสานบ้านบุทุม และหมู่บ้านทอผ้าไหมเขวาสินรินทร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเช่นกัน

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ป่า ในเขตจังหวัดชายแดนไทย โดยพิจารณาเฉพาะค่าประเมินของศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางลงมาถึงต่ำ ในกลุ่มนี้อุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระแก้ว มีศักยภาพสูงสุด และอุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว และเส้นทางเขาถึงแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานหลายแห่งจะต้องเดินเท้าเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (น้ำตก) ที่มิได้อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกในเขตจังหวัดศรีสะเกษ มีระดับศักยภาพปานกลาง แต่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวรองได้แก่ น้ำตกสำโรงเกียรติ น้ำตกห้วยจันทร์ และน้ำตกภูละออ แต่จุดอ่อนของแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ มีน้ำตกสวยงามระหว่างเดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม ของทุกปี หลังจากนั้นน้ำจะน้อยลงหมดไปในที่สุด

ผลการประเมินของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (เขื่อนหรืออ่างเก็บน้ำ) ในพื้นที่จังหวัดที่ศึกษาอ่างเก็บน้ำนับว่าเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาด้านการเกษตรเพราะจะเกิดความแห้งแล้งในปีที่มีฝนทิ้งช่วงยาวนาน อ่างเก็บน้ำที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงได้แก่ อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง จังหวัดสุรินทร์ ศักยภาพปานกลางคือ อ่างเก็บน้ำลำนางรอง อ่างเก็บน้ำสนามบิน อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ให้มีศักยภาพอรรถประโยชน์หลักแล้วพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวจะนำคุณภาพชีวิตและผลผลิตการเกษตรในจังหวัดมีประสิทธิภาพการเพิ่มผลผลิตมากขึ้นด้วย

สิ่งที่ควรปรับปรุงที่ได้จากการประเมิน

<u>งานแสดงช้างจังหวัดสุรินทร์</u>

1. สภาพพื้นที่รอบ ๆ บริเวณงาน
2. สถานที่จอดรถ
3. ความสะอาดของห้องสุขา
4. ที่นั่งพักผ่อน
5. การรักษาความสะอาด
6. ความเป็นระเบียบของผู้คน

<u>หมู่บ้านจักสานบ้านบุทุม</u>

1. ความสะอาดของห้องสุขา และที่นั่งพัก

<u>หมู่บ้านทอผ้าไหมและเครื่องเงินเขวาสินรินทร์</u>

1. คุณภาพของเส้นทาง
2. ความสะอาดของห้องสุขา และที่นั่งพัก
3. ไฟฟ้า โทรศัพท์ไม่เพียงพอ

อุทยานแห่งชาติป่างสีดา

1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์

อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร

1. ขาดการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อย

อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง

1. ห้องน้ำสะอาดน้อย
2. ที่นั่งพักผ่อนสะอาดน้อย ไม่เพียงพอ
3. ความเป็นระเบียบของผู้คน
4. ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์
5. ขาดการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
6. ขาดป้ายชื่อสถานที่เส้นทาง และป้ายเตือน

ผลการวิเคราะห์การเชื่อมโยง

เส้นทาง	ปัจจุบัน พ.ศ.2546		เป้าหมายเวลาการเดินทางหลังปรับปรุงเส้นทางเสร็จ พ.ศ.2547
	ระยะทาง (ก.ม.)	เวลาการเดินทาง (ช.ม.)	
1. จุดพักกรุงเทพฯ → อรัญประเทศ	287	4	3.5
อรัญประเทศ → ศรีโสภณ → เสียมราฐ	154	6-7	3-4
2. จุดพักสุรินทร์ → ช่องจอม	75	1.5	1.5
ช่องจอม → กระลาน → เสียมราฐ	130	5-6	3
3. จุดพักสุรินทร์ → ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ → อัลลองเวง → เสียมราฐ	135	5-6	3
4. จุดพักศรีสะเกษ → ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ → อัลลองเวง → เสียมราฐ	135	5-6	3
5. จุดพักอุบลราชธานี → ช่องสะงำ	155	2.5	2.5

ช่องสะงำ→ อัลลองเวง→เสียมราฐ	135	5-6	3

เส้นทางการท่องเที่ยวจากอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว สู่เสียมราฐ

อรัญประเทศ / ปอยเปต ⟶ ศรีโสภณ⟶ เสียมราฐ⟶ โตเลสาบ ⟶ ปราสาท-บันทายศรี ⟶ ปราสาทแม่บุญ ⟶ ปราสาทแปรรูป ⟶ ปราสาทตาพรหม ⟶ ปราสาท-ตาแก้ว ⟶ ปราสาทพระขรรค์ ⟶ กลุ่มปราสาทพระนคร ⟶ นครธม ⟶ ปราสาทบายน ปราสาทลานช้าง⟶ ปราสาทบาปรวน⟶ ปราสาทวิมานอากาศ⟶ นครวัด⟶ บาราย

เส้นทางการท่องเที่ยวจากช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ / โอเสม็ด สู่เสียมราฐ

ช่องจอม / โอเสม็ด ⟶ อัลลองเวง ⟶ กบาลสะเปียน ⟶ บันทายศรี⟶ เสียมราฐ กลุ่มปราสาทพระนคร ⟶ นครธม ⟶ ปราสาทบายน ⟶ปราสาทบาปวน ⟶ ปราสาท-พิมาย ⟶ ปราสาทวิมานอากาศ ⟶ ปราสาทลานช้าง ⟶ ลานพระเจ้าขี้เรื้อน ⟶ปราสาท-ตาพรหม⟶ นครวัด⟶ โตเลสาบ

เส้นทางการท่องเที่ยวจากช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ สู่เสียมราฐ

ช่องสะงำ ⟶ อัลลองเวง ⟶ กบาลสะเปียน ⟶ บันทายศรี⟶ เสียมราฐ กลุ่มปราสาทพระนคร ⟶ นครธม ⟶ ปราสาทบายน ⟶ ปราสาทบาปวน ปราสาทวิมานอากาศ ⟶ ปราสาทลานช้าง ⟶ ลานพระเจ้าขี้เรื้อน ⟶ ปราสาทตาพรหม นครวัด⟶ โตเลสาบ

เส้นทางการท่องเที่ยวศรีสะเกษ สู่ปราสาทเขาพระวิหาร

ศรีสะเกษ ⟶ วัดล้านขวด ⟶ ผามออีแดง ⟶ อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ⟶ ปราสาทเขาพระวิหาร

เส้นทางการท่องเที่ยวกรุงเทพฯ สู่บันเตียเมียนเจย

กรุงเทพฯ ⟶ ฉะเชิงเทรา⟶ สระแก้ว ⟶ อรัญประเทศ⟶ กิ่งอำเภอโคกสูง ปราสาทสด๊กก๊อกธม ⟶ ตาพระยา ⟶ จุดผ่อนปรนบึงตากวน ⟶ บันเตียเมียนเจย ปราสาทบันเตียชมาร์⟶ ปราสาทบันเตียทับ ⟶ ทมอพวก

เส้นทางการท่องเที่ยวปราสาทขอมสามชาติ (ไทย-กัมพูชา-ลาว)

ศรีสะเกษ ⟶ สระกำแพงใหญ่ ⟶ ปราสาทเขาพระวิหาร ⟶ อุบลราชธานี ช่องเม็ก⟶ จำปาศักดิ์⟶ ปราสาทวัดภู

กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

การใช้กลยุทธ์ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ ตลาดการค้าชายแดน การอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น งานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และกลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด การฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

การใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การกำหนดราคาที่คำนึงถึงชื่อเสียงสำหรับแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดราคาสอดคล้องกับปริมาณผู้ใช้บริการ และกำหนดราคาสอดคล้องกับผู้ใช้บริการ การใช้กลยุทธ์ทางด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การมีตัวแทนขายและการขายตรง สำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ ใกล้ที่พักอาศัยของกลุ่มเป้าหมายและใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่นที่โรงแรม สถานีรถทัวร์ หรือสถานีรถไฟ สำหรับกลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การจัดงานตามสถานที่ต่าง ๆ ส่วนกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างน้อยคือ การโฆษณาทางอินเตอร์เน็ต โทรศัพท์ วิทยุ และการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ และมีการโฆษณาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย

กลยุทธ์การจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากทางด้านการจัดจำหน่ายคือ การขายตรง และการเลือกทำเลที่ตั้งใกล้สถานีขนส่ง และกลยุทธ์ที่ใช้ระดับปานกลางคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางด้านบริการที่แตกต่าง

การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับปริมาณการใช้บริการ การกำหนดโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน การกำหนดราคาในช่วงฤดูการท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และการโฆษณาในระดับท้องถิ่น

กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจร้านอาหาร

กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ ความเป็นเลิศทางด้านอาหาร ได้แก่ การรักษาคุณภาพอาหาร ความสม่ำเสมอของรถชาติ ความสะอาดของอาหาร ความปลอดภัยของอาหาร ปริมาณต่อหน่วยเหมาะสม และแนะนำอาหารเด่นของร้าน และกลยุทธ์ความเป็นเลิศของบริการ ได้แก่ การต้อนรับ มารยาทของบุคลากร ความรวดเร็วของบริการ และกลยุทธ์ความเป็นเลิศด้านการจัดการ ได้แก่ การรักษามาตรฐานของคุณภาพอาหาร การรักษาจรรยาบรรณ การรักษามาตรฐานของบรรยากาศ และการรักษามาตรฐานของด้านบริการ

กลยุทธ์การจัดการธุรกิจขายสินค้าและสินค้าที่ระลึก

กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การจัดจำหน่าย ได้แก่ การขายปลีกอิสระ และกลยุทธ์ในการส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ การให้ส่วนลดและกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมาก คือ กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายประเภทของสินค้า ความหลากหลายของขนาดและรูปร่าง ความหลากหลายของกลิ่น ความหลากหลายของสี และกลยุทธ์ความเลิศทางด้านคุณภาพ สำหรับกลยุทธ์ทางด้านราคาใช้ค่อนข้างมาก ได้แก่ การใช้ราคาเปรียบเทียบกับคุณภาพ คู่แข่งขัน และต้นทุนในการผลิต ทางด้านกลยุทธ์ทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ค่อนข้างมาก คือ การขายปลีกอิสระ กลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดระดับปานกลางคือ การจัดแสดงสินค้าในงาน การให้ของแถม กลยุทธ์ที่มีการใช้น้อย ได้แก่ การโฆษณา การแลกแต้ม

กลยุทธ์การจัดการของจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

เป้าหมายของการพัฒนา คือ การเพิ่มขีดความสามารถทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดและบริการเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา และต่างประเทศ (กัมพูชา) เพื่อสร้างระบบการบริการที่ดี และนำไปสู่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลย์และยั่งยืน

กลยุทธ์การค้าชายแดน	กลยุทธ์การท่องเที่ยว
1. ส่งเสริมการตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อการลงทุนจากต่างประเทศ 2. ส่งเสริมให้มีระบบคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงทั้ง	1. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทั้งในประเทศและกับประเทศเพื่อนบ้าน 2. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้าน

ในประเทศและต่างประเทศ	การบริการและเพิ่มแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด

ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

จุดแข็ง (Strength)	สูง	กลาง	ต่ำ	จุดอ่อน (Weakness)	สูง	กลาง	ต่ำ
1. โบราณสถานจำนวนมาก	✓			1. ทางหลวงแผ่นดินมาตรฐาน 2 ช่องจราจร	✓		
2. กิจกรรม / ประเพณีมาก		✓					
3. ศักยภาพท่องเที่ยวธรรมชาติและเชิงนิเวศสูง		✓		2. ความสนใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศน้อย	✓		
4. เชื่อมโยงไทยและกัมพูชาและอินโดจีนได้	✓			3. ขาดแคลนมัคคุเทศน์อาชีพ	✓		
5. ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวถูกกว่าภูมิภาคอื่น ๆ	✓			8. การรวมตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดน้อย	✓		
9. วัฒนธรรมท้องถิ่นหลากหลาย	✓			9. ขาดแหล่งท่องเที่ยวบันเทิงในเขตเมือง	✓		
10. มีความปลอดภัยสูง	✓			10. การโฆษนาสินค้าท่องเที่ยวน้อย	✓		
11. ประชาชนเป็นมิตร	✓			11. การใช้สื่ออินเตอร์เน็ตน้อย	✓		
โอกาส (Opportunity)				**ข้อจำกัด (Threat)**			

1. โบราณสถานเกี่ยวข้องกับประเทศเพื่อนบ้าน	✓			1. ความไม่แน่นอนการเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน		✓	
2. การพัฒนากิจกรรม / ประเพณีสู่สากล	✓			2. ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชาสูงกว่าประเทศไทยมาก		✓	
3. โอกาสสูงในการ เชื่อมโยงไทยและกัมพูชา	✓			3. เส้นทางในประเทศเพื่อนบ้านชำรุดทรุดโทรมมาก	✓		
4. การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดี		✓		4. กฎระเบียบป้องกัน / ควบคุมนักท่องเที่ยวชาวไทย		✓	
5. การเดินทางท่องเที่ยวทางบก				5. ภูมิอากาศร้อน แห้งแล้ง		✓	
6. การ ประตูสู่อินโดจีน	✓						
7. ท่องเที่ยวทำบุญ		✓					
8. ท่องเที่ยวกีฬา			✓				

ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดเสียมราฐ

จุดแข็ง (Strength)	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**	**จุดอ่อน (Weakness)**	**สูง**	**กลาง**	**ต่ำ**
7. การมีชื่อเสียงโบราณสถานขอม นครวัด นครธม	✓			7. ความขัดสนทางรายได้			✓
8. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมีศักยภาพสูง			✓	8. ความขัดสนทางด้านคมนาคมขนส่ง	✓		
9. ทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่ในเอเชีย			✓	9. ความขัดสนทางสินค้าอุปโภคบริโภค			✓
10. มัคคุเทศก์มีความรู้ความสามารถเป็นอย่างดี		✓		10. ความสามารถในการผลิตต่ำ			✓
11. สื่อสารภาษาไทยได้ดี			✓	11. ความไม่แน่นอนทางการเมือง			✓
12. มีโรงแรมระดับ World Class			✓	12. ราคาสินค้าและบริการสูง		✓	
โอกาส (Opportunity)				**ข้อจำกัด (Threat)**			

1. ความร่วมมือการส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓			1. ไม่มีเส้นทางเชื่อมโยง			✓
2. ความร่วมมือการส่งเสริมการผลิตด้านการเกษตร			✓	2. คุณภาพของเส้นทางมาตรฐานต่ำและชำรุด		✓	
3. ความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากร			✓	3. ขาดงบประมาณของประเทศ	✓		
4. การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม		✓		4. ขาดเงินช่วยเหลือจากต่าง-ประเทศ	✓		
5. การเชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา ลาว - เวียดนาม		✓		5. มาตรการทางภาษีไม่เอื้อต่อการลงทุน มีอัตราสูง ซ้ำซ้อน	✓		

ข้อเสนอกลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว

1) เพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

เสริมความน่าสนใจของแหล่งวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปรับปรุงวิธีเสนอแสงสี สาระ ความรู้ สร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น Convention Center , Theme Park หาข้อสรุปจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวว่าต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใดที่จะถูกใจตลาด แล้วปรับปรุงเสริมสิ่งอำนวยความสะดวกให้แหล่งท่องเที่ยวนั้น ไม่ใช่พัฒนาใหม่ ๆ หรือสร้างสิ่งใหม่ ๆ โดยไม่ดูแลให้ความสำคัญสิ่งเดิมที่มีอยู่ จัดการคนดูแลรักษาและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวและจัดให้มีห้องน้ำสะอาด ที่นั่งพักผ่อนตามเส้นทางเดิม เอาธรรมชาติขายร่วมกับเทคโนโลยีการจัดการ ลงทุนสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างเช่น ศูนย์การประชุม ศูนย์ วัฒนธรรม สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ สร้างถนนเพิ่ม ปรับปรุงผิวจราจรจนถึงแหล่งท่องเที่ยว

ให้แหล่งท่องเที่ยวจัดเพิ่มคุณภาพในสินค้าและบริการด้วยการยอมรับโดยสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2) การยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก

ควรจะมีการจัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร รถเช่า องค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าของสถานที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจะได้ทราบถึงมาตรฐาน ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่รองรับขยะ และจัดให้มีการอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้บริการ เป็นไปตามขั้นตอนของการพัฒนาของตลาดและระดับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรมเริ่มที่ 3 ดาว 4 ดาว 5 ดาว ยกระดับมาตรฐานของห้องน้ำ อาหาร สถานที่พักผ่อน สินค้า ฯลฯ

3) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ควรเน้นเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เด่น ๆ ของแต่ละจังหวัด ไม่ใช่ไปเสริมทั่วไปหมด จะต้องเน้นภาคอีสานให้มาก เพราะคนส่วนใหญ่จะรู้อีสานน้อยมาก จะต้องขายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนบ้าน ลาว เขมร กิจกรรมดึงดูด ตลาดเป้าหมาย ภายในต่างประเทศ กิจกรรมดึงดูด ตลาดเป้าหมาย ภายในประเทศและต่างประเทศ จัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์วงกว้างและต่อเนื่อง จัดโปรแกรมโชว์จุดขายให้บ่อยกว่าเก่าสร้าง Brand ของจังหวัดชายแดนให้สื่อความหมายไปในแนวทางสนุกสนานและเป็นธรรมชาติที่สุด เช่น อีสานเมืองกีฬาและศิลปิน สระแก้วอนุรักษ์ และผจญภัย

4) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม

ควรจะดึงภาคเอกชนเข้ามาให้ความเห็น ส่วนมากจะพัฒนาตามที่ ททท. ต้องการ หรือตามที่ส่วนราชการต้องการ คือ ส่วนราชการจะมุ่งความต้องการไปส่วนไหนก็มักจะของบประมาณเสริมส่วนนั้น ส่วนราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องให้อำนวยความสะดวกและให้เอกชนได้มีบทบาทร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ OTOP เชิงเกษตร การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมระหว่างผู้ปกครองระดับท้องถิ่นโดยปลูกจิตสำนึกให้รู้ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยจัดให้มีที่ปรึกษาอย่างใกล้ชิด

5) ความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนายังมีน้อยที่รัฐบาลไทยมีกลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภค แหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี จะช่วยให้ประเทศเพื่อนบ้านก้าวได้เร็วขึ้น ประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนครวัด ลาวมีน้ำตก หลีผี ขายได้ทุกวัน และขายได้ทั้งปี แต่การเมืองท้องถิ่นยังไม่แน่นอน จึงต้องมีการเจรจาพูดคุยกันเพื่อพัฒนาร่วมกัน เพื่อแก้ปัญหาร่วมกัน เช่น กัมพูชายังขาดคนประสานงานที่ดีเราจะต้องเข้าไปช่วยเขาพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ไกด์ การต้อนรับ อาหาร ถ้าหากยังไม่พร้อมเสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำแล้วผู้กมัดด้วยโปรแกรมการท่องเที่ยว

6) การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน

ควรกำหนดราคาจุดผ่านแดนให้แน่นอน การจัดเก็บมาตรฐาน โดยไม่เพิ่มราคา หรือฉวยโอกาสหาค่าล่วงเวลา หรือแม้แต่ขณะนี้การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะงำ ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวรตั้งแต่วันที่ 11 พฤศจิกายน 2546 แต่ยังไม่สามารถเดินทางไปได้ การเปิดประตูจะเป็นการดีมากเพราะไทยเราจะได้เกินดุลด้านการค้า เพราะของใช้ อุปโภคบริโภค 99% ต้องซื้อจากไทยเข้ากัมพูชา-ลาว (จำปาศักดิ์) มีความเป็นไปได้สูงมากโดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้าในระบบตู้คอนเทรนเนอร์

7) การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

เป็นเรื่องที่ดีความพร้อมด้านถนนเริ่มจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถแท็กซี่ รถสามล้อ มอเตอร์ไซค์บริการ หรือรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผิวจราจรต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

8) กลยุทธ์อื่น ๆ

ควรจัดให้มีแหล่งบันเทิงรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะงำสามเหลี่ยมมรกต ไม่ว่าจะเป็นสนามกอล์ฟ คาสิโน โรงแรมแบบมาเลเซีย เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครธม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะ

สร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้ เพิ่มการขนส่งสินค้าทางรถไฟในรูปแบบการขนส่งระบบตู้คอนเทรนเนอร์ แล้วออก พรบ. จราจรระดับการขนส่งทางรถยนต์ให้มีขีดจำกัดบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น อรัญประเทศ

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. พัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดภาคกลาง. กองวางแผนโครงการ ททท. 2540.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กองวางแผนโครงการ ททท. 2540

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. คู่มือกิจกรรมและประเพณี ปี 2546.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสามเหลี่ยมมรกต. 2545.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทย พม่า และจีนตอนใต้. คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

จรรยา มาณะวิท และสามารถ ทรัพย์เย็น และคณะ. อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร, 2542.

บริษัทเทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545.

บริษัทมรดกโลกเสนอกรุงเทพฯ. โครงการสัมมนาส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมขอม. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543.

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย และคณะ. กลยุทธ์การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.

ฐลัด ศรีคำพร และคณะ. ยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546.

พิสิฐ เจริญวงศ์ และคณะ. ปราสาทพนมรุ้ง. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร, 2543.

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. รายงานโครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียง-เหนือ ปี 2545. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองสถิติและวิจัย, 2546.

ศูนย์บริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. รายงานโครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ปี 2544. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองสถิติและวิจัย, 2545.

ศูนย์บริการวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2546.

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546.

สงบ บุญคล้อย. สถานการณ์ท่องเที่ยวประเทศกัมพูชา. กรุงเทพฯ ชุดโครงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวฝ่ายอุตสาหกรรม. กองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2545.

สมชาติ เลี้ยงพรพรรณ. การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในบริเวณทะเลสาบสงขลา. กรุงเทพฯ : ชุดโครงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุรัตน์ วรางรัตน์ และคณะ. เส้นทางหมายเลข 9 สู่เวียดนามตอนกลาง. สกลนคร สำนักศิลปวัฒนธรรม สถาบันราชภัฏสกลนคร, 2543.

สำนักงานจังหวัดสระแก้ว. แผนพัฒนาจังหวัดสระแก้ว. สระแก้ว , 2546.

สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. แผนพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์.

สำนักงานจังหวัดสุรินทร์. แผนพัฒนาจังหวัดสุรินทร์.

สำนักงานจังหวัดศรีสะเกษ. แผนพัฒนาจังหวัดศรีสะเกษ.

อภิชาติ ทวีโภคา. ปราสาทสด๊กก๊อกธม : ประวัติศาสตร์ และอารยธรรมขอม สระแก้ว-บันเตียเมียนเจย. สระแก้ว : โรงเรียนทับพระยาวิทยา, 2546.

อภิวันทน์ อดุลย์พิเชษฐ์. ปราสาทหินแห่งอีสานใต้. สำนักพิมพ์เมืองโบราณ. กรุงเทพฯ, 2546.

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

โครงการวิจัยเรื่อง

กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

กรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

1. แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกำลังเยี่ยมชม (Tourism site) / หรือได้ไปชมมาแล้ว

❒ (1) พนมรุ้ง ❒ (2) เมืองต่ำ ❒ (3) การแสดงช้าง ❒ (4) ปราสาทศีขรภูมิ

❒ (5) เขาพระวิหาร ❒ (6) วัดสระกำแพงใหญ่ ❒ (7) อื่น ๆ (ระบุ).....

2. ท่านได้รู้จักหรือได้ยินชื่อสถานที่หรือการแสดงนี้ตั้งแต่เมื่อใด

❒ (1) ก่อนเดินทางมาถึงประเทศไทย ❒ (2) ภายหลังจากมาถึงประเทศไทยแล้ว

3. ท่านวางแผนที่จะพักอยู่ในจังหวัดนี้เป็นเวลากี่วัน

❒ (1) ต่ำกว่า 1 วัน (ไม่ค้างคืน) ❒ (2) 1 – 2 วัน ❒ (3) 3 – 4 วัน ❒ (4) มากกว่า 4 วัน

4. ก่อนที่ท่านจะมาท่องเที่ยวในจังหวัดนี้ท่านได้ไปท่องเที่ยวที่ใดมาก่อน

1……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

2……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

3……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

4……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

5……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

5. หลังจากนี้ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใดในประเทศไทย

1……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

2……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

3……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

4……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

5……จังหวัด……เป็นระยะเวลา……วัน

6. ก่อนที่ท่านจะเดินทางมาประเทศไทย ท่านได้วางแผนมาก่อนหรือไม่ว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใดบ้างในประเทศไทย

❒ (1) ไม่ได้วางแผน ❒ (2) ได้วางแผนไว้ก่อนคร่าว ๆ ❒ (3) วางแผนไว้อย่างแน่นอน

7. ท่านจะใช้เวลาพำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลารวมทั้งสิ้นกี่วัน

❒ (1) น้อยกว่า 5 วัน ❒ (2) 5 – 9 วัน ❒ (3) 10 – 14 วัน ❒ (4) 15 วันขึ้นไป

8. ลักษณะการเดินทางของท่าน

❒ (1) เดินทางกับคณะทัวร์ ❒ (2) เดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง

9. ในการเดินทางครั้งนี้ใครเป็นเพื่อนร่วมทางของท่าน

❒ (1) เดินทางตามลำพัง ❒ (2) คู่สมรส / สมาชิกในครอบครัว

❒ (3) เพื่อน / คนรัก ❒ (4) อื่น ๆ (ระบุ)……

10. สิ่งดึงดูดใจให้ท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดนี้ได้แก่อะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❒ (1) แหล่งโบราณคดี (Archaeological sites) ❒ (2) ธรรมชาติ

❒ (3) วัฒนธรรมหรือประเพณี (การแสดงของช้าง , ลอยกระทง ฯลฯ) ❒ (4) แหล่งซื้อของ

❒ (5) วิถีชีวิตของผู้คน ❒ (6) ค่าใช้จ่ายถูก

❒ (7) ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ❒ (8) ความมีชื่อเสียงของสถานที่

❒ (9) อื่น ๆ (ระบุ)……

11. ท่านเคยไปชมนครวัดประเทศกัมพูชาแล้วหรือยัง

❒ (1) ได้ไปมาแล้ว ❒ (2) กำลังจะไป ❒ (3) ยังไม่มีแผนการที่จะไป

11.1 ท่านได้ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในเสียมราฐเป็นเงินเท่าใด (US$)……..

12. การเดินทางของท่านในครั้งนี้ท่านมาเพื่อท่องเที่ยวประเทศไทยเท่านั้นใช่หรือไม่

❒ (1) ใช่

❒ (2) ไม่ใช่ ประเทศอื่นที่เป็นจุดหมายในครั้งนี้ได้แก่

❍ 2.1 ประเทศ.....ระยะเวลา.....วัน
❍ 2.2 ประเทศ.....ระยะเวลา.....วัน
❍ 2.3 ประเทศ.....ระยะเวลา.....วัน
❍ 2.4 ประเทศ.....ระยะเวลา.....วัน
❍ 2.5 ประเทศ.....ระยะเวลา.....วัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยว : โปรดจัดอันดับความสำคัญของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ท่านได้กระทำหรือคาดว่าจะกระทำในระหว่างการท่องเที่ยวในครั้งนี้ไม่เกิน 5 อย่าง กิจกรรมที่ท่านเห็นว่าสำคัญที่สุดคือ กิจกรรมอันอับ 1 กิจกรรมที่สำคัญรองลงมาคืออันดับ 2 ,3,4 และกิจกรรมที่สำคัญน้อยที่สุดคืออันดับ 5

13._____ ผจญภัย
14._____ ซื้อของ
15._____ พักผ่อน
16._____ หาความสนุกสนานเพลิดเพลิน
17._____ ทำความรู้จักกับคนในท้องถิ่น
18._____ ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ระหว่างการเดินทาง
19._____ เยี่ยมญาติหรือเพื่อนฝูง
20._____ ได้สัมผัสกับธรรมชาติ ได้ชมความแปลกใหม่ของธรรมชาติ
21._____ ได้เห็นได้ยิน ได้สัมผัสความแปลกใหม่ทางวัฒนธรรม
22._____ ได้เรียนรู้และได้ใช้ชีวิตอย่างเดียวกันกับคนในท้องถิ่น
23._____ ได้เห็นได้ชมสถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน
24._____ ได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทย (e.g. ภาษาไทย, เรียนทำอาหารไทย ฯลฯ)
25. _____ เล่นกีฬา

26. พาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางระหว่างจังหวัดที่ท่านใช้ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ประเภท)
❒ (1) เครื่องบิน ❒ (2) รถไฟ ❒ (3) รถโดยสารปรับอากาศ ❒ (4) อื่น ๆ (ระบุ).....
27. พาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ท่านใช้ได้แก่
❒ (1) รถประจำทาง ❒ (2) รถรับจ้าง ❒ (3) รถเช่า ❒ (4) อื่น ๆ (ระบุ).....
28. ค่าใช้จ่ายสำหรับค่ายานพาหนะเฉลี่ยวันละ (US$ / Baht).....
29. ท่านมีงบประมาณ (Expenditure) สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งนี้เป็นเงินเท่าใด (US$ or Baht).....

โปรดจัดอันดับความประทับใจของท่านที่มีต่อประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศที่ท่านประทับใจมากที่สุดคืออันดับที่ 1

30._____ ประเทศไทย
31._____ ประเทศกัมพูชา

32._____ ประเทศลาว

33._____ ประเทศพม่า

34._____ ประเทศมาเลเซีย

35._____ ประเทศสิงคโปร์

36. โปรดระบุถึงเหตุผลที่ทำให้ท่านพอใจประเทศนั้นมากเป็นอันดับที่ 1

……

……

37. ประเภทของที่พักที่ท่านได้เลือกหรือจะเลือกได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ประเภท)

❒ (1) โรงแรม ❒ (2) เกสต์เฮาส์ ❒ (3) บ้านเพื่อน / ญาติ ❒ (4) อื่น ๆ (ระบุ)……

38. ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักเฉลี่ยวันละ (US$ / Baht)……

พฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้า

39. ในระหว่างการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านรับประทานอาหารเช้าบ่อยแค่ไหน

❒ (1) ทุกวัน ❒ (2) เป็นบางวัน ❒ (3) แทบจะไม่รับประทานเลย

40. โปรดระบุประเภทของอาหารเช้าที่ท่านรับประทานเป็นหลัก

❒ (1) อาหารไทย ❒ (2) อาหารแบบตะวันออกอื่น ๆ (มาเลเซีย,จีน,มุสลิม,ญี่ปุ่น ฯลฯ)

❒ (3) คอนติเนนตัล ❒ (4) อเมริกัน ❒ (5) อื่น ๆ (ระบุ)…….

41. สถานที่รับประทานอาหารเช้าประจำ

❒ (1) ร้านอาหารของโรงแรม ❒ (2) ร้านอาหารนอกโรงแรมที่ดำเนินการโดยคนในท้องถิ่น

❒ (3) ฟาสต์ฟู้ด (Pizza Hut, Hamburger, KFC, etc.) ❒ (4) หาบเร่ แผงลอย

42. ค่าอาหารเช้าเฉลี่ยมื้อละเท่าไร (US$ / Baht)……

พฤติกรรมการบริโภคอาหารกลางวัน

43. ในระหว่างการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านรับประทานอาหารกลางวันบ่อยแค่ไหน

❒ (1) ทุกวัน ❒ (2) เป็นบางวัน ❒ (3) แทบจะไม่รับประทานเลย

44. โปรดระบุประเภทของอาหารกลางวันที่ท่านรับประทานเป็นหลัก

❒ (1) อาหารไทย ❒ (2) อาหารแบบตะวันออกอื่น ๆ (มาเลเซีย,จีน,มุสลิม,ญี่ปุ่น ฯลฯ)

❒ (3) อาหารแบบตะวันตก ❒ (4) อื่น ๆ (ระบุ)……..

45. สถานที่รับประทานอาหารกลางวันประจำ

❒ (1) ร้านอาหารของโรงแรม ❒ (2) ร้านอาหารนอกโรงแรมที่ดำเนินการโดยคนในท้องถิ่น

❒ (3) ฟาสต์ฟู้ด (Pizza Hut, Hamburger, KFC, etc.) ❒ (4) หาบเร่ แผงลอย

46. ค่าอาหารกลางวันเฉลี่ยมื้อละเท่าไร (US$ / Baht)……

พฤติกรรมการบริโภคอาหารเย็น

47. ในระหว่างการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านรับประทานอาหารเย็นบ่อยแค่ไหน

❒ (1) ทุกวัน ❒ (2) เป็นบางวัน ❒ (3) แทบจะไม่รับประทานเลย

48. โปรดระบุประเภทของอาหารเย็นที่ท่านรับประทานเป็นหลัก

❒ (1) อาหารไทย ❒ (2) อาหารแบบตะวันออกอื่น ๆ (มาเลเซีย,จีน,มุสลิม,ญี่ปุ่น ฯลฯ)

❒ (3) อาหารตะวันตก ❒ (4) อื่น ๆ (ระบุ).....

49. สถานที่รับประทานอาหารเย็นประจำ

❒ (1) ร้านอาหารของโรงแรม ❒ (2) ร้านอาหารนอกโรงแรมที่ดำเนินการโดยคนในท้องถิ่น

❒ (3) ฟาสต์ฟู้ด (Pizza Hut, Hamburger, KFC, etc.) ❒ (4) หาบเร่ แผงลอย

50. ค่าอาหารค่ำเฉลี่ยมื้อละเท่าไร (US$ / Baht).....

ปัญหาทางด้านการท่องเที่ยวที่ท่านได้ประสบในประเทศไทย (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) โปรดทำเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อที่ท่านเห็นว่าเป็นปัญหา

51._____ พนักงานบริการบางคนไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้

52._____ ถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องราคาของสินค้าและบริการ

53._____ พาหนะรับส่งจากสนามบินไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก

54._____ พาหนะรับส่งจากสถานีขนส่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก

55._____ ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย

56._____ ป้ายบอกเส้นทางไม่ชัดเจน

57._____ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดชายแดน : บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ หากมีเวลามากพอท่านมีความในใจที่จะไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่อไปนี้มากน้อยแค่ไหน โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ตรงกับระดับความในใจของท่าน

แหล่งท่องเที่ยว	ระดับความสนใจ				
	มาก 5	ค่อนข้างมาก 4	ปานกลาง 3	ค่อนข้างน้อย 2	น้อย 1
ในจังหวัดบุรีรัมย์ (410 ก.ม.จากกรุงเทพ) 58. ประสาทหินเขาพนมรุ้ง ประสาทหินของขอมสร้างในศตวรรษที่ 12 มีภาพแกะสลักจากเรื่องรามเกียรติ์ และมหาภารตที่ละเอียดอ่อนบนหินทรายสีชมพู ตั้งอยู่บน ปากปล่องภูเขาไฟที่ดับแล้ว					
59. ปราสาทหินเมืองต่ำ ประสาทหินของขอมสร้างในศตวรรษที่ 11 มีภาพแกะสลักเกี่ยวกับเทพเจ้าในศาสนาอินดูบนปรางค์และทับหลังที่สวยงามหลายแห่ง					

ในจังหวัดสุรินทร์ (457 ก.ม. จากกรุงเทพ) 60. งานแสดงช้าง ชมความสามารถของช้างในการชักลากไม้การชักคะเย่อระหว่างคนกับช้างและขบวนช้างศึกในสมัยโบราณ					
61. หมู่บ้านช้าง ชมชีวิตความเป็นอยู่ของคนและช้างที่อยู่ร่วมกันในบ้านท่ากลางเป็นหมู่บ้านที่ฝึกช้างสำหรับงานช้าง					
62. หมู่บ้านเครื่องเงิน ผลิตเครื่องประดับทำจากเงินเช่น สร้อยคอ สร้อยข้อมือ แหวน กำไล เข็มขัด และอื่น ๆ ด้วยเงินแท้ มีร้านจำหน่ายเรียงรายสองฟากถนน					
63. หมู่บ้านเครื่องจักสาน ผลิตเครื่องใช้ที่ทำจากหวาย มีร้านจำหน่ายเรียงรายสองฟากถนน					
64. ปราสาทหินศรีขรภูมิ อำเภอศรีขรภูมิ ประสาทประกอบด้วย 5 ปรางค์ มีลวดลายแกะสลักที่สวยงามบนเสา					
ในจังหวัดศรีสะเกษ (570 ก.ม. จากกรุงเทพ) 65. ปราสาทเขาพระวิหาร ปราสาทหินซึ่งถูกศาลโลกตัดสินให้เป็นของประเทศกัมพูชา แต่ทางขึ้นอยู่ในเขตประเทศไทยประกอบด้วยอาคารขนาดใหญ่ หลายหลังเรียงตามระดับความสูงของไหล่เขา หลักฐานของความยิ่งใหญ่ของอาณาจักรขอม					
66. ประสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ สร้างโดยพระเจ้าสุริยวรมันในศตวรรษที่ 10 ปราสาทหินของไทยในจังหวัดศรีสะเกษที่ใหญ่ที่สุด					
67. งานเทศกาลดอกลำดวน จัดในเดือนมีนาคมของทุกปี ในช่วงที่ดอกลำดวนป่าบาน งานจัดในสวนต้นลำดวนมีการแสดงทางวัฒนธรรม นิทรรศการและจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง					

แหล่งท่องเที่ยว	**ระดับความสนใจ**				
	มาก 5	**ค่อนข้างมาก 4**	**ปานกลาง 3**	**ค่อนข้างน้อย 2**	**น้อย 1**
68. น้ำตกสำโรงเกียต น้ำตกขนาดกลาง ลดหลั่นกันหลายชั้น มีน้ำใสสะอาดสำหรับว่ายเล่น แวดล้อมไปด้วยพรรณไม้เขตร้อน					
69. ปราสาทสต๊อกก๊อกธม สร้างในคริสตศตวรรษที่ 11 ในสมัยพระเจ้าอุทัยทิตยวรมันที่ 2					
70.ปราสาทขอมใกล้ชายแดนไทย เช่น ปันเตียชมาร์ เขาพระวิหาร					

ภูมิหลังของนักท่องเที่ยว

71. ภูมิภาคของท่าน

❒ (1) จีน ❒ (2) ญี่ปุ่น ❒ (3) ฝรั่งเศส ❒ (4) อเมริกาและแคนาดา

❒ (5) อังกฤษ ❒ (6) โอเชียนเนีย (ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์) ❒ (7) อื่น ๆ .....

72. ประสบการณ์การเดินทางมายังประเทศไทย

❒ (1) ครั้งแรก ❒ (2) ครั้งที่ 2 ❒ (3) ครั้งที่ 3 ขึ้นไป

73. เพศ ❒ (1) ชาย ❒ (2) หญิง

74. อายุ

❒ (1) 18-24 ปี ❒ (2) 25-34 ปี ❒ (3) 35-44 ปี

❒ (4) 45-54 ปี ❒ (5) 55-64 ปี ❒ (6) 65 ปีขึ้นไป

75. ระดับการศึกษา

❒ (1) มัธยมศึกษาตอนปลาย / อาชีวศึกษา ❒ (2) ปริญญาตรี ❒ (3) สูงกว่าปริญญาตรี

76. อาชีพ

❒ (1) นักวิชาชีพระดับสูง (เช่น แพทย์ นักกฎหมาย วิศวกร อาจารย์มหาวิทยาลัย ฯลฯ)

❒ (2) ผู้จัดการ ผู้ประกอบการ ผู้อำนวยการ เจ้าของกิจการ ฯลฯ

❒ (3) เจ้าหน้าที่และพนักงาน (นักบัญชี เลขานุการ เจ้าหน้าที่ธุรการ พนักงานขาย ฯลฯ)

❒ (4) ชาวนา เจ้าของฟาร์ม

❒ (5) คนงานใช้ฝีมือหรือกึ่งฝีมือ (ช่างไม้ ช่างไฟ ช่างก่อสร้าง ช่างเทคนิค)

❒ (6) ไม่ได้ประกอบอาชีพ (บำนาญ แม่บ้าน นักศึกษา)

77. สถานภาพสมรส

❒ (1) โสด ❒ (2) สมรส ❒ (3) หม้าย หรือ หย่า, แยกกันอยู่

78. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนเป็นเหรียญสหรัฐ

❒ (1) ไม่เกิน $ 975.00 ❒ (2) $ 976-1,000 ❒ (3) $ 1001-1500

❒ (4) $1,501 - 2,000 ❒ (5) $ 2,001-2,500 ❒ (6) $ 2,501 –ขึ้นไป

79. ท่านเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อใด *(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)*

❒ (1) หนังสือพิมพ์ ❒ (2) โทรทัศน์ ❒ (3) ภาพยนตร์ ❒ (4) วิทยุ

❒ (5) อินเตอร์เน็ต ❒ (6) หนังสือ/นิตยสาร ❒ (7) เพื่อน ญาติ คนรู้จัก ❒ (8) อื่น ๆ (ระบุ).....

Questionnaire

A Research Project on the Management Strategies for

Tourism Development in the Provinces Bordering Thailand and Cambodia :

Case Studies in Sakaew, Buriram, Surin and Sisaket Provinces

1. Tourism site being visited by the tourist / or has been visited by the tourist.

❒ (1) Phanom Rung Sanctuary ❒ (2) Muang Tam Sanctuary ❒ (3) Surin Elephant Festival

❒ (4) Sikoraphum Sanctuary ❒ (5) Phrea Vihear Sanctuary ❒ (6) Wat Sa Kamphaeng Yai

❒ (7) Others (Specify).....

2. When did you first hear or learn about this tourism site / festival ?

❒ (1) Before coming to Thailand ❒ (2) After arrival in Thailand

3. How long do you intend to stay in this province?

❒ (1) Less than one day ❒ (2) 1 – 2 days ❒ (3) 3 – 4 days ❒ (4) More than 4 days (…….days)

4. Before visiting this province, what other places have you visited and for how long?

Place visited 1…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

Place visited 2…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

Place visited 3…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

Place visited 4…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

Place visited 5…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

5. After this province, what other places are you going to visit?

Place to visit 1…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

Place to visit 2…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

Place to visit 3…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

Place to visit 4…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

Place to visit 5…….Province…….…….Length of stay (No. of days)…….

6. Did you prepare an itinerary of the places you wanted to visit before you came to Thailand?

❒ (1) No, I didn't prepare an itinerary. ❒ (2) Yes, I prepared a tentative itinerary. ❒ (3) Yes, I made a definite itinerary.

7. How long do you plan to remain in Thailand during this trip?

❒ (1) Less than 5 days ❒ (2) 5 – 9 days ❒ (3) 10 – 14 days ❒ (4) 15 days or longer

8. What is the nature of your trip?

❒ (1) Travelling with a tour group ❒ (2) Travelling independently

9. Who is accompanying you during this trip?

❒ (1) Travelling alone ❒ (2) Travelling with my family (husband / wife / or childrei

❒ (3) Travelling with a friend(s) ❒ (4) Other, please specify……..…

10. What attracted you to visit this province?

❒ (1) Its archaeological sites ❒ (2) Its natural beauty

❒ (3) Its unique culture or tradition (e.g. elephant festival, etc.) ❒ (4) Good places for shopping

❒ (5) Life – style of local people ❒ (6) Its being a cheap place to visit

❒ (7) Its historic sites ❒ (8) The popularity of the area

❒ (9) Others, please specify…….

11. Have you been to Angkor Wat in Cambodia?

❒ (1) Yes, I have been there ❒ (2) I am going to visit it soon. ❒ (3) I have no plans to go there.

→ 11.1 How much did you spend while in Siam Reap province, where Angkor Wat is located? US$……

12. Is Thailand your only destination during this trip?

❒ (1) Yes, it is.

❒ (2) No, there are other countries I am going to visit / have visited. These countries are

❍ 2.1 ……..…….Length of stay……..days

❍ 2.2 ……..…….Length of stay……..days

❍ 2.3 ……..…….Length of stay……..days

❍ 2.4 ……...Length of stay……..days

❍ 2.5 ……..….Length of stay……..days

Tourist Behaviour : Please indicate no more than 6 tourism activities you are going to take part in during this trip. Please indicate their levels of importance by writing No.1 in front of the activity that is your first priority and No.2 in front of the activity that is less important, and No.5 for the activity which is the least important.

13._____ Adventure holiday.

14._____ Shopping.

15._____ Rest and relaxation (e.g. swimming , sunbathing etc.)

16._____ Seeking sensual pleasure, enjoying yourself (e.g. drinking , sex etc.)

17._____ Getting to know local people.

18._____ Making new friends during the trip.

19._____ Visiting friends or relatives.

20._____ To admire or experience exotic nature (e.g. wildlife, island etc.)

21._____ To experience or be a part of an exotic culture.

22._____ To experience or to mix with local people.

23._____ To visit places of historical or archaeological importance.

24._____ To learn about Thai culture e.g. Thai cooking or language etc.

25._____ To play a sport.

26._____ Others , please specify……

27. What is the major type of transport you use generally travel from one province to another?

❒ (1) Plane ❒ (2) Train ❒ (3) Airconditioned bus ❒ (4) Others, please specify…….

28. Within a province what kind of transport do you use when you go to a certain destination?

❒ (1) Local bus ❒ (2) Taxi ❒ (3) Rental car / bike ❒ (4) Others, please specify…….

29. How much do you spend on transport each day?…….……

30. What is the total budget you have allocated for this trip in Thailand? (Bht/US$) …...…….

If you have been to other South – East countries, please indicate how much you are impressed with each of the following countries in Southeast Asia No. 1 is for the country that impressed you most and No.6 is for the country that impressed you the least.

31._____ Thailand

32._____ Cambodia

33._____ Laos

34._____ Mynmar / Burma

35._____ Malaysia

36._____ Singapore

37. Please explain why you are impressed with that country the most.

……..……..……..……

……..……..……..……

38. What kind of accommodation do you usually choose?

❒ (1) Hotel ❒ (2) Guesthouse ❒ (3) Friend's or relative's house ❒ (4) Others, please specify…….

39. How much do you spend on accommodation per day? (Bht/US$)……

Food Consumption Behaviour : Breakfast

40. While travelling in Thailand, how often do you have breakfast?

❒ (1) Every day ❒ (2) Sometimes ❒ (3) Rarely

41. If you have breakfast, what kind of breakfast do you eat?

❒ (1) Thai style ❒ (2) Asian style

❒ (3) Continental ❒ (4) American ❒ (5) Others, please specify…….

42. Where do you normally go for breakfast?

❒ (1) Hotel restaurant ❒ (2) Local restaurant in town

❒ (3) Fastfood restaurant ❒ (4) Street hawkers / Food stalls

43. How much do you spend on your breakfast? (Bht / $)……

Food Consumption Behaviour : Lunch

44. While travelling in Thailand, how often do you have lunch?

❒ (1) Everyday ❒ (2) Sometimes ❒ (3) Rarely

45. If you have lunch, what kind of lunch do you have?

❒ (1) Thai style ❒ (2) Asian style

❒ (3) Western style ❒ (4) Others, please specify……

46. Where do you normally go for lunch?

❒ (1) Hotel restaurant ❒ (2) Local restaurant in town

❒ (3) Fast food restaurant ❒ (4) Street hawkers / Food stalls

47. How much do you spend on your lunch each day? (Bht / $)……

Food Consumption Behaviour : Dinner

48. How often do you have dinner?

❒ (1) Everyday ❒ (2) Sometimes ❒ (3) Rarely

49. If you have dinner while in Thailand, what kind of dinner do you normally have?

❒ (1) Thai style ❒ (2) Asian style

❒ (3) Western style ❒ (4) Others, please specify……

50. Where do you usually go for dinner?

❒ (1) Hotel restaurant ❒ (2) Local restaurant in town

❒ (3) Fast food restaurant ❒ (4) Street hawkers / Food stalls

51. How much do you usually pay for your dinner each day? (Bht / $) ……

Some problems that you faced while traveling in Thailand. Please put a check in front of the item that indicates your problem. (You may check more than one item.)

52._____ Some service staff cannot communicate in English.

53._____ I have been taken advantage of by local people when I purchase goods or services.

54._____ Inadequate transport service from airports to tourism sites.

55._____ Inadequate transport service from bus terminals to tourism sites.

56._____ Theft and robbery.

57._____ Lack of street signs or directions.

58._____ Others (Please specify)…….

Please indicate how much you will be interested in visiting the places or participating in the activities listed below. No.5 indicates a very high level of interest. No.1 indicates a very low level of interest. Put a check (✓) in an appropriate box.

Tourism site and activity	Level of Interest				
	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very low (1)
Buriram province (410 km from Bangkok)					
59. Phanom Rung, a Khmer stone sanctuary, built in the 12th century A.D. on top of an extinct volcano. The shrine is decorated with bas-reliefs depicting scenes from Hindu epics.					

60. Muang Tam, another Khmer stone sanctuary built in the 11th century A.D. The towers and lintels are beautifully carved, depicting scenes of Hindu iconography.					
Surin province (457 km from Bangkok) 61. Surin's elephant festival, held on the second Saturday and Sunday of November each year. Visitors can watch an elephant round up, war elephant parades, elephants playing soccer with men and tug-o-war between men and elephants.					
62. Elephant village. Elephants are trained to do their work as well as to perform tricks for the elephant festival.					
63. Silver village. Visitors can watch how silverware is made. Silver jewellery can be purchased from the village shops.					
64. Rattan village. Visitors can buy rattanware from shops line along the street. They can watch the rattanware making as well.					
65. Si Koraphum Khmer sanctuary, another evidence of Khmer civilization in Surin province.					

Tourism site and activity	**Level of Interest**				
	Very high (5)	**High (4)**	**Medium (3)**	**Low (2)**	**Very low 1**
Si Saket province (570 km from Bangkok) 66. Phrea Vihear Khmer sanctuary, which once belonged to Thailand, is located on a hill bordering Thailand and Cambodia. Though the shrine is in the Cambodian territory, it can only be reached by road from the Thai border. It is the largest Khmer sanctuary in Si Saket province.					

67. Wat Sa Kamphaeng Yai Khmer sanctuary. The second largest Khmer sanctuary in Si Saket after Phrea Vihear, located in the compound of a Buddhist temple Wat Sa Kamphaeng Yai. The shrine was built by King Suryaworaman in the 10th century A.D.					
68. Dok Lamduan Festival held in March each year to celebrate the blooming of "Dok Lamduan", a native flower of Si Saket. The festival consists of cultural performances and sales of local products.					
69. Samrong Kiat waterfall, a medium sized waterfall amidst tropical trees.					
Sa Kaew province (237 km from Bangkok) 70. Sadok Gok Thom sanctuary. A Khmer sanctuary next to the border of Thailand and Cambodia. It was built in the 11th century in the reign of Uthaititayaworaman II.					
71. Other Khmer sanctuaries near the Thai - Cambodian border.					

Personal Data

72. You come from

❒ (1) China ❒ (2) Japan ❒ (3) France ❒ (4) U.S.A / Canada

❒ (5) U.K. ❒ (6) Oceania (Australia / NZ) ❒ (7) Others, specify…….

73. How many times have you been to Thailand?

❒ (1) This is my first time. ❒ (2) This is my second trip. ❒ (3) Third time or more

74. Gender

❒ (1) Male ❒ (2) Female

75. Age

❒ (1) 18-24 years old ❒ (2) 25-34 years old ❒ (3) 35-44 years old

❒ (4) 45-54 years old ❒ (5) 55-64 years old ❒ (6) 65 years or older

76. Educational level

❒ (1) High school or vocational school ❒ (2) Bachelor degree or some university education

❒ (3) Post – graduate study (e.g. M.A, M.Sc., MBA etc.)

77. Your occupation

❒ (1) Higher or lower professionals (e.g. physician, engineer, lawyer etc.)

❒ (2) Proprietor and manager (e.g. owner of large or medium business, company manager etc.)

❒ (3) Office and sales worker (e.g. accountant, office clerk, secretary etc.)

❒ (4) Farmer (e.g. farm owner, farm manager etc.)

❒ (5) Skilled and semi-skilled worker (e.g. carpenter, electrician, cook, barber, beautician etc.)

❒ (6) Unemployed (e.g. housewife, pensioner, student etc.)

78. Marital status

❒ (1) Single ❒ (2) Married ❒ (3) Divorced / separated / widow

79. Average monthly salary (in US dollars)

❒ (1) Not more than $975 ❒ (2) $ 976-1,000 ❒ (3) $ 1001-1500

❒ (4) $1,501 - 2,000 ❒ (5) $ 2,001-2,500 ❒ (6) $ 2,501 and higher

80. How did you learn about places of interest in Thailand? (You can give more than one answer.)

❒ (1) Newspaper ❒ (2) Television ❒ (3) Movie ❒ (4) Radio

❒ (5) Internet ❒ (6) Book / magazine ❒ (7) Friend / relative ❒ (8) Other, specify……

กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา :
กรณีศึกษาจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และ ศรีสะเกษ

**The Management Strategy for Tourism Development in the Provinces bordering Thailand and Cambodia :
Case Studies in Sakew , Buriram , Surin and Sisaket Provinces.**

โดย

สุเทพ พันประสิทธิ์

เลิศพร ภาระสกุล

วันเพ็ญ พินเผือก

เป้าหมายของการวิจัย

เพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์ในการจัดการที่เหมาะสม ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ไทยและกัมพูชา เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่กัมพูชา

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุปทานของแหล่งท่องเที่ยว และสถานบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา
2. เพื่อประเมินศักยภาพและคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว
3. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางและการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวและกลยุทธ์การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในเขตจังหวัด สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ
4. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการเดินทางและจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจในเขตจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา
5. เพื่อประมาณค่าอุปสงค์แหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณสถานในประเทศไทย
6. เพื่อศึกษานโยบายการท่องเที่ยว กลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนของประเทศไทยและกัมพูชา

สภาพเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

เศรษฐกิจและสังคม	สระแก้ว	บุรีรัมย์	สุรินทร์	ศรีสะเกษ
ประชากร (ปี 2546)	542,971	1,550,658	1,407,401	1,469,878
GDP / คน (ปี 2543)	34,640	22,157	20,347	19,555
รายได้ / ครัวเรือน / เดือน / ปี 2545	9,951	7,861	6,675	7,564
รายจ่าย / ครัวเรือน / เดือน / ปี 2545	6,870	6,671	6,027	6,385
ดัชนีชี้ชัดจน / ปี 2542	กลุ่ม 2	กลุ่ม 5	กลุ่ม 5	กลุ่ม 5

ตลาดท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ

นักท่องเที่ยว	สระแก้ว	บุรีรัมย์	สุรินทร์	ศรีสะเกษ
จำนวนนักท่องเที่ยว (ปี 2545)	282,445	370,783	545,611	362,687
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (ปี 2545)	766,896	705,309	657,688	598,084
ชาวต่างประเทศ (ปี 2545)	135,135	23,839	9,066	2,096
จำนวนห้องพัก (ห้อง) (ปี 2545)	873	484	902	433
ประเภทที่พัก (กลุ่ม)	2-3	2-5	2-5	4-5

ปี	จำนวน (ล้านคน)
2542	8.58
2543	9.67
2544	10.06
2545	10.78
2546	8.79

เกณฑ์การประเมิน

ระดับมาตรฐานคุณภาพดี	คะแนน 3
ระดับมาตรฐานคุณภาพปานกลาง	คะแนน 2
ระดับมาตรฐานคุณภาพต่ำ	คะแนน 1

สดกกอกธม

อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

ศรีขรภูมิ

เขาพระวิหาร

การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

ตาพระยา → บัณเตียเมียนเจย

อรัญประเทศ → ศรีโสภณ → เสียมราฐ

ช่องจอม → กะลาน → เสียมราฐ

ช่องสะงำ → เสียมราฐ

การเชื่อมโยงแหลงทองเที่ยว ไทย....กัมพูชา

- กรุงเทพฯ----สระแกว-อรัญประเทศ-----ศรีโสภน---เสียมราฐ
- ศรีสะเกษ -ภูสิงห---ชองสะงำ---อัลลองเวง---เสียมราฐ
- สุรินทร----------ชองสะงำ-----อัลลองเวง---เสียมราฐ
- อุบลราชธานี---------ชองสะงำ----อัลลองเวง--เสียมราฐ
- สุรินทร----ชองจอม----------กะลาน-----เสียมราฐ

มูลคาการคาจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

สระแกว----สงออก 6765.86 (ลานบาท) นำเขา296.66 (ลานบาท) มูลคาการคา 7062.34 (ลานบาท)

สุรินทร---สงออก 234.65 (ลานบาท) นำเขา 18.37 (ลานบาท) มูลคาการคา257.02 (ลานบาท)

ศรีสะเกษ---มูลคาการคา 11.89 (ลานบาท)

แหลงทองเที่ยวที่นาสนใจ

มีความปลอดภัย

การเดินทางสะดวก

ผานจุดทองเที่ยวหลายจุด

เสนทางไมยุงยากซับซอน

การเดินทางแบบวนรอบ

ประเทศกัมพูชา
ประชากร 11.67 ลานคน
ผลิตภัณฑมวลรวมประชาชาติป2545มูลคา 2710 (ลานดอลลารสรอ.)
อัตราการขยายตัวรอยละ4.5
เมืองทองเที่ยว จังหวัดเสียมเรียบและจังหวัดเกาะกง
นักทองเที่ยวเดินทางเขาเสียมเรียบป4543 จำนวน 201716 คน (โดยเครื่องบิน87012คน รถและเรือ114704คน) อัตราเพิ่ม26.82%

การประมาณคาแนวโนมอุปสงคการทองเที่ยว

เขาพระวิหาร

สมการพยากรณ

Qt = 51799.3 +1745.5(Tn)

คาR=.257

ศรีสะเกษ Qt = 3175.8 +183.6(Tn)

ตารางศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มศักยภาพสูง มีขีดความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า	รวม
ปราสาทหินพนมรุ้ง	บุรีรัมย์	นางรอง	3	3	3
ปราสาทเมืองต่ำ	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	3	2.64	2.82
ประสาทวัดสระกำแพงใหญ่	ศรีสะเกษ	อุทุมพรพิสัย	2.66	2.78	2.72
ปราสาทเขาพระวิหาร	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.34	2.71	2.52

ตารางศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มศักยภาพปานกลาง (ศักยภาพการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักให้นักท่องเที่ยวเข้าไปศึกษาท่องเที่ยว)

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า	รวม
ปราสาทศรีขรภูมิ	สุรินทร์	ศรีขรภูมิ	2.16	2.82	2.49
ปราสาทบ้านพลวง	สุรินทร์	ปราสาท	1.76	2.54	2.15
ปราสาทสระกำแพงน้อย	ศรีสะเกษ	อุทุมพรพิสัย	2.14	2.78	2.46
ปราสาทเขาน้อย	สระแก้ว	อรัญประเทศ	2.14	2.84	2.49
ปราสาทสด็กก๊อกธม	สระแก้ว	กิ่งอำเภอโคกสูง	2.13	2.84	2.49
กลุ่มปราสาทตาเหมือน	สุรินทร์	กาบเชิง	1.72	2.00	1.86

ตาราง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานกลุ่มมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริมให้นักท่องเที่ยวแวะชม

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพรวม	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า
ปราสาทเมืองที	สุรินทร์	เมือง	1.31	1.84	1.51
ปราสาทหินบ้านโพล	สุรินทร์	ปราสาทภูมิ	1.36	2.10	1.73
ปราสาทจอมพระ	สุรินทร์	จอมพระ	1.44	1.74	1.49
ปราสาทยายเหงา	สุรินทร์	สังขะ	1.44	1.74	1.49
ปราสาทภูมิโปน	สุรินทร์	สังขะ	1.44	1.70	1.67
ปราสาทหนองหงษ์	บุรีรัมย์	กาบเชิง	1.5	1.90	1.7
ปราสาทบ้านบุ	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	1.31	1.74	1.53
กุฏิฤษิโคกเมือง	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	1.36	1.90	1.63
กุฏิฤษิหนองบัวลาย	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	1.31	1.74	1.53
ปราสาทโคกจิ้ว	บุรีรัมย์	ปะคำ	1.33	1.90	1.61
ปราสาทกู่สวนแตง	บุรีรัมย์	พุทไธสง	1.31	1.9	1.6

ตารางศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	คุณค่า	ศักยภาพรวม
วัดเขียน (วัดหลวงพ่อโต)	ศรีสะเกษ	ขุขันธ์	1.84	2.10	1.97
วัดเขาอังคาร	บุรีรัมย์	เฉลิมพระเกียรติ	1.5	1.71	1.61
วัดป่าพระสบาย	บุรีรัมย์	บ้านกรวด	1.44	1.00	1.22
วัดมหาเจดีย์	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.69	3.00	2.85

ตารางศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเมือง

แหล่งท่องเที่ยว	ผังเมือง	สาธุป/เอกลักษณ์	สุนทรียภาพ
อนุสาวรีย์พระยาสุรินทร์	2.48	1.71	3
สวนสมเด็จ/ศรีสะเกษ	1.89	2.2	3
สวนนกบุรีรัมย์	1.29	1.85	1

ตารางศักยภาพวัฒนธรรมประเพณี/กิจกรรม

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	คุณค่า
หมู่บ้านจักสานบุทุม	สุรินทร์	เมือง	2.38	2.41
ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์	บุรีรัมย์	เมือง	2.9	2.25
ศูนย์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านบุรีรัมย์	บุรีรัมย์	เมือง	2.12	1.41
หมู่บ้านทอผ้าไหมบ้านสวาย	สุรินทร์	เมือง	1.1	2.28
ประเพณีบวชช้าง	สุรินทร์	ท่าตูม	1.38	1.88
หมู่บ้านช้าง	สุรินทร์	ท่าตูม	1.83	2.66
หมู่บ้านทอผ้าไหมเขาสักรินทร์	สุรินทร์	กิ่งอำเภอเขาสินรินทร์	2.36	2.19

ตารางศักยภาพวัฒนธรรมประเพณี/กิจกรรม

งาน	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	คุณค่า
งานเทศกาลเงาะทุเรียน	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.32	1.44
งานแข่งเรือยาวสตึก	บุรีรัมย์	สตึก	2.51	2.69
งานมหกรรมว่าวอีสาน	บุรีรัมย์	เมือง	2.08	3.03
งานเทศกาลดอกลำดวนบาน	ศรีสะเกษ	เมือง	1.94	1.87
การแสดง Mini light and sound	ศรีสะเกษ	อุทุมพรพิสัย	2.08	1.63
ประเพณีแซนโดนตา	ศรีสะเกษ	ขุขันธ์	1.83	2.23
ประเพณีชิ้นเขาพนมรุ้ง	บุรีรัมย์	นางรอง	3	2.81
งานแสดงช้าง	สุรินทร์	เมือง	2.4	3.00
ประเพณีบวชช้าง	สุรินทร์	ท่าตูม	1.38	1.88

ตารางศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

แหล่งท่องเที่ยว จังหวัด / อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	คุณค่าเชิงอนุรักษ์	การรักษาสิ่งแวดล้อม	คุณค่าทางการศึกษา	คุณค่าด้านเศรษฐกิจ
วนอุทยานพนมสวาย/สุรินทร์/เมือง	1.57	1.83	1.12	1.00	1.00
เขตอนุรักษ์พันธุ์สนสองใบ/สุรินทร์	2.22	0.92	1.88	1.44	1.00
อุทยานแห่งชาติปางสีดา/สระแก้ว/เมือง	2.89	2.33	2.53	2.78	2.68
วนอุทยานหนองคู/สุรินทร์/สังขะ	0.84	1.25	2.12	1.11	1.56
อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร	2.13	2.08	2.82	2.11	2.00
วนอุทยานเขากระโดน/บุรีรัมย์/เมือง	2.29	2.17	1.00	1.00	0.63
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยศาลา/ศรีสะเกษ/ภูสิงห์	2.58	2.33	2.00	2.47	2.00

ตารางศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (น้ำตก)

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	ระดับการพัฒนา	ระดับความนิยม
น้ำตกสำโรงเกียติ	ศรีสะเกษ	ขุนหาญ	2.18	2.00	1.71
น้ำตกห้วยสวาย	ศรีสะเกษ	ภูสิงห์	1.61	2.00	0.82
น้ำตกไตรศีรี	สุรินทร์	บัวเชด	1.78	1.00	1.06
น้ำตกถ้ำขุนศรี	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	1.00	2.00	1.00
น้ำตกภูละออ	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.00	2.00	1.63
น้ำตกวังใหญ่	ศรีสะเกษ	กันทรลักษณ์	2.00	2.00	1.63

ตารางศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (อ่างเก็บน้ำ)

แหล่งท่องเที่ยว/จังหวัด/อำเภอ	ศักยภาพการท่องเที่ยว	คุณค่า
อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง/สุรินทร์/เมือง	1.58	2.70
เขื่อนพระปรง/สระแก้ว/วัฒนานคร	1.09	1.00
อ่างเก็บน้ำห้วยศาลา/ศรีสะเกษ/ภูสิงห์	1.86	1.00
อ่างเก็บน้ำลำนางรอง/บุรีรัมย์/โนนกันแดง	1.59	2.20
อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด/บุรีรัมย์/เมือง	1.29	1.85
อ่างเก็บน้ำสนามบิน/บุรีรัมย์/ประโคนชัน	2.28	1.80
อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก/บุรีรัมย์/เมือง	2.20	1.80
อ่างเก็บน้ำอำปึล	2.00	1.00
อ่างเก็บน้ำตาเกาว์/สุรินทร์	1.70	1.00

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด ชายแดนไทย-กัมพูชา

ตอนที่ 1 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ตารางที่ 1.1 แรงจูงใจ

แรงจูงใจ	ร้อยละ
1 ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ	58.3
2 ได้พบเห็นและสัมผัสธรรมชาติที่แปลกใหม่	54.1
3 ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่แปลกใหม่	54.1
4 ชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ / โบราณคดี	50.0
5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย	42.9
6 ได้ใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนในท้องถิ่น	39.1
7 ซื้อของ	36.1
8 ได้สร้างสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น	35.0
9 ได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทย	33.4
10 ได้เพื่อนใหม่ระหว่างเดินทาง	23.1
11 เยี่ยมญาติหรือเพื่อนฝูง	17.5
12 หาความสนุกสนานเพลิดเพลิน	11.5
13 เล่นกีฬา	3.3
จำนวนคน	338

สรุป แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีหลากหลาย นักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายเพียงอย่างเดียว

ตารางที่ 1.2 การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

แรงจูงใจ	สุรินทร์ %	สระแก้ว %	บุรีรัมย์ %	ศรีสะเกษ %
พักผ่อนหย่อนใจ	47.0	62.5	66.7	63.0
พบเห็นและสัมผัสธรรมชาติที่แปลกใหม่	55.8	53.8	56.0	47.8
ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่แปลกใหม่	64.6	41.3	57.3	52.2
เยี่ยมสถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และโบราณคดี	47.0	49.0	52.0	56.5
การผจญภัย	32.0	51.0	58.7	26.1
สร้างสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น	36.3	32.7	46.7	47.8
จำนวน (คน)	113	104	75	46

นักท่องเที่ยวไปเยือนสุรินทร เพราะแรงจูงใจหลักคือ การได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่แปลกใหม่
นักท่องเที่ยวไปเยือนสระแก้ว บุรีรัมย ศรีสะเกษ เพราะแรงจูงใจหลักอย่างเดียวกันคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ

ตารางที่ 1.3 สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเยือน 4 จังหวัดชายแดน

สิ่งดึงดูดใจ	สุรินทร์ %	สระแก้ว %	บุรีรัมย์ %	ศรีสะเกษ %
แหล่งโบราณคดี	30.2	28.2	62.5	32.0
วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	38.0	31.1	35.0	49.0
วัฒนธรรมประเพณี	80.6	23.3	30.0	53.2
แหล่งประวัติศาสตร์	19.4	24.3	42.5	29.8
ค่าใช้จ่ายถูก	10.1	39.8	5.0	10.6
ความสวยงามของธรรมชาติ	14.7	26.2	30.0	38.3
แหล่งซื้อของ	11.6	6.8	8.8	17.0
เป็นที่ที่มีชื่อเสียง	3.1	9.7	5.0	4.3
อื่น ๆ	13.2	4.0	1.3	0.0
จำนวน (คน)	129	103	80	47

จังหวัดสุรินทร์ดึงดูดนักท่องเที่ยวเพราะวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ
จังหวัดสระแก้วดึงดูดนักท่องเที่ยวเพราะค่าใช้จ่ายที่ถูก
จังหวัดบุรีรัมย์ดึงดูดนักท่องเที่ยวเพราะมีแหล่งโบราณคดี
จังหวัดศรีสะเกษดึงดูดนักท่องเที่ยวเพราะวัฒนธรรมและประเพณี
วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นทั้ง 4 จังหวัดเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1.4 สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวสัญชาติต่าง ๆ มาเยือน 4 จังหวัดชายแดน

สิ่งดึงดูดใจ	สัญชาติของนักท่องเที่ยว				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
วัฒนธรรมประเพณี	48.2	42.6	54.7	48.3	52.0
แหล่งโบราณคดี	44.7	36.2	39.6	30.0	28.0
วิถีชีวิตของผู้คน	23.5	55.3	32.1	33.3	24.0
สถานที่ทางประวัติศาสตร์	24.7	34.0	28.3	18.3	28.0
ธรรมชาติที่สวยงาม	21.2	36.2	28.3	13.3	20.0
แหล่งซื้อของ	16.5	4.3	13.2	8.3	10.0
ค่าใช้จ่ายถูก	10.6	19.1	9.4	25.0	26.0
ความมีชื่อเสียง	-	4.3	13.2	1.7	6.0
จำนวน (คน)	85	47	53	60	50

ตารางที่ 1.5 สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวสัญชาติต่าง ๆ มาเยือน 4 จังหวัดชายแดน

สิ่งดึงดูดใจ	สัญชาติของนักท่องเที่ยว		
	ยุโรปอื่น ๆ %	เอเชียอื่น ๆ %	เยอรมัน %
วัฒนธรรมประเพณี	50.0	14.3	63.2
แหล่งโบราณคดี	31.8	14.3	68.4
วิถีชีวิตของผู้คน	41.0	78.6	68.4
สถานที่ทางประวัติศาสตร์	9.1	35.7	57.9
ธรรมชาติที่สวยงาม	31.8	43.0	31.6
แหล่งซื้อของ	4.5	7.1	-
ค่าใช้จ่ายถูก	18.2	28.6	5.3
ความมีชื่อเสียง	4.5	7.1	15.8
จำนวน (คน)	22	14	19

ตารางที่ 1.6 อันดับความน่าสนใจของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในสายตาของนักท่องเที่ยว

อันดับความน่าสนใจของประเทศไทย	สุรินทร์ %	สระแก้ว %	บุรีรัมย์ %	ศรีสะเกษ %	รวม %
1	79.0	63.3	90.0	92.7	79.3
2	17.0	25.3	7.1	7.3	15.5
3	4.0	9.0	3.0	–	4.5
4	–	1.3	–	–	0.3
5	–	1.3	–	–	0.3
จำนวน (คน)	100	79	70	41	290

ตารางที่ 1.7 อันดับความน่าสนใจของประเทศกัมพูชาในสายตาของนักท่องเที่ยว

อันดับความน่าสนใจของประเทศกัมพูชา	สุรินทร์ %	สระแก้ว %	บุรีรัมย์ %	ศรีสะเกษ %	รวม %
1	27.5	31.8	14.3	25.0	29.0
2	35.0	41.0	28.6	50.0	38.8
3	5.0	16.7	14.3	12.5	12.4
4	22.5	10.6	14.3	–	14.0
5	5.0	–	14.3		2.5
6	5.0	–	14.3	12.5	3.3
จำนวน (คน)	40	66	7	8	121

ตารางที่ 1.8 อันดับความน่าสนใจของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในสายตาของนักท่องเที่ยวที่เคยและไม่เคยไปเยือนนครวัด

อันดับความน่าสนใจของประเทศไทย	การไปเยือนนครวัด			รวม %
	ไปมาแล้ว %	กำลังจะไป %	ยังไม่มีแผน %	
1	64.6	87.0	89.8	79.0
2	27.4	8.3	8.0	15.8
3	7.1	3.6	2.3	4.6
4	0.9	–	–	0.4
5	–	1.2	–	0.4
จำนวน (คน)	113	84	88	285

ตารางที่ 1.9 อันดับความน่าสนใจของประเทศกัมพูชาเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในสายตาของนักท่องเที่ยวที่เคยและไม่เคยไปเยือนนครวัด

อันดับความน่าสนใจของประเทศกัมพูชา	การไปเยือนนครวัด			รวม %
	ไปมาแล้ว %	กำลังจะไป %	ยังไม่มีแผน %	
1	34.0	–	–	29.2
2	38.0	77.8	–	38.3
3	13.6	11.1	–	12.5
4	11.7	11.1	50.0	14.2
5	2.0	–	12.5	2.5
6	1.0	–	37.5	3.3
จำนวน (คน)	103	9	8	120

ตารางที่ 1.10 เหตุผลที่นักท่องเที่ยวจัดอันดับประเทศไทยเป็นประเทศที่น่าสนใจมากที่สุด จำแนกตามจำนวนครั้งที่มา

เหตุผล	จำนวนครั้งที่มา			รวม %
	ครั้งแรก %	ครั้งที่สอง %	ครั้งที่สามขึ้นไป %	
อุปนิสัยของคนไทย	50.0	40.0	55.6	52.4
ความสวยงามของภูมิประเทศ	40.0	20.0	29.6	31.0
ความสะดวกสบาย	–	20.0	3.7	4.8
ความเก่าแก่ , ประวัติศาสตร์	10.0	20.0	7.4	9.5
อื่น ๆ	–	–	3.7	2.4
จำนวน (คน)	10	5	27	42

ตอนที่ 2 รูปแบบการเดินทาง

ตารางที่ 2.1 ความรู้ที่นักท่องเที่ยวมีเกี่ยวกับจังหวัดชายแดนทั้ง 4

ได้ยินชื่อจังหวัดนี้เมื่อ	ร้อยละ
ก่อนเดินทางมาถึงประเทศไทย	44.8
ภายหลังจากมาถึงประเทศไทย	55.2
จำนวน (คน)	344

ตารางที่ 2.2 ระยะเวลาในการพักค้างคืนในจังหวัดชายแดนทั้ง 4

ระยะเวลาในการพักค้างคืน	สุรินทร์ %	สระแก้ว %	บุรีรัมย์ %	ศรีสะเกษ %
ไม่ค้างคืน	0.8	41.8	13.2	–
1 – 2 คืน	57.6	21.0	45.6	34.1
3 – 4 คืน	27.2	17.3	17.6	22.7
มากกว่า 4 คืน	14.4	20.0	23.5	43.2
จำนวน (คน)	125	110	68	44

ตารางที่ 2.3 ลักษณะการเดินทาง จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทาง	สัญชาติของนักท่องเที่ยว							
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียนเนีย %	ยุโรป %	เอเชีย %	เยอรมัน %
แพคเกจทัวร์	43.4	2.1	10.0	11.3	21.0	–	–	14.3
ตามลำพัง	56.6	98.0	90.0	88.7	79.0	100.0	100.0	85.7
จำนวน (คน)	83	48	60	71	62	23	14	21

ตารางที่ 2.4 การวางแผนการท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

การวางแผนการท่องเที่ยว	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	แพคเกจทัวร์ %	เดินทางตามลำพัง %	
ไม่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า	62.3	47.8	50.4
วางแผนไว้อย่างคร่าว ๆ	32.0	40.8	39.2
วางแผนไว้อย่างแน่นอน	5.8	11.5	10.4
จำนวน (คน)	69	314	383

สรุป : การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจึงควรเน้นไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศแล้ว

ตารางที่ 2.5 ระยะเวลาการพำนักในจังหวัดชายแดนหนึ่งในสี่แห่งจำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ระยะเวลาในการพำนัก	ลักษณะการเดินทาง		รวม
	แพคเกจทัวร์ %	เดินทางตามลำพัง %	
ไม่ค้างคืน	15.5	16.4	16.3
1 – 2 คืน	63.8	35.7	40.5
3 – 4 คืน	3.4	25.4	21.6
มากกว่า 4 คืน	17.2	22.5	21.6
จำนวน (คน)	58	280	338

ตอนที่ 3 การเดินทางขณะที่อยู่ในประเทศไทย

ตารางที่ 3.1 จังหวัดที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยือนมาแล้วกับจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวไปเยือนมาก่อนแล้ว	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์			
	สุรินทร์	สระแก้ว	บุรีรัมย์	ศรีสะเกษ
กระบี่	5.7	11.1	8.0	12.0
กรุงเทพฯ	70.7	81.9	64.0	70.0
กัมพูชา	0.0	5.6	0.0	0.0
กาญจนบุรี	0.0	6.9	1.3	0.0
ขอนแก่น	2.4	2.8	0.0	10.0
ชลบุรี	16.3	6.9	6.7	16.0
ชุมพร	0.8	0.0	0.0	0.0
ตราด	11.4	8.3	0.0	2.0
นครพนม	1.6	1.4	0.0	2.0
นครราชสีมา	12.2	9.7	25.3	8.0

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวไปเยือนมาก่อนแล้ว	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์			
	สุรินทร์	สระแก้ว	บุรีรัมย์	ศรีสะเกษ
ประจวบคีรีขันธ์	0.8	1.4	4.0	0.0
ภูเก็ต	8.9	8.3	12.0	12.0
มุกดาหาร	0.0	1.4	0.0	2.0
ระยอง	7.3	1.4	0.0	4.0
ศรีสะเกษ	0.8	0.0	1.3	4.0
สงขลา	3.3	4.2	0.0	14.0
สุราษฎร์ธานี	15.4	19.4	6.7	12.0
สุรินทร์	2.4	4.2	6.7	18.0
สุโขทัย	5.7	9.7	9.3	4.0
อยุธยา	3.3	11.1	13.3	0.0
อุบลราชธานี	13.0	1.4	12.0	38.0

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวไปเยือนมาก่อนแล้ว	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์			
	สุรินทร์	สระแก้ว	บุรีรัมย์	ศรีสะเกษ
เชียงราย	4.9	4.2	5.3	4.0
เชียงใหม่	27.6	29.2	28.0	36.0
บุรีรัมย์	4.1	0.0	0.0	0.0
ปราจีนบุรี	0.8	0.0	0.0	0.0
พังงา	4.1	0.0	0.0	2.0
หนองคาย	0.8	0.0	0.0	0.0
อุดรธานี	2.4	0.0	0.0	0.0
เพชรบูรณ์	0.0	0.0	2.7	0.0
นราธิวาส	0.8	0.0	2.7	0.0
พิษณุโลก	1.6	1.4	0.0	2.0
ร้อยเอ็ด	4.1	0.0	0.0	0.0

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวไปเยือนมาก่อนแล้ว	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์			
	สุรินทร์	สระแก้ว	บุรีรัมย์	ศรีสะเกษ
ลพบุรี	2.4	0.0	0.0	0.0
ลำปาง	0.8	0.0	0.0	0.0
ลาว	0.0	0.0	0.0	4.0
เวียดนาม	0.0	1.4	0.0	0.0
จำนวน (คน)	123	72	75	50

สรุป : ก่อนที่จะเดินทางมายังจังหวัดทั้ง 4 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้ไปเยือนกรุงเทพฯ มาแล้ว นอกจากนั้น ก็จะเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแถบ เชียงใหม่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี หรือ เมืองหลักของภาคอีสานตอนใต้ เช่น อุบลราชธานี หรือเมืองที่เป็นประตูสู่อีสาน เช่น นครราชสีมา เป็นที่นาสังเกตว่าการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่ม 4 จังหวัดที่ทำการศึกษามีอัตราส่วนของนักท่องเที่ยวที่ตอบว่าเคย เช่น นักท่องเที่ยวที่บุรีรัมย์ที่ไปเที่ยวสุรินทร์มาแล้ว มีเพียงร้อยละ 6.7 แต่นักท่องเที่ยวที่ศรีสะเกษที่ได้ไปสุรินทร์มาแล้วมีร้อยละ 18.0 นักท่องเที่ยวในจังหวัดสุรินทร์ที่เคยไปบุรีรัมย์มาแล้วมีเพียงร้อยละ 4.1

ตารางที่ 3.2 จังหวัดที่นักท่องเที่ยวจะไปเยือนหลังจากจังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวไปเยือนมาก่อนแล้ว	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์			
	สุรินทร์	สระแก้ว	บุรีรัมย์	ศรีสะเกษ
กระบี่	3.8	8.0	3.6	3.3
กรุงเทพฯ	58.8	71.6	57.1	36.7
กัมพูชา	2.5	13.6	0.0	0.0
กาญจนบุรี	1.3	2.3	1.8	0.0
ขอนแก่น	1.3	0.0	0.0	6.7
ชลบุรี	10.0	5.7	8.9	6.7
ตราด	11.3	0.0	0.0	13.3
นครราชสีมา	2.5	4.5	3.6	16.7
บุรีรัมย์	1.3	1.1	1.8	13.3
ประจวบคีรีขันธ์	2.5	4.5	0.0	0.0
ภูเก็ต	12.5	2.3	3.6	0.0

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวไปเยือนมาก่อนแล้ว	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์			
	สุรินทร์	สระแก้ว	บุรีรัมย์	ศรีสะเกษ
สงขลา	1.3	2.3	0.0	0.0
สุโขทัย	2.5	0.0	3.6	3.3
อุดรธานี	1.3	2.3	0.0	6.7
อุบลราชธานี	5.0	2.3	10.7	10.0
เชียงราย	11.3	2.3	8.9	13.3
เชียงใหม่	23.8	17.0	25.0	16.7
นครพนม	3.8	0.0	0.0	3.3
หนองคาย	2.5	0.0	0.0	6.7
สุรินทร์	0.0	1.1	3.6	0.0
ตรัง	2.5	0.0	0.0	0.0
ระนอง	0.0	0.0	0.0	3.3

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวไปเยือนมาก่อนแล้ว	จังหวัดที่ทำการสัมภาษณ์			
	สุรินทร์	สระแก้ว	บุรีรัมย์	ศรีสะเกษ
ระยอง	0.0	1.1	0.0	0.0
ลพบุรี	0.0	2.3	0.0	3.3
อยุธยา	0.0	0.0	0.0	3.3
เลย	1.3	0.0	0.0	0.0
สงขลา	0.0	0.0	0.0	3.3
อีสาน	0.0	1.1	0.0	0.0
ต่างประเทศ	2.5	6.8	0.0	10.0
จำนวน (คน)	80	88	56	30

สรุป : หลังจากการท่องเที่ยวในจังหวัดทั้ง 4 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางกลับสู่กรุงเทพฯ หรือไม่ก็จะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญทางภาคเหนือโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เชียงใหม่การเดินทางไปท่องเที่ยวในระหว่างจังหวัดชายแดนทั้ง 4 จังหวัดที่ทำการศึกษามีอัตราส่วนที่ต่ำมาก เช่น นักท่องเที่ยวจากสุรินทร์ที่จะไปบุรีรัมย์มีเพียงร้อยละ 1.3 นักท่องเที่ยวจากสระแก้วที่จะไปบุรีรัมย์มีอัตราส่วนที่สูงกว่าเล็กน้อยคือ ร้อยละ 13.3 หากจะไปเที่ยวจังหวัดทางภาคอีสานใดนักท่องเที่ยวมักจะมุ่งไปยังจังหวัดใหญ่ที่มีความสำคัญกว่า เช่น อุบลราชธานี

ตารางที่ 3.3 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางระหว่างจังหวัด จำแนกตามสัญชาติ

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางระหว่างจังหวัด	สัญชาติของนักท่องเที่ยว							
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียนเนีย %	ยุโรปอื่น ๆ %	เอเชียอื่น ๆ %	เยอรมัน %
เครื่องบิน	49.4	16.0	23.3	21.4	16.4	33.3	7.1	9.1
รถไฟ	13.9	30.0	40.0	38.6	29.5	37.5	14.3	36.4
รถปรับอากาศ	36.7	50.0	41.7	58.6	60.7	33.3	71.4	45.5
อื่น ๆ	3.8	12.0	10.0	4.3	4.9	8.3	28.6	18.2
จำนวน (คน)	79	50	60	70	61	24	14	22

สรุป : นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเกือบร้อยละ 50 นิยมการเดินทางด้วยเครื่องบินในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส อังกฤษ โอเชียเนีย และเอเชียชาติอื่น ๆ นิยมการเดินทางด้วยรถโดยสารปรับอากาศ รถไฟเป็นพาหนะที่ได้รับความนิยมน้อยกว่าพาหนะ 2 ประเภทแรก

ตารางที่ 3.4 การเดินทางระหว่างจังหวัด จำแนกตามกลุ่มอายุ

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางระหว่างจังหวัด	กลุ่มอายุ (ปี) 18-24 %	25-34 %	35-44 %	45-54 %	55-64 %	65 ปีขึ้นไป %
เครื่องบิน	3.6	21.7	43.1	27.3	45.9	28.6
รถไฟ	23.2	32.6	31.0	22.7	27.0	42.9
รถปรับอากาศ	73.2	51.4	39.7	43.2	32.4	35.7
อื่น ๆ	1.8	6.3	8.6	20.5	8.1	14.3
จำนวน (คน)	56	175	58	44	37	13

สรุป : การเดินทางด้วยเครื่องบินมักจะเป็นที่นิยมของนักทองเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 55-64 ปี (46%) ส่วนรถไฟเป็นที่นิยมของนักทองเที่ยวในกลุ่มอายุ 65 ปีขึ้นไป (43%) นักทองเที่ยวกลุ่มอายุน้อยหรือ 18-24 ปี ส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถปรับอากาศ รถปรับอากาศเป็นที่นิยมน้อยลงเรื่อย ๆ ตามวัยของนักทองเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3.5 การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามสัญชาติ

พาหนะที่ใช้	สัญชาติของนักท่องเที่ยว ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียนเนีย %	ยุโรปอื่น ๆ %	เอเชียอื่น ๆ %	เยอรมัน %	อัฟริกาใต้ %
รถประจำทาง	26.2	52.2	41.7	44.1	67.9	34.8	60.0	81.0	-
รถรับจ้าง	39.3	6.5	23.3	30.9	12.5	21.7	13.3	14.3	66.7
รถเช่า	28.6	34.8	28.3	22.1	12.5	30.4	20.0	4.8	-
อื่น ๆ	6.0	6.5	6.7	2.9	7.1	13.0	6.7	-	33.3
จำนวน (คน)	84	46	60	68	56	23	15	21	3

สรุป : พาหนะที่ใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันตามสัญชาติ นักทองเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมใช้รถรับจ้าง หรือ แท็กซี่ มากกว่าพาหนะชนิดอื่น รองลงมาคือ รถเช่า ในขณะที่นักทองเที่ยวชาวยุโรปเกือบทุกชาติ และชาวอเมริกัน รวมถึง โอเชียเนีย นิยมใช้บริการรถประจำทาง

ตารางที่ 3.6 การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทของผู้ร่วมเดินทาง

พาหนะ	ประเภทของผู้ร่วมเดินทาง เดินทางตามลำพัง	คู่สมรส/สมาชิกในครอบครัว	เพื่อน/คนรู้จัก	อื่น ๆ
รถประจำทาง	63.2	27.4	48.8	40.0
รถรับจ้าง	9.5	36.3	23.5	20.0
รถเช่า	21.1	28.3	23.5	20.0
อื่น ๆ	6.3	8.0	4.3	20.0
จำนวน (คน)	95	113	162	5

สรุป : การเลือกพาหนะในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วย นักทองเที่ยวที่เดินทางตามลำพังส่วนใหญ่จะใช้บริการรถประจำทาง แต่ถ้าเดินทางกับคู่สมรสหรือสมาชิกภายในครอบครัวมักจะใช้บริการรถรับจ้างและรถเช่าในอัตราส่วนที่สูงขึ้น

ตอนที่ 4 ความสนใจที่นักทองเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน 4 จังหวัด

ตารางที่ 4.1 ระดับความสนใจของนักทองเที่ยวต่อปราสาทพนมรุ้งจังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจต่อปราสาทพนมรุ้ง	สัญชาติ ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียนเนีย %
น้อย	8.1	18.0	10.2	18.3	12.7
ค่อนข้างน้อย	1.2	4.0	5.1	18.3	3.2
ปานกลาง	11.6	26.0	25.4	32.4	33.3
ค่อนข้างมาก	57.0	34.0	30.5	12.7	31.7
มาก	22.1	18.0	28.8	18.3	19.0
จำนวน (คน)	86	50	59	71	63

นักทองเที่ยวทุกชาติโดยรวมให้ความสนใจปราสาทพนมรุ้งในระดับค่อนข้างมากจนถึงมากคิดเป็นร้อยละ 56 โดยเฉพาะนักทองเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจต่อโบราณสถานแห่งนี้ในอัตราส่วนร้อยละที่สูงกว่านักทองเที่ยวชาติอื่น ๆ รองลงมาเป็นนักทองเที่ยวจากอเมริกา ฝรั่งเศส และโอเชียเนีย ตามลำดับ ส่วนนักทองเที่ยวจากอังกฤษให้ความสนใจน้อย

ตารางที่ 4.2 ระดับความสนใจต่อปราสาทเมืองต่ำ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจต่อปราสาทเมืองต่ำ	สัญชาติ ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียนเนีย %
น้อย	8.1	22.0	11.9	18.3	12.9
ค่อนข้างน้อย	3.5	4.0	6.8	14.1	8.1
ปานกลาง	12.8	28.0	33.9	32.4	32.3
ค่อนข้างมาก	58.1	38.0	27.1	26.8	29.0
มาก	17.4	8.0	20.3	8.5	17.7
จำนวน (คน)	86	50	59	71	62

สรุป : นักทองเที่ยวญี่ปุ่นกว่า 3 ใน 4 ให้ความสนใจต่อปราสาทเมืองต่ำในระดับค่อนข้างมากจนถึงมาก ในขณะที่อัตราส่วนร้อยละของนักทองเที่ยวจากชาติตะวันตก รวมทั้งโอเชียเนียที่สนใจปราสาทเมืองต่ำลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักทองเที่ยวจากอังกฤษ

ตารางที่ 4.3 ระดับความสนใจงานช้างสุรินทร์ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจต่องานช้างสุรินทร์	สัญชาติ ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียนเนีย %
น้อย	10.5	14.0	16.8	21.1	12.7
ค่อนข้างน้อย	3.5	2.0	6.8	2.8	-
ปานกลาง	10.5	26.0	13.6	21.1	11.1
ค่อนข้างมาก	26.7	8.0	13.6	21.1	42.9
มาก	48.8	50.0	49.2	33.8	33.3
จำนวน (คน)	86	50	59	71	63

กว่าครึ่งของนักทองเที่ยวจากทุกชาติที่ทำการสำรวจให้ความสนใจต่องานช้างที่สุรินทร์ในระดับค่อนข้างมากขึ้นไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักทองเที่ยวจากญี่ปุ่น และโอเชียเนีย

ตารางที่ 4.3 ระดับความสนใจต่อหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจต่อหมู่บ้านช้าง	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	17.4	28.0	22.0	31.0	19.0
ค่อนข้างน้อย	14.0	10.0	3.4	7.0	11.1
ปานกลาง	5.8	18.0	20.3	26.8	23.8
ค่อนข้างมาก	34.9	24.0	23.7	15.5	17.5
มาก	27.9	20.0	30.5	19.7	28.6
จำนวน (คน)	86	50	59	71	63

ประมาณครึ่งหนึ่งของนักทองเที่ยวชาวญี่ปุนและอเมริกันใหความสนใจหมูบานชาง ในระดับคอนขางมากจนถึงมาก นอกจากนั้นอัตราสวนรอยละของชาติอื่นที่สนใจหมูบานชางจะอยูในระดับที่ต่ำกวา โดยเฉพาะอยางยิ่งนักทองเที่ยวจากอังกฤษ

ตารางที่ 4.5 ระดับความสนใจต่อหมู่บ้านเครื่องเงินจังหวัดสุรินทร์จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจต่อหมู่บ้านเครื่องเงิน	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	21.2	36.0	23.7	29.6	25.4
ค่อนข้างน้อย	24.7	24.0	15.3	19.7	14.3
ปานกลาง	21.2	12.0	30.5	29.6	33.3
ค่อนข้างมาก	21.2	18.0	16.9	16.9	14.3
มาก	11.8	10.0	13.6	4.0	12.7
จำนวน (คน)	85	50	59	71	63

นักทองเที่ยวทุกชาติมีแนวโนมที่จะสนใจไปชมหมูบานเครื่องเงินในระดับปานกลางไปจนถึงนอย โดยเฉพาะอยางยิ่งนักทองเที่ยวจากฝรั่งเศส มีอัตราสวนรอยละของผูที่สนใจนออยูสูงที่สุด

ตารางที่ 4.6 ระดับความสนใจต่อหมู่บ้านเครื่องหวายจังหวัดสุรินทร์จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจต่อหมู่บ้านเครื่องหวาย	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	20.0	36.0	16.9	31.0	36.5
ค่อนข้างน้อย	29.4	12.0	37.3	23.9	22.2
ปานกลาง	23.5	30.0	22.0	29.6	20.6
ค่อนข้างมาก	21.2	16.0	13.6	15.5	14.3
มาก	5.9	6.0	10.2	-	6.3
จำนวน (คน)	85	50	59	71	63

สรุป : นักทองเที่ยวทุกสัญชาติใหความสนใจไปที่จะไปชมหมูบานทำเครื่องหวายในระดับปานกลางไปจนถึงนอย โดยเฉพาะนักทองเที่ยวจากโอเชียเนีย อังกฤษ และอเมริกา

ตารางที่ 4.7 ระดับความสนใจในปราสาทศรีขรภูมิจังหวัดสุรินทร์จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในปราสาทศรีขรภูมิ	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	11.8	34.0	18.6	25.4	25.4
ค่อนข้างน้อย	5.9	8.0	15.3	22.5	9.5
ปานกลาง	32.9	30.0	30.5	26.8	28.6
ค่อนข้างมาก	30.6	22.0	28.8	21.1	28.6
มาก	18.8	6.0	6.8	4.2	7.9
จำนวน (คน)	85	50	59	71	63

สรุป : นักทองเที่ยว 3 สัญชาติ คือ ญี่ปุน อเมริกา และโอเชียเนีย มีแนวโนมที่สนใจจะไปชมปราสาทศรีขรภูมิในระดับปานกลางจนถึงมาก

ตารางที่ 4.8 ระดับความสนใจในปราสาทเขาพระวิหาร จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในปราสาทเขาพระวิหาร	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	11.6	28.0	15.3	21.1	12.7
ค่อนข้างน้อย	3.5	6.0	13.6	16.9	6.3
ปานกลาง	14.0	22.0	23.7	25.4	30.2
ค่อนข้างมาก	25.6	34.0	25.4	23.9	34.9
มาก	45.3	10.0	22.0	12.7	15.9
จำนวน (คน)	86	50	59	71	63

สรุป : นักทองเที่ยวชาวญี่ปุนเปนกลุมที่มีสัดสวนของผูที่ใหความสนใจปราสาทเขาพระวิหาร ในระดับคอนขางมากถึงมาก สูงกวานักทองเที่ยวจากภูมิภาคตะวันตก รองลงมาคือ นักทองเที่ยวสัญชาติฝรั่งเศส

ตารางที่ 4.9 ระดับความสนใจในปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	11.6	32.0	16.9	25.4	19.0
ค่อนข้างน้อย	5.8	2.0	10.2	16.9	7.9
ปานกลาง	33.7	38.0	28.8	33.8	41.3
ค่อนข้างมาก	20.9	24.0	30.5	14.1	23.8
มาก	27.9	4.0	13.6	9.9	7.9
จำนวน (คน)	86	50	59	71	63

สรุป : ความสนใจในปราสาทวัดสระกำแพงใหญอยูในระดับปานกลางคอนขางมาก นักทองเที่ยวชาวญี่ปุนมีสัดสวนของผูสนใจสูงกวานักทองเที่ยวจากชาติตะวันตก สวนมากนักทองเที่ยวจากฝรั่งเศสและอังกฤษ มีสัดสวนของผูที่สนใจโบราณสถานแหงนี้ คิดเปนรอยละที่ต่ำกวานักทองเที่ยวสัญชาติอื่น

ตารางที่ 4.10 ระดับความสนใจในงานเทศกาลดอกลำดวนจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในงานเทศกาลดอกลำดวน	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	16.3	32.0	29.3	31.0	25.4
ค่อนข้างน้อย	3.5	12.0	25.9	12.7	12.7
ปานกลาง	50.0	24.0	22.4	22.5	33.3
ค่อนข้างมาก	23.3	16.0	6.9	21.1	20.6
มาก	7.0	16.0	15.5	12.7	7.9
จำนวน (คน)	86	50	58	71	63

สรุป : นักทองเที่ยวทุกชาติใหความสนใจที่จะไปชมงานเทศกาลดอกลำดวนในระดับปานกลางไปจนถึงนอย โดยเฉพาะอยางยิ่งนักทองเที่ยวจากทวีปอเมริกาเหนือ

ตารางที่ 4.11 ระดับความสนใจในน้ำตกลำโรงเกียรติ

ความสนใจในน้ำตกลำโรงเกียรติ	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	32.9	36.0	16.9	23.9	20.6
ค่อนข้างน้อย	5.9	8.0	11.9	16.9	11.1
ปานกลาง	37.6	24.0	32.2	39.4	34.9
ค่อนข้างมาก	11.8	18.0	33.9	16.9	15.9
มาก	11.8	14.0	5.1	2.8	17.5
จำนวน (คน)	85	50	59	71	63

สรุป : นักทองเที่ยวทุกชาติใหความสนใจแหลงทองเที่ยวน้ำตกลำโรงเกียรติ ในระดับปานกลาง ลงไปถึงสนใจนอย

ตารางที่ 4.12 ระดับความสนใจในปราสาทสะด็อกก็อกทม จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในปราสาทสะด็อกก็อกทม	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	14.0	34.0	19.0	26.8	19.0
ค่อนข้างน้อย	15.1	2.0	17.2	25.4	12.7
ปานกลาง	31.4	36.0	48.3	28.2	42.9
ค่อนข้างมาก	19.8	28.0	12.1	15.5	19.0
มาก	19.8	-	3.4	4.2	6.3
จำนวน (คน)	86	50	58	71	63

สรุป : ปราสาทสะดอกกอกทม ซึ่งอยูติดกับชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสระแกว เปนที่สนใจเฉพาะกลุมนักทองเที่ยวชาวญี่ปุนเทานั้น นักทองเที่ยวชาวญี่ปุนที่มีความสนใจจะเที่ยวชมปราสาทแหงนี้ ในระดับคอนขางมากจนถึงมาก คิดเปนรอยละ 39.6 นักทองเที่ยวชาติตะวันตกสวนใหญมีความสนใจในระดับ ปานกลางจนถึงสนใจนอย

ตารางที่ 4.13 ระดับความสนใจในปราสาทขอมอื่น ๆ ที่อยูใกลชายแดนไทย-กัมพูชา จำแนกตามสัญชาติ

ความสนใจในโบราณสถานขอมอื่น ๆ ใกลชายแดนไทย-กัมพูชา	สัญชาติ				
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %
น้อย	14.1	28.0	20.3	29.0	22.2
ค่อนข้างน้อย	7.1	-	16.9	15.9	4.8
ปานกลาง	32.9	48.0	32.2	30.4	49.2
ค่อนข้างมาก	15.3	24.0	23.7	15.9	19.0
มาก	30.6	-	6.8	8.7	4.8
จำนวน (คน)	85	50	59	69	63

สรุป : นักทองเที่ยวชาวญี่ปุนสวนมากใหความสนใจที่จะไปชมโบราณสถานประเภทปราสาทหินของขอมแหงอื่น ๆ ใกลชายแดนไทย-กัมพูชา มากกวานักทองเที่ยวชาติตะวันตกอื่น ๆ ซึ่งสวนมากมีความสนใจในระดับปานกลางไปจนถึงสนใจนอย

ตารางที่ 4.15 แสดงค[illegible]สหสัมพันธ[illegible]องตัวแปร 13 ตั[illegible] ทั้ง 13 แหง[illegible]ในจังหวัด แหลงทองเที่ยว 13 แหง[illegible]ใน 4 จังหวัดชายแดนไทย -

แหล่งท่องเที่ยว	ปราสาทพนมรุ้ง	ปราสาทเมืองต่ำ	งานช้างสุรินทร์	หมู่บ้านช้าง	หมู่บ้านเครื่องเงิน	ค่าเฉลี่ย
ปราสาทพนมรุ้ง	1.0000					3.45
ปราสาทเมืองต่ำ	0.8329	1.0000				3.30
งานช้างสุรินทร์	0.4005	0.4031	1.0000			3.74
หมู่บ้านช้าง	0.3297	0.3958	0.6875	1.0000		3.12
หมู่บ้านเครื่องเงิน	0.4716	0.4352	0.4656	0.5912	1.0000	2.60
หมู่บ้านเครื่องหวาย	0.4083	0.4425	0.3983	0.5530	0.7530	2.43
ปราสาทศรีขรภูมิ	0.6134	0.6859	0.3656	0.4058	0.5378	2.84
ปราสาทเขาพระวิหาร	0.6052	0.6120	0.3331	0.3094	0.3917	3.32
ปราสาทสระกำแพงใหญ่	0.6301	0.6121	0.3604	0.3098	0.3531	3.00
เทศกาลดอกลำดวน	0.3666	0.3789	0.4686	0.4491	0.4998	2.76
						2.78
ปราสาทสด็อกก็อกทม						2.73
ปราสาทขอมอื่น ๆ						2.86

จากค่าสหสัมพันธ์ในตารางที่ 4.15 สามารถแบ่งกลุ่มความสนใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว 4 จังหวัด ได้เป็น 3 กลุ่ม

1. กลุ่มที่สนใจการทองเที่ยวชมปราสาทขอมที่กระจัดกระจายอยู่ใน 4 จังหวัด
2. กลุ่มที่สนใจงานชางจังหวัดสุรินทร นาจะสนใจที่จะไปชมหมูบานชางดวย
3. กลุ่มที่สนใจงานหัตถกรรมการทำเครื่องเงินและเครื่องหวาย

ตอนที่ 5 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในขณะอยู่ในประเทศไทย

ตารางที่ 5.1 ค่าใช้จ่ายจำแนกตามสัญชาติ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทย (บาท)	สัญชาติ								
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %	ยุโรป %	เอเชีย %	เยอรมัน %	อัฟริกาใต้ %
ไม่เกิน 25,000	55.1	34.2	27.9	52.7	41.5	50.0	37.5	26.3	2.0
28,000 – 50,000	26.1	47.4	32.6	14.5	22.0	28.6	37.5	47.4	–
56,000 ขึ้นไป	18.8	18.4	39.5	32.7	36.6	21.4	25.0	26.3	1.0
จำนวน (คน)	69	38	43	55	41	14	8	19	3

สรุป : นักทองเที่ยวชาวญี่ปุ่นและอังกฤษประมาณกวาครึ่ง (55% และ 53% ตามลำดับ) ใชจายในการทองเที่ยวในวงเงินรวมไมเกิน 25,000 บาท

นักทองเที่ยวชาวฝรั่งเศสและเยอรมันนีสวนใหญจะใชจายเงินเพื่อการทองเที่ยวระหวาง 28,000-50,000 บาท

นักทองเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาและแคนนาดา มีอัตราสวนรอยละของผูที่ใชจายเพื่อการทองเที่ยวเกิน 56,000 บาท สูงที่สุดคือ 39.5% รองลงมาคือ นักทองเที่ยวจากโอเชียเนีย 37%

ตารางที่ 5.2 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่าย (บาท)	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน $ 975 %	$ 976-1,000 %	$ 1,001-1,500 %	$ 1,501-2,000 %	$ 2,001-2,500 %	$ 2,500ขึ้นไป %
ไม่เกิน 25,000	51.5	60.9	30.3	51.4	51.1	33.3
28,000 – 50,000	22.7	21.7	42.4	25.7	34.0	23.1
56,000 ขึ้นไป	25.8	14.7	27.3	22.9	14.9	43.6
จำนวน (คน)	66	23	33	35	47	78

สรุป : นักทองเที่ยวสวนใหญ (ดวาครึ่ง) ไมวาจะมีระดับรายไดเทาใดจะใชจายไมเกิน 25,000 บาท ยกเวนกลุมรายไดปานกลาง ($ 1,001-1,500) สวนใหญ (42%) จะใชจายระหวาง 28,000-50,000 บาท และ กลุมที่มีรายไดสูงมากจะมีอัตราสวนของผูใชจายมากกวา 56,000 บาทขึ้นไป คิดเปนอัตราสวนรอยละที่สูงที่สุด (43.6%)

ตารางที่ 5.3 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาการพำนัก

ค่าใช้จ่าย (บาท)	ระยะเวลาในการพำนัก			
	น้อยกว่า 5 วัน %	5 – 9 วัน %	10 – 14 วัน %	15 วันขึ้นไป %
ไม่เกิน 25,000	65.7	60.5	50.0	36.4
28,000 – 50,000	20.0	18.4	33.3	30.8
56,000 ขึ้นไป	14.3	21.1	16.7	32.8
จำนวน (คน)	35	38	24	195

สรุป : คาใชจายจะสัมพันธกับระยะในการพักอยางเห็นไดชัด นักทองเที่ยวยิ่งพักนานขึ้นอัตราสวนรอยละของผูที่ใชจายเพื่อการทองเที่ยวสูง (56,000 บาทขึ้นไป) ก็จะยิ่งมีอัตราสวนรอยละที่สูงขึ้น

ตารางที่ 5.4 ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักจำแนกตามสัญชาติ

ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักต่อวัน (บาท)	สัญชาติ								
	ญี่ปุ่น %	ฝรั่งเศส %	อเมริกา %	อังกฤษ %	โอเชียเนีย %	ยุโรป %	เอเชีย %	เยอรมัน %	อัฟริกาใต้ %
100 – 300	9.9	47.4	31.4	60.3	60.5	57.9	15.4	55.6	50.0
350 – 500	7.0	13.2	21.6	12.1	7.9	15.8	53.8	5.6	50.0
550 – 1,000	25.4	13.2	15.7	6.9	21.1	15.8	23.1	27.8	–
1,200 – 2,000	32.4	26.3	23.5	15.5	7.9	5.3	7.7	11.1	–
2,500 ขึ้นไป	25.4	–	7.8	5.2	2.6	5.3	–	–	–
จำนวน (คน)	71	38	51	58	38	19	13	18	2

สรุป : นักทองเที่ยวเกือบทุกชาติสวนใหญจะเสียคาที่พักในราคา 100-300 บาทตอวัน โดยเฉพาะอยางยิ่งนักทองเที่ยวจากอังกฤษ โอเชียเนีย และชาวยุโรปอื่น ๆ สำหรับชาวญี่ปุ่นนั้น สวนใหญจะเสียคาที่พักในระดับราคาตั้งแต 1,200 บาทตอวันขึ้นไป

ตารางที่ 5.5 ค่าที่พักจำแนกตามระดับรายได้ของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักต่อวัน (บาท)	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน $ 975 %	$ 976-1,000 %	$ 1,001-1,500 %	$ 1,501-2,000 %	$ 2,001-2,500 %	$ 2,500ขึ้นไป %
100 – 300	58.1	33.3	38.9	57.4	34.9	17.8
350 – 500	6.5	18.5	8.3	17.0	14.0	17.8
550 – 1,000	3.2	29.6	25.0	12.8	25.6	17.8
1,200 – 2,000	17.7	18.5	25.0	12.8	18.6	31.5
2,500 ขึ้นไป	14.5	–	2.8	–	7.0	15.1
จำนวน (คน)	62	27	36	47	43	73

สรุป : นักทองเที่ยวเกือบจะทุกกลุมรายไดจะพักในที่พักที่ระดับราคา 100 - 300 บาทตอวัน ยกเวนกลุมที่มีรายไดสูงมาก (ตั้งแต $ 2,501 ขึ้นไป) สวนใหญจะพักที่พักในระดับราคาระหวาง 1,200 - 2,000 บาท / วัน

กลยุทธ์การเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวชายแดนไทยสู่กัมพูชา*

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญ มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม ของประเทศรวมทั้งเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของชาวโลก และในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจทั้งอดีตและปัจจุบัน เสมือนว่าการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งที่ทำให้เศรษฐกิจหลุดพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจเกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้กว่าปีละ 250,000 ล้านบาท และมีส่วนช่วยกระตุ้นการผลิตในสาขาที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้วย

ประเทศกัมพูชามีดินแดนที่เป็นมรดกโลกด้านอารยธรรมของขอมโบราณซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งมหัศจรรย์หนึ่งในเจ็ดแห่งของโลก อุดมสมบูรณ์ด้วยศิลปะ วัตถุโบราณสถานที่ทรงคุณค่ายิ่งของมรดกโลก ที่ชาวโลกนับร้อยล้านคนคลั่งไคล้อยากไปสัมผัสอย่างใกล้ชิดมานานแสนนาน ในแต่ละปีมีผู้เดินทางมาเยือนกัมพูชาเพิ่มขึ้นทุกปี ประเทศไทยมีเส้นทางที่เป็นประตูสู่กัมพูชา ทางด่านอรัญประเทศ และด่านตาพระยา นอกจากนั้นทางเลือกในการสัมผัสบรรยากาศแบบขอมโบราณ สามารถเดินทางไปที่จังหวัดศรีสะเกษเพื่อชมความงามธรรมชาติที่ผามออีแดง ประตูสู่เขาพระวิหาร และสามารถเข้าไปสู่นครวัดนครธม ของกัมพูชาได้ โดยผ่านช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ และมีอีกหลายแนวทางในการส่งเสริมให้ประเทศทั้งสองได้มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ควรมีการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทยและกัมพูชาให้สอดคล้องและส่งเสริมซึ่งกันและกันโดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย มีโบราณสถานและวัฒนธรรมคล้ายขอมโบราณ นอกจากนั้นยังมีธรรมชาติที่งดงามยิ่งนัก ช่องจอมตัดผ่านทิวเขาพนมดงรักจากคำปราสาทจังหวัดสุรินทร์เข้าไปยังเมืองศรีโสภณ ช่องทางชายแดนทางด้านจังหวัดบุรีรัมย์เป็นทางติดต่อระหว่างกับชาวกัมพูชามีหลายทางด้วยกัน คือ ช่องกระทบเพชร ช่องโอนก ช่องเมฆา ช่องสายตะกู ช่องจันทบกระฮอม ช่อง ปะระแนะ และช่อง ตากิ่ว เชื่อมเมืองพระตะบองของกัมพูชา

แนวคิดที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวไทยและกัมพูชา ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดชายแดน 4 จังหวัดคือ สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ และกำลังเป็นสิ่งที่ควรจะสนใจ เพราะ แหล่งท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าว มีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก โดยเฉพาะดินแดนเสียมราฐ มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนับแสนคน เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวทุก ๆ ปี ถ้าประเทศไทยสามารถเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวให้เป็นประตูไปสู่ศิลานครวัด นครธม ซึ่งเป็นสิ่งมหัศจรรย์แห่งหนึ่งของโลกแล้ว ผล

---

* บทความเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา กรณีศึกษา จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ โดย สุเทพ พันประสิทธิ์ ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ประโยชน์จะเกิดจากการร่วมกันสร้างระหว่างสองประเทศเป็นการสร้างและเพิ่มอรรถประโยชน์ให้กับการท่องเที่ยวประเทศไทยได้มากมาย การวิจัยเพื่อหาแนวทางให้ประเทศไทยเป็นประตูไปสู่นครวัด นครธม ได้มีหลายแนวทางด้วยกัน จึงต้องค้นคว้าหาข้อสรุปกลยุทธ์การจัดการที่เหมาะสมในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของไทยบริเวณชายแดน 4 จังหวัด จึงต้องมีการวิจัยเชิงประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชายแดนประเทศไทยและกัมพูชา รวมทั้งการศึกษานโยบายของรัฐบาลไทยในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดรอยต่อของประเทศไทยและกัมพูชาว่ามีความ สอดคล้องหรือเป็นอุปสรรคต่อประเทศไทย และหาแนวทางแก้ไขเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่กัมพูชาอย่างแท้จริง

พรมแดนไทยติดกับกัมพูชา 7 จังหวัด ได้แก่ ตราด จันทบุรี สระแก้ว สุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี ประเทศกัมพูชาเคยมีรายได้จากการท่องเที่ยวปีละ 600 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 12 ของทั้งหมดของประเทศ เศรษฐกิจของประเทศพึ่งพิงการผลิตภาคการเกษตรในปี พ.ศ.2544 มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 39.6 การผลิตที่สำคัญได้แก่ ประมงน้ำจืด ประมงน้ำเค็ม ข้าว ยางพารา และป่าไม้ รองลงมาเป็นการผลิตภาคบริการสัดส่วนประมาณร้อยละ 31.5 ของผลิตภัณฑ์-มวลรวมประชาชาติ ส่วนให้เป็นบริการต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และบริการทางการเงิน การผลิตภาคอุตสาหกรรม สัดส่วนประมาณร้อยละ 24.0 การผลิตที่สำคัญได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีสัดส่วนร้อยละ50ของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งประเทศกัมพูชามีโบราณสถานจำนวนมาก ที่สำคัญได้แก่ นครวัด ซึ่งเป็นสิ่งมหัศจรรย์ของโลก วัดพันทายศรี โบราณสถานก่อสร้างด้วยหินทราย แม่น้ำทะเลสาบ ซึ่งเป็นทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากทะเลสาบซูพีเรีย และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกมาก ในปี พ.ศ.2545 ผลิตภัณฑ์มวลรวมมีมูลค่าประมาณ 27,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2544 ร้อยละ 4.5 ด้านการท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชาชลอตัวลงจากนักท่องเที่ยวในเอเชียที่เคยให้ความสนใจเดินทางในอันดับต้น ๆ ที่ประสบปัญหาโรคซาร์ส

นักท่องเที่ยวจากยุโรปและสหรัฐอเมริกาเข้ามาท่องเที่ยวในปีนี้เพิ่มขึ้นหลังการไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไป ท่องเที่ยวในกัมพูชาลดลงเมื่อเกิดการจราจลและเผาสถานประกอบการของไทยในพนมเปญเมื่อต้นปี พ.ศ.2546 ปัจจุบันเริ่มเข้าภาวะปกติ ภาวะการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จากข้อมูลของพาณิชย์จังหวัดตามเขตชายแดนในปี พ.ศ.2545 มูลค่า 14,062.33 ล้านบาท สินค้าที่จังหวัดชายแดนไทยส่งออก ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้างด้านการนำเข้าจากกัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากไม้ และผลิตภัณฑ์จากป่าไทยเกินดุลการค้าในปี พ.ศ.2544 จำนวน 15,151 ล้านบาท จังหวัดที่มีค่าการค้ามากที่สุดในจังหวัดชายแดนคือ จังหวัดสระแก้ว มูลค่า 9 เดือนแรก ปี 2545 จำนวน 7,062.34 ล้านบาท รองลงมาเป็นจังหวัดตราด มูลค่า 6,188.07 ล้านบาท เพราะธุรกิจของคนไทยที่ไปลงทุนในกัมพูชา ค่อนข้างมาก

เป็นอันดับสองรองจากจีน ธุรกิจที่ต้องการวัสดุก่อสร้างถูกนำเข้าจากจังหวัดชายแดนไทยด้านจังหวัดสระแก้ว ผ่านด่านปอยเปตซึ่งมีราคาสูงเพราะการขนส่งไปถึงจังหวัดเสียมราฐ และพนมเปญยากลำบาก และการเก็บภาษีเหมาจ่ายมีจำนวนสูง(คันละ20000บาทขึ้นไป) รวมทั้งไม่มีการควบคุมน้ำหนักรถบรรทกเป็นเหตุให้ถนนชำรุด

อุปสรรคในการส่งออกสินค้าไปตลาดกัมพูชา เกิดจากข้อจำกัดต่าง ๆ ในประเทศกัมพูชา ได้แก่ กฎระเบียบมีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้ง และบางพื้นที่กฎระเบียบแตกต่างกัน และเกิดความเสี่ยงกับผู้ส่งออกค่อนข้างสูง อีกส่วนหนึ่งคือ เส้นทางจากชายแดนไปกรุงพนมเปญ และจังหวัดเสียมราฐ มีกลุ่มอิทธิพลหลายกลุ่ม การขนส่งสินค้าและผู้โดยสารต้องเสียค่าใช้จ่ายผ่านทางให้กับกลุ่มอิทธิพลไม่ต่ำกว่า 100 ด่าน การค้าส่วนใหญ่จะไม่ได้มีการทำสัญญาบางครั้งถูกโกงจากผู้นำเข้ากัมพูชา นอกจากนั้นค่าเงินเรียลของกัมพูชาขาดเสถียรภาพ จึงมีการใช้เงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และเงินสกุลบาทของไทย

ตารางที่ 1 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจประเทศกัมพูชา

หน่วย : ล้านดอลลาร์ สรอ.

	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545
ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ	2,870.5	2,353.6	2,200.6	2,354.7	2,483.0	2,593.3	2,710.0
อัตราการขยายตัว (%)	-2.4	-18.0	-6.5	7.0	5.5	4.4	4.5

ที่มา:ธนาคารแห่งประเทศไทย

โอกาสของธุรกิจท่องเที่ยวไทยสู่กัมพูชา

ธุรกิจท่องเที่ยวไทยไปกัมพูชาหลังสภาวะสงครามไทยอิรัก และการระบาดของโรคซาร์ส และการจราจรเผาสถานทูตไทย ปริมาณของนักท่องเที่ยวลดลงมากกว่าร้อยละ 50 เหตุการณ์เหล่านี้เป็นผลกระทบชั่วคราวและเป็นระยะสั้น ปัจจุบันเกิดการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วเพราะแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากสมบัติล้ำค่าของปราสาทนครวัด สิ่งมหัศจรรย์ของโลก ปราสาท เทวสถานอันศักดิ์สิทธิ์เหล่านี้ มีอายุนานนับพันปีอีกมากมายหลายแห่ง โอกาสการฟื้นตัวของอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวในกัมพูชา ซึ่งมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร บันเทิง บ่อนกาสิโน และธุรกิจการขนส่งซึ่งมีชาวไทยไปลงทุนไว้ในจังหวัดเสียมราฐ หรือที่ชาวกัมพูชาเรียกว่า เสียมเรียบ ประเทศไทยมีพรมแดนติดกัมพูชา ระยะทางห่างจากจังหวัดศูนย์กลางท่องเที่ยวเสียมราฐ เพียง 150 กิโลเมตร จากด่านชายแดนไทยกัมพูชาที่ ปอยเปต (POPET) เส้นทางการเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวและธุรกิจการค้าใช้เวลาเพียง 3 ชั่วโมงจากกรุงเทพมหานคร สู่อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว โดยผ่านจังหวัดฉะเชิงเทรา หรือ

จังหวัดนครนายกเข้าปราจีนบุรีสู่สระแก้วและอรัญประเทศ และปีนี้2547มีการเปิดจุดผ่านแดนถาวรที่ช่องสะงำเป็นเส้นทางใหม่ การเดินทางไปจังหวัดเสียมเรียบ โดยเครื่องบินที่มีความได้เปรียบทางด้านความสะดวกก็จริง แต่ช่วงเวลานี้นักท่องเที่ยวเดินทางโดยเครื่องบินไม่มาก การจัดนำเที่ยวโดยรถยนต์ที่ใช้งบท่องเที่ยวไม่มากนัก ข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดเสียมราฐ นักท่องเที่ยวใช้เงินคนละกว่า 600 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ใช้เป็นค่าท่องเที่ยว ค่าที่พัก ค่าอาหาร เฉลี่ยวันละ 100 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา แต่ละคนอยู่เฉลี่ย 4 คืน เมื่อจังหวัดเสียมราฐมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากเมืองไทย ไม่เฉพาะชาวกัมพูชาเท่านั้นที่ได้ประโยชน์ แต่ประโยชน์จะตกไปถึงธุรกิจต่อเนื่องของคนไทยในกัมพูชา ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจบันเทิงประเภทต่าง ๆ ที่เป็นธุรกิจขนาดเล็กลงทุนน้อยเป็นร้านอาหารของคนไทย นวดแผนโบราณ ธุรกิจขนาดใหญ่ของคนไทยในเสียมราฐ เป็นธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว และระดับ 3 ดาว มีขนาดห้อง 50 – 100 ห้อง อัตราการขยายตัวของธุรกิจสูงที่สุดในอดีตร้อยละ30 ดังนั้นการเชื่อมโยงการนครวัดกับการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว และศรีสะเกษทางช่องสะงำจะเป็นโอกาสของธุรกิจของคนไทยบริเวนกรุงเทพฯ ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ธุรกิจกาสิโนไทย-กัมพูชา

ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมานักธุรกิจไทยหันไปลงทุนในกัมพูชาค่อนข้างมากทั้งในกรุงพนมเปญ จังหวัดเสียมราฐ และที่ด่านปอยเปต เป็นธุรกิจกาสิโน ที่มีนักท่องเที่ยวที่ชอบเข้าไปเล่นการพนันเสี่ยงโชค แต่ธุรกิจกาสิโนเป็นธุรกิจผิดกฎหมายของฝ่ายไทย แต่ทางฝั่งกัมพูชามีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจเหล่านี้เฉพาะที่ปอยเปตเพื่อให้คนกัมพูชาได้ดำเนินงานกาสิโน 7 แห่งของคนไทย จำนวนแรงงานไม่น้อยกว่า 10,000 คน ซึ่งเป็นคนกัมพูชาได้มีงานทำและห้ามเล่นการพนันในบ่อนเด็ดขาด เมื่อรัฐบาลกัมพูชามีนโยบายสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจกาสิโน ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจโรงหนัง นวดแผนโบราณ และธุรกิจค้าปลีกอื่น ๆ อีกมากมาย

ตารางที่ 2 มูลค่าการค้าจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา

	ตราด	จันทบุรี	สระแก้ว	สุรินทร์	ศรีสะเกษ
การส่งออก	6,143.58	530.56	6,765.68	238.65	11.89
การนำเข้า	44.49	11.85	296.66	18.37	-
มูลค่าการค้า	6,188.07	542.41	7,062.34	257.02	11.89
ดุลการค้า	6,099.09	518.71	6,469.02	220.28	11.89

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์.จังหวัดชายแดน

การเชื่อมโยงทางด้านการค้าชายแดนของไทยและกัมพูชา จะเห็นได้จากมูลค่าการค้าของจังหวัดสระแก้ว และจังหวัดตราด การเชื่อมโยงตลาดการค้าชายแดนไทยเข้าไปในตลาดกัมพูชาทางด้านจังหวัดสระแก้ว และอิสานใต้กับจังหวัดเสียมราฐ และตราด กับเกาะกง ซึ่งมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูงกว่าจังหวัด อื่น ๆ ของกัมพูชาจะทำให้การค้าและอุตสาหกรรมบริการมีโอกาสขยายตัวมากขึ้นโดยต้องขจัดอุปสรรคทางด้านการค้า

การส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวและการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคไปกัมพูชามากขึ้น เนื่องจากเป็นสินค้าที่ประเทศไทยได้เปรียบในด้านระยะทางใกล้ การใช้กลยุทธ์การเชื่อมโยงโดยใช้จังหวัดที่มีระดับศักยภาพท่องเที่ยวสูงได้แก่กรุงเทพมหานคร นครราชสีมาและอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางทางการบินแล้วจัดให้มีจุดพักที่สระแก้ว (อรัญประเทศ) จังหวัดศรีสะเกษ (ช่องสะงำ) จังหวัดสุรินทร์ (ช่องจอมหรือช่องสะงำ) เป็นเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับนครวัด

มูลค่าการค้าชายแดนไทยกับกัมพูชา ปี 2543-2545 รายจังหวัด

จังหวัด	2543					2544					2545				
	ส่งออก	%	นำเข้า	%	ดุลการค้า	ส่งออก	%	นำเข้า	%	ดุลการค้า	ส่งออก	%	นำเข้า	%	ดุลการค้า
ตราด	4,287.23	34.67	125.8	-57.20	4,161.41	7,356.95	71.6	72.92	-42.1	7,284.04	8,122.16	36.3	50.78	-0.6	8,071.37
จันทบุรี	655.27	-31.6	21.86	-51.16	633.41	651.37	-0.6	10.11	-53.7	641.25	741.66	34.72	15.66	125.5	726.00
สระแก้ว	5,664.52	-1.38	281.1	3.31	5,383.47	7,099.36	25.33	288.10	2.52	6,811.23	9,224.97	54.87	379.20	57.35	8,845.75
สุรินทร์	203.28	-	10.5	-	192.78	215.5	6.01	9.81	-6.59	205.7	283.09	55.19	19.88	121.10	263.12
ศรีสะเกษ	-	-	-	-	-	35.66	-	2.49	-	33.17	11.89	-57.3	0.6	-75.61	11.28
บุรีรัมย์	-	-	-	-	-	0	-	0.68	-	-0.68	-	-	-	-	-
รวม	**10,810.30**	**1.7**	**439.2**	**-105**	**10,371.07**	**15,358.85**	**102.4**	**384.2**	**-99.8**	**14,974.70**	**18,383.76**	**31.27**	**466.2**	**30.5**	**17,917.52**

มูลค่าการค้าชายแดนไทยกับกัมพูชา ปี 2544-2545 รายเดือน

เดือน	2543					2544					2545				
	ส่งออก	%	นำเข้า	%	ดุลการค้า	ส่งออก	%	นำเข้า	%	ดุลการค้า	ส่งออก	%	นำเข้า	%	ดุลการค้า
มกราคม	951.93	26.98	21.65	-53.2	930.29	1,498.68	57.4	45.08	108.3	1,453.60	1,522.84	59.97	29.48	36.19	1,493.36
กุมภาพันธ์	1,251.34	58.42	29.08	26.65	1,222.26	1,368.33	9.35	33.9	16.58	1,334.43	2,495.09	162.1	33.86	16.44	2,461.23
มีนาคม	1,347.26	26.44	28.24	-47.7	1,319.02	1,867.94	38.7	33.53	18.71	1,834.41	3,957.77	85.2	67.31	138.3	3,890.46
เมษายน	1,170.75	66.78	25.04	2.14	1,145.72	1,471.10	25.7	72.76	190.6	1,398.34					
พฤษภาคม	1,478.48	53.8	46.71	64.13	1,431.77	1,695.53	14.7	58.29	24.79	1,637.24					
มิถุนายน	1,316.60	51.97	42.18	-0.77	1,274.42	1,461.80	11.0	22.64	-46.34	1,439.16					
กรกฎาคม	1,217.91	55.99	15.92	-50.5	1,201.99	1,375.13	12.9	28.27	77.55	1,346.86					
สิงหาคม	1,314.80	32.83	35.93	-13	1,278.87	1,518.22	15.5	49.67	38.23	1,468.55					
กันยายน	1,376.05	50.55	30.03	-6.57	1,346.02	1,433.63	4.18	27.85	-7.27	1,405.78					
ตุลาคม	1,251.44	39.91	36.45	59.36	1,215.00	1,507.34	9.54	27.28	-9.14	1,480.05					
พฤศจิกายน	1,328.39	27.27	46.04	-12.4	1,282.35	1,679.22	26.4	31.46	-31.67	1,647.76					
ธันวาคม	1,353.89	28.61	26.88	-32	1,327.01	1,506.85	11.3	35.52	32.14	1,471.33					
รวม	15,358.85	165.50	384.20	76.81	14,974.70	18,383.77	31.3	466.3	30.5	17,917.52	7,975.70	-43.05	130.7	-63.43	7,845.05

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดชายแดน กลุ่มสารสนเทศทางด้านการค้า สำนักมาตรการพิเศษทางการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว สระแก้ว - บุรีรัมย์ – สุรินทร์ – ศรีสะเกษ – เสียมราฐ

จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ จังหวัดอุดรมีชัยบันเตยเมียนเจย และพระวิหาร รวมทั้งมีระยะห่างจากนครวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของโลก ประมาณ 150 กิโลเมตร จากด่านชายแดน จังหวัดต่าง ๆ จึงมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจการค้า และการท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดสระแก้ว เป็นประตูสู่นครวัดนครธม ทางจังหวัดบันเตยเมียนเจย

คณะผู้วิจัยได้สำรวจเส้นทางคมนาคมจากอำเภออรัญประเทศ ระยะห่างประมาณ 48 กิโลเมตร ถึงเมือง ศรีโสภณ จากนั้นอีก 105 กิโลเมตรถึงจังหวัดเสียมราฐ (Siemreap) ใช้ระยะเวลาการเดินทาง 5-6 ชั่วโมง ถนนเป็นลูกรังประมาณ 90 กิโลเมตร และลาดยางประมาณ 50 กิโลเมตร เมื่อเข้าเขตจังหวัดเสียมราฐ ถนนสายนี้เป็นถนนที่เชื่อมโยงโดยกัมพูชาที่สำคัญมีการขนส่งสินค้าทั้งอุปโภคและบริโภคมูลค่ามากกว่า 70,000 ล้านบาทต่อปี (ดูรายละเอียดบทที่ 3) นับว่าเป็นเส้นทางที่มีการขนส่งทั้งผู้โดยสารและนักท่องเที่ยวและการขนส่งสินค้าเข้าสู่กัมพูชามากที่สุด จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการชำรุดของถนนมาก สำหรับเส้นทางคมนาคมจากด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ จากเมืองโอเสม็ดระยะทางประมาณ 70 กิโลเมตรถึงเมืองกระลาน จากนั้นอีก 60 กิโลเมตรถึงเมืองเสียมราฐ เส้นทางเป็นเส้นทาง ลูกรังจนถึงเมืองกระลานสภาพที่รถเก๋งส่วนบุคคลวิ่งไม่ได้ ส่วนมากเป็นเส้นทางของรถบรรทุกและรถขับเคลื่อนสี่ล้อ

เส้นทางใหม่จากด่านช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นเส้นทางที่ควรจะพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะไม่ควรอนุญาตให้มีการขนส่งโดยรถบรรทุกหนักเกินพิกัดเพราะจะทำให้ถนนชำรุดเช่นเดียวกับถนนปอยเปต ศรีโสภณ

เส้นทางสายใหม่ เพื่อใช้เดินทางเจาะเข้าสู่ใจกลางจังหวัดเสียมราฐ โดยไม่ต้องผ่านถนนหนทางที่ย่ำแย่แบบเดียวกับเส้นทางสายปอยเปต ไปจังหวัดบันเตยเมียนเจยและจากบันเตยเมียนเจยต่อไปยังจังหวัดเสียมราฐขึ้นมาทดแทนทางสายนี้คือ เส้นทางยุทธศาสตร์หมายเลข 68 ของกัมพูชา ซึ่งเขมรแดงเคยใช้เป็นทางลำเลียงกำลังพล ในสมัยสงครามภายใน ซึ่งเป็นทางลูกรังตัดตรงจากชายแดนไทยที่ “ช่องสงำ” มาเชื่อมกับเส้นทางของกรมโยธา หมายเลข 2201 ในเขตจังหวัดศรีสะเกษ และมีระยะทางจาก อ.เมืองศรีสะเกษ ถึงช่องสะงำ อ.ภูสิงห์ ประมาณ 105 กิโลเมตร จากช่องสะงำถึงจังหวัดเสียมราฐ (นครวัดนครธม) ระยะทางประมาณ 135 กิโลเมตร ทางสายดังกล่าวนี้ เคยใช้ลำเลียงสินค้า “บางอย่าง” จากเขตเมืองอัลลองเวง ซึ่งเคยเป็นฐานบัญชาการของกองกำลังเขมรแดงมาส่งชายแดนไทยที่อยู่ห่างกันเพียง 28.8 กิโลเมตรเท่านั้น และสภาพโดยรวมของถนนหมายเลข 68 กว่าร้อยละ 80 มีผิวทางลูกรังที่ราบเรียบสมบูรณ์ จะมีบ่อโคลนอุปสรรคต่อการเดินทางอยู่เพียง 20% แต่เมื่องวัดระยะทางจาก “ช่องสะงำ” ฝั่งไทยไปถึงตัวเมือง “นครหลวง” ที่ตั้งของแหล่งโบราณสถานในกลุ่ม “นครวัด-นครธม” เส้นทางหมายเลข 68

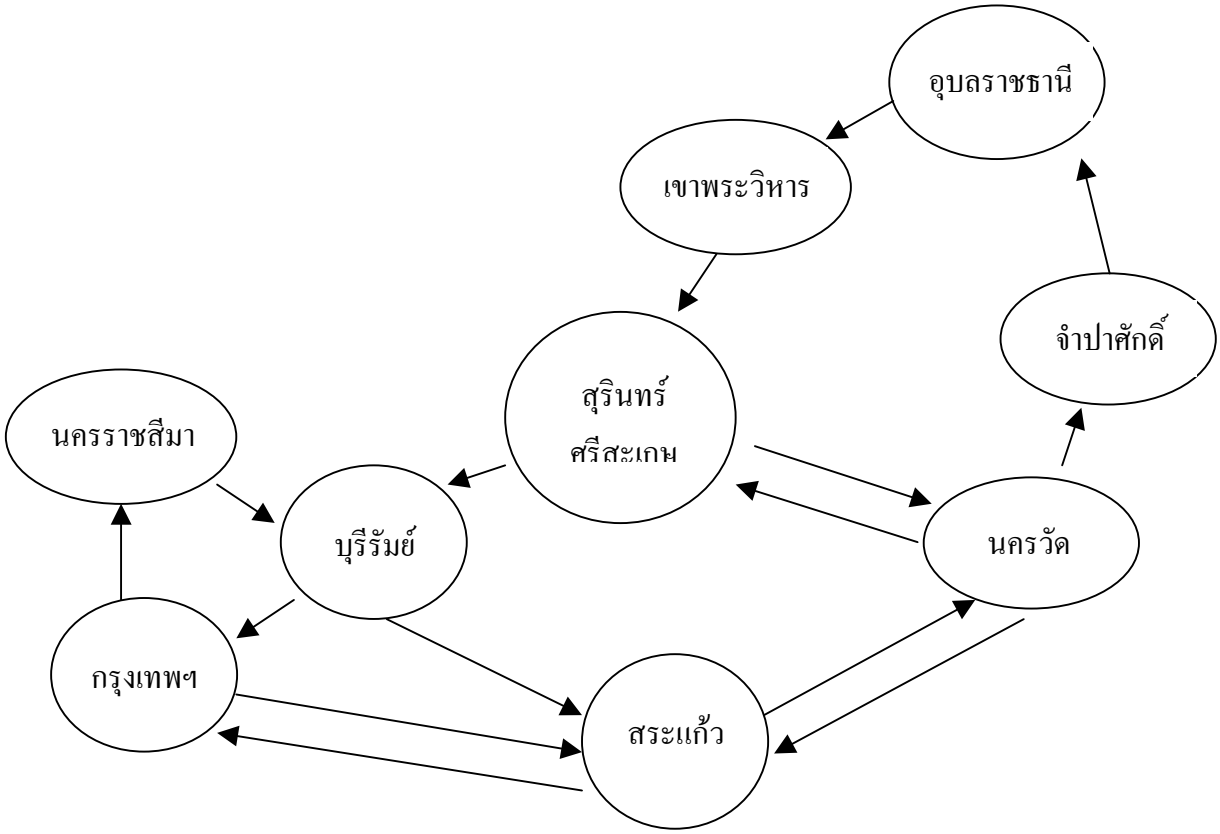
จะมีระยะทางจากชายแดนไทยไปถึงใจกลาง “นครวัด-นครธม” เพียง 100 กิโลเมตรกว่า ๆ เท่านั้นเองของเส้นทางโดยเฉลี่ยทั้งหมด แต่สิ่งสำคัญที่เป็นจุดเด่นของเส้นทางสายนี้คือ ทิวทัศน์สองฝั่งทางนั้นปกคลุมไปด้วยป่าไม้และภูเขา สภาพป่าก็สมบูรณ์ มีสัตว์ป่าหนาแน่นชุกชุม และเป็นทางคมนาคมที่ปลอดภัยไม่เคยปรากฏการปล้นสะดมใด ๆ มาก่อน

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและเป้าหมายของโครงการเชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา

เส้นทาง	ปัจจุบัน พ.ศ.2546		เป้าหมายเวลาการเดินทางหลังปรับปรุงเส้นทางเสร็จ พ.ศ.2547
	ระยะทาง (ก.ม.)	เวลาการเดินทาง (ช.ม.)	
1. จุดพักกรุงเทพฯ ⟶ อรัญประเทศ	287	4	3.5
อรัญประเทศ⟶ศรีโสภณ⟶เสียมราฐ	154	6-7	3-4
2. จุดพักสุรินทร์⟶ช่องจอม	75	1.5	1.5
ช่องจอม⟶กระลาน⟶เสียมราฐ	130	5-6	3
3. จุดพักสุรินทร์⟶ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ⟶อัลลองเวง⟶เสียมราฐ	135	5-6	3
4. จุดพักศรีสะเกษ⟶ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ⟶อัลลองเวง⟶เสียมราฐ	135	5-6	3
5. จุดพักอุบลราชธานี⟶ช่องสะงำ	155	2.5	2.5
ช่องสะงำ⟶ อัลลองเวง⟶เสียมราฐ	135	5-6	3

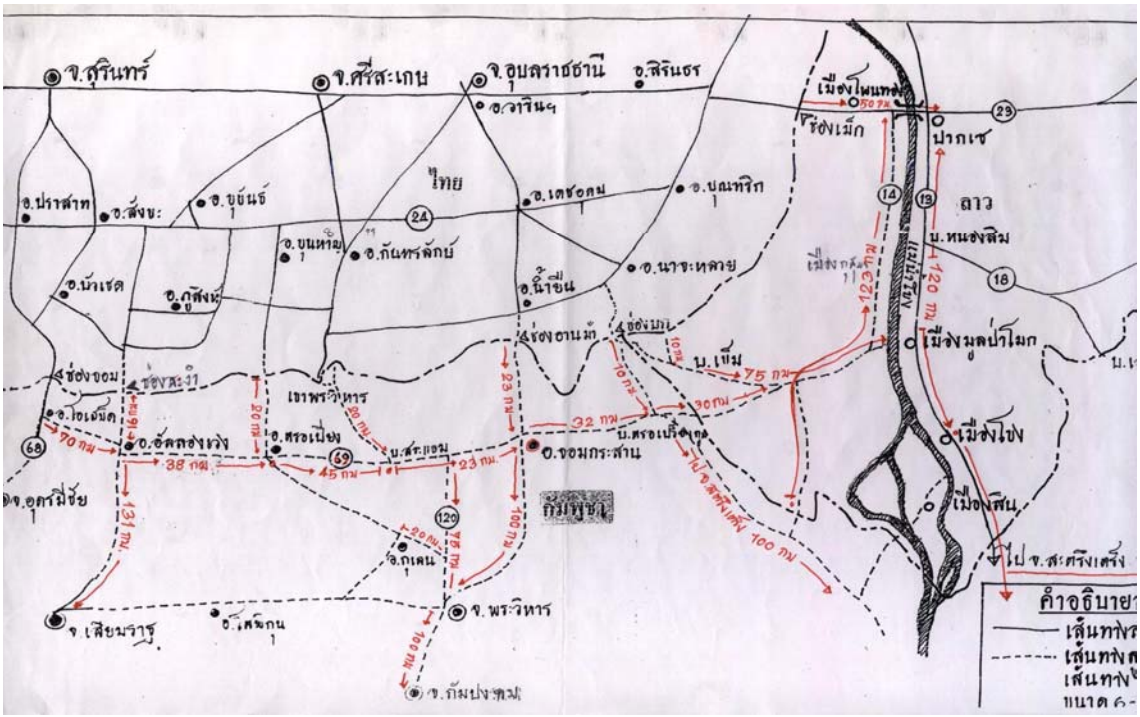
จึงเป็นจุดเหมาะสมทางด้านทำเลที่ตั้ง ศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อประเทศกัมพูชาและลาวโดยไม่ไกลนัก การจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศมีความเป็นไปได้คือ ไทย กัมพูชา ลาว นอกจากนั้นดินแดนของอีสานใต้ มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสูง มีโบราณสถานหลายแห่งทั้งในประเทศไทย กัมพูชา และลาว นอกจากนั้นบริเวณใกล้เทือกเขาพนมดงรัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง-ธรรมชาติที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว ตลอดจนจุดเด่นของวัฒนธรรมประเพณีที่หาดูได้ยากในโลก อย่างงานช้างสุรินทร์

แผนภาพวงจรการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา



รูปที่ 1 โครงข่ายทางหลวงเชื่อมโยงชายแดนไทย-กัมพูชา

รูปที่ 2 โครงข่ายทางหลวงเชื่อมโยงชายแดนไทย-กัมพูชา จ.สุรินทร์ จ.ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี


จ.สุรินทร์
จ.ศรีสะเกษ
จ.อุบลราชธานี
อ.สิรินธร
ไทย
กัมพูชา
จ.เสียมราฐ
จ.พระวิหาร
จ.กัมปงธม
ช่องจอม
ช่องสะงำ
ช่องตาเมี๊ยะ
ช่องบก
ช่องสะงำ
ช่องสะงำ
ช่องสะงำ

ข้อเสนอเพื่อพิจารณาแนวทางการส่งเสริม ได้แก่

1) การพัฒนาความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนายังมีน้อยที่รัฐบาลไทยมีกลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภค แหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี จะช่วยให้ประเทศเพื่อนบ้านก้าวได้เร็วขึ้น ประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนครวัด ลาว มีน้ำตก หลีผี ขายได้ทุกวัน และขายได้ทั้งปี แต่การเมืองท้องถิ่นยังไม่แน่นอน จึงต้องมีการเจรจาพูดคุยกันเพื่อพัฒนาร่วมกัน เพื่อแก้ปัญหาร่วมกัน เช่น กัมพูชายังขาดคนประสานงานที่ดีเราจะต้องเข้าไปช่วยเขาพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ไกด์ การต้อนรับ อาหาร ถ้าหากยังไม่พร้อมเสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำและผูกมัดด้วยโปรแกรมการท่องเที่ยว

2) การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน

ควรกำหนดราคาจุดผ่านแดนให้แน่นอน การจัดเก็บมาตรฐาน โดยไม่เพิ่มราคา หรือฉวยโอกาสหาค่าล่วงเวลา หรือแม้แต่ขณะนี้การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะงำ ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวรตั้งแต่วันที่ 11 พฤศจิกายน 2546 แต่ยังไม่สามารถเดินทางไปได้ การเปิดประตูจะเป็นการดีมากเพราะไทยเราจะได้เกินดุลด้านการค้า เพราะของใช้อุปโภคบริโภค 99% ต้องซื้อจากไทยเข้ากัมพูชา-ลาว (จำปาศักดิ์) มีความเป็นไปได้สูงมากโดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้าในระบบตู้คอนเทรนเนอร์

3) การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

เป็นเรื่องที่ดีความพร้อมด้านถนนเริ่มจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถแท็กซี่ รถสามล้อ มอเตอร์ไซค์บริการ หรือรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผิวจราจรต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

4) กลยุทธ์อื่น ๆ

ควรจัดให้มีแหล่งบันเทิงรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะงำสามเหลี่ยมมรกต ไม่ว่าจะเป็นสนามกอล์ฟ คาสิโน โรงแรมแบบมาเลเซีย เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครธม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้ เพิ่มการขนส่งสินค้าทางรถไฟในรูปแบบการขนส่งระบบตู้คอนเทรนเนอร์ แล้วออก พรบ. จราจรระดับการขนส่งทางรถยนต์ให้มีขีดจำกัดบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น อรัญประเทศ