

ตารางที่ 7-3 การประเมินจุดแข็ง และ โอกาส ของศักยภาพจังหวัดขอนแก่น เป็นศูนย์กลางการ
ท่องเที่ยว

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งดงาม โคดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.00
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	4.00
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	3.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	4.40
รวม	3.72
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.00
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	3.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	3.60
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	3.00
รวม	3.72

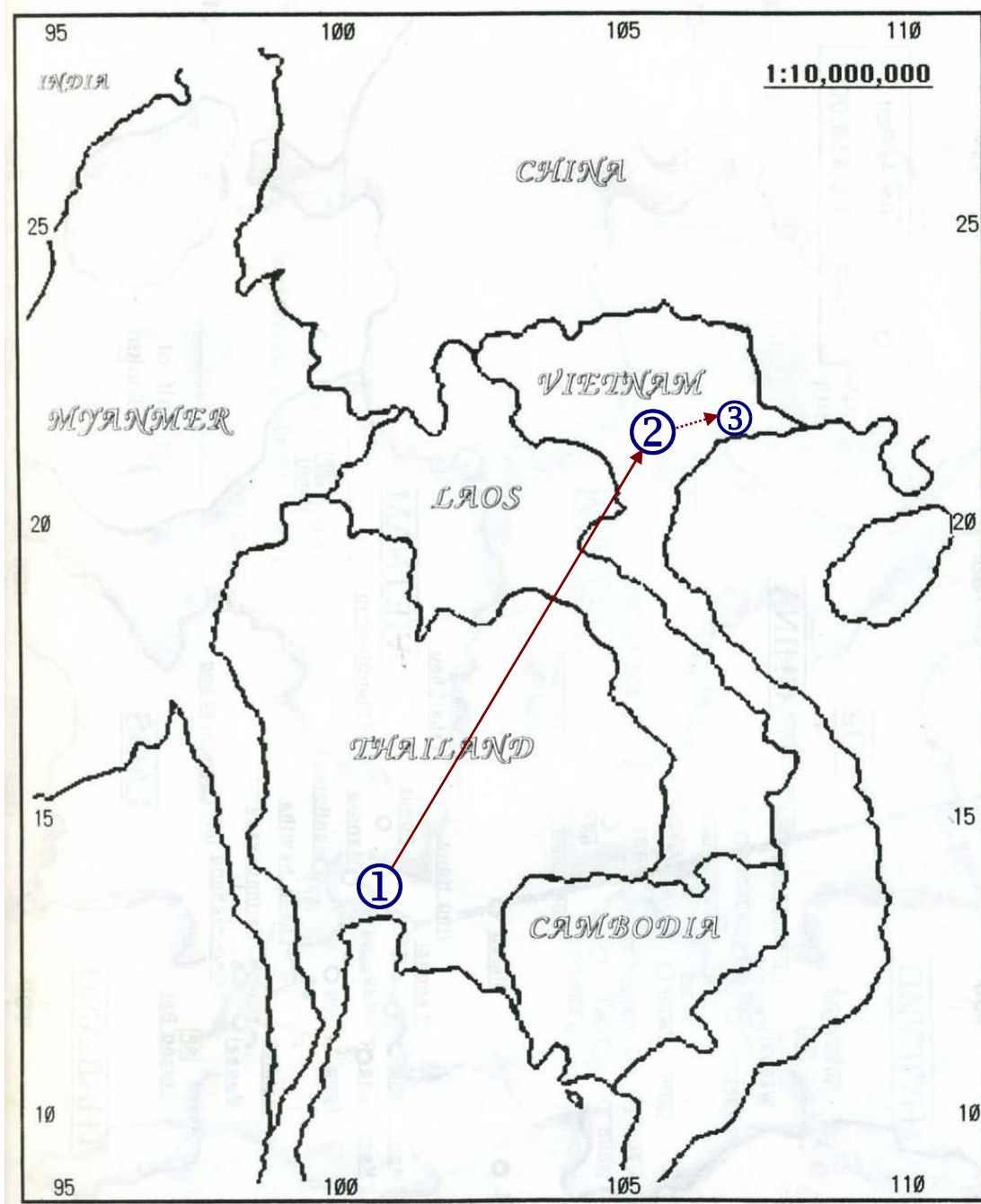
จังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางทางการบินของภาคอีสานกลาง มีโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก ภัตตาคาร มีความปลอดภัยประชาชนเป็นมิตร มีโอกาสสูงในการลงทุนด้านการท่องเที่ยว สามารถเชื่อมโยงทางรถยนต์ตามเส้นทาง East-West-Corridor จากพม่าไปเวียดนามตอนกลาง สามารถขยายตลาดทั้งสินค้าและการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 7-4 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดมุกดาหาร เป็นประตูสู่ลาวและเวียดนาม

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งเชิงดงม โคดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	2.40
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	2.40
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	3.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	2.40
รวม	2.88
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.40
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.40
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	4.00
รวม	4.36

จังหวัดมุกดาหารมีศักยภาพสูงในด้านความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร และมีโอกาสในการลงทุนด้านการท่องเที่ยวสูง สามารถเชื่อมโยงไปสู่ลาวและเวียดนามตอนกลางซึ่งมีสอยอันเมืองโบราณ มรดกโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับนานาชาติและสามารถขยายตลาดการท่องเที่ยวไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้นมุกดาหารเป็นจังหวัดที่ควรได้รับการส่งเสริมให้เป็นประตูสู่ลาวและเวียดนามตอนกลาง

7.3 การท่องเที่ยวไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์



① กรุงเทพฯ

② กรุงฮานอย

————> การเดินทางโดยการบิน

③ ฮาลองเบย์

.....> การเดินทางโดยรถยนต์

รูปที่ 7-5 เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ - ฮานอย

สายการบินไทยแอร์เอเชียเปิดเส้นทางการบินกรุงเทพฯ-กรุงฮานอย

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- กรุงฮานอย มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานโฮจิมินห์ พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง เจดีย์เสาเดียว การแสดงหุ่นกระบอกน้ำพื้นเมือง และอ่าวฮาลองเบย์

- Do Son มีบ่อนการพนันขนาดใหญ่ อยู่บริเวณชายฝั่งทะเลเมืองไฮฟอง

- เมืองเว้ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานของกษัตริย์เหงียน และเจดีย์โบราณ

- เมืองดาลัด แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ คือ พระราชวังฤดูร้อนของกษัตริย์องค์สุดท้ายของเวียดนาม วัด Chua Lin Phuoc และสวนดอกไม้เมืองหนาวขนาดใหญ่

- โฮจิมินห์ ซิตี้ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ อุโมงค์ไต้ดิน ภูจิ ที่ใช้สู้รบกับสหรัฐฯ ในสงครามเวียดนาม ทำเนียบประธานาธิบดี และแหล่งสินค้าพื้นเมือง

การคมนาคมทางอากาศของเวียดนาม

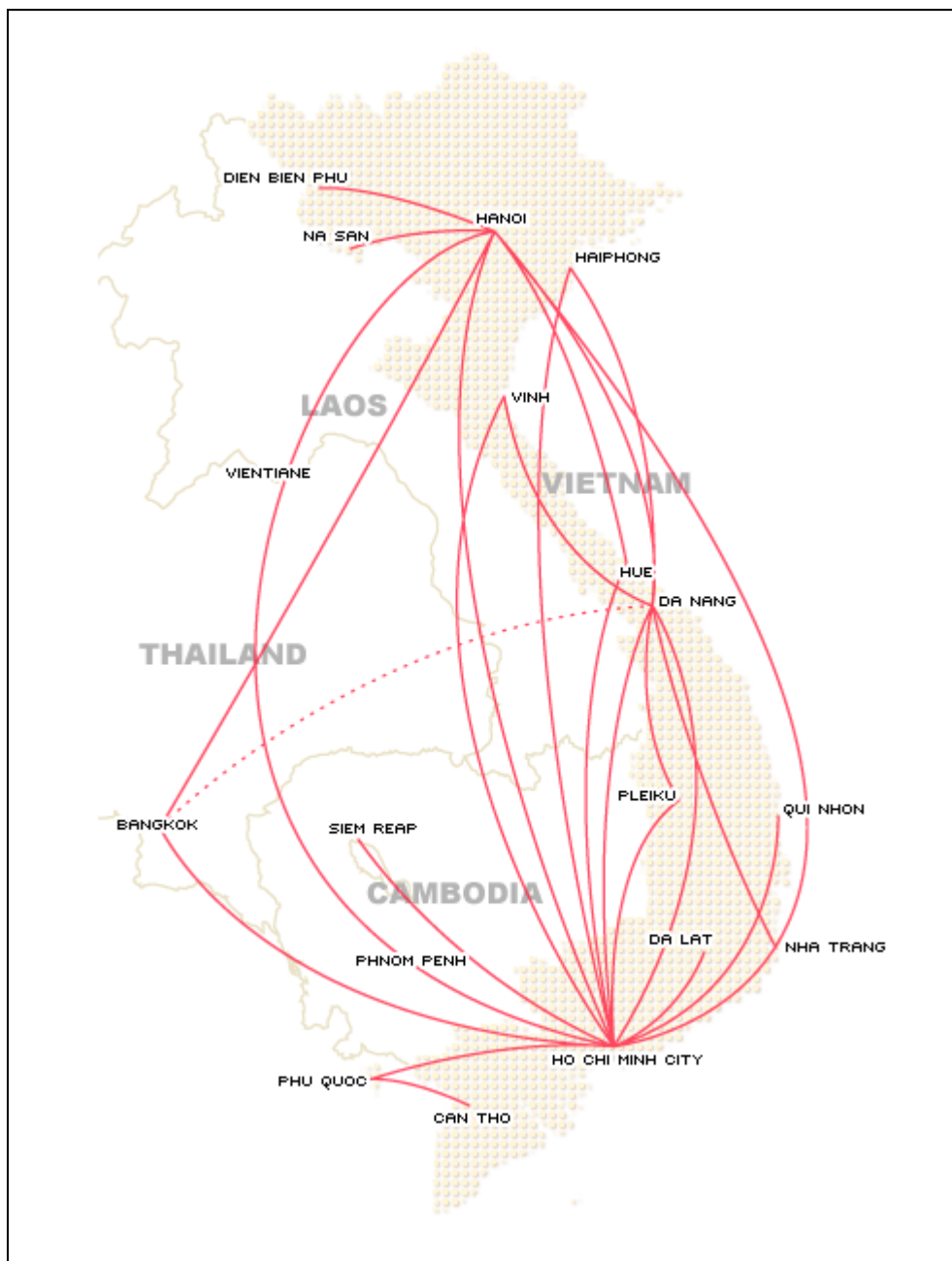
เป้าหมายของเวียดนามที่จะเป็นเป็นศูนย์กลางทางการบินในอนาคต มีท่าอากาศยานรวม 18 แห่ง แต่เป็นท่าอากาศยานสากล 3 แห่งที่กรุงฮานอย ดานัง และ โฮจิมินห์ ซิตี้ (ดูรูปที่ 7 – 6)

● Noi Bai International Airport ตั้งอยู่ทางตอนเหนือห่างจากกรุงฮานอย ประมาณ 30 กิโลเมตร ให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า มีเที่ยวบินตรงไปยังฮ่องกง กัวลาลัมเปอร์ ไทเป ดูไบ ปารีส เบอร์ลิน มอสโก มะนิลา และกรุงเทพฯ เป็นต้น

● Da Nang International Airport ตั้งอยู่ทางภาคกลาง ในอดีตเคยเป็นฐานทัพของสหรัฐฯ ปัจจุบันให้บริการการบินทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ

● Tan Son Nhat International Airport เป็นสนามบินใหญ่ที่สุดของประเทศ ตั้งอยู่ห่างจาก โฮจิมินห์ ซิตี้ 7 กิโลเมตร แต่ปัจจุบันมีโครงการจะย้ายสนามบินห่างออกไปอีก 40 กิโลเมตร สามารถบินตรงไปยังเบอร์ลิน แฟรงก์เฟิร์ต อัมสเตอร์ดัม ปารีส โซล โอซากา กวางเจา ไทเป ฮ่องกง กรุงเทพฯ สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ จาการ์ตา ชิดนี มอสโก มะนิลา เป็นต้น และปัจจุบันมีโครงการพัฒนาอาคารผู้โดยสารให้สามารถรองรับผู้โดยสารได้ 8-10 ล้านคนต่อปี

สายการบินแห่งชาติของเวียดนาม คือ Vietnam Airlines ให้บริการบินทั้งภายใน และภายนอกประเทศ ขณะที่ Pacific Airlines เป็นสายการบินที่จัดตั้งขึ้นจากการร่วมทุนของหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลเวียดนาม ให้บริการการบินระหว่างเมืองฮานอย ดานัง โฮจิมินห์ ซิตี้ และ 2 เมืองของไต้หวันคือ เกาสุง และไทเป ส่วนสายการบิน Vietnam Airlines และ Thai Airways International และ Thai Air Asia บินไป - กลับ กรุงเทพฯ - ฮานอย - โฮจิมินห์ ซิตี้ ทุกวัน



รูปที่ 7-6 เส้นทางการบินภายในประเทศ ที่มา : สายการบินแห่งชาติเวียดนาม

ปัจจุบันเส้นทางการบินต้นทุนต่ำจากกรุงเทพฯ ไปกรุงฮานอย ซึ่งสามารถเดินทางโดยรถยนต์ต่อไปยังจังหวัดไฮฟองสู่อ่าวฮาลอง ซึ่งเป็นมรดกโลกของเวียดนาม ซึ่งมีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว

7.5 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทย – ลาว และเวียดนาม

7.5.1 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยงเชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

7.5.2 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่เวียงจันทน์ วังเวียง และหลวงพระบาง พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์ ซึ่งควรให้มีรถโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุดรธานี ถึงนครเวียงจันทน์

7.5.3 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่น ไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเว้ ฮอยอันเมืองมรดกโลก

7.5.4 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตูสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ สมรภูมิอเมริกัน วัดโบราณ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ

7.5.6 เส้นทางท่องเที่ยว กทม.-กรุงเทพมหานคร-นครโฮจิมินห์ เป็นเส้นทางที่มีศักยภาพสูง และน่าจะเป็นเส้นทางที่จะสร้างโอกาสการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยวให้แก่อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงนี้ สอดคล้องกับแนวคิด ACMECS ที่ส่งเสริมให้ไทย และประเทศเพื่อนบ้านบูรณาการเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน และเกื้อกูลต่อการเจริญเติบโตด้วยกัน

บทที่ 8

การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้ (เชียงรุ่ง)

ไทยและพม่าเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันทั้งระดับการพัฒนาทางทั้งสองประเทศมีวัฒนธรรม ระเบียบแบบแผน ประเพณีที่ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนับถือศาสนาพุทธ เช่นเดียวกันทางวัฒนธรรมไทย-พม่า ที่มีการแลกเปลี่ยนคณะนาฏศิลป์ของทั้งสองฝ่าย และให้ความร่วมมือในการบูรณปฏิสังขรณ์โบราณสถาน และโบราณวัตถุในพม่า นอกจากนี้กระทรวงต่างประเทศได้อัญเชิญผ้าพระกฐินพระราชทานจากประเทศไทยไปที่วัดพุทธในพม่าทุกปี ตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นมา จึงเปรียบเสมือนการเปิดประตูแห่งการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม เพราะพม่ามีความสวยงามของโบราณสถาน และโบราณวัตถุ นอกจากนี้พม่ายังมีแหล่งธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และสวยงาม ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

8.1 เส้นทางการท่องเที่ยวเชียงราย พม่า ลาว จีน(เชียงรุ่ง)

ปัจจุบันยังไม่มีเส้นทางการบินต้นทุนต่ำบินเข้าประเทศพม่าทุกเมือง ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ ดังที่เสนอให้ใช้ศักยภาพของจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางเส้นทางท่องเที่ยวทางรถยนต์และทางน้ำในการท่องเที่ยวไทย ลาว พม่า จีนตอนใต้ 5 เส้นทางคือ

- 8.1.1 เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - คั่ว (จีน) - เชียงรุ่ง
- 8.1.2 เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต็น - เมืองลา (จีน) - จิงหง (เชียงรุ่ง)
- 8.1.3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง
- 8.1.4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง
- 8.1.5 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ - ย่างกุ้ง

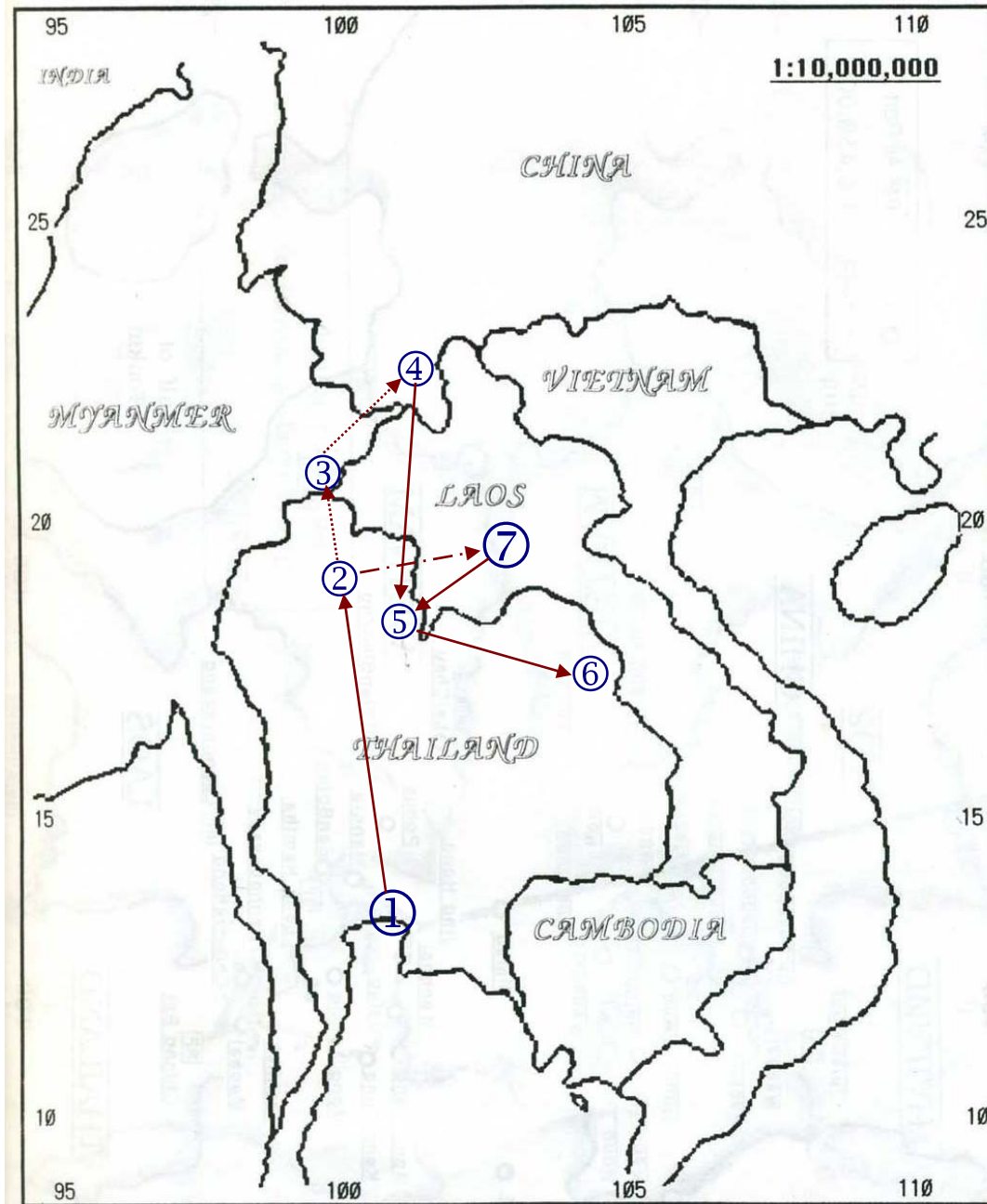
จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศไทยอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ ได้แก่ พม่า และลาว นอกจากนี้ยังมีพรมแดนใกล้ชิดกับมณฑลยูนนานสาธารณรัฐประชาชนจีน จังหวัดจึงมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการติดต่อระหว่างเชียงใหม่ - เชียงราย - เชียงตุง - เชียงรุ่ง - หลวงพระบาง

นอกจากเส้นทางการคมนาคมทางบกแล้ว จังหวัดเชียงรายยังมีความพร้อมในด้านเส้นทางคมนาคม ทางอากาศ และทางน้ำ โดยขณะนี้จังหวัดได้มีท่าอากาศยานสากลและมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการและพร้อมจะรองรับเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่จากต่างประเทศเพื่อเชื่อมต่อไปยังเชียงใหม่ โดยเครื่องบินขนาดเล็กต่อไป

การติดต่อทางแม่น้ำโขงเริ่มตั้งแต่แม่น้ำโขง (แม่น้ำลานช้าง) ในดินแดนสิบสองปันนามาถึงอำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ระยะทางประมาณ 40 กิโลเมตร ซึ่งขณะนี้ อำเภอเชียงของเป็นด่านถาวร

เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ได้รับการพัฒนาให้พร้อมทางด้านท่าเทียบเรือ ความสะดวกในการประกอบพิธีการเข้าเมือง และความปลอดภัย หากมีการพักค้างคืนระหว่างการเดินทางแล้วการติดต่อทางน้ำจะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งมากที่สุด

8.1.1 เส้นทางการท่องเที่ยวรอบ เชียงราย - แม่สาย - ทำใจเหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (ต้าลาว) - เชียงรุ่ง (สิบสองปันนา) การเชื่อมทางทรัพยากรการท่องเที่ยวทางบก



- | | | |
|--------------|-------------|----------------------------|
| ① กรุงเทพฯ | ② เชียงราย | ——> การเดินทางโดยการบิน |
| ③ เชียงตุง | ④ เชียงรุ่ง |> การเดินทางโดยรถยนต์ |
| ⑤ เชียงใหม่ | ⑥ อุดรธานี | - - - -> การเดินทางโดยเรือ |
| ⑦ หลวงพระบาง | | |

รูปที่ 8-1 เส้นทางการบิน เชียงรายเป็นศูนย์การท่องเที่ยวล่าน้ำโขง จีน ลาว

โครงข่ายเส้นทาง แนวเหนือ-ใต้ (North South Corridor) เส้นทางเชื่อมโยง ไทย-พม่า-จีน
ระยะทาง เชียงรุ่ง (จีน) – เมืองลา (พม่า) ระยะทาง 131 กม.

เมืองลา (พม่า) – เชียงตุง (พม่า) ระยะทาง 85 กม.

เชียงตุง (พม่า) – ท่าลี่เหล็ก (พม่า) ระยะทาง 164 กม.

สภาพเมืองเชียงรุ่ง

เชียงรุ่งหรือจิ่งหง เป็นเมืองในจังหวัดสิบสองปันนาและอยู่ในมณฑลยูนนาน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทลื้อ รัฐบาลจีนจึงให้เป็นเขตปกครองตนเอง ซึ่งสามารถเลือกผู้ว่าราชการจังหวัดของตนเองได้ เป็นเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีแม่น้ำโขงไหลผ่าน และมีสนามบินภายในประเทศรองรับผู้โดยสารที่เดินทางมาจากภายในและต่างประเทศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมู่บ้านไทลื้อซึ่งมีเอกลักษณ์และมีภาษาพูดที่ใกล้เคียงกับภาษาท้องถิ่นทางภาคเหนือของไทย แม่น้ำโขงที่ไหลผ่านเมืองเชียงรุ่ง บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ – ส่วนหนึ่งของความเชื่อของชาวเชียงรุ่ง การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวเชียงรุ่ง เจดีย์ Tazhuangmu ที่มีความเก่าแก่และเป็นທີ່เคารพนับถือ สภาพการทำการเกษตรที่พบเห็นได้เช่นเมืองเชียงรุ่ง

สภาพเส้นทางจากเชียงรุ่ง – เมืองลา ระยะทางประมาณ 131 กม. ใช้เวลาในการเดินทางตลอดเส้นทางประมาณ 2 ชม. 30 นาทีเป็นถนนลาดยางตลอดสาย โดยในเมืองเป็นถนนลาดยางอย่างดี 4 ช่องจราจรและมีไหล่ทาง หลังจากนั้นถนนในช่วงครึ่งแรกของการเดินทางเป็นถนนลาดยางอย่างดี 2 ช่องจราจรและมีไหล่ทาง แต่ห่างจากชุมชนออกไปในช่วงครึ่งหลัง สภาพถนนเป็นถนนลาดยางปกติ 2 ช่องจราจรและไม่มีไหล่ทาง ตลอดเส้นทางมีชุมชนเป็นระยะ ๆ ตลอดเส้นทาง อย่างไรก็ตามเส้นทางนี้ไม่มีความสูงชันมากนักถนนในเมืองที่ลาดยางอย่างดี 4 ช่องจราจร และมีไหล่ทางถนนลาดยางอย่างดี 2 ช่องจราจร และมีไหล่ทาง ซึ่งเป็นสภาพถนนในช่วงครึ่งแรกของการเดินทางถนนในช่วงครึ่งหลังซึ่งเป็นสภาพลาดยาง 2 ช่องจราจร และไม่มีไหล่ทางบริเวณที่ทำการด่านพรมแดนจีน – พม่า (ต้าลั่ว-เมืองลา)

สภาพเมืองลา เป็นเมืองชายแดนของพม่าที่ติดกับเมืองต้าลั่วของจีน เป็นเขตปกครองพิเศษที่ 4 ที่ทางการพม่าให้สิทธิในการปกครองตนเอง มีกองกำลังของตนเองแต่ไม่มีสิทธิในการดำเนินนโยบายกับต่างประเทศ เดิมเป็นฐานที่มั่นของพรรคคอมมิวนิสต์ พม่ามีแม่น้ำมั่วเป็นแม่น้ำสายสำคัญที่ผ่านเมืองลาไปถึงเมืองเชียงตุง และในอดีตเป็นแหล่งที่มีการปลูกฝิ่นมากแต่ได้ถูกปราบปรามและได้มีการจัดตั้งเป็นพิพธิภักดิ์ขึ้น ปัจจุบันเศรษฐกิจของเมืองลานอกจากจะขึ้นอยู่กับ การเกษตรกรรมแล้ว รายได้ของเมืองนี้ยังได้มาจากนักท่องเที่ยวและการเปิดบ่อนคาสิโน ซึ่งมีอยู่

เป็นจำนวนมาก บรรยากาศในช่วงกลางคืนที่มีการเปิดบ่อนกาสิโนจึงคึกคัก เต็มไปด้วยผู้คนและร้านค้าต่างๆ ที่เปิดขายของในช่วงกลางคืน สำหรับช่วงเช้าจะมีบรรยากาศที่คึกคักของการซื้อขายของในตลาดเช้า ซึ่งของที่นำมาขายมีหลากหลายรวมถึงสัตว์ป่าหายากด้วย

เจดีย์ของเมืองลาที่ตั้งอยู่ใกล้กับบริเวณพรมแดน จีน – พม่า ความเชื่อที่ว่าพระพุทธรูปชี้ไปที่เมืองใด เมืองนั้นจะเจริญ ซึ่งจะพบได้ทั้งที่เมืองลาและเชียงตุง ทัศนียภาพของเมืองลายามพระอาทิตย์ตกดิน ซึ่งสามารถมองเห็นแม่น้ำมั่วที่ไหลผ่านเมืองลาไปถึงเมืองเชียงตุง โบสถ์และเจดีย์ที่ตั้งตระหง่านในเมืองลา ซึ่งแสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ตลาดใต้รุ่งของเมืองลาซึ่งเต็มไปด้วยร้านอาหารและของกินต่างๆ ตลาดเช้าของเมืองลา ซึ่งมีการนำสินค้าต่างๆ มาจำหน่าย พระพุทธรูปปางไสยาสน์ ซึ่งเป็นที่เคารพของชาวเมืองลา พิพิธภัณฑสถาน ซึ่งภายในมีภาพและเหตุการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับการปรามปรามพม่าของเมืองลา สภาพบ้านเรือนและวิถีชีวิตของคนชาวเมืองลา

สภาพเส้นทางจากเมืองลา – เชียงตุง ระยะทางประมาณ 85 กม. ใช้เวลาในการเดินทางตลอดเส้นทางประมาณ 2 ชม. 30 นาที สภาพถนนเป็นถนนลาดยาง 2 ช่องจราจร และไม่มีไหล่ทาง เส้นทางนี้มีความสูงชันเป็น บางช่วง และผ่านชุมชนเป็นระยะ ๆ ตลอดเส้นทาง สภาพถนนและภูมิประเทศ ระยะเริ่มแรกที่ออกจากเมืองลาไปเชียงตุง ชุมชนระหว่างทางเมืองลา – เชียงตุง สภาพถนนระหว่างเมืองลา – เชียงตุง ด้านตรวจระหว่างทาง จุดสูงสุดระหว่างทางก่อนถึงเมืองเชียงตุง สภาพเมืองเชียงตุง

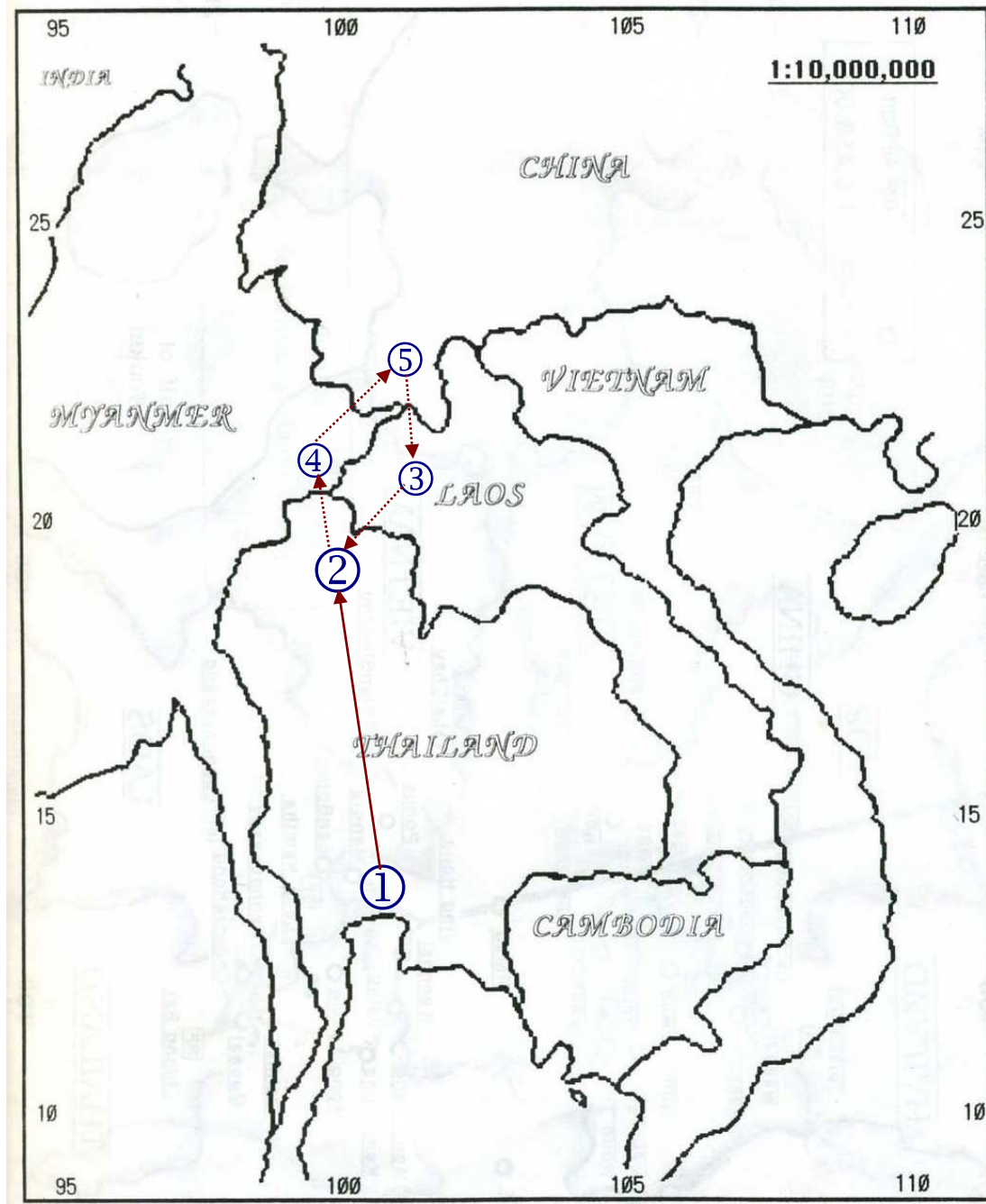
เชียงตุงในอดีตเป็นเมืองหลวงของเขตรัฐฉานตะวันออก เป็นชุมชนที่มีอายุกว่า 600 ปี มีวัฒนธรรมผสมผสานระหว่างพม่า ไต และไตเชิน จึงมีวัดต่างๆ ที่สร้างตามแบบของแต่ละชนชาติ ภายหลังจากการตกอยู่ในการปกครองของอังกฤษ ทำให้เกิดสิ่งปลูกสร้างภายในตัวเมืองแบบอาณานิคมอังกฤษผสมผสานกับสิ่งปลูกสร้างท้องถิ่น เนื่องจากเชียงตุงเคยเป็นเมืองหลวงจึงมีสถานที่ประวัติศาสตร์ที่สามารถพบเห็นได้ เช่น วัดต่างๆ ซึ่งมีความสวยงาม ประตุมืองที่ยังคงเหลืออยู่เพียงประตูเดียว และต้นยางใหญ่ ซึ่งมีอายุกว่า 250 ปี ตั้งอยู่บนเนินเขาใกล้คุ้มเจ้าฟ้าเชียงตุงและใต้ต้นยางนี้เคยเป็นสถานที่ประหารชีวิตนักโทษโดยการแขวนคอ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันเมืองเชียงตุงเป็นเมืองที่สงบเงียบ ประชาชนบางส่วนนั่งสวดมนต์ที่วัด และมีชนเผ่าต่างๆ อาศัยอยู่โดยรอบ มีการจัดงานวันปีใหม่ของชาวอาข่าบริเวณในเมือง สถานที่ที่คู่คี่คักของเมือง คือ ตลาด เช้า ซึ่งมีผู้คนทั้งชาวพม่าและชนเผ่ามานั่งรับประทานอาหารเช้าและเดินซื้อของ ส่วนในช่วงตอนกลางคืนจะเป็นช่วงที่เงียบไม่พบผู้คนมากนัก เพราะมีการจำกัดการใช้ไฟฟ้า จึงต้องมีการใช้เทียนและตะเกียงในช่วงเวลาที่ไม่มีไฟฟ้าใช้

สถาปัตยกรรมและความเจริญรุ่งเรืองทางศาสนาของเมืองเชียงตุง สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านในเมืองเชียงตุง และหนองน้ำเมืองเชียงตุง ประตูเมืองแห่งเดียวที่ยังคงเหลืออยู่ของเมืองเชียงตุง ต้นยางอายุประมาณ 250 ปี ได้ต้นยางนี้เคยเป็นสถานที่ประหารชีวิตนักโทษโดยการแขวนคอ ร้านค้าและการละเล่นในวันงานขึ้นปีใหม่ของชนเผ่าอาข่าในเมืองเชียงตุง สภาพร้านค้าในเมืองเชียงตุง ตลาดเช้าในเมืองเชียงตุง วิถีชีวิตและการจราจรในเชียงตุง (ช่วงเช้า)

สภาพเส้นทางจากเมืองเชียงตุง – ท่าจีเหล็ก ระยะทางประมาณ 164 กม. ใช้เวลาในการเดินทางตลอดเส้นทางประมาณ 4 ชม. สภาพถนนเป็นถนนลาดยาง 2 ช่องจราจร และไม่มีไหล่ทาง บางช่วงเป็นถนนเลียบบตามไหล่เขา มีความสูงชันแต่ไม่มากนักประกอบกับไม่มีรถสัญจรไป-มา มากนัก การเดินทางจึงไม่มีความลำบาก การเดินทางต้องผ่านด่านตรวจเป็นระยะ ๆ ประมาณ 6 ด่าน ประกอบด้วยด่านทหารและด่านตรวจคน เข้าเมือง ซึ่งด่านต่างๆ เหล่านี้ ไม่มีการเรียกเก็บค่าบริการเป็นทางการ เว้นแต่ผู้เดินทางจะให้เอง นอกจากนี้ยังผ่านด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) จำนวน 3 ด่าน ซึ่งมีการเรียกเก็บค่าบริการอย่าง เป็นทางการ

สภาพถนนและด่านตรวจที่ออกจากเชียงตุงไปยังท่าจีเหล็ก ด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) เมืองเชียงตุง ซึ่งรถตู้จะเสียค่าผ่านทางประมาณ 90 บาท สภาพทางระหว่างเชียงตุง – ท่าจีเหล็ก สภาพร้านค้าและชุมชนระหว่างทาง สภาพถนนที่ลัดเลาะไปตามไหล่เขา การชนไม้ที่พบเห็นระหว่างทาง บริเวณที่ทำการด่านตรวจระหว่างทาง ด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) ท่าเดื่อ ซึ่งรถตู้จะเสียค่าผ่านทางประมาณ 45 บาท ร้านอาหารในเมืองท่าเดื่อ สภาพถนนที่ผ่านเมืองท่าเดื่อ บริเวณที่ทำการด่านระหว่างทาง ด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) หมาคาย ซึ่งรถตู้จะเสียค่าผ่านทางประมาณ 45 บาท สภาพถนนก่อนถึงท่าจีเหล็ก ด่านท่าจีเหล็กของพม่า ซึ่งตรงข้ามกับด่านแม่สาย จังหวัดเชียงราย

8.1.2 เส้นทางการท่องเที่ยววนรอบ อำเภอเชียงของ ห้วยทราย หลวงน้ำทา - บ่อเต็น (ชายแดนลาว - จีน) เมืองลา (จีน) เชียงรุ่ง (จีนหง ลิบสองป็นนา)



- ① กรุงเทพฯ ② เชียงราย —————> การเดินทางโดยการบิน
 ③ หลวงน้ำทา ④ เชียงตุง > การเดินทางโดยรถยนต์
 ⑤ เชียงรุ่ง

รูปที่ 8-2 เส้นทางการบิน เชียงรายประตูสู่พม่า ลาว จีนตอนใต้ (การเดินทางโดยรถยนต์)

เดินทางโดยรถยนต์ผ่านทางอำเภอเชียงของ ข้ามแม่น้ำโขง สู่มืองห้วยทรายไปตามเส้นทางสู่ เมืองหลวงน้ำทา ในสาธารณรัฐประชาชนลาวผ่านเมืองลา ไปสิ้นสุดที่เมืองจิงหง ประเทศจีน ระยะทางประมาณ 483 กิโลเมตร (ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำการสำรวจเส้นทางได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทเฮปปีทัวร์)

สภาพถนนและภูมิประเทศตลอดเส้นทาง

ตลอดเส้นทางห้วยทราย - หลวงน้ำทา - ชายแดนลาว - จีน - เมืองลา - จิงหง ตามเส้นทางหมายเลข 3 ของลาว ระยะทาง 48 กิโลเมตร ภูมิประเทศเป็นภูเขาตลอดทาง เป็นเส้นทางธรรมชาติ สภาพภูมิประเทศ และเส้นทางแยกได้ เป็น 5 ช่วง คือ

ช่วงแรก ห้วยทราย บ้านปุง (35 กิโลเมตร) ใช้เวลาเดินทาง 1/2 ชั่วโมงครึ่ง ถนนกว้างประมาณ 5 เมตร สภาพลาดยางถนนทอดไปตามที่ราบเชิงเขา ตัดผ่านลำธาร 2-3 แห่ง

ช่วงสอง จากบ้านปุง - หลวงน้ำทา (159 กิโลเมตร) ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง ถนนตัดคู่บริเวณภูเขาและป่าหิน เป็นถนนกว้างประมาณ 6 เมตร มีแม่น้ำตัดผ่าน 5 แห่ง ตลอดเส้นทางมีหมู่บ้าน 7-10 แห่ง

ช่วงที่สาม จากเมืองหลวงน้ำทา - บ่อเต็น (ชายแดนลาว - จีน) ระยะทาง 60 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมงครึ่ง เลียบตามลำน้ำลัดเลี้ยวไปตามที่ราบและภูเขา เส้นทางลาดยาง

ช่วงที่สี่ บ่อเต็น - เมืองลา ระยะทาง 65 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง

ช่วงที่ห้า เมืองลา - จิงหง ระยะทาง 164 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง เส้นทางผ่านภูเขาและทุ่งนา

สำหรับถนนห้วยทราย - หลวงน้ำทา ฝรั่งเศส เป็นผู้ริเริ่มวางแผนถนนไว้ ต่อมาเมื่อราวปี พ.ศ. 2503 รัฐบาลลาวได้เปิดแนวเป็นถนนได้ดังที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ส่วนถนนช่วงระหว่างหลวงน้ำทา บ่อเต็น รัฐบาลจีนให้ความช่วยเหลือในการปรับปรุง

สภาพเศรษฐกิจของพื้นที่ตามเส้นทาง จากจุดเริ่มต้นที่บ้านห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว ซึ่งเป็นชุมชนขนาด 35,000 คน ตั้ง อยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขงตรงข้ามอำเภอเชียงของ มีสภาพเศรษฐกิจไม่คึกคักนัก สินค้าต่าง ๆ พึ่งพาจากไทย มีการคมนาคมติดต่อไปฝั่งไทยโดยแพขนาน ยานยนต์ ข้ามแม่น้ำโขง ซึ่งมีความกว้างประมาณ 600 เมตร ตลอดเส้นทาง 254 กิโลเมตร จากห้วยทราย - บ่อเต็น พื้นที่สองข้างทางส่วนใหญ่ 3 ใน 4 เป็นป่าเขา มีประชากรเบาบางส่วนใหญ่ มีอาชีพทำนาและเก็บของจากป่าไม่ปรากฏการทำกิจกรรมอย่างจริงจัง สภาพความเป็นอยู่ล้าสมัย พึ่งพาวัสดุจากธรรมชาติในการดำรงชีวิต ไม่มีไฟฟ้าและประปา สภาพป่าไม้ตามเส้นทางยังอุดมสมบูรณ์ บางช่วงเป็นป่าดงดิบ แหล่งทรัพยากรสำคัญบนเส้นทาง คือ แร่ลิกไนต์ บริเวณตำบลเวียงภูคา

ห่างชายแดนไทย ประมาณ 110 กิโลเมตร บนเส้นทางดังกล่าว มีชุมชนขนาดใหญ่ 1 แห่ง คือ เมืองหลวงน้ำทา (กิโลเมตรที่ 194) ประชากรประมาณ 30,000 คน และมีชุมชนขนาดกลาง (50-100 หลังคาเรือน) 2 แห่ง สนามบินขนาดเล็ก 1 แห่ง ในแต่ละวันจะมีรถบัสนำนักท่องเที่ยวจากจีน ผ่านเข้ามาทางชายแดนประมาณ 6-7 คัน นอกจากนักท่องเที่ยวแล้วยังมีนักธุรกิจที่เข้ามาดำเนินธุรกิจ ในเมืองหลวงน้ำทา เช่น เปิดร้านอาหาร โรงแรม ร้านค้า รวมทั้งการปรับปรุงถนน เหตุที่ชาวจีนสามารถเข้ามาจับจ่าย และทำธุรกิจในลาวได้ ก็เนื่องมาจากการตกลงระหว่างจีนกับลาวในแบบทวิภาคี ที่อนุญาตให้ชาวจีนสามารถผ่านแดนเข้ามาในเขต 3 จังหวัดของลาว ได้คือ หลวงน้ำทา พงสาตี และอุดมไซ โดยการออกไปผ่านแดนลักษณะพิเศษ ซึ่งมีลักษณะคล้ายพาสปอร์ตที่ด่านชายแดนบ้านบ่อเต็น (ลาว) กับชายแดนบ่อหาน (จีน)

ปัจจุบันภายในตัวเมืองหลวงน้ำทา มีการก่อสร้างอาคารสถานบริการต่างๆ การปรับปรุงถนน เพื่อรองรับการพัฒนาอันเนื่องมาจากโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ เพราะความได้เปรียบทางสภาพภูมิศาสตร์ของเมืองหลวงน้ำทาที่จะเป็นศูนย์กลางทางคมนาคม ทั้งทางบก และทางอากาศ มีสนามบินที่สายการบินภายในประเทศลาว บินจากเวียงจันทน์มาลงทุกวัน จะมีเครื่องบินจากเมืองคุนหมิงประเทศจีนบินตรงลงมายังเมืองหลวงน้ำทา

สำหรับที่พักในเมืองหลวงน้ำทานั้น มีโรงแรมน้ำทาไซสมบุรณ์ เป็นโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดมีห้องพักประมาณ 30-40 ห้อง มีทั้งห้องเดี่ยวและห้องรวม ห้องเดี่ยวมี 2 เตียง มีห้องน้ำในตัว ราคาคืนละ 25,000 กีบหรือประมาณ 150-160 บาท และห้อง 4 เตียงเตียงละ 10,000 กีบหรือประมาณ 40 บาท ภายในโรงแรมที่ดีที่สุดของหลวงน้ำทา

เมืองหลวงน้ำทา มีเส้นทางที่สามารถเดินทางเข้าไปยังประเทศจีนได้สองเส้นทาง คือ ทางหลวงน้ำทา - เมืองสิงห์ และเส้นทางหลวงน้ำทา - บ่อเต็น

สำหรับเมืองสิงห์ นั้นอยู่ห่างจากหลวงน้ำทา 59 กิโลเมตร ที่เมืองสิงห์นี้มีด่านชายแดนเล็กๆ แต่มีการขนถ่ายสินค้าผ่านด่านนี้มากพอสมควร สินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าจากจีนและไทย เป็นของใช้ประจำวัน เช่น เสื้อผ้า ยารักษาโรค ฯลฯ

ในตัวเมืองมีโรงแรมอยู่เพียงแห่งเดียว ชื่อโรงแรมสิงห์ทอง เป็นโรงแรมเล็กๆ 1 ห้อง 4 เตียง เตียงละ 1,000 กีบ หรือประมาณ 30 บาทกว่า มีห้องน้ำรวมอยู่ภายนอกห้อง

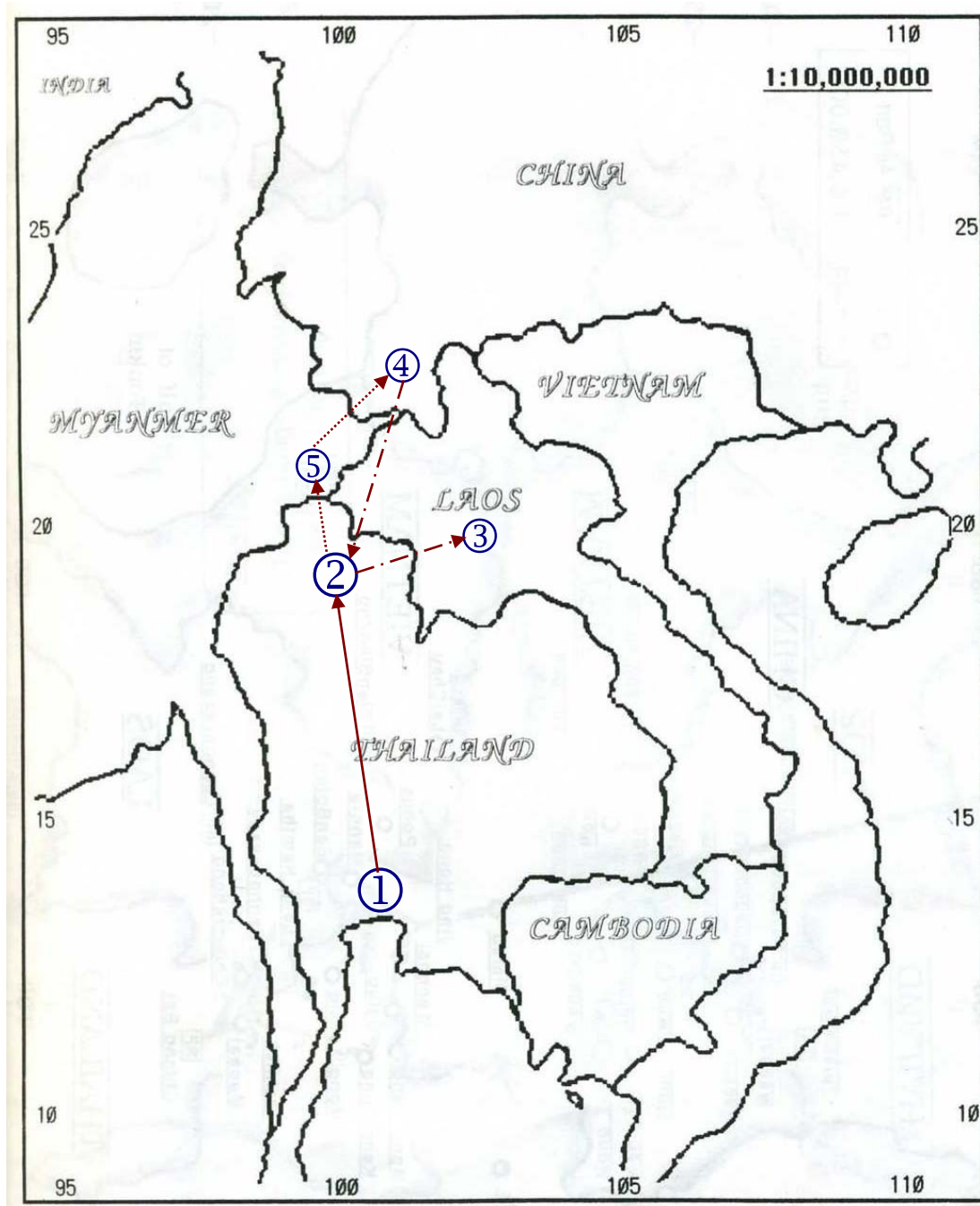
ช่วงระหว่างหลวงน้ำทา - บ่อเต็น เส้นทางผ่านที่ราบและภูเขา สภาพถนนมีการลาดยาง แต่ขาดการบำรุง รถยนต์สัญจรโดยอัตราความเร็ว 40-50 กิโลเมตร ต่อชั่วโมงปริมาณ รถสัญจรประมาณวันละ 100 คัน (สองทาง) โดยแยกเป็นรถขนส่งสินค้า ประมาณ 30 คัน รถทัศนจรจากจีน 7-8 คัน นอกนั้นเป็นรถส่วนบุคคลก่อนถึงบ่อเต็น 18 กิโลเมตร เป็นหมู่บ้านนาเดย

ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งของด่านศุลกากรที่ใหญ่มาก รถยนต์ที่จะส่งไปขายยังประเทศจีนจะต้องมาผ่านที่ด่านนี้

เมืองลาเป็นเมืองหน้าด่าน สำหรับเส้นทางสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศจีน และเป็นประตูที่จีนระบายสินค้าออก สู้ลาว พม่า และไทยภายในเมืองจะมีสินค้าที่มาจากจีนจำหน่าย เช่น เสื้อผ้า เบียร์ เครื่องเสียง โทรทัศน์ อุปกรณ์ ในการก่อสร้าง ซึ่งมีราคาถูกมากเมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยและมีการสร้างสถานบันเทิงครบวงจรได้แก่ กาสีโน สถานบันเทิงต่างๆ

ด้วยเหตุนี้ทำให้พ่อค้าจีนจากหลายแห่งมาตั้งหลักตั้งแหล่งที่เมืองลา เพราะเมืองนี้จะเป็นเมืองสำคัญทางการค้า และการท่องเที่ยวเงินหง (สิบสองปันนา) จากจึงหงสามารถเดินทางไปยังคุนหมิง โดยเครื่องบินได้เลย เพราะมีสายการบินในประเทศจีนระหว่าง จิงหง - คุนหมิงทุกวัน

8.1.3 การเชื่อมการคมนาคมการท่องเที่ยววนรอบทางน้ำเชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - เชียงรุ่ง (จังหวัด)



- | | | |
|--------------|-------------|----------------------------|
| ① กรุงเทพฯ | ② เชียงราย | ————> การเดินทางโดยการบิน |
| ③ หลวงพระบาง | ④ เชียงรุ่ง |> การเดินทางโดยรถยนต์ |
| ⑤ เชียงตุง | | - - - -> การเดินทางโดยเรือ |

รูปที่ 8-3 เส้นทางการบิน เชียงรายประตูสู่พม่า ลาว จีนตอนใต้ (การเดินทางโดยรถยนต์และเรือ)

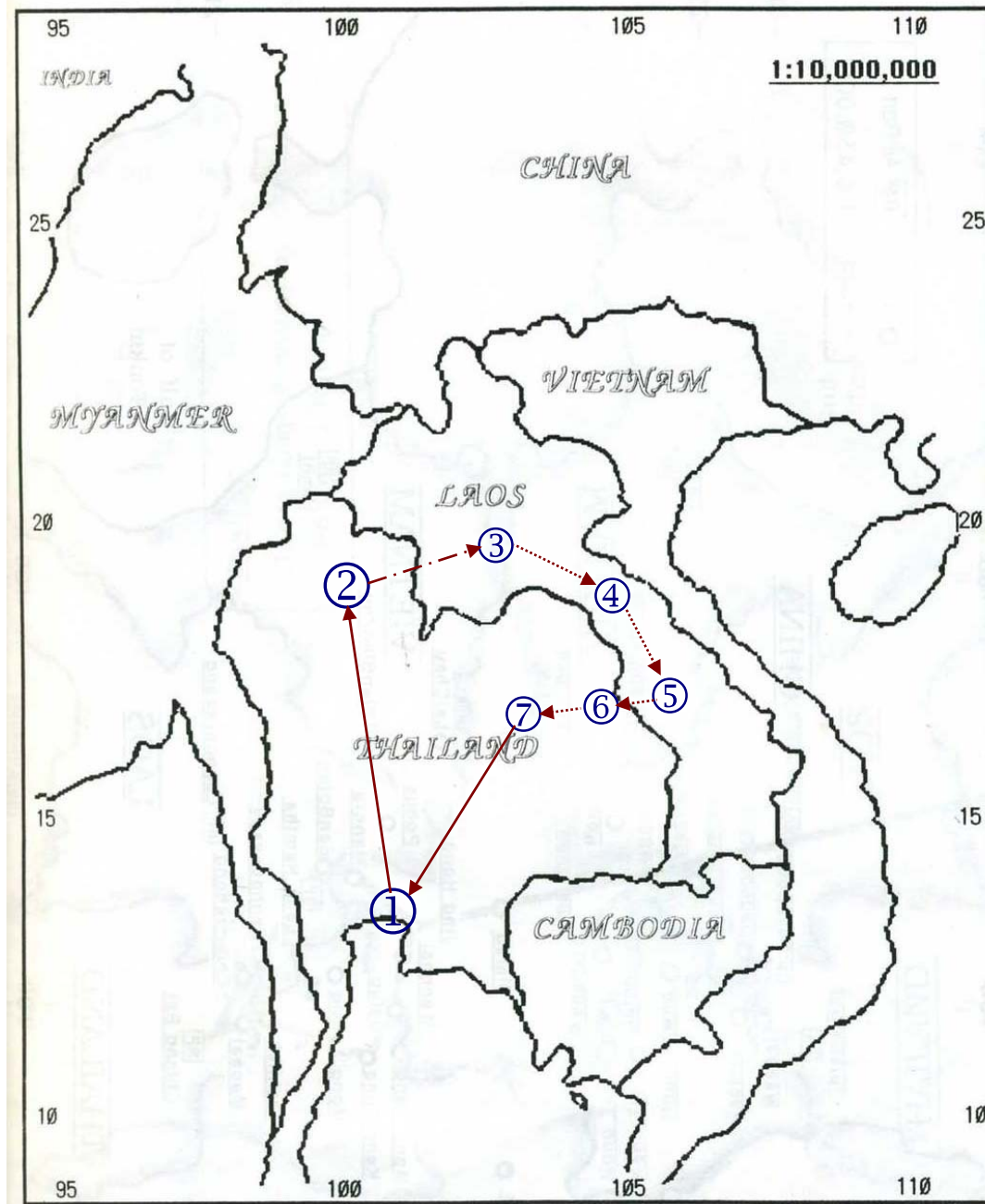
ทางน้ำแม่น้ำโขงหรือแม่น้ำลานช้างที่อยู่ในประเทศจีน ช่วงที่สามารถเดินเรือได้มีระยะทาง 260 กิโลเมตร มีเมืองท่าที่สำคัญคือ เมืองท่าซือเหมา และเมืองท่าจินหง (เชียงรุ่ง) ที่เมืองท่าซือเหมา มีหาด เสียกกันหลั่น ซึ่งได้รับการปรับปรุง สามารถรองรับการขนส่งท่าเรือได้ ส่วนเมืองท่าเชียงรุ่งอยู่ห่างจากตัวเมืองซึ่งเป็นเมืองหลวงของแคว้นสิบสองปันนา ไปทางทิศใต้ประมาณ 30 กิโลเมตร มีหาดตากับหลาน (หาดสมอใหญ่) ซึ่งมีความสวยงามคล้าย หางนกยูง มีสวนธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นของสิบสองปันนา ห่างจากหาดตากับหลานไปทางทิศใต้ประมาณ 60 กิโลเมตร เป็นจุดเชื่อมกับแม่น้ำหลอซอไปทางทิศเหนืออีก 20 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของสวนพฤกษชาติเมืองเงิน ซึ่งเป็นศูนย์รวมของพันธุ์ไม้ เมืองร้อนต่าง ๆ จากทั่วโลก

แม่น้ำลานช้าง ช่วงที่ไหลเข้าไปถึงเขตติดต่อระหว่างพม่ากับลาว เป็นต้นไปเรียกว่าแม่น้ำโขง เมืองที่สำคัญของฝั่งแม่น้ำโขง ของฝั่งประเทศพม่า ประกอบด้วยเมืองเชียงหลา และหวานเปิง ส่วนเมืองที่อยู่ด้านลาว คือเมืองเชียงกา เมืองปิงเชียงก่อ เมืองมอ ดันผึ่ง และห้วยทราย ส่วนที่อยู่ในประเทศไทย คือสามเหลี่ยมทองคำ เชียงแสน และเชียงของ โดยอำเภอเชียงของอยู่ ห่างจากเมืองท่าจินหง 402 กิโลเมตร และห่างจากเมืองซือเหมา 87 กิโลเมตร ได้รับการปรับปรุง ให้เป็นเส้นทางน้ำที่สมบูรณ์แบบ

สี่ชาติ ซึ่งประกอบด้วย จีน ไทย พม่า และลาว ได้ร่วมกันพัฒนาเส้นทางเดินเรือทางลำน้ำโขงจากเมืองท่าซือเหมา ประเทศจีนถึงผาไค เขตกิ่งอำเภอโขงเจียม จังหวัดเขมร เพื่อเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำ ในการขนส่งสินค้าและท่องเที่ยวของทั้ง 4 ประเทศ หลังจากการเจาะร่องน้ำเพื่อการเดินเรือขนาดแรงขับน้ำ และบรรทุกหนัก 1,000-2,000 ตัน พร้อมกันนี้ จีนยังลงทุนสร้างเขื่อนในแม่น้ำลานช้าง เพื่อผลิตไฟฟ้าขายให้กับประเทศเพื่อนบ้าน และเป็นการเก็บกักน้ำในฤดูน้ำหลาก เพื่อการเดินเรือในฤดูแล้ง

การที่ภาคเอกชนเริ่มที่จะนำเรือโดยสาร (35ที่นั่ง) มาให้บริการในเส้นทางเชียงแสน - เชียงรุ่งนั้น นับว่าเป็นการลงทุนที่น่าจะให้การสนับสนุนโดยภาครัฐ โดยเฉพาะการสร้างจุดท่าเรือถาวร (คนโดยสารและสินค้า) การผ่อนปรนวีซ่า การวิเคราะห์ความปลอดภัยของการเดินทางตลอดจนจุดแวะพัก ที่น่าจะพัฒนาโดยความร่วมมือระหว่าง จีน - พม่า - ลาว - ไทย เพื่อพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น ยุโรป อเมริกา เกาหลี ตลอดจน จีน ไต้หวัน ส่องกง ให้หันมาใช้บริการด้านนี้ได้มากขึ้น

8.1.4 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำรอบ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง - วังเวียง - เวียงจันทน์ - หนองคาย - อุดรธานี



- | | | |
|---------------|------------|----------------------------|
| ① กรุงเทพฯ | ② เชียงราย | ——> การเดินทางโดยการบิน |
| ③ หลวงพระบาง | ④ วังเวียง |> การเดินทางโดยรถยนต์ |
| ⑤ เวียงจันทน์ | ⑥ หนองคาย | - - - -> การเดินทางโดยเรือ |
| ⑦ อุดรธานี | | |

รูปที่ 8-4 เส้นทางการบิน เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง

การเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำจากเชียงรายไปเมืองหลวงพระบางเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเช่นเดียวกับการเดินทางไปเมืองเชียงรุ้งซึ่งหลวงพระบางจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย ที่นิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือเพื่อการพักผ่อน นอกจากนั้น เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำสามารถจัดการท่องเที่ยวแบบวนรอบจากเชียงราย หลวงพระบาง หลวงน้ำทา เชียงรุ้ง เมืองลา (พม่า) เชียงตุง ท่าจี้เหล็ก แม่สาย กลับมาที่จังหวัดเชียงราย หรือเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือจากเชียงรายวนรอบเชียงของ หลวงพระบาง วังเวียง เวียงจันทน์ หนองคาย อุดรธานี

8.1.5 เส้นทางสายการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ – ย่างกุ้ง

ปัจจุบันสายการบินไทยแอร์เอเชียเปิดเส้นทางการบินจากกรุงเทพมหานครสู่กรุงย่างกุ้ง ซึ่งมีโบราณสถานชะเวดากองนี้โอ่อ่าน่าตื่นตาตื่นใจ และเป็นที่สนใจของชาวต่างประเทศไม่น้อยไปกว่านครวัด นครธม

ตารางที่ 8-1 การประเมินจุดแข็ง และ โอกาส ของศักยภาพจังหวัดเชียงรายในการเป็นศูนย์กลาง
ทางการท่องเที่ยว

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งดงาม โดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.80
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	4.40
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	3.60
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	4.40
รวม	4.08
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.40
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.80
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	4.20
รวม	4.48

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในด้านการมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งดงาม หลากหลาย มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตรมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่พัก ภัตตาคาร มีวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ มีสนามบินนานาชาติ และมีโอกาสการพัฒนาสูงในด้านการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปสู่พม่า ลาว จีน ทางการบิน รถยนต์ และ เรือ สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ สามารถขยายตลาดได้กว้างขวางมาก จึงสมควรส่งเสริมให้เชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว จีน

8.2 การท่องเที่ยวพม่า

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นการลงทุนที่สำคัญ โดยมีนักท่องเที่ยวประมาณ 4 แสนคนต่อปี แต่เนื่องจากการคมนาคมเป็นอุปสรรคที่สำคัญ ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวไม่เติบโตเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม พม่ายังมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก เพราะมีโบราณสถาน ศาสนสถาน รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ชายหาดที่สวยงาม ป่าเขา และเทือกเขาที่มีหิมะปกคลุม จึงมีศักยภาพสูงมาก แต่ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว คือ สาธารณูปโภคที่ดี โรงแรม ตลอดจนการบริการที่ดีที่เข้าใจนักท่องเที่ยว ซึ่งไทยก็ได้ให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวต่อพม่าในรูปแบบต่าง ๆ เป็นการเพิ่มจุดขายของไทยมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย และสามารถเดินทางต่อไปยังพม่าด้วย

แหล่งท่องเที่ยวในพม่า

ที่น่าสนใจ ได้แก่ อาณาจักรพุกาม อันเป็นดินแดนอารยธรรมของโลก
เมืองหงสาวดี เป็นเมืองประวัติศาสตร์ สมัยพระเจ้าบุเรงนอง
เมืองย่างกุ้ง เป็นเมืองหลวงซึ่งมีเจดีย์ชเวดากองอันยิ่งใหญ่
เมืองมัณฑะเลย์ เป็นเมืองหลวงเก่าที่มีเสน่ห์
เมืองมินกุน เป็นเมืองที่มีเจดีย์และระฆังยักษ์

8.3 การคมนาคมการขนส่งของพม่า การบินประเทศพม่าและเส้นทางการบินพม่า Myanmar

Airways International



รูปที่ 8 – 5 เส้นทางการบินพม่า ที่มา : Myanmar Airways International

ปัจจุบันพม่ามีท่าอากาศยานทั้งสิ้น 6 – 7 แห่ง เป็นท่าอากาศยานนานาชาติ 4 แห่ง คือ ท่าอากาศยาน Migaladon ซึ่งอยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของกรุงย่างกุ้ง ท่าอากาศยานมัณฑะเลย์ Pagan / Nyaung – Oo และ Heho มีเที่ยวบินไปยังกรุงเทพฯ สิงคโปร์ ดัลการ์ (บังกลาเทศ) कुन्हิม (จีนตอนใต้) ฮานอย (ผ่านคุนหมิง) พนมเปญ (กัมพูชา) และอินเดีย

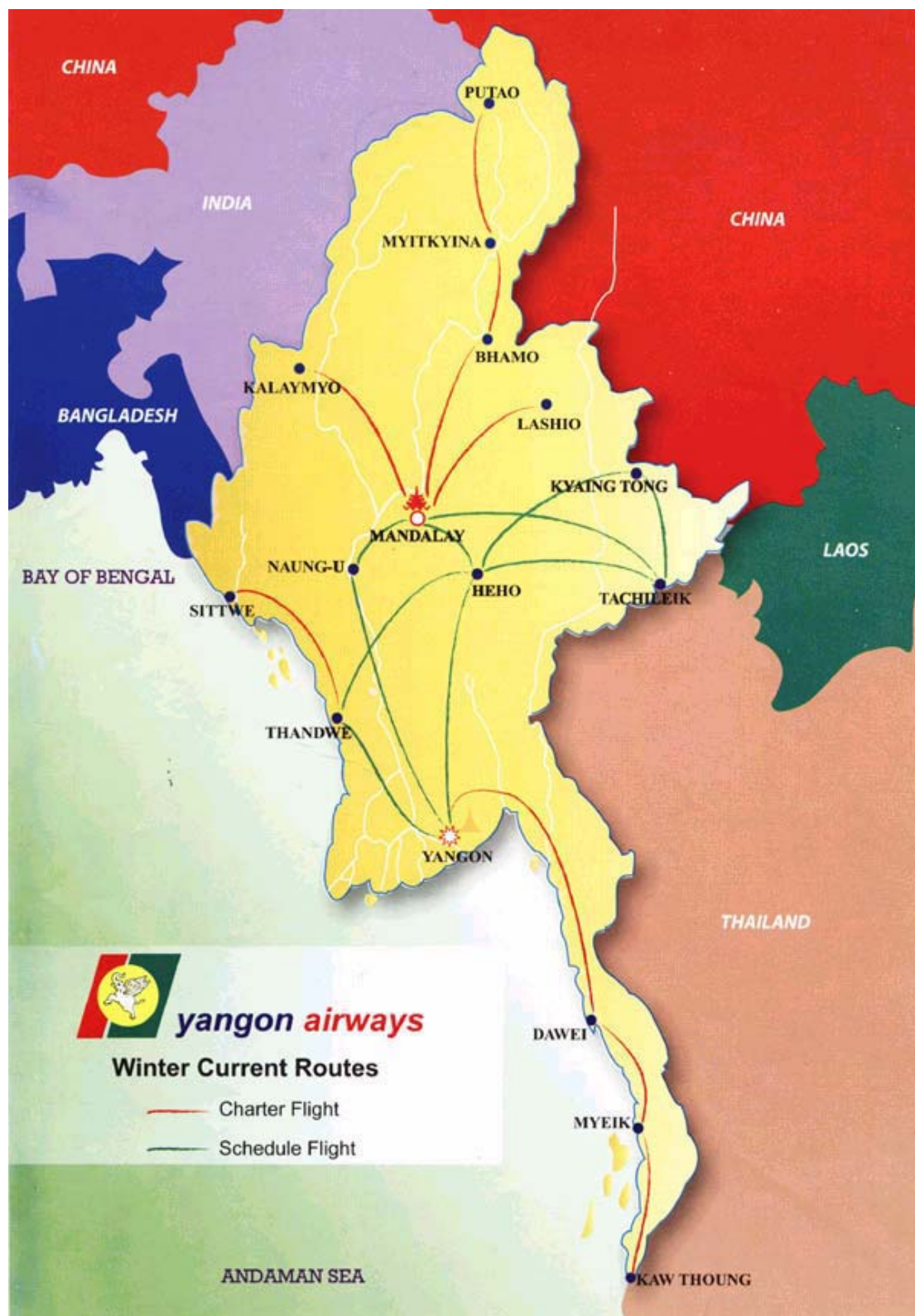
สายการบินที่มีเที่ยวบินไปยังพม่า ได้แก่ Myanmar Airways International, Biman Bangladesh Airways, Silk Air, Air China, Air France, Aeroflot Russian International, All Nippon Airways, Asiana Airlines, EVA Air, Indian Airlines Ltd., Japan Airlines, KLM Royal Dutch Airlines, Korean Air, Lufthansa German Airlines, Malaysia Airlines, Mandarin Airlines, Pakistan International Airlines, UNI Air Thai Air Asia Bangkok Airways และ Thai Airways International

เส้นทางคมนาคมทางอากาศจากพม่าที่สำคัญ ได้แก่ ย่างกุ้ง – มัณฑะเลย์ – कुनหมิง –
ฮานอย ย่างกุ้ง – เวียงจันทน์ – โฮจิมินห์ ย่างกุ้ง – กรุงเทพฯ – พนมเปญ ย่างกุ้ง – บังกลาเทศ
ย่างกุ้ง – อินเดีย

สำหรับการบินไทยมีเที่ยวบินไปยังย่างกุ้งทุกวัน สายการบินที่สำคัญของพม่าคือ Myanmar
Airways International (UB) เป็นของรัฐบาล บินจากย่างกุ้งไปฮ่องกง สิงคโปร์ ดัลการ์
กัวลาลัมเปอร์ कुนหมิง และกรุงเทพฯ



รูปที่ 8-6 เส้นทางการบินในประเทศพม่าและไทย ที่มา : สายการบินแอร์มัณฑะเลย์



รูปที่ 8 – 7 เส้นทางการบินในประเทศพม่า ที่มา : สายการบินย่างกุ้งแอร์เวย์

สายการบินภายในประเทศอีก 2 สายการบินคือ Air Mandalay เป็นการร่วมทุนของรัฐและเอกชน และ Yangon Airways เป็นของรัฐบาลจะบินในช่วงฤดูการท่องเที่ยวคือ ตุลาคม – มีนาคม นอกจากนี้พม่ายังมีสนามบินภายในประเทศมากถึง 63 แห่ง

การคมนาคมทางบกของพม่าได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นในระยะเวลาที่ผ่านมา ถนนทั่วประเทศมีความยาวทั้งสิ้นประมาณ 27,840 กิโลเมตร ถนนในกรุงย่างกุ้ง และมณฑลเยสามารถเชื่อมโยงไปยังเมืองต่างๆ โดยถนนส่วนใหญ่ยังไม่ลาดยางและมีช่องทางเดียว

สำหรับถนนสายที่สำคัญของพม่าที่ใช้เชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ เส้นทางการค้าระหว่างแม่สอด – เมียวดี – ท่าเรือชายฝั่งเมะละแหม่ง ระยะทาง 150 กิโลเมตรและเส้นทางต่อไปยังกรุงย่างกุ้ง ระยะทาง 310 กิโลเมตร

เส้นทางจากเชียงราย – เชียงตุง (พม่า) – เชียงรุ่ง (จีนตอนใต้) – कुนหมิง

เส้นทางเมียวดี (พม่า) – แม่สอด – ดาก – สุโขทัย – พิษณุโลก – ขอนแก่น – มุกดาหาร – สุวรรณเขต (ลาว) – ดงฮา – ดานัง (เวียดนาม)

เส้นทางต่อจากกรุงย่างกุ้งไปยังบังคลาเทศ อินเดีย และจีนเหนือไปเมือง มณฑลเย – ลาเจียง – कुนหมิง (จีนตอนใต้)

8.4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้

จากการสำรวจเส้นทางและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือ ควรใช้เส้นทางเพื่อเชื่อม ไทย พม่า และจีนตอนใต้ การเปิดเส้นทางเป็นสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่ง ด้วยการให้ ศักยภาพของเชียงรายที่เหนือกว่าในการเป็นศูนย์กลางอันเนื่องจาก

8.4.1 เหตุผลทางด้านที่ตั้ง เชียงรายเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เชื่อมต่อกับประเทศ ถึง 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และลาว ทั้งยังสามารถเชื่อมต่อไปยังจีนตอนใต้ มณฑลยูนนานได้

8.4.2 ศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวสูง

8.4.2.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพียงพอต่อการส่งเสริม โดยมีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและวัฒนธรรม

8.4.2.2 ความได้เปรียบในเชิงบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการให้บริการ และจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

8.4.2.3 เชียงรายมีสถานที่พักที่ได้มาตรฐานพอเพียงที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในราคาที่เหมาะสม

8.4.2.4 นอกจากนี้เชียงรายยังเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอแม่สาย

8.4.2.5 เชียงรายมีศักยภาพและมีโอกาสที่ร่วมลงทุนกับยูนิคานได้ คือ ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ซึ่งยูนิคานมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมาก อีกทั้งเป็นจุดที่ใกล้กับไทยมาก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางจึงถูกมาก แต่ปัจจุบันการจัดการด้านการท่องเที่ยวของยูนิคานยังขาดความชำนาญ ซึ่งนักธุรกิจไทยสามารถสร้างโอกาสในการเข้าจัดการ เช่น ทำธุรกิจทัวร์ โดยเน้นกลุ่มผู้มีรายได้สูง จากตลาดนักท่องเที่ยวยุโรป สหรัฐอเมริกาได้ไม่ยาก

8.4.3 ความได้เปรียบในด้านการคมนาคมที่ถึงพร้อม

8.4.3.1 การคมนาคมทางบก เส้นทางในไทยมีความพร้อม ที่จะรับการขยายตัวในอนาคตได้มากกว่า อีกทั้งยังเป็นจุดที่สามารถเชื่อมกับถนนที่เชื่อมต่อกับประเทศพม่า ลาว และจีนได้สะดวก หากถนนในส่วนของประเทศเหล่านี้ได้รับการพัฒนาเมืองเชียงรายจะกลายเป็นจุดผ่านที่สำคัญของทั้งสินค้า และนักเดินทาง

8.4.3.2 การคมนาคมทางอากาศ ปัจจุบันสนามบินเชียงรายได้รับการปรับปรุงให้เป็นสนามบินนานาชาติ และมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการทุกวัน มีเที่ยวบินติดต่อได้ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศพม่า ลาว และจีนตอนใต้

8.4.3.3 การคมนาคมทางน้ำ โดยการล่องเรือทางลำน้ำโขง แม้ในปัจจุบันยังไม่คุ้มต่อการเดินเรือ เนื่องจากต้องใช้เรือขนาดเล็ก แต่หากได้รับการพัฒนาจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและขนถ่ายสินค้าที่สำคัญ

8.4.3.4 พืชการทางสู่ลการที่ง่ายกว่า เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน

8.4.3.5 ความปลอดภัยในการพักค้างคืนก่อนท่องเที่ยวในพื้นที่สนใจสูง ทำให้การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวในฝั่งพม่า และลาวพักในเมืองเชียงราย จะเป็นสิ่งที่ดีกว่าในสายตานักท่องเที่ยว

8.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมเส้นทางผ่านพม่า และการส่งเสริมโดยเชื่อมเส้นทางผ่านลาว

ไทย -สหภาพพม่า	ไทย -สปป. ลาว
<p><u>ข้อดี</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ทรัพยากรการท่องเที่ยวในเส้นทางรถยนต์มีมากกว่า - ทำจี๋เหล็กและแม่สายเป็นจุดแลกเปลี่ยนที่มีศักยภาพสูง <p><u>ข้อเสียเปรียบ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาในเรื่องนโยบายของพม่าที่ไม่ค่อยจะแน่นอน - ปัญหาชนกลุ่มน้อยในพื้นที่ชายแดนพม่ากับจีน 	<p><u>ข้อดี</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - รัฐบาลมีความแน่นอนในเรื่องของนโยบายในการเชื่อมเส้นทาง - มีหลวงพระบางเป็นเมืองมรดกโลก <p><u>ข้อเสียเปรียบ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ทรัพยากรการท่องเที่ยวในเส้นทางมีน้อยกว่า - ไม่ผ่านเมืองหลวงพระบาง ซึ่งเป็นเมืองมรดกโลกของลาว

เนื่องจากประเด็นหลัก คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาเส้นทางโดยผ่านทางพม่านั้น น่าจะมีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวมากกว่า ส่วนเส้นทางผ่านประเทศลาวที่จะใช้ในการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้คงเป็นแหล่งท่องเที่ยวบริเวณริมฝั่งแม่น้ำโขงผ่านการเชื่อมเส้นทางโดยทางถนน ผ่านลาว น่าจะเหมาะสมทางด้านเศรษฐกิจการค้ามากกว่าที่จะอยู่ในรูปของทางผ่านของสินค้าระหว่างประเทศไทย และจีน

บทที่ 9

การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย อุครธานี และอุบลราชธานี : จังหวัดศูนย์การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ในยุคที่ใคร่ก็ได้บินได้ เมื่อสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งนกแอร์ วัน ทู โก และไทยแอร์เอเชียต่างมุ่งสู่เส้นทางนอกประเทศกันมากขึ้น ขณะที่เส้นทางบินในประเทศขยายเปิดให้บริการใหม่กันมาก เส้นทางในประเทศกว่า 10 เส้นทางบินของไทยแอร์เอเชียที่มีอยู่ทำให้ปัจจุบันเลือกที่จะมุ่งสู่ภาคใต้ โดยเฉพาะสุราษฎร์ธานี และกระบี่ 2 จังหวัดที่มีชายทะเลและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกอยู่เป็นประจำ ขณะที่นกแอร์ที่มีเส้นทางบินการเพิ่ม เส้นทางบินเลือกที่จะให้บริการในเส้นทางแม่ฮ่องสอน-เชียงใหม่ และเส้นทาง กรุงเทพฯ-เลย ทั้งสองเส้นทางบินยังไม่มีคู่แข่งเข้าไปเปิดตลาด การเปิดให้บริการเส้นทางใหม่ในประเทศและระหว่างประเทศของสายการบินต้นทุนต่ำทั้งไทยแอร์เอเชียและนกแอร์ เช่นนี้อาจจะส่งผลดีสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดและสายการบิน เนื่องจากราคาที่นำเสนอค่อนข้างจะถูกกว่าสายการบินอื่นที่เปิดให้บริการอยู่ในเส้นทางเดียวกัน ปัจจุบันการลงทุนเพื่อเปิดขยายเส้นทางบินระหว่างประเทศของสายการบินต้นทุนต่ำและคงจะเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำและการแข่งขันกันให้บริการที่คุ้มค่าในสายตาของผู้ใช้บริการร่วมกับเสน่ห์ของสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวของเมืองชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

ตารางที่ 9-1 ราคาเฉลี่ยรวมภาษีและค่าเชดเชรราคาน้ำมันเชื้อเพลิงของเส้นทางสายการบินต้นทุนต่ำ ช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2548 สายการบิน เส้นทาง ราคาเฉลี่ยโลว์คอสต์แอร์ไลน์ในไทย ของการบินไทย(นกแอร์) – โอเรียนไทยฯ - ไทยแอร์เอเชีย

สายการบิน	เส้นทางไปหรือกลับ	ราคา
นกแอร์	1. อุบลฯ	1,800
	2. อุครธานี	1,800
โอเรียนท์ไทยแอร์ไลน์	1. เชียงใหม่	1,500
	2. เชียงราย	1,500
ไทย แอร์ เอเชีย	1. อุบลราชธานี	1,300
	4. ขอนแก่น	1,300
	5. เชียงราย	1,800
	6. อุครธานี	1,300

ที่มา : เว็บไซต์ของสายการบินเดือนมกราคม – มีนาคม 2548

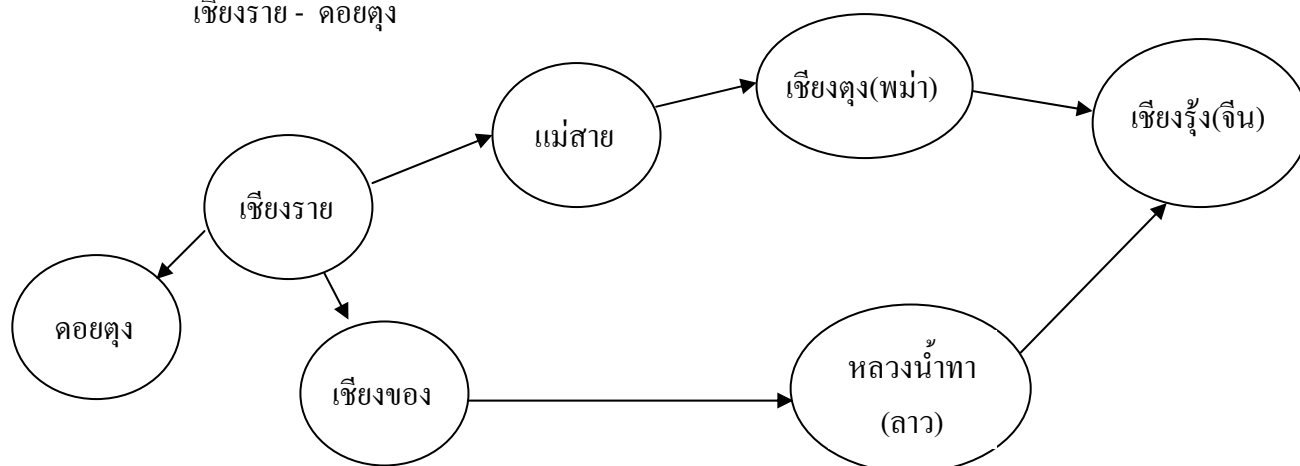
การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเอกสารจากการวิเคราะห์แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย อุครธานี และอุบลราชธานี เฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและข้อมูลจากเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยช่วงเดือนสิงหาคม 2549 และ นำมาสังเคราะห์ร่วมกับข้อคิดเห็นจากการ ได้บรรลุลผลในเนื้อหาสาระตามเป้าประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ เป็นประเด็นการวิจัยที่มีการรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ที่บ่งชี้สถานการณ์ตลาดการบินและการท่องเที่ยว และการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เพื่อสังเคราะห์ให้เกิดแนวทางร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องที่เป็นรูปธรรมและกิจกรรมของแผนงานของจังหวัดและกลุ่มจังหวัดที่สำคัญ ๆ การจัดสัมมนากลุ่ม แล้วนำข้อมูลมาประเมิน SWOT จุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวและหรือศูนย์กลางทางการบินและ ความเป็นไปได้ของโอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดชายแดนไทยและการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว/การบิน แห่งภูมิภาค (Hub Region)หรือการเป็นประตู (Gate Way) สู่ประเทศเพื่อนบ้าน จากสถานการณ์และแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากการขนส่งทางอากาศที่เพิ่มขึ้น และบริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย สู่ประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านอันได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า จีนตอนใต้ และเวียดนาม ด้วยศักยภาพความเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวจากการใช้การเชื่อมโยงของสายการบินต้นทุนต่ำกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวเมืองชายแดนเป็นสิ่งดึงดูดใจจังหวัดที่มีชายแดนและสนามบินที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน (1) เชียงราย (2) อุครธานี (3) อุบลราชธานี ได้แก่ เส้นทางดังต่อไปนี้

(1) เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

เชียงราย – แม่สาย - พม่า - เชียงรุ่ง (จีน)

เชียงราย - เชียงของ - ลาว

เชียงราย - ดอยตุง



รูปที่ 9-1 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำที่สนามบินนานาชาติจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงราย

1.1 สภาพทั่วไป

จังหวัดเชียงราย ตั้งอยู่ภาคเหนือของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพฯ 785 ก.ม. มีเนื้อที่ประมาณ 11,678.369 ตร.กม. หรือประมาณ 7,298,981 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

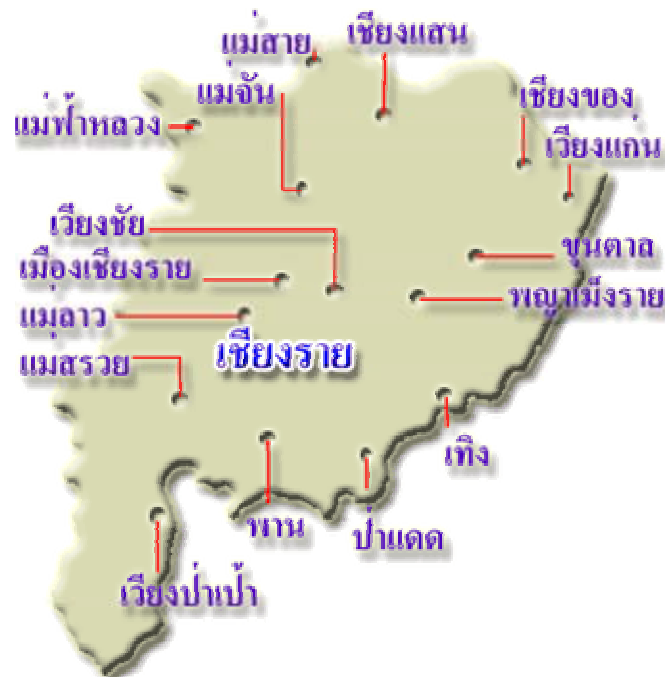
ทิศเหนือ ติดต่อกับ ประเทศสหภาพพม่า และประเทศสาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ประเทศสหภาพพม่า และจังหวัดเชียงใหม่



รูปที่ 9-2 การอาณาเขตของจังหวัดเชียงราย ที่มา : www.moi.go.th

การปกครองแบ่งออกเป็น 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ 124 ตำบล 1,655 หมู่บ้าน 1 เทศบาลเมือง 24 เทศบาลตำบล 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 120 องค์การบริหารส่วนตำบล 1 สภาตำบล ราชการส่วนภูมิภาค 27 หน่วยงาน ราชการส่วนกลาง 62 หน่วยงาน

ประชากรรวม 1,273,445 คน แยกเป็นชาย 634,454 คน หญิง 635,991 คน (ณ เดือนมิถุนายน 2546)

สภาพทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2543 พบว่า ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว/ปี 30,710 บาท เป็นลำดับที่ 13 ของภาคเหนือ เป็นอันดับที่ 56 ของประเทศ มีผลิตภัณฑ์มวลรวม 34,303 ล้านบาท อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจปี 2537-2543 ร้อยละ 2 โครงสร้างเศรษฐกิจประกอบด้วย

ภาคบริการ ร้อยละ 20.29 %

ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 4.89 %

การค้าส่งและค้าปลีก ร้อยละ 20.79 %

การเกษตร ร้อยละ 21.29 %

จังหวัดเชียงราย มีพื้นที่ทั้งหมด 7,298,981 ไร่ ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าไม้ (ที่มีสภาพเป็นป่า) 2,386,875 ไร่ พื้นที่เพื่อการเกษตร 2,245,446 ไร่ ที่เหลือเป็นพื้นที่ไม่ได้จำแนก 2,666,660 ไร่ (ข้อมูลปี พ.ศ. 2544)

ถนน รวม 1,022,564 กม. อยู่ในความรับผิดชอบของกรมทางหลวงชนบทและกรมโยธาธิการ และผังเมือง แยกเป็นถนนลาดยาง 557,971 กม. ถนนลูกรัง 156,222 กม. และคอนกรีต 145,240 กม. ที่เหลือเป็นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 163,131 กม.

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางธรรมชาติ ได้แก่ วนอุทยานน้ำตกขุนกรณ์ อุทยานแห่งชาติ ดอยหลวง ดอยแม่สลอง หรือดอยสันติคีรี ถ้ำปุม ถ้ำปลา ถ้ำเสาหินพญานาค วนอุทยานขุนน้ำนางนอน จุฑาหมิว ดอยช้างมูบ ดอยเชียงเมี่ยงและสบบวก ดอยผาตั้ง ภูชี้ฟ้า

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนสถาน ได้แก่ วัดพระแก้ว วัดพระสิงห์ พระธาตุจอมทอง อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งรายมหาราช พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่ พระธาตุดอยตุง พระธาตุดอยแก้ว พระธาตุดอยเวา วัดป่าสัก วัดพระเจ้าล้านทอง วัดพระธาตุผาเงา วัดเจ็ดยอด วัดเจ็ดยอดหลวง

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและหัตถกรรม ได้แก่ โครงการพัฒนาดอยตุง ดอยแม่สลอง สวนแม่ฟ้าหลวง ศูนย์หัตถกรรมเวียงกาหลง ศูนย์พัฒนาและส่งเสริมชาวเขา

การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ในประเด็นกลยุทธ์ 5 ประเด็นคือ

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร
2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ

3. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด หรือที่เรียกว่า “สี่เหลี่ยมวัฒนธรรมล้านนา”)

4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภาคน้ำโขงตอนบน

ตารางที่ 9-2 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร (One Stop Service Center)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว (One Stop Service Center)	1. มีศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว	✓				
	1.2 มีผลงานวิจัยอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง	✓				
2. พัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	2.1 จำนวนมัคคุเทศก์/อาสาสมัครเข้าฝึกอบรมและจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว	✓				
3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด - ผลักดันจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่ 4 ประเทศ	3.เพิ่ม ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น	✓				
	3.2 Road Show	✓				
	3.3 จัดแรลลี่ 4 ประเทศ (ไทย, ลาว, พม่า, จีน)	✓				

ตารางที่ 9-2 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ชาล่านนา	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์เผยแพร่ OTOP ของจังหวัด	✓				
	4.2 เพิ่มประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเข้าชม		✓			
	4.3 สำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยว		✓			

ตารางที่ 9-3 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่งดอกไม้มือเมืองหนาวและเส้นทางดอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเผยแพร่	✓				
	1.2 จำนวนเส้นทางดอกไม้งามที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่	✓				
2. การท่องเที่ยวเยี่ยมชมเชิงเกษตรและแปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และโรงงานไวน์ ไร่ชา)	2.1 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่	✓				
	2.2 จัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	✓				

ตารางที่ 9-3 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
3. เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น	✓				
4. การจัดทำหมู่บ้านตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน - บ้านพักในหมู่บ้านชาวเขา -Thai Lanna Spa City	4.1 มีหมู่บ้านตัวอย่างในโครงการ Home Stay /long Stay อย่างน้อยปีละ 2 แห่ง	✓				
	4.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	✓				
5. การแปลงสถานที่บ่มใบยาสูบให้เป็นที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว (Tobacco Resort)	5.1 จำนวนแห่งที่ได้รับการแปลงเป็นที่พัก	✓				
6. ปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	6.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและท้องถิ่นได้รับการพัฒนา	✓				
7. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเชิงอนุรักษ์และเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	7.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงและเผยแพร่	✓				

ตารางที่ 9-3 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
8. การอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำโลกแอ่งเชียงแสน	8.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	✓				
	8.2 สร้างกิจกรรมนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น	✓				
9. ด้านวัฒนธรรม	9.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาและเอกลักษณ์ล้านนา	✓				
10. จัดสร้างสวนดงและสวนโคมเฉลิมพระเกียรติ	10.1 ประชาสัมพันธ์ดงและสวนโคมที่ได้รับการพัฒนา	✓				
	10.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เข้าชม	✓				

ตารางที่ 9-4 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด หรือที่เรียกว่า “สี่เหลี่ยมวัฒนธรรมล้านนา”)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ผลักดันให้โบราณสถานเชิงแสนให้เป็นมรดกโลก	1.1 ได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก	✓				
	1.2 Routeท่องเที่ยว 2-6 มรดกโลกของไทย		✓			
2. บูรณะและพัฒนาโบราณสถาน	2.1 ประชาสัมพันธ์โบราณสถานเชิงแสนที่จะเป็นมรดกโลก	✓				
	2.2 จำนวนโบราณสถานเวียงกาหลงที่ได้รับการบูรณะ	✓				
3. พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เชื่อมโยงในจังหวัด (Historical and Legendary Rote)	3.1 ประชาสัมพันธ์เส้นทางที่ได้รับการพัฒนา	✓				
	3.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมโบราณสถานเพิ่มขึ้น	✓				
4.หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านที่ได้รับการวัฒนธรรมล้านนา	✓				

ตารางที่ 9-5 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตารางการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์และส่งเสริมกัน	✓				
2. บัตรเดิยเที่ยวในกลุ่มจังหวัด	2.1 สร้างบัตรสร้างรายได้	✓				

ตารางที่ 9-6 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง	✓				
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่แวะเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น	✓				

ตารางที่ 9-6 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้งแลกเปลี่ยนกับประเทศลาว พม่า จีน	✓				
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 เชียง โดยเชื่อมโยงเส้นทางเชียงใหม่ เชียงตุง เชียงรุ้ง เชียงทองและเชียงราย	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทาง 5 เชียงเพิ่มขึ้น	✓				
	4.2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 เชียง	✓				

ตารางที่ 9-7 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดเชียงรายในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งดงาม โคดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.80
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	4.40
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	3.60
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	4.40
รวม	4.08

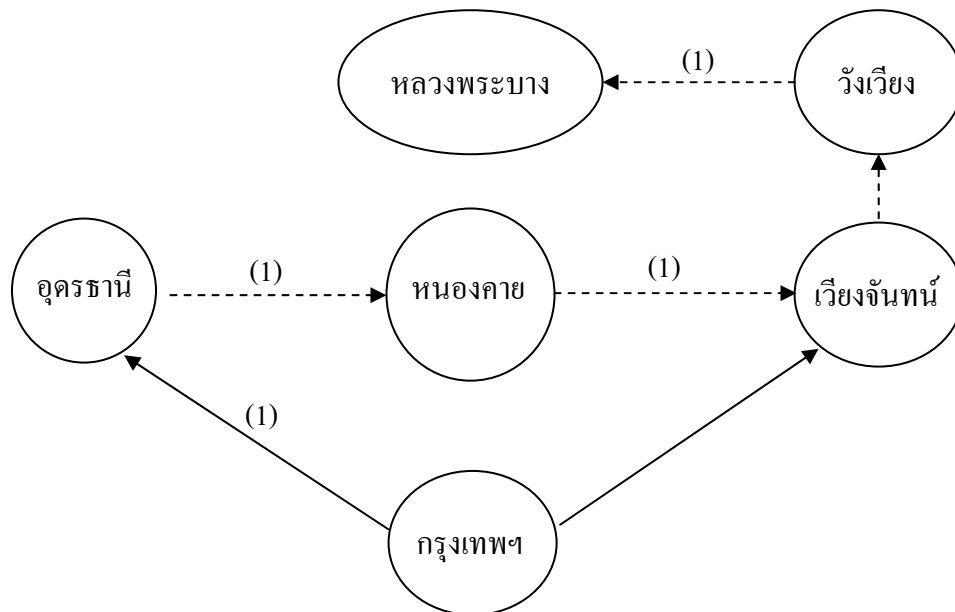
ตารางที่ 9-7 (ต่อ)

โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.40
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สาธารณเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างระดับนานาชาติ	4.80
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	4.20
รวม	4.48

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในด้านการมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งดงามหลากหลาย มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตรมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่พักภัตาคาร มีวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ มีสนามบินนานาชาติ และมีโอกาสการพัฒนาสูงในด้านการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปสู่พม่า ลาว จีน ทางการบิน รถยนต์ และเรือ สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ สามารถขยายตลาดได้กว้างขวางมาก จึงสมควรส่งเสริมให้เชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว จีน

จังหวัดเชียงรายมีความได้เปรียบด้านที่ตั้งที่อยู่ในกลุ่มพื้นที่จังหวัดเชียงราย-เชียงใหม่-ลำพูน ซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญตามแนวเขตเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ เชื่อมโยงไทย-พม่า-ลาว-จีน และมีศักยภาพพัฒนาเป็นฐานการค้า การลงทุน อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวในอนาคต โดยปัจจุบันมีการขนส่งตามลำน้ำโขงจากเชียงรุ่ง-เชียงแสนอยู่แล้ว และมีการกำหนดการก่อสร้างถนนเชื่อมโยงแม่สาย-ชายแดนจีน และถนนเชียงของ-หลวงน้ำทา กำหนดแล้วเสร็จในปี 2547 และปี 2550 ตามลำดับ ซึ่งจะส่งผลให้อำเภอ แม่สาย เชียงของ และเชียงแสน เป็นประตูเศรษฐกิจและศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญ

(2) เส้นทางการบินต้นทุนต่ำการเที่ยวจังหวัดอุครธานี



รูปที่ 9-3 เส้นทางการบิน สนามบินจังหวัดอุครธานี , กรุงเทพฯ – เวียงจันทน์

อุครธานี เป็นจังหวัดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม และการท่องเที่ยวทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะภาพของการเป็นดินแดนแห่งวัดป่า ประตูลู่ประเทศลาว ดินแดนอินโดจีน และยังเป็นดินแดนที่มีอารยธรรมเก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีหัตถกรรมผ้าจิดที่มีชื่อเสียงอีกด้วย

จังหวัดอุครธานีมีเนื้อที่ประมาณ ๑๑,๑๓๐ ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น ๑๘ อำเภอ ๒ กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง หนองวัวซอ หนองหาน บ้านฝ้อ บ้านดุง กุมภวาปี โนนสะอาด เพ็ญ น้ำโสม กุดจับ ศรีธาตุ วังสามหมอ ทุ่งฝน สว่างคอม ไชยวาน หนองแสง นาฮุง พิบูลย์รักษ์ กิ่งอำเภอแก้ว และกิ่งอำเภอยะกัษศิลปาคม

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดหนองคาย
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น และกาฬสินธุ์
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสกลนคร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดเลย และหนองบัวลำภู



รูปที่ 9-4 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ที่มา : www.tat.or.th

การเดินทาง

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ ไปตามทางหลวงหมายเลข ๑ (ถนนพหลโยธิน) ถึงสระบุรี บริเวณ กิโลเมตรที่ ๑๐๗ แยกเข้าทางหลวงหมายเลข ๒ (ถนนมิตรภาพ) ผ่านนครราชสีมา ขอนแก่น ถึง อุครธานี รวมระยะทางประมาณ ๕๖๔ กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง มีบริการรถโดยสารทั้งรถธรรมดา และรถปรับอากาศวิ่งระหว่าง กรุงเทพฯ-อุครธานีทุกวัน รถออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกเจียงเหนือ ถนนกำแพงเพชร (หมอชิต ๒) สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร. ๐ ๒๕๓๖-๒๕๕๒-๖๖ และที่สถานีขนส่งอุครธานี โทร. ๐ ๔๒๒๒ ๑๔๘๕ www.transport.co.th

รถไฟ การรถไฟแห่งประเทศไทย จัดบริการรถไฟวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ-อุครธานี ทุกวัน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หน่วยบริการเดินทาง การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร. ๑๖๕๐, ๐ ๒๒๒๐ ๔๓๓๔, ๐ ๒๒๒๐ ๔๔๔๔ www.railway.co.th

การบิน ท่าอากาศยานอุครธานีทางวิ่งกว้าง 45 เมตร ทางขับ กว้าง 23 เมตร และลานจอด ปัจจุบันมีพื้นที่ 47,250 ตารางเมตร สามารถจอดเครื่องบินแบบ Airbus ได้ 3 ลำ เครื่องบินแบบ Boeing 737 ได้ 2 ลำ และเครื่องบินแบบ ATR ได้ 2 ลำ มีสายการบินที่ให้บริการ ดังนี้.-

1. สายการบินบริษัทการบินไทย จำกัด โดยมีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ – อุครธานี และ อุครธานี – กรุงเทพฯ
2. สายการบินบริษัทภูเก็ต แอร์ไลน์ จำกัด โดยมีเที่ยวบินจาก เชียงใหม่ - อุครธานี และ อุครธานี – เชียงใหม่
3. สายการบิน Thai Air Asia แอร์ไลน์ โดยมีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ – อุครธานี และ อุครธานี – กรุงเทพฯ
4. สายการบินนกแอร์ โดยมีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ – อุครธานี และอุครธานี – กรุงเทพฯ

ตารางที่ 9-8 สถิติเที่ยวบิน และจำนวนผู้โดยสารขึ้น - ลง

ปี พ.ศ.	จำนวน				
	เที่ยวบิน	ผู้โดยสาร (ลง)	ผู้โดยสาร (ขึ้น)	รวม	เฉลี่ยคน/วัน
2544	2,172	195,472	175,976	371,448	1,018
2545	2,314	184,997	165,701	350,698	961
2546	2,227	183,150	170,755	353,905	970
2547	4,711	311,067	295,173	606,240	1,661
2548	5,216	335,295	322,099	657,394	1,801
* 2549	5,738	368,824	354,309	723,133	1,981

ปี พ.ศ.	สถิติการท่องเที่ยว			
	จำนวนผู้มาเยือน		รายได้จากการท่องเที่ยว	
	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ
2545	1,453,791 คน	77,976 คน	3,733.07 (ล้านบาท)	175.64 (ล้านบาท)
2546	1,565,819 คน	78,537 คน	4,098.33 (ล้านบาท)	180.89 (ล้านบาท)
2547 (ม.ค. - ก.ย.)	1,270,211 คน	66,742 คน	3,403.15 (ล้านบาท)	160.92 (ล้านบาท)

*หมายเหตุ ปี 2549 การคาดการณ์จำนวนผู้โดยสารทั้งปี
ที่มา : ทำอากาศยานอุดรธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม

1. แหล่งจำหน่ายผ้าพื้นเมือง บ้านนาข้าว ตำบลนาข้าว อำเภอเมือง
2. งานมหกรรมโฮมพาแลง แดนผ้าไหมมัดจืดจังหวัดอุดรธานี อำเภอเมือง จัดระหว่างวันที่ 1-15 ธันวาคม ของทุกปี
3. งานนมัสการพระพุทธบาทบัวบก อำเภอบ้านฝ้อ จัดบริเวณวัดพระพุทธบาทบัวบก ในวันขึ้น 13-15 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี
4. งานฉลองเจ้าปู่เจ้าย่า อำเภอเมือง จัดทุกๆ วันที่ 5 ธันวาคม ของทุกปี
5. งานประเพณีออกพรรษาแข่งเรือชิงถ้วยพระราชทาน อำเภอกุมภวาปี ช่วงออกพรรษา ของทุกปี

6. งานเทศกาลโคมลอยฟ้า อำเภอพิบูลย์รักษ์ ในช่วงเดือนพฤศจิกายนของทุกปี
 7. งานถนนอาหาร สงกรานต์เมืองอุครธานี อำเภอเมือง จัดในช่วงวันสงกรานต์ของทุกปี บริเวณสวนสาธารณะ หนองประจักษ์ และถนนเทศา
 8. งานประเพณีบุญบั้งไฟล้าน บ้านธาตุ อำเภอเพ็ญ จัดขึ้นวันที่ 15 ค่ำ เดือน 6
 9. แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกอารยธรรม 5,000 ปี บ้านเชียง อำเภอหนองหาน เปิดให้ชมทุกวัน เวลา 08.00 – 17.00 น.
- งานเฉลิมฉลองแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกบ้านเชียง จัดในทุกวันศุกร์ – เสาร์- อาทิตย์ สัปดาห์ที่ 3 ของเดือนกุมภาพันธ์ทุกปี

เส้นทางเชื่อมการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง

- 1) อุคร - หนองบัวลำภู – เลย
จากวัดป่าบ้านตาด – ถ้ำผาลิงห์ - วัดถ้ำกลองเพล - อนุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวร - ถ้ำเอนาวัน - ภูกระดึงหรือ ภูหลวง - ภูเรือ – แก่งคุดคู้
- 2) อุคร – หาดโขงแก่งโขง
จากอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท - วัดป่าภูก้อน - วัดป่าบ้านเพิ่ม - หาดคัมภีร์ - แก่งคุดคู้ - น้ำตกตาดหมอก – น้ำตกธารทอง
- 3) อุคร – หนองคาย
จากวัดพระธาตุบังพวน - วัดพระธาตุองค์ตั้ง - เวียงคุก – สะพานมิตรภาพ - ท่าเตีจ - ศาลาแก้วกู่
- 4) อุคร – หนองบัวลำภู – ขอนแก่น
วัดถ้ำกลองเพล - อุทยานแห่งชาติภูเก้า - ภูพานคำ - เขื่อนอุบลรัตน์ - วัดพระพุทธรูปมหาธาตุ - วัดพระธาตุขามแก่น – น้ำตกธารงาม
- 5) อุคร – สกลนคร
บ่อสร้างเหว - บ้านเชียง –คำชะโนด- วัดป่าอุดมสมพร - วัดถ้ำขาม - หนองหาน - วัดพระธาตุเชิงชุม - วัดป่าสุทธาวาส - พระตำหนักภูพานราชนิเวศ - น้ำตกปรีชาสุขสันต์ – เขื่อนน้ำอูน
- 6) อุคร – กาฬสินธุ์
วัดป่าบ้านตาด - วัดมหาธาตุเจดีย์คอนแก้ว - วัดป่าเมว - วนอุทยานภูพระ - เขื่อนลำปาว – สวนสาธารณะ – ไคโนเสาร์สหัสขันธ์ – บ้านโพนแพรวา

เส้นทางเชื่อมภูมิภาคและระหว่างเพื่อนบ้าน

ก. ด้านทิศเหนือ เช่น บ้านเชียงและสะพานมิตรภาพไทย - ลาว หรือบ้านเชียงและเวียงจันทน์ และเชียงใหม่ (หรือเชียงราย) หลวงพระบาง คุณหมิง เส้นทางท่องเที่ยวที่มีความเป็นไปได้สูง ได้แก่

- 1) เส้นทางสู่อารยธรรม สปป.ลาว - เวียงจันทน์ - หลวงพระบาง – น้ำจิม
- 2) เส้นทางสู่อารยธรรม สปป.ลาว - ไชยบุรี – หลวงพระบาง
- 3) เส้นทาง - อุดรธานี - เชียงใหม่ - หลวงพระบาง (ผ่านเชียงราย)
- 4) เส้นทาง - อุดรธานี - เชียงใหม่ – คุณหมิง

ข. ด้านทิศเหนือ - ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น บ้านเชียงและสะพานมิตรภาพไทย - ลาว หรือ บ้านเชียงและเวียงจันทน์ มุกดาหาร สะหวันเขต เวียดนาม หรือ บริคัณไชย คำม่วน เวียดนาม เป็นต้น

- 1) เส้นทางสู่อารยธรรม สปป.ลาว - บริคัณไชย – คำม่วน
- 2) เส้นทางเหินฟ้าสู่ยูนนาน จีนตอนใต้
- 3) เส้นทางเรลล์ - อุดรธานี - เลย - พิษณุโลก - ยูนนาน - เชียงของ - ลาว – จีน
- 4) เส้นทาง- อุดรธานี - สกลนคร - นครพนม - คำม่วน – เวียดนาม

การท่องเที่ยว เป็นจังหวัดศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี การจัดงานประเพณี ที่สำคัญ แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา เช่น

- แหล่งอารยธรรมบ้านเชียง อำเภอหนองหาน ซึ่งองค์การยูเนสโก ได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง หลุมขุดค้น ที่วัดโพธิ์ศรีใน การทำภาชนะดินเผา มีการจัดงานมรดกโลกบ้านเชียงทุกปี

- พระพุทธบาทบัวบก อำเภอบ้านฝาง ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาท และอุทยานประวัติศาสตร์ ภูพระบาท ซึ่งมีถ้ำ ลานหินที่สวยงาม ร่องรอยภาพเขียนโบราณ ประดิษฐานอยู่

- วนอุทยานแห่งชาติน้ำตกยูงทอง อำเภอนาูง
- หนองประจักษ์ อำเภอเมือง สถานที่พักผ่อนและออกกำลังกายยามเย็น
- กล้วยไม้หอมอุดรชนไลน์

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าพันดอน-ปะโค (ภูฝอยลม) ศูนย์รวมพรรณไม้ น้ำตกฯ
อ.หนองแสง

- วัดบ้านตาด อำเภอเมือง
- วัดป่าบ้านค้อ วัดโพธิ์ชัยศรี อำเภอบ้านผือ
- วัดป่าภูก้อน อำเภอนาูง
- งานถนนอาหารสงกรานต์เมืองอุดร
- งานประจำปีทุ่งศรีเมืองอุดรธานีผ้าห่มจีด
- คำชะโนด
- ถ้ำผาสิงห์
- โรงแรม ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และมาตรฐานหลายแห่ง สถานสันตนาการต่างๆ แหล่ง
หัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ผ้าห่มจีด ผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ ผลิตภัณฑ์
ประดับมุก

การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ในประเด็นกล
ยุทธ์ 5 ประเด็นคือ

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว
ครบวงจร
2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้าง
แหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ
3. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
ประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดอีสานเหนือ
4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดย
เน้น Low Season
5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการ
ท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอีสานตอนบนและประเทศเพื่อนบ้าน

ตารางที่ 9-9 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร (One Stop Service Center)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว (One Stop Service Center)	1. มีศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว		✓			
	1.2 มีผลงานวิจัยอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง	✓				
2. พัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	2.1 เพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์/อาสาสมัครเข้าฝึกอบรมและจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว	✓				
3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด -ผลักดันจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	3.1เพิ่ม ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น	✓				
	3.2 Road Show	✓				
	3.3 จัดแรลลี่ ประเทศ (ไทย, ลาว, จีน)	✓				
4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์อิน โฉม	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์เผยแพร่ OTOP ของจังหวัด		✓			
	4.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเข้าชม		✓			

	4.3 สสำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยว		✓			
--	------------------------------------	--	---	--	--	--

ตารางที่ 9-10 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่งดอกไม้มะลิและเส้นทางดอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเผยแพร่		✓			
	1.2 ประชาสัมพันธ์เส้นทางดอกไม้งามที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่		✓			
2. การท่องเที่ยวเยี่ยมชมเชิงเกษตรและแปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และไร่องานแฟ)	2.1 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่		✓			
	2.2 ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร		✓			
3. เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น		✓			
4. การจัดทำหมู่บ้านตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน	4.1 ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านตัวอย่างในโครงการ Home Stay /long Stay		✓			

	4.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น		✓			
--	---	--	---	--	--	--

ตารางที่ 9-10 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ ในแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ	5.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวและ ท้องถิ่นได้รับการ พัฒนา	✓				
6. การปรับปรุงแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ และเชิง ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการปรับปรุง และเผยแพร่	✓				
7. อนุรักษ์พื้นที่ป่าคำ ชะโนด	7.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น	✓				
	7.2 กิจกรรมบุญให้ เพิ่มมากขึ้น	✓				
8. ด้านวัฒนธรรม	8.1 จำประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการพัฒนาและ เอกลักษณ์ไทยอีสาน	✓				

ตารางที่ 9-11 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุตรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
 ประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1. บ้านเชียงมรดกโลก	1.1 ประชาสัมพันธ์ เป็นมรดกโลกที่มีชื่อ เป็นที่สนใจ	✓				
	1.2 Routeท่องเที่ยว 2-6 มรดกโลกของไทย	✓				
2. บูรณะและพัฒนา โบราณสถาน	2.1 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถานได้รับ การบูรณะ	✓				
3. พัฒนาเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงในจังหวัด (Historical and Legendary Rote)	3.1 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางที่ได้รับการ พัฒนา	✓				
	3.2 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถานเพิ่มขึ้น	✓				
4. หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1 จำนวนหมู่บ้านที่ ได้รับการวัฒนธรรม อีสาน	✓				

ตารางที่ 9-12 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี
โดยเน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยว จังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตาราง การท่องเที่ยวของ จังหวัดที่เป็น เอกลักษณ์และ ส่งเสริมกัน	✓				
2. บัตรเที่ยวเที่ยวใน กลุ่ม จังหวัด/ เวียงจันทน์	2.1 จำนวนบัตรที่ สามารถสร้างรายได้	✓				

ตารางที่ 9-13 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการ
ท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออก เอกสารแทนหนังสือ เดินทางของ นักท่องเที่ยวจาก ประเทศในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการ ออกเอกสารลดลง	✓				

ตารางที่ 9-13 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่แวะเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น	✓				
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้งแลกเปลี่ยนกับประเทศลาว เวียดนาม จีน	✓				
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุดร หนองคาย เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง เชียงรุ้ง	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทางเพิ่มขึ้น	✓				
	4.2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 เมืองเพื่อนบ้าน	✓				

จากแผนพัฒนาด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีกำหนดให้ การบริการเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างงาน สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนภายใต้การบริหารจัดการ อย่างยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่นอุดรธานีกลยุทธ์หลักของจังหวัดจึงเป็นการพัฒนาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นให้มีคุณภาพพร้อมทั้งส่งเสริมกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าการท่องเที่ยวและบริการ ด้านการ

ท่องเที่ยว ดำเนินมาตรการเชิงรุกในการรักษาตลาดเดิม และสร้างตลาดใหม่ การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการให้บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งในด้านบุคลากร โครงสร้างพื้นฐานและความปลอดภัย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่นและสถาบันการศึกษา ในการรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การส่งเสริม สนับสนุนภาคธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ โดยส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ความเชื่อมโยงธุรกิจ พัฒนาคุณภาพมาตรฐานการให้บริการ แสวงหาผู้ทางการตลาดใหม่ๆ ในกลุ่มธุรกิจต่างๆ เช่น บริการด้านสุขภาพ การประชุมสัมมนาจากในและต่างประเทศ การขนส่งทางอากาศ การศึกษา กีฬา

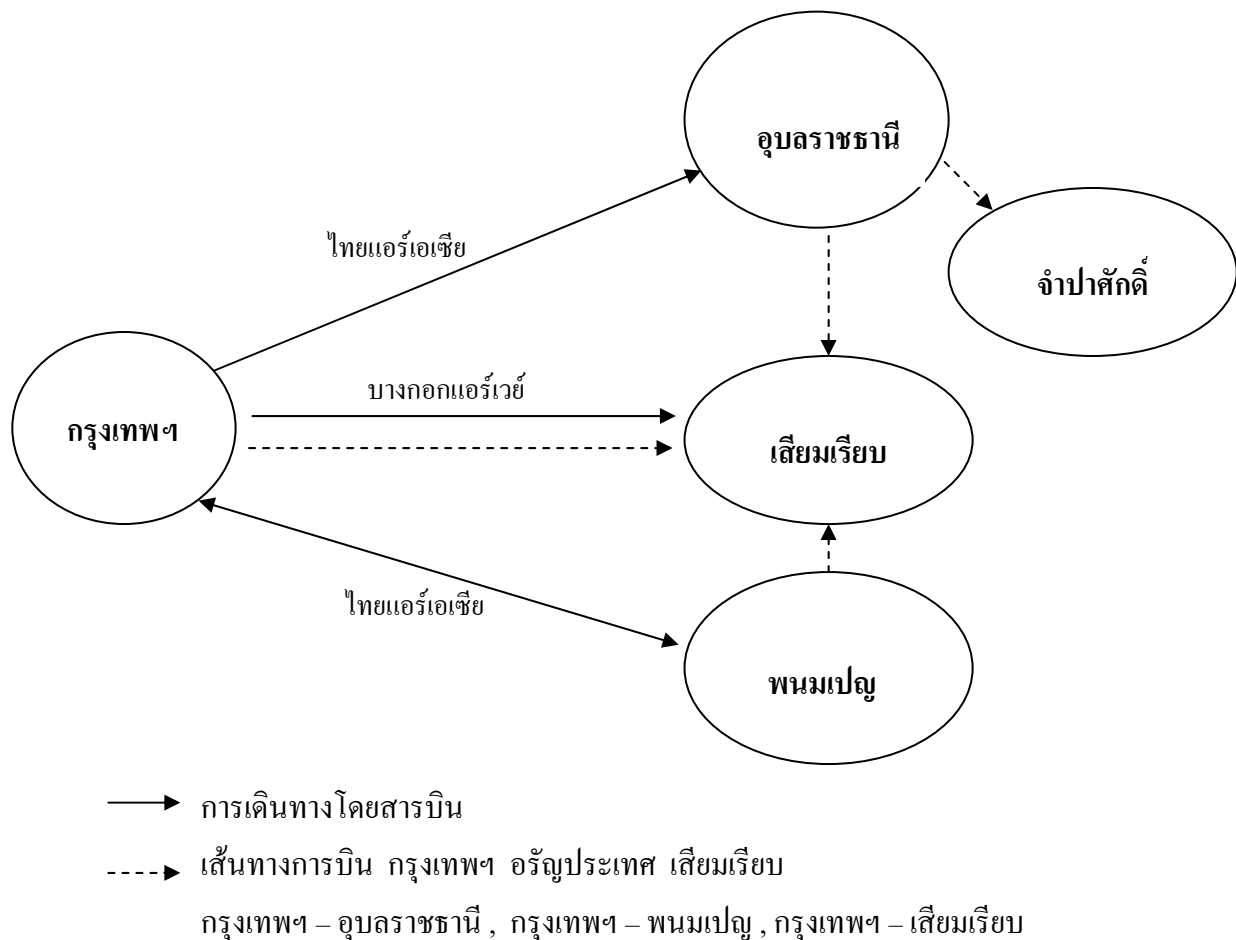
ตารางที่ 9-14 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุดรธานี การเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งดงาม โคกเค่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	4.20
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	3.60
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	3.60
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	3.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	4.40
รวม	3.76
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.00
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	3.00
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.40
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	3.60
รวม	3.84

จังหวัดอุดรธานีมีศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว Tourism Hub เพราะมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นมีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตรสูง มีความพร้อมด้วย

โครงสร้างพื้นฐานมีที่พักและภัตตาคาร และมีสนามบินนานาชาติ และมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ และการขยายตลาดทางการท่องเที่ยวให้กว้างขวางขึ้นจากการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากจังหวัดสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ เวียดนาม และหลวงพระบาง

(3) เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี



รูปที่ 9-5 เส้นทางท่องเที่ยวอุบลราชธานี – กัมพูชา เสียมเรียบ ลาว จำปาสักดี

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็น จังหวัดชายแดนสำคัญของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นเมืองเก่าที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมานับร้อยปี จึงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและศิลปกรรม

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 630 กิโลเมตร หรือตามทางรถไฟประมาณ 575 กิโลเมตร

จังหวัดอุบลราชธานี มีเนื้อที่ประมาณ 16,112.650 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 19.069 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 9.16 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

แนวเขตพรมแดน ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย รวมความยาวประมาณ 428 กิโลเมตร

- จุดที่ติดต่อกับ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประมาณ 361 กิโลเมตร (ในเขตติดต่อระหว่างอำเภอเขมราฐ อำเภอน้ำยืน กับ แขวงสะหวันนะเขต แขวงสาละวัน และแขวงจำปาสัก)

- จุดที่ติดต่อกับกับประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย ระยะทางประมาณ 67 กิโลเมตร (ระหว่างอำเภอน้ำยืน กับ จังหวัดเขาพระวิหาร ประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย)

จังหวัดอุบลราชธานี มีอำเภอทั้งสิ้น 20 อำเภอ กับอีก 5 กิ่งอำเภอ ประกอบด้วย



รูปที่ 9-6 อาณาเขตจังหวัดอุบลราชธานี ที่มา : www.moi.go.th

การเดินทาง ประกอบด้วย 3 เส้นทางหลัก ดังนี้

1. **ทางรถยนต์** จะมีรถโดยสารปรับอากาศหลายบริษัท วิ่งระหว่าง {อุบลราชธานี-กรุงเทพฯ} {อุบลราชธานี-เชียงใหม่} {อุบลราชธานี-อุครธานี} {อุบลราชธานี-สกลนคร} ซึ่งรถจะออกวิ่งวันละหลายๆ เที่ยว จากบริษัทขนส่ง จำกัด บริษัท นครชัยแอร์ บริษัท สหมิตรทัวร์ ฯลฯ และนอกจากนี้ ในจังหวัดอุบลราชธานี ยังมีบริษัทเอกชนที่ให้บริการรถทัวร์อีกหลายบริษัท อาทิเช่น ศักดาการท่องเที่ยว, สุรชัยทัวร์ ฯลฯ

2. **ทางรถไฟ** มีเส้นทางรถไฟจากกรุงเทพฯ ผ่าน สระบุรี-นครราชสีมา-บุรีรัมย์-สุรินทร์-ศรีสะเกษ ไปสิ้นสุดที่อำเภอ วารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งห่างจาก ตัวของจังหวัดประมาณ 3 กิโลเมตร

3. **ทางอากาศ** จังหวัดอุบลราชธานี มีสนามบินพาณิชย์ 1 แห่ง เป็นสนามบินนานาชาติ โดยมี บริษัทการบินไทย จำกัด สายการบินไทยแอร์เอเชีย เป็นผู้ใช้สนามบิน โดยได้จัดเที่ยวบินเพื่อ บริการ รับ-ส่ง ผู้โดยสาร วันละ 2 เที่ยว เช้ากับเย็น

ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่บริเวณที่เรียกว่า แอ่งโคราช (Korat Basin) โดยสูงจากระดับน้ำทะเลเฉลี่ยประมาณ 68 เมตร (227 ฟุต) ลักษณะโดยทั่วไปเป็นที่สูง ๆ ต่ำ ๆ จัดเป็นที่ราบสูงลาดเอียงไปทางตะวันออกมีแม่น้ำมูลที่อำเภอเมืองอุบลราชธานี ซึ่งแม่น้ำมูลไหลผ่านกลางจังหวัดจากทิศตะวันตก มายังทิศตะวันออก แล้วไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่อำเภอโขงเจียม และมีลำน้ำใหญ่ ๆ อีกหลายสายได้แก่ ลำเซบก ลำโดมใหญ่ ลำโดมน้อย และมีภูเขาสลับซับซ้อนหลายแห่งทางบริเวณชายแดนตอนใต้ ที่สำคัญคือ เทือกเขาบรรทัด และเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งกั้นอาณาเขตระหว่างจังหวัดอุบลราชธานี กับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐกัมพูชาประชาธิปไตย

ลักษณะภูมิฐานของจังหวัดอุบลราชธานี แบ่งออกโดยสังเขป ดังนี้

ภูเขา/เทือกเขาที่สำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่

1. **ทิวเขาพนมดงรัก หรือทิวเขาพนมดงเร็ก** ซึ่งแปลว่า ภูเขาไม้คาน ประกอบด้วย หลายยอดเขาในส่วนของพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี จะเป็นส่วนของทิวเขาที่สูงที่สุด เช่น ยอดภูต่าง ต่อเนื่องกับเขตอำเภอบุณฑริกเป็นจุดที่สูงที่สุดประมาณ 784 เมตร รองลงมาก็คือยอดเขาภูโดมใหญ่ สูงประมาณ 753 เมตร อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขายอดโดม ลักษณะของทิวเขาจะทอดยาวจนจดปากแม่น้ำมูล

2. **ทิวเขาภูพานตะวันออก** อยู่บริเวณทิวเขาทางตอนเหนือของจังหวัด เป็นบริเวณตอนปลายของทิวเขาภูพาน มีลักษณะที่ไม่ต่อเนื่องจึงเป็นภูเขาที่เชื่อมต่อกับเนินเขาและที่สูงลาดชันโผล่สลับ

กับพื้นที่ราบที่ดอน ภูเขาและยอดเขาที่สำคัญได้แก่ ภูเขาขาม ภูโหล่น ภูผาขาว ภูสะมุข ภูดงนาทม ภูผาชัน ภูโลง และภูจันทร์แดง

3. ภูจองนายอย เป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาพนมดงรัก มีลักษณะฐานคล้ายโดม หรือฝ่ามือ ซึ่งเป็นฐานของภูเขาไฟ ทั้ง ๆ ที่เป็นภูเขาหินชุดโคราช ทำให้เกิดกระบวนการไหลของลำธาร แดกกระจายเป็นลักษณะรัศมี ปัจจุบันเป็นอุทยานแห่งชาติภูจองนายอย ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ

4. ภูเขาไฟน้ำเย็น มีลักษณะเป็นเนินเขาธารลาวา (Lava Flow) เป็นพื้นที่บริเวณเดียวของจังหวัดที่เป็นเนินภูเขาไฟ มียอดเนินเขาสูงประมาณ 258 เมตร ปัจจุบันเป็นเขตสถิกรรมพืชไร่ พืชสวน ไม้ผล ซึ่งมีอยู่ 2 แหล่งที่สำคัญ คือ เขตอำเภอน้ำเย็น และเขตกิ่งอำเภอน้ำซุ่น อำเภอทุ่งศรีอุดม เขตรอยต่ออำเภอเดชอุดม

ภูมิอากาศโดยทั่วไปคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีอากาศร้อนในฤดูร้อน และค่อนข้างหนาวในฤดูหนาว ส่วนในฤดูฝนจะมีฝนตกชุกในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึงเดือนกันยายน และในปี 2545 มีฝนตกประมาณ 118 วัน ปริมาณน้ำฝนวัดได้ 1,677.3 มิลลิเมตร

จังหวัดอุบลราชธานี มีสนามบินนานาชาติให้บริการ โดยบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) และสายการบินแอร์เอเชีย เที่ยวบินไป-กลับกรุงเทพฯ - อุบลราชธานี ทุกวัน ๆ ละ 3 เที่ยวบิน

ทางรถยนต์ สามารถใช้เส้นทางติดต่อภายในจังหวัดและบริเวณจังหวัดใกล้เคียงตลอดจนถึงกรุงเทพฯ ระยอง เชียงใหม่ ได้อย่างสะดวกสบาย โดยรถยนต์ของบริษัทขนส่งจังหวัด และรถยนต์ปรับอากาศของบริษัทเอกชนอีกหลายบริษัท

การค้าชายแดน

จังหวัดอุบลราชธานี มีพื้นที่ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและราชอาณาจักรกัมพูชา ซึ่งมีข้อมูลการค้าดำเนินงานจุดผ่านแดน ดังนี้

ก. การเปิดจุดผ่านแดนด้าน สปป.ลาว

1. จุดผ่านแดนถาวร จำนวน 2 แห่ง คือ

- จุดผ่านแดนช่องเม็ก อำเภอสิรินธร (ตรงข้ามกับวังเต่า) เมืองโพนทอง แขวงจำปาสัก

- จุดผ่านแดนปากแซง กิ่งอำเภอนาตาล อำเภอเขมราฐ (ตรงข้ามกับปากตะพาน เมืองละคอนเพ็ง แขวงสาละวัน

2. จุดผ่อนปรนการค้าชายแดน จำนวน 4 แห่ง คือ

- บ้านด่านเก่า อำเภอโขงเจียม (ตรงข้ามบ้านใหม่สี่สัณฑ์ เมืองชะนะ สมบูรณ์ แขวงจำปาศักดิ์)
- ช้องดาอ อำเภอภูมทริก (ตรงข้ามบ้านเหียง เมืองกุสุมา แขวงจำปาศักดิ์)
- บ้านสองคอน อำเภอโพธิ์ไทร (ตรงข้ามกับบ้านหนองแสง เมืองละคอนเพ็ง แขวงสาละวัน)
- บริเวณหน้าว่าการอำเภอเขมราฐ (ตรงข้ามกับเมืองละคอนเพ็ง แขวงสาละวัน)

ข. จุดผ่านแดนด้านราชอาณาจักรกัมพูชา

มีเพียงจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน ช้องอานม้า อำเภอน้ำยั้น (ตรงข้ามกับบ้านสะเดียงหลวง อำเภอจอมกระสาน จังหวัดพระวิหาร)

การท่องเที่ยวอุบลราชธานี

อุบลราชธานีเป็นจังหวัดใหญ่ชายแดนที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นเมืองเก่าที่เจริญมาับร้อยปี เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน และมีประเพณีทางพุทธศาสนาที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนอุบลราชธานีเสมอ ดังนี้

หาดคูเดื่อ เป็นหาดทรายริมฝั่งแม่น้ำมูล อ.เมือง จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 12 กิโลเมตร ตามถนนเลี้ยวเมือง (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 24) บริเวณหาดมีแพของชาวบ้านเป็นจำนวนมาก ให้บริการในเรื่องอาหารเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวที่มักจะหลบลมร้อนไปสู่ความร่มรื่นของธรรมชาติ ในฤดูแล้งจะเห็นทรายขาวและอากาศเย็นสบาย

หาดวัดใต้ เป็นเกาะหาดทราย ตั้งอยู่กลางลำน้ำมูล ใกล้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี ในฤดูแล้งจะมีหาดทรายขาวเนียนน้ำใสสะอาดบนเกาะจะมีต้นไม้เขียวชอุ่มให้ความร่มเย็น นอกจากนั้นยังมีแพไม้ไผ่ให้บริการด้านอาหารชาวอุบลราชธานี และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนที่นี่จะนิยมมาเล่นน้ำในตอนเย็นจะมองเห็นพระอาทิตย์เคลื่อนลงสู่แม่น้ำคูสวยงามมาก

ศาลหลักเมืองอุบลราชธานี ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของทุ่งศรีเมือง และอยู่ด้านทิศเหนือของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ถนนศรีณรงค์

วัดทุ่งศรีเมือง ตั้งอยู่ถนนหลวง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองอุบลราชธานี สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 มีหอพระพุทธรูปเป็นอุโบสถที่พระสงฆ์ใช้ทำสังฆกรรม มีลักษณะของศิลปะแบบรัตนโกสินทร์ตอนต้น และศิลปะเวียงจันทร์ผสมอยู่ ภายในมีจิตรกรรมฝาผนังทุกด้าน และภายในวัดยังมีหอพระไตรปิฎกเป็นหอที่สร้างด้วยไม้ตั้งอยู่กลางสระน้ำเป็นที่เก็บรักษาพระไตรปิฎก มีลักษณะเป็นศิลปผสมระหว่างไทย พม่า และลาว

ทุ่งศรีเมือง เป็นลักษณะคล้ายสนามหลวง เป็นสถานที่พักผ่อนและออกกำลังกายและที่สำคัญมีอนุสาวรีย์พระปฐมวราชสุริยวงศ์ (ท้ายคำผง) ซึ่งเป็นผู้สร้างเมืองอุบลราชธานี

วัดศรีอุบลรัตนาราม (วัดศรีทอง) ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี ถนนอุปราช สร้างเมื่อปีเถาะ พ.ศ. 2398 สร้างในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองคือ "พระแก้วบุษราคัม" เป็นพระพุทธรูปปฏิมากรปรางมารวิชัยสมัยเชียงแสนแกะสลักจากแก้วบุษราคัม

วัดหนองบัว ตั้งอยู่ถนนธรรมวิถี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ห่างจากศาลากลางจังหวัด ไปทางด้านทิศเหนือประมาณ 3 กิโลเมตร สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2498 ภายในวัดมีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจคือพระธาตุเจดีย์ศรีมหาโพธิ์ จำลองแบบมาจากเจดีย์ที่พุทธคยาประเทศอินเดียเป็นสถานที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุรอบองค์พระธาตุเป็นกำแพงแก้ว

วัดแจ้ง ตั้งอยู่บนถนนสรรพสิทธิ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ภายในวัดมีพระอุโบสถมีรูปทรงสวยงาม และมีงานจำหลักไม้ที่มีฝีมือแบบพื้นบ้าน โดยแท้ อุโบสถวัดแจ้งเป็นโบราณสถานที่มีคุณค่าแห่งหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี โดยได้รับเกียรติบัตรในงานนิทรรศการ "สถาปนิก 30" จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วัดมหานาราม ตั้งอยู่บนถนนสรรพสิทธิ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี หรือที่ชาวบ้านทั่วไปเรียกว่า "วัดป่าใหญ่" เป็นวัดเก่าแก่และถือว่าเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดอุบลราชธานี ปุณนิยัตถุที่สำคัญของวัดนี้คือ พระเจ้าใหญ่อินแปลงเป็นพระพุทธรูปปรางมารวิชัย

วัดสุปฏิหารามวรวิหาร ถนนสมเด็จ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นวัดธรรมยุติ วัดแรกของจังหวัดอุบลราชธานี สร้างในสมัยรัชกาลที่ 4

วัดบ้านนาเมือง ติดกับสนามบินอุบลราชธานี มีพระอุโบสถสร้างเป็นรูปเรือหงส์และใช้เชรามิกในการตกแต่งอุโบสถ

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ตั้งอยู่บนถนนเขื่อนธานีตัดกับถนนอุปราชอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นที่ทำการศาลากลางจังหวัด ซึ่งนับได้ว่าเป็นพิพิธภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบแห่งหนึ่งเปิดทำการตั้งแต่วันพุธถึงวันอาทิตย์จาก 9.00 - 16.00 น.

พิพิธภัณฑ์เปิดบ้านก้านเหลือง ตั้งอยู่บ้านก้านเหลือง ตำบลขามใหญ่ อ.เมืองอุบลราชธานี จ.อุบลราชธานี ห่างจากตัวจังหวัดไปทางทิศเหนือประมาณ 5 กิโลเมตร แหล่งโบราณคดีแห่งนี้ขุดพบเมื่อปี 2535 โดยหน่วยศิลปากรที่ 6 อ.พิมาย จ.นครราชสีมา และจัดให้เป็นพิพิธภัณฑ์เปิดเพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าเยี่ยมชมศึกษาหาความรู้

วัดหนองป่าพง ตั้งอยู่ ต.โนนโนน อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี ห่างจากตัวจังหวัดไปทาง อ.กันทรลักษ์ ตามทางหลวงหมายเลข 2178 ประมาณ 8 กิโลเมตร บริเวณวัดมีเนื้อที่ประมาณ

186 'ไร่เศษ ในอดีตนั้นเคยเป็นวัดร้างและเป็นป่าช้ามาก่อนจนปี พ.ศ. 2497 หลวงปู่ชา (พระโพธิญาณเถระ) ได้บุกเบิกปรับปรุงให้เป็นที่ปฏิบัติธรรมและได้จัดตั้งขึ้นเป็นสำนักสงฆ์ และเป็นวัดในเวลาต่อมา ภายในบริเวณวัดเจียบ ร่มรื่น สวยงามเหมาะแก่การนั่งวิปัสสนากัมมัฏฐานและบำเพ็ญศาสนกิจ

แก่งสะพือ เป็นแก่งที่อยู่ในแม่น้ำมูล ในเขตอำเภอพิบูลมังสาหาร ห่างจากตัวจังหวัดอุบลราชธานี 45 กิโลเมตร เป็นแก่งที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี จะมีหินน้อยใหญ่สลับซับซ้อนกระแสน้ำไหลผ่านกระทบหิน แล้วเกิดเป็นฟองขาว มีเสียงดังตลอดเวลา ช่วงเดือนมกราคม - พฤษภาคม จะมีผู้นิยมไปเที่ยวกันมาก เพราะน้ำจะลดทำให้เห็นแก่งได้ชัดเจนและสวยงาม ในช่วงสงกรานต์เทศบาลตำบลพิบูลมังสาหาร ก็ได้กำหนดจัดงานประเพณีสงกรานต์ที่แก่งสะพือ ซึ่งในงานนี้จะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมงานเป็นจำนวนมาก

วัดภูเขาแก้ว ตั้งอยู่อำเภอพิบูลมังสาหาร ห่างจากตัวจังหวัด 44 กิโลเมตร ก่อนถึงอำเภอพิบูลมังสาหาร 1 กิโลเมตร วัดภูเขาแก้วสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2480 สำหรับให้พระสงฆ์ปฏิบัติกัมมัฏฐานพระอุโบสถประดับด้วยกระเบื้อง

เขื่อนสิรินธร เป็นเขื่อนเอนกประสงค์อีกแห่งหนึ่งของภาคอีสาน เขื่อนนี้จะสร้างกัน ลำโดมน้อยในเขตอำเภอสิรินธร ชาวบ้านทั่วไปมักเรียกว่า "เขื่อนโดมน้อย" อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 74 กิโลเมตร สร้างเสร็จในปี พ.ศ. 2514 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามว่า "เขื่อนสิรินธร" อำนาจประโยชน์ด้านชลประทาน การประปา การคมนาคมทางน้ำและการผลิตกระแสไฟฟ้า แล้วยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัด ภายในบริเวณเขื่อนได้มีการจัดสวนที่มีพันธุ์ดอกไม้นานาชนิด สำหรับให้เที่ยวชมเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

ช่องเม็ก เป็นจุดผ่านแดนไทย - ลาว ในเขตอำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นจุดผ่านแดนจุดเดียวในภาคอีสาน ที่สามารถเดินทางไปประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยทางพื้นดินในขณะที่จุดอื่นจะต้องข้ามลำน้ำโขง ช่องเม็กห่างจากจังหวัดอุบลราชธานีประมาณ 90 กิโลเมตร

น้ำตกตาดโตน อยู่ในท้องที่ตำบลคำเขื่อนแก้ว อำเภอสิรินธร เป็นน้ำตกขนาดเล็ก เกิดจากลำห้วยหนองชาด ซึ่งเป็นธารน้ำสาขาลำโดมน้อย อยู่ห่างจากถนนใหญ่ในเส้นทางสิรินธร-โขงเจียมเพียง 500 เมตร เป็นน้ำตกที่สวยงามสามารถลงเล่นน้ำได้บริเวณโดยรอบเป็นป่าไม้ฤดูที่น้ำเหือดมาจะเป็นหลังฤดูฝน และฤดูหนาว

ผาแต้ม ตั้งอยู่บริเวณอุทยานแห่งชาติผาแต้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 95 กิโลเมตร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาภูพานนับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

ที่น่าสนใจมีลักษณะเด่นที่ภาพเขียนสี ภูมิประเทศโดยรอบสวยงามด้านตรงข้ามเป็นประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะมองเห็นดวงอาทิตย์ขึ้นก่อนที่แห่งใดในประเทศไทยในบริเวณดังกล่าวด้วย

แม่น้ำสองสี ที่อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เป็นบริเวณที่แม่น้ำมูลไหลมาบรรจบกับแม่น้ำโขง ทำให้เกิดสีแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน คือแม่น้ำโขงมีสีน้ำตาลอ่อน (สีชา) ส่วนแม่น้ำมูลมีสีชาเข้มเขียว นิยมพูดกันติดปากว่า "โขงสีปูนมูลสีคราม" จุดที่สามารถมองเห็นแม่น้ำสองสีได้อย่างชัดเจนคือบริเวณลาดริมฝั่งแม่น้ำมูล แม่น้ำโขงหน้าวัดโขงเจียม และบริเวณบางส่วนของบ้านห้วยหมากใต้ ในเดือนเมษายน จะเป็นเดือนที่เห็นสีน้ำได้ชัดเจนที่สุดและบริเวณใกล้เคียงมีบริการเรือพาล่องชมทัศนียภาพสองฝั่งแม่น้ำ หรือซื้อของที่ระลึกที่ตลาดหมู่บ้านในฝั่งประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวอีกด้วย

เขื่อนปากมูล ตั้งอยู่บริเวณบ้านห้วยเหว ตำบลโขงเจียม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 70 กิโลเมตร เป็นเขื่อนที่มีลักษณะคล้ายฝายน้ำล้น ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ในการผลิตกระแสไฟฟ้า และใช้ประโยชน์ในด้านชลประทาน สันเขื่อนยังเป็นเส้นทางลัดจากอำเภอโขงเจียม ไปอำเภอสิรินธร โดยไม่ต้องย้อนไปอำเภอพิบูลมังสาหาร

อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อยู่ในท้องที่ตำบลโขงเจียม อำเภอโขงเจียม และตำบลคำเขื่อนแก้ว อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี เดิมชื่อว่าอุทยานแห่งชาติหินกอง ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2524 มีเนื้อที่ประมาณ 50,000 ไร่ แก่งตะนะจะมีสายน้ำเชี่ยวและลึก ทั้งยังมีถ้ำใต้น้ำหลายแห่งจึงทำให้ปลาบริเวณแก่งตะนะชุกชุม

งานประเพณีและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

การกินดอง หมายถึง งานพิธีมงคลสมรส มีความแตกต่างกับที่อื่นอยู่บ้างในส่วนปลีกย่อย โดยมักจะเรียกพิธีแต่งงานว่า "การกินดอง" ซึ่งหมายความว่าในลักษณะผูกพันเกี่ยวดองฝ่ายหญิงฝ่ายชายจะเป็นดองซึ่งกันและกันเรียกว่า "พ่อดอง แม่ดอง"

การทำบุญบั้งไฟ ประเพณีทำบุญบั้งไฟ คือบุญเดือนหก ทำขึ้นบูชาอารักษ์มหัศจรรย์หลักเมืองถือเป็นประเพณีขอฝนที่ได้ทำมาตั้งแต่บรรพกาล คำว่า "บั้งไฟ" หมายถึงกระบอกไม้ไผ่ที่นำมาบรรจุดินประสิวผสมกับถ่านไฟบอกให้ละเอียดแล้วอัดลงในกระบอกไม้ไผ่ บั้งไฟมี 3 ขนาด คือ บั้งไฟน้อย บั้งไฟหมื่น บั้งไฟแสน การแห่บั้งไฟมักจะจัดเป็นขบวนพอร่า หรือแข่งซึ่งมีลีลาที่งดงามอ่อนช้อยตามประเพณีของหมู่บ้านนั้น ๆ

การทำบุญข้าวประดับดิน การทำบุญข้าวประดับดินนิยมทำกันในวันแรม 13-14 ค่ำ เดือนเก้า โดยการห่ออาหาร หรือของขบเคี้ยวเป็นห่อไปถวายทานบ้าง นำไปห้อยตามต้นไม้บ้าง ด้วยเหตุนี้ จึงเรียกข้าวประดับดิน

การทำบุญข้าวสาก นิยมทำกันในวันขึ้นสิบค่ำ เดือนสิบ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “งานบุญเดือนสิบ” ข้าวสากนั้นมาจากคำว่า “สาก” เพราะบางเวลากวายเป็นพระสงฆ์ไม่เจาะจงว่าถวายรูปใด จึงจัดทำเป็นสากชื่อเจ้าภาพจับได้ของใครก็นำไปถวายตามนั้น

การทำบุญออกพรรษา ชาวพุทธนิยมทำอันดับแรกคือ การถวายปราสาทผึ้ง โดยใช้ไม้ไผ่จักตอกสานเป็นปราสาท ล้อมและมุงด้วยกาบกล้วย เอาผึ้งไปต้มให้เปื่อยแล้วจุ่มเป็นดอกแล้วนำไปเสียบประดับหลังคาปราสาท ข้างในมี ขนม นมเนย ข้าวต้ม กล้วย อ้อย เสือ หมอน ฝ้ายและอื่น ๆ เวลาประมาณทุ่มเศษ ๆ จะแห่ไปทอดเพื่อถวายพระ

ไหลเรือไฟ เป็นประเพณีที่นิยมทำกันในวันออกพรรษา คือการปล่อยเรือไฟ ชาวอุบลฯ เรียกว่า “ไหลเฮือไฟ” คือการนำเอาท่อนกล้วย หรือท่อนไม้มาทำเป็นรูปเรือ เวลาประมาณทุ่มเศษ ก็จะนำมาจุดไฟ โดยใช้ขี้ไต้หรือน้ำมันยางแล้วปล่อยเรือให้ไหลไปตามน้ำจะมีการตีฆ้องตีกลองตามวัดต่างๆ พระสงฆ์ จะจัดทำเรือไฟขึ้นในวัดตรงหน้าโบสถ์ ตอนกลางคืนจะนำดอกไม้รูปเทียนมาจุดบูชา เป็นพุทธบูชา

ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นประเพณีทางพุทธศาสนาของชาวจังหวัดอุบลราชธานี โดยกำหนดให้จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 และแรม 1 ค่ำ เดือน 8 ของทุกปี มีการประกวดต้นเทียนสำหรับต้นเทียนที่ส่งเข้าประกวดมี 2 ประเภท คือ ประเภทติดพิมพ์ และประเภทแกะสลัก จะมีขบวนแห่อันวิจิตรตระการตา แล้วยังมีนางฟ้าประจำต้นเทียนจากคุ้มวัดต่างๆ อีกด้วย การจัดงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาได้รับการสนับสนุนและการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นงานระดับประเทศ ซึ่งก็ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเที่ยวชมงานกันเป็นจำนวนมากทุกปี

โรงแรมที่พัก/ระยะเวลาพัก

จังหวัดอุบลราชธานี มีโรงแรมชั้นหนึ่งหลายแห่งด้วยกัน เช่น โรงแรมเนวาด้า แกรนด์ โรงแรมเนวาด้า อินท์ โรงแรมลายทอง โรงแรมทองแสง โรงแรมอุบลบุรี รีสอร์ท โรงแรมศรีมงคล โรงแรมกรุงทอง โรงแรมปทุมรัตน์ โรงแรมมอญธานี โรงแรมราชธานี โรงแรมริเจนท์ และนอกจากนี้ยังมี ทาวเฮ้าส์ และเซฟเฮ้าส์อีกมากมาย

- จำนวนโรงแรม 34 แห่ง ห้องพัก 1,850 ห้อง

- ระยะเวลาพัก 3:34/วัน/คน

อาชีพของผู้มาเยือน

- ชาวไทย : พนักงานบริษัท 28.93% ข้าราชการ 17.73% นักธุรกิจ 17.20%

- ชาวต่างประเทศ : นักธุรกิจ 19.61% ข้าราชการ 18.83%

- พนักงานบริษัท 14.64%

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว

ประเภทสถาปัตยกรรม และปฏิมากรรม เช่น วัดมหาวนาราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอไตรวัดทุ่งศรีเมือง พระธาตุหนองบัว วัดศรีอุบลรัตนาราม ฯลฯ

ประเภทร่องรอยอารยธรรมโบราณ เช่น ภาพเขียนสีก่อนประวัติศาสตร์ผาแต้ม ผาหม่อน

ประเภทธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย ภูสมุย น้ำตกสร้อยสวรรค์ แก่งสะพือ แก่งตะนะ ป่าดงนาทาม

ประเภทหมู่บ้านศิลปวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านหัตถกรรมเครื่องทองเหลืองบ้านปะอาว ศูนย์ศิลปาชีพบ้านยางน้อย

ประเภทแม่น้ำ ได้แก่ แม่น้ำมูล แม่น้ำชี และแม่น้ำโขง

ประเภทการท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอินโดจีน ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา

สินค้าหัตถกรรมที่น่าสนใจ

ผ้ากาบบัวเป็นสินค้าหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองอุบลราชธานี เนื่องจากมีลวดลายสวยงามและเฉพาะตัว ถึงกับได้ได้รับคำชมจากพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ดังนั้น เพื่อมิให้ผ้าเมืองอุบลราชธานี ถูกกลืนเลือนไปตามกาลเวลา จังหวัดจึงได้มีคณะทำงานพิจารณาลายผ้าพื้นเมืองในอดีตที่สวยงามจนได้ลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ที่ชื่อว่า "ผ้ากาบบัว" ผ้ากาบบัว เป็นชื่อผ้าในวรรณกรรมโบราณอีสาน อาจทอด้วยฝ้ายหรือผ้าไหม ประกอบด้วย เส้นยืนย้อมอย่างน้อยสองสี เป็นริ้วตามลักษณะ "ชั้นทิว" สีของผ้ากาบบัวหรือกลีบบัวจะไล่อ่อนแก่จาก ขาว ชมพู เทา เขียว น้ำตาล นอกจากนี้ยังทอพุ่งด้วยไหมสีสันมับไม (ไหมปั่นเกลียวทางกระรอก) มัดหมี่และจิด แหล่งทอผ้ากาบบัว ได้แก่ ศูนย์ศิลปาชีพสมพรรัตน์ อำเภอบุญนาค อำเภอลำโดง อำเภอทุ่งศรีอุดม และกิ่งอำเภอ นาเยี่ย

ผ้าไหมและผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติแหล่งทอ ได้แก่ อำเภอเขื่องใน อำเภอตระการพืชผล อำเภอโพธิ์ไทร อำเภอเขมราฐ อำเภอเดชอุดม อำเภอกุดข้าวปุ้น อำเภอโขงเจียม และกิ่งอำเภอนาตาล

เครื่องทองเหลืองเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่สืบทอดกันมาจากบรรพชนบ้านปะอาว อำเภอเมืองอุบลราชธานี เป็นหมู่บ้านที่ใช้วิชาหลอมโลหะสร้างผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม วิจิตรบรรจง จนเป็นที่

ยอมรับและรู้จักกันอย่างกว้างขวางผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ได้แก่ ผอบ เต้าปูน ตะบันหมาก ขัน หวีไม้ทำกระดิ่ง ฯลฯ

การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ในประเด็นกลยุทธ์ 5 ประเด็นคือ

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร
2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ
3. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี โดยเน้น Low Season
5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในบริเวณลาวใต้และเขมรสูง

ตารางที่ 9-15 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร (One Stop Service Center)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว (One Stop Service Center)	1. มีศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว		✓			
	1.2 มีผลงานวิจัยอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง	✓				

2. พัฒนาบุคลากร ด้านอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว	2.เพิ่มจำนวน มัคคุเทศก์/อาสาสมัคร เข้าฝึกอบรมและ จำนวนผู้ประกอบการ ที่ได้รับการพัฒนา ศักยภาพด้านการ ท่องเที่ยว	✓				
---	--	---	--	--	--	--

ตารางที่ 9-15 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
3. ส่งเสริมกิจกรรม ด้านการตลาด -ผลักดันจังหวัดให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป้าหมายของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่4ประเทศ	3.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้เพิ่มขึ้น	✓				
	3.2 Road Show	✓				
	3.3 จัดแรลลี่ ประเทศ (ไทย, ลาว, เวียดนาม กัมพูชา)	✓				
4. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ อุบลจำปาศักดิ์	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ OTOP ของ จังหวัด		✓			
	4.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเข้าชม		✓			
	4.3 สำรวจความ พึงพอใจนักท่องเที่ยว		✓			

ตารางที่ 9-16 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและ พัฒนาการท่องเที่ยว เชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่ง ดอกไม้อและเส้นทาง ดอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวได้รับ การพัฒนาและ เผยแพร่		✓			
	1.2 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางดอกไม้งามที่ ได้รับการพัฒนาและ เผยแพร่		✓			
2. การท่องเที่ยวเยี่ยม ชมเชิงเกษตรและ แปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และไร กาแฟ)	2.1 ประชาสัมพันธ์ พื้นที่ที่ได้รับการ ส่งเสริมและเผยแพร่		✓			
	2.2 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางท่องเที่ยว เชิงเกษตร		✓			
3. เชื่อมโยงเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น		✓			

4. การจัดทำหมู่บ้านตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน - บ้านพักในหมู่บ้านชาวไทยอีสาน -Thai Lanchang City	4.1 ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านตัวอย่างในโครงการ Home Stay / /long Stay		✓			
	4.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น		✓			

ตารางที่ 9-16 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	5.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและท้องถิ่นได้รับการพัฒนา	✓				
6. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ และเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงและเผยแพร่	✓				
7. เชื่อมโยงแก่งกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	7.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น	✓				
	7.2 สร้างความพอใจให้เพิ่มมากขึ้น	✓				

8.ด้านวัฒนธรรม	8.1ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการพัฒนาและ เอกลักษณ์ไทยอีสาน	✓				
----------------	--	---	--	--	--	--

ตารางที่ 9-17 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1. เขาพระวิหาร วัดพุทธ มรดกโลกสระกำแพง	1.1ประชาสัมพันธ์ ปราสาทขอมที่มีชื่อ เป็นที่สนใจ	✓				
2. บูรณะและพัฒนา โบราณสถานจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถานได้รับการ บูรณะ	✓				
3. พัฒนาเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงในจังหวัด (Historical and Legendary Route)	3.1ประชาสัมพันธ์ เส้นทางที่ได้รับการ พัฒนา	✓				
	3.2 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถานเพิ่มขึ้น	✓				

4.หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1ประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านวัฒนธรรม อีสาน	✓				
--------------------	---	---	--	--	--	--

ตารางที่ 9-18 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี
โดยเน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยว จังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตาราง การท่องเที่ยวของ จังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์ และส่งเสริมกัน	✓				
2. บัตรเดียวเที่ยวใน กลุ่ม จังหวัด/อำเภอ/ภาค	2.1 สร้างบัตรสร้าง รายได้	✓				

ตารางที่ 9-19 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการ
ท่องเที่ยวทั่วประเทศเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย

1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง	✓				
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่แวะเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น	✓				

ตารางที่ 9-19 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านลาวได้และเข้มรสูง	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้งแลกเปลี่ยนกับประเทศลาว เวียดนาม กัมพูชา	✓				
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุปถัมภ์จำปาศักดิ์ พระวิหารอัลลองเวง	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทาง เพิ่มขึ้น	✓				
	4.2 สร้างกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองคู่มือ	✓				

ตารางที่ 9-20 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางการ
ท่องเที่ยวและประตูสู่ลาวใต้

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.40
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	4.40
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	4.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	4.00
รวม	4.00

ตารางที่ 9-20 (ต่อ)

โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.00
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ (ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สาธารณเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.40
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	4.00
รวม	4.28

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูง มีโครงสร้างพื้นฐานที่พัก ภัตตาคาร ที่มีความพร้อมสูง มีสนามบินที่พร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางทางการบินในแถบอีสานใต้ และเชื่อมโยงด้านอินโดจีน โอกาสลงทุนในด้านท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงเป็นประตูสู่ลาวใต้ อันได้แก่ มรดกโลกวัดพู น้ำตกคอนพะเพ็ง ที่มีรายได้ตลอดปี หาดทรายธรรมชาติ

ที่คอนโขง อากาศเย็นสบายที่ปากช่อง ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกาและโอเชียเนียที่ต้องการการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติป่าเขา ผักผ่อนกับธรรมชาติชายหาด

อุบลราชธานี ศูนย์กลางการค้า การท่องเที่ยว การสื่อสาร การคมนาคมในแถบอินโดจีน รัฐให้ความสำคัญกับการสัมพันธไมตรีระหว่าง สปป.ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีนตอนใต้ ได้กำหนดกลยุทธ์ของการพัฒนาคมนาคมทางบกและทางอากาศ เชื่อมโยงสนามบินนานาชาติอุบลราชธานีสู่ความเป็น ฮับ สายการบินลาว บินตรงจากหลวงพระบาง เวียงจันทน์ จำปาศักดิ์ เสียมราฐพนมเปญ การเปลี่ยนแปลงเส้นทางบินระหว่างหลวงพระบางเวียงจันทน์ อุบลราชธานี เสียมราฐ พนมเปญและโฮจิมินห์ เป็นปัจจัยหนึ่งของการพัฒนาการค้า การท่องเที่ยว การสื่อสาร เส้นทางสายหลักของ 4 ประเทศเส้นตรงเศรษฐกิจ ที่ได้รับการเปิดประตูสัมพันธภาพในภูมิภาคให้มีความเจริญเติบโตทัดเทียมกัน ประดุจหนึ่งภาคพื้นยุโรปดินแดนติดชิดกัน พหุภาคีร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน ทูตสันตวะไมตรี จับคู่เมือง เมืองคู่ค้า ไทย สปป.ลาว กัมพูชา เวียดนาม การลงนามทวิภาคีมีอย่างต่อเนื่องใน 1 ทศวรรษที่ผ่านมา การเติบโตทางสังคมและเศรษฐกิจ สปป.ลาว ให้การต้อนรับ พลอดวิช่า ใช้ Border Past ในการผ่านแดนเข้าประเทศ

ธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย (เอดีบี) พัฒนาศักยภาพการพัฒนา สปป.ลาวในด้านการคมนาคมจากเหนือจดใต้ระยะทาง 680 กิโลเมตร เส้นทางรถไฟจึงเป็นปัจจัยหลักของการขนส่งมวลชนภายในประเทศ และสายการบินในประเทศและประเทศในแถบเอเชีย ทวิภาคีลงนามระหว่างเวียดนาม สปป.ลาว กัมพูชา และไทยที่ว่าด้วย กฎระเบียบการขนส่งทางบกผ่านแดนที่มีพื้นดินติดชิดกัน สินค้าจากท่าเรือน้ำลึกดานัง อาหารทะเล สินค้าอุปโภคบริโภคจากญี่ปุ่น จีน ฮองกง ไต้หวัน สามารถเดินทางขนส่งผ่านดานัง คอนตูม อัดตะปือ จำปาศักดิ์ และช่องเม็ก ระยะเพียง 290 กม. เท่านั้น เดินทางไม่ถึงครึ่งวัน

อุบลราชธานีศูนย์กลางการค้า การท่องเที่ยว การสื่อสารและคมนาคมในภูมิภาคแถบอินโดจีน อาหารทะเลเวียดนามเดินทางเข้าสู่ สปป.ลาวและไทยในด้านช่องเม็ก อาหารทะเลสดๆ จากทะเลจีนใต้ ทรัพยากรในดินสินในน้ำอุดมสมบูรณ์ การประมงที่เวียดนามให้ความสนใจในการต่อเรือประมงขนาดใหญ่ ส่งเสริมการประมงทะเลและน้ำจืด ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยังคงมีอยู่ ทฤษฎีพอเพียงกับประชากร 70 ล้านคน ที่รักษาความสมดุลทางนิเวศวิทยาและกายภาพ รักษาไว้หลังจากเปิดประเทศเสรี ได้กว่า 1 ทศวรรษ และพร้อมที่จะก้าวเข้าสู่ระบบทุนนิยม ตามกระแสโลกและความต้องการของประชาชน เราต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่าการเจริญเติบโตในภูมิภาคนั้นต้องขยายเศรษฐกิจเติบโตไปด้วยกัน สปป.ลาว เวียดนาม กัมพูชา มีรายได้การลงทุนมากขึ้นในแถบภูมิภาคก็มีเม็ดเงินสะพัดตามทฤษฎี แรงกระตุ้นของน้ำ อุบลราชธานีได้รับแรงกระตุ้นจาก สปป.ลาว เวียดนาม

และกัมพูชา กว่า 1 ทศวรรษที่ผ่านมาทาง ด้านช่องเม็กขนส่งสินค้าได้เปรียบดุลการค้า สปป.ลาว มูลค่ากว่า 3,200 ล้านบาทต่อปี สินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม ต่างเป็นสินค้าส่งออกไป สปป.ลาวทั้งสิ้น

กัมพูชาสมาชิกอาเซียน ได้รับการพัฒนาประเทศตามลำดับ ได้ตามเสถียรภาพ สังคมและเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว นครวัด นครธม บันทายศรี ปราสาทบายน โตนเลสาบ ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เสียมราฐ โดวันโตคืน การท่องเที่ยว โรงแรมและการบริการมีมากกว่า 146 แห่ง อัครสถานทูตที่พักราคา 720 ยูเอสดอลลาร์ด้วยฝีมือมนุษย์ 1 สหสวรรษล้วนเลมมาอย่างพิสดารยิ่ง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่รังสรรค์ขึ้นมาอย่างอลังการพระเจ้าชัยวรมันที่ 1-7 ที่มีความเกรงกล้าในห้วงของยุคขอมเรืองอำนาจ สถาปัตยกรรม วิศวกรรมศาสตร์ ดาราศาสตร์ ศิลปศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วิจิตรศิลป์ วรรณคดีศาสตร์ เรขาคณิต ตลอดจนศาสนศาสตร์ แรงงานคนกว่า 1 ล้านคนที่ทุ่มเทสร้างศาสนสถานอันวิจิตรงดงาม ภาพลายนูน รูปแกะสลัก หินทรายสีชมพู ด้วยเครื่องมือจากธรรมชาติ ปราศจากไฟฟ้าและเครื่องจักรทุ่นแรง อาณาจักรขอมที่ใช้หินเป็นวัสดุในการก่อสร้างขึ้น กัมพูชาพัฒนาการคมนาคม การเติบโตทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นไปตามครรลองของระบบประชาธิปไตยเมืองเสียมราฐ ของโบราณธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตของชาวเขมรยังดำเนินไป ตามธรรมชาติ เงียบสงบร่มเย็น

อุบลราชธานีเป็นหัวเมืองที่เจริญครบทุกอย่างในแถบอินโดจีน จุดกลยุทธ์ ความร่วมมือพหุภาคีระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน อุบลราชธานีเหมาะสมในสัมพันธภาพระหว่าง สปป.ลาว เวียดนาม กัมพูชาอย่างต่อเนื่อง และสัมฤทธิ์ผลตามลำดับมาโดยตลอด

ข้อเสนอแนวทางในการพัฒนากิจกรรมด้านการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดน

กิจกรรมการตลาดท่องเที่ยว นั้น ควรให้ความสำคัญในเรื่องการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาวิจัยตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวที่คุณภาพ คือนำเงินมาใช้จ่ายในประเทศไทยสูง

1. กิจกรรมการผลิตบริการท่องเที่ยว

ทั้ง 3 จังหวัดมีบริบทน่าเที่ยวไม่ว่าจะพิจารณาจากไกด์ โรงแรม หรือการบริการ ที่ถือว่าสมบูรณ์ และดีที่สุด มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก ทั้งที่เป็นธรรมชาติ ป่าภูเขา วัฒนธรรม โบราณสถาน และอื่นๆ อีกมาก นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่ได้เปรียบ คือ อุบนิสัย และประเพณีที่ดีสิ่งที

จะต้องปรับปรุงก็คือ บุคลากร ที่ทำงานด้านบริการ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะอาชีพอิสระควรพยายามแบ่งส่วนกันทำ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน แต่ทั้งนี้จะต้องให้ความร่วมมือและประสานงานกันเป็นอย่างดี ในส่วนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้นจะต้องทำติดต่อกัน และต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เน้นการอนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคและระดับจังหวัด ปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้า กิจกรรมพื้นบ้านและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนการจัดให้สถานบริการ ผู้โดยสารทางอากาศในเมือง เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะต่อไป ในปัจจุบันได้เปรียบประเทศเพื่อนบ้านในส่วนที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และโบราณสถาน ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของจังหวัด นอกจากนี้แล้วเรื่องอาหารและผลไม้ของจังหวัดเชียงรายก็ถือว่าเป็นจุดเด่นอีกประการหนึ่งด้วย

2. แก้ปัญหาและสร้างโอกาสทางการตลาด

ปัญหาทางการตลาด ได้แก่

1. ปัญหาเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมือง จะเห็นได้ว่าชาวต่างประเทศ มักจะมองเห็นว่าประเทศไทยขาดเสถียรภาพทางการเมือง อาจจะมีการปฏิบัติได้ตลอดเวลา ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. ปัญหาทางด้านภาพพจน์ของอาชญากรรมและ ซึ่งอาจจะเป็นปัญหาใหญ่ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมองว่าขาดสวัสดิภาพ ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่ ปัญหายาเสพติดการลักขโมย และชิงทรัพย์ ซึ่งทำให้มีภาพพจน์ที่ไม่ดี

3. ปัญหาการขาดแคลนมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ดึงดูดใจ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์

โอกาสทางการตลาด ได้แก่

1. ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร
2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด ล้านนา อีสานเหนือ และอีสานใต้
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season สร้างกิจกรรมตามโอกาส

-
-
5. ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในบริเวณ ภูมิภาค
แม่น้ำโขง

บทที่ 10

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

10.1 เป้าหมายการวิจัยและวัตถุประสงค์

การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจากการเชื่อมโยงเส้นทางของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศกัมพูชา พม่า ลาว จีนตอนใต้ เวียดนาม เพื่อการวางรากฐานประเทศไทยไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia ให้มีข้อมูลและข้อสรุปที่ชัดเจนจึงได้กำหนดให้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

10.1.1 เพื่อวิเคราะห์เส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำ และสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลก

10.1.2 เพื่อวิเคราะห์ผลหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ ที่มีต่อธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจรถทัวร์ และการรถไฟแห่งประเทศไทย

10.1.3 เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน อันได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัย

10.1.4 เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

10.2 วิธีดำเนินการวิจัย

10.2.1 การวิเคราะห์ BCG Model ในวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ในประเทศไทย และวิจัยเชิงประเมินการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน

10.2.2 วิเคราะห์ผลกระทบของการแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

การศึกษาและวิเคราะห์ของส่วนนี้ จะเป็นการประมวลข้อมูลจากรายงานสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำมาผนวกในเชิงการวิเคราะห์เพื่อให้สามารถสรุปสัดส่วนของการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว และ การสัมภาษณ์ กลุ่มผู้บริหารและหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

10.2.3 การประเมินคุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

วิเคราะห์ข้อดีและข้อจำกัด ของการจัดบริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำจากนั้นนำมาสร้างเครื่องมือประเมินการให้ความสำคัญของผู้โดยสารในเรื่องคุณภาพการบริการแล้วถ่วงด้วย (ค่าน้ำหนัก)

10.2.4 การประเมิน SWOT

การประเมินศักยภาพของจังหวัด / เมืองเพื่อพัฒนาการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว Tourism Hub และหรือพัฒนาการเป็นประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้าน Neighboring GateWay จะใช้ชื่อการวิเคราะห์ SWOT ในประเด็นการประเมินตามแบบประเมิน SWOT

10.2.5 การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัด

10.2.6 การจัดสัมมนากลุ่ม

10.3 สายการบินต้นทุนต่ำไทยและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

10.3.1 วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย (One Two Go by Orient Thai)

วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย เป็นสายการบินแบบประหยัดรายแรกของไทย ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นในการให้บริการที่แตกต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำทั่วไปในภูมิภาคเอเชีย โดยลักษณะของการนำเสนอราคาในรูปแบบราคาเดียวสำหรับทุกเส้นทาง (ภายในโซนเดียวกัน) พร้อมบริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง

10.3.2 ไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia)

แอร์เอเชียมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศมาเลเซีย มีการขยายฐานธุรกิจโดยการร่วมทุนกับชินคอร์ปเปิดสายการบินในประเทศไทยโดยใช้ชื่อว่า บริษัท แอร์เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด และใช้ Boeing 737-300 เพียงรุ่นเดียว มีความจุ 148 ที่นั่ง แอร์เอเชียมีการเปิดเส้นทางการบินทั้งในประเทศมาเลเซียและไทย รวมทั้งเส้นทางการบินระหว่างประเทศ เช่น ไทย สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชา จีน มาเก๊า แอร์เอเชียจะมีการร่วมทุนกับประเทศสิงคโปร์ ซึ่งขณะนี้กองทุนพัฒนาเสกธูบาลสิงคโปร์เข้ามาร่วมลงทุนจุดเด่นเน้นราคาประหยัด

10.3.3 นกแอร์ (Nok Air)

การบินไทย ผู้ถือหุ้นสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้ชื่อว่า นกแอร์ (Nok Air) ซึ่งมีผู้ร่วมทุน คือ การบินไทย ทิพย์ประกันภัย และสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เริ่มต้นให้บริการ ใน 6 เส้นทางหลักในประเทศ คือ ภูเก็ต เชียงใหม่ อุตรธานี ขอนแก่น พิษณุโลก และหาดใหญ่ ส่วน เส้นทางระหว่างประเทศซึ่งจะเป็นเส้นทางที่ใช้เวลาบินภายใน 3 ชั่วโมงจากกรุงเทพฯ มีกำหนดเปิด ดำเนินการในปี 2548

10.4 การแข่งขันในธุรกิจการบิน

สายการบินต้นทุนต่ำต้องแข่งขันสายการบินชั้นนำในเรื่องราคา ความถี่ของเที่ยวบิน การบริการ ชื่อเสียงของสายการบิน สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้โดยสาร การให้บริการ ปัจจุบัน เส้นทางการบินไปประเทศเพื่อนบ้านมีการแข่งขันค่อนข้างสูงของสายการบินต้นทุนต่ำไทย คือ ไทยแอร์เอเชีย และสายการบินต้นทุนต่ำต่างประเทศเช่น เส้นทางกรุงเทพฯ ฮานอย มีสายการบิน ต้นทุนต่ำ ไทเกอร์แอร์ ของประเทศสิงคโปร์ เส้นทางกรุงเทพฯ พนมเปญ มีสายการบินต้นทุนต่ำ แอร์เอเชีย ของประเทศมาเลเซีย เป็นต้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและการเป็น ย่านศูนย์การท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งสภาวะการแข่งขันจะแตกต่างกันไป ตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในแต่ละเส้นทางการบิน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับสายการบินคู่แข่ง และ กฎระเบียบควบคุมการประกอบธุรกิจการบินของแต่ละประเทศ รวมทั้งความสัมพันธ์เฉพาะของ ผู้นำประเทศ

รูปแบบการแข่งขันมีทั้งใช้ราคา (Price Competition) และไม่ใช้ราคา (Non Price Competition) ได้แก่ การกำหนดราคาโปรโมชั่น ซึ่งปัจจุบันแต่ละสายการบินหันมาใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคาได้แก่เพิ่มความถี่ของเที่ยวบิน สร้างความเหมาะสมของตารางการบิน การใช้ เครื่องบินใหม่ การใช้เครื่องบินประหยัด การเป็นสมาชิก การสะสมไมล์เดินทาง โดยการสร้างความเชื่อถือ เพิ่มคุณภาพและรูปแบบการบริการ การสร้างแบรนด์ของสายการบิน เป็นต้น ทั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนไว้

การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดจาก BCG Model โดยใช้อัตราการเจริญเติบโตของเส้นทาง การบิน ตั้งแต่เริ่มเปิดบริการจนถึงปัจจุบัน (สิงหาคม 2548) และส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจสาย การบินต้นทุนต่ำไทย ได้แก่ สายการบิน วัน ทู โก ไทยแอร์เอเชีย และ นกแอร์ ซึ่งสายการบิน วัน ทู โก เริ่มต้นมี 3 เส้นทาง ปัจจุบันมี 8 เส้นทาง อัตราเติบโตของเส้นทางการบิน 16.67 เท่า ส่วนแบ่งตลาด 22.22 (%) สายการบินไทยแอร์เอเชีย เปิดดำเนินการมี 4 เส้นทาง ปัจจุบันมี 18

เส้นทางการบิน มีอัตราการเติบโตของเส้นทางการบิน 3.5 เท่า มีส่วนแบ่งตลาด 50 (%) และสายการบินนกแอร์ เปิดดำเนินการมี 6 เส้นทาง ปัจจุบันมี 10 เส้นทางมีอัตราการเติบโตของเส้นทางการบิน 0.67 เท่า มีส่วนแบ่งตลาด 27.78 (%)

10.5 ประเทศเพื่อนบ้าน

ประเทศเพื่อนบ้านแนวพรมแดนติดต่อกับประเทศไทยและเชื่อมโยงจากการวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ พม่า (เมียนมาร์) ด่านลาว ด่านกัมพูชา และเวียดนามโดยที่แนวการวิเคราะห์คือเส้นทางการบินไปที่สนามบินนานาชาติในจังหวัด เชียงราย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีพรมแดนสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวกับเพื่อนบ้านได้

10.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

10.6.1 สายการบินต้นทุนต่ำไทยที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านยังไม่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก ได้แก่ เมืองโบราณฮอยอัน ประเทศเวียดนาม หลวงพระบาง ประเทศลาว พุกาม ประเทศพม่า นครวัด ประเทศกัมพูชา ถ้ามีการเพิ่มเส้นทางการบินต้นทุนต่ำ โดยกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางทางการบินหรือจังหวัดอื่นที่มีสนามบินนานาชาติและมีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง ได้แก่ จังหวัดเชียงราย อุดรธานี อุบลราชธานี ขอนแก่น

10.6.2 การเดินทางการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน จากการสำรวจผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า จังหวัดที่มีความสนใจการท่องเที่ยว คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ และจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเล หมู่เกาะ

10.6.3 เมืองที่ได้ไปชมในประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศที่เป็นศูนย์กลางการบินและท่องเที่ยว คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม และกัมพูชา จะเห็นได้ว่า ประเทศในภูมิภาคที่มีความต้องการเป็นศูนย์กลางทางการบินหรือการท่องเที่ยวของภูมิภาค ดังนั้นนโยบายควรชิงความได้เปรียบในความพร้อมทางด้านสนามบิน และการเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย

10.6.4 เมื่อพิจารณาความสนใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สนใจมากตามลำดับ คือ เกาะทะเล อาหาร แหล่งซื้อของ ป่า ภูเขา ศิลปวัฒนธรรม สิ่งบันเทิงยามราตรี มรดกโลก โบราณสถาน ดังนั้น การเพิ่มเส้นทางการบินควรพิจารณาถึงจุดหมายปลายทางไปที่แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากเรียงลำดับดังกล่าวข้างต้น

10.6.5 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมากที่สุด คือ ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน ความสะดวกสบายในการเดินทาง และความสะดวกสบายของที่พัก

ในส่วนที่ต้องพิจารณาพัฒนา(ให้ดีขึ้น)คือ ความสะอาดของบ้านเมือง ความซื่อสัตย์ของร้านค้า และการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่

10.7 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่เป็นศูนย์การบินต้นทุนต่ำ : สิงคโปร์ และ มาเลเซีย

สำหรับประเทศมาเลเซียมีสายการบินต้นทุนต่ำแอร์เอเชีย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มจากปี 2003 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 10.58 ล้าน คนมีรายได้จากการท่องเที่ยว 21,291.1 ล้านบาทปี 2004 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 15.70 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 29,651.4 ล้านบาทการใช้การบินต้นทุนต่ำประสานกับแหล่งการท่องเที่ยวต่างๆทั้งในประเทศ มาเลเซียและประเทศในอาเซียนโดยมีสายการบินแอร์เอเชียซึ่งมีเส้นทางการบินที่มากที่สุดในภูมิภาคนี้และยังมีการร่วมลงทุนกับประเทศไทย อินโดนีเซียในการลงทุนประกอบธุรกิจสายการบิน

ประเทศสิงคโปร์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวจึงสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก และยังเป็นประเทศของศูนย์กลาง หรือฮับ ในภาคอุตสาหกรรมการบินของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย โดยมีแหล่งช้อปปิ้งที่โด่งดังสอดคล้องกับการพัฒนาสายการบินต้นทุนต่ำในหลายประเทศ การเปิดเส้นทางบินรูปแบบนี้ในสิงคโปร์จึงชัดเจนขึ้น จนปัจจุบันมีรวม 3 สายการบินโลว์คอสต์หลักๆ ได้แก่ แอร์เอเชีย, ไทเกอร์แอร์ไลน์ และเจ็ตสตาร์เอเชีย โดยไม่รวมอีกหนึ่งสายการบินโลว์คอสต์จากไทย ในชื่อ ไทยแอร์เอเชีย จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2005 รวมที่ 8.8 ล้านราย หรือเพิ่มขึ้น 400,000 ราย จากปี 2004 จึงเป็นตัวเลขที่ขยับขึ้นด้วยผลจากการเปิดสายการบินต้นทุนต่ำ

จากการวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย เพื่อหาแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศูนย์สายการบินต้นทุนต่ำและสัดส่วนการเดินทางเข้าประเทศไทยโดยสายการบิน พบว่าแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศูนย์สายการบินสายการบินต้นทุนต่ำมาเลเซียและสิงคโปร์เข้ามาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

10.8 การใช้บริการในอนาคตของผู้โดยสารในอัตราสูง

จากการสำรวจสอบถามผู้โดยสารชาวไทยต้องการซื้อบริการในอนาคตสูงมากคิดเป็นร้อยละ 95.30 และชาวต่างประเทศ ร้อยละ 95.50

10.9 การแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

ตลาดการบินยังคงเป็นของสายการบินปกติ ทั้งนี้การวางตำแหน่งทางการตลาดที่ไม่ถูกต้อง และการกำหนดฐานลูกค้าที่ไม่ชัดเจนของสายการบินต้นทุนต่ำ ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากในธุรกิจการบินขณะนี้ ได้ทำให้สายการบินหลายรายหันมาปรับกลยุทธ์ธุรกิจตามกระแสนิยมสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง รวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด

10.9.1 ผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคา Price Competition

10.9.1.1 ธุรกิจสายการบินที่ให้บริการภายในประเทศอยู่ในปัจจุบัน อันได้แก่ การบินไทย และสายการบินเอกชนต่างๆที่ให้บริการในประเทศอยู่ในขณะนี้ต่างต้องใช้กลยุทธ์ในการแบ่งกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดผู้โดยสารในประเทศและต่างประเทศ

10.10.1.2 กิจกรรมที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางบก อันได้แก่ การรถไฟ และธุรกิจรถทัวร์ปรับอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทขนส่ง จำกัด ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบบ้างจากการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเช่นกันโดยคาดว่าจะมีผู้โดยสารทางบกส่วนหนึ่งที่แต่เดิมนิยมโดยสารรถไฟหรือรถทัวร์ปรับอากาศ อาจจะหันไปให้บริการทางอากาศของสายการบินต้นทุนต่ำแทน เนื่องจากความแตกต่างของราคาและเวลาที่ใช้ระหว่างการเดินทาง

10.9.2 ข้อเสนอกลยุทธ์ในที่ใช้การแข่งขัน

10.9.2.1 การสร้างความเชื่อมั่นและภักดีในแบรนด์มากขึ้น สร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในระยะยาว กิจกรรมการสร้างตราสินค้า ประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสร้างความคุ้นเคย ภาพลักษณ์ และความมั่นใจในตราสินค้า จะต้องเกิดขึ้นกับสายการบินต้นทุนต่ำ แม้จะทำให้ต้นทุนและราคาสูงขึ้นบ้าง

10.9.2.2 การสร้างรายได้เสริม นอกเหนือจากบริการการบิน เพิ่มเติม การขายอาหาร และเครื่องดื่มบนเครื่อง มีการขายของชำร่วย ของพรีเมียมที่เป็นตราของบริษัท เครื่องสำอาง และสินค้าในความนิยม รวมถึงมีการขายโฆษณาทั้งบนตัวเครื่อง และภายในเครื่องด้วย

10.9.2.3 ความสะดวก ก็จะเป็นมูลค่าเพิ่มที่สายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งเน้นมากขึ้น เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จเช่นกัน ทั้งการเพิ่มช่องทางจำหน่ายขนาดเล็ก การเชื่อมโยงกับพันธมิตรไม่ว่าจะเป็นโรงแรมราคาประหยัด ที่พัก บริษัทรถยนต์ แท็กซี่ เป็นต้น

10.9.2.4 การให้บริการในเส้นทางที่ยาวขึ้น เนื่องจากโดยทั่วไปมีความเชื่อกันว่า สายการบินต้นทุนต่ำนั้น จะเหมาะสมกับการให้บริการแค่เส้นทางเกิน 3 ชั่วโมง การบริการเพิ่มเติมทางด้านสื่อสารโทรคมนาคม ให้มีการดาวน์โหลดเกม หรือวิดีโอ ออนไลน์

10.9.2.5 เปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ น่าจะเกิดขึ้นอีกมาก เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่สูงมากในหลายเส้นทาง และควรจะเป็นเส้นทางที่มีเวลาการบินที่ยาวนานขึ้น โดยน่าจะเป็นการบินไปยังแหล่งท่องเที่ยว และศูนย์ธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นเพิ่มเติมจากแคบินในเส้นทางในประเทศ

10.9.2.6 เพิ่มบริการประเภท พรีเมียม ควบคู่ไปกับประเภทราคาประหยัดให้ผู้บริโภคเลือกใช้ได้ตามต้องการ

10.10 คุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการขนส่งผู้โดยสาร จะประกอบด้วย 1) ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร 2) ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของผู้โดยสาร 3) ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารหลังเคยใช้บริการแล้ว

วัตถุประสงค์ของการประเมินคุณภาพบริการเพื่อประเมินคุณภาพด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ความสะดวกของการใช้บริการ
- 2) การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน
- 3) ความปลอดภัยในการเดินทาง
- 4) ความคุ้มค่าการให้บริการ

10.11 ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์ SWOT คุณภาพบริการ

<p>S : - ราคาประหยัด</p> <ul style="list-style-type: none"> - การตรวจสภาพเครื่องบินเสมอทำให้เพิ่มความปลอดภัย - สามารถบรรทุกผู้โดยสารได้จำนวนมาก - พนักงานมีประสบการณ์และวุฒิและคุณวุฒิที่เหมาะสม 	<p>W : - ไม่ค่อยมีสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่สามารถไปถึงยังจุดรับส่งที่ทุกคนพอใจได้ (ไม่สามารถรับส่งในบางจังหวัด) - ไม่สามารถกำหนดที่นั่งได้ - เครื่องบินเป็นเครื่องบินขนาดเล็กทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูง
<p>O : - การขยายเส้นทางการบินไปประเทศเพื่อนบ้าน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างได้โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่ม เช่นเพิ่มบริการแบบนกพลัส - ต้องร่วมมือกันประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับทราบถึงการให้บริการมากยิ่งขึ้น - แนวโน้มการใช้บริการในอนาคตเพิ่มขึ้น 	<p>T : - การปรับปรุงให้ได้มาตรฐานของเครื่องบินทำได้ยากเพราะบริการเป็นเครื่องที่ใช้งานมานานแล้ว</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่สามารถเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้ในอัตราค่าบริการปัจจุบัน - ไม่มีสนามบินเฉพาะสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ต้นทุนการบริการสูงของสายการบินสูง

10.12 ข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณภาพการบริการผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

10.12.1 กลยุทธ์ที่ให้บริการแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งลักษณะและคุณภาพที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจ

10.12.2 กลยุทธ์ปรับปรุงประสิทธิภาพบริการอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้โดยสารเพิ่มขึ้น

10.12.3 กลยุทธ์การเพิ่มบริการใหม่ให้มากขึ้น การบริการด้วยเครื่องบินใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ให้ผู้โดยสารสำนึกและจดจำในคุณค่าของบริการที่มอบให้

10.13 การสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

การสร้าง ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non Price Competition) ซึ่งหมายถึงการกระทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่ต้องการและดึงดูดใจลูกค้าโดยรวมถึงการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้า บริการที่จำหน่าย การเลือกช่องทางจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ซึ่งธุรกิจการบินต้นทุนต่ำได้มีการพัฒนากระบวนการให้บริการแก่ผู้โดยสารในหลายด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างและลักษณะพิเศษแก่สายการบินตน เช่น นกแอร์ และ วัน ทู โก ทำให้ผู้โดยสารมีโอกาสที่มาเลือกพิจารณาถึงความสะดวกสบายที่จะได้รับ นอกเหนือจากการแข่งขันด้านราคา และผลการประเมินผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากและมากที่สุดเกือบทุกประเด็นของบริการด้านต่างๆ

10.14 ข้อเสนอแนะจากการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำไทย

10.14.1 การปรับปรุงบริการที่มีระดับความพึงพอใจ(ไม่มาก)

- การขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ
- ความสะดวกสบายของที่นั่ง
- ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ
- การบริการขายสินค้าบนเครื่องบิน
- ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักสัมภาระ

10.14.2 ราคาบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำกับสภาพความจริงที่ต้องการความเข้าใจของผู้บริโภค

- ค่าธรรมเนียมในบริการต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนเที่ยวบิน น้ำหนักสัมภาระ

10.14.3 การสำรองที่นั่งผ่าน Web site บ้างเวลามีปัญหา (Web site ล่ม) ไม่สามารถดำเนินการจองสมบูรณ์ได้

- ใช้เวลาการจองนาน
- การใช้บัตรเครดิต ไม่ได้รับการยืนยันการตรวจสอบ
- การใช้หลักฐานทางการเงินเพื่อลงบัญชี

10.15 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย กัมพูชา และลาวตอนใต้

ประเทศกัมพูชามีดินแดนที่เป็นมรดกโลกด้านอารยธรรมของขอมโบราณ ประเทศไทยมีเส้นทางที่เป็นประตูสู่กัมพูชา ทางด้านอรัญประเทศ และด้านตาพระยา นอกจากนั้นทางเลือกในการสัมผัสบรรยากาศแบบขอมโบราณ สามารถเดินทางไปจังหวัดอุบลราชธานีไปจำปาสัก และจังหวัดศรีสะเกษเพื่อชมความงามธรรมชาติที่ผามออีแดง ประตูสู่เขาพระวิหาร และสามารถเข้าไปสู่ นครวัด นครธม ของกัมพูชาได้ โดยผ่านช่องสะง่า อำเภอกุสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ และมีอีกหลายแนวทางในการส่งเสริมให้ประเทศทั้งสามได้มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด

อีกด้านหนึ่งของการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านด้านลาวใต้ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แหล่งท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วย น้ำตกตาดหลี่ผี, คอนพะเพ็ง, ชมทางรถไฟที่สร้างขึ้นในสมัยฝรั่งเศส อยู่ในพื้นที่เขตเมืองโขง แขวงจำปาสัก ชมตาดผาส้อม ที่เมืองบาชเจริญสุข ชมตาดฟาน เมืองปะทุมพร ชมเขื่อนผลิตไฟฟ้า น้ำตกเซเซ็ด และน้ำตกห้วยเหาะ เขตเมืองปากช่อง เมืองปากเซ

10.16 ข้อเสนอเพื่อพิจารณาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กัมพูชาและลาวใต้

10.16.1 กลยุทธ์การขายร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

กลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภค แหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี เพราะประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนครวัด ลาวมีน้ำตก หลี่ผี ขายได้ทุกวัน และขายได้ทั้งปี เสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปแบบกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำและโปรแกรมการท่องเที่ยว

10.16.2 การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทางด่านอรัญประเทศและปากเซ

การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะง่า ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวร ต้องมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การเปิดประตูเปิดด่านช่องเม็กเข้าลาว ช่องสะง่าเข้ากัมพูชา มีความเป็นไปได้สูงมากโดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้า

10.16.3 การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

เป็นเรื่องที่ดีความพร้อมด้านถนนเริ่มจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ภาครัฐต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

10.16.4 กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน

ควรจัดให้มีแหล่งรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสง่างามหรือที่สามเหลี่ยมมรกต โขงเจียม สิรินครพัฒนาสนามกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครธม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้ เพิ่มการขนส่ง สาธารณการ ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น ช่องเม็กอำเภอสิรินครของจังหวัดอุบลราชธานี

10.16.5 กลยุทธ์ในการเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอม ลาวได้ และอีสานใต้

การเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอมในอีสานใต้อย่างปราสาทหิน พิมาย พนมรุ้ง เมืองต่ำ ศิขรภูมิ สระกำแพงใหญ่ กับการท่องเที่ยววัดพูของลาว และเขาพระวิหาร นครวัด ของกัมพูชา

10.16.6 ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน และเป็นประตูสู่ลาวได้

ท่องเที่ยวคอนพะเพ็ง ในแองการ่าแห่งเอเชีย วัดพู ปราสาทของมรดกโลก และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางรถยนต์กับจังหวัดเสียมเรียบประเทศกัมพูชา ชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลกนครวัด ผ่านช่องสง่างาม จังหวัดศรีสะเกษ

10.16.7 การส่งเสริมการท่องเที่ยวสามฝ่าย ไทย ลาว และกัมพูชา

ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในไทย และกัมพูชาและลาวได้ ผ่านกรอบความร่วมมือภูมิภาค อาทิตินอดีต ECS (Economic Cooperation Strategy) GMS (Greater Mekong Subregion) และ Emerald Triangle

10.16.8 การจัดกิจกรรม Activity Trip

ตัวอย่าง เช่นการจัดแรลลี่ โดยจะเริ่มต้นที่กรุงเทพฯ ผ่านเข้าไปในเสียมราฐ ที่กัมพูชา วกลงไปลาว ก่อนย้อนกลับเข้ามาไทย และเลยไปพม่า นอกจากโครงการเช่นนี้จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับอนุภูมิภาค ยังจะเป็นการกระตุ้น สัมพันธภาพในระดับประชาชนของประเทศสมาชิกเหล่านี้ ให้มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของแต่ละประเทศ นับว่าเป็นการผูกมิตรในระยะยาว

10.16.9 กลยุทธ์การพัฒนาความร่วมมือประเทศเพื่อนบ้านกลยุทธ์การพัฒนาความร่วมมือของประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนาความร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทย-กัมพูชา-ลาว-พม่า โดยไทยมีประสบการณ์และความถนัดในสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมเป็นอย่างดีพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของกัมพูชา และลาวได้ และสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันฉันพี่น้องที่เมืองน้อง นับว่าเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่มุ่งสร้างสรรค์ความเจริญร่วมกันอย่างยั่งยืน

10.17 การเชื่อมโยงเส้นทางไทย ลาว และเวียดนาม

10.17.1 อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง

เชื่อมโยงลาวไปหลวงพระบาง" นั้นเป็นอดีตราชธานีของอาณาจักรล้านช้าง อายุกว่า 1,200 ปี เป็นเมืองที่องค์การยูเนสโกขึ้นทะเบียนเป็นเมืองมรดกของโลกเช่นเดียวกับเมือง ฮอยอัน ในประเทศเวียดนาม และเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา ปัจจุบัน การคมนาคมสะดวก นักเดินทางจำนวนมากมุ่งสู่ประเทศนี้ ซึ่งไปได้หลายเส้นทาง ที่นิยมกันมากก็คือ จุดผ่านแดนที่ จ. หนองคาย

นครเวียงจันทน์ เป็นเมืองหลวงของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำโขงด้านตะวันออก-เฉียงเหนือ ซึ่งตั้งอยู่ตรงข้ามของอำเภอ ศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคายของไทย ระยะทางจากหนองคายเพียง 14 กิโลเมตร

วังเวียง หรือ กุ้ยหลิน แห่งเมืองลาว เป็นเมืองเล็กๆที่เงียบสงบอยู่ทางตอนเหนือของนครเวียงจันทน์ ห่างจากนครเวียงจันทน์เพียง 160 กิโลเมตร ตามถนนหมายเลข 13 ปัจจุบันอุดรธานีเป็นจังหวัดที่มีสายการบินต้นทุนต่ำสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางบกตามเส้นทางอุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง

10.17.2 มุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบาว – เกเซนท์ - ดองฮา - กวางตรี - เว้ - ดานัง

เส้นทางการบินต้นทุนต่ำจากกรุงเทพฯ ไปที่สนามบินจังหวัดขอนแก่นแล้วสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ตามเส้นทางเชื่อมตะวันออก ตะวันตก (East West Corridor) ไปสู่จังหวัดมุกดาหารซึ่งจะเชื่อมไปสู่เมืองสะหวันเขต สปป.ลาว

เมืองสะหวันเขตและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

สะหวันเขต มีพื้นที่ 22,080 ตารางกิโลเมตร เมืองเซโปนที่มีแผนพัฒนาของลาวให้เป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจ และ พิพิธภัณฑสถานแสดงนิทรรศการของแขวงสะหวันเขต

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

เวียดนามเป็นประเทศหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามจำนวนมาก ประกอบกับมีประเพณีและวัฒนธรรมที่เก่าแก่สืบทอดมาถึงปัจจุบัน ทำให้เป็นที่สนใจของชาวต่างชาติ รัฐบาลเวียดนามพยายามที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปในเวียดนามเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้ ปัจจุบัน ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศให้เวียดนาม

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- เมืองเว้ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานของกษัตริย์เหงียน และเจดีย์โบราณ
- เมืองดาลัด แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ พระราชวังฤดูร้อนของกษัตริย์องค์สุดท้ายของเวียดนาม วัด Chua Lin Phuoc และสวนดอกไม้เมืองหนาวขนาดใหญ่
- โฮจิมินห์ ซิตี้ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ อุโมงค์ใต้ดิน ถ้ำ ที่ใช้สู้รบกับสหรัฐฯ ในสงครามเวียดนาม ทำเนียบประธานาธิบดี และแหล่งสินค้าพื้นเมือง

10.17.2.1 การท่องเที่ยวตามเส้นทาง East West Corridor

เส้นทางหมายเลข East West Corridor หรือ หรือทางหลวงหมายเลข 9 เป็นเส้นทางสำคัญที่ใช้เป็นทางเดินเข้าสู่เวียดนาม ตอนกลางใกล้ที่สุด ถนนสายนี้ผ่านเมืองสะพานเขตหลัก กิโลเมตรที่ 26 เดินทางผ่านเมืองต่างๆ จนถึงเขตชายแดนลาว - เวียดนาม และแหล่งท่องเที่ยวเวียดนามตอนกลาง

10.17.2.2 ประเทศเวียดนาม (เกเซนท์ - ดองฮา - กวางตรี)

เมืองเกเซนท์ เป็นเมืองเล็ก ๆ อยู่ชายแดนติดพรมแดนลาว เป็นเมืองในเขตเมืองกวางตรี เมืองเว้เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในเวียดนามตอนกลาง ด้วยเป็นที่ตั้งเมืองหลวงของราชวงศ์เหงียนมานานประมาณ 150 ปี

10.17.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองดานัง

ระยะทางเว้ - ดานัง ห่างกันประมาณ 110 กิโลเมตร มีชื่อเรียกทางราชการว่าจังหวัดกวางนา - ดานัง ดานังเป็นเมืองสำคัญที่สุดในเวียดนามตอนกลาง เป็นเมืองใหญ่เช่นเดียวกับโฮจิมินห์ซิตี้เป็นศูนย์กลางภาคใต้ เมืองฮานอยเป็นศูนย์กลางทางภาคเหนือของสาธารณรัฐประชาธิปไตยเวียดนาม

เมืองดานัง ซึ่งแต่เดิมเป็นเมืองท่าเรือชาวประมง เชื่อมต่อกับเมืองไฟโพอหรือ เมืองฮอยอัน Hoi An ในปัจจุบัน เมืองที่สงบนี้เหมาะสำหรับการหนีให้พ้นถนนอันจอแจของเมืองดานัง สมาคมชาวจีนที่น่าสนใจไว้หลายแห่ง หอประชุมร้านค้าใหญ่ และวัดที่เก่าแก่

ฮอยอันหรือหอยแอน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อที่สุดในเขตดานัง รู้จักกันทั่วไปว่าเป็นเมืองโบราณที่ชุมชนท้องถิ่นอนุรักษ์ไว้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

10.17.3 ไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์

สายการบินไทยแอร์เอเชียเปิดเส้นทางการบินกรุงเทพฯ-กรุงฮานอย

- กรุงฮานอย มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานโฮจิมินห์ พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง เจดีย์เสาเดียว การแสดงหุ่นกระบอกน้ำพื้นเมือง และอ่าวฮาลองเบย์

- Do Son มีบ่อนการพนันขนาดใหญ่ อยู่บริเวณชายฝั่งทะเลเมืองไฮฟอง

10.18 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทย – ลาว และเวียดนาม

10.18.1 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยงเชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

10.18.2 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่เวียงจันทน์ เวียง และหลวงพระบาง พร้อมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์ ซึ่งควรให้มีรถโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุดรธานีถึงนครเวียงจันทน์

10.18.3 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่นไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเว้ ฮอยอันเมืองมรดกโลก

10.18.4 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตูสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ สมรภูมิอเมริกัน วัดโบราณ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ์

10.18.5 เส้นทางท่องเที่ยว กทม.-กรุงเทพมหานคร-นครโฮจิมินห์ เป็นเส้นทางที่มีศักยภาพสูง และน่าจะเป็นเส้นทางที่จะสร้างโอกาสการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยวให้แก่อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงนี้ สอดคล้องกับแนวคิด ACMECS ที่ส่งเสริมให้ไทย และประเทศเพื่อนบ้านบูรณาการเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน

10.19 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้ (ยูนนาน)

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในพม่าที่น่าสนใจ ได้แก่

อาณาจักรพุกาม อันเป็นดินแดน อารยธรรมของโลก

เมืองหงสาวดี เป็นเมืองประวัติศาสตร์ สมัยพระเจ้าบุเรงนอง

เมืองย่างกุ้ง เป็นเมืองหลวงซึ่งมีเจดีย์ชเวดากองอันยิ่งใหญ่

เมือง มัณฑะเลย์ เป็นเมืองหลวงเก่าที่มีเสน่ห์

เมือง มินกุน เป็นเมืองที่มีเจดีย์และระฆังยักษ์

ปัจจุบันยังไม่มีเส้นทางการบินต้นทุนต่ำบินเข้าประเทศพม่าตอนเหนือ ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ ดังที่เสนอให้ใช้ศักยภาพของจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางเส้นทาง การท่องเที่ยวทางรถยนต์และทางน้ำในการท่องเที่ยวไทย ลาว พม่า จีนตอนใต้ 4 เส้นทางคือ

10.19.1 เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - คำลัว (จีน) - เชียงรุ้ง

10.19.2 เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต็น - เมืองลา (จีน) - จิงหง (เชียงรุ้ง)

10.19.3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง

10.19.4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง

10.19.5 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ - ย่างกุ้ง

จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ ได้แก่ พม่า และลาว นอกจากนี้ยังมีพรมแดนใกล้กับมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน จังหวัดจึงมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดเชียงรายเป็น ศูนย์กลางการติดต่อระหว่างเชียงใหม่ - เชียงราย - เชียงตุง - เชียงรุ้ง - หลวงพระบาง

นอกจากเส้นทางคมนาคมทางบกแล้ว จังหวัดเชียงรายยังมีความพร้อมในด้านเส้นทาง คมนาคม ทางอากาศ และทางน้ำ โดยขณะนี้จังหวัดได้มีท่าอากาศยานสากลและมีสายการบิน ต้นทุนต่ำให้บริการและพร้อมจะรองรับเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่จากต่างประเทศเพื่อเชื่อมต่อไป ยังเชียงตุง โดยเครื่องบินขนาดเล็กต่อไป

การติดต่อทางแม่น้ำโขงเริ่มตั้งแต่แม่น้ำโขง (แม่น้ำลานช้าง) ในดินแดนสิบสองปันนา มาถึงอำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งขณะนี้ อำเภอเชียงของเป็นด่าน ถาวร

เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ได้รับการพัฒนาให้พร้อมทางด้านท่าเทียบเรือ ความสะดวกใน การประกอบพิธีการเข้าเมือง และความปลอดภัย หากมีการปักค้ำคั้นระหว่างการเดินทางแล้วการ ติดต่อทางน้ำจะเป็นการจูงใจการท่องเที่ยวอีกแนวทางหนึ่ง

10.19.1 เชียงราย - แม่สาย - ท่าจี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - คำลัว (จีน) - เชียงรุ้ง

โครงข่ายเส้นทาง แนวเหนือ-ใต้ (North South Corridor) เส้นทางเชื่อมโยง ไทย-พม่า-จีน ระยะทาง เชียงรุ้ง (จีน) – เมืองลา (พม่า) ระยะทาง 131 กม. เมืองลา (พม่า) – เชียงตุง (พม่า) ระยะทาง 85 กม. เชียงตุง (พม่า) – ท่าจี้เหล็ก (พม่า) ระยะทาง 164 กม.

10.19.2 เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต็น - เมืองลา (จีน) - จิงหง (เชียงรุ้ง)

เดินทางโดยรถยนต์ผ่านทางอำเภอเชียงของ ข้ามแม่น้ำโขง สู่เมืองห้วยทรายไปตามเส้นทางสู่ เมืองหลวงน้ำทา ในสาธารณรัฐประชาชนลาวผ่านเมืองลา ไปสิ้นสุดที่เมืองจิงหง ประเทศจีน ระยะทางประมาณ 483 กิโลเมตร (ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำการสำรวจเส้นทางได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทเฮปปีพัลล์

10.19.3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง

ทางน้ำแม่น้ำโขงหรือแม่น้ำล้านช้างที่อยู่ในประเทศจีน ช่วงที่สามารถเดินเรือได้มีระยะทาง 260 กิโลเมตร มีเมืองท่าที่สำคัญคือ เมืองท่าซือเหมา และเมืองท่าจิงหง (เชียงรุ้ง)

10.19.4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง

เส้นทางเรือในการจัดการการท่องเที่ยวจาก ท่าเรือ เชียงของ ผ่านแขวงบ่อแก้วเป็นที่ยินยอมของชาวต่างประเทศที่จะล่องเรือไปตามลำน้ำโขงไปเที่ยวเมืองหลวงพระบาง

10.19.5 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำระหว่าง กรุงเทพฯ – ย่างกุ้ง

สายการบินไทยแอร์เอเชียบินจากกรุงเทพฯ ไปเมืองย่างกุ้งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดอย่างมหาเจดีย์ชเวดากอง ที่ประดิษฐานบรรจุด้วยทองคำและเจดีย์และวัดสำคัญอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกอยากไปเยี่ยมชม

10.20 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้

จากการสำรวจเส้นทางและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือ ควรใช้เส้นทางเพื่อเชื่อม ไทย พม่า และจีนตอนใต้ การเปิดเส้นทางเป็นสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่ง ด้วยการใช้ ศักยภาพของเชียงรายที่เหนือกว่าในการเป็นศูนย์กลางอันเนื่องจาก

10.20.1 จากเหตุผลทางด้านที่ตั้ง เชียงรายเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เชื่อมต่อกับประเทศ ถึง 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และลาว ทั้งยังสามารถเชื่อมต่อไปยังจีนตอนใต้ มณฑลยูนนานได้

10.20.2 การมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวสูง

10.20.2.1 เชียงรายทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพียงพอต่อการส่งเสริม โดยมีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและวัฒนธรรม

10.20.2.2 ความได้เปรียบในเชิงบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการให้บริการ และจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

10.20.2.3 เชียงรายมีสถานที่พักที่พร้อมและได้มาตรฐานพอเพียงที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในราคาที่เหมาะสม

10.20.2.4 นอกจากนี้เชียงรายยังเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอแม่สาย

10.20.2.5 เชียงรายมีศักยภาพและมีโอกาสที่ร่วมลงทุนกับยูนิยามได้ คือ ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ซึ่งยูนิยามมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมาก อีกทั้งเป็นจุดที่ใกล้กับไทยมาก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางจึงถูกมาก แต่ปัจจุบันการจัดการด้านการท่องเที่ยวของยูนิยามยังขาดความชำนาญ ซึ่งนักธุรกิจไทยสามารถสร้างโอกาสในการเข้าจัดการ เช่น ทำธุรกิจทัวร์ โดยเน้นกลุ่มผู้มีรายได้สูง จากตลาดนักท่องเที่ยวยุโรป สหรัฐอเมริกาได้ไม่ยาก

10.20.3 มีความได้เปรียบในด้านการคมนาคมที่ถึงพร้อม

10.20.3.1 การคมนาคมทางบก เส้นทางในไทยมีความพร้อม ที่จะรับการขยายตัวในอนาคตได้มากกว่า อีกทั้งยังเป็นจุดที่สามารถเชื่อมกับถนนที่เชื่อมต่อกับประเทศพม่า ลาว และจีนได้สะดวก หากถนนในส่วนของประเทศเหล่านี้ได้รับการพัฒนาเมืองเชียงรายจะกลายเป็นจุดผ่านที่สำคัญของทั้งสินค้า และนักเดินทางท่องเที่ยว

10.20.3.2 มีศักยภาพการคมนาคมทางอากาศ ปัจจุบันสนามบินเชียงรายได้รับการปรับปรุงให้เป็นสนามบินนานาชาติ และมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการทุกวัน มีเที่ยวบินติดต่อได้ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศพม่า ลาว และจีนตอนใต้

10.20.3.3 มีศักยภาพการคมนาคมทางน้ำ โดยการล่องเรือทางลำน้ำโขง แม้ในปัจจุบันยังไม่คุ้มต่อการเดินเรือ เนื่องจากต้องใช้เรือขนาดเล็ก แต่หากได้รับการพัฒนาจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยว และ ขนถ่ายสินค้าที่สำคัญ

10.20.3.4 มีพิธีการทางการเข้าเมืองและศุลกากรที่มีประสิทธิภาพกว่า เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน

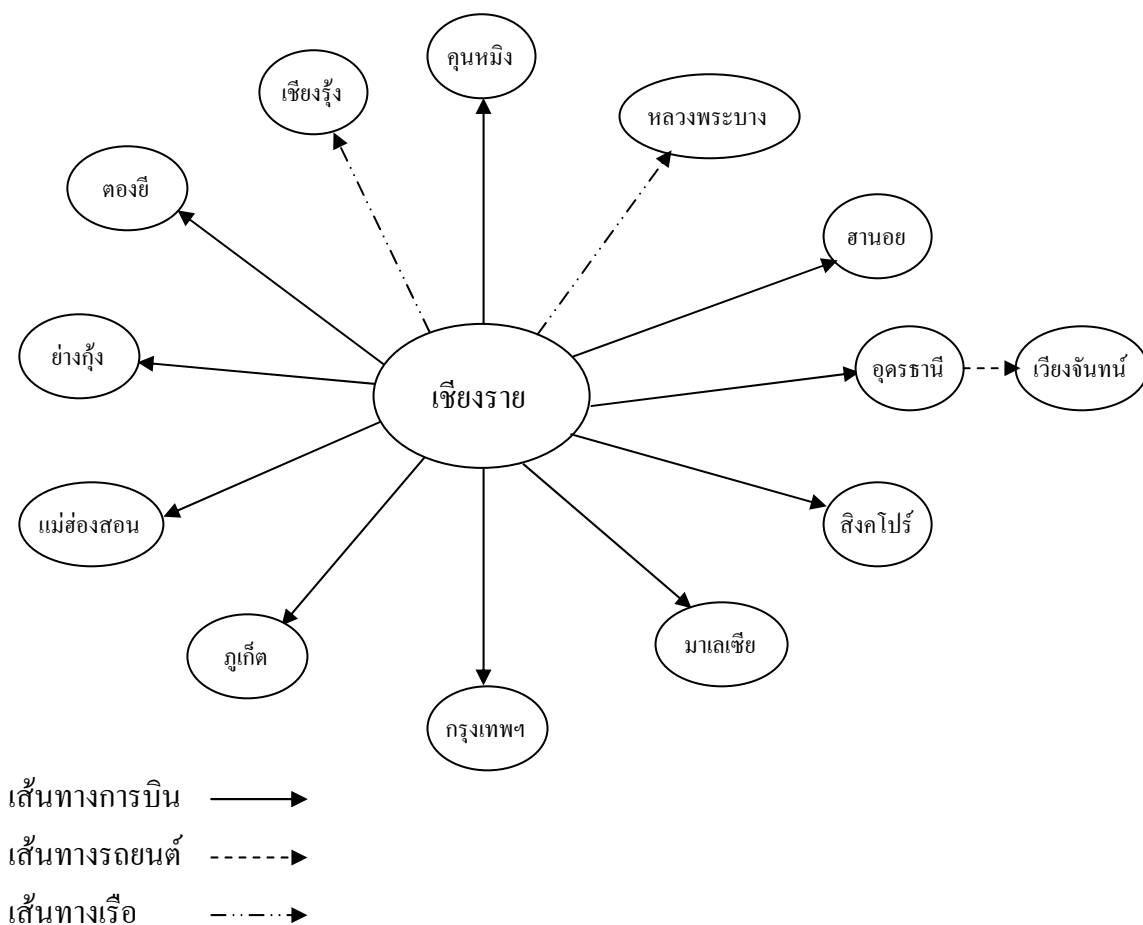
10.20.3.5 ความปลอดภัยในการพักค้างคืนก่อนท่องเที่ยวในพื้นที่สนใจสูง ทำให้การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวในฝั่งพม่า และลาว พักในเมืองเชียงราย จะเป็นสิ่งที่ดีกว่าในสายตานักท่องเที่ยว

10.21 โอกาสทางการตลาดการเป็นประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้านหรือการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและศูนย์กลางทางการบินระหว่างภูมิภาค

จากการประเมินโอกาสทางการตลาดของไทยและการวิเคราะห์จังหวัดที่สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สาธารณเทศ การศึกษา)มีชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยวและแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และมีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยวการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการขนส่งทางอากาศ สู่ประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านอันได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า จีนตอนใต้ และเวียดนาม

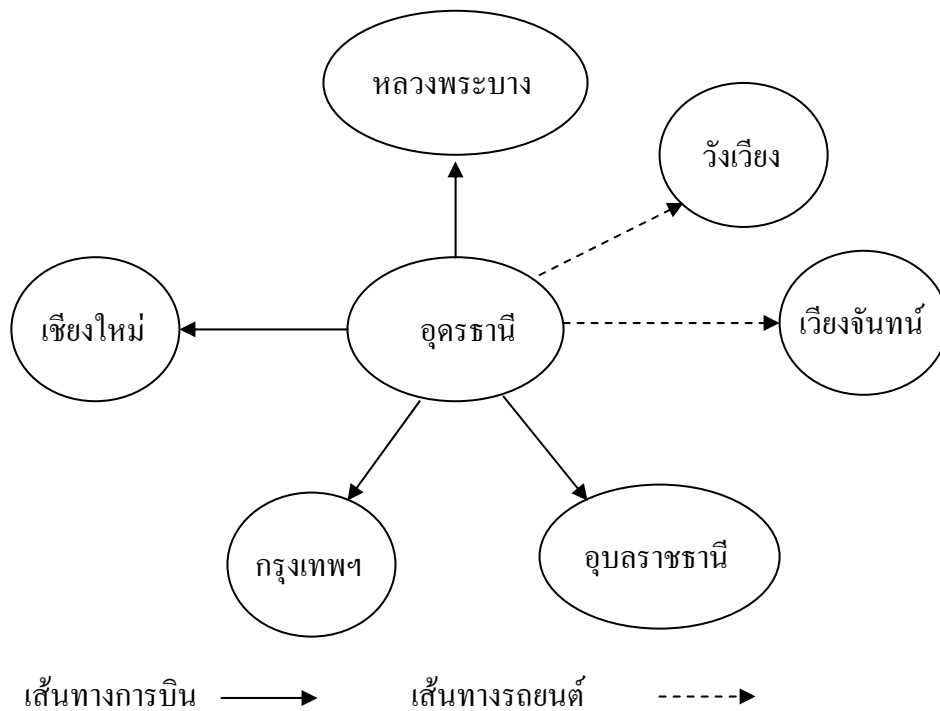
ด้วยศักยภาพความเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวจากการใช้การเชื่อมโยงของสายการบินต้นทุนต่ำของจังหวัดเชียงราย อุดรธานีและอุบลราชธานี

10.21.1 เชียงราย – พม่า ลาว เชียงรุ่ง (จีน)



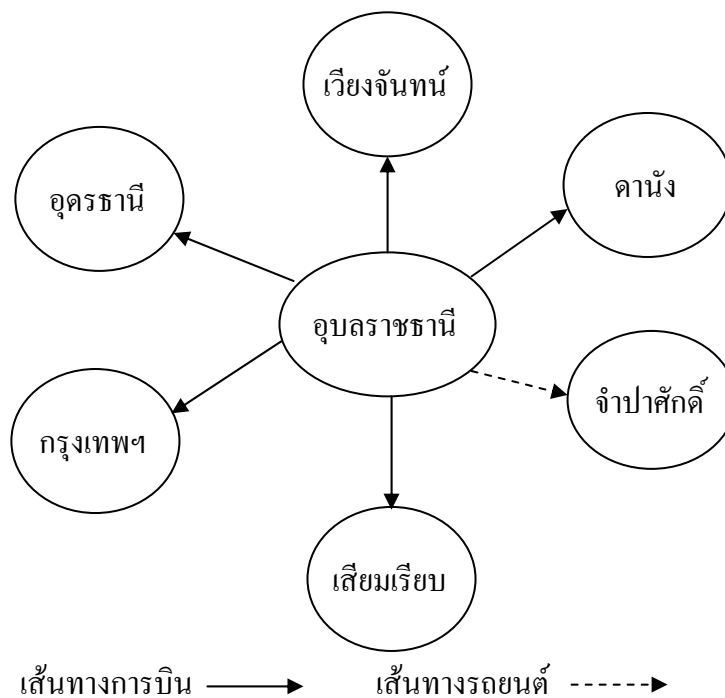
รูปที่ 10-1 จังหวัดเชียงรายประตูสู่พม่า ลาว และจีนตอนใต้

10.21.2 อุดรธานี – ลาว เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง



รูปที่ 10-2 ศักยภาพจังหวัดอุดรธานีกับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

10.21.3 อุบลราชธานี – กัมพูชา เสียมเรียบ ลาว จำปาสัก



รูปที่ 10-3 ศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานีกับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์การส่งเสริมทั้ง 3 จังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะพิจารณาจากไกด์ โรงแรม หรือการบริการ ที่ถือว่าสมบูรณ์ และดีที่สุด มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก ทั้งที่เป็นธรรมชาติ ป่าภูเขา วัฒนธรรม โบราณสถาน และอื่น ๆ อีกมาก นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่ได้เปรียบ คือ อุปนิสัย และประเพณีที่ดีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงก็คือ บุคลากร ที่ทำงานด้านบริการ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะอาชีพอิสระควรพยายามแบ่งส่วนกันทำ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน แต่ทั้งนี้จะต้องให้ความร่วมมือและประสานงานกันเป็นอย่างดี ในส่วนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้นจะต้องทำอย่างต่อเนื่อง และต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เน้นการอนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคกับระดับจังหวัด ปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนการจัดให้สถานบริการผู้โดยสารทางอากาศในเมือง เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะต่อไป ในปัจจุบันได้เปรียบประเทศเพื่อนบ้านในส่วนที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และโบราณสถาน ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของจังหวัด นอกจากนี้แล้วเรื่องอาหารและผลไม้ของจังหวัดก็ถือว่าเป็นจุดเด่นอีกประการหนึ่งด้วย

บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. โครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ปี 2546 ภาคใต้. กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย, 2546.

_____. สถานการณ์เข้าพักแรม ปี 2546. กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย, 2546.

_____. สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2546. กองสถิติวิจัย, 2546.

_____. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2546. กองสถิติและวิจัย, 2546

จารี รัชฎาปานะ . การศึกษาเพื่อประเมินผลโครงการก่อสร้างสนามบินระนอง . กรุงเทพฯ : สำนัก
นโยบาย และแผนการขนส่งและสื่อสาร , 2540

ชาญชัย ดวงจิตต์. การส่งเสริมการท่องเที่ยวและองค์การเพื่อส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของ
ประเทศไทย. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.

บริษัท ซี.เอส.เอ็น. แอนด์แอสโซซิเอท. การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการตลาดนักท่องเที่ยวสตรีใน
ไทย. กรุงเทพฯ : บริษัท, 2539.

ประจักษ์ ศกุนตะลักษณ์ . เศรษฐศาสตร์การขนส่ง . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย , 2539

ประเสริฐ ปกป้องศึก. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกฎหมายอากาศระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : นักพิมพ์
วิญญูชน, 2545

รังสรรค์ แขวงโสภา . การขนส่งทั่วไป . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต , 2538

ประชุม สุวดีและคณะ . การขนส่งเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวระหว่างเกาะชายฝั่งทะเลในอ่าวไทย
และทะเลอันดามัน กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2538

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา . อุตสาหกรรมการบิน . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง , 2535

บัณฑิต จันทรโรจน์กิจ . บริษัทการบินไทย จำกัด . กรุงเทพฯ : สถาบันนโยบายศึกษา , 2535

บัณฑิต จันทรโรจน์กิจ . รัฐวิสาหกิจรัฐบาลนายอนันต์ ปันยารชุน กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2535

Carey , Sand Gountas, J. **Tourism satisfaction and service evaluation** p.55 in “Motivations,
Behavior and Tourist Types” by Robinson Mike (2000).

Jerald R. Smith Peggy A. Golden. **Airline A Strategic Management Simulation** 3 rdEd New
Jersey : Prentice Hall , 1995

Charles F. Banfe. **Airline Management** New Jersey : Prentice Hall, 1992

Alexander T. Wells. **Air transportation A management Perspective** . 4thEd.

Pat Hanlon . **Global Airlines Competition in a Transportation Industry** . London : Butterworth
– Heinemann . 1996

Jeanne Simmer – Purzycki. **A Practical Guide to SABRE Reverberations and Practical and
Ticketing** . New York : Delmar Publishers . Inc, 2001

Henderson,J.M. and Richard E. Quant. **Microeconomic Theory : A Mathematical
Approach**.Newyork:McGraw –Hill.1985

เอกสารอื่น ๆ

เพ็ญรุ่ง ใบสามเสน . “โลว์คอสต์แอร์ เขย่าราคาตลาดป่วนลูกค้าหนีซบ “การบินไทย”” **ประชาชาติธุรกิจ** (วันจันทร์ที่ 19 – วันพุธที่ 21 มกราคม 2547) : 40,39.

ชีอีโอ โพล่คุม “โลว์คอสต์” บินไทย พาที นำทัพฟ้า “ตลาดตัวเอื้ออาทร” **ประชาชาติธุรกิจ** (วัน
จันทร์ที่ 2 – วันพุธที่ 4 กุมภาพันธ์ 2547) : 40,39

โทนี เพอร์นันเดส “เฟ้นจุดขายไทยแอร์ฯขึ้นนำตลาด” **ประชาชาติธุรกิจ** (วันพฤหัสบดีที่ 19 – วัน
อาทิตย์ 22 กุมภาพันธ์ 2547) : 24,40

“โอเรียนท์ไทยชะลอขายโลว์คอสต์ฯกลุ่มทุนบินในประเทศดึง ต่างชาติร่วม” **ประชาชาติธุรกิจ** (วัน
จันทร์ ที่ 1 – พุธที่ 3 มีนาคม 2547) : 40,39

“นกแอร์เซอร์ไพรส์ แผนบิน ก.ค.นี้ ปล่อยแอร์เอเชียถล่มโอเรียนท์” **ประชาชาติธุรกิจ** (วันพฤหัสบดี
ที่ 17 – วันอาทิตย์ที่ 20 มิถุนายน 2547) :44,43

“สายการบินต้นทุนต่ำความท้าทายในยุคน้ำมันแพง” **บ้านเมือง** (วันจันทร์ที่24 พฤษภาคม2547)
:25,26,31

“ ธุรกิจ แอร์ไลน์แข่งขันสร้างสีสนิงแซร์ตลาด “ **กรุงเทพธุรกิจ** (วันพฤหัสบดี 12กุมภาพันธ์ 2547)
:38

ชนินยา สันสมภาค. “ขกแรกโลว์คอสท์...เดือนกันที่ แบรนค์ “ **กรุงเทพธุรกิจ** (วันจันทร์16
กุมภาพันธ์ 2547) :39

ธนวรรณ วินัยเสถียร. “ ผ่ากลยุทธ์ 4 โลว์คอสท์ แอร์ไลน์เปิดยุทธศาสตร์ชิงนำนฟ้าไทย “
ฐานเศรษฐกิจ (วันที่15-18กุมภาพันธ์ 2547) :26

“ บวมท้องเที่ยววันธรรมดา-โลว์คอสท์ปลุกท่องเที่ยวไทยโกย 3.6 แสนล้าน “ **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่
5-7 กุมภาพันธ์ 2547) :26

“ สนามบินภูธรพร้อมรับโลว์คอสท์แอร์ไลน์บวม “ **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 18-21เมษายน 2547) :30

“แควนตัส-สิงคโปร์ร่วมชิงเค้กยึดเอเชียลุยขึ้นนำโลว์คอสต์” **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 18 เมษายน 2547)

:23,24

เพ็ญรุ่ง ไยสาม เสน. “พาที สารสิน ทีเด็ด นกแอร์ ของแถมจากบินไทย” **ประชาชาติธุรกิจ** (วัน

จันทร์ที่ 16 – วันพุธ 18 กุมภาพันธ์ 2547) : 40,39

“หมอเสรีภู ลดค่าตั๋วผู้บินถูก” **ผู้จัดการรายวัน** (วันเสาร์ -วันอาทิตย์ที่22-23พฤศจิกายน 2546) :1,2

“สิทธิการบินมรดกชาติ สับนโยบาย โลว์คอสต์” **สยามธุรกิจ** (วันที่ 23-29พฤศจิกายน 2546) :1,8

“แอร์ไลน์ฟ้าปิดขาดทุนร่วมพันล้านรีบปรับตัวหนีตาย” **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 8-10 กรกฎาคม 2547)

:1,2

“บขส.-รถไฟ ปรับยกใหญ่>รับมือโลว์คอสต์ ทั้งหั่นราคาถึงขั้นยกเลิกเส้นทาง” **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่

14-17ธันวาคม2546) :28

“บขส. หวั่นโลว์คอสต์แย่งลูกค้าปีกได้” **สยามธุรกิจ** (วันที่ 23-29พฤศจิกายน 2546) :10

“รถทัวร์วูบ โลว์คอสต์แอร์ไลน์ชิงตลาด” **กรุงเทพธุรกิจ** (วันอังคารที่17กุมภาพันธ์ 2547) :39

เว็บไซต์ที่สืบค้น ระหว่าง พ.ศ.2548 – 2549

www.tat.or.th

www.gems-tourism.com

www.airasia.com

www.fly12go.com

www.nokair.com

www.visit-mekong.com

www.bot.or.th

www.moi.go.th

www.dpu.ac.th

www.mots.go.th

www.mof.go.th

www.visitsingapore.com

www.tourism.gov.my

www.malaysia.com

www.aseansec.org

www.pata.org



แบบสอบถามโครงการวิจัย

การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

Flight..... ☐ 1. ทัวร์..... ☐ 2. เดินทางโดยอิสระ (F.I.T)

เวลาที่ให้บริการ.....วันที่ให้บริการ ☐ 1) สุกร์ ☐ 2) เสาร์ ☐ 3) อาทิตย์ ☐ 4) วันอื่นๆ.....

ท่านเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำครั้งที่เท่าใด ☐ 1) ครั้งแรก ☐ 2) ครั้งที่สอง ☐ 3) มากกว่าครั้งที่สอง

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ในช่อง ☐

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
- อายุ ☐ 1) ไม่เกิน 20 ปี ☐ 2) 20-29 ปี ☐ 3) 30-39 ปี ☐ 4) 40-49 ปี ☐ 5) 50 ปีขึ้นไป
- ถิ่นพำนัก
☐ 1) กรุงเทพฯ ☐ 2) ภูเก็ต ☐ 3) หาดใหญ่ ☐ 4) เชียงใหม่ ☐ 5) เชียงราย ☐ 6) อุบลราชธานี
☐ 7) อุตรดิตถ์ ☐ 8) ขอนแก่น ☐ 9) นครราชสีมา ☐ 10) อื่น ๆ โปรดระบุ
- สถานภาพสมรส ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส
- อาชีพ
☐ 1) ธุรกิจส่วนตัว ☐ 2) ผู้บริหารระดับสูง ☐ 3) ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ☐ 4) เจ้าหน้าที่รัฐบาล ☐ 5) นักศึกษา
☐ 6) ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 7) งานบ้าน/แม่บ้าน ☐ 8) ปลดเกษียณ ☐ 9) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- รายได้ต่อปี
☐ 1) น้อยกว่า 6,000 USD (240,000 บาท) ☐ 2) 6,000-10,000 USD (240,000 –400,000บาท)
☐ 3) 10,001-20,000 USD (400,001-800,000บาท) ☐ 4) 20,001-30,000 USD (800,001 – 1,200,000 บาท)
☐ 5) 30,001-40,000 USD (1,200,001-1,600,000บาท) ☐ 6) มากกว่า 40,000 USD (มากกว่า1,600,000 บาท)
- ระดับการศึกษา ☐ 1) มัธยมศึกษา ☐ 2) ปริญญาตรี ☐ 3) ปริญญาโท
☐ 4) ปริญญาเอก ☐ 5) อื่นๆโปรดระบุ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการและการเดินทาง

- สื่อโฆษณาใดที่ท่านได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน
☐ 1) โทรทัศน์ ☐ 2) วิทยุ ☐ 3) ได้รับการแนะนำจากเพื่อน ☐ 4) INTERNET ☐ 5) BILL BOARD
☐ 6) นิตยสารท่องเที่ยว, หนังสือพิมพ์ ☐ 7) ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ ☐ 8) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- ส่วนใหญ่ท่านซื้อตั๋วโดยสารและ(สำรองที่นั่ง) จากที่ใด
☐ 1) เคาน์เตอร์ขายตั๋วโดยสารของสายการบิน ☐ 2) ตัวแทนจำหน่ายของสายการบิน ☐ 3) ร้าน 7- eleven
☐ 4) ตัวแทนจำหน่ายขายตั๋วโดยสาร ☐ 5) บริษัททัวร์ ☐ 6) Web Siteของสายการบิน ☐ 7) อื่น ๆ ระบุ.....
- ส่วนใหญ่ท่านซื้อตั๋วโดยสารหรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทางนานเท่าใด
☐ 1) ไม่เกิน 1 สัปดาห์ ☐ 2) 2-3 สัปดาห์ ☐ 3) ประมาณ 1 เดือน ☐ 4) มากกว่า 1 เดือน
- วัตถุประสงค์ในการเดินทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ 1) ธุรกิจ ☐ 2) ท่องเที่ยว ☐ 3) ธุรกิจและท่องเที่ยว ☐ 4) เยี่ยมญาติ ☐ 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- ลักษณะการเดินทางโดยสายการบินโลว์คอสต์ของท่านเป็นอย่างไร
☐ 1) เดินทางคนเดียว ☐ 2) ไปกับครอบครัว ☐ 3) ไปกับหมู่คณะ ☐ 4) อื่นๆโปรดระบุ.....
- ความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนมีโลว์คอสต์ที่ครั้งต่อปี
☐ 1) หนึ่งครั้ง ☐ 2) 2-5 ครั้ง ☐ 3) มากกว่า 5 ครั้ง

7. ความถี่ของการใช้บริการสายการบินหลังมีโลว์คอสต์กี่ครั้งต่อปี
☐ 1) หนึ่งครั้ง ☐ 2) 2-5 ครั้ง ☐ 3) มากกว่า 5 ครั้ง ☐ 4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
8. ก่อนมีสายการบินโลว์คอสต์ท่านเดินทางโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ 1) รถยนต์ส่วนตัว ☐ 2) สายการบินปกติ ☐ 3) รถทัวร์ ☐ 4) รถไฟ ☐ 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
9. ความต้องการใช้บริการในอนาคตสายการบินโลว์คอสต์
☐ 1) ใช่ เพราะ..... ☐ 2) ไม่ใช่เพราะ.....
10. สิ่งที่ท่านคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
☐ 1) ราคาต่ำโดยสาร ☐ 2) ความสะดวกในการจองตั๋ว ☐ 3) เวลาในการเดินทาง
☐ 4) ความมั่นใจในความปลอดภัย ☐ 5) การบริการที่ได้รับ ☐ 6) อื่น ๆ ระบุ.....
11. สิ่งที่ท่านคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของท่านในคุณภาพบริการของท่าอากาศยาน
☐ 1) ความสะดวกสบายของที่พัสดุโดยสาร ☐ 2) การตกแต่งสถานที่ ณ ท่าอากาศยาน เหมาะสม สวยงาม
☐ 3) อุปกรณ์ในการบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวก ทันสมัย ☐ 4) ความแออัดการติดต่อใช้บริการ
☐ 5) ความรวดเร็วของบริการที่สนามบิน ☐ 6) ความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย
☐ 7) อื่นๆ.....

ส่วนที่ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการบริการที่ได้รับต่อไปนี้ โดยมีระดับความพึงพอใจดังนี้

การบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การบริการในการเข้า Check - In					
1.1 ความรวดเร็วในการเข้า Check - In					
1.2 มีอัตราย้ายในการต้อนรับ					
1.3 การติดต่อสื่อสาร					
1.4 ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร					
2. การบริการ ณ ที่พัสดุโดยสาร ก่อนเดินทาง Departure Lounge					
2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ					
2.2 อัตราย้ายของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน					
2.3 ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน					
2.4 บริการอื่นๆที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ.....					
3. การบริการในการรับ-ส่งสัมภาระผู้โดยสาร					
3.1. ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร					
3.2. มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา					
3.3. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน					
4. การบริการบนเครื่องบิน (IN FLIGHT SERVICE)					
4.1 ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย					
4.2 อัตราย้ายไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน					
4.3 การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน					
4.4 ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน					
4.5 ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน					
4.6 ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมของสายการบิน					

ส่วนที่ 4 ท่านเห็นอย่างไรกับราคาตัวโดยสารของสายการบิน ต้นทุนต่ำ

ราคาบัตรโดยสาร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน					
2. ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับสายการบินภายในประเทศ					
3. ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับสายการบินระหว่างประเทศ					
4. ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมต่อเส้นทางบินที่ให้บริการ					
5. ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ					
6. ราคาบัตรโดยสารที่ซื้อผ่านตัวแทนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ					
7. ค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆ มีราคาเหมาะสม					

ส่วนที่ 5 ท่านเห็นอย่างไรกับการสำรองที่นั่งของสายการบิน ผ่านเคาเตอร์ขายตั๋ว, Web Site และตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสาร

การสำรองที่นั่ง	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ขั้นตอนในการสำรองที่นั่ง ผ่านWeb Site สะดวกและรวดเร็ว					
2. ขั้นตอนในการสำรองที่นั่ง ผ่านตัวแทนจำหน่าย สะดวกและรวดเร็ว					

ส่วนที่ 6. ท่านให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	มี					ไม่มี
	มาก (5)	ค่อนข้างมาก (4)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างน้อย (2)	น้อย (1)	(0)
1.ความสะอาดของบริการ						
2.การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน						
3.ความปลอดภัยในการเดินทาง						
4.ความคุ้มค่าการใช้บริการ(ราคากับบริการที่ได้รับ)						

ส่วนที่ 7 การเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน (ตอบได้หลายข้อ)

1. เมืองที่ได้ไปชมในประเทศไทย

☐ 1) กรุงเทพฯ ☐ 2) ภูเก็ต ☐ 3) หาดใหญ่ ☐ 4) เชียงใหม่ ☐ 5) พัทยา ☐ 6) สมุย ☐ 7) อุบลราชธานี ☐ 8) อื่นๆ.....

2. เมืองที่ได้ไปชมในประเทศเพื่อนบ้าน

☐ 1) สิงคโปร์ ☐ 2) รังกุง ☐ 3) พนมเปญ ☐ 4) ซานออย ☐ 5) เวียงจันทน์ ☐ 6) กัวลาลัมเปอร์ ☐ 7) อื่นๆ.....

3. ประสบการณ์การเดินทางมายังประเทศข้างล่างนี้

☐ 3.1 ไทย(ถามเฉพาะชาวต่างประเทศ) ☐ 1)ไม่เคย ☐ 2) ครั้งแรก ☐ 3) 2-3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

☐ 3.2 ลาว..... ☐ 1)ไม่เคย ☐ 2) ครั้งแรก ☐ 3) 2-3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

☐ 3.3 กัมพูชา..... ☐ 1)ไม่เคย ☐ 2) ครั้งแรก ☐ 3) 2-3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

☐ 3.4 พม่า ☐ 1)ไม่เคย ☐ 2) ครั้งแรก ☐ 3) 2-3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

☐ 3.5 มาเลเซีย ☐ 1)ไม่เคย ☐ 2) ครั้งแรก ☐ 3) 2-3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

☐ 3.6 สิงคโปร์..... ☐ 1)ไม่เคย ☐ 2) ครั้งแรก ☐ 3) 2-3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

☐ 3.7 เวียดนาม..... ☐ 1)ไม่เคย ☐ 2) ครั้งแรก ☐ 3) 2-3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

☐ 3.8 จีนตอนใต้ ☐ 1)ไม่เคย ☐ 2) ครั้งแรก ☐ 3) 2-3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

☐ 3.9 อื่นๆ..... ☐ 1)ไม่เคย ☐ 2) ครั้งแรก ☐ 3) 2-3 ครั้ง ☐ 4) มากกว่า 3 ครั้ง

4. ความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

- 4.1 มรดกโลก โบราณสถาน..... ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.2 เกาะ ทะเล ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.3 ป่า ภูเขา ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.4 ศิลปวัฒนธรรม..... ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.5 ผจญภัย ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.6 กีฬา ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.7 แหล่งซื้อของ..... ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.8 อาหาร ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.9 สนามไพร..... ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.10 สิ่งบันเทิงยามราตรี,คาสีโน..... ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.11 คาสีโน..... ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.12 ประชุมนิทรรศการ ดูงาน ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.13 ศึกษาต่อ..... ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.14 สุขภาพ สปา นวด..... ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ
- 4.15 อื่นๆ..... ☐ (1) สนใจมาก ☐ (2) สนใจ ☐ (3) ไม่สนใจ

ส่วนที่ 8 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

เรื่อง	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง					
2. การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่					
3. ความซื่อสัตย์และบริการของร้านค้า					
4. ความสะดวกสบายของที่พักร					
5. ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน					
6. ความสะอาดของบ้านเมือง					

ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านการเดินทางในประเทศไทย

.....

.....

.....

ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

.....

.....

.....



Questionnaire

An Analysis of Low-cost Airlines Routes to Promote Tourism in Thailand and its Neighboring Countries

Flight _____ ☐ 1. Tour _____ ☐ 2. Foreign Independent Traveler (FIT)

Flight time _____ Day of flight ☐ 1. Friday ☐ 2. Saturday ☐ 3. Sunday ☐ 4. Other days _____

How many times have you used the service of **Low-cost airline** ? ☐ 1. First time ☐ 2. Second time ☐ 3. More than 2 times.

Instruction Please put a check () in the box ☐

Part 1 Personal data

1. Gender ☐ 1) Male ☐ 2) Female
2. Age ☐ 1) Under 20 ☐ 2) 20-29 ☐ 3) 30-39 ☐ 4) 40-49 ☐ 5) 50 and over
3. Country of residence
☐ 1) Thailand ☐ 2) Singapore ☐ 3) Indonesia ☐ 4) China ☐ 5) Malaysia ☐ 6) Korea
☐ 7) Taiwan ☐ 8) Europe ☐ 9) Japan ☐ 10) England ☐ 11) U.S.A.
☐ 12) Australia/ New Zealand ☐ 13. Others (please specify) _____
4. Marital Status ☐ 1) Single ☐ 2) Married
5. Occupation
☐ 1) Private business ☐ 2) Executive ☐ 3) Professional ☐ 4) Government official
☐ 5) Student ☐ 6) Employee/ clerical worker ☐ 7) Housewife
☐ 8) Retired ☐ 9) Others (please specify) _____
6. Annual income
☐ 1) Under US\$ 6000 ☐ 2) US\$ 6000-10000 ☐ 3) US\$ 10001-20000
☐ 4) US\$ 20001-30000 ☐ 5) US\$ 30001-40000 ☐ 6) US\$ 40001 and over
7. Highest educational level
☐ 1) Secondary School ☐ 2) Bachelor Degree
☐ 3) Master Degree ☐ 4) Doctorate Degree ☐ 5) Others (specify) _____

Part 2 Travel Behaviour

1. From what media did you hear about this airline ?
☐ 1) Television ☐ 2) Radio ☐ 3) Friends/ Relatives ☐ 4) Internet ☐ 5) Billboard
☐ 6) Travel magazine ☐ 7) brochures/poster ☐ 8) Others (Specify) _____
2. Where do you usually buy airline tickets ?
☐ 1) airline counter at the airport ☐ 2) Airline's travel agent ☐ 3) Convenient store (7-11) ☐ 4) Travel agent
☐ 5) Tour company ☐ 6) Low-cost airline website ☐ 7) Others (Specify) _____
3. How far in advance do you normally make the reservation ?
☐ 1) Within 1 week ☐ 2) 2-3 weeks ☐ 3) One month ☐ 4) More than one month
4. What is usually the purpose of your trip ?
☐ 1) Business ☐ 2) Tourism ☐ 3) Business and tourism ☐ 4) Visiting friends and relatives
☐ 5) Others (Specify) _____
5. What is the nature of your trip with low-cost airline ?
☐ 1) Traveling alone ☐ 2) Traveling with family ☐ 3) Traveling in a group of friends
☐ 4) Others (Specify) _____

6. How often in a year did you fly **before the introduction of low-cost airlines** ?
☐ 1) Once a year ☐ 2) 2-5 times a year ☐ 3) More than 5 times a year
7. How often do you fly **after the introduction of low-cost airlines** ?
☐ 1) Once a year ☐ 2) 2-5 times a year ☐ 3) More than 5 times a year ☐ 4) Others _____
8. **Before the introduction of low-cost airlines** what were the usual modes of travel ?
☐ 1) Private car ☐ 2) Airlines ☐ 3) Tour coach ☐ 4) Train ☐ 5) Others (Specify) _____
9. Do you think you will fly with low-cost airlines in the future ?
☐ 1) Yes because _____
☐ 2) No because _____
10. What is the most important reason for your choosing to fly with low-cost airlines ?
☐ 1) The air-fares ☐ 2) The convenience in making reservation
☐ 3) Flight time ☐ 4) Flight safety
☐ 5) In-flight service ☐ 6) Others (Specify) _____
11. What will make you satisfied with the quality of the airport service ?
☐ 1) Comfort during the services ☐ 2) Decoration in the airport terminal ☐ 3) Modern facilities
☐ 4) Convenience and uncomplicated service ☐ 5) Punctuality ☐ 6) Airport safety
☐ 7) Others _____

Part 3 Please indicate the level of your satisfaction towards the following aspects

Types of Service	The level of your satisfaction				
	Most	Very	Moderately	Little	Least
1. Check-in service					
1.1 Speed of service					
1.2 Hospitality					
1.3 Communication skills					
1.4 Flexibility regarding excess luggage					
2. Departure lounge service					
2.1 Facilities					
2.2 Hospitality of ground staff					
2.3 Queuing to board the aircraft					
2.4 Other service you want.....					
3. Luggage handling					
3.1 Care in handling					
3.2 Eagerness to assist when problems arise					
3.3 Ground service in general					
4. Inflight service					
4.1 Size of seat					
4.2 Friendliness of cabin crew					
4.3 Care given by cabin crew					
4.4 Merchandise sale on board					
4.5 Service on board					
4.6 Airline service in general					

Part 4. Your opinion towards the air-fares of low-cost airlines

The air-fares	Level of your satisfaction				
	Most	Very	Moderately	Little	Least
1. Suitable to the economic situation.					
2. Suitable in comparison to other regular airlines					
3. Suitable in comparison to other international airlines					
4. Suitable in comparison to the flight routes.					
5. Suitable to the service provided					
6. When bought from travel agents the service is suitable to the airfares.					
7. Other fees and charges are suitable					

Part 5. Your opinion towards the reservation via the ticket counter, the airline website, and ticket agent

Reservation	Level of satisfaction				
	Most	Very	Moderately	Little	Least
1. Steps in making a reservation via the website is fast and convenient					
2. Steps in making a reservation at a travel agent is fast and convenient					

Part 6. Your opinion towards the quality of the service of low-cost airlines

Quality of service	Level of satisfaction				
	Very high	High	Moderate	Little	Very little
1. The convenience of Service					
2. Punctuality of flight					
3. Safety during flight					
4. Value for money					

Part 7. Travel and tourism experience in Thailand and its neighbouring countries. (You can choose more than one answer.)

1. Provinces you have visited in Thailand.

- ☐ 1) Bangkok ☐ 2) Phuket ☐ 3) Had Yai ☐ 4) Chiang Mai ☐ 5) Pataya
☐ 6) Samui ☐ 7) Ubon Ratchathani ☐ 8) Others _____

2. Cities/ provinces in our neighbouring countries you have visited.

- ☐ 1) Singapore ☐ 2) Yangon ☐ 3) Phnom Penh ☐ 4) Hanoi
☐ 5) Vientiane ☐ 6) Kuala Lumpur ☐ 7) Others _____

3. How many times have you been to the following countries ?

- ☐ 3.1 Thailand (Non-Thai only)..... ☐ 1) Never ☐ 2) First time ☐ 3) 2-3 times ☐ 4) More than 3 times
☐ 3.2 Lao P.D.R..... ☐ 1) Never ☐ 2) First time ☐ 3) 2-3 times ☐ 4) More than 3 times
☐ 3.3 Cambodia..... ☐ 1) Never ☐ 2) First time ☐ 3) 2-3 times ☐ 4) More than 3 times
☐ 3.4 Myanmar..... ☐ 1) Never ☐ 2) First time ☐ 3) 2-3 times ☐ 4) More than 3 times
☐ 3.5 Malaysia ☐ 1) Never ☐ 2) First time ☐ 3) 2-3 times ☐ 4) More than 3 times
☐ 3.6 Singapore..... ☐ 1) Never ☐ 2) First time ☐ 3) 2-3 times ☐ 4) More than 3 times
☐ 3.7 Vietnam ☐ 1) Never ☐ 2) First time ☐ 3) 2-3 times ☐ 4) More than 3 times
☐ 3.8 South of China..... ☐ 1) Never ☐ 2) First time ☐ 3) 2-3 times ☐ 4) More than 3 times
☐ 3.9 Others..... ☐ 1) Never ☐ 2) First time ☐ 3) 2-3 times ☐ 4) More than 3 times

4. Tourism sites/ activities in Thailand you are interested in

- 4.1 Archaeological sites ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.2 Sun, sand , sea ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.3 Mountain, jungles ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.4 Arts and culture ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.5 Adventure tourism ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.6 Sport tourism ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.7 Shopping ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.8 Thai food ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.9 Thai herbal medicine ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.10 Night life ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.11 Casino..... ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.12 Meeting & convention..... ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.13 Education ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.14 Health tourism & spa ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested
- 4.15 Others..... ☐ 1) Very interested ☐ 2) Interested ☐ 3) Not interested

Part 8. Your satisfaction regarding holidaying in Thailand

Quality of service	Level of satisfaction				
	Most	Much	Moderate	Little	Least
1. Convenience in traveling around					
2. Assistance given by Thai authorities					
3. Honesty of peoples in business sector					
4. Comfort of accommodation					
5. Politeness & friendliness of local people					
6. Cleanliness of cities and towns					

Problems and your suggestion regarding travelling around Thailand.....

.....

.....

Problems and your suggestion regarding tourism in Thailand.

.....

.....

แบบประเมิน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) สำหรับ เมือง/จังหวัด.....

ผู้ประเมิน.....วันที่.....เดือน.....ปี.....

ปัจจัยในการวิเคราะห์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่เห็นใจ/ ปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
จุดแข็ง					
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงามโดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก					
2. ทรัพยากรมนุษย์มีความพร้อมที่จะได้รับการ พัฒนา					
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและ บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก					
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ					
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบิน นานาชาติ					
6.อื่นๆ.....					
ปัจจัยในการวิเคราะห์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่เห็นใจ/ ปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
จุดอ่อน					
1. มีปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เสื่อมโทรม					
2. ไม่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว					
3. การเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของประชาชนและไม่ เอื้ออาทรนักท่องเที่ยว					
4. การไม่ควบคุมและรักษาระดับมาตรฐาน การให้บริการของที่พักและบริการสาธารณะ					
5. ขาดการส่งเสริม/การลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว					
6. อื่นๆ.....					

ปัจจัยในการวิเคราะห์	ระดับความคิดเห็น				
	มาก (5)	ค่อนข้างมาก (4)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างน้อย (2)	น้อย (1)
โอกาส					
1. ชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยว					
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว					
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการสารสนเทศ การศึกษา)					
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างเขื่อน การขนส่ง การ					
5. การปรับตัวตามกระแสโลกเรื่องสิ่งแวดล้อมคุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง					
6. อื่น ๆ					
อุปสรรค					
1. ผลจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศด้อย					
2. ผลของเหตุการณ์ก่อการร้ายสากล ความขัดแย้งระหว่างประเทศ และโรคระบาด					
3.มี กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่ไม่อำนวยความสะดวกหรือล่าสมัย					
4. มีข้อจำกัดทางความมั่นคงของรัฐเช่น การชุมนุมประท้วง เคอร์ฟิว ฯลฯ					
5.ความเสี่ยงจาก ภัยธรรมชาติที่มีผลกระทบตลาดในวงกว้าง					
6. อื่น ๆ					

ข้อเสนอแนะให้รัฐและจังหวัดดำเนินการ

.....

.....

.....

.....

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

(One Stop Service Center)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว (One Stop Service Center)	1. มีศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว 1.2 มีผลงานวิจัยอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง					
2. พัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	2.1 จำนวนมัคคุเทศก์/อาสาสมัครเข้าฝึกอบรมและจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว					
3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด -ผลักดันจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่ 4 ประเทศ	3.เพิ่ม ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น 3.2 Road Show 3.3 จัดแรลลี่ ประเทศ (ไทย, ลาว, พม่า, จีน)					

<p>4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ ชาล่านนา</p>	<p>4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ OTOP ของ จังหวัด</p> <p>4.2 เพิ่ม ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเข้าชม</p> <p>4.3 สำนักรวความพึง พอใจนักท่องเที่ยว</p>					
---	--	--	--	--	--	--

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และ
สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและ พัฒนาการท่องเที่ยว เชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่ง ดอกไม้มืองหนาว และเส้นทางดอกไม้ งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวได้รับ การพัฒนาและ เผยแพร่ 1.2 จำนวนเส้นทาง ดอกไม้งามที่ได้รับ การพัฒนาและ เผยแพร่					
2. การท่องเที่ยวเยี่ยม ชมเชิงเกษตรและ แปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และ โรงงานไวน์ ไร่ชา)	2.1 ประชาสัมพันธ์ พื้นที่ที่ได้รับการ ส่งเสริมและเผยแพร่ 2.2 จัดเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
3. เชื่อมโยงเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น					
4. การจัดทำหมู่บ้าน ตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน - บ้านพักในหมู่บ้าน ชาวเขา -Thai Lanna Spa City	4.1 มีหมู่บ้านตัวอย่าง ในโครงการ Home Stay / /long Stay อย่างน้อยปีละ 2 แห่ง 4.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					

5. การแปลงสถานที่ บ่มใบยาสูบให้เป็นที่พัก แฟรมสำหรับ นักท่องเที่ยว (Tobacco Resort)	5.1 จำนวนแห่งที่ ได้รับการแปลงเป็นที่ พัก					
6. ปรับปรุงภูมิทัศน์ ในแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ	6.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวและ ท้องถิ่นได้รับการ พัฒนา					
7. การปรับปรุงแหล่ง ท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติ เชิง อนุรักษ์ และเชิง ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม	7.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการปรับปรุง และเผยแพร่					
8. การอนุรักษ์พื้นที่ ชุ่มน้ำโลกแอ่งเชียง แสน	8.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8.2สร้างกิจกรรม นักท่องเที่ยวให้เพิ่ม มากยิ่งขึ้น					
9.ด้านวัฒนธรรม	9.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการพัฒนาและ เอกลักษณ์ล้านนา					
10. จัดสร้างสวนตุ่ง และสวนโคมเฉลิม พระเกียรติ	10.1 ประชาสัมพันธ์ ตุ่งและสวนโคมที่ ได้รับการพัฒนา 10.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เข้าชม					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด หรือที่เรียกว่า “สี่เหลี่ยมวัฒนธรรมล้านนา”)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ผลักดันให้โบราณสถานเชียงแสนให้เป็นมรดกโลก	1.1 ได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก 1.2 Routeท่องเที่ยว 2-6 มรดกโลกของไทย					
2. บูรณะและพัฒนาโบราณสถาน	2.1 ประชาสัมพันธ์โบราณสถานเชียงแสนที่จะเป็นมรดกโลก 2.2 จำนวนโบราณสถานเวียงกาหลงที่ได้รับการบูรณะ					
3. พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เชื่อมโยงในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์เส้นทางที่ได้รับการพัฒนา 3.2 ประชาสัมพันธ์					
4. หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1 ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านที่ได้รับการวัฒนธรรมล้านนา					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตารางการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์และส่งเสริมกัน					
2. บัตรเดียวเที่ยวในกลุ่ม จังหวัด	2.1 สร้างบัตรสร้างรายได้					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง					
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่แวะเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น					
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้งแลกเปลี่ยนกับประเทศลาว พม่า จีน					
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 เชียง โดยเชื่อมโยงเส้นทางเชียงใหม่ เชียงตุง เชียงรุ้ง เชียงทองและเชียงราย	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทาง 5 เชียงเพิ่มขึ้น 4.2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 เชียง					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

(One Stop Service Center)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว (One Stop Service Center)	1. มีศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว 1.2 มีผลงานวิจัยอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง					
2. พัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	2.1 เพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์/อาสาสมัครเข้าฝึกอบรมและจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว					
3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด -ผลักดันจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่ 3 ประเทศ	3.เพิ่ม ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น 3.2 Road Show 3.3 จัดแรลลี่ ประเทศ (ไทย, ลาว, จีน)					

<p>4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ อินโดจีน</p>	<p>4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ OTOP ของ จังหวัด</p> <p>4.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเข้าชม</p> <p>4.3 สำรวจความพึง พอใจนักท่องเที่ยว</p>					
---	--	--	--	--	--	--

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และ
สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและ พัฒนาการท่องเที่ยว เชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่ง ดอกไม้อและเส้นทาง ดอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวได้รับ การพัฒนาและ เผยแพร่ 1.2 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางดอกไม้งามที่ ได้รับการพัฒนาและ เผยแพร่					
2. การท่องเที่ยวเยี่ยม ชมเชิงเกษตรและ แปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และไร่ กาแฟ)	2.1 ประชาสัมพันธ์ พื้นที่ที่ได้รับการ ส่งเสริมและเผยแพร่ 2.2 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางท่องเที่ยว เชิงเกษตร					
3. เชื่อมโยงเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น					

4. การจัดทำหมู่บ้าน ตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน - บ้านพักในหมู่บ้าน ชาวไทยอีสาน -Thai Lanchang City	4.1 ประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านตัวอย่างใน โครงการ Home Stay //long Stay 4.2ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ ในแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ	5.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวและ ท้องถิ่นได้รับการ พัฒนา					
6. การปรับปรุงแหล่ง ท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติ เชิง อนุรักษ์ และเชิง ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการปรับปรุง และเผยแพร่					
7. อนุรักษ์พื้นที่ป่าคำ ชะโนด	7.1ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 7.2 กิจกรรมบุญให้ เพิ่มมากขึ้น					
8.ด้านวัฒนธรรม	8.1 จำประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการพัฒนาและ เอกลักษณ์ไทยอีสาน					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. บ้านเชียงมรดกโลก	1.1 ประชาสัมพันธ์เป็นมรดกโลกที่มีชื่อเป็นที่สนใจ 1.2 Routeท่องเที่ยว 2-6 มรดกโลกของไทย					
2. บูรณะและพัฒนาโบราณสถาน	2.1 ประชาสัมพันธ์โบราณสถานได้รับการบูรณะ					
3. พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เชื่อมโยงในจังหวัด (Historical and	3.1 ประชาสัมพันธ์เส้นทางที่ได้รับการพัฒนา 3 ประชาสัมพันธ์โบราณสถานเพิ่มขึ้น					
4. หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1 จำนวนหมู่บ้านที่ได้รับการพัฒนาวัฒนธรรมอีสาน					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตารางการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์และส่งเสริมกัน					
2. บัตรเดียวเที่ยวในกลุ่ม จังหวัด/เวียงจันทน์	2.1 จำนวนบัตรที่สามารถสร้างรายได้					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง					
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่แวะเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น					
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้งแลกเปลี่ยนกับประเทศลาว เวียดนาม จีน					
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุดรหนองคาย เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง เชียงรุ้ง	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทางเพิ่มขึ้น 4.2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 เมืองเพื่อนบ้าน					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว

ครบวงจร (One Stop Service Center)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว (One Stop Service Center)	1. มีศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว 1.2 มีผลงานวิจัยอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง					
2. พัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	2.เพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์/อาสาสมัครเข้าฝึกอบรมและจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว					
3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด-ผลักดันจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่4ประเทศ	3.ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น 3.2 Road Show 3.3 จัดแรลลี่ ประเทศ (ไทย, ลาว, เวียดนาม กัมพูชา)					

<p>4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ อุบลจำปาศักดิ์</p>	<p>4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์ เผยแพร่ OTOP ของ จังหวัด</p> <p>4.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเข้าชม</p> <p>4.3 สำรวจความพึง พอใจนักท่องเที่ยว</p>					
---	--	--	--	--	--	--

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม
และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและ พัฒนาการท่องเที่ยว เชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่ง ดอกไม้อและเส้นทาง ดอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวได้รับ การพัฒนาและ เผยแพร่ 1.2ประชาสัมพันธ์ เส้นทางดอกไม้งามที่ ได้รับการพัฒนาและ เผยแพร่					
2. การท่องเที่ยวเชื่อม ชมเชิงเกษตรและ แปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และไร่ กาแฟ)	2.1 ประชาสัมพันธ์ พื้นที่ที่ได้รับการ ส่งเสริมและเผยแพร่ 2.2 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางท่องเที่ยว เชิงเกษตร					
3. เชื่อมโยงเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น					
4. การจัดทำหมู่บ้าน ตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน - บ้านพักในหมู่บ้าน ชาวไทยอีสาน -Thai Lanchang City	4.1 ประชาสัมพันธ์มี หมู่บ้านตัวอย่างใน โครงการ Home Stay / /long Stay 4.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					

5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ ในแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ	5.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวและ ท้องถิ่นได้รับการ พัฒนา					
6. การปรับปรุงแหล่ง ท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติ เชิง อนุรักษ์ และเชิง ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการปรับปรุง และเผยแพร่					
7. เชื่อมโยงแก่งกับ การท่องเที่ยวเขื่อน สิรินธร	7.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 7.2 สร้างความพอใจ ให้เพิ่มมากขึ้น					
8.ด้านวัฒนธรรม	8.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการพัฒนาและ เอกลักษณ์ไทยอีสาน					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. เขาพระวิหาร วัดพูมรดกโลกสระกำแพง	1.1 ประชาสัมพันธ์ปราสาทขอมที่มีชื่อเสียงที่สนใจ					
2. บูรณะและพัฒนาโบราณสถานจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์โบราณสถานได้รับการบูรณะ					
3. พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เชื่อมโยงในจังหวัด (Historical and	3.1 ประชาสัมพันธ์เส้นทางที่ได้รับการพัฒนา 3.2 ประชาสัมพันธ์โบราณสถานเพิ่มขึ้น					
4. หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1 ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านวัฒนธรรมอีสาน					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตารางการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์และส่งเสริมกัน					
2. บัตรเดียวเที่ยวในกลุ่ม จังหวัด/อำเภอ/ตำบล	2.1 สร้างบัตรสร้างรายได้					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

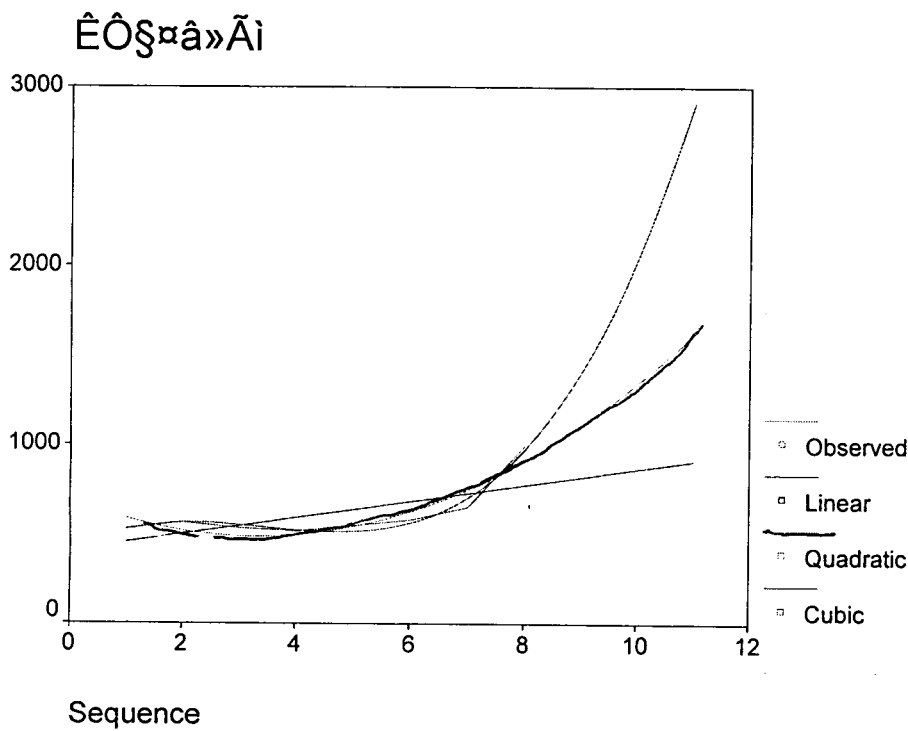
ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง					
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่แวะเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น					
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านลาวใต้และเขมรสูง	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้งแลกเปลี่ยนกับประเทศลาว เวียดนาม กัมพูชา					
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุบลจำปาศักดิ์ พระวิหารอัลลองเวง	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทาง เพิ่มขึ้น 4.2 สร้างกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองคู่มือ					

Independent: Time

Dependent	Mth	Rsq	d.f.	F	Sigf	b0	b1	b2	b3
สิงคโปร์	LIN	.500	6	5.99	.050	407.529	45.7381		
สิงคโปร์	QUA	.850	5	14.12	.009	694.636	-126.53	19.1405	
สิงคโปร์	CUB	.972	4	46.90	.001	396.236	183.930	-62.241	6.0283

The following new variables are being created:

Name	Label
FIT_1	Fit for สิงคโปร์ from CURVEFIT, MOD_6 LINEAR
FIT_2	Fit for สิงคโปร์ from CURVEFIT, MOD_6 QUADRATIC
FIT_3	Fit for สิงคโปร์ from CURVEFIT, MOD_6 CUBIC

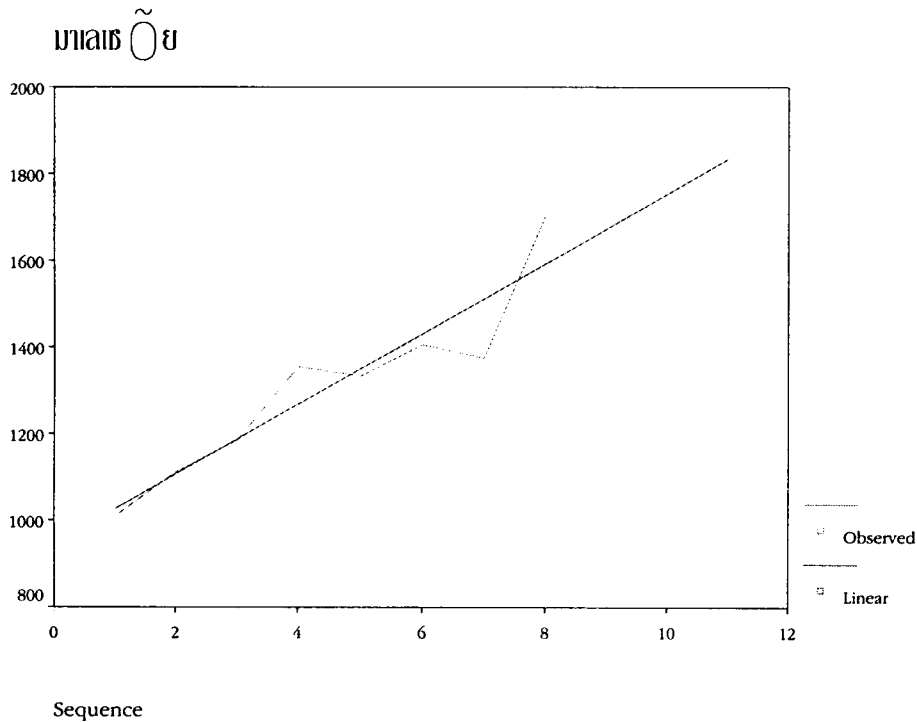


Independent: Time

Dependent	Mth	Rsqr	d.f.	F	Sigf	b0	b1
มาเลเซีย	LIN	.875	6	41.87	.001	945.832	80.7512

The following new variables are being created:

Name	Label
FIT_1	Fit for มาเลเซีย from CURVEFIT, MOD_2 LINEAR



* Curve Estimation.
PREDICT THRU YEAR 2009 .

>Error # 15016 in column 14. Text: YEAR
>The specified time-series date variable does not exist. This specification
>is not accepted.
>This command not executed.

```
CURVEFIT /VARIABLES=สิงคโปร์  
/CONSTANT  
/MODEL=LINEAR QUADRATIC CUBIC  
/PLOT FIT  
/SAVE=PRED .
```

Curve Fit

MODEL: MOD_6.

บทความวิจัยเรื่อง

การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

An Analysis of Low cost Airline Routes for Tourism Promotion in Thailand & The Neighboring Countries

อุตสาหกรรมการบินเป็นกิจการสาขารูปโภคจะต้องให้มีบริการที่เพียงพอกับความ ต้องการของนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะใช้บริการ การเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Skies) ให้มีการแข่งขัน ธุรกิจที่ประกอบกิจ การเชื่อมโยงการบินในภูมิภาค (Regional Air Linkage) และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ 3 ประเทศคือ ไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ที่มีเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำอยู่หลายบริษัท และการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคจากการดำเนินนโยบายรวมตัวกันของบริษัท มาเป็นการแข่งขันกันในด้านราคา ทำให้เกิดอรรถประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวหลายรูปแบบ คือ อรรถประโยชน์ทางสถานที่ (Place Utility) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ต่างๆ ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง และอรรถประโยชน์ทางเวลา (Time Utility) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต้องอาศัยการลำเลียงขนส่งเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารหรือนักท่องเที่ยวจากสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพำนักอาศัยเป็นการชั่วคราวหรือเพื่อพักผ่อนหรือประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ รวมทั้งเพื่อความผ่อนคลาย ธุรกิจการคมนาคมและขนส่งจึงเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงนอกเหนือจากธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจการคมนาคมและขนส่งไม่ว่าจะเป็นทางการขนส่งทางบก ทางน้ำหรืออากาศ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามจำนวนของนักท่องเที่ยวในแต่ละปี จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจการคมนาคมและขนส่งกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาอาศัยกันโดยเฉพาะการเดินทางระหว่างประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องอาศัยธุรกิจการขนส่งทางอากาศหรือธุรกิจการบินอย่างมีอาภพหลีกเลี่ยงได้ เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้เกิดการเดินทางมากขึ้น และก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการขนส่งทางอากาศที่ต้องอาศัยอุตสาหกรรมหรือธุรกิจการบินเพื่อขนส่งนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศซึ่งมีความสำคัญต่อการนำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศมาสู่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง ดังนั้น ถ้าหากธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวมากเท่าใด ย่อมส่งผลต่อการส่งเสริมโอกาสการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ปัจจุบันจากนโยบายของภาครัฐที่กำหนดให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลัก

การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจากการเชื่อมโยงเส้นทางของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศกัมพูชา พม่า ลาว จีนตอนใต้ เวียดนาม เพื่อการวางรากฐานประเทศไทยไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia ให้มีข้อมูลและข้อสรุปที่ชัดเจนจึงได้กำหนดให้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อวิเคราะห์เส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำ และสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลก
- 2) เพื่อวิเคราะห์ผลหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่มีต่อธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจรถทัวร์ และการรถไฟแห่งประเทศไทย
- 3) เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน อันได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัย
- 4) เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

2. สายการบินต้นทุนต่ำไทยและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

(1) วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย (One Two Go by Orient Thai)

วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย เป็นสายการบินแบบประหยัดรายแรกของไทย ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นในการให้บริการที่แตกต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำทั่วไปในภูมิภาคเอเชีย โดยลักษณะของการนำเสนอราคาในรูปแบบราคาเดียวสำหรับทุกเส้นทาง (ภายในโซนเดียวกัน) พร้อมบริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง

(2) ไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia)

แอร์เอเชียมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศมาเลเซีย มีการขยายฐานธุรกิจโดยการร่วมทุนกับชินคอร์ปเปิดสายการบินในประเทศไทยโดยใช้ชื่อว่า บริษัท ไทยแอร์เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด และใช้ Boeing 737-300 เพียงรุ่นเดียว มีความจุ 148 ที่นั่ง แอร์เอเชียมีการเปิดเส้นทางการบินทั้งในประเทศมาเลเซียและไทย รวมทั้งเส้นทางการบินระหว่างประเทศ เช่น ไทย สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชา จีน มาเก๊า แอร์เอเชียจะมีการร่วมทุนกับประเทศสิงคโปร์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการสรรหาผู้ลงทุนร่วม

(3) นกแอร์ (Nok Air)

การบินไทย ผู้ถือหุ้นสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้ชื่อว่า นกแอร์ (Nok Air) โดยมีผู้ร่วมทุน คือ การบินไทยทิพย์ประกันภัย และสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีเงินทุนจดทะเบียน ประมาณ 500 ล้านบาท นกแอร์เริ่มดำเนินการในไตรมาสที่ 2 ของปี 2547 โดยใช้เครื่องบิน B737-400s จำนวน 3 ลำ (เช่าจากการบินไทย) และเริ่มต้นให้บริการใน 6 เส้นทางหลักในประเทศ คือ ภูเก็ต เชียงใหม่ อุตรดิตถ์ ขอนแก่น พิษณุโลก และหาดใหญ่

3. การแข่งขันในธุรกิจการบิน

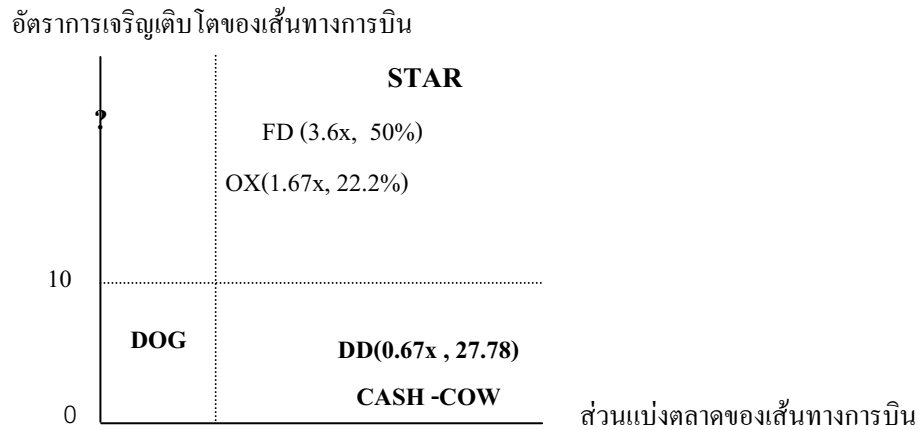
สายการบินต้นทุนต่ำต้องแข่งขันสายการบินชั้นนำในเรื่องราคา ความถี่ของเที่ยวบิน การบริการ ชื่อเสียงของสายการบิน สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้โดยสาร การให้บริการ ปัจจุบันเส้นทางการบินไปประเทศเพื่อนบ้านมีการแข่งขันค่อนข้างสูงของสายการบินต้นทุนต่ำไทย คือ ไทยแอร์เอเชีย และสายการบินต้นทุนต่ำต่างประเทศเช่น เส้นทางกรุงเทพฯ ฮานอย มีสายการบินต้นทุนต่ำ ไทเกอร์แอร์ ของประเทศสิงคโปร์ เส้นทางกรุงเทพฯ พนมเปญ มีสายการบินต้นทุนต่ำ แอร์เอเชีย ของประเทศมาเลเซีย เป็นต้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านศูนย์การท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งสถานการณ์การแข่งขันจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในแต่ละเส้นทางการบิน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับสายการบินคู่แข่ง และกฎระเบียบควบคุมการประกอบธุรกิจการบินของแต่ละประเทศ รวมทั้งความสัมพันธ์เฉพาะของผู้นำประเทศ

รูปแบบการแข่งขันมีทั้งใช้ราคา (Price Competition) และไม่ใช้ราคา (Non Price Competition) ได้แก่ การกำหนดราคาโปรโมชั่น ซึ่งปัจจุบันแต่ละสายการบินหันมาใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคาได้แก่เพิ่มความถี่ของเที่ยวบิน สร้างความเหมาะสมของตารางการบิน การใช้เครื่องบินใหม่ การใช้เครื่องบินประหยัด สมาชิก การสะสมไมล์เดินทาง โดยการสร้างความเชื่อถือ เพิ่มคุณภาพและรูปแบบการบริการ การสร้างแบรนด์ของสายการบิน เป็นต้น ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนไว้

4. สถานการณ์ตลาดสายการบินต้นทุนต่ำและเส้นทางการบินของประเทศไทย

การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดจาก BCG Model โดยใช้อัตราการเจริญเติบโตของเส้นทางการบิน ตั้งแต่เริ่มเปิดบริการจนถึงปัจจุบัน (สิงหาคม 2549) และส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำไทย ได้แก่ สายการบิน วัน ทู โก ไทยแอร์เอเชีย และ นกแอร์ ซึ่งสายการบิน วัน ทู โก เริ่มต้นมี 3 เส้นทาง ปัจจุบันมี 8 เส้นทาง อัตราเติบโตของเส้นทางการบิน 1.67 เท่า ส่วนแบ่งตลาด 22.22 (%) สายการบินไทยแอร์เอเชีย เปิดดำเนินการมี 4 เส้นทาง ปัจจุบันมี 18 เส้นทางการบิน มีอัตราการเติบโตของเส้นทางการบิน 3.50 เท่า มีส่วนแบ่งตลาด 50 (%) และ

สายการบินนกแอร์ เปิดดำเนินการมี 6 เส้นทาง ปัจจุบันมี 10 เส้นทางมีอัตราการเติบโตของเส้นทางการบิน 0.67มีส่วนแบ่งตลาด 27.78 (%)



รูปที่ 1 เปรียบเทียบสถานการณ์ทางการตลาดของ วันทูโก ไทยแอร์เอเชีย และนกแอร์

การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ย่อมจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งผู้โดยสารในประเทศปัจจุบัน ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง รวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด

โดยกระแสของตลาด ที่ผ่านมา ทั้งในบ้านเราและเพื่อนบ้านก็มีการดำเนินงานสายการบินต้นทุนต่ำกันมากขึ้นและในช่วงที่ผ่านมา กระแสแข่งขันก็ยิ่งมุ่งเน้นที่ทางด้านราคาเป็นหลัก เพื่อดึงดูดค่าสร้างฐานธุรกิจให้กับกิจการ แนวโน้มทางการแข่งขันคงต้องมีการปรับรูปแบบบ้าง เนื่องจากสงครามราคาในระยะยาวย่อมไม่ได้ให้คุณกับใคร จะพบว่า จริงๆ แล้ว ปัจจัยแห่งความสำเร็จในธุรกิจนี้ มิได้อยู่แค่ต้นทุนและราคาต่ำอย่างเดียว ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงมีทั้งความปลอดภัย ความไว้วางใจได้และความสะดวกในการบริการเป็นหลัก ธุรกิจจึงควรปรับกลยุทธ์การจัดการ คือ ในการวิเคราะห์แนวโน้มของสายการบินต้นทุนต่ำ ควรทดลองดูว่ากลยุทธ์ใดจะถูกนำมาใช้ในการแข่งขันแล้วความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังนี้

1) ต้องสร้างความเชื่อมั่นและภักดีในแบรนด์มากขึ้น มิใช่ให้ลูกค้าตระหนักว่า แปรณค์ของกิจการเป็นแค่ของราคาถูกเท่านั้น จะไม่สร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในระยะยาว กิจกรรมการสร้างตราสินค้า ประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสร้างความคุ้นเคย ภาพลักษณ์ และความมั่นใจในตราสินค้า จะต้องเกิดขึ้นกับสายการบินต้นทุนต่ำ แม้ว่าจะทำให้ต้นทุนและราคาสูงขึ้นบ้าง

2) การสร้างรายได้เสริม นอกเหนือจากบริการการบินอย่างเดียวเท่านั้น เนื่องจากการแข่งขันก็เริ่มสูง และส่วนต่างกำไรเริ่มลดลง ช่องทางต่างๆ ที่ทำมาแล้ว และกำลังจะทำเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการขายอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง ก็คงจะมีการสร้างรายได้มากขึ้น จะมีการขายของชำร่วยของพรีเมียมที่เป็นตราของบริษัท เครื่องสำอาง และสินค้าในความนิยม รวมถึงมีการขายโฆษณาทั้งบนตัวเครื่อง และภายในเครื่องด้วย ซึ่งน่าจะสร้างรายได้ที่เป็นกอบเป็นกำกลับเข้ามามากขึ้น ทดแทนส่วนที่หายไปจากการแข่งขันที่รุนแรง โดยเป็นที่คาดการณ์ว่าสัดส่วนของรายได้เสริมที่มีได้มาจากการบริการทางการบิน น่าจะสูงขึ้น 20-30% จากรายได้ทั้งหมด

3) ความสะดวก ก็จะเป็นมูลค่าเพิ่มที่สายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งเน้นมากขึ้น เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จเช่นกัน ทั้งการเพิ่มช่องทางจำหน่ายขนาดเล็ก เช่น คิวอส เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้นในแต่ละโลเคชัน เนื่องจากอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการค้าบ้านเรายังไม่สูงเท่าต่างประเทศ รวมถึงมีการเชื่อมโยงกับพันธมิตรไม่ว่าจะเป็นโรงแรมราคาประหยัด ที่พัก บริษัทรถยนต์ แท็กซี่ เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะให้บริการที่ครบวงจรหลากหลายกับลูกค้าแล้ว ยังสามารถสร้างรายได้จากการขายข้ามสายผลิตภัณฑ์ (Cross-sell) อีกด้วย เนื่องจากจะได้รับคอมมิชชั่นจากการถ่ายโอนลูกค้าของสายการบินไปยังธุรกิจอีกด้วย

4) การให้บริการในเส้นทางที่ยาวขึ้น เนื่องจากโดยทั่วไปมีความเชื่อกันว่า สายการบินต้นทุนต่ำนั้น จะเหมาะสมกับการให้บริการแค่เส้นทางสั้นไม่เกิน 3 ชั่วโมง เพราะฉะนั้น ผู้โดยสารจะไม่ได้รับความสะดวกสบายในการบินเท่าที่ควร แต่หากมองอีกมุมหนึ่ง จะพบว่า หากบินยาวขึ้นผู้โดยสารก็อาจจะต้องการบริการมากขึ้น ก็น่าจะเป็นโอกาสของสายการบิน ที่จะ "ขาย" บริการเพิ่มเติม นับเป็นการสร้างรายได้เสริม เช่น มีการให้บริการทางด้านสื่อสารโทรคมนาคม ให้มีการดาวน์โหลดเกม หรือวิดีโอออนดีมานด์ แล้วเก็บค่าบริการ รวมถึงจะขายเครื่องดื่ม อาหารของขบเคี้ยว

5) เปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ น่าจะเกิดขึ้นอีกมาก เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่สูงมากในหลายเส้นทาง และควรจะเป็นเส้นทางที่มีเวลาการบินที่ยาวนานขึ้น โดยน่าจะเป็นการบินไปยังแหล่งท่องเที่ยว และศูนย์ธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นเพิ่มเติมจากแค่ในเส้นทางในประเทศ

6) เพิ่มบริการประเภทพรีเมียมควบคู่ไปกับประเภทราคาประหยัดให้ผู้บริโภคเลือกใช้ได้ตามต้องการ กล่าวคือสายการบินต้นทุนต่ำจะเหมาะสำหรับผู้โดยสารที่เป็นนักเดินทางหรือนักธุรกิจที่เน้นความประหยัด และใช้เส้นทางบินระยะสั้น คือเส้นทางบินภายในประเทศหรือไปประเทศใกล้เคียง ในขณะที่สำหรับเส้นทางบินระยะไกลหรือแม้แต่เส้นทางบินระยะสั้นที่ผู้โดยสารยังต้องการบริการที่เน้นความสะดวกสบาย

ตลาดการบินยังคงเป็นของสายการบินปกติ ทั้งนี้การวางตำแหน่งทางการตลาดที่ไม่ถูกต้อง และการกำหนดฐานลูกค้าที่ไม่ชัดเจนของสายการบินต้นทุนต่ำ จะทำให้การวางแผนกลยุทธ์

ตลอดจนการดำเนินการตลาดผิดพลาด สำหรับในประเทศไทยก็เช่นกันมีข้อสังเกตว่า ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากในธุรกิจการบินขณะนี้ ได้ทำให้สายการบินหลายรายหันมาปรับกลยุทธ์ธุรกิจตามกระแสนิยมสายการบินต้นทุนต่ำ อาทิ สายการบินบางรายที่ยังไม่สามารถลดต้นทุนได้ แต่กลับขายตั๋วโดยสารราคาถูกเสมือนเป็นสายการบินต้นทุนต่ำ หรือสายการบินที่ตั้งใจจะวางตำแหน่งการตลาดให้เป็นสายการบินต้นทุนต่ำ แต่ยังคงให้บริการที่เน้นความสะดวกสบายเพื่อเอาใจลูกค้าอันเป็นการเพิ่มต้นทุน ลักษณะการให้บริการแบบลูกผสมหรือที่เรียกว่า จะทำให้สายการบินต้นทุนต่ำประเภทนี้มีความเสี่ยงสูงที่จะไม่ประสบความสำเร็จ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่น้ำมันมีราคาแพงเช่นปัจจุบัน การเน้นใช้กลยุทธ์แข่งขันทางราคาเป็นหลักย่อมจะมีข้อจำกัดมาก

การกำเนิดของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ย่อมจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งผู้โดยสารในประเทศปัจจุบัน ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรงรวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดจะได้แก่ :

1) ธุรกิจสายการบินที่ให้บริการภายในประเทศอยู่ในปัจจุบัน อันได้แก่ การบินไทย และสายการบินเอกชนต่างๆที่ให้บริการในประเทศอยู่ในขณะนี้ เช่น โอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ส, บางกอก แอร์เวย์ส, พีบี แอร์, ภูเก็ต แอร์ไลน์ส, แอร์ อันดามัน ทั้งนี้ ยกตัวอย่างเช่นในกรณีของการบินไทย ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติด้วยนั้น ปัจจุบันมีอัตราค่าโดยสารมาตรฐานที่สูงกว่าสายการบินต้นทุนต่ำถึง 2 เท่า ดังนั้น ผู้ประกอบการสายการบินในประเทศได้ให้บริการแบบโลว์คอสต์ จึงต้องรีบเปิดตัวบริการสายการบินต้นทุนต่ำของตนสู่ตลาดทันที ซึ่งแม้กลยุทธ์การตลาดเพื่อโปรโมทบริการใหม่นี้อาจหมายถึงการขาดทุนในระยะแรกก็ตาม ทั้งนี้สายการบินโอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ส ได้จัดตั้งสายการบินต้นทุนต่ำในเครือชื่อ วัน-ทู-โก (One-Two-Go) ให้บริการในเส้นทางท่องเที่ยวเมืองหลัก การบินไทย ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติด้วยนั้น ปัจจุบันได้เปิดการบินต้นทุนต่ำนกแอร์ ให้บริการในเส้นทางที่การบินไทยทนภาวะการขาดทุนไม่ไหว

2) กิจการที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางบก อันได้แก่ การรถไฟแห่งประเทศไทย และธุรกิจรถทัวร์ปรับอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทขนส่ง จำกัด ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบจากการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเช่นกัน โดยคาดว่าจะมีผู้โดยสารทางบกส่วนหนึ่งที่แต่เดิมนิยมโดยสารรถไฟหรือรถทัวร์ปรับอากาศ อาจจะหันไปให้บริการทางอากาศของสายการบินต้นทุนต่ำแทน เนื่องจากความแตกต่างของราคาระหว่างการเดินทางทางบกกับการเดินทางด้วยเครื่องบินจะลดลง ทั้งนี้อัตราค่าโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ยกตัวอย่างในกรณีเส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่จะอยู่ที่ประมาณ 1,000 บาทต่อเที่ยว ซึ่งต่ำกว่าค่าโดยสารรถไฟด่วนนอนปรับอากาศชั้นหนึ่งที่ราว 1,200 บาทต่อเที่ยว และแม้ว่าค่าโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำที่ประมาณ 1,000 บาทต่อเที่ยวนี้จะสูงกว่าค่าโดยสารรถไฟด่วนนอนปรับอากาศชั้นสองหรือค่าโดยสารรถทัวร์ปรับอากาศ(วิโอพี 24 ที่นั่ง)ที่มีราคาประมาณ 600-700 บาทต่อเที่ยวในเส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่

เหมือนกันก็ตาม แต่ระยะเวลาที่ใช้เดินทางนั้นเทียบกันไม่ได้เลยระหว่างประมาณ 1 ชั่วโมงของการนั่งเครื่องบิน เทียบกับกว่า 10-11 ชั่วโมงหากเดินทางด้วยรถไฟหรือรถทัวร์ ดังนั้นจุดเด่นด้านความรวดเร็วด้วยราคาที่ไมแพงนักอาจจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้คนจำนวนไม่น้อยหันไปใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ อย่างไรก็ตามสายการบินก็มีข้อจำกัดที่สามารถให้บริการเฉพาะเส้นทางระหว่างจังหวัดหลักๆ ที่มีสนามบินเท่านั้น ในขณะที่รถไฟและรถทัวร์ยังคงเป็นระบบขนส่งพื้นฐานสำหรับผู้โดยสารในประเทศเพราะสามารถเข้าถึงพื้นที่ต่างๆของประเทศได้มากกว่า

5. ศักยภาพและโอกาสของการเชื่อมโยงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

จากการศึกษาทบทวนประเทศที่มีสายการบินต้นทุนต่ำใกล้เคียงบ้านอย่างเช่นประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ที่มีสายการบิน เส้นทางการบิน สนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ และมีเป้าหมายเป็นศูนย์กลางทางการบินแห่งเอเชีย เช่นเดียวกับประเทศไทย หลังมีธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

สำหรับประเทศมาเลเซียภายหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำแอร์เอเชีย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มจากปี 2003 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 10.58 ล้าน คนมีรายได้จากการท่องเที่ยว 21,291.1 ล้านบาทในปี 2004 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 15.70 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 29,651.4 ล้านบาทการใช้

ยุทธศาสตร์การบินต้นทุนต่ำประสานกับแหล่งการท่องเที่ยวต่างๆทั้งในประเทศมาเลเซีย และประเทศในอาเซียน โดยมีสายการบินแอร์เอเชียซึ่งมีเส้นทางบินที่มากที่สุดภูมิภาคนี้ และยังมีกรร่วมลงทุนกับประเทศไทย อินโดนีเซียในการลงทุนประกอบธุรกิจสายการบินและมีนโยบายส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางการบินในแต่ละภูมิภาค และสร้างสนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะเพื่อลดค่าใช้จ่ายการใช้สนามบินของธุรกิจสายการบิน

ประเทศสิงคโปร์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวจึงสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก และยังเป็นประเทศของศูนย์กลาง หรือฮับ ในภาคอุตสาหกรรมการบินโดยใช้แหล่งช้อปปิ้งที่โด่งดังเป็นกลยุทธ์ อย่างถนนออร์ชาร์ดเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เพราะถนนเส้นยาวที่รายล้อมด้วยห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น พารากอน, เซ็นเตอร์พ้อยท์, ทาคาซิมาย่า เป็นต้น รวมถึงโรงแรม และสถานที่ทางราชการ เมื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบช้อปปิ้ง สตรีคพัฒนามากขึ้น หลายๆ ประเทศต่างนำคอนเซ็ปต์นี้มาเป็นกลยุทธ์หลักเช่นกัน อย่างประเทศไทยเอง ที่ภาครัฐเริ่มเห็นถึงความสำคัญกับเรื่องนี้เมื่อ 1-2 ปีที่ผ่านมา การผลักดันโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น จึงเดินตามหลังสิงคโปร์เมื่อจุดดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวในประเทศใกล้เคียงเริ่มพัฒนา และไม่ได้แตกต่างจากประเทศสิงคโปร์ ช่วงปีที่ผ่านมาแผนการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ จึงไม่ใช่แค่การหยุดนิ่งชูความเป็นเมืองแห่งการช้อปปิ้งเท่านั้น นั่นเพราะการดึงให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามา

มากขึ้น การเดินทางก็ถือเป็นปัจจัยหลักเช่นกัน สอดรับกับการพัฒนาสายการบินต้นทุนต่ำในหลายประเทศ การเปิดเส้นทางบินรูปแบบนี้ในสิงคโปร์จึงชัดเจนขึ้น จนปัจจุบันมีรวม 3 สายการบินโลว์คอสต์หลักๆ ได้แก่ แอร์เอเชีย, ไทเกอร์แอร์ไลน์ และเจ็ตสตาร์เอเชีย โดยไม่รวมอีกหนึ่งสายการบินโลว์คอสต์จากไทย ในชื่อ ไทยแอร์เอเชีย จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2005 รวมที่ 8.8 ล้านราย หรือเพิ่มขึ้น 400,000 ราย จากปี 2004 จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นตัวเลขที่ขยับขึ้นด้วยผลจากการเปิดสายการบินต้นทุนต่ำ

ผลได้ที่จะเกิดกับการท่องเที่ยวไทย สิงคโปร์และมาเลเซียเป็น กลุ่มเป้าหมายหลัก โดยเฉพาะมาเลเซียที่แต่ละปีเข้าเที่ยวไทยสูง 1.3 ล้านคน ขณะที่ ไทเกอร์แอร์ สายการบินจากสิงคโปร์จะเปิดเที่ยวบินตรงมาภูเก็ต หาดใหญ่ เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ทั้งสองประเทศเป็นตลาดท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยได้ในช่วงสุดสัปดาห์ และในช่วงเทศกาลต่าง ๆ รวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่สามารถเดินทางกลับมาได้อีกหลาย ๆ ครั้ง เนื่องจากการเดินทางที่สะดวกทั้งทางรถยนต์และเครื่องบิน โดยช่วงสุดสัปดาห์หรือวันหยุดติดต่อกันหลายวันนักท่องเที่ยวมาเลเซียจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ที่เป็นคาราวาน ตลาดมาเลเซีย ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงมาก และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยเป็นจำนวนสูงถึงปีละ 1.3 ล้านคน ที่เข้ามาในภูเก็ต หาดใหญ่ ส่วนตลาดสิงคโปร์เป็นตลาดที่สำคัญเช่นกัน ขณะนี้มีสายการบินราคาถูกจะบินตรงเข้ามาที่จังหวัดภูเก็ต กระบี่ เชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น แนวทางและกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจากการเชื่อมโยงเส้นทางของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีสิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศกัมพูชา พม่า ลาว จีนตอนใต้ และเวียดนาม

5.1 ข้อเสนอกลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และประเทศเพื่อนบ้าน

5.1.1 กลยุทธ์การขายร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

กลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภคแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี เพราะประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มินครวัด ลาวมีน้ำตก หลีผี ขายได้ทุกวัน และขายได้ทั้งปี เสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปแบบกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำและโปรแกรมการท่องเที่ยว

5.1.2 การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทางด่านรัฐประเทศและปากเซ

การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะง่า ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวร ต้องมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การเปิดประตูเปิดด่านช่องเม็กเข้าลาว ช่องสะง่าเข้ากัมพูชา มีความเป็นไปได้สูงมาก โดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้า

5.1.3 การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ฝัวจารต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

5.1.4 กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน

ควรจัดให้มีแหล่งรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะง่าหรือที่สามเหลี่ยมมรกต โขงเจียม สิรินครพัฒนาสนามกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครธม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้เพิ่มการขนส่ง สาธารณการ ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น ช่องเม็กอำเภอสิรินครของจังหวัดอุบลราชธานี

5.1.5 ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน และเป็นประตูสู่ลาวได้

ท่องเที่ยว คอนพะเพ็ง ไนเองการ่าแห่งเอเชีย วัดพู ปราสาทของมรดกโลก และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางรถยนต์กับจังหวัดเสียมเรียบประเทศกัมพูชา ชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลก นครวัด ผ่านช่องสะง่า จังหวัดศรีสะเกษ

5.1.6 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยงเชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

5.1.7 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่เวียงจันทน์ วังเวียง และหลวงพระบาง พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์ ซึ่งควรให้มีรถโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุดรธานี ถึงนครเวียงจันทน์

5.1.8 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่น ไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเว้ ฮอยอันเมืองมรดกโลก

5.1.9 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตูสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ สมรภูมิอเมริกัน วัดโบราณ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ

5.1.10 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว ไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้(ยูนนาน) สายการบินไทยแอร์เอเชียมีเส้นทางการบินต้นทุนต่ำบินกรุงเทพไป กรุงย่างกุ้งประเทศพม่า ดังนั้น การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ ทางตอนเหนือของพม่า ดังที่เสนอให้ใช้ศักยภาพของ จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางเส้นทางท่องเที่ยวทางรถยนต์และทางน้ำในการท่องเที่ยวไทย ลาว พม่า จีนตอนใต้ จากการสำรวจเส้นทางและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือด้วยการใช้ ศักยภาพของเชียงรายที่เหนือกว่าในการเป็นศูนย์กลาง อันเนื่องจากความได้เปรียบทางด้านที่ตั้งของเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เชื่อมต่อกับประเทศ ถึง 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และลาว ทั้งยังสามารถเชื่อมต่อไปยังจีนตอนใต้ มณฑลยูนนานได้

5.2 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทยไปประเทศเพื่อนบ้าน

เส้นทางท่องเที่ยวนอกจากในจังหวัดเชียงราย อุตรธานี และอุบลราชธานีแล้วเส้นทางของ จังหวัดของเรายังสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปประเทศเพื่อนบ้านได้หลากหลายเส้นทางคือ

- (1) เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - ต้าหลัว (จีน) - เชียงรุ้ง
- (2) เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต็น - เมืองลา (จีน) - จิงหรง (เชียงรุ้ง)
- (3) การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหรง
- (4) การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง
- (5) อุตรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง
- (6) ขอนแก่น - มุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบาว - เคเซนท์ - ดองฮา - กวางตรี - เว้ - ดานัง
- (7) ไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์
- (8) อุบลราชธานี - จำปาศักดิ์ - คอนพะเพ็ง - หลี่ผี
- (9) อุบลราชธานี - ศรีสะเกษ - เสียมราฐ

6. โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวของไทย

โดยที่ธุรกิจสายการบินมีรูปแบบการขนส่งผู้โดยสารที่สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และมีประสิทธิภาพ การมีสายการบินขนาดเล็กที่ให้บริการแบบต้นทุนต่ำในการทำตลาดและส่งเสริมการขาย จากการลดราคาบัตรโดยสารเครื่องบินเพื่อจูงใจผู้โดยสาร ในช่วงนี้สายการบินแบบต้นทุนต่ำได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั้งจากผู้ลงทุนและผู้ให้บริการเพราะค่าโดยสารเครื่องบินประหยัดกว่า รวมทั้งเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันจึงเป็นโอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวของไทยจากสถานการณ์และแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น การ

ส่งเสริมของรัฐ และแนวทางเร่งอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการขนส่งทางอากาศ ของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย สู่ประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านอันได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า จีนตอนใต้ และเวียดนาม ด้วยศักยภาพความเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆจากการใช้การเชื่อมโยงของสายการบินต้นทุนต่ำได้แก่ เชียงราย – พม่า ลาว เชียงรุ่ง (จีน) อุตรธานี – ลาว เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง สระแก้ว อุบลราชธานี – กัมพูชา เสียมเรียบ ลาว จำปาศักดิ์ ทั้ง 3 จังหวัดมีบริษัทนำเที่ยวไม่ว่าจะพิจารณาจากไกด์ โรงแรม หรือการบริการ ที่ถือว่าสมบูรณ์ และดีที่สุด มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก ทั้งที่เป็นธรรมชาติ ป่าภูเขา วัฒนธรรม โบราณสถาน และอื่น ๆ อีกมาก นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่ได้เปรียบ คือ อุปนิสัย และประเพณีที่ดีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงก็คือ บุคลากร ที่ทำงานด้านบริการ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะอาชีพอิสระควรพยายามแบ่งส่วนกันทำ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน แต่ทั้งนี้จะต้องให้ความร่วมมือและประสานงานกันเป็นอย่างดี ในส่วนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้นจะต้องทำติดต่อกัน และต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เน้นการอนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคและระดับจังหวัด ปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนการจัดให้สถานบริการผู้โดยสารทางอากาศในเมือง เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะต่อไป ในปัจจุบันได้เปรียบประเทศเพื่อนบ้านในส่วนที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และโบราณสถาน ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของจังหวัด นอกจากนี้แล้วเรื่องอาหารและผลไม้ของจังหวัด เชียงรายก็ถือว่าเป็นจุดเด่นอีกประการหนึ่งด้วย

**การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน**

**Analysis of Low Cost Airline Routes
for Tourism promotion in Thailand &
the Neighboring Countries**

เป้าหมายการวิจัย

เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
จากการขนส่งทางอากาศ โดยการเชื่อมโยงของธุรกิจสายการบิน
ต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย
อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศไทยเพื่อนบ้าน
เพื่อประเทศไทยไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำ และสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลก
2. เพื่อวิเคราะห์ผลจากการแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (low Cost Airline) ที่มีต่อธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจรถทัวร์ และการรถไฟแห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ (ต่อ)

3. เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำทั้งบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัย
4. เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

**ความเป็นมาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ
(Low Cost Airline)**

ลักษณะของสายการบินราคาต่ำ

- ไม่เสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม
- ใช้เครื่องบินแบบเดียว
- ใช้สนามบินรองแห่งอื่นที่อยู่ใกล้ ๆ สนามบินหลัก
- จองและขายตั๋วทางอินเทอร์เน็ต

- ประเด็นที่ภาครัฐต้องดูแลและควบคุม คือ **ความปลอดภัย**
- จุดอ่อน คือ อายุเครื่องบิน การดูแลรักษาเครื่องบิน ที่ต้องพึ่งบริษัทอื่น การใช้อะไหล่เครื่องบินปลอม การดูแลกำกับมาตรฐานสมรรถนะของนักบิน และกติกการแข่งขันที่อยู่ในกรอบโดยเน้นความปลอดภัยเป็นหลัก

สายการบินวันทูโก โดยสายการบินโอเรียนทัลไทย

(One Two Go by Orient Thai)

- เป็นสายการบินแบบประหยัดรายแรกของไทย พร้อมบริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง
- ใช้เครื่องบินโบอิง 747-SR 747-LR และ MD-82
- เส้นทางการบิน : กรุงเทพฯ-เชียงใหม่
 - กรุงเทพฯ — ภูเก็ต
 - กรุงเทพฯ — หาดใหญ่
 - กรุงเทพฯ — เชียงราย
 - กรุงเทพฯ - สุราษฎร์ธานี



สายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia)

เส้นทางการบินระหว่างประเทศ

สิงคโปร์ - กรุงเทพฯ
สิงคโปร์ - ภูเก็ต
สิงคโปร์ - เชียงใหม่
สิงคโปร์ - หาดใหญ่
กัวลาลัมเปอร์ - หาดใหญ่
กัวลาลัมเปอร์ - เชียงใหม่
กัวลาลัมเปอร์ - ภูเก็ต
ปีนัง - กรุงเทพฯ
โกตาคินาบาลู - กรุงเทพฯ
มาเก๊า - กรุงเทพฯ
เซี่ยงไฮ้ - กรุงเทพฯ
พนทเปญ - กรุงเทพฯ
ฮานอย - กรุงเทพฯ

เส้นทางการบินในประเทศ

กรุงเทพฯ - เชียงใหม่
กรุงเทพฯ - เชียงราย
กรุงเทพฯ - หาดใหญ่
กรุงเทพฯ - นราธิวาส
กรุงเทพฯ - ภูเก็ต
กรุงเทพฯ - สุราษฎร์ธานี
กรุงเทพฯ - อุบลราชธานี
กรุงเทพฯ - อุดรธานี
กรุงเทพฯ - ขอนแก่น
กรุงเทพฯ - กระบี่



สายการบินไทยแอร์เอเชีย ((Nok Air)

เส้นทางการบิน

กรุงเทพฯ — เชียงใหม่

กรุงเทพฯ — อุดรธานี

กรุงเทพฯ — ภูเก็ต

กรุงเทพฯ — หาดใหญ่

กรุงเทพฯ — นครศรีธรรมราช

กรุงเทพฯ — ตรัง

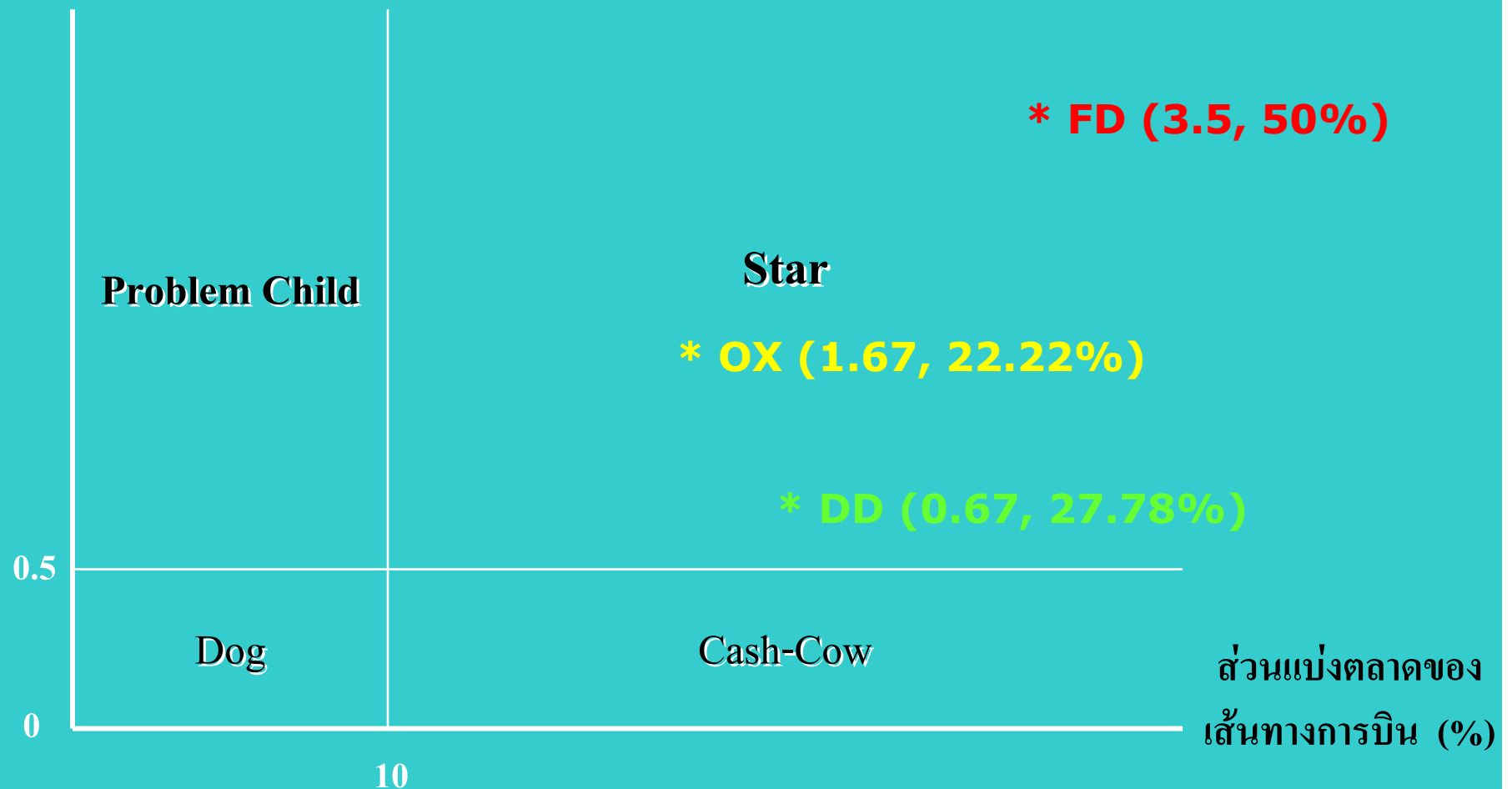
เชียงใหม่ — อุดรธานี



nokair.com

การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดจาก BCG Model

อัตราการเจริญเติบโตของเส้นทางการบิน (เท่า)



ผลของการมี ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

อัตราค่าโดยสารและระยะเวลาเดินทางของการขนส่งผู้โดยสารประเภทต่างๆ

เส้นทาง	สายการบินต้นทุนต่ำ* (อัตราโดยเฉลี่ย)	สายการบินปกติ* (ชั้นประหยัด)	รถไฟ鈍นอนปรับอากาศ (อัตราโดยเฉลี่ย)	รถโดยสาร/รถทัวร์ (ปรับอากาศ 24 ที่นั่ง / 32 ที่นั่ง)
กรุงเทพฯ-เชียงใหม่	900 -1,000 บาท 1 ชั่วโมง 10 นาที	2,170 บาท 1 ชั่วโมง 10 นาที	ชั้นหนึ่ง 1,223 บาท ชั้นสอง 681 บาท 11 ชั่วโมง	470 บาท / 625 บาท 10 ชั่วโมง
กรุงเทพฯ-ภูเก็ต	1,200 บาท 1 ชั่วโมง 20 นาที	2,625 บาท 1 ชั่วโมง 20 นาที	ชั้นหนึ่ง 1,149 บาท ชั้นสอง 648 บาท 11 ชั่วโมง (ลงที่สุราษฎร์ธานี)	567 บาท / 755 บาท 13 ชั่วโมง
กรุงเทพฯ-หาดใหญ่	1,300 บาท 1 ชั่วโมง 30 นาที	2,990 บาท 1 ชั่วโมง 30 นาที	ชั้นหนึ่ง 1,364 บาท ชั้นสอง 745 บาท 14 ชั่วโมง	624 บาท / 830 บาท 13 ชั่วโมง

*ยังไม่รวมค่าภาษีและประกันภัย และเงินชดเชยค่าน้ำมัน

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีศูนย์สายการบินต้นทุนต่ำ

- แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดินทางมาประเทศไทย

ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

$$D_{m1} = 25.3x + 1287.9$$

หลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

$$D_{m2} = 65.5x + 1160.6$$

- แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์เดินทางมาประเทศไทย

ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

$$D_{s1} = 4.8x + 527.1$$

หลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

$$D_{s2} = 16.2x + 475.8$$

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่มีศูนย์สายการบินต้นทุน

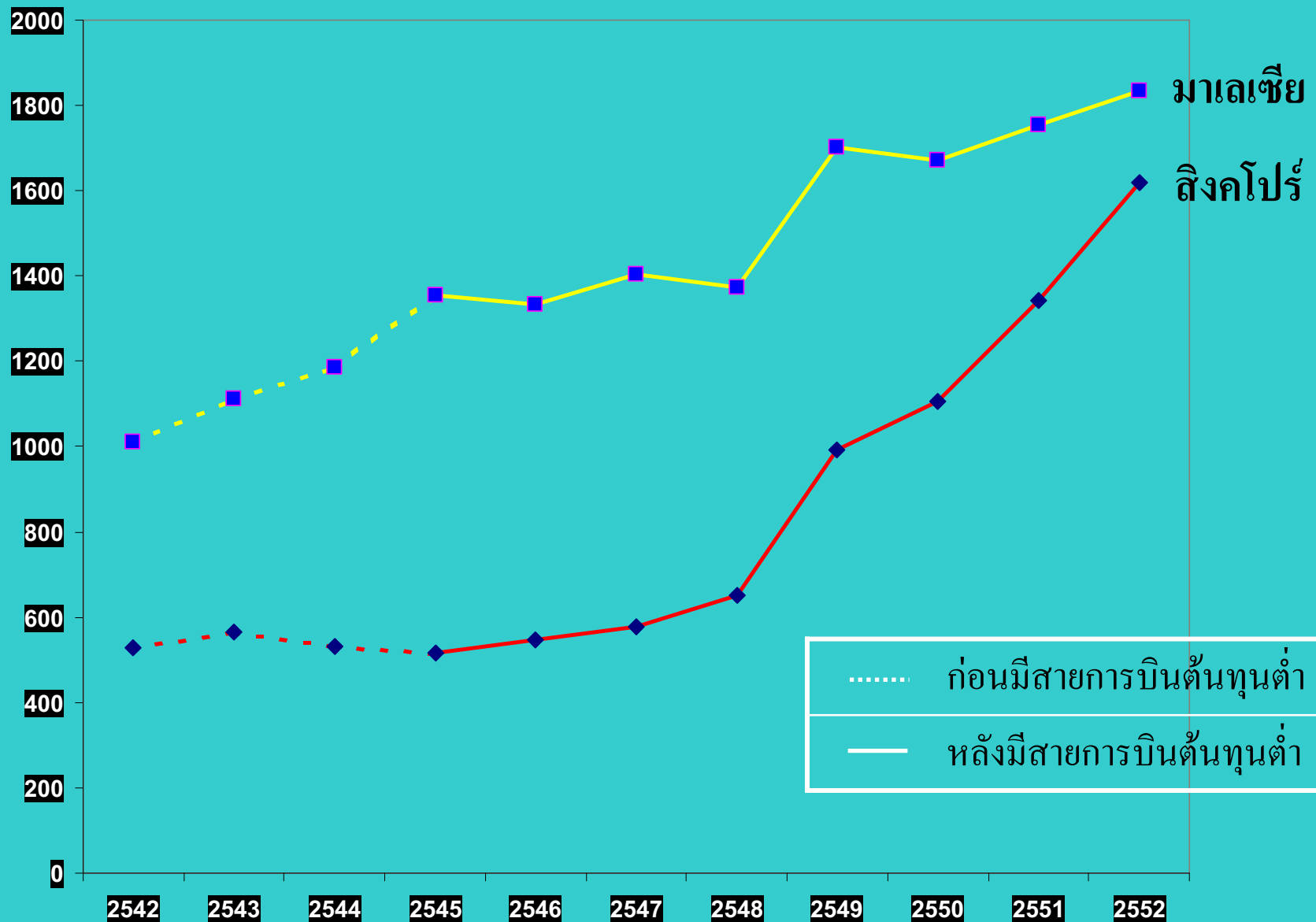
แนวโน้มสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย
ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

$$D_{A1} = -57x + 88.6$$

แนวโน้มสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย
หลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

$$D_{A2} = 11x + 59.7$$

ค่าพยากรณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ และมาเลเซีย



สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ร้อยละจำแนกตามประเภทของกิจการและโรงแรมที่พัก

ประเภทของกิจการ	ร้อยละ
บริษัทท่องเที่ยวรายใหญ่	8.04
บริษัทท่องเที่ยวรายย่อย	18.75
บริษัทนำเที่ยว	44.20
บริษัทรับช่วงพาเที่ยว	2.68
เคาน์เตอร์จำหน่าย/จองตั๋วและที่พัก	16.52
โรงแรมที่พัก	9.81
รวม	100.00

ร้อยละของประเภทของกิจการนำเข้าเที่ยว

ประเภทของกิจการนำเข้าเที่ยว	ร้อยละ
จัดนำเที่ยวต่างประเทศ Out bound	38.92
จัดนำเที่ยวในประเทศ In bound	36.22
In bound & Out bound	24.86
รวม	100.00

ร้อยละของประเภทกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มาจากกลุ่มประเทศ

กลุ่มลูกค้า	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	35.71
กลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิก	22.67
กลุ่มประเทศยุโรป	22.98
กลุ่มประเทศอเมริกาเหนือ	9.63
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	3.42
อื่น ๆ	5.59
รวม	100.00

ร้อยละของลักษณะตลาดของกลุ่มลูกค้า

ลักษณะของกลุ่มลูกค้า	ร้อยละ
กลุ่มตลาดชั้นดี	22.73
กลุ่มตลาดค่อนข้างดี	22.03
กลุ่มตลาดปานกลาง	32.17
กลุ่มตลาดประหยัด	12.24
กลุ่มอิสระ	10.83
รวม	100.00

ร้อยละของประเภทที่ถูกค้ำนิยमत่องเที่ยว

ประเภทที่ถูกค้ำนิยमत่องเที่ยว	ร้อยละ
เดินป่า ปีนเขา	10.54
เล่นกีฬา	4.47
ซื้อของ	17.89
ธรรมชาติทางทะเล	35.78
ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	12.14
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1.92
วิถีชีวิตชาวบ้าน	5.12
อื่น ๆ เช่น ประชุม ดูงาน การศึกษา สัมมนา	12.14
รวม	100.00

ร้อยละของพาหนะที่ใช้บริการนำเที่ยวให้ลูกค้า

พาหนะที่ใช้บริการนำเที่ยวให้ลูกค้า	ร้อยละ
รถทัวร์	30.03
รถตู้	22.74
รถยนต์ส่วนตัว	4.37
รถไฟ	7.87
เครื่องบิน	29.74
อื่น ๆ เช่น เรือ	5.25
รวม	100.00

ร้อยละของประเภทธุรกิจนำเข้าเที่ยวจำแนกตาม พาหนะที่ใช้บริการลูกค้า

ประเภทธุรกิจ	พาหนะที่ใช้บริการลูกค้า (%)						
	รถทัวร์	รถตู้	รถยนต์	รถไฟ	เครื่องบิน	อื่นๆ	รวม
ธุรกิจนำเข้าเที่ยว Out bound	26.97	17.76	2.63	15.13	35.53	1.97	100.00
ธุรกิจนำเข้าเที่ยว In bound	34.29	31.43	6.67	2.86	14.29	10.48	100.00
ธุรกิจนำเข้าเที่ยว In bound & Out bound	33.33	21.33	0.00	1.33	40.00	4.00	100.00
รวม	30.72	22.89	3.31	8.13	29.82	5.12	100.00

ร้อยละของสาเหตุที่เลือกใช้พาหนะบริการนำเที่ยวให้ลูกค้า
จากตารางที่ผ่านมา

สาเหตุ	ร้อยละ
ประหยัด	19.00
ปลอดภัย	14.03
สะดวก	56.11
อื่นๆ เช่น ลูกค้าเลือกเอง	10.86
รวม	100.00

ร้อยละของการเลือกใช้บริการรถโดยสารการบินเพื่อใช้บริการลูกค้า

สาเหตุ	ร้อยละ
การบินไทย	48.06
นกแอร์	11.63
แอร์เอเชีย	19.77
สายการบินวันทูโก	20.54
รวม	100.00

ร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินใน
ตารางที่ผ่านมา

สาเหตุ	ร้อยละ
ประหยัด	18.84
ปลอดภัย	31.40
สะดวก	32.85
อื่นๆ เช่น ลูกค้านำเอง บริการดี คุณภาพดี	16.91
รวม	100.00

ร้อยละของพาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้บริการรถก้ำในการ ท่องเที่ยวจำแนกตามเหตุผลที่ใช้

พาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้ บริการรถก้ำ	เหตุผลที่ใช้				รวม
	ประหยัด	ปลอดภัย	สะดวก	อื่นๆ	
รถทัวร์	25.19	15.27	49.62	9.92	100.00
รถตู้	23.53	14.71	54.90	6.86	100.00
รถยนต์ส่วนตัว	11.11	27.78	55.56	5.56	100.00
รถไฟ	41.46	14.63	36.59	7.32	100.00
เครื่องบิน	19.38	14.73	56.59	9.30	100.00
อื่นๆ	14.29	14.29	42.86	28.57	100.00
รวม	23.53	15.38	51.58	9.50	100.00

ร้อยละของสายการบินส่วนใหญ่ที่ใช้บริการลูกค้าในการ ท่องเที่ยวจำแนกตามเหตุผลที่ใช้

สายการบิน ที่ใช้บริการลูกค้า	เหตุผลที่ใช้				รวม
	ประหยัด	ปลอดภัย	สะดวก	อื่นๆ	
การบินไทย	7.74	36.13	36.13	20.00	100.00
นกแอร์	25.00	27.50	37.50	10.00	100.00
แอร์เอเชีย	39.39	16.67	33.33	10.61	100.00
วัน ทู โก	17.78	15.56	35.56	31.11	100.00
รวม	18.30	27.78	35.62	18.30	100.00

ร้อยละของธุรกิจนำเที่ยว และโรงแรมที่ใช้บริการมีกิจกรรมส่งเสริม
การตลาด (Campaign) ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ

ข้อมูลทั่วไป	ร้อยละ
ธุรกิจนำเที่ยวของท่านร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ	
- ไม่ใช่	72.43
- ใช่	27.57
โรงแรมที่ใช้บริการมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Campaign) ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ	
- ไม่ใช่	82.66
- ใช่	17.34

ร้อยละธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำจัดแพคเกจร่วมกับธุรกิจนำเที่ยวกับการ
ใช้บริการโรงแรมระดับต่าง

สายการบินต้นทุนต่ำ / ธุรกิจนำเที่ยว	ระดับโรงแรม					รวม
	5 ดาว	4 ดาว	3 ดาว	2 ดาว	1 ดาว	
ไม่เป็นพันธมิตร	23.5	40.0	34.1	1.2	1.2	100.0
เป็นพันธมิตร	15.1	34.2	39.7	6.8	4.1	100.0

ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ ที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจ ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
การมีสายการบินต้นทุนต่ำ มีส่วนส่งเสริมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทย	3.82
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น	3.51
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ธุรกิจนำเที่ยวของท่าน เปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น	3.47
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ธุรกิจ นำเที่ยวของท่าน ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในการให้บริการลูกค้ามากขึ้น	3.47
การมีสายการบินต้นทุนต่ำส่งผลให้ท่านต้องเพิ่มหรือ เปลี่ยนแปลงโปรแกรมนำเที่ยว	3.41
ภาพรวม	3.54

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

ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ ที่มีต่อธุรกิจโรงแรม

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำ ที่มีต่อธุรกิจโรงแรม	ค่าเฉลี่ย
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้โรงแรมมี ลูกค้าเพิ่มขึ้น	3.74
การมีสายการบินต้นทุนต่ำส่งผลให้โรงแรมมี ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.73
ภาพรวม	3.73

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

**ค่าเฉลี่ยของผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรมจากการ
เปลี่ยนแปลงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างประเทศ นักธุรกิจ ข้าราชการ/
รัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้าน**

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรม		ค่าเฉลี่ย	ระดับค่าเฉลี่ย
1.นักท่องเที่ยวชาวไทย			1.00-1.80 น้อย
1.1	ท่องเที่ยวอิสระ	4.02	1.81-2.60 ค่อนข้างน้อย
1.2	ท่องเที่ยวเป็นคณะ	3.77	
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ			2.61-3.40 ปานกลาง
2.1	ท่องเที่ยวอิสระ	3.77	3.41-4.20 ค่อนข้างมาก
2.2	ท่องเที่ยวเป็นคณะ	3.55	
3. นักธุรกิจ		3.39	4.21-5.00 มาก
4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		3.47	
5. นักเรียน/นักศึกษา		3.39	
6. อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เกษียณ		3.40	
ภาพรวม		3.59	

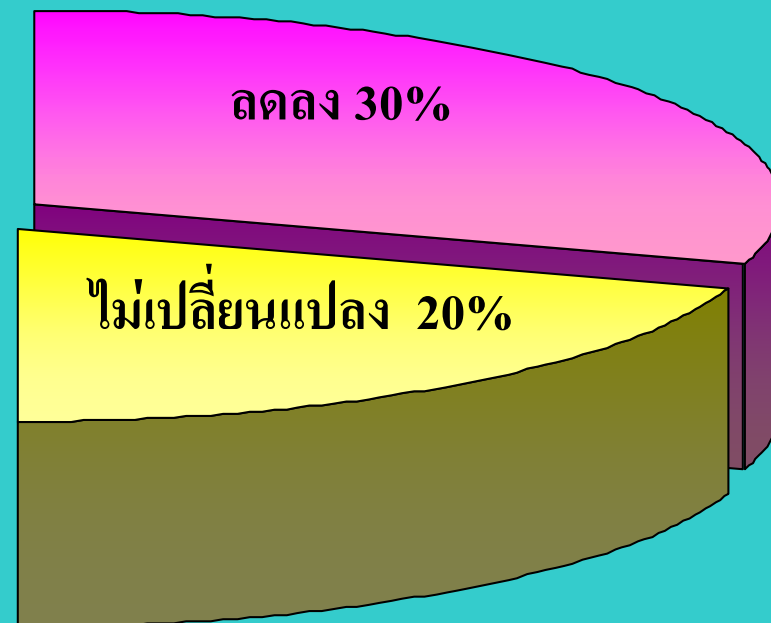
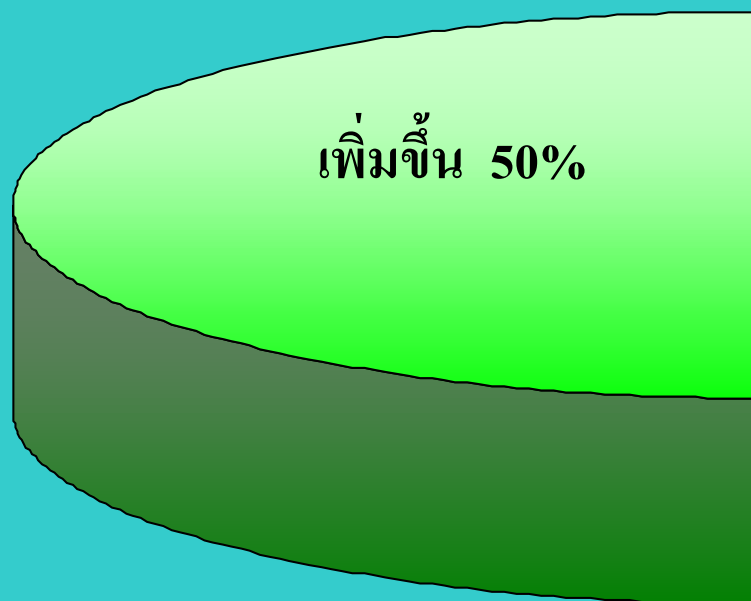
ค่าเฉลี่ยของสิ่งที่ต้องการเสนอแนะให้รัฐและหรือ การท่องเที่ยวดำเนินการ

ความต้องการ	ค่าเฉลี่ย
1. การสนับสนุนจากรัฐ จังหวัดและสังคม	4.16
2. พัฒนาความสามารถบุคลากรเพื่อขยายกิจการ	4.07
3. ความสามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าทาง INTERNET	4.15
4. โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4.23
5. โครงการขยายตลาดการท่องเที่ยว	4.17
6. โครงการลงทุน/พัฒนาที่พัก	4.05
7. โครงการลงทุน/พัฒนาร้านอาหาร	4.07
ภาพรวม	4.13

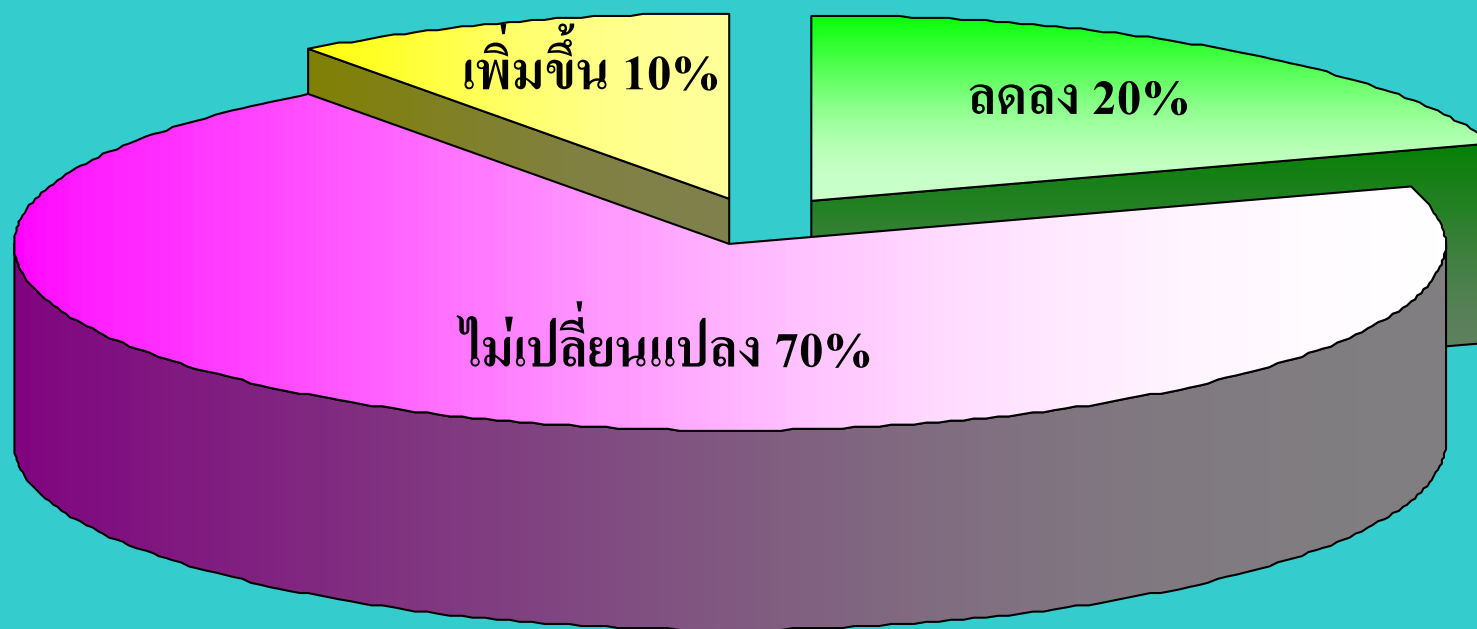
ระดับค่าเฉลี่ย	
1.00-1.80	น้อย
1.81-2.60	ค่อนข้างน้อย
2.61-3.40	ปานกลาง
3.41-4.20	ค่อนข้างมาก
4.21-5.00	มาก

สัมภาษณ์ธุรกิจขนส่ง

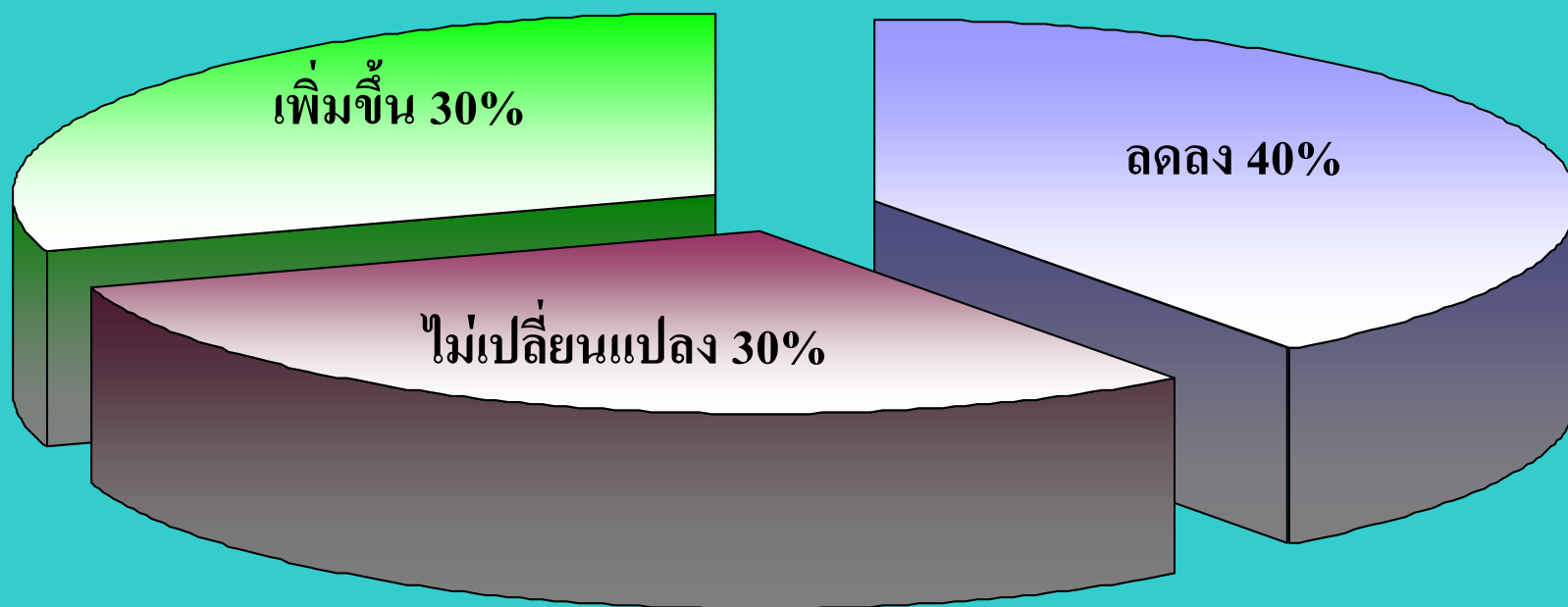
ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวอิสระ
ตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



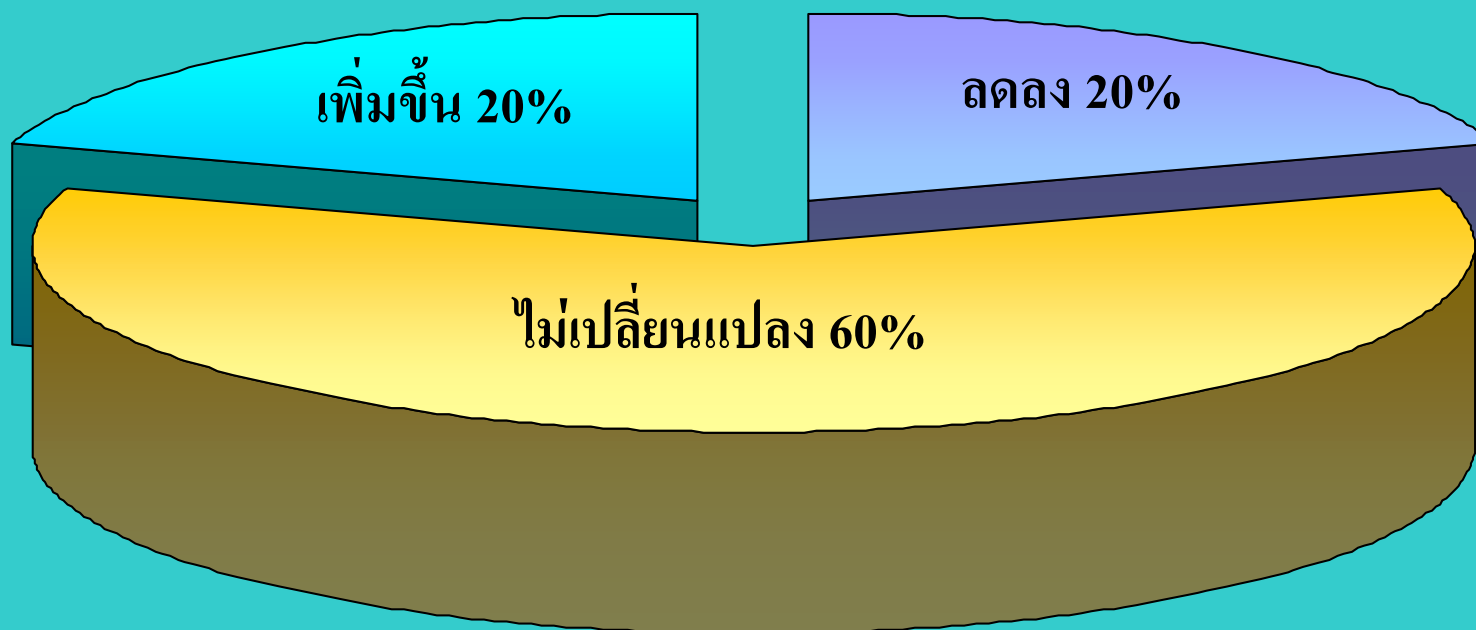
ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวมาเป็นคณะ
ตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย
ตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



คุณภาพบริการ

ความคิดเห็นของชาวไทยที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการ บริการของสายการบิน

คุณภาพบริการขอสายการบินต้นทุนต่ำ	ค่าเฉลี่ย
ความสะดวกของการใช้บริการ	3.39
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	3.03
ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.60
ความคุ้มค่าการใช้บริการ (ราคากับบริการที่ได้รับ)	3.43

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

ความคิดเห็นของชาวไทยที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน

คุณภาพบริการขอสายการบินต้นทุนต่ำ	ค่าเฉลี่ย
ความสะดวกของการใช้บริการ	3.63
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	3.18
ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.67
ความคุ้มค่าการใช้บริการ (ราคากับบริการที่ได้รับ)	3.94

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

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณภาพของสายการบินทั้ง 3 แห่ง (ชาวไทย)

คุณภาพบริการ	นกแอร์	ไทยแอร์เอเชีย	โอเรียนท์แอร์
ความสะดวกของการใช้บริการ	3.40	3.67	4.00
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	3.67	3.09	3.50
ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.66	3.67	4.00
ความคุ้มค่าการให้บริการ (ราคากับบริการที่ได้รับ)	4.10	3.99	4.50

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณภาพของสายการบิน
ทั้ง 3 แห่ง (ชาวต่างประเทศ)

คุณภาพบริการ	นกแอร์	ไทยแอร์เอเชีย	โอเรียนท์แอร์
ความสะดวกของการใช้บริการ	3.40	3.39	3.29
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	3.40	2.94	2.93
ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.67	3.59	3.67
ความคุ้มค่าการให้บริการ(ราคากับบริการที่ได้รับ)	3.52	3.38	3.52

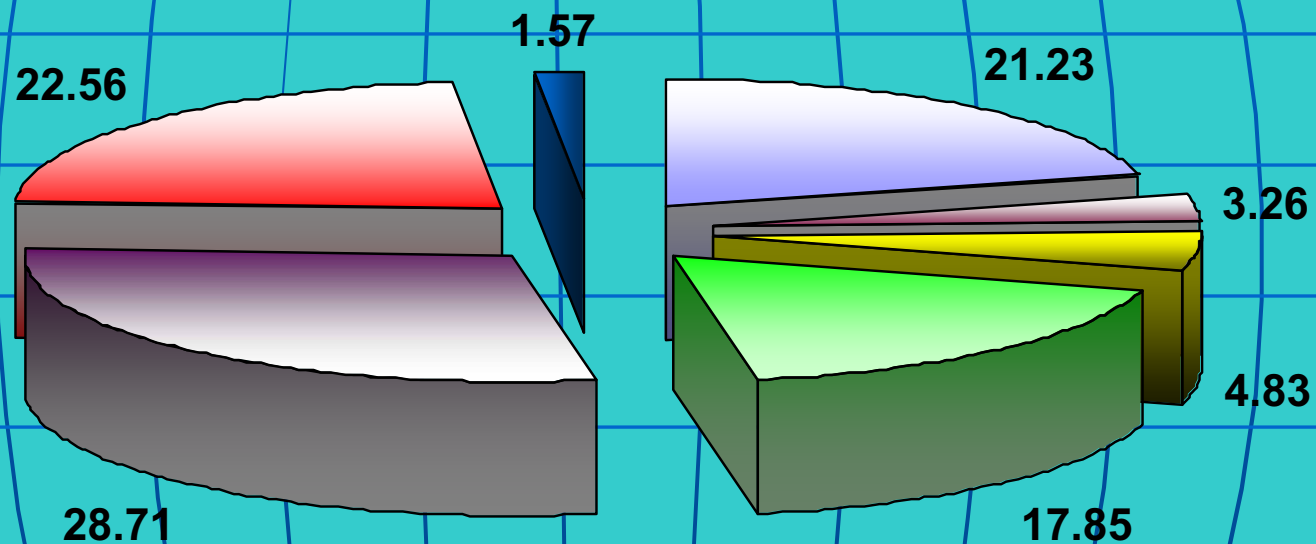
เมื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาใส่ใน Model พบว่า

คุณภาพของ	DD = 3.54 (อยู่ในระดับดีมาก)
คุณภาพของ	FD = 3.4 (อยู่ในระดับดีมาก)
คุณภาพของ	OX = 3.47 (อยู่ในระดับดีมาก)

ร้อยละสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของ การทำอากาศยาน จำแนกตามจังหวัดที่พักอาศัย

จังหวัด	สิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของทำอากาศยาน							รวม
	ความสะดวกสบาย	การตกแต่งสถานที่	อุปกรณ์ในการบริการ	ความแออัด	ความรวดเร็ว	ความปลอดภัย	อื่น ๆ	
กรุงเทพฯ	18.51	1.78	5.69	19.22	28.11	24.20	2.49	100.00
ภูเก็ต	24.59	1.64	0.00	18.03	36.07	19.67	0.00	100.00
หาดใหญ่	20.61	4.24	4.85	18.18	30.30	20.61	1.21	100.00
เชียงใหม่	18.33	6.67	6.67	11.67	26.67	30.00	0.00	100.00
เชียงราย	23.53	2.94	0.00	17.65	35.29	20.59	0.00	100.00
อุบลราชธานี	25.00	5.00	0.00	22.50	25.00	22.50	0.00	100.00
อุดรธานี	25.40	1.59	12.70	11.11	26.98	20.63	1.59	100.00
ขอนแก่น	21.43	0.00	7.14	21.43	21.43	28.57	0.00	100.00
นราธิวาส	25.00	0.00	0.00	25.00	25.00	25.00	0.00	100.00
อื่นๆ	24.30	5.61	2.80	18.69	26.17	19.63	2.80	100.00
รวม	21.23	3.26	4.83	17.85	28.71	22.56	1.57	100.00

ร้อยละคุณภาพบริการของการทำอากาศยาน



- | | | | |
|---------------|------------------|--------------------|-----------|
| ความสะอาดสบาย | การตกแต่งสถานที่ | อุปกรณ์ในการบริการ | ความแออัด |
| ความรวดเร็ว | ความปลอดภัย | อื่นๆ | |

**การสำรวจพฤติกรรมและความพึง
พอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้
บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ
ในประเทศไทย**

วิธีดำเนินการ

➤ ประชากร ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ

➤ การวัดระดับความพึงพอใจ ใช้มาตรวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ดังนี้

พอใจมาก	แทนค่าด้วย 5
พอใจค่อนข้างมาก	แทนค่าด้วย 4
พอใจปานกลาง	แทนค่าด้วย 3
พอใจค่อนข้างน้อย	แทนค่าด้วย 2
พอใจน้อย	แทนค่าด้วย 1

วิธีดำเนินการ(ต่อ)

➤ เกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจ

➤ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

ระดับความพึงพอใจ

4.21 — 5.00

พอใจมาก

3.41 — 4.20

พอใจค่อนข้างมาก

2.61 — 3.40

พอใจปานกลาง

1.81 — 2.60

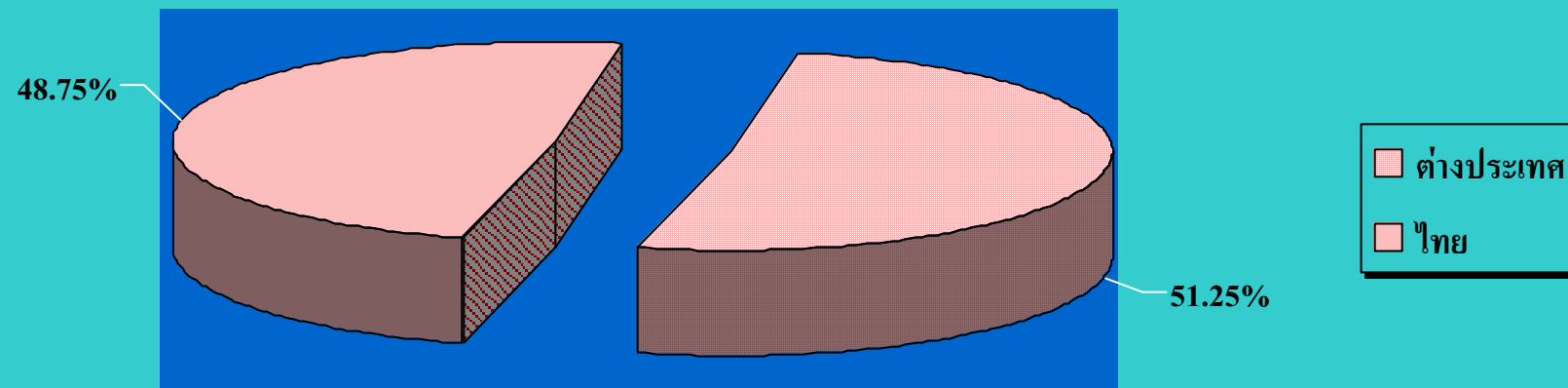
พอใจค่อนข้างน้อย

1.00 — 1.80

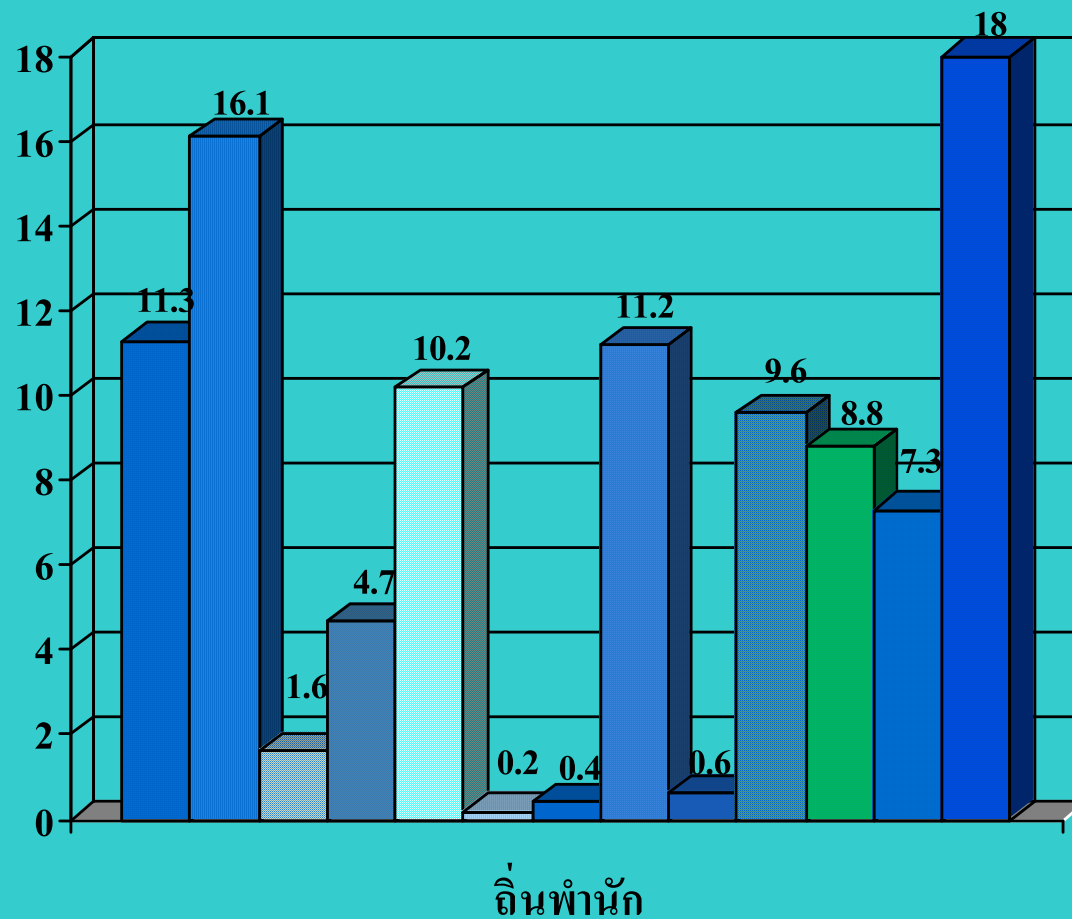
พอใจน้อย

ผลการสำรวจ

ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ

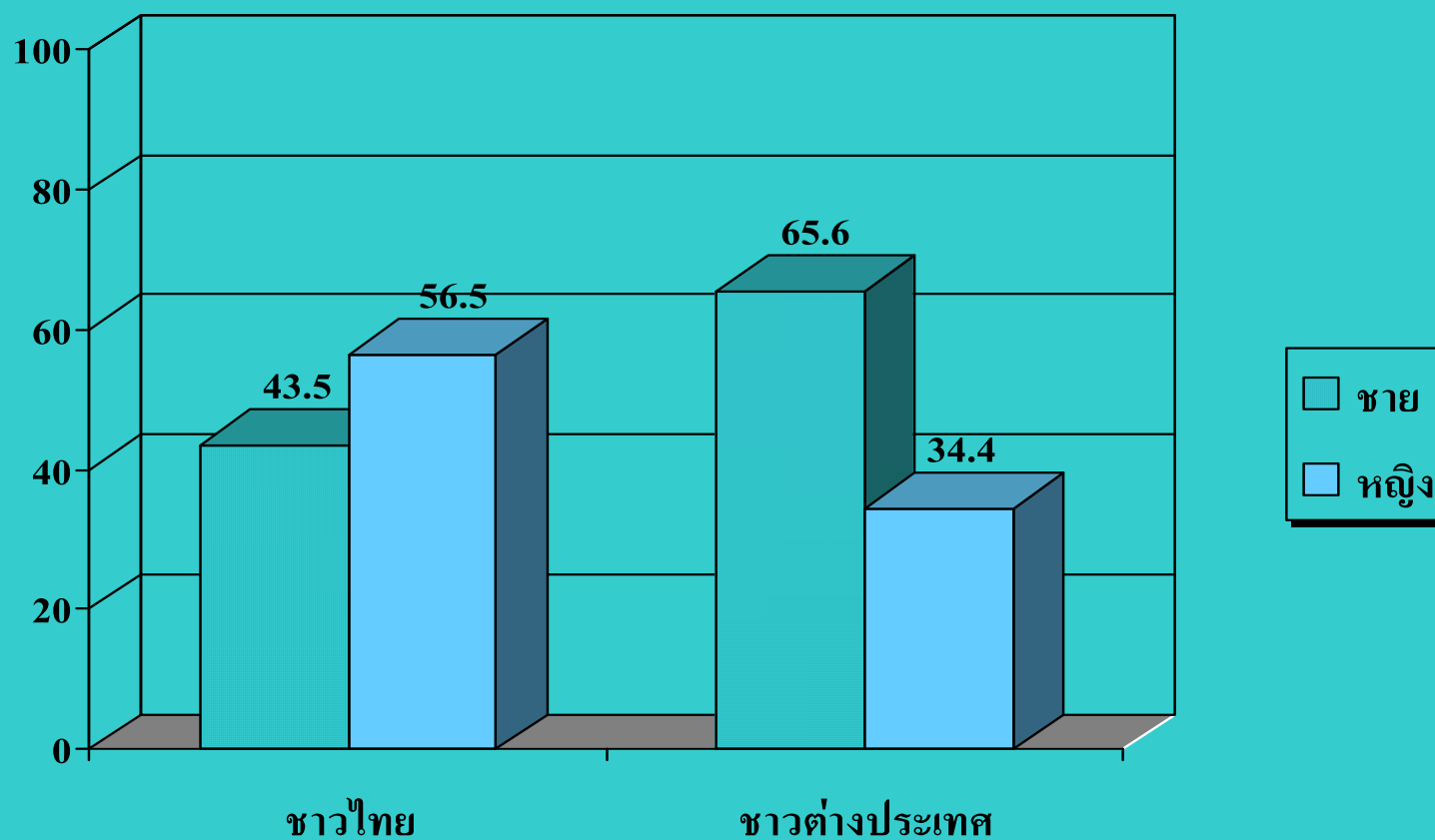


ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ จำแนกตามถิ่นพำนัก

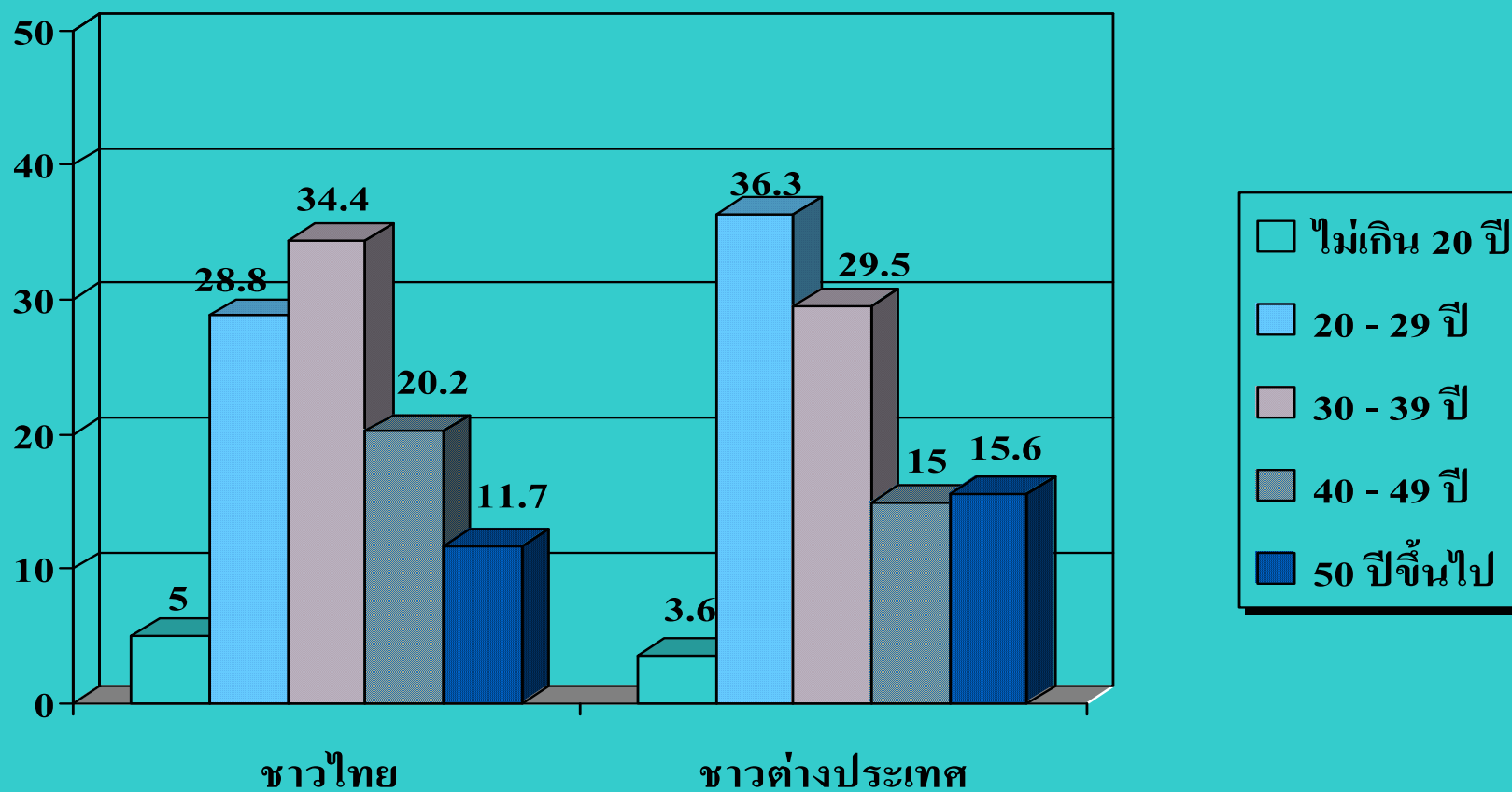


- Thailand
- Singapore
- Indonesia
- China
- Malaysia
- Korea
- Taiwan
- Europe
- Japan
- England
- USA.
- Australia/Zealand
- others

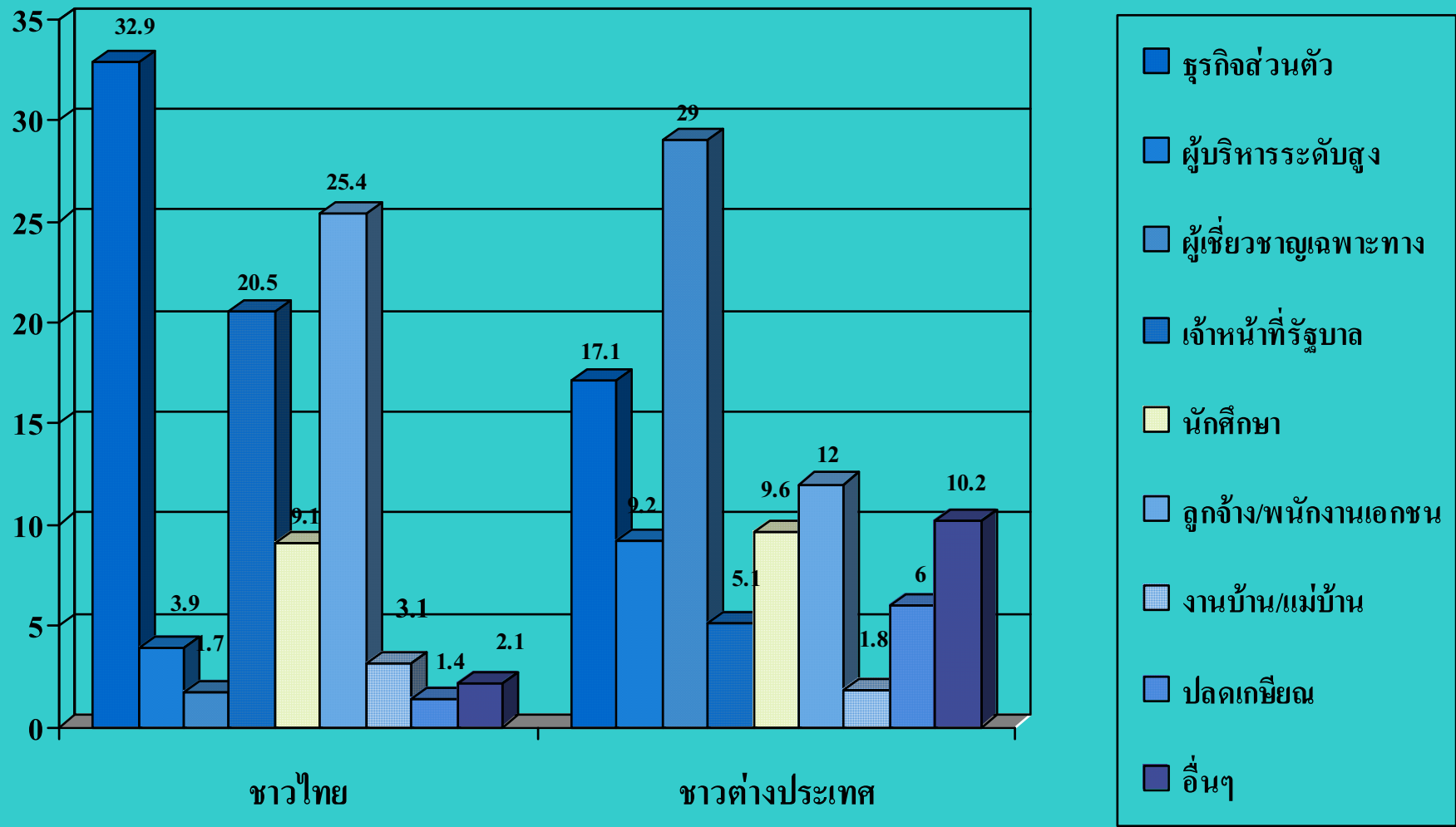
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามเพศ



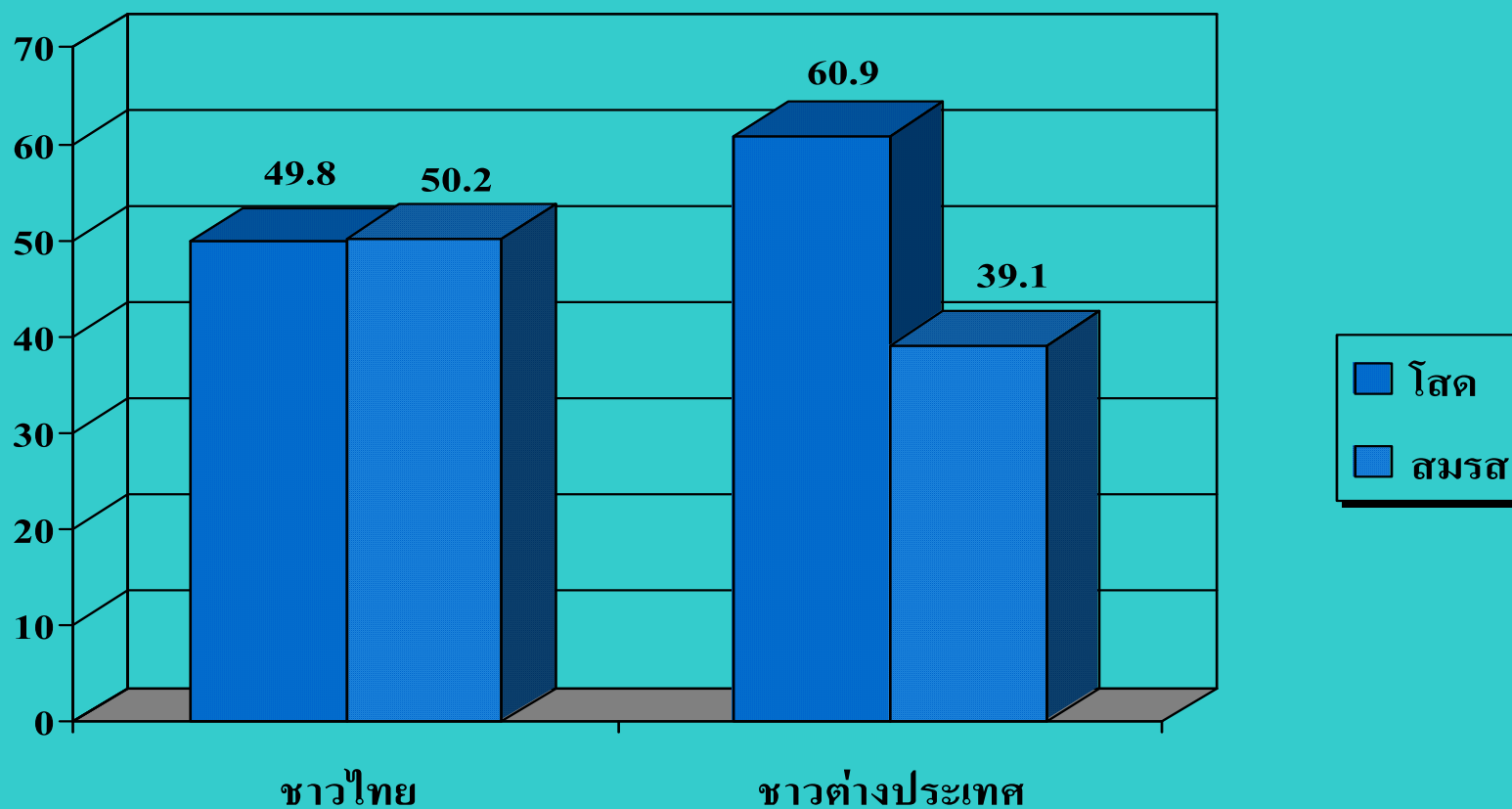
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามอายุ



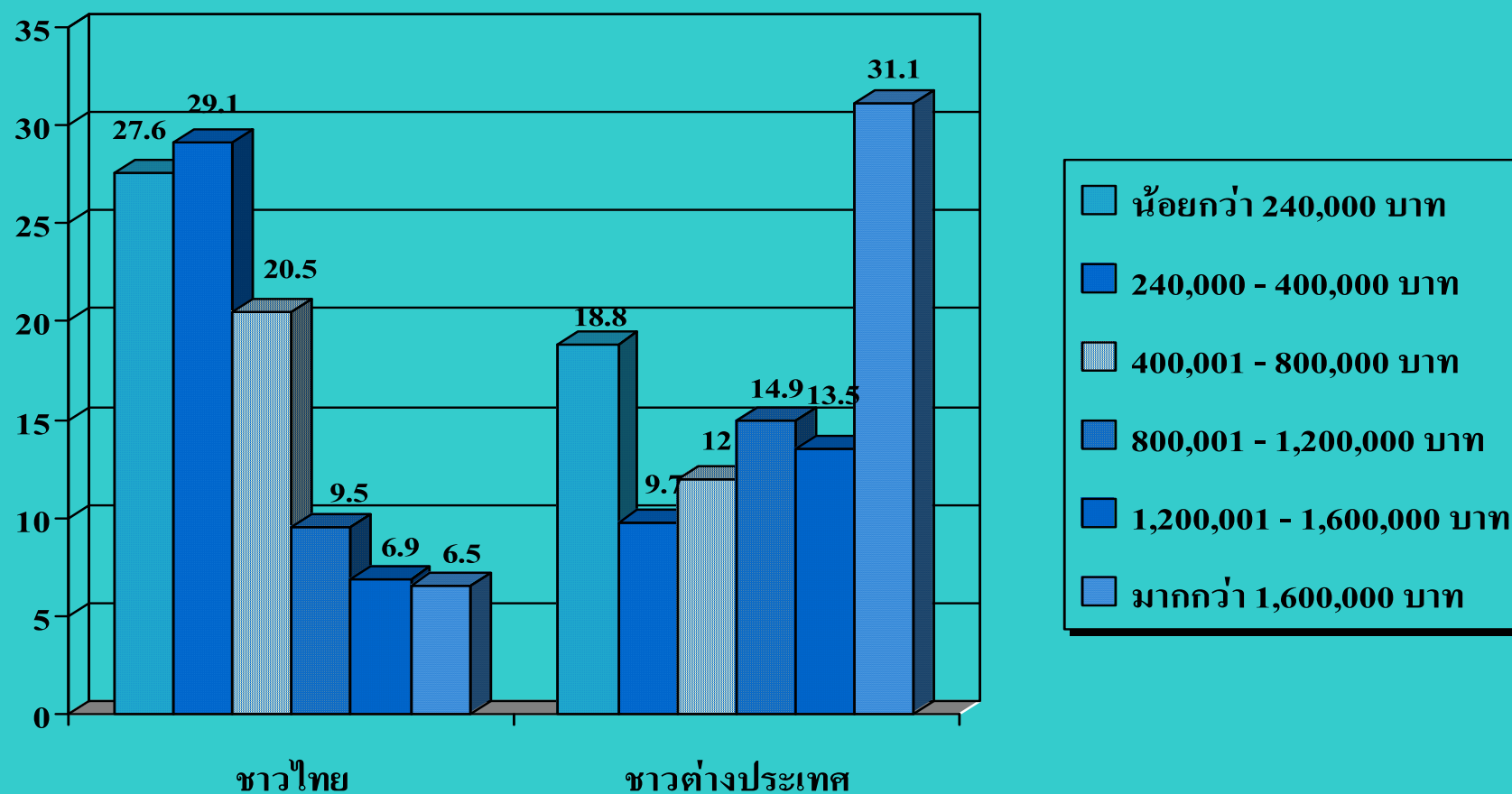
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามอาชีพ



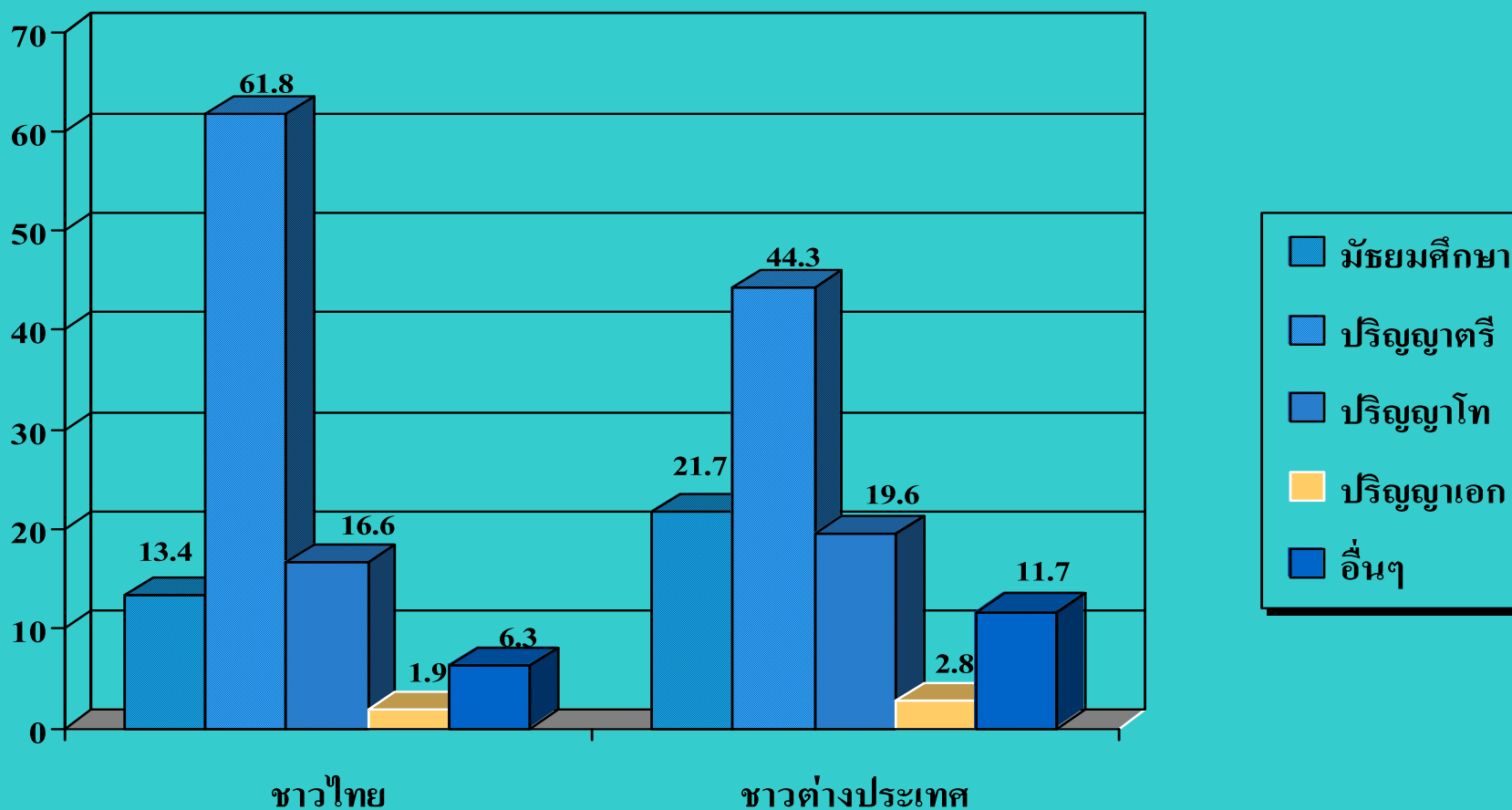
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามสถานภาพ



จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามรายได้

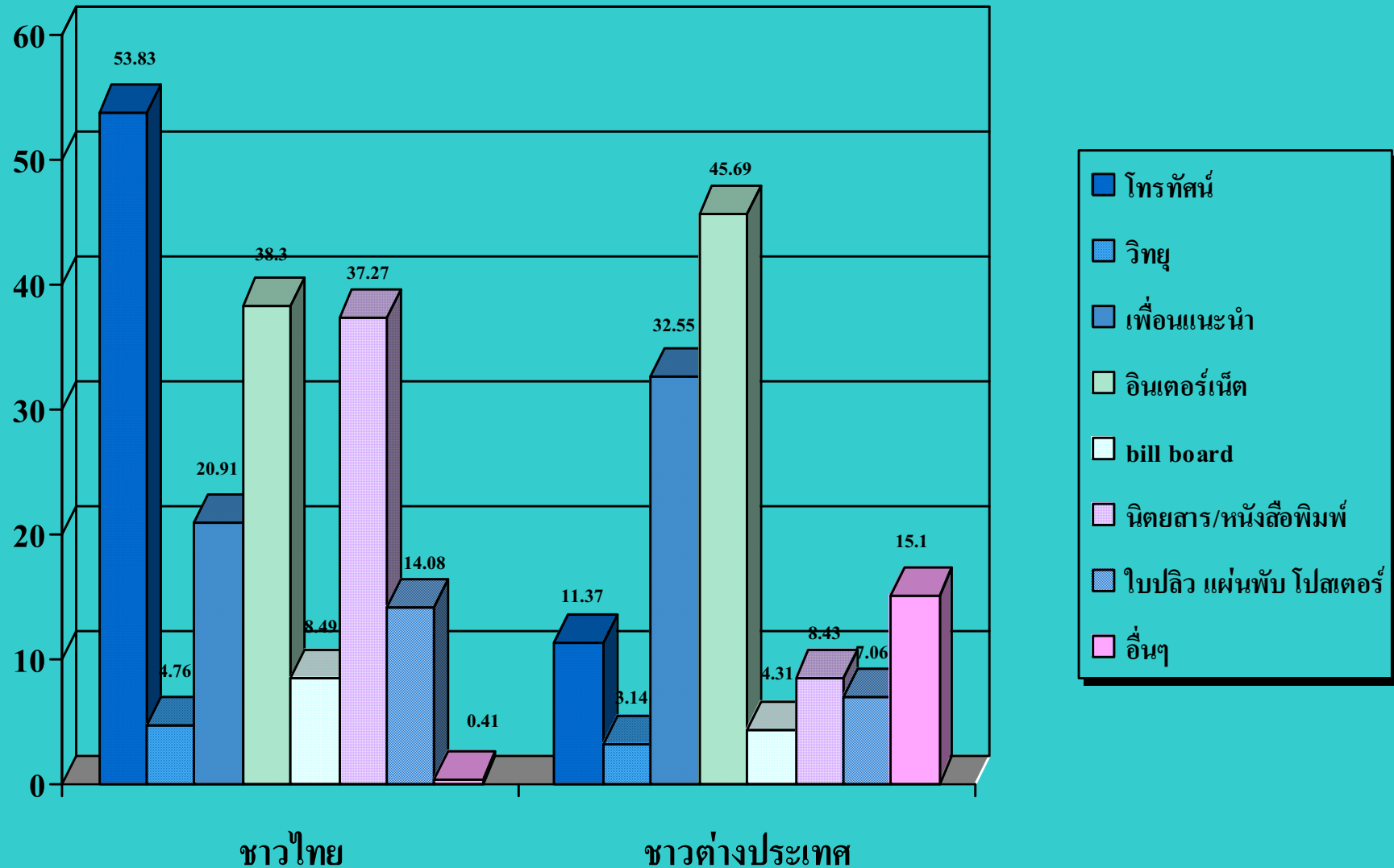


จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามการศึกษา

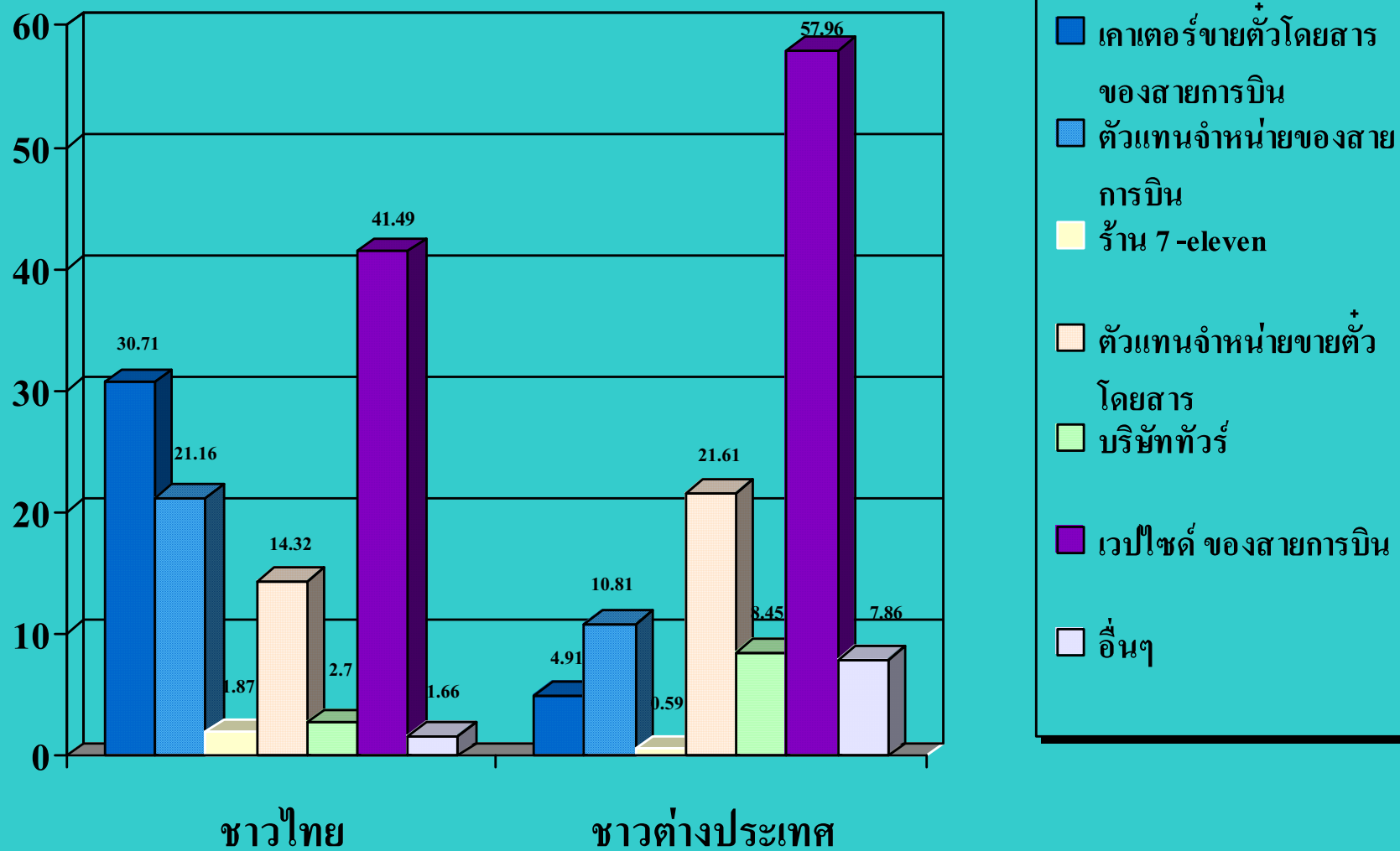


**พฤติกรรมที่มีต่อการเดินทาง
และการใช้บริการสายการบิน**

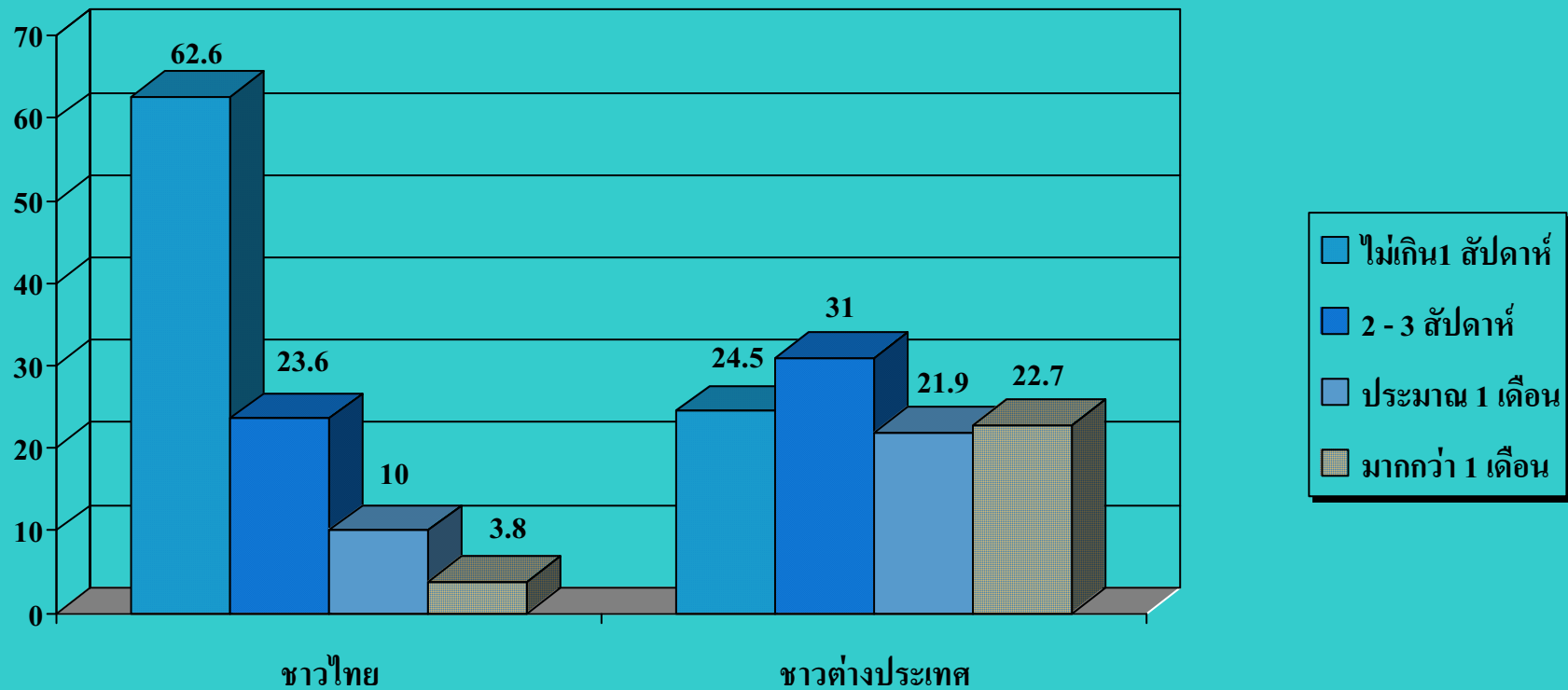
ร้อยละของสื่อโฆษณาที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน



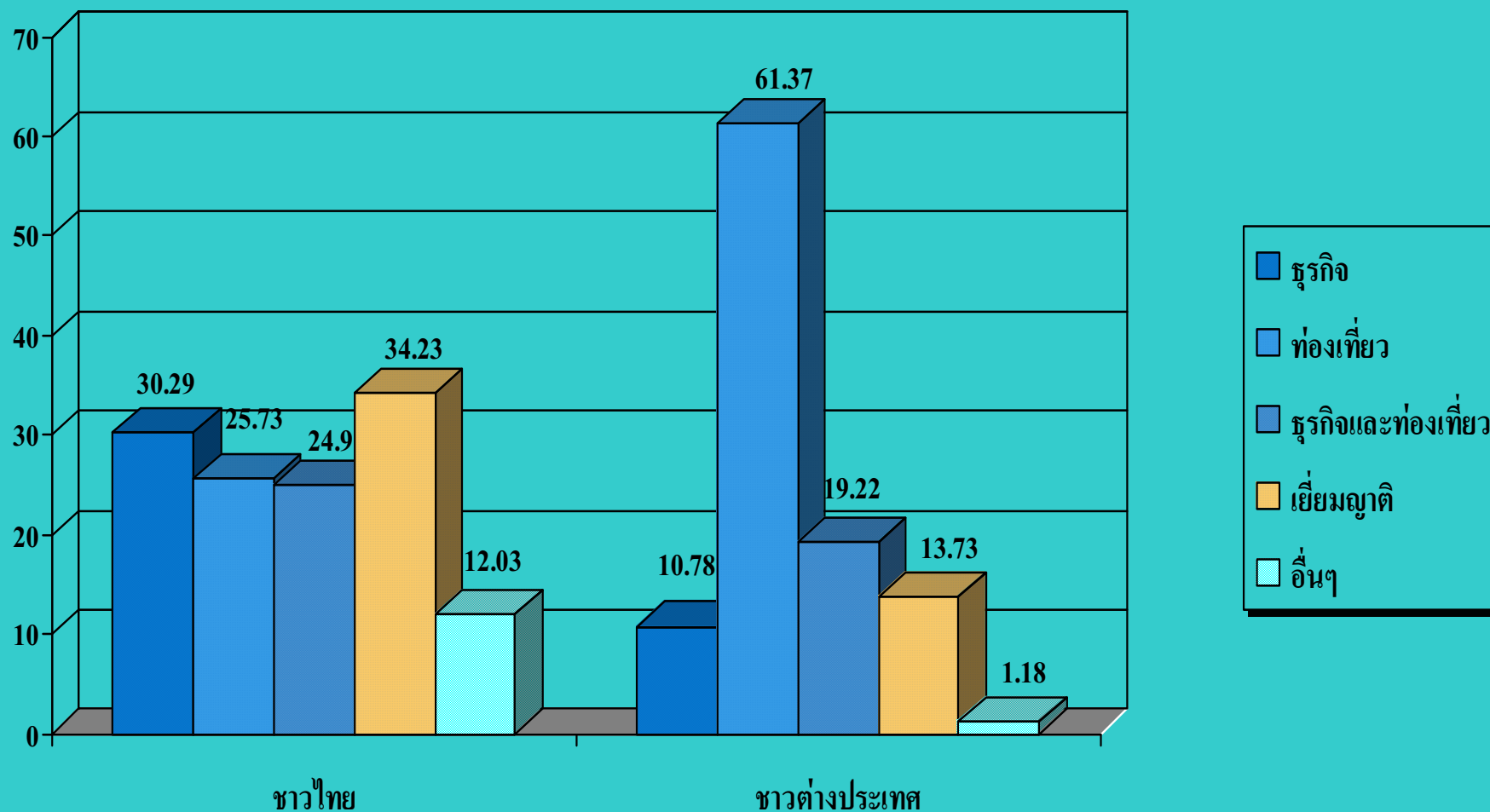
ร้อยละของวิธีการซื้อตั๋วที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน



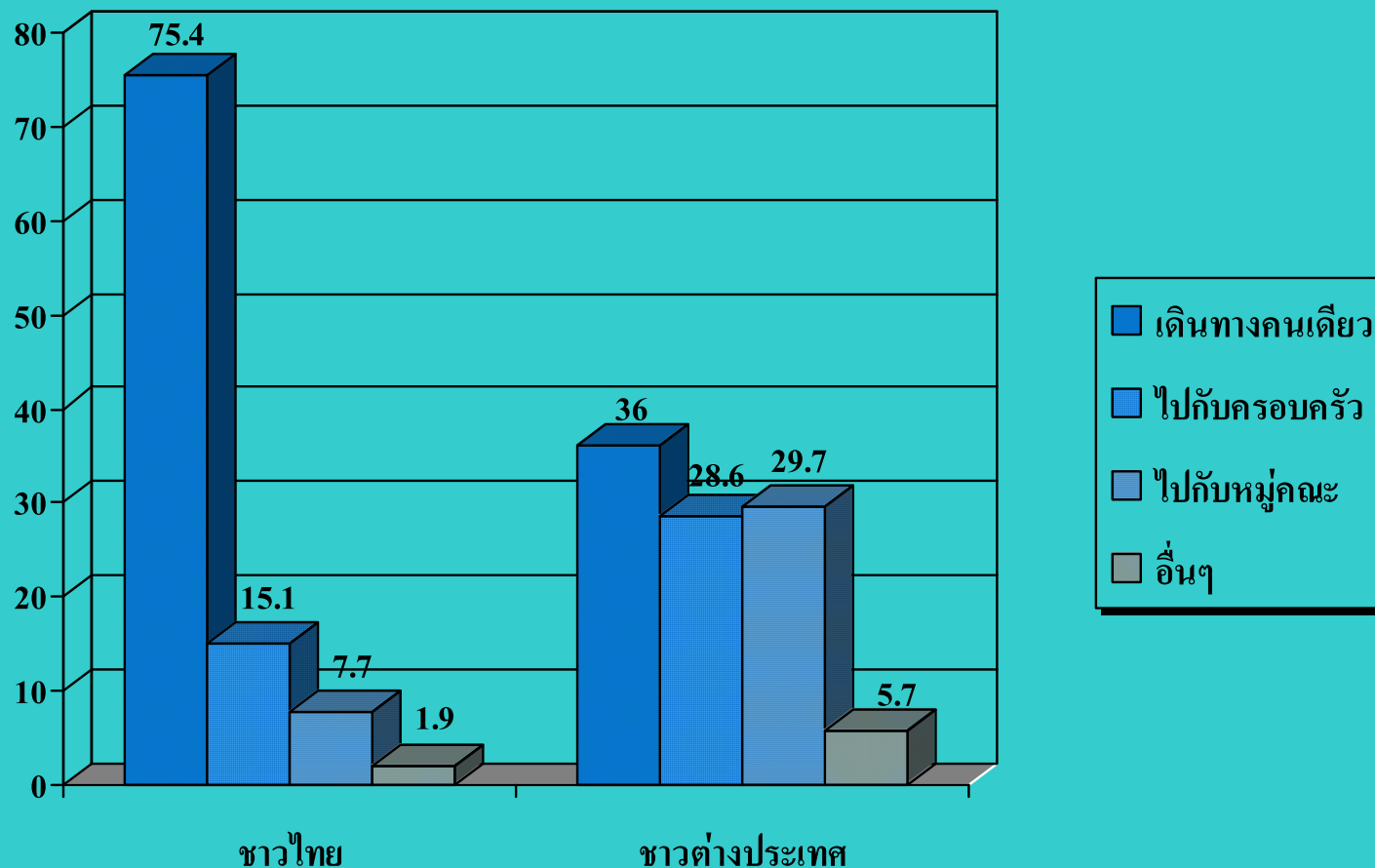
ร้อยละของระยะเวลาที่ซื้อตัว หรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทาง



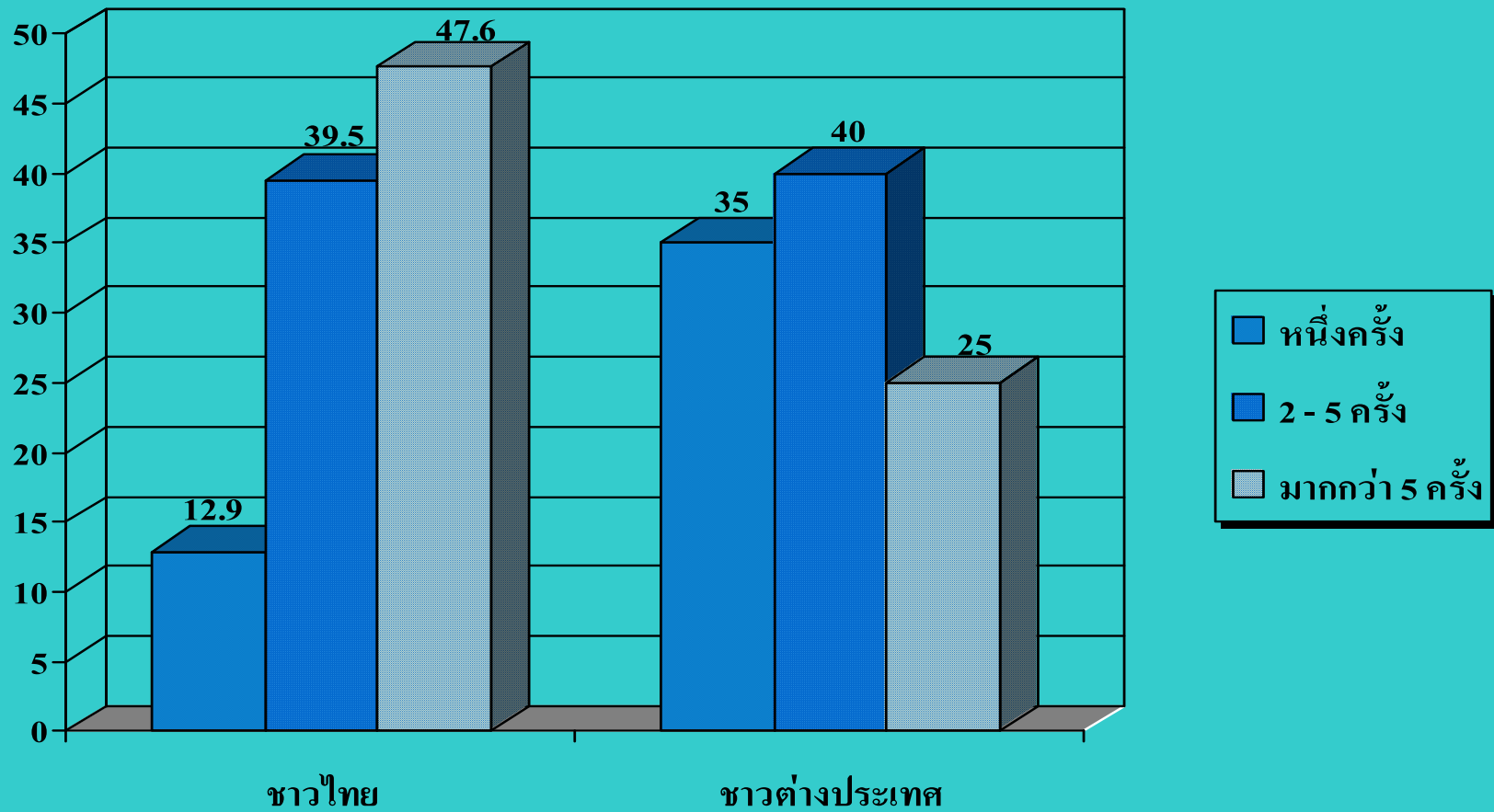
ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ของชาวไทยและชาวต่างประเทศ



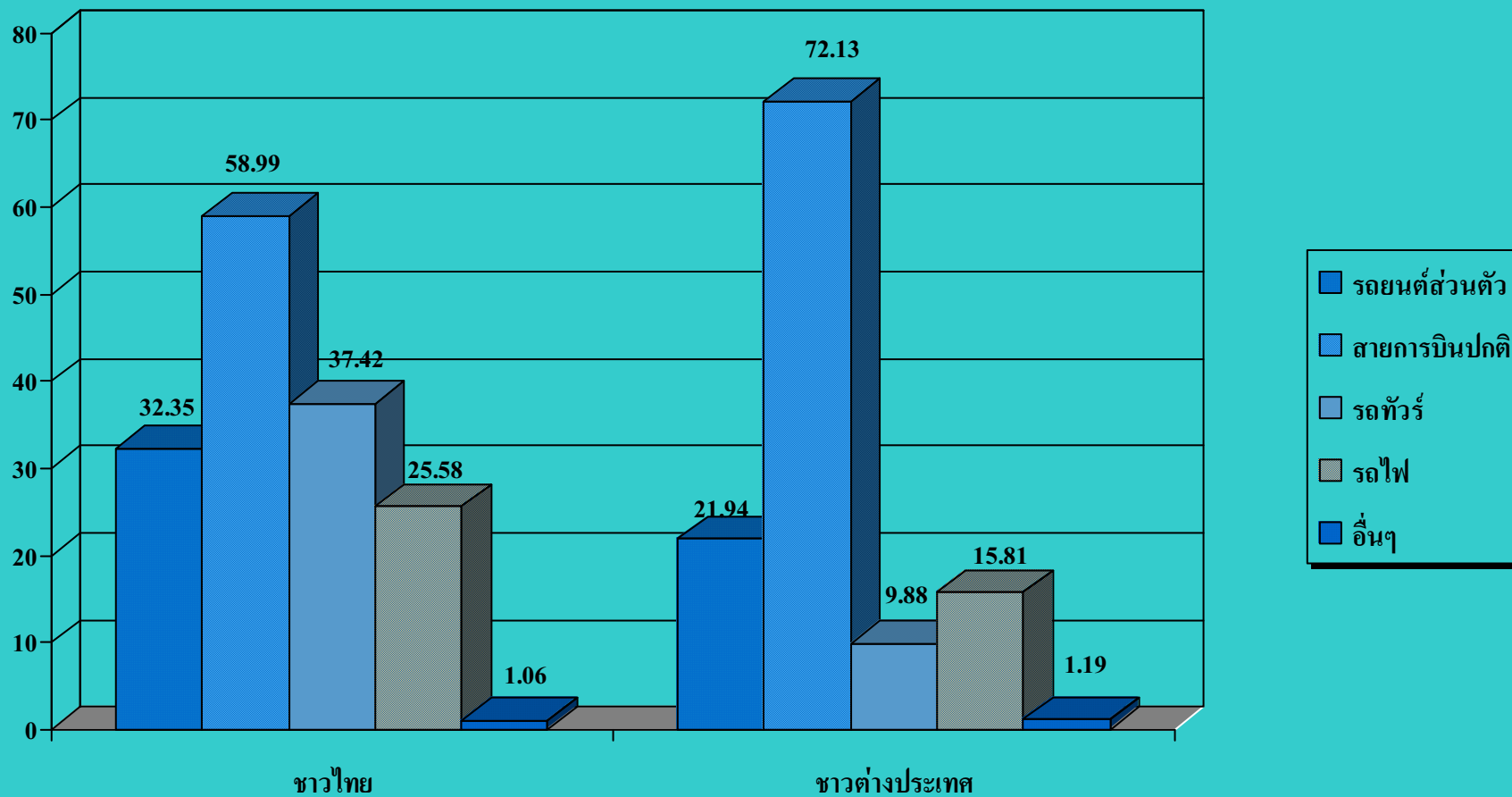
ร้อยละของลักษณะการเดินทางโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ของชาวไทยและชาวต่างประเทศ



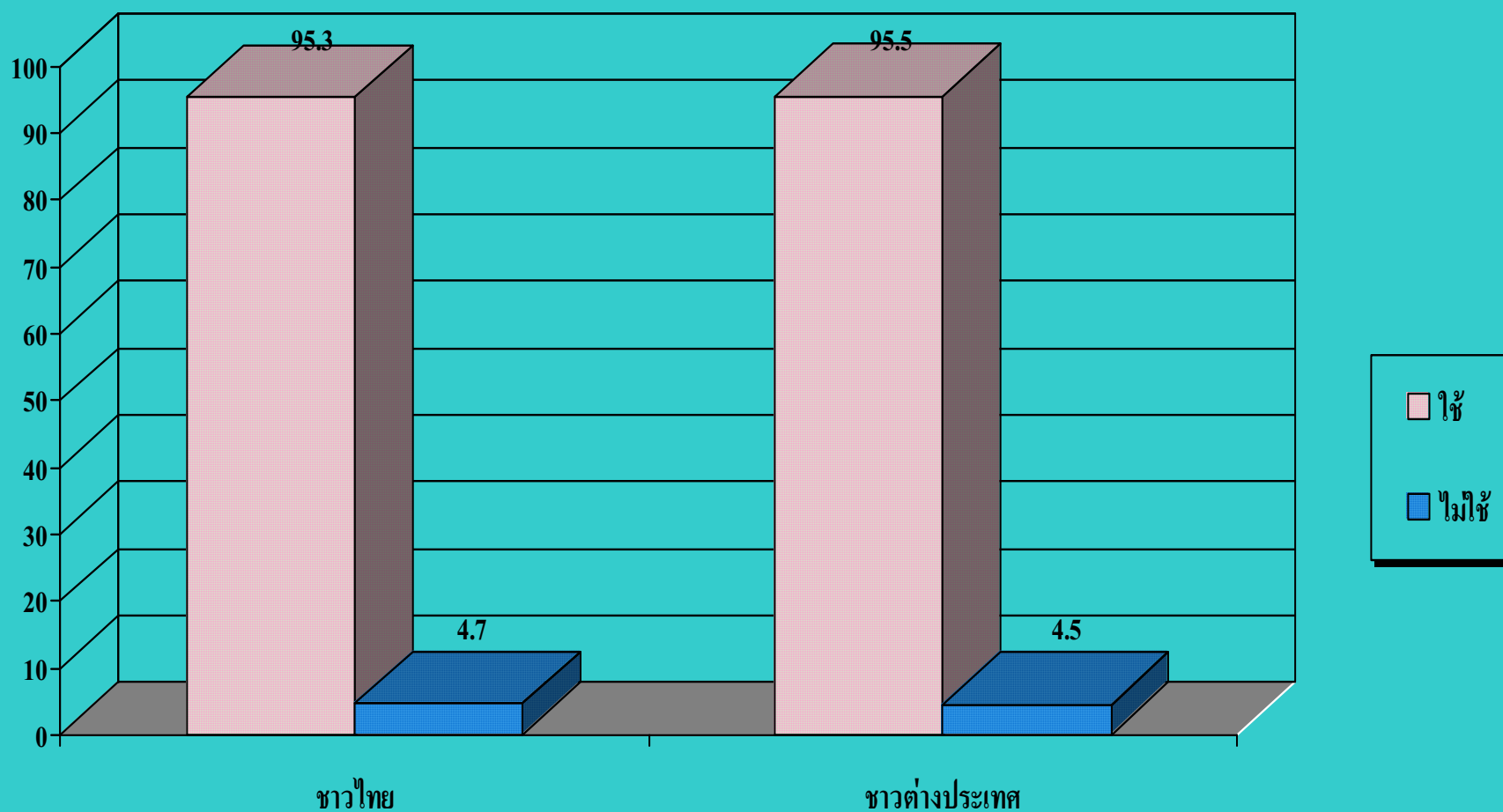
ร้อยละของความถี่ของการใช้บริการสายการบิน
ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำของไทย
และชาวต่างประเทศ



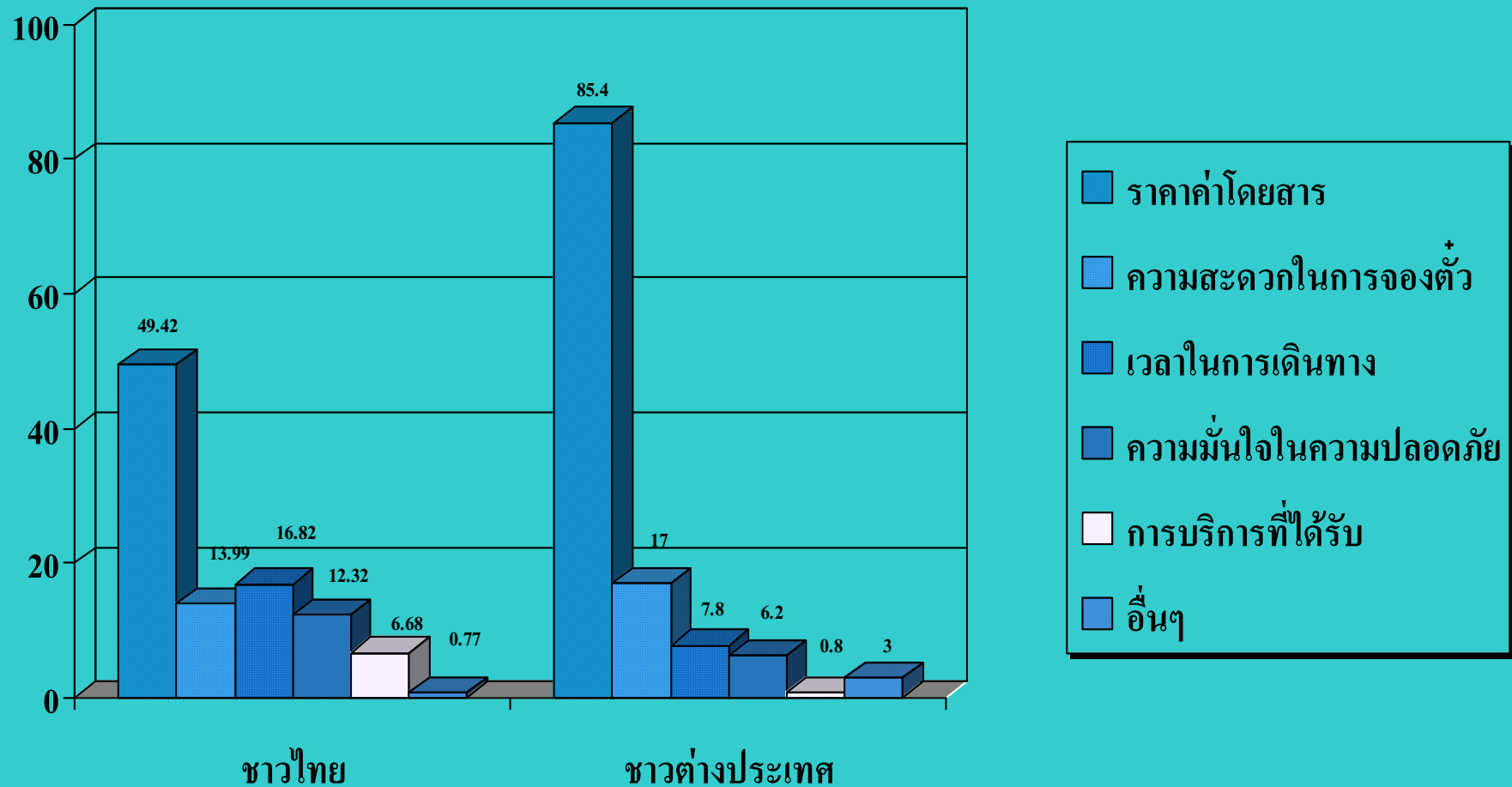
ร้อยละของวิธีการเดินทางของชาวไทย และชาวต่างประเทศก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ



ร้อยละความต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ในอนาคตของชาวไทยและชาวต่างประเทศ

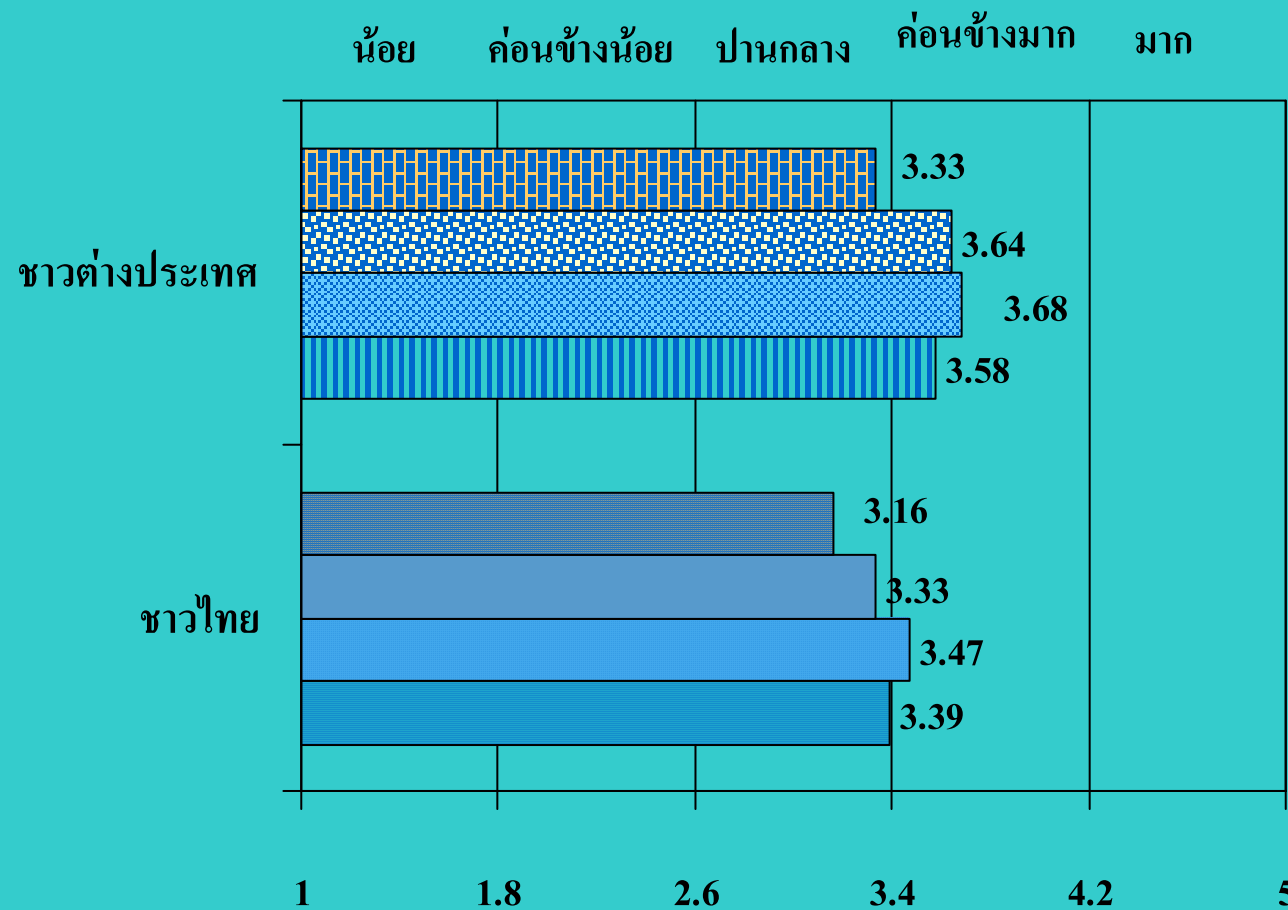


ร้อยละที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ



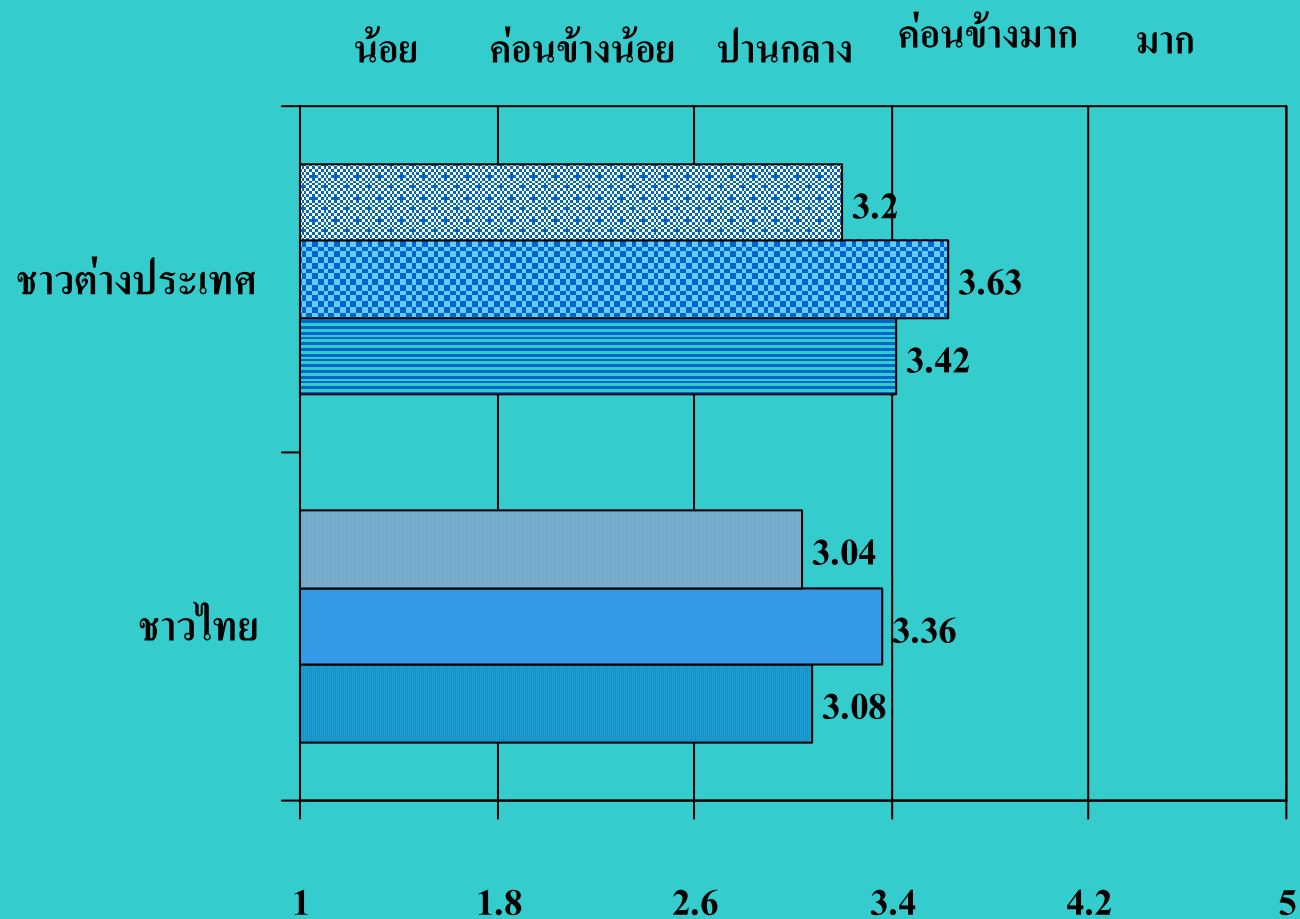
**ผลการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อ
การใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ**

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ในการเข้า check in



■ ความรวดเร็วในการเข้า check in
 ■ ความมีอัธยาศัยในการต้อนรับ
 ■ การติดต่อสื่อสาร
 ■ ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระ

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ณ ที่พักโดยสารก่อนเดินทาง

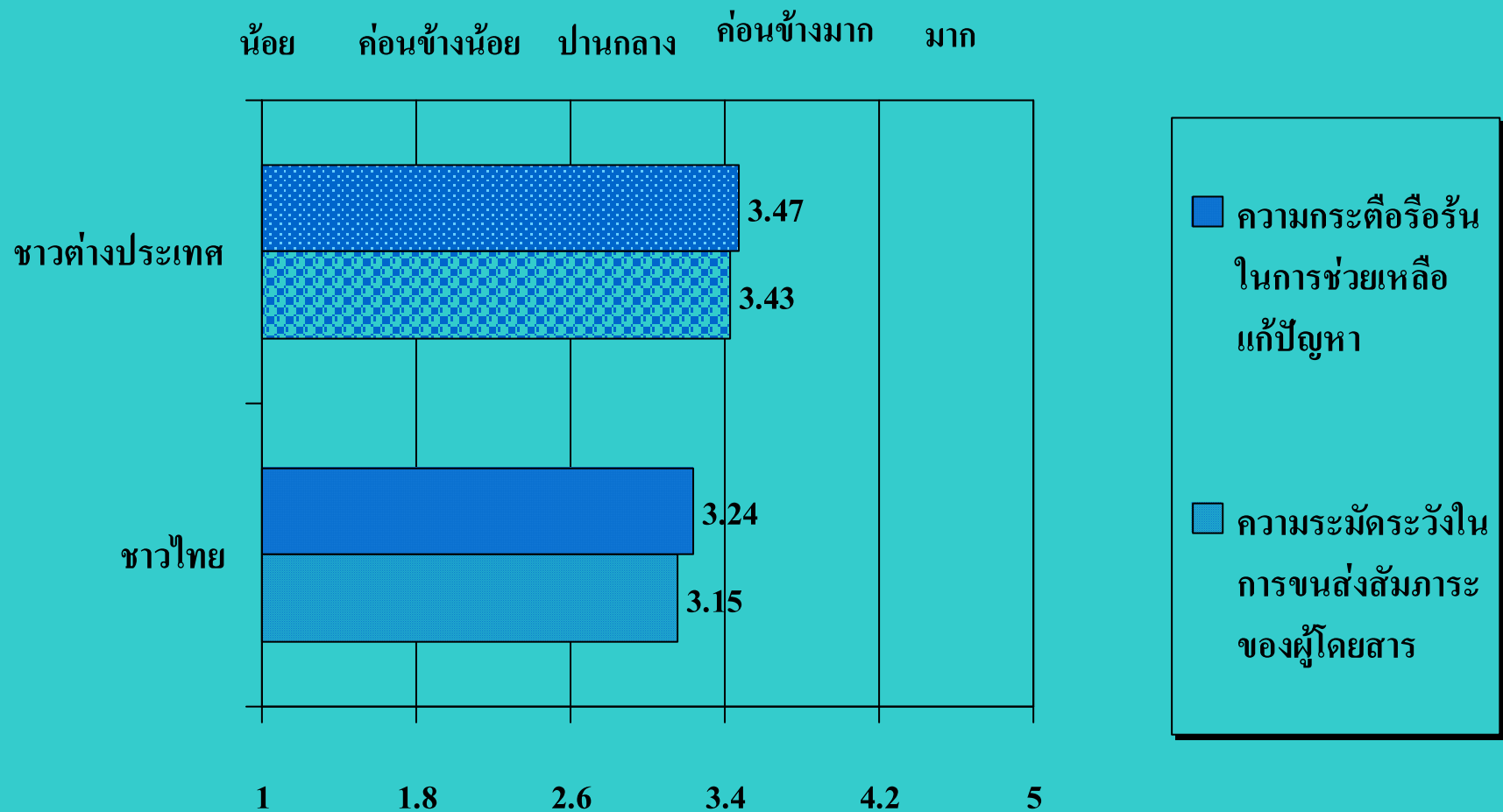


■ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ

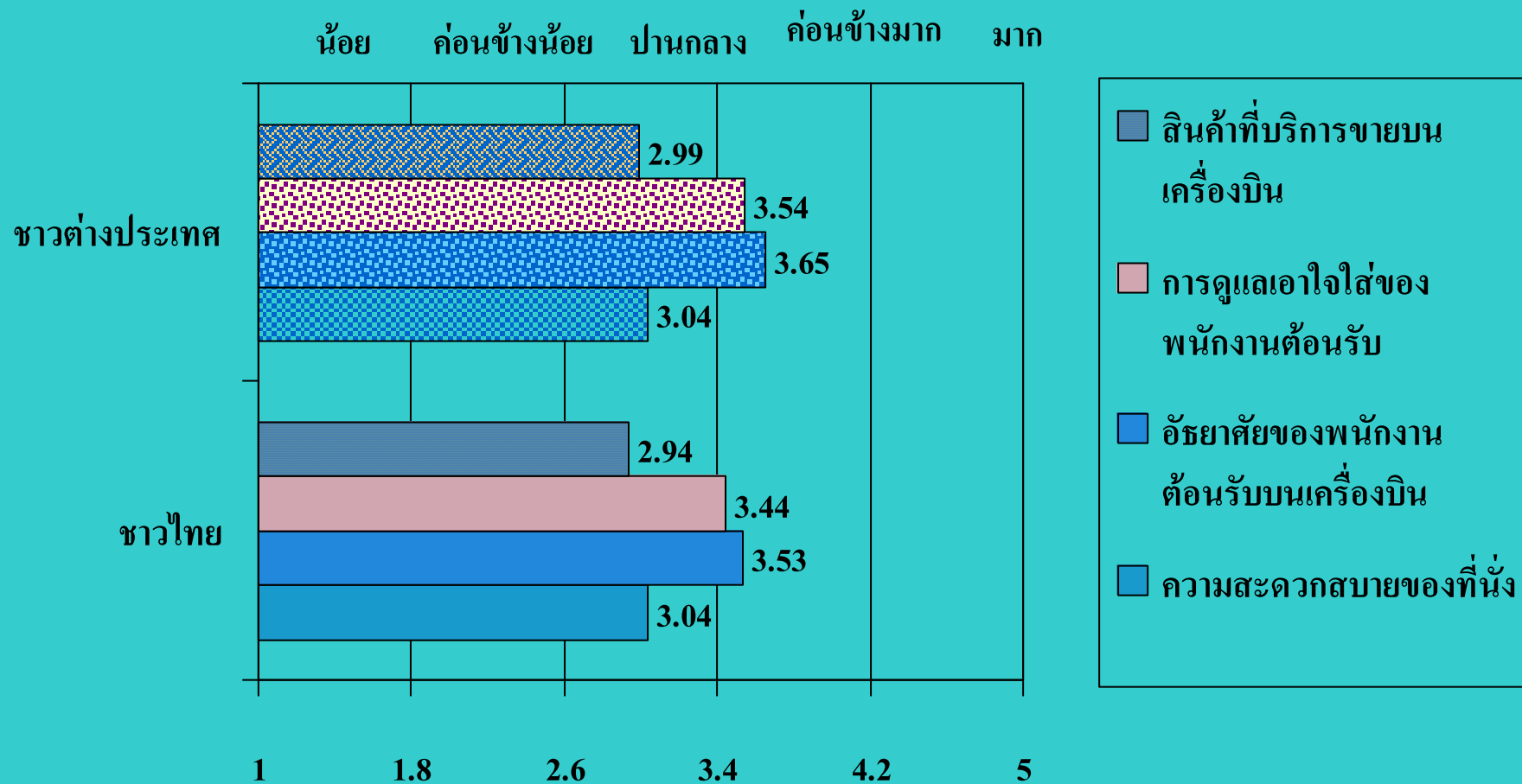
■ อัยยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน

■ การเข้าคิวขึ้นเครื่องบิน

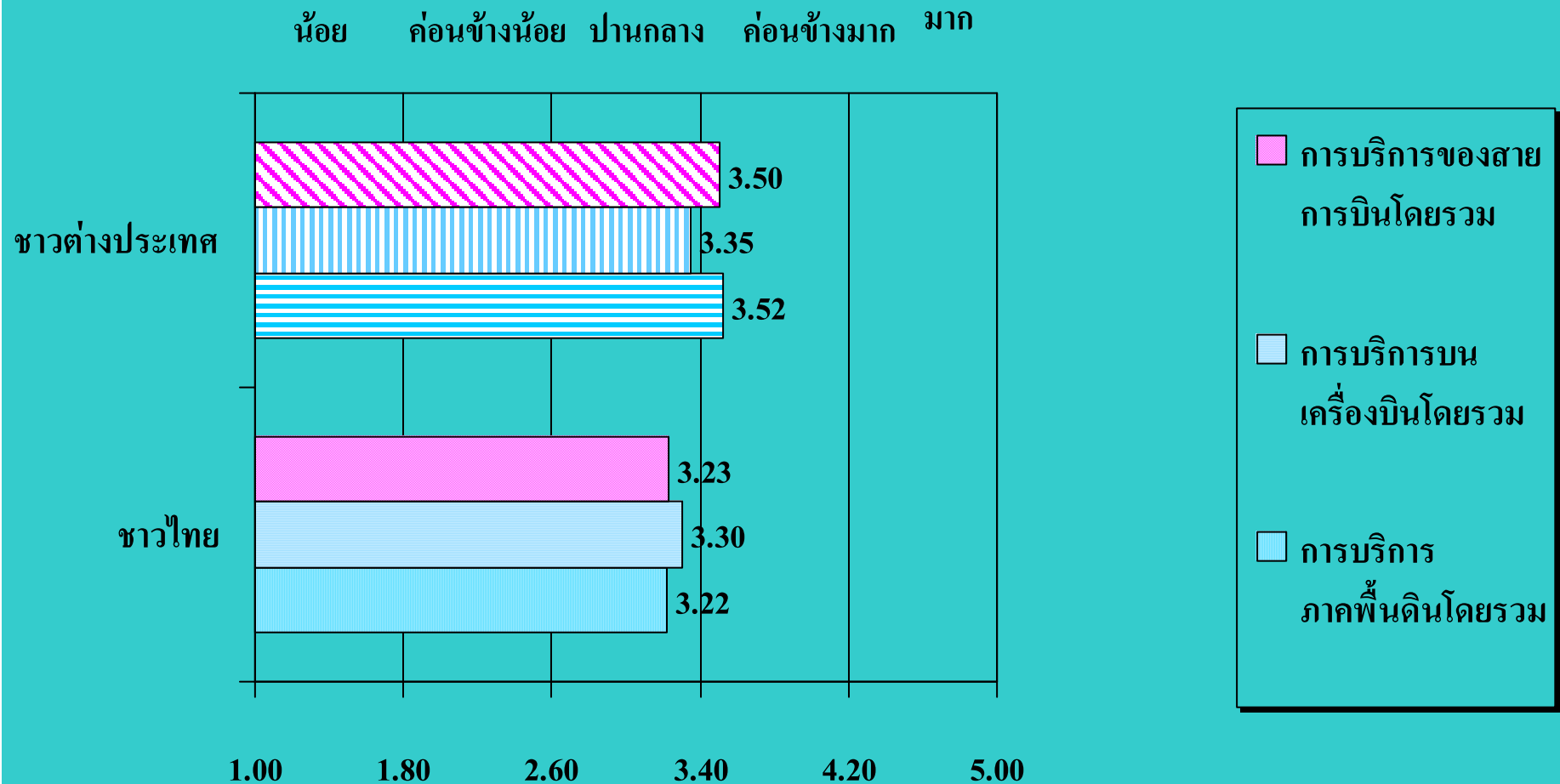
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ในการรับ-ส่งสัมภาระผู้โดยสาร



ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ บนเครื่องบิน (In Flight Service)



ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ โดยรวมของสายการบิน



ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของสายการบิน

