

ตารางที่ 7-3 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดขอนแก่น เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.00
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	4.00
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศไทย	3.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	4.40
รวม	3.72
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเดินทางทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.00
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ( ยกระดับมาตรฐาน สินค้า และบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	3.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐ เช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	3.60
5. การอนุรักษ์ลั่งแวงล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	3.00
รวม	3.72

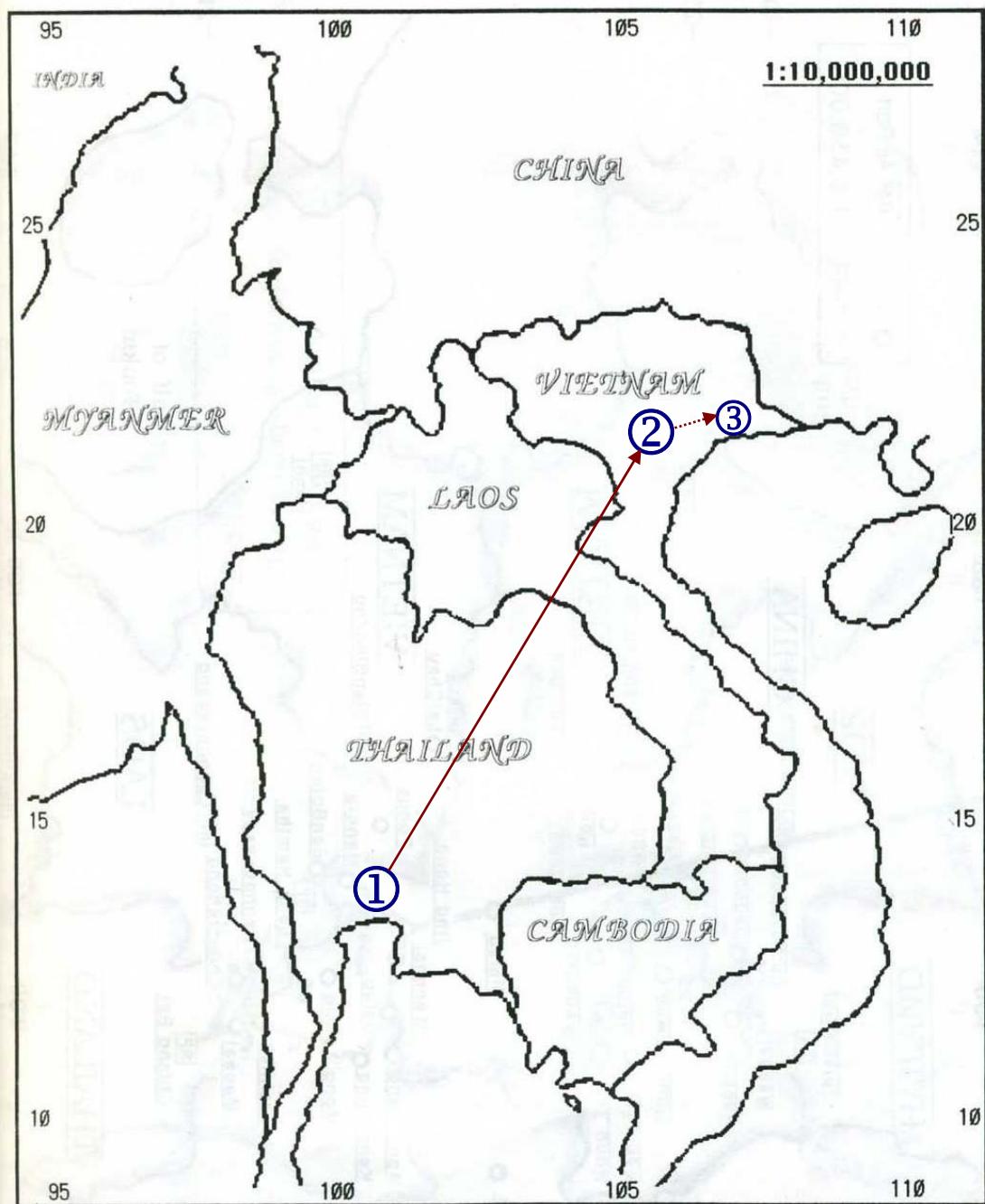
จังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางทางการบินของภาคอีสานกลาง มีโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก ภัตตาคาร มีความปลอดภัยประชาชนเป็นมิตร มีโอกาสสูงในการลงทุนด้านการท่องเที่ยว สามารถเชื่อมโยงทางถนนต์ตามเส้นทาง East-West-Corridor จากพม่าไปเวียดนามตอนกลาง สามารถขยายตลาดทั้งสินค้าและการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 7-4 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดมุกดาหาร เป็นประเทศสู่ลาวและเวียดนาม

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	2.40
2. มีความปลดปล่อยและประชาธิรัฐเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	2.40
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศไทย	3.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สถานบินนานาชาติ	2.40
รวม	<b>2.88</b>
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเดินทางทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.40
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ( ยกระดับมาตรฐาน สินค้า และบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลกระทบจากโครงการพัฒนาของรัฐ เช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.40
5. การอนุรักษ์ลั่งแวงล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	4.00
รวม	<b>4.36</b>

จังหวัดมุกดาหารมีศักยภาพสูงในด้านความปลดปล่อยและประชาธิรัฐเป็นมิตร และมีโอกาสในการลงทุนด้านการท่องเที่ยวสูง สามารถเชื่อมโยงไปสู่ลาวและเวียดนามต่อเนื่องกันซึ่งมีศอยอันเมืองโบราณ มรดกโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับนานาชาติและสามารถขยายตลาดการท่องเที่ยวไปสู่ประเทศไทยเพื่อนบ้าน ดังนั้นมุกดาหารเป็นจังหวัดที่ควรได้รับการส่งเสริมให้เป็นประเทศสู่ลาวและเวียดนามต่อเนื่องกัน

### 7.3 การท่องเที่ยวไทย (กรุงเทพฯ) - สามอย - สามล่องเบร์



## ① กรุงเทพฯ

## ② กรุงศรีนอย

→ การเดินทางโดยการบิน

### ③ ສາລອງແບ່ງ

## ..... ➤ การเดินทางโดยรถยนต์

รูปที่ 7-5 เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ - ฮานอย

### สายการบินไทยแอร์เอเชียเปิดเส้นทางการบินกรุงเทพฯ-กรุงษานอย

#### แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- กรุงษานอย มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสาน โญจิมินห์ พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง เจดีย์เสาเดี่ยว การแสดงหุ่นกระบอกน้ำพื้นเมือง และอ่าวหาลองเบย์
- Do Son มีบ่อนการพนันขนาดใหญ่ อยู่บริเวณชายฝั่งทะเลเมือง ไฮฟอง
- เมืองเว้ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานของกษัตริย์เหงียน และเจดีย์โบราณ
- เมืองดาลัด แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ คือ พระราชวังกุญชร้อนของกษัตริย์องค์สุดท้ายของเวียดนาม วัด Chua Lin Phuoc และสวนดอกไม้เมืองหนาวขนาดใหญ่

- โญจิมินต์ ซิตี้ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ อุโมงค์ใต้ดิน ถ้ำ ที่ใช้สูรับกับสหราชอาณาจักร ในสังคมเวียดนาม ทำเนียบประธานาธิบดี และแหล่งสินค้าพื้นเมือง

#### การคมนาคมการขนส่งทางอากาศของเวียดนาม

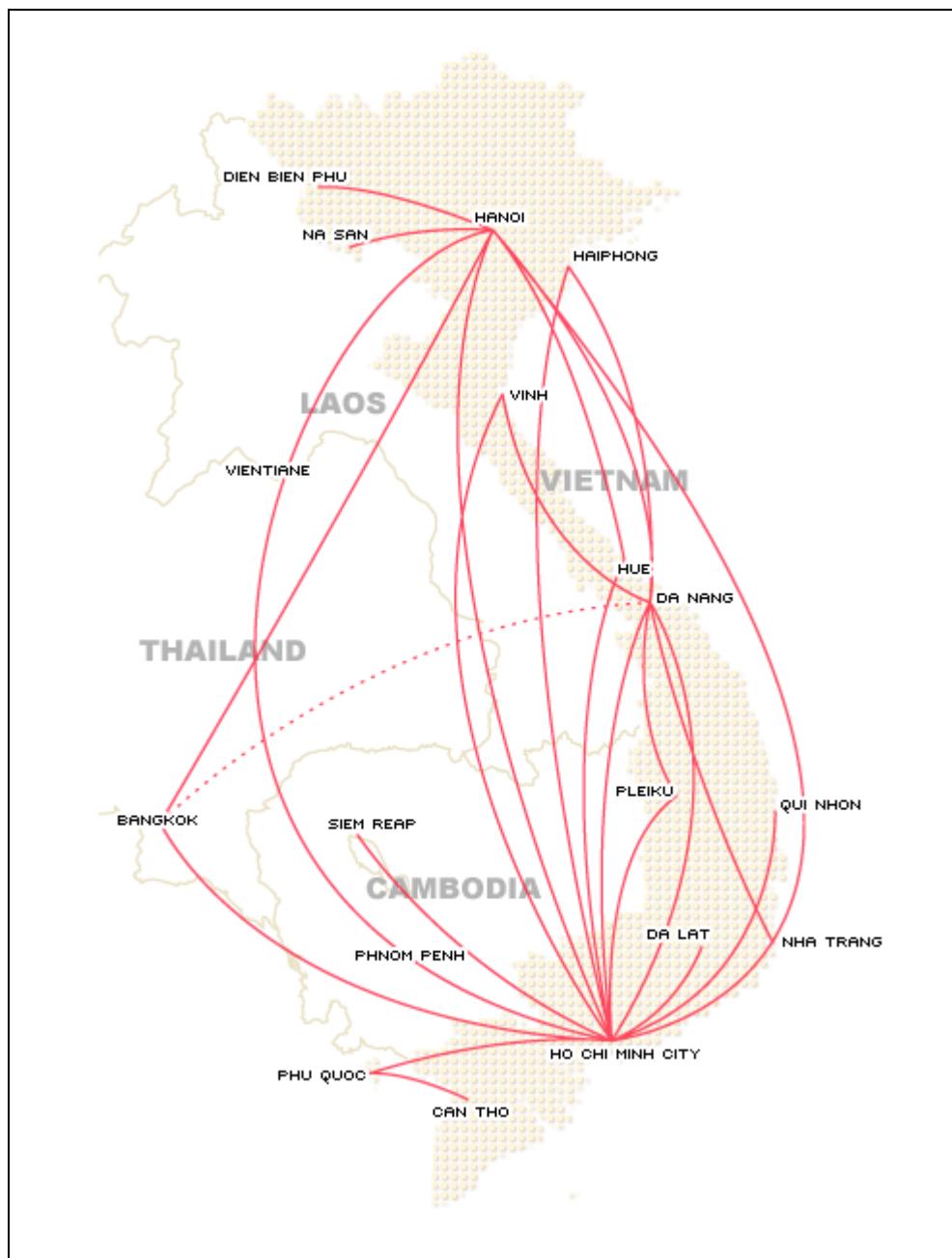
เป้าหมายของเวียดนามที่จะเป็นเป็นศูนย์กลางทางการบินในอนาคต มีท่าอากาศยานรวม 18 แห่ง แต่เป็นท่าอากาศยานสากล 3 แห่งที่กรุงษานอย ดานัง และ โญจิมินห์ ซิตี้ (ดูรูปที่ 7 – 6)

- Noi Bai International Airport ตั้งอยู่ทางตอนเหนือห่างจากกรุงษานอย ประมาณ 30 กิโลเมตร ให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า มีเที่ยวบินตรงไปยังห้อง Kong กัวลาลัมเปอร์ ไทยเป ดูไบ ปารีส เบอร์ลิน นอสโคร มนิลา และกรุงเทพฯ เป็นต้น

- Da Nang International Airport ตั้งอยู่ทางภาคกลาง ในอดีตเคยเป็นฐานทัพของสหราชอาณาจักร ปัจจุบันให้บริการการบินทั่วโลกในประเทศ และระหว่างประเทศ

- Tan Son Nhat International Airport เป็นสนามบินใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ตั้งอยู่ห่างจาก โญจิมินห์ ซิตี้ 7 กิโลเมตร แต่ปัจจุบันมีโครงการจะย้ายสนามบินห่างออกไปอีก 40 กิโลเมตร สามารถบินตรงไปยังเบอร์ลิน แฟรงค์เฟริต อัมสเตอร์ดัม ปารีส โซล โอซาก้า กว่างโจว ไทยเป ห่อง Kong กรุงเทพฯ สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ จาการ์ตา ชิดนีย์ นอสโคร มนิลา เป็นต้น และปัจจุบันมีโครงการพัฒนาอาคารผู้โดยสารให้สามารถรองรับผู้โดยสารได้ 8-10 ล้านคนต่อปี

สายการบินแห่งชาติของเวียดนาม คือ Vietnam Airlines ให้บริการบินทั่วโลกใน และภายนอกประเทศไทย ขณะที่ Pacific Airlines เป็นสายการบินที่จัดตั้งขึ้นจากการร่วมทุนของหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลเวียดนาม ให้บริการการบินระหว่างเมืองษานอย ดานัง โญจิมินห์ ซิตี้ และ 2 เมืองของได้หัวนคือ เกาะสูง และไทยเป ส่วนสายการบิน Vietnam Airlines และ Thai Airways International และ Thai Air Asia บินไป - กลับ กรุงเทพฯ - ษานอย - โญจิมินห์ ซิตี้ ทุกวัน



รูปที่ 7 – 6 เส้นทางการบินภายในประเทศ ที่มา : สายการบินแห่งชาติเวียดนาม

ปัจจุบันเส้นทางการบินต้นทุนต่ำๆจากกรุงเทพฯ ไปกรุงฮานอย ซึ่งสามารถเดินทางโดยรถยนต์ต่อไปยังจังหวัดไชฟองสู่อ่าวทางล่อง ซึ่งเป็นมรดกโลกของเวียดนาม ซึ่งมีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว

## 7.5 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทย – ลาว และเวียดนาม

7.5.1 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยงเชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

7.5.2 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่เวียงจันทน์ วังเวียง และหลวงพระบาง พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรัตน์ ซึ่งการให้มีรถโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุดรธานี ถึงนครเวียงจันทน์

7.5.3 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่น ไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเวียดนามอันเนื่องจากโกโลก

7.5.4 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตูสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชนชาติ สมรภูมิอเมริกัน วัดโบราวน์ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ์

7.5.6 เส้นทางท่องเที่ยว กทม.-กรุงพนมเปญ-นครไชยินห์ เป็นเส้นทางที่มีศักยภาพสูง และน่าจะเป็นเส้นทางที่จะสร้างโอกาสการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยวให้เก่อนภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงนี้ สอดคล้องกับแนวคิด ACMECS ที่ส่งเสริมให้ไทย และประเทศเพื่อนบ้านบูรณาการเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน และเกื้อหนุนต่อการเจริญเติบโตด้วยกัน

## บทที่ 8

### การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้ (เชียงรุ่ง)

ไทยและพม่าเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันทั้งระดับการพัฒนาทางทั้งสองประเทศมีวัฒนธรรม ระเบียบแบบแผน ประเพณีที่ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนับถือศาสนาพุทธ เช่นเดียวกันทางวัฒนธรรมไทย- พม่า ที่มีการแลกเปลี่ยนความน่าดูศิลปะของทั้งสองฝ่าย และให้ความร่วมมือในการบูรณะสังหารีโบราณสถาน และโบราณวัตถุในพม่า นอกจากนี้ กระทรวงต่างประเทศได้อัญเชิญผ้าพระภูมิพระราชนิยมมาจากประเทศไทยไปที่วัดพุทธในพม่าทุกปี ตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นมา จึงเปรียบเสมือนการเปิดประตูแห่งการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม เพราะพม่า มีความสวยงามของโบราณสถาน และโบราณวัตถุ นอกจากนี้พม่ายังมีแหล่งธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และสวยงาม ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

#### 8.1 เส้นทางการท่องเที่ยวเชียงราย พม่า ลาว จีน(เชียงรุ่ง)

ปัจจุบันยังไม่มีเส้นทางการบินตั้งทุนต่ำบินเข้าประเทศไทยพม่าทุกเมือง ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ ดังที่เสนอให้ใช้ศักยภาพของจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กระจายเส้นทางการท่องเที่ยวทางรถยนต์และทางน้ำในการท่องเที่ยวไทย ลาว พม่า จีนตอนใต้ 5 เส้นทางคือ

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

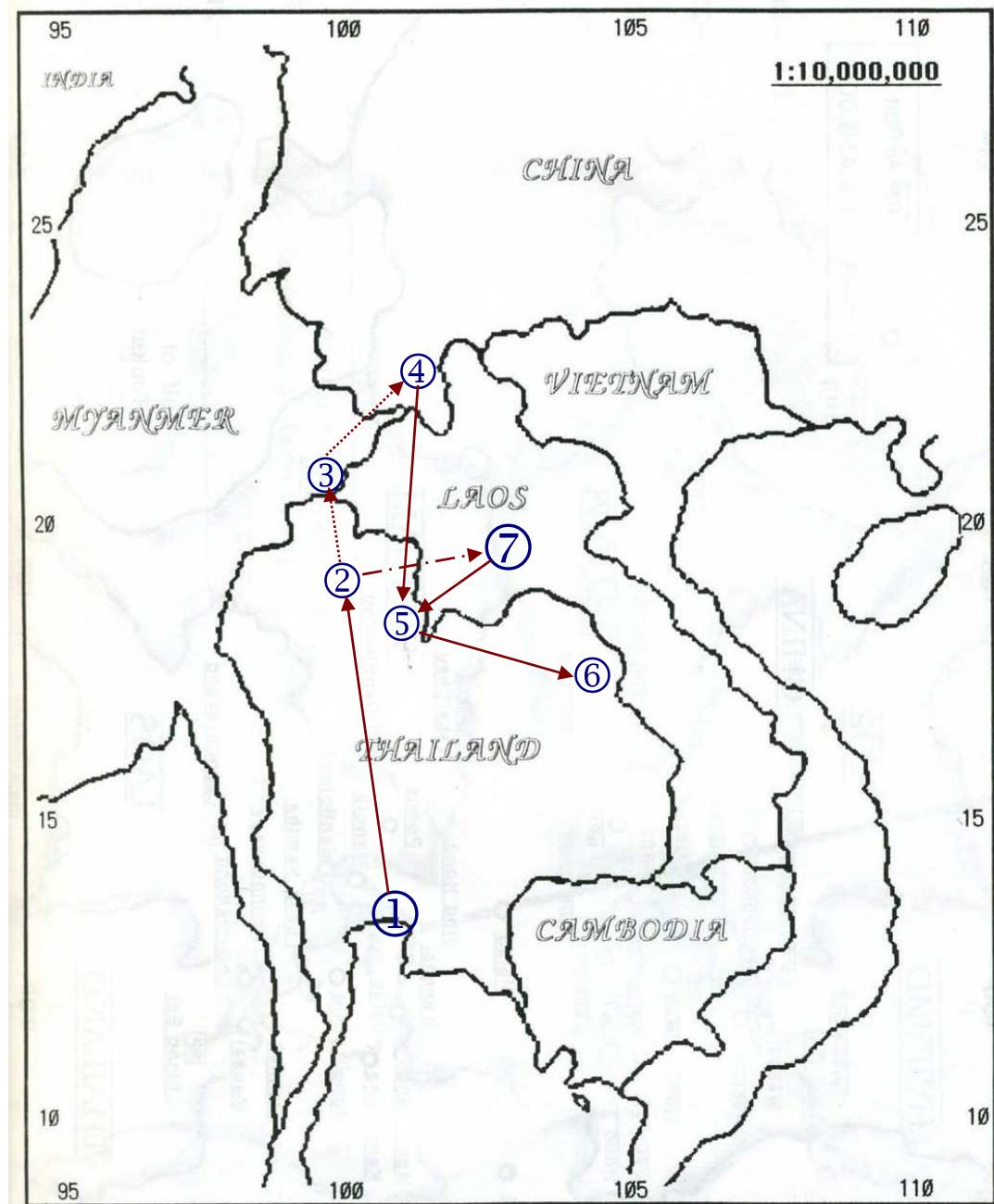
จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศไทยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศไทยเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ ได้แก่ พม่า และลาว นอกจากนี้ยังมีพรมแดนใกล้ชิดกับมณฑลยูนนานาสาธารณรัฐประชาชนจีน จังหวัดจีนมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการติดต่อระหว่างเชียงใหม่ - เชียงราย - เชียงตุง - เชียงรุ่ง - หลวงพระบาง

นอกจากเส้นทางการคมนาคมทางบกแล้ว จังหวัดเชียงรายยังมีความพร้อมในด้านเส้นทางคมนาคม ทางอากาศ และทางน้ำ โดยขณะนี้จังหวัดได้มีท่าอากาศยานสากลและมีสายการบินต้นทุนต่ำๆ ให้บริการและพร้อมจะรองรับเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่จากต่างประเทศเพื่อเชื่อมต่อไปยังเชียงใหม่ โดยเครื่องบินขนาดเล็กต่อไป

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

เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ได้รับการพัฒนาให้พร้อมทางด้านท่าเทียบเรือ ความสะดวกในการประกอบพิธีการเข้าเมือง และความปลอดภัย หากมีการพัฒนาระหว่างการเดินทางแล้วการติดต่อทางน้ำจะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งมากที่สุด

**8.1.1 เส้นทางการท่องเที่ยววนรอบ เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงคุ้ง - เมืองลาว (ต้าล้อ) - เชียงรุ่ง (สิบสองปันนา) การเชื่อมทางทรัพยากรการท่องเที่ยวทางบก**



- |              |             |                            |
|--------------|-------------|----------------------------|
| ① กรุงเทพฯ   | ② เชียงราย  | → การเดินทางโดยการบิน      |
| ③ เชียงตุง   | ④ เชียงรุ่ง | .....→ การเดินทางโดยรถยนต์ |
| ⑤ เชียงใหม่  | ⑥ อุดรานี   | —→ การเดินทางโดยเรือ       |
| ⑦ หลวงพระบาง |             |                            |

**รูปที่ 8-1 เส้นทางการบิน เชียงรายเป็นศูนย์การท่องเที่ยวสำนักงานฯ 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) – ท่าขี้เหล็ก (พม่า) ระยะทาง 164 กม.

### สภาพเมืองเชียงรุ่ง

เชียงรุ่งหรือจังหวัด เป็นเมืองในจังหวัดสิบสองปันนาและอยู่ในมณฑลยูนนาน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยอี รัฐบาลจีนจึงให้เป็นเขตปกครองตนเอง ซึ่งสามารถเลือกผู้ว่าราชการจังหวัดของตนเองได้ เป็นเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีแม่น้ำโขงไหลผ่าน และมีสนามบินภายในประเทศรองรับผู้โดยสารที่เดินทางมาจากภายในและต่างประเทศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมู่บ้านไทยอีซึ่งมีเอกลักษณ์และมีภาษาพูดที่ใกล้เคียงกับภาษาท้องถิ่นทางภาคเหนือของไทย แม่น้ำโขงที่ไหลผ่านเมืองเชียงรุ่ง บ่อ่น้ำศักดิ์สิทธิ์ – ส่วนหนึ่งของความเชื่อของชาวเชียงรุ่ง การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวเชียงรุ่ง เจดีย์ Tazhuangmu ที่มีความเก่าแก่และเป็นที่เคารพนับถือ สภาพการทำงานเกษตรที่พืบเห็บได้ชานเมืองเชียงรุ่ง

สภาพเส้นทางจากเชียงรุ่ง – เมืองลา ระยะทางประมาณ 131 กม. ใช้เวลาในการเดินทางตลอดเส้นทางประมาณ 2 ชม. 30 นาทีเป็นถนนลาดยางตลอดสาย โดยในเมืองเป็นถนนลาดยางอย่างดี 4 ช่องจราจรและมีไฟลั่ททาง หลังจากนั้นถนนในช่วงครึ่งแรกของการเดินทางเป็นถนนลาดยางอย่างดี 2 ช่องจราจรและมีไฟลั่ททาง แต่ห่างจากชุมชนออกไปในช่วงครึ่งหลัง สภาพถนนเป็นถนนลาดยางปกติ 2 ช่องจราจรและไม่มีไฟลั่ททาง ตลอดเส้นทางมีชุมชนเป็นระยะ ๆ ตลอดเส้นทาง อย่างไรก็ตามเส้นทางนี้ไม่มีความสูงชันมากนักถนนในเมืองที่ลาดยางอย่างดี 4 ช่องจราจรและมีไฟลั่ททางถนนลาดยางอย่างดี 2 ช่องจราจร และมีไฟลั่ททาง ซึ่งเป็นสภาพถนนในช่วงครึ่งแรกของเส้นทางถนนในช่วงครึ่งหลังซึ่งเป็นสภาพลาดยาง 2 ช่องจราจร และไม่มีไฟลั่ททางบริเวณที่ทำการค้าในพรมแดนจีน – พม่า (ต้าลั่ว-เมืองลา)

สภาพเมืองลา เป็นเมืองชายแดนของพม่าที่ติดกับเมืองต้าลั่วของจีน เป็นเขตปกครองพิเศษที่ 4 ที่ทางการพม่าให้สิทธิในการปกครองตนเอง มีกองกำลังของตนเองแต่ไม่มีสิทธิในการดำเนินนโยบายกับต่างประเทศ เดิมเป็นฐานที่มั่นของพระโคมมิวนิสต์ พม่ามีแม่น้ำมานาเป็นแม่น้ำสายสำคัญที่ผ่านเมืองลาไปถึงเมืองเชียงตุง และในอดีตเป็นแหล่งที่มีการปลูกฝันมากแต่ได้ถูกปราบปรามและได้มีการจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์ที่นี่ ปัจจุบันเศรษฐกิจของเมืองลาจะขึ้นอยู่กับการเกษตรกรรมแล้ว รายได้ของเมืองนี้ยังได้มาจากการท่องเที่ยวและการเปิดบ่อน้ำตกใน ซึ่งมีอยู่

เป็นจำนวนมาก บรรยายกาศในช่วงกลางคืนที่มีการเปิดบ่อน้ำสีเงินคึกคัก เต็มไปด้วยผู้คนและร้านค้าต่างๆ ที่เปิดขายของในช่วงกลางคืน สำหรับช่วงเช้าจะมีบรรยายกาศที่คึกคักของการซื้อขายของในตลาดเช้า ซึ่งของที่นำมาขายมีหลากหลายรวมถึงสัตว์ป่าหายากด้วย

เจดีย์ของเมืองลาที่ตั้งอยู่ใกล้กับบริเวณพรมแดน จีน – พม่า ความเชื่อที่ว่าพระพุทธรูปชี้ไปที่เมืองใด เมืองนั้นจะเจริญ ซึ่งจะพบได้ทั้งที่เมืองลาและเชียงตุง ทัศนียภาพของเมืองลากาน้ำพระอาทิตย์ตกดิน ซึ่งสามารถมองเห็นแม่น้ำมาที่ไหลผ่านเมืองลาไปถึงเมืองเชียงตุง โบสถ์และเจดีย์ที่ตั้งตระหง่านในเมืองลา ซึ่งแสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ตลาดโถวรุ่งของเมืองลา ซึ่งเต็มไปด้วยร้านอาหารและของกินต่างๆ ตลาดเช้าของเมืองลา ซึ่งมีการนำสินค้าต่างๆ มาจำหน่ายพระพุทธรูปปางไสยาสน์ ซึ่งเป็นที่崇拜ของชาวเมืองลา พิพิธภัณฑ์ฟัน ซึ่งภายในมีภาพและเหตุการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับการปราบปรามปรามฟันของเมืองลา สถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตร่องคันชาน เมืองลา

สถาปัตยกรรมทางจากเมืองลา – เชียงตุง ระยะทางประมาณ 85 กม. ใช้เวลาในการเดินทางตลอดเส้นทางประมาณ 2 ชม. 30 นาที สถาปัตยกรรมเป็นสถาปัตยกรรม 2 ช่องจราจร และไม่มีให้ล่าทางเส้นทางนี้มีความสูงชันเป็น บางช่วง และผ่านชุมชนเป็นระยะๆ ตลอดเส้นทาง สถาปัตยกรรมและภูมิประเทศ ระยะเริ่มแรกที่ออกจากเมืองลาไปเชียงตุง ชุมชนระหว่างทางเมืองลา – เชียงตุง สถาปัตยกรรมระหว่างเมืองลา – เชียงตุง ค่านตรวจสอบระหว่างทาง จุดสูงสุดระหว่างทางก่อนถึงเมืองเชียงตุง สถาปัตยกรรมเมืองเชียงตุง

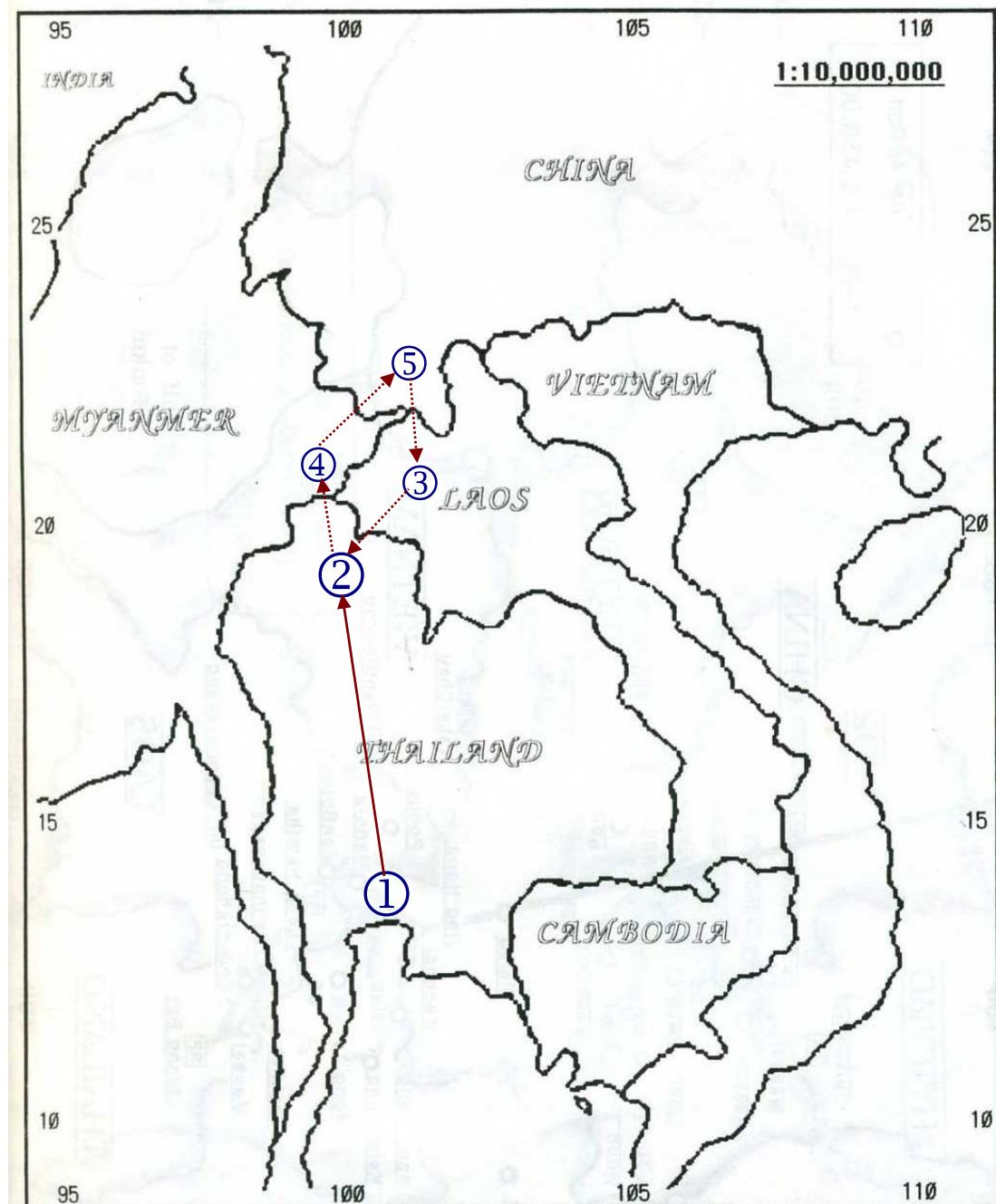
เชียงตุงในอดีตเป็นเมืองหลวงของเขตราชานตะวันออก เป็นชุมชนที่มีอายุกว่า 600 ปี มีวัฒนธรรมผสมผสานระหว่างพม่า ไ泰 และไ泰เช็น จังหวัดต่างๆ ที่สร้างตามแบบของแต่ละชนชาติ ภัยหลังจากการตกลอยู่ในการปักครองขององค์กุญ ทำให้เกิดสิ่งปลูกสร้างภัยในตัวเมืองแบบอาณาจักร อังกฤษผสมผสานกับสิ่งปลูกสร้างท้องถิ่น เนื่องจากเชียงตุงเคยเป็นเมืองหลวงจังหวัดที่ประวัติศาสตร์ที่สามารถพัฒนาได้ เช่น วัดต่างๆ ซึ่งมีความสวยงาม ประดิษฐ์เมืองที่ยังคงเหลืออยู่เพียงประดิษฐ์เดียว และต้นยางใหญ่ ซึ่งมีอายุกว่า 250 ปี ตั้งอยู่บนเนินเขาใกล้กับแม่น้ำเชียงตุงและได้ต้นยางนี้เคยเป็นสถานที่ประหารชีวินักโทยโดยการแขวนคอ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันเมืองเชียงตุงเป็นเมืองที่สงบเงียบ ประชาชนบางส่วนนั่งสวดมนต์ที่วัด และมีชนเผ่าต่างๆ อาศัยอยู่โดยรอบ มีการจัดงานวันปีใหม่ของชาวอาบราHAMIN ในเมือง สถานที่ที่ดูคึกคักของเมือง คือ ตลาด เช้า ซึ่งมีผู้คนทั่วชาวพม่าและชนเผ่ามานั่งรับประทานอาหารและเดินซื้อของ ส่วนในช่วงตอนกลางคืนจะเป็นช่วงที่เงียบไม่พบผู้คนมากนัก เพราะมีการจำกัดการใช้ไฟฟ้า จึงต้องมีการใช้เทียนและตะเกียงในช่วงเวลาที่ไม่มีไฟฟ้าใช้

สถาปัตยกรรมและความเจริญรุ่งเรืองทางศาสนาของเมืองเชียงตุง สภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านในเมืองเชียงตุง และหนอนน้ำเมืองเชียงตุง ประดิษฐ์เมืองแห่งเดียวที่ขังคงเหลืออยู่ของเมืองเชียงตุง ต้นยางอายุประมาณ 250 ปี ใต้ต้นยางนี้เคยเป็นสถานที่ประหารชีวิตนักโทษโดยการแขวนคอ ร้านค้าและการล่องเล่นในวันงานขึ้นปีใหม่ของชนผู้อาช่าในเมืองเชียงตุง สภาพร้านค้าในเมืองเชียงตุง ตลาดเช้าในเมืองเชียงตุง วิถีชีวิตและการจราจรในเชียงตุง (ช่วงเช้า)

สภาพเส้นทางจากเมืองเชียงตุง – ท่าขี้เหล็ก ระยะทางประมาณ 164 กม. ใช้เวลาในการเดินทางตลอดเส้นทางประมาณ 4 ชม. สภาพถนนเป็นถนนลาดยาง 2 ช่องจราจร และไม่มีไฟลั่งทางบังช่วงเป็นถนนเลียบตามไฟลั่ง เนื่องจากความสูงชั้นแต่ไม่มากนักประกอบกับไม่มีรถสัญจรไป-มา มากนัก การเดินทางจึงไม่มีความลำบาก การเดินทางต้องผ่านด่านตรวจเป็นระยะๆ ประมาณ 6 ด่าน ประกอบด้วยด่านท่าทางและด่านตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งด่านต่างๆ เหล่านี้ไม่มีการเรียกเก็บค่าบริการเป็นทางการ เว้นแต่ผู้เดินทางจะให้เงิน นอกจากนี้ยังผ่านด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) จำนวน 3 ด่าน ซึ่งมีการเรียกเก็บค่าบริการอย่าง เป็นทางการ

สภาพถนนและด่านตรวจที่ออกจากเชียงตุงไปยังท่าขี้เหล็ก ด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) เมืองเชียงตุง ซึ่งรถตู้จะเสียค่าผ่านทางประมาณ 90 บาท สภาพทางระหว่างเชียงตุง – ท่าขี้เหล็ก สภาพร้านค้าและชุมชนระหว่างทาง สภาพถนนที่ลัดเลาะไปตามไฟลั่ง เนื่องจากไม่ทิพบเนนระหว่างทาง บริเวณที่ทำการค่าผ่านทางระหว่างทาง ด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) ท่าเดื่อ ซึ่งรถตู้จะเสียค่าผ่านทางประมาณ 45 บาท ร้านอาหารในเมืองท่าเดื่อ สภาพถนนที่ผ่านเมืองท่าเดื่อ บริเวณที่ทำการค่าผ่านทาง ด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) หมายทาง ซึ่งรถตู้จะเสียค่าผ่านทางประมาณ 45 บาท สภาพถนนก่อนถึงท่าขี้เหล็ก ด่านท่าขี้เหล็กของพม่า ซึ่งตรงข้ามกับด่านแม่สาย จังหวัดเชียงราย

8.1.2 เส้นทางการท่องเที่ยววนรอบ อำเภอเชียงของ หัวยงราย หลวงน้ำทา - บ่อเด็น (ชายแดนลาว - จีน) เมืองลาว (จีน) เชียงรุ่ง (จีน) สิบสองปันนา



- |             |            |                            |
|-------------|------------|----------------------------|
| ① กรุงเทพฯ  | ② เชียงราย | → การเดินทางโดยการบิน      |
| ③ หลวงน้ำทา | ④ เชียงตุง | .....→ การเดินทางโดยรถยนต์ |
| ⑤ เชียงรุ่ง |            |                            |

รูปที่ 8-2 เส้นทางการบิน เชียงราย-ประเทศสู่พม่า ลาว จีนตอนใต้ (การเดินทางโดยรถยนต์)

เดินทางโดยรถชนต์ผ่านทางอุบลเชียงของ ข้ามแม่น้ำโขง สู่เมืองหัวยทรายไปตามเส้นทางสู่ เมืองหลวงน้ำทา ในสาธารณรัฐประชาชนลาวผ่านเมืองลา ไปสินสุดที่เมืองจิงหง ประเทศจีน ระยะทางประมาณ 483 กิโลเมตร (ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำการสำรวจเส้นทางได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทแอปเปิลทัวร์)

### **สภาพถนนและภูมิประเทศตลอดเส้นทาง**

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

ช่วงแรก หัวยทราย บ้านปุ่ง (35 กิโลเมตร) ใช้เวลาเดินทาง 1/2 ชั่วโมงครึ่ง ถนนกว้างประมาณ 5 เมตร สภาพลادยางถนนหดไปตามที่ร้าบเชิงเขา ตัดผ่านลำธาร 2-3 แห่ง

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

ช่วงที่สาม จากเมืองหลวงน้ำทา - บ่อเต็น (ชายแดนลาว - จีน) ระยะทาง 60 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมงครึ่ง เลียบตามลำน้ำลดเลี้ยวไปตามที่ร้าบและภูเขา เส้นทางลัดยาง

ช่วงที่สี่ บ่อเต็น - เมืองลา ระยะทาง 65 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง

ช่วงที่ห้า เมืองลา - จิงหง ระยะทาง 164 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง เส้นทางผ่านภูเขาและทุ่งนา

สำหรับถนนหัวยทราย - หลวงน้ำทา ฝรั่งเศส เป็นผู้ริเริ่มวางแผนถนนไว้ ต่อมาเมื่อราวดี พ.ศ. 2503 รัฐบาลลาวได้เปิดแนวเป็นถนนได้ดังที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ส่วนถนนช่วงระหว่างหลวงน้ำทา บ่อเต็น รัฐบาลจีนให้ความช่วยเหลือในการปรับปรุง

สภาพเศรษฐกิจของพื้นที่ตามเส้นทาง จากจุดเริ่มต้นที่บ้านหัวยทราย แขวงบ่อแก้ว ซึ่งเป็นชุมชนขนาด 35,000 คน ตึ้ง อยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขงตรงข้ามอุบลเชียงของ มีสภาพเศรษฐกิจไม่คึกคักนัก ศินค้าต่างๆ พึ่งพาจากไทย มีการคุ้มนาคมติดต่อไปฝั่งไทยโดยแพขนาน ยานยนต์ ข้ามแม่น้ำโขง ซึ่งมีความกว้างประมาณ 600 เมตร ตลอดเส้นทาง 254 กิโลเมตร จากหัวยทราย - บ่อเต็น พื้นที่สองข้างทางส่วนใหญ่ 3 ใน 4 เป็นป่าเขา มีประชากรเบาบางส่วนใหญ่ มีอาชีพทำนาและเก็บของจากป่าไม้ ประกอบการทำสิ่งปลูกเรือนอย่างจิงจัง สภาพความเป็นอยู่ล้าสมัย พึ่งพา วัสดุจากธรรมชาติในการดำรงชีวิต ไม่มีไฟฟ้าและประปา สภาพป่าไม้ตามเส้นทางยังอุดมสมบูรณ์ บางช่วงเป็นป่าดงดิบ แหล่งทรัพยากรสำคัญบนเส้นทาง กือ แร่ลิกไนต์ บริเวณตำบลเวียงภู

ห่างชายแดนไทย ประมาณ 110 กิโลเมตร บนเส้นทางดังกล่าว มีชุมชนขนาดใหญ่ 1 แห่ง คือ เมืองหลวงน้ำทา (กิโลเมตรที่ 194) ประชากรประมาณ 30,000 คน และมีชุมชนขนาดกลาง (50-100 หลังคาเรือน) 2 แห่ง สามารถเดินทางได้ 1 แห่ง ในแต่ละวันจะมีรถบัสนำนักท่องเที่ยวจากจีน ผ่านเข้ามาทางชายแดนประมาณ 6-7 คัน นอกจากนักท่องเที่ยวแล้วยังมีนักธุรกิจที่เข้ามาดำเนินธุรกิจ ในเมืองหลวงน้ำทา เช่น เปิดร้านอาหาร โรงแรม ร้านค้า รวมทั้งการปรับปรุงถนน เหตุที่ชาวจีนสามารถเข้ามารับจ้าง และทำธุรกิจในลาวได้ ก็เนื่องมาจากการตกลงระหว่างจีนกับลาวในแบบทวิภาคี ที่อนุญาตให้ชาวจีนสามารถผ่านแดนเข้ามาในเขต 3 จังหวัดของลาว ได้คือ หลวงน้ำทาพงสาลี และอุดมไช โดยการออกใบผ่านแดนลักษณะพิเศษ ซึ่งมีลักษณะคล้ายพาสปอร์ตที่ค่าธรรมเนียมบ้านบ่อเต็น (ลาว) กับชายแดนบ่อหาลู (จีน)

ปัจจุบันภายในตัวเมืองหลวงน้ำทา มีการก่อสร้างอาคารสถานบริการต่างๆ การปรับปรุงถนน เพื่อรับรองการพัฒนาอันเนื่องมาจากโครงการสีเหลี่ยมเศรษฐกิจ เพราะความได้เปรียบทางสภาพภูมิศาสตร์ของเมืองหลวงน้ำทาที่จะเป็นศูนย์กลางทางคมนาคม ทั้งทางบก และทางอากาศ มีสถานีบินที่สามารถบินภายในประเทศลาว บินจากเวียงจันทน์มาลงทุกวัน จะมีเครื่องบินจากเมืองคุนmingประเทศจีนบินตรงลงมาอย่างเมืองหลวงน้ำทา

สำหรับที่พักในเมืองหลวงน้ำทาที่นั่น มีโรงแรมน้ำทาไซส์มูรัน เป็นโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดมีห้องพักประมาณ 30-40 ห้อง มีห้องเดี่ยวและห้องรวม ห้องเดี่ยวมี 2 เตียง มีห้องน้ำในตัว ราคาคืนละ 25,000 กີບหรือประมาณ 150-160 บาท และห้อง 4 เตียง เดี่ยงละ 10,000 กີບหรือประมาณ 40 บาท ภายในโรงแรมที่ดีที่สุดของหลวงน้ำทา

เมืองหลวงน้ำทา มีเส้นทางที่สามารถเดินทางเข้าไปยังประเทศจีนได้สองเส้นทาง คือทางหลวงน้ำทา - เมืองสิงห์ และเส้นทางหลวงน้ำทา - บ่อเต็น

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

ในตัวเมืองมีโรงแรมอยู่เพียงแห่งเดียว ชื่อโรงแรมสิงห์ทอง เป็นโรงแรมเล็กๆ 1 ห้อง 4 เตียง เดี่ยงละ 1,000 กີບ หรือประมาณ 30 บาทกว่า มีห้องน้ำรวมอยู่ภายนอกห้อง

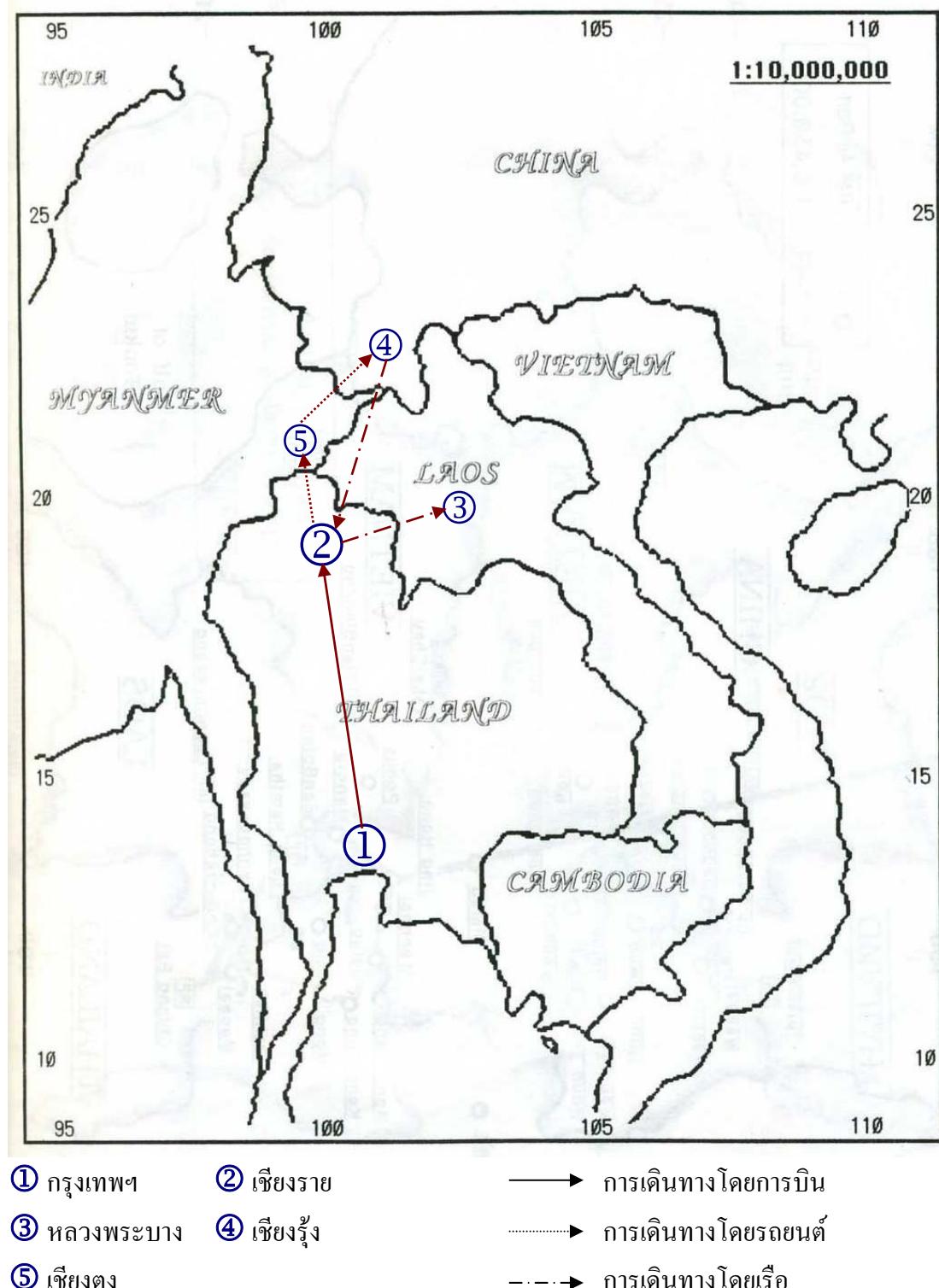
ช่วงระหว่างหลวงน้ำทา - บ่อเต็น เส้นทางผ่านที่ร้างและภูเขา สภาพถนนมีการลาดยางแต่ขาดการบำรุง ระยะตั้งสัญจรโดยอัตราความเร็ว 40-50 กิโลเมตร ต่อชั่วโมงประมาณ รถสัญจรประมาณวันละ 100 คัน (สองทาง) โดยแยกเป็นรถชนส่งสินค้า ประมาณ 30 คัน รถทัศนารักษากัน 7-8 คัน นอกนั้นเป็นรถส่วนบุคคลก่อนถึงบ่อเต็น 18 กิโลเมตร เป็นหมู่บ้านนาเตย

ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งของค่าคุลการที่ใหญ่มาก รถยนต์ที่จะส่งไปขายยังประเทศไทยจะต้องมาผ่านที่ด่านนี้

เมืองลาเป็นเมืองหน้าด่าน สำหรับเส้นทางสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทย และเป็นประตูที่จีนรายบายสินค้าออก สู่ลาว พม่า และไทยภายในเมืองจะมีสินค้าที่มาราจากจีนจำนวนมาก เช่น เสื้อผ้า เบียร์ เครื่องเสียง โทรศัพท์ อุปกรณ์ ในการก่อสร้าง ซึ่งมีราคากลูกมากเมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยและมีการสร้างสถานบันเทิงครบวงจรได้แก่ กาลิโน สถานบันทิงต่างๆ

ด้วยเหตุนี้ทำให้พ่อค้าจีนจากหลายแห่งมาตั้งหลักตั้งแหล่งที่เมืองลา เพราะเมืองนี้จะเป็นเมืองสำคัญทางการค้า และการท่องเที่ยวจินหง (สินสองปันนา) จากจิงหงสามารถเดินทางไปยังคุนming โดยเครื่องบินได้เลย เพราะมีสายการบินในประเทศไทยระหว่าง จิงหง - คุนmingทุกวัน

### 8.1.3 การเขื่อมการคมนาคมการท่องเที่ยว.rar รอบทางนำ้เชียงราย - เชียงของ - หลวงนำ้ท่า - เชียงรุ่ง (จังหว)



รูปที่ 8-3 เส้นทางการบิน เชียงราย-ประตูสู่พม่า ลาว จีนตอนใต้ (การเดินทางโดยรถยนต์และเรือ)

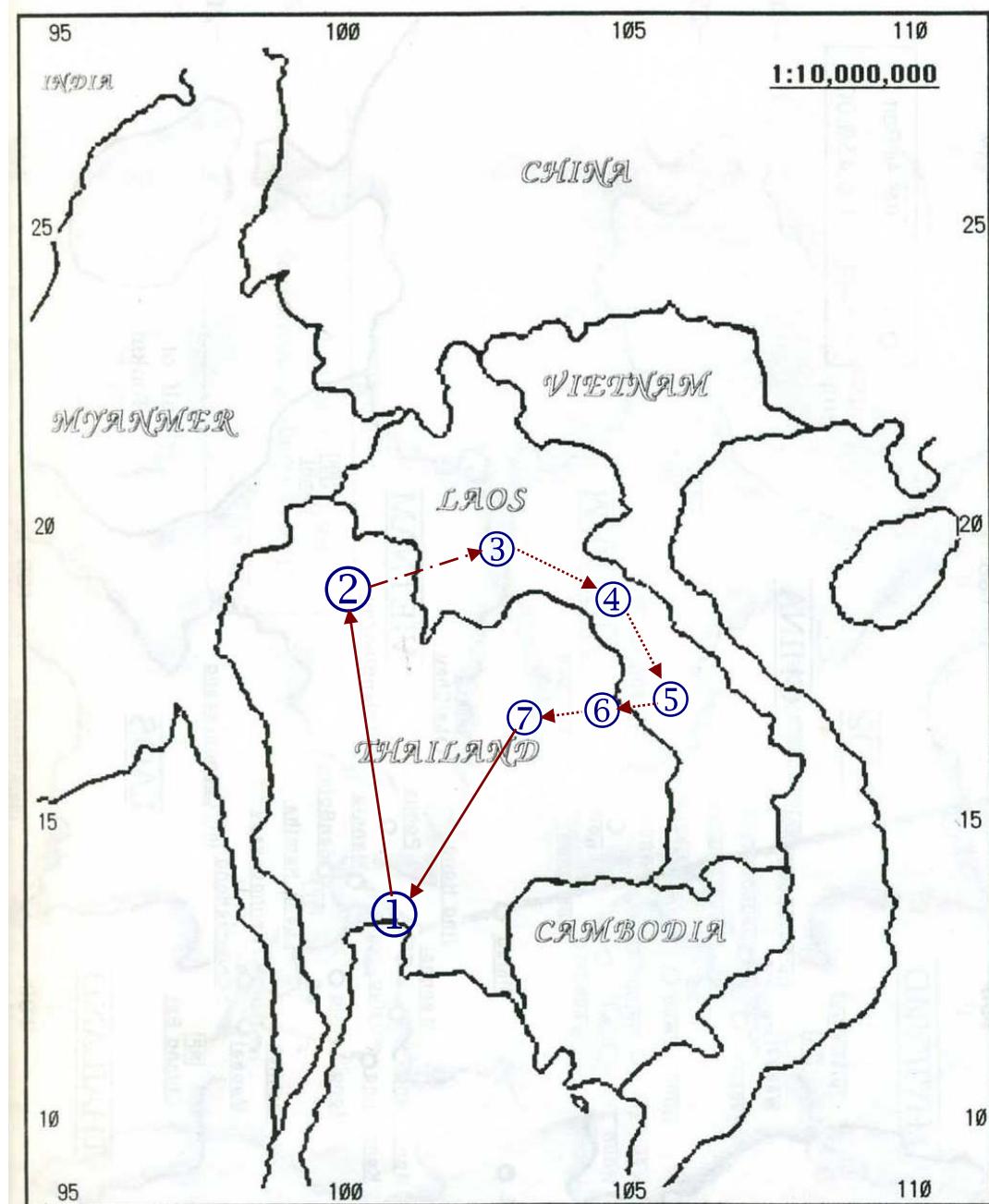
ทางน้ำแม่น้ำโขงหรือแม่น้ำลາนช້າງที่อยู่ในประเทศไทย ช่วงที่สามารถเดินเรือได้มีระยะทาง 260 กิโลเมตร มีเมืองท่าที่สำคัญคือ เมืองท่าซื่อเหมา และเมืองท่าจินหง (เชียงรุ่ง) ที่เมืองท่าซื่อเหมา มีหาด เสียงกันหลัน ซึ่งได้รับการปรับปรุง สามารถรองรับการขนส่งท่าเรือได้ ส่วนเมืองท่าเชียงรุ่งอยู่ห่างจากตัวเมืองซึ่งเป็นเมืองหลวงของแคว้นสินสองปันนา ไปทางทิศใต้ประมาณ 30 กิโลเมตร มีหาดตากบ้าน (หาดสมอใหญ่) ซึ่งมีความสวยงามคล้าย หางนกยูง มีร้านธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นของสินสองปันนา ห่างจากหาดตากบ้านไปทางทิศใต้ประมาณ 60 กิโลเมตร เป็นจุดเชื่อมกับแม่น้ำหลอซอไปทางทิศเหนืออีก 20 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของสวนพฤกษชาติเมืองเงิน ซึ่งเป็นศูนย์รวมของพันธุ์ไม้ เมืองร้อนต่างๆ จากทั่วโลก

แม่น้ำลາนช້າง ช่วงที่ไหลเข้าไปถึงเขตติดต่อระหว่างพม่ากับลาว เป็นต้นไปเรียกว่า แม่น้ำโขง เมืองที่สำคัญของฝั่งแม่น้ำโขง ของฝั่งประเทศไทย ประกอบด้วยเมืองเชียงหลา และหัวว่านเปิง ส่วนเมืองที่อยู่ด้านลาว คือเมืองเชียงกา เมืองปังเชียงก่อ เมืองมอ ตันผึ้ง และหัวยทราย ส่วนที่อยู่ในประเทศไทย คือสามเหลี่ยมทองคำ เชียงแสน และเชียงของ โดยอำเภอเชียงของอยู่ห่างจากเมืองท่าจินหง 402 กิโลเมตร และห่างจากเมืองซื่อเหมา 87 กิโลเมตร ได้รับการปรับปรุง ให้เป็นเส้นทางน้ำที่สมบูรณ์แบบ

สี่ชาติ ซึ่งประกอบด้วย จีน ไทย พม่า และลาว ได้ร่วมกันพัฒนาเส้นทางเดินเรือทางลำน้ำโขงจากเมืองท่าซื่อเหมา ประเทศไทยถึงพม่า เขตที่อยู่ทางตอนใต้ จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำ ในการขนส่งสินค้าและห้องที่ยวของทั้ง 4 ประเทศ หลังจาก การเจาะร่องน้ำเพื่อการเดินเรือขนาดแรงขับน้ำ และบรรทุกหนัก 1,000-2,000 ตัน พร้อมกันนี้ จีนยังลงทุนสร้างเขื่อนในแม่น้ำลາนช້າง เพื่อผลิตไฟฟ้าขายให้กับประเทศไทยเพื่อนบ้าน และเป็นการเก็บกักน้ำในฤดูน้ำหลาก เพื่อการเดินเรือในฤดูแล้ง

การที่ภาคเอกชนเริ่มที่จะนำเรือโดยสาร (35ทัน) มาใช้บริการในเส้นทางเชียงแสน - เชียงรุ่งนั้น นับว่าเป็นการลงทุนที่น่าจะให้การสนับสนุนโดยภาครัฐ โดยเฉพาะการสร้างจุดท่าเรือ ดาวร (คนโดยสารและสินค้า) การผ่อนปรนวีช่า การวิเคราะห์ความปลอดภัยของการเดินทาง ตลอดจนจุดแพก ที่น่าจะพัฒนาโดยความร่วมมือระหว่าง จีน - พม่า - ลาว - ไทย เพื่อ พัฒนาตลาดน้ำท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น ยุโรป อเมริกา เกหลี ตลอดจน จีน ได้หัวน อ่องกง ให้หันมาใช้บริการด้านนี้ได้มากขึ้น

#### 8.1.4 แนวทางการเขื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำวนรอบ 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

การเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำจากเชียงรายไปเมืองหลวงพระบางเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเช่นเดียวกับการเดินทางไปเมืองเชียงรุ่งซึ่งหลวงพระบางจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกา และไอเชียนีย ที่นิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือเพื่อการพักผ่อน นอกจากนั้น เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำสามารถจัดการท่องเที่ยวแบบวนรอบจากเชียงราย หลวงพระบาง หลวงน้ำทา เชียงรุ่ง เมืองลา (พม่า) เชียงตุง ท่าชีเหล็ก แม่สาย กลับมาที่จังหวัดเชียงราย หรือเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือจากเชียงรายวนรอบเชียงของ หลวงพระบาง วังเวียง เวียงจันทน์ หนองคาย อุดรธานี

### 8.1.5 เส้นทางสายการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ – ย่างกุ้ง

ปัจจุบันสายการบินไทยแอร์เอเชียเปิดเส้นทางการบินจากกรุงเทพมหานครสู่กรุงย่างกุ้ง ซึ่งมีโบรณสถานะเวลาของน้ำที่อ่อนตื้นตัวตื้นๆ แต่เป็นที่สนใจของชาวต่างประเทศไม่น้อยไปกว่าครึ่ง นัดหมาย

**ตารางที่ 8-1 การประเมินจุดแข็ง และ โอกาส ของศักยภาพจังหวัดเชียงรายในการเป็นศูนย์กลาง  
ทางการท่องเที่ยว**

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดยเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.80
2. มีความปลอดภัยและประชาชานเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	4.40
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	3.60
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	4.40
รวม	<b>4.08</b>
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.40
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ( ยกระดับมาตรฐาน ลินคำ และบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการ พัฒนาของรัฐ เช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.80
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยาย ตลาดในวงกว้าง	4.20
รวม	<b>4.48</b>

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในด้านการมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่งดงาม หลากหลาย มีความปลอดภัยและประชาชานเป็นมิตร มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานที่พัก ภัตตาคาร มีวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ มีสนามบินนานาชาติ และมีโอกาสการพัฒนาสูงใน ด้านการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปสู่พม่า ลาว จีน ทางการบิน รถยนต์ และเรือ สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ สามารถขยายตลาดได้กว้างขวางมาก จึงสมควรส่งเสริมให้เชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว จีน

## 8.2 การท่องเที่ยวพม่า

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นการลงทุนที่สำคัญ โดยมีนักท่องเที่ยวประมาณ 4 แสนคนต่อปี แต่เนื่องจากการคมนาคมเป็นอุปสรรคที่สำคัญ ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวไม่เติบโตเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม พม่าข้างมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก เพราะมีโบราณสถาน ศาสนสถาน รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ชายหาดที่สวยงาม ป่าเขา และเทือกเขาที่มีหินะปักคลุ่ม จึงมีศักยภาพสูงมาก แต่ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว คือ สาธารณูปโภคที่ดี โรงแรม ตลอดจนการบริการที่ดีที่เข้าใจนักท่องเที่ยว ซึ่งไทยก็ได้ให้ความช่วยเหลือด้านการท่องเที่ยวต่อพม่าในรูปแบบต่างๆ เป็นการเพิ่มจุดขายของไทยมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย และสามารถเดินทางต่อไปยังพม่าด้วย

### แหล่งท่องเที่ยวในพม่า

ที่น่าสนใจ ได้แก่ อาณาจักรพุกาม อันเป็นศิลปะ อารยธรรมของโลก มีอย่างสาวดี เป็นเมืองประวัติศาสตร์ สมัยพระเจ้า บุเรนอง เมืองย่างกุ้ง เป็นเมืองหลวงซึ่งมี เจดีย์ชเวดากองอันยิ่งใหญ่ เมืองมัณฑะเลย์ เป็นเมืองหลวงเก่าที่มีเสน่ห์ เมือง มินกุน เป็นเมืองที่มีเจดีย์และสะพานยักษ์

### 8.3 การคุณภาพการขนส่งของพม่า การบินประเทคโนโลยีและเส้นทางการบินพม่า Myanmar Airways International



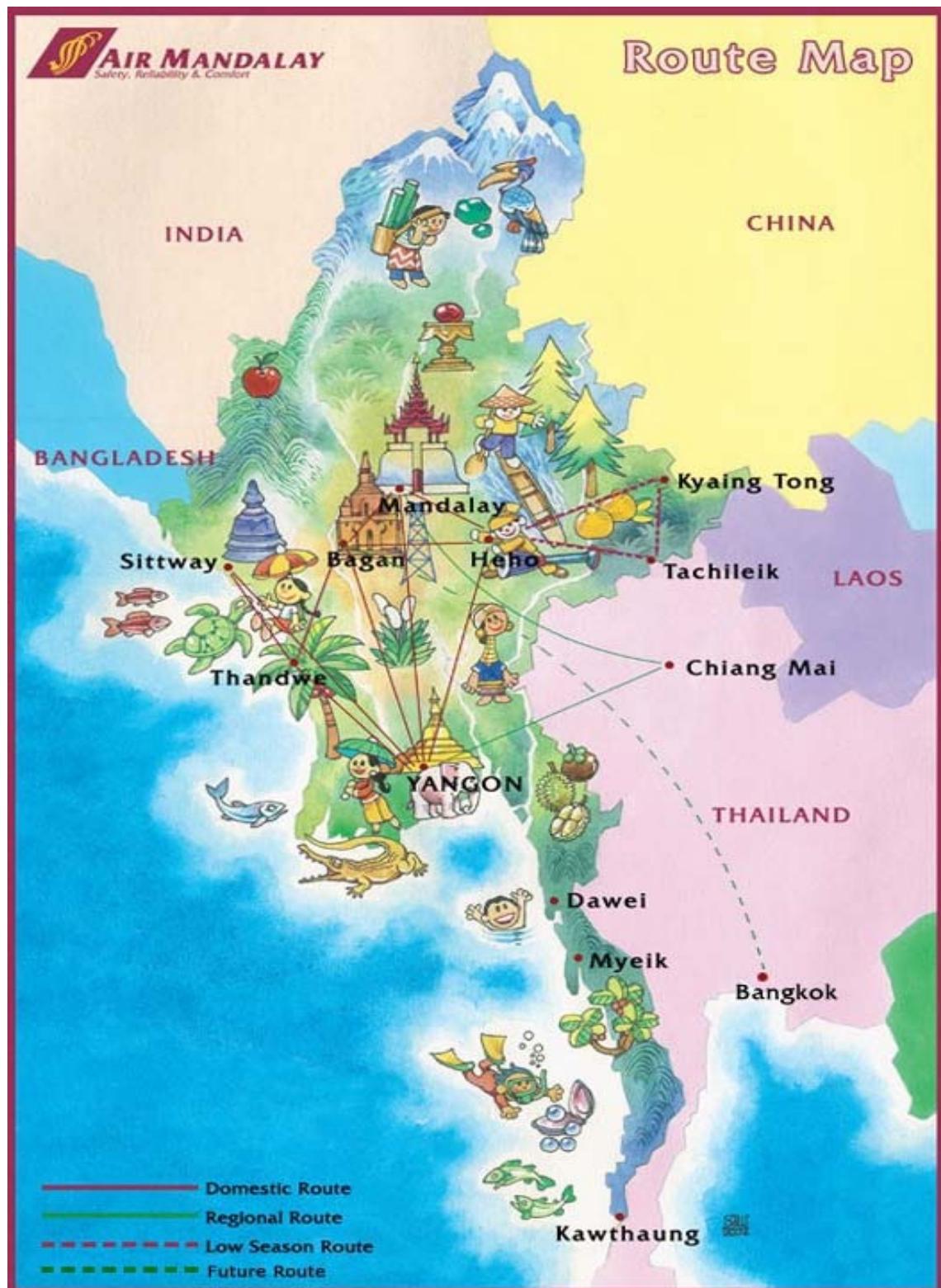
รูปที่ 8 – 5 เส้นทางการบินพม่า ที่มา : Myanmar Airways International

ปัจจุบันพม่ามีท่าอากาศยานทั้งสิ้น 6 – 7 แห่ง เป็นท่าอากาศยานนานาชาติ 4 แห่ง คือ ท่าอากาศยาน Migaladon ซึ่งอยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของกรุงย่างกุ้ง ท่าอากาศยานมัณฑะเลย์ Pagan / Nyaung – Oo และ Heho มีเที่ยวบินไปยังกรุงเทพฯ สิงคโปร์ ดัลقار์ (บังคลาเทศ) คุนหมิง (จีนตอนใต้) ชานอย (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

เส้นทางคุณภาพทางอากาศจากพม่าที่สำคัญ ได้แก่ ย่างกุ้ง – นัมทะเลย์ – คุนหมิง – ชานอย ย่างกุ้ง – เวียงจันทร์ – โซจิ มิน�์ ย่างกุ้ง – กรุงเทพฯ – พนมเปญ ย่างกุ้ง – บังคลาเทศ ย่างกุ้ง – อินเดีย

สำหรับการบินไทยมีเที่ยวบินไปย่างกุ้งทุกวัน สายการบินที่สำคัญของพม่าคือ Myanmar Airways International (UB) เป็นของรัฐบาล บินจากกรุงย่างกุ้งไปส่องกง สิงคโปร์ ดัคคาเร่ กัลลาลัมเปอร์ คุนหมิง และกรุงเทพฯ



รูปที่ 8 – 6 เส้นทางการบินในประเทศไทยและไทย ที่มา : สายการบินแอร์มัณฑะเลย์



รูปที่ 8 – 7 เส้นทางการบินในประเทศไทย ที่มา : สายการบินย่างกุ้งแอร์เวย์

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

การคมนาคมทางบกของพม่าได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นในระยะที่ผ่านมา ถนนทั่วประเทศมีความยาวทั้งสิ้นประมาณ 27,840 กิโลเมตร ถนนในกรุงย่างกุ้ง และมัณฑะเลย์สามารถเชื่อมโยงไปยังเมืองต่างๆ โดยถนนส่วนใหญ่ยังไม่ลาดยางและมีช่องทางเดียว

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

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

เส้นทางเมียวดี (พม่า) – แม่สอด – ตาก – สุโขทัย – พิษณุโลก – ขอนแก่น – นูกาหาร – สุวรรณเขต (ลาว) – คงสา – ดานัง (เวียดนาม)

เส้นทางต่อจากกรุงย่างกุ้งไปยังบังคลาเทศ อินเดีย และจีนหนือไปเมือง มัณฑะเลย์ – ลาเจียง – คุนหมิง (จีนตอนใต้)

#### 8.4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้

จากการสำรวจเส้นทางและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือ ควรใช้เส้นทางเพื่อเชื่อม ไทย พม่า และจีนตอนใต้ การเปิดเส้นทางเป็นสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่ง ด้วยการใช้ ศักยภาพของเชียงรายที่เหนือกว่าในการเป็นศูนย์กลางอันเนื่องจาก

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

8.4.2 ศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวสูง

8.4.2.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพียงพอต่อการส่งเสริม โดยมีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและวัฒนธรรม

8.4.2.2 ความได้เปรียบในเชิงบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการให้บริการ และจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

8.4.2.3 เชียงรายมีสถานที่พักที่ได้มาตรฐานพอเพียงที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในราคากลางๆ

#### 8.4.2.4 นอกจาจนี้เชียงรายยังเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอแม่สาย

8.4.2.5 เชิญรายมีศักยภาพและมีโอกาสที่ร่วมลงทุนกับยุนนาน ได้ คือ ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ซึ่งยุนนานมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมาก อีกทั้งเป็นจุดที่ใกล้กับไทยมาก ค่าใช้จ่ายในด้านการเดินทางจึงถูกมาก แต่ปัจจุบันการจัดการด้านการท่องเที่ยวของยุนนานยังขาดความชำนาญ ซึ่งนักธุรกิจไทยสามารถสร้างโอกาสในการเข้าจัดการ เช่น ทำธุรกิจทัวร์ โดยเน้นกลุ่มผู้มีรายได้สูง จากตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น สร้างช่องทางการค้าได้ไม่ยาก

#### 8.4.3 ความได้เปรียบในด้านการคุณนาคมที่ถึงพร้อม

8.4.3.1 การคุณภาพทางบก เส้นทางในไทยมีความพร้อม ที่จะรับการขยายตัวในอนาคต ได้มากกว่า อีกทั้งยังเป็นจุดที่สามารถเชื่อมกับถนนที่เชื่อมต่อกับประเทศพม่า ลาว และจีน ได้สะดวก หากถนนในส่วนของประเทศเหล่านี้ได้รับการพัฒนาเมืองเชียงรายจะกลายเป็นจุดผ่านที่สำคัญของทั้งสินค้า และนักเดินทาง

8.4.3.2 การคมนาคมทางอากาศ ปัจจุบันสนามบินเชียงรายได้รับการปรับปรุงให้เป็นสนามบินนานาชาติ และมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการทุกวัน มีเที่ยวบินติดต่อได้ทั่วภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทย ลาว และจีนตอนใต้

8.4.3.3 การคุมนาคมทางน้ำ โดยการล่อลงเรือทางลำน้ำโขง แม่น้ำปิงจุนยังไม่คุ้มต่อการเดินเรือ เนื่องจากต้องใช้เรือขนาดเล็ก แต่หากได้รับการพัฒนาจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและขนถ่ายสินค้าที่สำคัญ

#### 8.4.3.4 พิธีการทางศุลกากรที่ง่ายกว่า เมื่อเทียบกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน

8.4.3.5 ความปลอดภัยในการพักค้างคืนก่อนท่องเที่ยวในพื้นที่산ไจสูง ทำให้การท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวในฝั่งพม่า และลาราพักในเมืองเชียงราย ดูจะเป็นสิ่งที่ดีกว่าในสายตา

### 8.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมสันทางผ่านพม่า และการส่งเสริมโดยเชื่อมสันทางผ่านลาว

ไทย-สหภาพพม่า	ไทย-สปป. ลาว
<p><u>ข้อดี</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทรัพยากรการท่องเที่ยวในสันทางถนนต้มมีมากกว่า</li> <li>- ท่าเรือหลักและแม่น้ำสายเป็นจุดแลกเปลี่ยนที่มีศักยภาพสูง</li> </ul> <p><u>ข้อเสียเปรียบ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาในเรื่องนโยบายของพม่าที่ไม่ค่อยจะแน่นอน</li> <li>- ปัญหาชนกลุ่มน้อยในพื้นที่ชายแดนพม่ากับจีน</li> </ul>	<p><u>ข้อดี</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลมีความแน่นอนในเรื่องของนโยบายในการเชื่อมสันทาง</li> <li>- มีหลวงพระบางเป็นเมืองมรดกโลก</li> </ul> <p><u>ข้อเสียเปรียบ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทรัพยากรการท่องเที่ยวในสันทางมีน้อยกว่า</li> <li>- ไม่ผ่านเมืองหลวงพระบาง ซึ่งเป็นเมืองมรดกโลกของลาว</li> </ul>

เนื่องจากประเด็นหลัก คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาสันทางโดยผ่านทางพม่านั้น น่าจะมีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวมากกว่า ส่วนสันทางผ่านประเทศไทยจะใช้ในการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้คงเป็นแหล่งท่องเที่ยวบริเวณริมฝั่งแม่น้ำโขงผ่านการเชื่อมสันทางโดยทางถนน ผ่านลาว น่าจะเหมาะสมทางด้านเศรษฐกิจการค้ามากกว่าที่จะอยู่ในรูปของทางผ่านของสินค้าระหว่างประเทศไทย และจีน

## บทที่ 9

### การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย อุตรธานี และอุบลราชธานี

#### : จังหวัดศูนย์การท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน

ในยุคที่โลกเป็นได้ เมื่อส่ายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งนกแอร์ วัน ทู โก และไทยแอร์เอเชียต่าง มุ่งสู่เส้นทางนอกประเทศกันมากขึ้น ขณะที่เส้นทางบินในประเทศขยายเปิดให้บริการใหม่กันมาก เส้นทางในประเทศกว่า 10 เส้นทางบินของไทยแอร์เอเชียที่มีอยู่ทำให้ปัจจุบันเลือกที่จะมุ่งสู่ภาคใต้ โดยเฉพาะสุราษฎร์ธานี และกระบี่ 2 จังหวัดที่มีชายทะเลและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกอยู่เป็นประจำ ขณะที่นกแอร์ที่มีเส้นทางบินการเพิ่ม เส้นทางบินเลือกที่จะให้บริการในเส้นทางแม่ฮ่องสอน-เชียงใหม่ และเส้นทาง กรุงเทพฯ-เลย ทั้งสองเส้นทางบินยังไม่มีคู่แข่งขันเข้าไปเปิดตลาด การเปิดให้บริการเส้นทางใหม่ในประเทศและระหว่างประเทศของสายการบินต้นทุนต่ำที่สุด ไทยแอร์เอเชียและนกแอร์ เช่นนี้อาจจะส่งผลดีสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดและสายการบินเนื่องจากราคาที่นำเสนอด้วยต้นทุนจะถูกกว่าสายการบินอื่นที่เปิดให้บริการอยู่ในเส้นทางเดียวกัน ปัจจุบันการลงทุนเพื่อเปิดขยายเส้นทางบินระหว่างประเทศของสายการบินต้นทุนต่ำและคงจะเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำและการแข่งขันกันให้บริการที่คุ้มค่ากว่าในสายตาของผู้ใช้บริการรวมกับเสนอห้องสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวของเมืองชายแดน ไทยกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน

ตารางที่ 9-1 ราคาเฉลี่ยรวมภาษีและค่าชดเชยราคาน้ำมันเชื้อเพลิงของเส้นทางสายการบินต้นทุนต่ำ ช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2548 สายการบิน เส้นทาง ราคาเฉลี่ยโลว์คอสต์แอร์ไลน์ในไทย ของ การบินไทย(นกแอร์) – โอเรียนไทยฯ - ไทยแอร์เอเชีย

สายการบิน	เส้นทางไปหรือกลับ	ราคา
นกแอร์	1. อุบลฯ	1,800
	2. อุตรธานี	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. อุตรธานี	1,300

ที่มา : เว็บไซต์ของสายการบินคือเดือนมกราคม – มีนาคม 2548

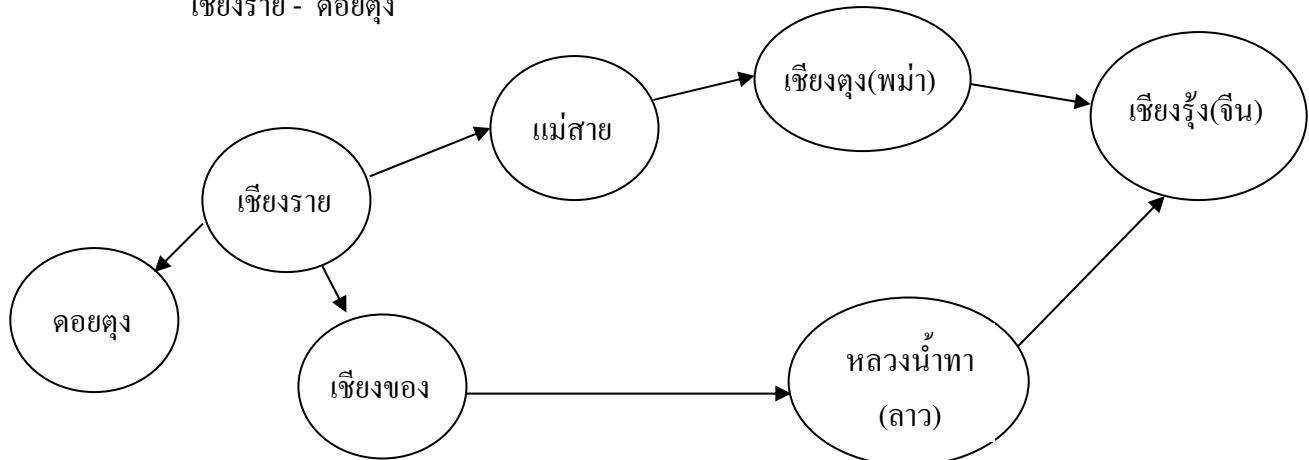
การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเอกสารจากการวิเคราะห์แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย อุตรธานี และอุบลราชธานี เนพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและข้อมูลจากเว็บไซต์ของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยช่วงเดือนสิงหาคม 2549 และ นำมาสังเคราะห์รวมกับข้อมูลเห็นจาก การ ได้บรรลุผลในเนื้อหาสาระตามเป้าประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ เป็นประเด็นการวิจัยที่มีการรวบรวม ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่บ่งชี้สถานการณ์ตลาดการบินและการท่องเที่ยว และการสำรวจความคิดเห็นของ ผู้ใช้บริการ เพื่อสังเคราะห์ให้เกิดแนวทางร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องที่เป็นรูปธรรมและกิจกรรมของ แผนงานของจังหวัดและกลุ่มจังหวัดที่สำคัญ ๆ การจัดสัมมนากลุ่ม แล้วนำข้อมูลมาประเมิน SWOT จุดแข็ง และ โอกาส ของศักยภาพจังหวัดในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวและหรือศูนย์กลาง ทางการบินและ ความเป็นไปได้ของโอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดชายแดนไทยและ การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว/การบิน แห่งภูมิภาค (Hub Region) หรือการเป็นประตู (Gate Way) สู่ ประเทศไทยเพื่อนบ้าน จากสถานการณ์และแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากการขนส่งทางอากาศที่เพิ่มขึ้น และบริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย สู่ประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อนบ้านอันได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า จีนตอนใต้ และเวียดนาม ด้วยศักยภาพความเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวจากการใช้การ เชื่อมโยงของสายการบินต้นทุนต่ำกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวเมือง ชายแดนเป็นสิ่งดึงดูดใจจังหวัดที่มีชายแดนและสนามบินที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้จังหวัดเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน (1) เชียงราย (2) อุตรธานี (3) อุบลราชธานี ได้แก่ เส้นทางดังต่อไปนี้

### (1) เส้นทางการบินต้นทุนต่ำที่มีการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

เชียงราย – แม่สาย – พม่า – เชียงรุ่ง (จีน)

เชียงราย – เชียงของ – ลาว

เชียงราย – ดอยตุ่ง



รูปที่ 9-1 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำที่สนับสนุนเศรษฐกิจจังหวัดเชียงราย

## จังหวัดเชียงราย

### 1.1 สภาพทั่วไป

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

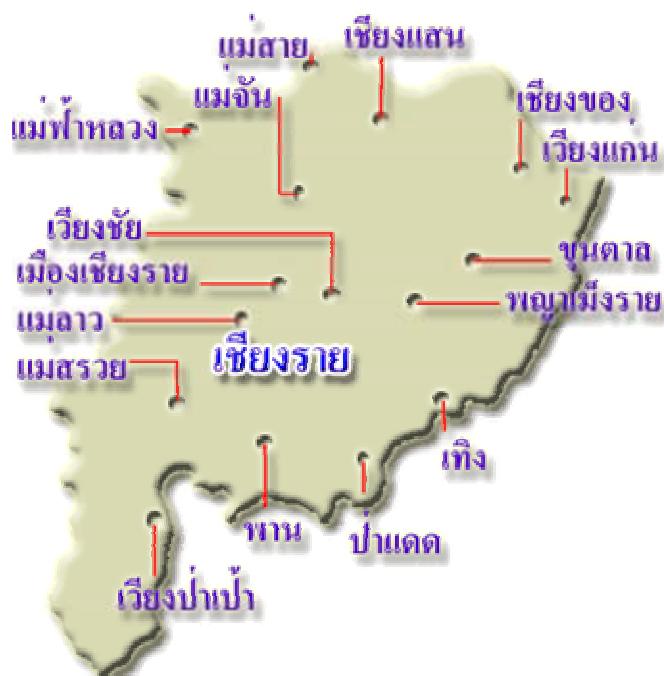
ทิศเหนือ ติดต่อกับ ประเทศไทยสหภาพพม่า และประเทศไทยสาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ประเทศไทยสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ประเทศไทยสหภาพพม่า และจังหวัดเชียงใหม่



รูปที่ 9-2 การอาณาเขตของจังหวัดเชียงราย ที่มา : [www.moi.go.th](http://www.moi.go.th)

การปกครองแบ่งออกเป็น 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ 124 ตำบล 1,655 หมู่บ้าน 1 เทศบาลเมือง 24 เทศบาลตำบล 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 120 องค์การบริหารส่วนตำบล 1 สถาบัน 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 ประชาชนมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว/ปี 30,710 บาท เป็นลำดับที่ 13 ของภาคเหนือ เป็นอันดับที่ 56 ของประเทศ มีผลิตภัณฑ์มวลรวม 34,303 ล้านบาท อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจปี 2537-2543 ร้อยละ 2 โกรงสร้างเศรษฐกิจประกอบด้วย

ภาคบริการ ร้อยละ 20.29 %

ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 4.89 %

### การค้าส่งและปั๊บป็อก ร้อยละ 20.79 %

### การเกณฑ์ร้อยละ 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. อยู่ในความรับผิดชอบของกรมทางหลวงชนบทและกรมโยธาธิการและผังเมือง แยกเป็นถนนลาดยาง 557,971 กม. ถนนลูกรัง 156,222 กม. และคอนกรีต 145,240 กม. ที่เหลือเป็นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 163,131 กม.

ແຫລ່ງທ່ອງເຖິງວິທີສຳຄັນທາງຊຣມຫາຕີ ໄດ້ແກ່ ວັນອຸທຍານນໍາຕົກບຸນກຣົມ ອຸທຍານແໜ່ງຫາຕີ ດອຍຫລວງ ດອຍແມ່ສລອງ ພົມວິທີສຳຄັນທາງຊຣມຫາຕີ ດຳເນັ້ນ ດຳປໍາລາ ດຳສ່າທິນພູນານາຄ ວັນອຸທຍານບຸນນໍາງານນອນ ຈຸດ ຈົນວິວ ດອຍຂ້າງໜຸບ ດອຍເຊີຍເມື່ອງແລະສບວກ ດອຍພາຕັ້ງ ກູ້ເຊື້່ພໍາ

เหล่าท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนาสถาน ได้แก่ วัดพระแก้ว วัดพระสิงห์ พระธาตุจอมทอง อนุสาวรีย์พ่อขุนเมืองรายมหาราช พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงแสน พระธาตุดอยตุง พระธาตุจอมแวง พระธาตุจอมเวลา วัดป้าสัก วัดพระเจ้าล้านทอง วัดพระธาตุพานเงา วัดเจดีย์เจ็ดยอด วัดเจดีย์หลวง

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและหัตถกรรม ได้แก่ โครงการพัฒนาดอยตุง ดอยแม่สลอง สวนแม่ฟ้าหลวง ศูนย์หัตถกรรมวิถีกาหลง ศูนย์พัฒนาและส่งเสริมชาวเขา

## การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ในประเด็นกลยุทธ์ 5 ประเด็นคือ

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว  
ครบวงจร
  2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้าง  
แหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายแบบ

3. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด หรือที่เรียกว่า “สีเหลืองวัฒนธรรมล้านนา”

4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้านในอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

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

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	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	3.1 เพิ่ม ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น	✓				
	3.2 Road Show	✓				
	3.3 จัดแรลลี่ 4 ประเทศ (ไทย, ลาว, พม่า, จีน)	✓				

ตารางที่ 9-2 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนออกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
4. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ชาล้านนา	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์เผยแพร่ OTOP ของจังหวัด	✓				
	4.2 เพิ่มประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเชิงราย		✓			
	4.3 สำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยว		✓			

ตารางที่ 9-3 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ท่ากรุปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนออกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่งคอกไไม่เมืองหนาว และเส้นทางคอกไไม่งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเผยแพร่	✓				
	1.2 จำนวนเส้นทางคอกไไม่งามที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่	✓				
2. การท่องเที่ยวเยี่ยมชมเชิงเกษตรและปรับรูปการเกษตร (สวนผลไม้และโรงงานไวน์ ไร่ชา)	2.1 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่	✓				
	2.2 จัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	✓				

## ตารางที่ 9-3 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
3. เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจตามในจังหวัด	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. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เชิงอนุรักษ์ และเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	7.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงและเผยแพร่	✓				

## ตารางที่ 9-3 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
8. การอนุรักษ์พื้นที่ชุมชน้ำโกลแยกเชียงแสน	8.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	✓				
	8.2 สร้างกิจกรรม นักท่องเที่ยวให้เพิ่ม มากยิ่งขึ้น	✓				
9. ด้านวัฒนธรรม	9.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการพัฒนาและ เอกลักษณ์ล้านนา	✓				
10. จัดสร้างสวนตุ้ง และสวนโภคภัณฑ์ พระเกี้ยรติ	10.1 ประชาสัมพันธ์ ตุ้งและสวนโภคที่ ได้รับการพัฒนา	✓				
	10.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เข้าชม	✓				

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

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ผลักดันให้ โบราณสถานเชียง แสนให้เป็นมรดกโลก	1.1 ได้จัดทำเป็นมรดกโลก	✓				
	1.2 Route ท่องเที่ยว 2-6 มรดกโลกของไทย		✓			
2. บูรณะและพัฒนา โบราณสถาน	2.1 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถานเชียงแสน ที่จะเป็นมรดกโลก	✓				
	2.2 จำนวนโบราณ-สถานเวียงกาหลงที่ได้รับการบูรณะ	✓				
3. พัฒนาเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงในจังหวัด (Historical and Legendary Route)	3.1 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางที่ได้รับการ พัฒนา	✓				
	3.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชม ชมโบราณสถาน เพิ่มขึ้น	✓				
4. หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1 ประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านที่ได้รับการ วัฒนธรรมล้านนา	✓				

ตารางที่ 9-5 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตารางการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์และส่งเสริมกัน	✓				
2. บัตรเดียวเที่ยวในกลุ่มจังหวัด	2.1 สร้างบัตรสร้างรายได้	✓				

ตารางที่ 9-6 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง	✓				
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เวลาเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น	✓				

## ตารางที่ 9-6 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
3. การเชื่อมโยง แลกเปลี่ยนประเพณี และศิลปวัฒนธรรมกับ ประเทศเพื่อนบ้านใน อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ตอนบน	3.1 มีการจัดงาน แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม อย่างน้อยปีละครั้ง แลกเปลี่ยนกับ ประเทศลาว พม่า จีน ตอนบน	✓				
4. ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว 5 เซียง โดย เชื่อมโยงเส้นทาง เชียงใหม่ เชียงตุง เชียงรุ่ง เชียงทองและ เชียงราย	4.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชม ในเส้นทาง 5 เซียง เพิ่มขึ้น	✓				
	4.2 กิจกรรมส่งเสริม การท่องเที่ยว 5 เซียง	✓				

ตารางที่ 9-7 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดเชียงรายในการเป็นศูนย์กลาง  
การท่องเที่ยว

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.80
2. มีความปลดปล่อยและประชาชัณท์เป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	4.40
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	3.60
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สานมิวนิชชาติ	4.40
รวม	4.08

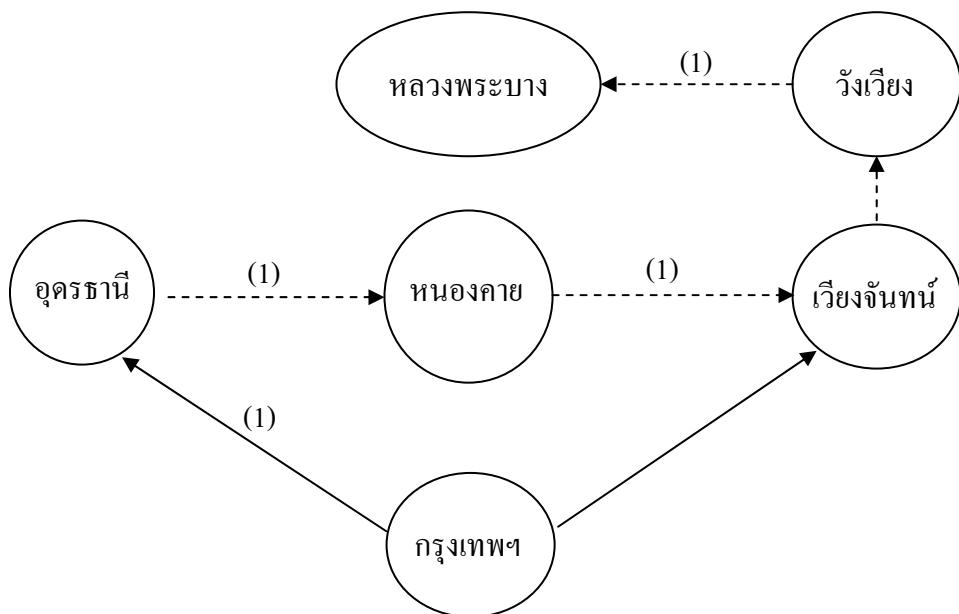
### ตารางที่ 9-7 (ต่อ)

โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเดินทางทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.40
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ (ยกระดับมาตรฐาน สินค้า และบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาของรัฐ เช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.80
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	4.20
รวม	4.48

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในด้านการมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่งดงาม หลากหลาย มีความปลดปล่อยและประชาธิรัฐเป็นมิตร มีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่พัฒนาต่อเนื่อง มีวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ มีสถานบินนานาชาติ 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 ซึ่งจะส่งผลให้อmega แม่สาย เชียงของ และเชียงแสน เป็นประตูเศรษฐกิจและศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญ

(2) เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี



รูปที่ 9-3 เส้นทางการบิน สนามบินจังหวัดอุดรธานี , กรุงเทพฯ – เวียงจันทน์

อุดรธานี เป็นจังหวัดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม และการท่องเที่ยวทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะภาพของการเป็นดินแดนแห่งวัดป่า ประดู่สู่ประเทศไทย ดินแดนอินโดจีน และยังเป็นดินแดนที่มีอารยธรรมเก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีชื่อเสียงอีกด้วย

จังหวัดอุดรธานีมีเนื้อที่ประมาณ ๑๑,๗๓๐ ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น ๑๙ อำเภอ ๒ กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง หนองวัวซอ หนองหาน บ้านผือ บ้านคุ้ง กุมภารี โนนสะอาด เพลญ น้ำโสม คุดจับ ศรีชาตุ วังสามหมู่ ทุ่งฝน สร้างคอม ไชยawan หนองแสง นา雍 พิบูลย์รักษ์ กิ่งอำเภอคู่กัน และกิ่งอำเภอประจักษ์ศิลปาคม

## ອານາເບຕ

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดหนองคาย
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น และกาฬสินธุ์
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสกลนคร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดเลย และหนองบัวลำภู



รูปที่ 9-4 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุตุราชานี ที่มา : [www.tat.or.th](http://www.tat.or.th)

## การเดินทาง

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ ไปตามทางหลวงหมายเลข ๑ (ถนนพหลโยธิน) ถึงสะพานบึงบีบาริเว่น กิโลเมตรที่ ๑๐๗ แยกเข้าทางหลวงหมายเลข ๒ (ถนนมิตรภาพ) ผ่านนครราชสีมา ขอนแก่น ถึง อุตรธานี รวมระยะทางประมาณ ๕๖๔ กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง มีบริการรถโดยสารทั้งรถธรรมด้า และรถปรับอากาศวิ่งระหว่าง กรุงเทพฯ-อุตรธานีทุกวัน รถออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกเฉียงเหนือ ถนนกำแพงเพชร (หม้อชิต ๒) สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่ บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร. ๐ ๒๕๓๖-๒๘๕๒-๖๖ และที่สถานีขนส่งอุตรธานี โทร. ๐ ๕๒๒๒ ๑๕๙๕ [www.transport.co.th](http://www.transport.co.th)

รถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย จัดบริการรถไฟฟ้าวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ-อุตรธานี ทุกวัน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่ หน่วยบริการเดินทาง การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร. ๑๖๔๐, ๐ ๒๒๒๐ ๕๓๓๕, ๐ ๒๒๒๐ ๕๕๕๕ [www.railway.co.th](http://www.railway.co.th)

การบิน ท่าอากาศยานอุตรธานีทางวิ่งกว้าง 45 เมตร ทางขึ้น กว้าง 23 เมตร และลานจอด ปัจจุบันมีพื้นที่ 47,250 ตารางเมตร สามารถจอดเครื่องบินแบบ Airbus ได้ ๓ ลำ เครื่องบินแบบ Boeing 737 ได้ ๒ ลำ และเครื่องบินแบบ ATR ได้ ๒ ลำ มีสายการบินที่ให้บริการ ดังนี้:-

1. สายการบินบริษัทการบินไทย จำกัด โดยมีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ – อุตรธานี และ อุตรธานี – กรุงเทพฯ

2. สายการบินบริษัทภูเก็ต แอร์ไลน์ จำกัด โดยมีเที่ยวบินจาก เชียงใหม่ - อุตรธานี และ อุตรธานี – เชียงใหม่

3. สายการบิน Thai Air Asia แอร์ไลน์ โดยมีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ – อุตรธานี และ อุตรธานี – กรุงเทพฯ

4. สายการบินนกแอร์ โดยมีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ – อุตรธานี และ อุตรธานี – 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 การคาดการณ์จำนวนผู้โดยสารทั้งปีที่มา: ท่าอากาศยานอุดรธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. แหล่งจานวนผู้พื้นเมือง บ้านนาฯ ตำบลลนาฯ อำเภอเมือง
  2. งานมหกรรมโภมพาแสง แคนผ้าหมีขิดจังหวัดอุตรธานี อำเภอเมือง จัดระหว่างวันที่ 1-15 ธันวาคม ของทุกปี
  3. งานมีสการพระพุทธนาคนิเวศน์ อำเภอบ้านผือ จัดบริเวณวัดพระพุทธนาคนิเวศน์ ในวันที่ 13-15 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี
  4. งานฉลองเจ้าปู่ เจ้าย่า อำเภอเมือง จัดทุกๆ วันที่ 5 ธันวาคม ของทุกปี
  5. งานประเพณีออกพรรษาแข่งเรือชิงถ้วยพระราชทาน อำเภอภูมิภาคฯ ช่วงออกพรรษาของทุกปี

6. งานเทศบาล โคมลมลอยฟ้า อำเภอพิบูลย์รักษ์ ในช่วงเดือนพฤษภาคมของทุกปี
7. งานถนนอาหาร สงกรานต์เมืองอุดรธานี อำเภอเมือง จัดในช่วงวันสงกรานต์ของทุกปี บริเวณสวนสาธารณะ หนองประจักษ์ และถนนเทศา
8. งานประเพณีบุญบั้งไฟล้าน บ้านชาตุ อำเภอเพล 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) อุดร - หนองบัวลำภู – เลย
  - จากวัดป่าบ้านตาด – คำพาสิงห์ - วัดถ้ำกลองเพล - อนุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช - ถ้ำเอราวัณ - ภูกระดึงหรือ ภูหลวง - ภูเรือ – แก่งคุดกุ้ย
- 2) อุดร – หาดโขงแก่งโขง
  - จากอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท - วัดป่าภูก้อน - วัดป่าบ้านเพิ่ม - หาดทิมภิร - แก่งคุดกุ้ย - น้ำตกตาดหมอก – น้ำตกธารทอง
- 3) อุดร – หนองคาย
  - จากวัดพระธาตุบังพวน - วัดพระธาตุองค์ตื้อ - เวียงคุก – สะพานมิตรภาพ - ท่าเสด็จ - ศาลากลาง
- 4) อุดร – หนองบัวลำภู – ขอนแก่น
  - วัดถ้ำกลองเพล - อุทยานแห่งชาติภูเก้า - ภูพานคำ - เขื่อนอุบลรัตน์ - วัดพระพุทธบาทภูพานคำ - วัดพระธาตุขามแก่น – น้ำตกธารงาม
- 5) อุดร – สกลนคร
  - บ่อสร้างเหวย - บ้านเชียง – คำชะโนด- วัดป่าอุคสมพร - วัดถ้ำขาม - หนองหาน - วัดพระธาตุเชิงชุม - วัดป่าสุทธาราวาส - พระตำหนักภูพานราชนิเวศ - น้ำตกปรีชาสุขลันต์ – เขื่อนน้ำอูน
- 6) อุดร – กافสินธุ์
  - วัดป่าบ้านตาด - วัดมหาธาตุเชดีกดอนแก้ว - วัดป่าแมว - วนอุทยานภูพระ - เขื่อนลำปาว – สวนสะอ่อน – ไคโนเสาร์สหสันธ์ – บ้านโนนแพรวา

### เส้นทางเชื่อมภูมิภาคและระหว่างเพื่อนบ้าน

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

- 1) เส้นทางสู่อารยธรรม สปป.ลาว - เวียงจันทน์ - หลวงพระบาง - น้ำจืด
- 2) เส้นทางสู่อารยธรรม สปป.ลาว - ไซบูรี - หลวงพระบาง
- 3) เส้นทาง - อุดรานี - เชียงใหม่ - หลวงพระบาง (ผ่านเชียงราย)
- 4) เส้นทาง - อุดรานี - เชียงใหม่ - คุนหมิง

ข. ด้านทิศเหนือ - ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น บ้านเชียงและสะพานมิตรภาพไทย - ลาว หรือ บ้านเชียงและเวียงจันทน์ นูกาหาร สะหวันเขต เวียดนาม หรือ บริคัล ไซย คำม่วน เวียดนาม เป็นต้น

- 1) เส้นทางสู่อารยธรรม สปป.ลาว - บริคัล ไซย - คำม่วน
- 2) เส้นทางเหินฟ้าสู่ยุนนาน จีนตอนใต้
- 3) เส้นทางแรลลี่ - อุดรานี - เลย - พิษณุโลก - ยุนนาน - เชียงของ - ลาว - จีน
- 4) เส้นทาง - อุดรานี - สกลนคร - นครพนม - คำม่วน - เวียดนาม

การท่องเที่ยว เป็นจังหวัดศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี การจัดงานประเพณี ที่สำคัญ แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา เช่น

- แหล่งอารยธรรมบ้านเชียง อำเภอหนองหาน ซึ่งองค์การยูเนสโก ได้ประกาศขึ้นทะเบียน เป็นมรดกโลก พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง หลุมบุดดี้ ที่วัดโพธิ์ครีใน การทำภาชนะดินเผา มีการจัดงานมรดกโลกบ้านเชียงทุกปี

- พระพุทธรากษบันทึก อำเภอบ้านผือ ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธรากษบันทึก อุทิyan ประวัติศาสตร์ ภูพระบาท ซึ่งมีถ้ำ ลานหินที่สวยงาม ร่องรอยภาพเขียนโบราณ ประดิษฐานอยู่
- วนอุทิyanแห่งชาติน้ำตกยุงทอง อำเภอนาယู
- หนองประจักษ์ อำเภอเมือง สถานที่พักผ่อนและออกกำลังกายยามเย็น
- กลวยไม้หอมอุดรชัน ไลน์

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าพันดอน-ปะโภ (ภูฟอยล์) ศูนย์รวมพรรณไม้ น้ำตกฯ อ.หนองแสง

- วัดบ้านตาด อำเภอเมือง
- วัดป่าบ้านค้อ วัดโพธิ์ชัยศรี อำเภอป่าบ้านผือ
- วัดป่าภูก้อน อำเภอนา雍
- งานถนนอาหารสังกรานต์เมืองอุดร
- งานประจำปีทุ่งศรีเมืองอุดรธานีผ้าไหมจิต
- คำชะโนด
- ถ้ำพานิช
- โรงแรม ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และมาตรฐานหลายแห่ง สถานสันทนาการต่างๆ แหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ผ้าไหมจิต ผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ ผลิตภัณฑ์ประดับมุก

**การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ในประเด็นกลยุทธ์ 5 ประเด็นคือ**

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว ครบวงจร
2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ
3. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกันในจังหวัดอีสานเหนือ
4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season
5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้านในกลุ่มอีสานตอนบนและประเทศไทยเพื่อนบ้าน

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

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

	4.3 สำรวจความพึง พอใจนักท่องเที่ยว		✓			
--	---------------------------------------	--	---	--	--	--

ตารางที่ 9-10 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และ สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ท่ากรุปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและ พัฒนาการท่องเที่ยว เชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่ง ดอกไม้และเส้นทาง ดอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวได้รับ <sup>การพัฒนาและ เผยแพร่</sup>	✓				
	1.2 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางดอกไม้งามที่ ได้รับการพัฒนาและ เผยแพร่		✓			
2. การท่องเที่ยวเยี่ยม <sup>ชมเชิงเกษตรและ ประรูปการเกษตร (สวนผลไม้และไร่ กาแฟ)</sup>	2.1 ประชาสัมพันธ์ พื้นที่ที่ได้รับการ ส่งเสริมและเผยแพร่	✓				
	2.2 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางการท่องเที่ยว เชิงเกษตร		✓			
3. เชื่อมโยงเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น	✓				
4. การจัดทำหมู่บ้าน ตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน	4.1 ประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านตัวอย่างใน โครงการ Home Stay / Long Stay	✓				

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

## ตารางที่ 9-10 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ ในแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ	5.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวและ ท้องถิ่น ได้รับการ พัฒนา	✓				
6. การปรับปรุงแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ และเชิง ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการปรับปรุง และเผยแพร่	✓				
7. อนุรักษ์พื้นที่ป่าคำ ชะโนด	7.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น	✓				
	7.2 กิจกรรมนุญชี เพิ่มมากขึ้น	✓				
8. ด้านวัฒนธรรม	8.1 จำประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการพัฒนาและ เอกลักษณ์ไทยยิ่สาน	✓				

**ตารางที่ 9-11 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : สร้างเสริมการท่องเที่ยวเชิง  
ประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด**

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนออภิกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. บ้านเชียงมรดกโลก	1.1 ประชาสัมพันธ์ เป็นมรดกโลกที่มีชื่อ เป็นที่สนใจ	✓				
	1.2 Route ท่องเที่ยว 2-6 มรดกโลกของไทย	✓				
2. บูรณะและพัฒนา โบราณสถาน	2.1 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถาน ได้รับ 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 : สร้างเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี โดยเน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตารางการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์และสร้างเสริมกัน	✓				
2. บัตรเดียวเที่ยวในกลุ่ม จังหวัด/ เวียงจันทน์	2.1 จำนวนบัตรที่สามารถสร้างรายได้	✓				

ตารางที่ 9-13 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง	✓				

## ตารางที่ 9-13 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น	✓				
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประสบการณ์และศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้งแลกเปลี่ยนกับประเทศลาว เวียดนาม จีน	✓				
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงเส้นทางอุตฯ หนองคาย เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง เชียงรุ่ง	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทางพิมพื้นที่ 4.2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 เมืองเพื่อนบ้าน	✓				

จากแผนพัฒนาด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีกำหนดให้ การบริการเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างงาน สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนภายในตัวจังหวัด ในการบริหารจัด การอย่างยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อุดรธานีกลยุทธ์หลักของจังหวัดจึงเป็นการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีนุยล์สร้างขึ้นใหม่ ที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าการท่องเที่ยวและการบริการ ด้านการ

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

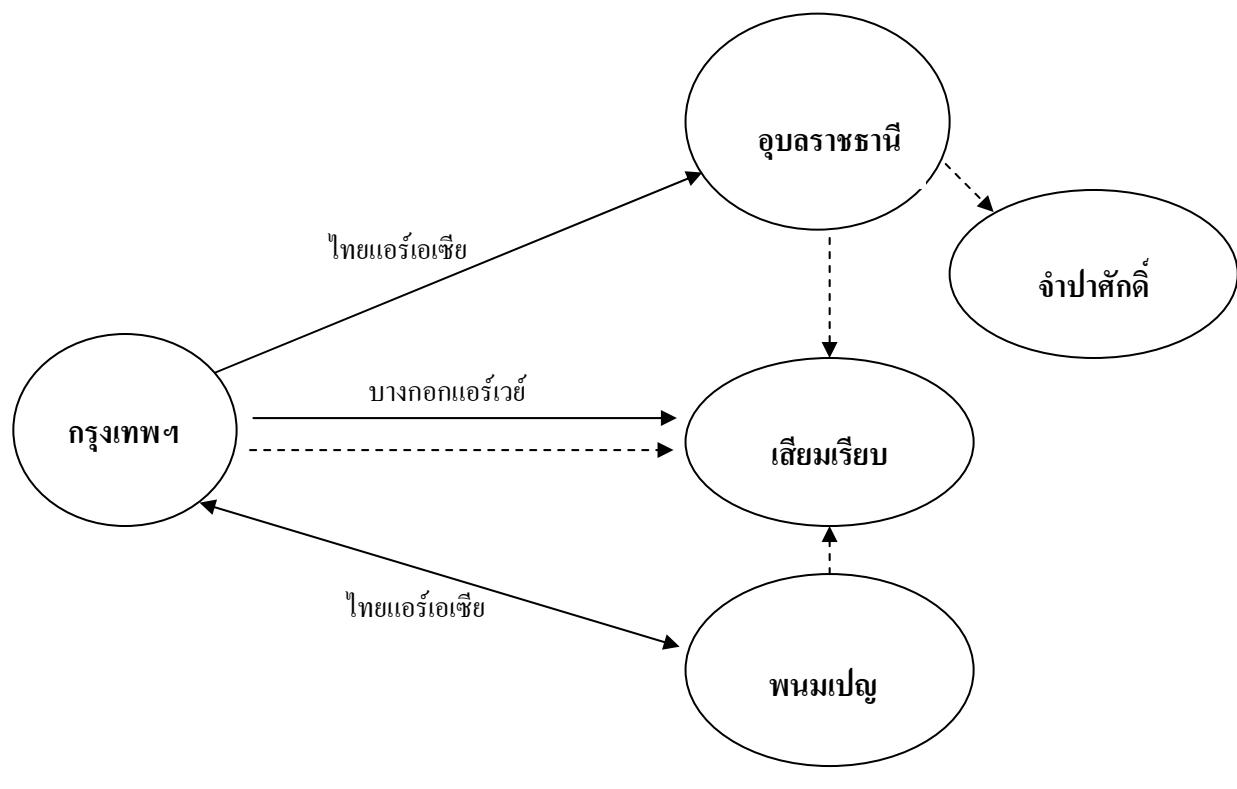
**ตารางที่ 9-14 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุดรธานี การเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว**

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่คงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	4.20
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	3.60
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	3.60
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	3.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	4.40
รวม	<b>3.76</b>
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.00
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ ( ยกระดับมาตรฐาน สินค้า และบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	3.00
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐ เช่น การสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆ ระดับนานาชาติ	4.40
5. การอนุรักษ์ลั่งแวงล้อ คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	3.60
รวม	<b>3.84</b>

จังหวัดอุดรธานีมีศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว Tourism Hub เพราะมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตรสูง มีความพร้อมด้วย

โครงสร้างพื้นฐานมีที่พักและภัตตาคาร และมีสถานบินนานาชาติ และมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ และการขยายตลาดทางการท่องเที่ยวให้กว้างขวางขึ้นจากการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากจังหวัดสู่ประเทศไทยเพื่อนบ้าน ได้แก่ วังเวียง และหลวงพระบาง

**(3) เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี**



- การเดินทางโดยสารบิน  
 - - -> เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ หรัญประเทศ เสี่ยมเรียน  
 กรุงเทพฯ – อุบลราชธานี , กรุงเทพฯ – พนมเปญ , กรุงเทพฯ – เสี่ยมเรียน

**รูปที่ 9-5 เส้นทางการท่องเที่ยวอุบลราชธานี – กัมพูชา เสี่ยมเรียน ลาว จำปาศักดิ์**

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็น จังหวัดชายแดนสำคัญของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นเมืองเก่าที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมานั้นร้อยปี จึงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และศิลปกรรม

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 ติดต่อกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน คือ ประเทศไทยสาธารณรัฐประชาชนลาว และประเทศไทยกัมพูชา ประเทศไทย รวมความยาวประมาณ 428 กิโลเมตร

- ບຸດທີ່ຕິດຕ່ອກກັບ ສາທາລະນະປະຊຸມໄທປະຊາທິປະໄຕປະຊາຊົນລາວ ປະມາມລ 361 ກິໂລມெຕຣ (ໃນເທດຕິດຕ່ອຮ່ວງອໍາເກອເບນຮາຈູ ອໍາເກອນ້າຢືນ ກັບ ແບວງສະຫວັນນະເບຕ ແບວງສາລະວັນ ແລະ ແບວງຈຳປ່າສັກຄົງ)

- จุดที่ติดต่อกับกับประเทศไทยกัมพูชาประชาธิปไตย ระยะทางประมาณ 67 กิโลเมตร (ระหว่างอำเภอ นำ้ยืน กับ จังหวัดเข้าพระวิหาร ประเทศไทยกัมพูชาประชาธิปไตย)

จังหวัดอุบลราชธานี มีอำเภอทั้งสิ้น 20 อำเภอ กับอีก 5 อำเภอ ประกอบด้วย



รูปที่ 9-6 อาณาเขตจังหวัดคอบราชาานี ที่มา : [www.moi.go.th](http://www.moi.go.th)

## การเดินทาง ประจำเดือน ๓ เดือนทางหลัก ดังนี้

1. ทางรถยนต์ จะมีรถโดยสารปรับอากาศหลายบริษัท วิ่งระหว่าง {อุบลราชธานี-กรุงเทพฯ} {อุบลราชธานี-เชียงใหม่} { อุบลราชธานี-อุตรธานี} { อุบลราชธานี-สกลนคร} ซึ่งรถจะออกวิ่งวันละหลายๆ เที่ยว จากบริษัทขนส่ง จำกัด บริษัท นครชัยแอร์ บริษัทสหมิตรทัวร์ ฯลฯ และนอกจากนี้ ในจังหวัดอุบลราชธานี ยังจะมีบริษัทเอกชนที่ให้บริการรถทัวร์อีกหลายบริษัท อธิเช่น ศักดาการท่องเที่ยว, สรชัยทัวร์ ฯลฯ

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

3. ทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี มีสนามบินพัฒนาชาติ โดยมีบริษัทการบินไทย จำกัด สายการบินไทยแอร์เอเชีย เป็นผู้ใช้สนามบิน โดยได้จัดเที่ยวบินเพื่อ บริการ รับ-ส่ง ผู้โดยสาร วันละ 2 เที่ยว เช้ากับเย็น

### ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่บริเวณที่เรียกว่า แอ่งโกราช (Korat Basin) โดยสูงจากระดับน้ำทะเลเฉลี่ยประมาณ 68 เมตร (227 ฟุต) ลักษณะโดยทั่วไปเป็นที่สูง ๆ ต่ำ ๆ จัดเป็นที่รับสูง ลาดเอียงไปทางตะวันออกมีแม่น้ำมูลที่อำเภอเมืองอุบลราชธานี ซึ่งแม่น้ำมูลไหลผ่านกลางจังหวัดจากทิศตะวันตก มาสัมภพทิศตะวันออก แล้วไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่อำเภอโขงเจียม และมีลำน้ำใหญ่ ๆ อีกหลายสายได้แก่ ลำเซบก ลำโดมใหญ่ ลำโดมน้อย และมีภูเขาสลับซับซ้อนหลายแห่งทางบริเวณชายแดนตอนใต้ ที่สำคัญคือ เทือกเขานครทัด และเทือกเขานมคงรัก ซึ่งกันอามาเขตระหว่างจังหวัดอุบลราชธานี กับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐกัมพูชา ประชาธิปไตย

ลักษณะภูมิสัมฐานของจังหวัดอุบลราชธานี แบ่งออกโดยสังเขป ดังนี้

### ภูเขา/เทือกเขาที่สำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่

1. ทิวเขาพนมคงรัก หรือทิวเขาพนมคงเร็ก ซึ่งแปลว่า ภูเขาไม้คาน ประกอบด้วย หลายนอดเขาในส่วนของพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี จะเป็นส่วนของทิวเขาที่สูงที่สุด เช่น ยอดภูต่าง ต่อเนื่องกับเขตอำนาจบุณฑริกเป็นจุดที่สูงสุดประมาณ 784 เมตร รองลงมาคือยอดเขาภูโคมใหญ่ สูงประมาณ 753 เมตร อยู่ในเขตภูเขาพันธุ์สัตว์ป่าขยายอุดโดม ลักษณะของทิวเขากลางท้องดอยวันจด ปากแม่น้ำมูล

2. ทิวเขาภูพานตะวันออก อยู่บริเวณทิวเขาทางตอนเหนือของจังหวัด เป็นบริเวณตอนปลายของทิวเขาภูพาน มีลักษณะที่ไม่ต่อเนื่องจึงเป็นภูเขาที่เชื่อมต่อกันเนินเขาและที่สูงล้านหิน โผล่สลับ

กับพื้นที่รับที่ดอน ภูเขาและยอดเขาที่สำคัญได้แก่ ภูพานам ภูโหล่น ภูพานาว ภูสะนุย ภูคงนาทาม ภูพานั่น ภูโลง และภูจันทร์แดง

3. ภูจ่องนายอย เป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาพนมดงรัก มีลักษณะสัมฐานคล้ายโคลน หรือฝาชีซึ่งเป็นสัมฐานของภูเขาไฟ ทั้ง ๆ ที่เป็นภูเขาหินชุด โคราช ทำให้เกิดกระบวนการไฟลุกของลักษณะแตกกระจายเป็นลักษณะรัศมี ปัจจุบันเป็นอุทยานแห่งชาติภูจ่องนายอย ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ

4. ภูเขาไฟน้ำยืน มีลักษณะเป็นเนินเขาชารลาวา (Lava Flow) เป็นพื้นที่บริเวณเดียวของจังหวัดที่เป็นเนินภูเขาไฟ มียอดเนินเขาสูงประมาณ 258 เมตร ปัจจุบันเป็นเขตสิกรรรมพืชไว้ พืชส่วน ไม่ผล ซึ่งมีอยู่ 2 แหล่งที่สำคัญ คือ เขตอำเภอคำน้ำยืน และเขตกงอำเภอคำน้ำชุ่น อำเภอทุ่งศรีอุดม เขตroyต่ออำเภอเดชอุดม

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

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

ทางรถยนต์ สามารถใช้เส้นทางติดต่อภัยในจังหวัดและบริเวณจังหวัดใกล้เคียงตลอดจนถึงกรุงเทพฯ ระยะทาง เชียงใหม่ ได้อよงสะดวกสบายน โดยรถยนต์ของบริษัทขนส่งจังหวัด และรถยนต์ปรับอากาศของบริษัทเอกชนอีกหลายบริษัท

### การค้าชายแดน

จังหวัดอุบลราชธานี มีพื้นที่ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาชนจีปีติยประเทศลาวและราชอาณาจักรกัมพูชา ซึ่งมีข้อมูลการค้าเนินงานจุดผ่านแดน ดังนี้

#### ก. การเปิดจุดผ่านแดนด้าน สปป.ลาว

##### 1. จุดผ่านแดนถาวร จำนวน 2 แห่ง คือ

- จุดผ่านแดนช่องเม็ก อำเภอสตินธ์ (ตรงข้ามกับวังเต่า) เมืองโพนทอง  
แขวงจำปาสก็ด

- จุดผ่านแดนปากแขง กิ่งอำเภอตาล อำเภอเขมราฐ (ตรงข้ามกับปาก

ตะพาน เมืองละคอนเพ็ง แขวงສາລະວັນ

##### 2. จุดผ่อนปรนการค้าชายแดน จำนวน 4 แห่ง คือ

- บ้านค่านเก่า อำเภอโภงเจียม (ตรงข้ามบ้านใหม่สีสันพัน เมืองชະนะ สมบูรณ์ แขวงจำปาศักดิ์)

- ช่องตาอู อำเภอบุณฑริก (ตรงข้ามบ้านหีียง เมืองกุสูมา แขวงจำปาศักดิ์)

- บ้านสองค่อน อำเภอโพธิ์ไทร (ตรงข้ามกับบ้านหนองแสง เมืองละคอนเพ็ง แขวงสาละวัน)

- บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอเมืองราษฎร์ (ตรงข้ามกับเมืองละคอนเพ็ง แขวงสาละวัน)

#### ๖. จุดผ่านแดนด้านราชอาณาจักรกัมพูชา

มีเพียงจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน ช่องอานม้า อำเภอนำยืน (ตรงข้ามกับบ้านสะเดียงกลาง อำเภอเมืองกระisan จังหวัดพระวิหาร)

#### การท่องเที่ยวอุบลราชธานี

อุบลราชธานีเป็นจังหวัดใหญ่ชัยแคนที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นเมืองเก่าที่เจริญมานับร้อยปี เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน และมีประเพณีทางพุทธศาสนาที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนอุบลราชธานีเสมอ ดังนี้

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

หาดวัดใต้ เป็นเกาะหาดทราย ตั้งอยู่กลางลำน้ำมูล ใกล้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี ในฤดูแล้งจะมีหาดทรายขาวเนียนน้ำใสสะอาดบนเกาะจะมีต้นไม้เขียวชอุ่นให้ความร่มเย็น นอกจากนั้นยังมีแพไม้ไผ่ให้บริการด้านอาหารชาวอุบลราชธานี และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนที่นี่จะนิยมมาลิ้มน้ำในตอนเย็นจะมองเห็นพระอาทิตย์คลื่อนลงสู่แม่น้ำดูสวยงามมาก

ศาลหลักเมืองอุบลราชธานี ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของทุ่งศรีเมือง และอยู่ด้านทิศเหนือของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ถนนศรีเมือง

วัดทุ่งศรีเมือง ตั้งอยู่ถนนหลวง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองอุบลราชธานี สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 มีหอพระพุทธบาทเป็นอุโบสถที่ประดิษฐ์ไว้สำหรับสังฆกรรม มีลักษณะของศิลปะแบบรัตนโกสินทร์ตอนต้น และศิลปะเวียงจันทร์ผสมอยู่ ภายในมีจิตรกรรมฝาผนังทุกด้าน และภายในวัดยังมีหอพระไตรปิฎกเป็นหอที่สร้างด้วยไม้ตั้งอยู่กลางสาระน้ำ เป็นที่เก็บรักษาพระไตรปิฎก มีลักษณะเป็นศิลปะสมร่วงกับไทย พม่า และลาว

ทุ่งศรีเมือง เป็นลักษณะคล้ายสนามหลวง เป็นสถานที่พักผ่อนและออกกำลังกายและที่สำคัญมีอนุสาวรีย์พระประทุมวรราชสุริวงศ์ (ท้ายคำผง) ซึ่งเป็นผู้สร้างเมืองอุบลราชธานี

วัดศรีอุบลรัตนาราม (วัดศรีทอง) ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี ถนนอุปราช สร้างเมื่อปี gele พ.ศ. 2398 สร้างในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองคือ "พระแก้วบุษราคัม" เป็นพระพุทธปฏิมากรปรางมาร วิชัยสมัยเชียงแสนแกะสลักจากแก้วบุษราคัม

วัดหนองบัว ตั้งอยู่ถนนธรมวิถี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ห่างจากศาลากลางจังหวัด ไปทางด้านทิศเหนือประมาณ 3 กิโลเมตร สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2498 ภายในวัดมีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจคือพระธาตุเจดีย์ศรีมห้าโพธิ์ จำลองแบบมาจากเจดีย์ที่พุทธคยาประเทศอินเดียเป็นสถานที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุรอบองค์พระธาตุเป็นกำแพงแก้ว

วัดแจ้ง ตั้งอยู่บ้านถนนสุรพสิทธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ภายในวัดมีพระอุโบสถ มีรูปทรงสวยงาม และมีงานจำหลักไม้ที่มีฝีมือแบบพื้นบ้าน โดยแท้ อุโบสถวัดแจ้งเป็นโบราณสถานที่มีคุณค่าแห่งหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี โดยได้รับเกียรติบัตรในงานนิทรรศการ "สถาปัตย 30" จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วัดมหาวนาราม ตั้งอยู่บ้านถนนสุรพสิทธิ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี หรือที่ชาวบ้านทั่วไปเรียกว่า "วัดป่าใหญ่" เป็นวัดเก่าแก่และถือว่าเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดอุบลราชธานี ปูชนีย์วัตถุที่สำคัญของวัดนี้คือ พระเจ้าใหญ่อินแปลงเป็นพระพุทธรูปปรางมารวิชัย

วัดสุปัญญารามวรวิหาร ถนนสุมเด็จ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นวัดธรรมยุติ วัดแรกของจังหวัดอุบลราชธานี สร้างในสมัยรัชกาลที่ 4

วัดบ้านนาเมือง ติดกับถนนบินอุบลราชธานี มีพระอุโบสถสร้างเป็นรูปเรือหงส์และใช้เชรามิกในการตกแต่งอุโบสถ

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ตั้งอยู่บ้านถนนเขื่อนธานีตัดกับถนนอุปราชอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นที่ทำการศาลากลางจังหวัด ซึ่งนับได้ว่าเป็นพิพิธภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบแห่งหนึ่งเปิดทำการตั้งแต่เวลา 09.00 - 16.00 น.

พิพิธภัณฑ์เบิดบ้านก้านเหลือง ตั้งอยู่บ้านก้านเหลือง ตำบลขามใหญ่ อ.เมืองอุบลราชธานี จ.อุบลราชธานี ห่างจากตัวจังหวัดไปทางทิศเหนือประมาณ 5 กิโลเมตร แหล่งโบราณคดีแห่งนี้ขุดพบเมื่อปี 2535 โดยหน่วยศิลปปารถที่ 6 อ.พิมาย จ.นครราชสีมา และจัดให้เป็นพิพิธภัณฑ์เบิดเพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าเยี่ยมชมศึกษาหาความรู้

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

186 ไร่เศษ ในอดีตนี้เคยเป็นวัดร้างและเป็นป่าช้ามาก่อนจนปี พ.ศ. 2497 หลวงปู่ชา (พระพิธิญาณเถร) ได้นุกเบิกปรับปรุงให้เป็นที่ปฏิบัติธรรมและได้จัดตั้งขึ้นเป็นสำนักสงฆ์ และเป็นวัดในเวลาต่อมา ภายในบริเวณวัดเจียง ร่มรื่น สวยงามเหมาะสมแก่การนั่งวิปัสสนา กัมมัฏฐานและบำเพ็ญคานกิจ

แก่งสะพือ เป็นแก่งที่อยู่ในแม่น้ำมูล ในเขตอําเภอพิบูลมังสาหาร ห่างจากตัวจังหวัดอุบลราชธานี 45 กิโลเมตร เป็นแก่งที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี จะมีหินน้อยใหญ่สลับซับซ้อนกระแสงน้ำ ไหลผ่านกระทบพิน แล้วเกิดเป็นฟองขาว มีเสียงดังตลอดเวลา ช่วงเดือนมกราคม - พฤษภาคม จะมีผู้นิยมไปเที่ยวกันมาก เพราะว่ามีน้ำจะลดทำให้เห็นแก่งได้ชัดเจนและสวยงาม ในช่วงส่ง耕耘ต์เทศบาลตำบลพิบูลมังสาหาร ก็ได้กำหนดจัดงานประเพลิงส่ง耕耘ต์ที่แก่งสะพือ ซึ่งในงานนี้จะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจำนวนมากเป็นจำนวนมาก

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

เขื่อนสิรินธร เป็นเขื่อนอ่อนกประสงค์อิฐแห่งหนึ่งของภาคอีสาน เขื่อนนี้จะสร้างกัน ลำโดมน้อยในเขตอําเภอสิรินธร ชาวบ้านทั่วไปมักเรียกว่า "เขื่อนโดมน้อย" อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 74 กิโลเมตร สร้างเสร็จในปี พ.ศ. 2514 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามว่า "เขื่อนสิรินธร" อำนวยประโยชน์ด้านชลประทาน การประปา การคมนาคมทางน้ำและการผลิตกระแสไฟฟ้า แล้วยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัด ภายในบริเวณเขื่อน ได้มีการจัดสร้างที่พักธุรกิจไม้นานาชาติ สำหรับให้เที่ยวชมเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

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

น้ำตกตาดโตน อยู่ในท้องที่ตำบลคำเขื่อนแก้ว อําเภอสิรินธร เป็นน้ำตกขนาดเล็ก เกิดจากลำห้วยหนองชาด ซึ่งเป็นชาน้ำสาขาลำโดมน้อย อยู่ห่างจากถนนใหญ่ในเส้นทางสิรินธร-โขงเจียมเพียง 500 เมตร เป็นน้ำตกที่สวยงามสามารถลงเล่นน้ำได้บริเวณโดยรอบเป็นป่าไม้คุ้งที่น่าเที่ยวชม จะเป็นแหล่งกูฟัน และกูหานา

ผาแต้ม ตั้งอยู่บริเวณอุทยานแห่งชาติพาแต้ม อําเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 95 กิโลเมตร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาภูพานนับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

ที่น่าสนใจมีลักษณะเด่นที่ภาพเขียนสี ภูมิประเทศโดยรอบสวยงามด้านตรงข้ามเป็นประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะมองเห็นดวงอาทิตย์ขึ้นก่อนที่แห่งใดในประเทศไทยในบริเวณดังกล่าวด้วย

แม่น้ำสองสี ที่อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี เป็นบริเวณที่แม่น้ำมูลไหลมาบรรจบกับแม่น้ำโขง ทำให้เกิดสีแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน คือแม่น้ำโขงมีสีน้ำตาลอ่อน (สีชา) ส่วนแม่น้ำมูลมีสีชาแกรนีชี่ว่า นิยมพูดกันติดปากว่า "โขงสีปูน มูลสีคราม" จุดที่สามารถมองเห็นแม่น้ำสองสีได้อย่างชัดเจนคือบริเวณลادคริม ฝั่งแม่น้ำมูล แม่น้ำโขงหน้าวัดโขงเจียม และบริเวณบางส่วนของบ้านห้วยมากใต้ ในเดือนเมษายน จะเป็นเดือนที่เห็นสีน้ำได้ชัดเจนที่สุดและบริเวณใกล้เคียงมีบริการเรือพาล่องชมทัศนียภาพสองฝั่งแม่น้ำ หรือซื้อของที่ระลึกที่ตลาดหมู่บ้านในฝั่งประเทศไทยสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวอีกด้วย

เขื่อนปากมูล ตั้งอยู่บริเวณบ้านหัวเห่่า ตำบลโขงเจียม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 70 กิโลเมตร เป็นเขื่อนที่มีลักษณะคล้ายฝายน้ำล้น ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ในการผลิตกระแสไฟฟ้า และใช้ประโยชน์ในด้านชลประทาน สันเขื่อนยังเป็นเส้นทางลัดจากอำเภอโขงเจียม ไปอำเภอสิรินธร โดยไม่ต้องขึ้นไปอำเภอพิบูลมังสาหาร

อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อยู่ในท้องที่ตำบลโขงเจียม อำเภอโขงเจียม และตำบลคำเขื่อน แก้ว อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี เดิมชื่อว่าอุทยานแห่งชาติหินกอง ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2524 มีเนื้อที่ประมาณ 50,000 ไร่ แก่งตะนะจะมีสายน้ำเชี่ยวและลีกทึ่งยังมีคำให้น้ำหลายแห่ง จึงทำให้ป่าบริเวณแก่งตะนะชุกชุม

### งานประเพณีและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

การกินดอง หมายถึง งานพิธีกรรมคลสมรส มีความแตกต่างกับที่อื่นอยู่บ้างในส่วนปลีกย่อยโดยมักจะเรียกพิธีแต่งงานว่า "การกินดอง" ซึ่งหมายความในลักษณะผูกพันเกี่ยวกองฝ่ายหญิงฝ่ายชายจะเป็นกองซึ่งกันและกันเรียกว่า "พ่อดอง แม่ดอง"

การทำบุญน้ำปี้ ประเพณีทำบุญน้ำปี้ คือบุญเดือนแหก ทำขึ้นบูชาอารักษ์มเหศักดิ์หลักเมืองถือเป็นประเพณีของที่ได้ทำมาตั้งแต่บรรพกาล คำว่า "บี้ปี้" หมายถึงระบบอกรไม้ปี้ที่นำมารบรรจุในประถว์สมกับถ่านไฟบดให้ละเอบดแล้วอัดลงในกระบอกไม้ปี้ บี้ปี้ไฟมี 3 ขนาด คือ บี้ปี้ไฟน้อย บี้ปี้ไฟมีน บี้ปี้ไฟแสตน การแห่น้ำปี้ไฟมักจะจัดเป็นขบวนพื้นรำ หรือเชิ่งซึ่งมีลีลาทึ่งดงามอ่อนช้อยตามประเพณีของหมู่บ้านนั้น ๆ

การทำบุญข้าวประดับดิน การทำบุญข้าวประดับดินนิยมทำกันในวันแรม 13-14 ค่ำ เดือนเก้า โดยการห่ออาหาร หรือของขบเคี้ยวเป็นห่อไปถวายทานบ้าง นำไปห้อยตามต้นไม้บ้าง ด้วยเหตุนี้จึงเรียกข้าวประดับดิน

การทำบุญข้าวสาร นิยมทำกันในวันขึ้นสิบค่ำ เดือนสิบ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “งานบุญเดือนสิบ” ข้าวสารนั้นมาจากคำว่า “สาราก” เพราะบางเวลาถวายพระสงฆ์ไม่เจาะจงว่าถวายรูปใด จึงจัดทำเป็นสารากชื่อเจ้าภาพจับได้ของใครก็นำไปถวายตามนั้น

การทำบุญอุกพรรษา ชาวพุทธนิยมทำอันดับแรกคือ การถวายปราสาทผึ้ง โดยใช้ไม้ไผ่จักตอกสถานเป็นปราสาท ล้อมและมุงด้วยกาบกลวย เอาผึ้งไปต้มให้เปื่อยแล้วจุ่มเป็นดอกแล้วนำไปถีบประดับหลังคaproสาท ข้างในมี ขนม นมเนย ข้าวต้ม กลวย อ้อย เสื่อ หมอน ฝ้ายและอื่น ๆ เวลาประมาณทุ่มเศษ ๆ จะแห่ไปทอดเพื่อถวายพระ

ไหลเรือไฟ เป็นประเพณีที่นิยมทำกันในวันออกพรรษา คือการปล่อยเรือไฟ ชาวอุบลฯ เรียกว่า “ไหลเรือไฟ” คือการนำเอาท่ออนกลวย หรือท่อนไม้มาทำเป็นรูปเรือ เวลาประมาณทุ่มเศษ ก็จะนำมานาจุดไฟ โดยใช้ปีกไหหรือนำมันย่างแล้วปะล่อยเรือให้ไหลไปตามน้ำจะมีการตีมื้องติกลองตามวัดต่างๆ พระสงฆ์ จะจัดทำเรือไฟขึ้นในวัดตรงหน้าโนบสต์ ตอนกลางคืนจะนำดอกไม้ขูปเทียนมาจุดบูชา เป็นพุทธบูชา

ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นประเพณีทางพุทธศาสนาของชาวจังหวัดอุบลราชธานี โดยกำหนดให้จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 และเรม 1 ค่ำ เดือน 8 ของทุกปี มีการประกวดต้นเทียน ลำหรับต้นเทียนที่ส่งเข้าประกวดมี 2 ประเภท คือ ประเภทติดพิมพ์ และประเภทแกะสลัก จะมีขบวนแห่หันวิจิตรตระการตา แล้วยังมีนางฟ้าประจำต้นเทียนจากคุ้มวัดต่าง ๆ อีกด้วย การจัดงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา ได้รับการสนับสนุนและการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้เป็นงานระดับประเทศ ซึ่งก็ได้รับความนิยมจากทั่วชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเที่ยวชมงานกันเป็นจำนวนมากทุกปี

### โรงแรม/ที่พัก/ระยะเวลาพำนัก

จังหวัดอุบลราชธานี มีโรงแรมชั้นหนึ่งหลายแห่งด้วยกัน เช่น โรงแรมเนวาค่า แกรนด์ โรงแรมเนวาค่า อินท์ โรงแรมลัยทอง โรงแรมทองแสง โรงแรมอุบลบุรี รีสอร์ท โรงแรมศรีกมล โรงแรมกรุงทอง โรงแรมปทุมรัตน์ โรงแรมอนทนา โรงแรมราชธานี โรงแรมรีเจนท์ และนอกจากนี้ยังมี ทาวเน็กซ์ และเซฟเน็กซ์ อีกมากมาย

- จำนวนโรงแรม 34 แห่ง ห้องพัก 1,850 ห้อง

- ระยะเวลาพำนัก 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 และปัจมิกรรม เช่น วัดมหาวนาราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอไตรวัดทุ่งครีเมือง พระธาตุหนองบัว วัดครีอุบลรัตนาราม ฯลฯ

ประเภทร่องรอยอารยธรรมโบราณ เช่น ภาพเขียนสักก่อนประวัติศาสตร์พาเด็ม พฤษภาคม

ประเภทธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติภูของนายอย ภูสมุย น้ำตกสระอโย划รรค แก่งสะพือ แก่งตะนະ ป่าดงนาทาม

ประเภทหมู่บ้านศิลปวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านหัตถกรรมเครื่องทองเหลืองบ้านปะขาว ศูนย์ศิลปะชีพบ้านยางน้อย

ประเภทแม่น้ำ ได้แก่ แม่น้ำมูล แม่น้ำชี และแม่น้ำโขง

ประเภทการท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่ประเภทเพื่อนบ้านในภูมิภาคอินโดจีน ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา

### สินค้าหัตถกรรมที่น่าสนใจ

ผ้ากานบัวเป็นสินค้าหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองอุบลราชธานี เนื่องจากมีลวดลายสวยงามและเฉพาะตัว ถึงกับ ได้ได้รับคำชมจากพระบาทสมเด็จพระปูชนียอดมกเจ้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ดังนั้น เพื่อมิให้ผ้าเมืองอุบลราชธานี ถูกลิ่มเลื่อน ไปตามกาลเวลา จังหวัดจึงได้มีคณะกรรมการพิจารณาลายผ้าพื้นเมืองในอดีตที่สวยงามจนได้ลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ที่ชื่อว่า "ผ้ากานบัว" ผ้ากานบัว เป็นชื่อผ้าในวรรณกรรมโบราณอีสาน อาจทอด้วยฝ้ายหรือผ้าไหม ประกอบด้วย เส้นยืดย่องอย่างน้อยสองสี เป็นริ้วตามลักษณะ "ชันทิว" สีของผ้ากานบัวหรือลิบบัวจะ ໄล่อ่อนแก่จาก ขาว ชมพู เทา เสียว น้ำตาล นอกจากนี้ยังทอพุงด้วยไหมสีสันมันไม (ไหมปั่นเกลียวหางกระรอก) มัดหมี่และขิด แหล่งทอผ้ากานบัว ได้แก่ ศูนย์ศิลปะชีพสมพรรัตน์ อำเภอบุณฑริก อำเภอสำโรง อำเภอทุ่งศรีอุดม และกิ่งอำเภอ นาเยีย

ผ้าไหมและผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติแหล่งทอ ได้แก่ อำเภอเขื่องใน อำเภอตระการพีชผล อำเภอโพธิ์ไทร อำเภอเมืองราชบุรี อำเภอเดชอุดม อำเภอคุคุข้าวปุ้น อำเภอโขงเจียม และกิ่งอำเภอตาด

เครื่องทองเหลืองเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่สืบทอดกันมาจากการพชรบ้านปะขาว อำเภอเมืองอุบลราชธานี เป็นหมู่บ้านที่ใช้วิชาหลอมโลหะสร้างผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม วิจิตรบรรจง จนเป็นที่

ยอมรับและรู้จักกันอย่างกว้างขวางของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ได้แก่ ผอบ เต้าปูน ตะบันหมาก ขัน หัวไม้เท้า กระดิ่ง ฯลฯ

**การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ในประเด็นกลยุทธ์ 5 ประเด็นคือ**

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายแบบ

3. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดอีสานได้

4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้านในบริเวณลาวให้และเข้มรุนแรง

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

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	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	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
3. ส่งเสริมกิจกรรม ด้านการตลาด - ผลักดันจังหวัดให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป้าหมายของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่ 4 ประเทศ	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	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่งดอกไม้และเส้นทางดอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเผยแพร่		✓			
	1.2 ประชาสัมพันธ์เส้นทางดอกไม้งามที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่		✓			
2. การท่องเที่ยวเยี่ยมชมเชิงเกษตรและปรับรูปการเกษตร (สวนผลไม้และไร่กาแฟ)	2.1 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่		✓			
	2.2 ประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร		✓			
3. เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงชุมชนชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น		✓			

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		✓				

ตารางที่ 9-16 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ ในแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ	5.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวและ ท่องถิ่น ได้รับการ พัฒนา	✓				
6. การปรับปรุงแหล่ง ท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติ เชิง อนุรักษ์ และเชิง ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับการปรับปรุง และเผยแพร่	✓				
7. เชื่อมโยงแก่กับ การท่องเที่ยวเชื่อม สิรินธร	7.1 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น	✓				
	7.2 สร้างความพอใจ ให้เพิ่มมากขึ้น	✓				

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

ตารางที่ 9-17 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : สร้างเสริมการท่องเที่ยวเชิง  
ประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
1. เข้าพระวิหาร วัดพู มรดกโลกสร้างกำแพง	1.1ประชาสัมพันธ์ ปราสาทขอมที่มีชื่อ เป็นที่สนใจ	✓				
2. บูรณะและพัฒนา <sup>1</sup> โบราณสถานจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถานได้รับ <sup>2</sup> การบูรณะ	✓				
3. พัฒนาเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงในจังหวัด (Historical and Legendary Route)	3.1 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางที่ได้รับการ พัฒนา	✓				
	3.2 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถานเพิ่มขึ้น	✓				

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

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

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยว จังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตาราง การท่องเที่ยวของ จังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์ และส่งเสริมกัน	✓				
2. บัตรเดียวเที่ยวใน กลุ่ม จังหวัด/จำปาศักดิ์	2.1 สร้างบัตรสร้าง รายได้	✓				

ตารางที่ 9-19 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการ  
ท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย

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

ตารางที่ 9-19 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
3. การเชื่อมโยงและเปลี่ยนแปลงศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านลาว ได้และเข้มรุ้ง	3.1 มีการจัดงานและเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้ง และเปลี่ยนกับประเทศลาว เวียดนาม กัมพูชา	✓				
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุบล จำปาศักดิ์ พระวิหาร อัลล่องวง	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทางเพิ่มขึ้น	✓				
	4.2 สร้างกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เมื่องคุ้มครอง	✓				

ตารางที่ 9-20 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและประตูสู่ลาวได้

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.40
2. มีความปลอดภัยและประชาชานเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	4.40
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศไทย	4.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สถานบินนานาชาติ	4.00
รวม	<b>4.00</b>

ตารางที่ 9-20 (ต่อ)

โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.00
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ( ยกระดับมาตรฐานสินค้า และบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาของรัฐ เช่น การสร้างที่พัก ภัตตาคาร ที่เที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.40
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	4.00
รวม	<b>4.28</b>

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูง มีโครงสร้างพื้นฐานที่พัฒนาอย่างดี ที่มีความพร้อมสูง มีสถานบินที่พร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางทางการบินในแถบอีสานได้ และเชื่อมโยงด้านอินเตอร์เน็ต โอกาสลงทุนในด้านท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงเป็นประตูสู่ลาวได้ อันได้แก่ มงคลโลกวัดพุ น้ำตกคอนพะเพ็ง ที่มีรายได้ตลอดปี หากทราบธรรมชาติ

ที่ค่อนโภ อาภาคเย็นสบายที่ปักช่อง ทรัพยกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อนบ้านเหล่านี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกาและโอเชียเนียที่ต้องการการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติป่าเขาพักผ่อนกับธรรมชาติช้ายหาด

อุบลราชธานี ศูนย์กลางการค้า การท่องเที่ยว การสื่อสาร การคมนาคมในแถบอินโดจีน รัฐ  
ให้ความสำคัญกับการสัมพันธ์ไม่ตระหนั่ง สปป.ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีนตอนใต้ ได้กำหนด  
กลยุทธ์ของการพัฒนาคมนาคมทางบกและทางอากาศ เชื่อมโยงสนามบินนานาชาติอุบลราชธานีสู่  
ความเป็น หับ สายการบินลาว บินตรงจากหลวงพระบาง เวียงจันทน์ จำปาศักดิ์ เสียมราฐสู่พนมเปญ  
การเปลี่ยนแปลงเส้นทางบินระหว่างหลวงพระบางเวียงจันทน์ อุบลราชธานี เสียมราฐ พนมเปญและ  
โชจินห์ เป็นปัจจัยหนึ่งของการพัฒนาการค้า การท่องเที่ยว การสื่อสาร เส้นทางสายหลักของ 4  
ประเทศเส้นตรงเศรษฐกิจ ที่ได้รับการเปิดประตูสัมพันธภาพในภูมิภาคให้มีความเจริญเติบโต  
ทัดเทียมกัน ประดุจหนึ่งภาคพื้นยุโรปดินแดนติดเชิดกัน พฤกาศรีวัฒห่วงภาครัฐและเอกชน ทุก  
สันติวิมัชชุ ไมตรี จับคู่เมือง เมืองคู่ค้า ไทย สปป.ลาว กัมพูชา เวียดนาม การลงนามทวิภาคีมีอย่าง  
ต่อเนื่องใน 1 ทศวรรษที่ผ่านมา การเติบโตทางสังคมและเศรษฐกิจ สปป.ลาว ให้การต้อนรับ ปลอด  
วีซ่า ใช้ Border Pass ในการผ่านแดนเข้าประเทศ

ธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย (เอคีบี) พัฒนาศักยภาพการพัฒนา สปป.ลาวในด้านการคมนาคมจากเหนือจุดตั้งราก 680 กิโลเมตร เส้นทางรถไฟจึงเป็นปัจจัยหลักของการขนส่งมวลชนภายในประเทศ และสายการบินในประเทศและประเทศในแถบอาเซีย ทวีภาคีลงนามระหว่างเวียดนาม สปป.ลาว กัมพูชา และไทยที่ว่าด้วย กฎระเบียบการขนส่งทางบกผ่านแดนที่มีพื้นดินติดกัน สินค้าจากท่าเรือนำลักษณะอาหารทะเล สินค้าอุปโภคบริโภคจากญี่ปุ่น จีน อ่องกง ได้หันสามารถเดินทางขนส่งผ่านด้านน้ำ คอนคูม อัตตะปีอ จำปาศักดิ์ และช่องเม็ก ระยะเพียง 290 กม. เท่านั้น เดินทางไม่ถึงครึ่งวัน

ອຸນລາຮັນນີ້ສູນຍົກລາງການຄ້າ ການທ່ອງເທິວ ການສື່ສາຮແລະຄົນນາຄມໃນກຸນິກາກແບນອິນ ໂດຈິນ  
ອາຫາຣທະເລວີຍດນາມເດີນທາງເຂົ້າສູ່ ສປປ.ລາວແລະ ຖະໄຍທໃນດ່ານຂ່ອງເມັກ ອາຫາຣທະສົດໆ ຈາກທະເລຈິນ  
ໃດໆ ທຣພີຢີໃນດິນສິນໃນນໍາອຸຄມສົມບູຮົບ໌ ການປະຮມທີ່ເວີຍດນາມໃຫ້ຄວາມສັນໃຈໃນການຕ່ອງເຮືອປະຮມ  
ຂນາດໃຫຍ່ ສ່າງເສີມການປະຮມທະເລແລະນໍາເຈື້ອ ດົຮມໜາຕີແລະສິ່ງແວດລ້ອມບັງຄົມມືອງໆ ຖ່ານຸ້ພອເພີຍ  
ກັບປະຫາກ 70 ລ້ານຄນ ທີ່ຮັກຍາຄວາມສົມດຸລທາງນິເວສວິທາແລກຍາກພ ຮັກຍາໄວ້ຫລັ້ງຈາກເປີດ  
ປະເທດເສດຖະກິດ ໄດ້ກວ່າ 1 ທສວຮຍ ແລະພ້ອມທີ່ຈະກ້າຍ່າງສູ່ຮະບນ ທຸນນິຍມ ຕາມກະແສໂລກແລະຄວາມ  
ຕ້ອງກາຮອງປະຫາຊນ ເຮົາຕ້ອງຍອນຮັບອ່າງໜຶ່ງວ່າການເຈົ້າຢູ່ເຕີບໂຕໃນກຸນິກາກນັ້ນຕ້ອງບໍາຍເສຽນສູກິຈ  
ເຕີບໂຕໄປດ້ວຍກັນ ສປປ.ລາວ ເວີຍດນາມ ກັມພູ່ຈາ ມີຮາຍໄດ້ກາຮັດທຸນນາກບັ້ນໃນແບນກຸນິກາກກີມມີເມື່ອເຈີນ  
ສະພັດຕາມທ່ານຸ້ ແຮງກະຮເພື່ອມຂອງນໍ້າ ອຸນລາຮັນນີ້ໄດ້ຮັບແຮງກະຮເພື່ອມຈາກ ສປປ.ລາວ ເວີຍດນາມ

และกัมพูชา กว่า 1 ทศวรรษที่ผ่านมาทาง ด้านซ่องเม็กขนส่งสินค้าได้เปรียบดุลการค้า สปป.ลาว นำคล่ากว่า 3,200 ล้านบาทต่อปี สินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า ยา raknya โรค เครื่องนุ่งห่ม ต่าง เป็นสินค้าส่งออกไป สปป.ลาวทั้งสิ้น

กัมพูชาสามารถอาเซียน ได้รับการพัฒนาประเทศตามลำดับ ได้ตามเสถียรภาพ สังคมและ เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว น้ำตก น้ำตก บันทายศรี ปราสาทบายน โตนเลสาน ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่ว ทุกมุมโลก เสี่ยมราฐ โตวันโตคิน การท่องเที่ยว โรงแรมและการบริการมีมากกว่า 146 แห่ง อัตรา สถานที่พักราคา 720 ยูโรสตดอลาร์ ด้วยฝีมือมุนழ 1 สาหสวรรษ ล่วงเหลยมาอย่างพิศวงยิ่ง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่รังสรรค์ขึ้นมาอย่างลังการพระเจ้าชัยวรมันที่ 1-7 ที่มีความแกร่งกล้าใน หัวของยุคสมรรเรื่องอำนาจ สถาปัตยกรรม วิศวกรรมศาสตร์ ดาราศาสตร์ ศิลปศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วิจิตรศิลป์ วรรณคดีศาสตร์ เรขาคณิต ตลอดจนศาสตร์ แรงงานคนกว่า 1 ล้านคนที่ทุ่มเท สร้างศาสนสถานอันวิจิตรงดงาม ภาพลักษณ์ รูปแกะสลัก หินทรายสีชมพู ด้วยเครื่องมือจาก ธรรมชาติ ปราสาทไฟฟ้าและเครื่องจักรทุนแรง อาณาจักรขอมที่ใช้หินเป็นวัสดุในการก่อสร้างขึ้น กัมพูชาพัฒนาการคุณภาพ การเติบโตทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นไปตามครรลองของระบบ ประชาชิปไทยเมืองเสี่ยมราฐ ของโบราณธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตร่องชาวยุ่งดำเนิน ไป ตามธรรมชาติ เงียบสงบร่มเย็น

อุบลราชธานีเป็นหัวเมืองที่เจริญกรบทุกอย่างในແບນອິນໂດຈິນ ຈຸດກລຸທົ່ງ ความร่วมมือพหุ ภาคีระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน อุบลราชธานีเหมาะสมในสัมพันธภาพระหว่าง สปป.ลาว เวียดนาม กัมพูชา มากอย่างต่อเนื่อง และสัมฤทธิ์ผลตามลำดับมาโดยตลอด

### ข้อเสนอแนวทางในการพัฒนากิจกรรมด้านการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดน

กิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวนี้ ควรให้ความสำคัญในเรื่องการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้าน การตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาวิจัยตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายเวลาพำนักระยะท่องเที่ยวจาก ต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวที่คุณภาพ คือนำเงินมาใช้จ่ายในประเทศไทยสูง

#### 1. กิจกรรมการผลิตบริการท่องเที่ยว

ทั้ง 3 จังหวัดมีบริษัทนำเที่ยวไม่ว่าจะพิจารณาจากไกด์ โรงแรม หรือการบริการ ที่ถือว่า สมบูรณ์ และดีที่สุด มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก ทั้งที่เป็นธรรมชาติ ป่าภูเขา วัฒนธรรม โบราณสถาน และอื่นๆ อีกมาก นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่ได้เปรียบ คือ อุปนิสัย และประเพณีที่ดีสิ่งที่

จะต้องปรับปรุงกีดีอ บุคลากร ที่ทำงานด้านบริการ และมีส่วนเกี่ยวของกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะอาชีพอิสระควรพยายามแบ่งส่วนกันทำ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน แต่ทั้งนี้จะต้องให้ ความร่วมมือและประสานงานกันเป็นอย่างดี ในส่วนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้นจะต้องทำติดต่อกัน และต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เน้นการอนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและ สร้างเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคและระดับจังหวัด ปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้า หัตถกรรมพื้นบ้านและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนการจัดให้สถานีบริการ ผู้โดยสารทางอากาศในเมือง เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะต่อไป ในปัจจุบัน ได้เปรียบประเทศไทยเพื่อนบ้านในส่วนที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ระดับ นานาชาติ ทั้งนอร์มชาติ วัฒนธรรม และ โบราณสถาน ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของจังหวัด นอกจากนี้ แล้วเรื่องอาหารและผลไม้ของจังหวัดเชียงรายก็ถือว่าเป็นจุดเด่นอีกประการหนึ่งด้วย

## 2. แก้ปัญหาและสร้างโอกาสทางการตลาด

### ปัญหาทางการตลาด ได้แก่

1. ปัญหาเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมือง จะเห็นได้ว่าชาวต่างประเทศ มักจะมองเห็นว่า ประเทศไทยขาดเสถียรภาพทางการเมือง อาจจะมีการปฏิวัติได้ทุกเวลา ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าที่ จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. ปัญหาทางด้านภาพพจน์ของอาชญากรรมและ ซึ่งอาจจะเป็นปัญหาใหญ่ ที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมองว่าขาดสวัสดิภาพ ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่ ปัญหา ยาเสพติดการลักขโมย และชิงทรัพย์ ซึ่งทำให้มีภาพพจน์ที่ไม่ดี

3. ปัญหาการขาดแคลนมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ดึงดูดใจ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์

### โอกาสทางการตลาด ได้แก่

1. ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ

3. สร้างเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกันในจังหวัด ล้านนา อีสานเหนือ และ อีสานใต้

4. สร้างเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season สร้างกิจกรรมตามโอกาส

- 
- 
5. ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้านในบริเวณ ภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

## บทที่ 10

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 10.1 เป้าหมายการวิจัยและวัตถุประสงค์

การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจาก การเชื่อมโยงเส้นทางของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศไทยเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ ของโลก มรดกโลกในประเทศไทย พม่า ลาว จีนตอนใต้ เวียดนาม เพื่อการวางแผนรากฐานประเทศไทยไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia ให้มีข้อมูลและข้อสรุปที่ชัดเจนจึงได้กำหนดให้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

10.1.1 เพื่อวิเคราะห์เส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำ และสถานการณ์ทางการตลาดของ ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศไทยเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลก

10.1.2 เพื่อวิเคราะห์ผลหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ ที่มีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจรถทัวร์ และการรถไฟแห่งประเทศไทย

10.1.3 เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งบริการ ภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน อันได้แก่ ความสะอาด รวดเร็ว และความปลอดภัย

10.1.4 เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการ ของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

#### 10.2 วิธีดำเนินการวิจัย

10.2.1 การวิเคราะห์ BCG Model. ในวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจสายการ บินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ในประเทศไทย และวิจัยเชิงประเมินการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ที่สำคัญในประเทศไทยเพื่อนบ้าน

### 10.2.2 วิเคราะห์ผลกระทบของการแบ่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

การศึกษาและวิเคราะห์ของส่วนนี้ จะเป็นการประมวลข้อมูลจากการรายงานสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำมานวัตในเชิงการวิเคราะห์เพื่อให้สามารถสรุปสัคส่วนของการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว และ การสัมภาษณ์ กลุ่มผู้บริหารและหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

### 10.2.3 การประเมินคุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

วิเคราะห์ข้อดีและข้อจำกัด ของการจัดบริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำจากนั้นนำมาสร้างเครื่องมือประเมินการให้ความสำคัญของผู้โดยสารในเรื่องคุณภาพการบริการแล้วถ่วงด้วย (ค่าน้ำหนัก)

### 10.2.4 การประเมิน SWOT

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

### 10.2.5 การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัด

### 10.2.6 การจัดสัมมนากลุ่ม

## 10.3 สายการบินต้นทุนต่ำไทยและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

### 10.3.1 วันทูโก โดยสายการบินโอดี้นท์ไทย (One Two Go by Orient Thai)

วันทูโก โดยสายการบินโอดี้นท์ไทย เป็นสายการบินแบบประหยัดรายแรกของไทย ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นในการให้บริการที่แตกต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำทั่วไปในภูมิภาคเอเชีย โดยลักษณะของการนำเสนอราคainรูปแบบราคาเดียวสำหรับทุกเส้นทาง ( ภายในโซนเดียวกัน ) พร้อมบริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง

### 10.3.2 ไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia )

แอร์เอเชียมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศไทยโดยใช้ชื่อว่า บริษัท แอร์เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด และใช้ Boeing 737-300 เพียงรุ่นเดียว มีความจุ 148 ที่นั่ง แอร์เอเชียมีการเปิดเส้นทางการบินทั้งในประเทศไทยและเอเชียและไทย รวมทั้งเส้นทางการบินระหว่างประเทศ เช่น ไทย สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชา จีน มาเก๊า แอร์เอเชียจะมีการร่วมทุนกับประเทศไทยสิงคโปร์ ซึ่งจะมีกองทุนเงินลงทุนมาสเตอร์ฟลีด สิงคโปร์เข้ามาร่วมลงทุนจุดเด่นเน้นราคาประหยัด

### 10.3.3 นกแอร์ (Nok Air)

การบินไทย ผู้ถือหุ้นสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้ชื่อว่า นกแอร์ (Nok Air) ซึ่งมีผู้ร่วมทุน คือ การบินไทย ทิพย์ประกันภัย และสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เริ่มต้นให้บริการ ใน 6 เส้นทางหลักในประเทศไทย คือ ภูเก็ต เชียงใหม่ อุดรธานี ขอนแก่น พิษณุโลก และหาดใหญ่ ส่วนเส้นทางระหว่างประเทศซึ่งจะเป็นเส้นทางที่ใช้วลากบินภายใน 3 ชั่วโมงจากกรุงเทพฯ มีกำหนดเปิดดำเนินการในปี 2548

## 10.4 การแข่งขันในธุรกิจการบิน

สายการบินต้นทุนต่ำต้องแข่งขันสายการบินชั้นนำในเรื่องราคา ความถี่ของเที่ยวบิน การบริการ ชื่อเสียงของสายการบิน ลิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้โดยสาร การให้บริการ ปัจจุบัน เส้นทางการบินไปประเทศไทยเพื่อนบ้านมีการแข่งขันค่อนข้างสูงของสายการบินต้นทุนต่ำไทย คือ ไทยแอร์เอเชีย และสายการบินต้นทุนต่ำต่างประเทศเช่น เส้นทางกรุงเทพฯ ชานอย มีสายการบินต้นทุนต่ำ ไทยแอร์เอเชีย และสายการบินต้นทุนต่ำต่างประเทศเช่น สายการบินต้นทุนต่ำ แอร์เอเชีย ของประเทศไทย เป็นต้น ทั้งนี้ โดยมีเป้าหมายเพื่อตึงดึงดูดนักท่องเที่ยวและการเป็นย่านศูนย์การท่องเที่ยวของประเทศไทยและเอเชีย และสิงคโปร์ เป็นต้น ทั้งนี้ โดยมีเป้าหมายเพื่อตึงดึงดูดนักท่องเที่ยวและการเป็นย่านศูนย์การท่องเที่ยวของประเทศไทยและเอเชีย และสิงคโปร์ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับสายการบินคู่แข่ง และกฎระเบียบควบคุมการประกอบธุรกิจการบินของแต่ละประเทศ รวมทั้งความสัมพันธ์เฉพาะของผู้นำประเทศ

รูปแบบการแข่งขันมีทั้งใช้ราคา (Price Competition) และไม่ใช้ราคา (Non Price Competition) ได้แก่ การกำหนดราคาโดยไม่ชั้น ซึ่งปัจจุบันแต่ละสายการบินหันมาใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคาได้แก่เพิ่มความถี่ของเที่ยวบิน สร้างความเหมาะสมของตารางการบิน การใช้เครื่องบินใหม่ การใช้เครื่องแบบประหยัด การเป็นสมาชิก การสะสมไมล์เดินทาง โดยการสร้างความเชื่อถือ เพิ่มคุณภาพและรูปแบบการบริการ การสร้างแบรนด์ของสายการบิน เป็นต้น ทั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนไว้

การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดจาก BCG Model โดยใช้อัตราการเจริญเติบโตของเส้นทางการบิน ตั้งแต่เริ่มเปิดบริการจนถึงปัจจุบัน (สิงหาคม 2548) และส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำไทย 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) ด้านลาว ด้านกัมพูชา และเวียดนาม โดยที่แนวการวิเคราะห์คือเส้นทางการบินไปที่สนามบินนานาชาติในจังหวัด เชียงราย จังหวัดอุตรดธานี และจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีพรมแดนสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวกันเพื่อนบ้านได้

## 10.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

10.6.1 สายการบินต้นทุนต่ำไทยที่เชื่อมโยงกับประเทศไทยเพื่อนบ้านยังไม่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก ได้แก่ เมืองโบราณอยอัน ประเทศไทยเวียดนาม หลวงพระบาง ประเทศไทย พุกาม ประเทศไทยพม่า นครวัด ประเทศไทยกัมพูชา ถ้ามีการเพิ่มเส้นทางการบินต้นทุนต่ำ โดยกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางทางการบินหรือจังหวัดอื่นที่มีสนามบินนานาชาติและมีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง ได้แก่ จังหวัดเชียงราย อุตรดธานี อุบลราชธานี ขอนแก่น

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

10.6.3 เมืองที่ได้ไปชนในประเทศไทยเพื่อนบ้าน ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบินและท่องเที่ยว คือ ลิสโค โปร์ นาเลเซีย ลาว เวียดนาม และกัมพูชา จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยในภูมิภาคที่มีความต้องการเป็นศูนย์กลางทางการบินหรือการท่องเที่ยวของภูมิภาค ดังนั้นนโยบายควรซึ่งความได้เปรียบในความพร้อมทางด้านสนามบิน และการเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย

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

10.6.5 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด คือ ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน ความสะอาดสวยงามในการเดินทาง และความสะอาดสวยงามของที่พัก

ในส่วนที่ต้องพิจารณาพัฒนา(ให้ดีขึ้น)คือ ความสะอาดของบ้านเมือง ความซื่อสัตย์ของร้านค้า และการอำนวยความสะดวกความสะอาดของเจ้าหน้าที่

### 10.7 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่เป็นศูนย์การบินต้นทุนต่ำ : สิงคโปร์ และมาเลเซีย

สำหรับประเทศไทยมาเลเซียมีสายการบินต้นทุนต่ำแอร์เอเชีย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มจากปี 2003 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 10.58 ล้าน คนมีรายได้จากการท่องเที่ยว 21,291.1 ล้านบาทปี 2004 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 15.70 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 29,651.4 ล้านบาทการใช้การบินต้นทุนต่ำประสานกับแหล่งการท่องเที่ยวต่างๆทั่วในประเทศไทย มาเลเซียและประเทศไทยอาเซียนโดยมีสายการแอร์เอเชียซึ่งมีเส้นทางการบินที่มากที่สุดในภูมิภาคนี้และยังมีการร่วมลงทุนกับประเทศไทยในโคนีเชียในการลงทุนประกอบธุรกิจสายการบิน

ประเทศไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวจึงสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมหาศาล และยังเป็นประเทศของศูนย์กลาง หรือศูนย์ ในภาคอุตสาหกรรมการบินของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย โดยมีแหล่งชื้อปีกที่โดดเด่นด้วยการพัฒนาสายการบินต้นทุนต่ำในหลายประเทศ การเปิดเส้นทางบินรูปแบบนี้ในสิงคโปร์จึงชัดเจนขึ้น จนปัจจุบันมีรวม 3 สายการบินโลว์คอสต์หลักๆ ได้แก่ แวร์ลูแอร์, ไทเกอร์แอร์ไลน์ และเจ็ตสตาร์แอเชีย โดยไม่รวมอีกหนึ่งสายการบินโลว์คอสต์จากไทย ในชื่อ ไทยแอร์แอเชีย จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2005 รวมที่ 8.8 ล้านราย หรือเพิ่มขึ้น 400,000 ราย จากปี 2004 จึงเป็นตัวเลขที่ขับขันด้วยผลจากการเปิดสายการบินต้นทุนต่ำ

จากการวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย เพื่อหาแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศูนย์สายการบินต้นทุนต่ำและสัดส่วนการเดินทางเข้าประเทศไทยโดยสายการบิน พบว่าแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศูนย์สายการบินสายการบินต้นทุนต่ำมาเลเซียและสิงคโปร์เข้ามาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

## 10.8 การใช้บริการในอนาคตของผู้โดยสารในอัตราสูง

จากการสำรวจสอบถามผู้โดยสารชาวไทยต้องการซื้อบริการในอนาคตสูงมากคิดเป็นร้อยละ 95.30 และชาวต่างประเทศ ร้อยละ 95.50

## 10.9 การแบ่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินด้านทุนตัวฯ

ตลาดการบินยังคงเป็นของสายการบินปกติ ทั้งนี้การวางแผนทางการตลาดที่ไม่ถูกต้อง และการกำหนดฐานลูกค้าที่ไม่ชัดเจนของสายการบินด้านทุนตัวฯ ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากในธุรกิจการบินขณะนี้ ได้ทำให้สายการบินหลายรายหันมาปรับกลยุทธ์ธุรกิจตามกระแสนิยมสายการบินด้านทุนตัวฯ ทั้งนี้ก่อให้ผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง รวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด

### 10.9.1 ผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคา Price Competition

10.9.1.1 ธุรกิจสายการบินที่ให้บริการภายนอกประเทศอยู่ในปัจจุบัน อันได้แก่ การบินไทย และสายการบินเอกชนต่างๆ ที่ให้บริการในประเทศอยู่ในขณะนี้ ต่างต้องใช้กลยุทธ์ในการแบ่งกันส่วนแบ่งทางการตลาดผู้โดยสารในประเทศและต่างประเทศ

10.10.1.2 กิจการที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางบก อันได้แก่ การรถไฟ และธุรกิจรถทัวร์ ปรับอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทขนส่ง จำกัด ที่มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบบ้างจากการให้บริการของสายการบินด้านทุนตัวฯ เช่นกัน โดยคาดว่าจะมีผู้โดยสารทางบกส่วนหนึ่งที่เดินทางโดยสารรถไฟหรือรถทัวร์ปรับอากาศ อาจจะหันไปให้บริการทางอากาศของสายการบินด้านทุนตัวฯ เนื่องจากความแตกต่างของราคาและเวลาที่ใช้ระหว่างการเดินทาง

### 10.9.2 ข้อเสนอแนะในที่ควรใช้การแบ่งขัน

10.9.2.1 การสร้างความเชื่อมั่นและภักดีในแบรนด์มากขึ้น สร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในระยะยาว กิจกรรมการสร้างตราสินค้า ประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสร้างความคุ้นเคย ภาพลักษณ์ และความมั่นใจในตราสินค้า จะต้องเกิดขึ้นกับสายการบินด้านทุนตัวฯ แม้ว่าจะทำให้ด้านทุนและราคาสูงขึ้นบ้าง

10.9.2.2 การสร้างรายได้เสริม นอกเหนือจากบริการการบิน เพิ่มเติม การขายอาหาร และเครื่องดื่มบนเครื่อง มีการขายของชำร่วย ของพรีเมียมที่เป็นตราของบริษัท เครื่องสำอาง และสินค้าในความนิยม รวมถึงมีการขายโภชนาถทั้งบนตัวเครื่อง และภายนอกเครื่อง

10.9.2.3 ความสะดวก ก็จะเป็นมูลค่าเพิ่มที่สายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งเน้นมากขึ้น นี่เองจากเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จเช่นกัน ทั้งการเพิ่มช่องทางจำหน่ายขนาดเล็ก การเชื่อมโยงกับพันธมิตรไม่ว่าจะเป็นโรงแรมราคาประหยัด ที่พัก บริษัทรถยนต์ ทัวร์แอร์ยานต์

10.9.2.4 การให้บริการในเส้นทางที่ยาวขึ้น นี่เองจากโดยทั่วไปมีความเชื่อกันว่า สายการบินต้นทุนต่ำนั้น จะเหมาะสมกับการให้บริการแค่เส้นทางเกิน 3 ชั่วโมง การบริการเพิ่มเติม ทางด้านสื่อสาร โทรศัพท์ ให้มีการดาวน์โหลดเกม หรือวิดีโอ ออนไลน์ ดีมานด์

10.9.2.5 เปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ น่าจะเกิดขึ้นอีกมาก เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่สูงมากในหลายเส้นทาง และควรจะเป็นเส้นทางที่มีเวลาการบินที่นานขึ้น โดยน่าจะเป็นการบินไปยังแหล่งท่องเที่ยว และศูนย์ธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นเพิ่มเติมจากแค่บินในเส้นทางในประเทศ

10.9.2.6 เพิ่มบริการประเภท พรีเมียม ควบคู่ไปกับประเภทราคาประหยัดให้ผู้บริโภคเลือกใช้ได้ตามต้องการ

## 10.10 คุณภาพการให้บริการบนส์ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการบนส์ผู้โดยสาร จะประกอบด้วย 1) ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร 2) ระดับความสามารถของบริการในการนำบัดความต้องการของผู้โดยสาร 3) ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารหลังเคยใช้บริการแล้ว

วัตถุประสงค์ของการประเมินคุณภาพบริการเพื่อประเมินคุณภาพด้านต่าง ๆ ดังนี้

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

### 10.11 ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์ SWOT คุณภาพบริการ

<p><b>S :</b> - ราคายังคงสูง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การตรวจสอบเครื่องบินเสมอทำให้เพิ่มความล่าช้า</li> <li>- สามารถบรรทุกผู้โดยสารได้จำนวนมาก</li> <li>- พนักงานมีประสบการณ์และวัยรุ่นและคุณภาพที่เหมาะสม</li> </ul>	<p><b>W :</b> - ไม่ค่อยมีสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่สามารถไปถึงจุดรับส่งที่ทุกคนพอใจได้ (ไม่สามารถรับส่งในบางจังหวัด)</li> <li>- ไม่สามารถกำหนดที่นั่งได้</li> <li>- เครื่องบินเป็นเครื่องบินขนาดเล็กทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูง</li> </ul>
<p><b>O :</b> - การขยายเส้นทางการบินไปประเทศเพื่อนบ้าน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>- บางอย่างได้โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่ม เช่นเพิ่มบริการแบบนกพลดส์</li> <li>- ต้องร่วมมือกับประเทศไทยเพื่อให้ผู้โดยสารได้รับทราบถึงการให้บริการมากยิ่งขึ้น</li> <li>- แนวโน้มการใช้บริการในอนาคตเพิ่มขึ้น</li> </ul>	<p><b>T :</b> - การปรับปรุงให้ได้มาตรฐานของเครื่องบินทำได้ยาก เพราะบริการเป็นเครื่องที่ใช้งานนานๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่สามารถเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้ในอัตราค่าบริการปัจจุบัน</li> <li>- ไม่มีสถานะบินเฉพาะสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ต้นทุนการบริการสูงของสายการบินสูง</li> </ul>

### 10.12 ข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณภาพการบริการผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

10.12.1 กลยุทธ์ที่ให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน ทั้งลักษณะและคุณภาพที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจ

10.12.2 กลยุทธ์ปรับปรุงประสิทธิภาพบริการอย่างเสมอเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้โดยสารเพิ่มขึ้น

10.12.3 กลยุทธ์การเพิ่มบริการใหม่ให้มากขึ้น การบริการด้วยเครื่องบินใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ให้ผู้โดยสารสำนึกระดับโลกจำในความคุ้มค่าของบริการที่มีอยู่ให้

### 10.13 การสำรวจความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเป็นกลุ่มที่การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non Price Competition) ซึ่งหมายถึงการกระทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่ต้องการและดึงดูดใจลูกค้าโดยรวมถึงการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้า บริการที่จำหน่าย การเลือกช่องทางจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่าย ซึ่งธุรกิจการบินต้นทุนต่ำได้มีการพัฒนากระบวนการให้บริการแก่ผู้โดยสารในหลายด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างและลักษณะพิเศษแก่สายการบินตน เช่น นกแอร์ และ วัน ทู โก ทำให้ผู้โดยสารมีโอกาสที่มาเลือกพิจารณาถึงความสะดวกสบายที่จะได้รับ นอกเหนือจากการแข่งขันด้านราคา และผลการประเมินผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากและมากที่สุดเกือบทุกประเด็นของบริการด้านต่างๆ

### 10.14 ข้อเสนอแนะจากการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำไทย

#### 10.14.1 การปรับปรุงบริการที่มีระดับความพึงพอใจ(ไม่มาก)

- การขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ
- ความสะดวกสบายของที่นั่ง
- ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ
- การบริการขายสินค้านครีองบิน
- ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักสัมภาระ

#### 10.14.2 ราคาน้ำดื่มโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำกับสภาพความจริงที่ต้องการความเข้าใจของผู้บริโภค

- ค่าธรรมเนียมในบริการต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนเที่ยวบิน น้ำหนักสัมภาระ

#### 10.14.3 การสำรวจที่นั่งผ่าน Web site บ้างเวลา มีปัญหา (Web site ล่ม) ไม่สามารถดำเนินการจนสมบูรณ์ได้

- ใช้เวลาการจองนาน
- การใช้บัตรเครดิต ไม่ได้รับการยืนยันการตรวจสอบ
- การใช้หลักฐานทางการเงินเพื่อลบบัญชี

### 10.15 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย กัมพูชา และลาวต่อไป

ประเทศไทยมีดินแดนที่เป็นมรดกโลกด้านอารยธรรมของขอมโบราณ ประเทศไทยมีเส้นทางที่เป็นประตุสู่กัมพูชา ทางด้านอรัญประเทศ และด้านตากอากาศ นอกจากนั้นทางเลือกในการสัมผัสรายการแบบขอมโบราณ สามารถเดินทางไปที่จังหวัดอุบลราชธานีไปจำปาสักดี และจังหวัดศรีสะเกษเพื่อชมความงามตามมาตรฐานที่ผ่านมาอีกด้วย ประตุสู่เข้าพระวิหาร และสามารถเข้าไปสู่น้ำตก น้ำตก ของกัมพูชาได้ โดยผ่านช่องสะพาน อำเภอสูงสี จังหวัดศรีสะเกษ และมีอีกหลายแนวทางในการส่งเสริมให้ประเทศไทยตั้งสามาได้มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด

อีกด้านหนึ่งของการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อนบ้านด้านลาวต่อ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แหล่งท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วย น้ำตกตากหลีฟี, คุนพะเพิง, ชุมทางรถไฟที่สร้างขึ้นในสมัยฝรั่งเศส อยู่ในพื้นที่เขตเมืองโขง แขวงจำปาสัก ชุมตากผาสัววม ที่เมืองบاجเจริญสุข ชุมตากฟาน เมืองปะทุนพร ชุมเขื่อนผลิตไฟฟ้า น้ำตกเซ็ค และน้ำตกห้วยเทา เขตเมืองปากช่อง เมืองปากเซ

### 10.16 ข้อเสนอเพื่อพิจารณาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กัมพูชาและลาวต่อ

#### 10.16.1 กลยุทธ์การขายร่วมกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน

กลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีน นโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภค แหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี เพราะประเทศไทยเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีน้ำตก ลาวมีน้ำตก หลีฟี ขายได้ทุกวัน และขายได้ทั่วไป เสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปคุ้มครองเบี้ยต่อและโปรแกรมการท่องเที่ยว

#### 10.16.2 การเปิดประตุการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทางด้านอรัญประเทศและปากเซ

การเปิดชุมผ่านแดนช่องสะพาน ได้ประกาศเปิดเป็นด่าน关口 ต้องมีการลงรัฐประชามติการเปิดประตุการเปิดประตุเปิดด่านช่องเม็กเข้าลาว ช่องสะพานเข้ากัมพูชา มีความเป็นไปได้สูงมาก โดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้า

### 10.16.3 การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรายน้ำ

เป็นเรื่องที่ดีความพร้อมด้านถนนเริ่มจะมีมากขึ้นเรื่อยๆ ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวชี้นอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเข้าของรถทัวร์ และรถบริการต่างๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผิวจราจรสั่งปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ประกอบท่องถิ่นได้มีส่วนร่วม

### 10.16.4 กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน

ควรจัดให้มีแหล่งรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะพานหรือที่สามเหลี่ยมมรกต โขงเจียม สิรินธรพัฒนาสถานีก่อฟฟ์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครชุม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างนำตกให้เหมือนที่ลาว ตอนพะเพิง ก็ไม่ได้ เพิ่มการขนส่งทางการบิน ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น ช่องเม็กอัมເກອ สิรินธรของจังหวัดอุบลราชธานี

### 10.16.5 กลยุทธ์ในการเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอม ลาวใต้ และอีสานใต้

การเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอมในอีสานใต้ย่างปราสาทหิน พิมาย พนมรุ้ง เมืองตា ศีขรภูมิ สารกำแพงใหญ่ กับการท่องเที่ยววัดพุของลาว และเขาพระวิหาร นครวัด ของกัมพูชา

### 10.16.6 ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน และเป็นประตูสู่ลาวใต้

ท่องเที่ยวตอนพะเพิง ในและการร่วมกันเชี่ยวชาญ วัดพุ ปราสาทหองมรดกโลก และเชื่อมโยง การท่องเที่ยวทางรถยนต์กับจังหวัดเสียมเรียบประเทศกัมพูชา ชุมสิ่งหัศจรรย์ของโลกนครวัด ผ่านช่องสะพาน จังหวัดศรีสะเกษ

### 10.16.7 การส่งเสริมการท่องเที่ยวสามฝ่าย ไทย ลาว และกัมพูชา

ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในไทย และกัมพูชาและลาวใต้ ผ่านการอบรมร่วมมือ ภูมิภาค อาทิในอดีต ECS (Economic Cooperation Strategy) GMS (Greater Mekong Subregion) และ Emerald Triangle

### 10.16.8 การจัดกิจกรรม Activity Trip

ตัวอย่าง เช่นการจัดแรลลี่ โดยจะเริ่มต้นที่กรุงเทพฯ ผ่านเข้าไปในเส้นทางราฐ ที่กัมพูชา วกชิน ไปลาว ก่อนขึ้นกลับเข้ามาไทย และเดินทางมายังจังหวัดสัมพันธภาพในระดับประชาชนของประเทศ สมาชิกเหล่านี้ ให้มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท่องถิ่นของแต่ละประเทศ นับว่าเป็นการผูกมิตรในระยะยาว

### 10.16.9 กลยุทธ์การพัฒนาความร่วมมือประเทศเพื่อนบ้านกลยุทธ์การพัฒนาความพร้อมของประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนาความร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทย-กัมพูชา-ลาว-พม่า โดยไทยมีประสบการณ์และความต้นต้นในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมเป็นอย่างดีพัฒนาทรัพยากรม努ญย์ของกัมพูชา และลาวได้ และสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันฉันบ้านพี่เมืองน้อง นับว่าเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่มุ่งสร้างสรรค์ความเจริญร่วมกันอย่างยั่งยืน

## 10.17 การเชื่อมโยงเส้นทางไทย ลาว และเวียดนาม

### 10.17.1 อุตุราชานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง

เชื่อมโยงลาวไปหลวงพระบาง" นี้เป็นอดีตราชธานีของอาณาจักรล้านช้าง อายุกว่า 1,200 ปี เป็นเมืองท่องค์การยูเนสโกขึ้นทะเบียนเป็นเมืองมรดกโลกของโลกเช่นเดียวกับเมือง อยอัน ในประเทศไทยเวียดนาม และเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา ปัจจุบัน การคมนาคมสะดวก นักเดินทางจำนวนมากมุ่งสู่ประเทศไทย ซึ่งไปได้หลายเส้นทาง ที่นิยมกันมากก็คือ จุดผ่านแดนที่ จ. หนองคาย

นครเวียงจันทน์ เป็นเมืองหลวงของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตั้งอยู่บริเวณแม่น้ำโขงด้านตะวันออก- เนียงหนีอ ซึ่งตั้งอยู่ติดข้างของอำเภอ ศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคายของไทย ระยะทางจากหนองคายเพียง 14 กิโลเมตร

วังเวียง หรือ กุ้ยหลิน แห่งเมืองลาว เป็นเมืองเล็กๆที่เรียบง่ายทางตอนเหนือของนครเวียงจันทน์ ห่างจากนครเวียงจันทน์ เพียง 160 กิโลเมตร ตามถนนหมายเลข 13 ปัจจุบันอุตุราชานีเป็นจังหวัดที่มีสายการบินต้นทุนต่ำสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางบกตามเส้นทางอุตุราชานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง

### 10.17.2 มุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบัว - เคเซนท์ - ดองสา - กวางศรี - เว้ - ดานัง

เส้นทางการบินต้นทุนต่ำๆจากกรุงเทพฯ ไปที่สานมบินจังหวัดขอนแก่นแล้วสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ตามเส้นทางเชื่อมตะวันออก ตะวันตก ( East West Corridor) ไปสู่จังหวัดมุกดาหารซึ่งจะเชื่อมไปสู่เมืองสะหวันเขต สปป.ลาว

#### เมืองสะหวันเขตและพิพิธภัณฑ์สะหวันเขต

สะหวันเขต มีพื้นที่ 22,080 ตารางกิโลเมตร เมืองเชื้อปันที่มีแผนพัฒนาของลาวให้เป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจ และ พิพิธภัณฑ์แสดงนิทรรศการของแขวงสะหวันเขต

## ສາທາລະນະລັດສັງຄມນິຍມເວີດນາມ

เวียดนามเป็นประเทศหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามจำนวนมาก ประกอบกับมีประเพณีและวัฒนธรรมที่เก่าแก่สืบทอดมาถึงปัจจุบัน ทำให้เป็นที่สนใจของชาวต่างชาติ รัฐบาลเวียดนามพยายามที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปในเวียดนามเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้ปัจจุบัน ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศให้เวียดนาม

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- เมืองเว้ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานของกษัตริย์เหงียน และเจดีย์โบราณ
  - เมืองดาลัด แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ คือ พระราชวังฤดูร้อนของกษัตริย์องค์สุดท้ายของเวียดนาม วัด Chua Lin Phuoc และสวนดอกไม้มีเมืองหนาแน่นาดใหญ่
  - โขจิมินต์ ชิตี้ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ อุโมงค์ใต้ดิน ถ้ำจี ที่ใช้สร้างกับสหราชูฯ ในสังคมรายเวียดนาม ทำเนียบประธานาธิบดี และแหล่งสินค้าพื้นเมือง

#### 10.17.2.1 การท่องเที่ยวตามเส้นทาง East West Corridor

เส้นทางหมายเลข East West Corridor หรือ หรือทางหลวงหมายเลข 9 เป็นเส้นทางสำคัญที่ใช้เป็นทางเดินเข้าสู่เวียดนาม ตอนกลางไกลี่ที่สุด ถนนสายนี้ผ่านเมืองสะหวันเขตที่หลักกิโลเมตรที่ 26 เดินทางผ่านเมืองต่างๆ จนถึงเขตชายแดนลาว - เวียดนาม และแหล่งท่องเที่ยวเวียดนามตอนกลาง

#### 10.17.2.2 ประเทศไทย (ເກົ່າ - ດອງຫາ - ກວາງຕົງ)

ເມືອງເຄື່ອນທີ່ເປັນເມືອງເລື້ອກ ຈຸ່ງໜ້າຍແດນຕິດພຣມແດນລາວ ເປັນເມືອງໃນເບື້ອນເມືອງກວາງຕີ  
ເມືອງເວົ້ວເປັນເມືອງທີ່ມີຂໍ້ອເລີຍນາກທີ່ສຸດໃນເວີຍດນາມຕອນກລາງ ດ້ວຍເປັນທີ່ຕັ້ງເມືອງຫລວງຂອງ  
ຮາວກວາງຕີເໜີ້ນມານານາໄຮສະມາລູ 150 ປີ

### 19.17.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองด้าน

ระยะทางวี - ดานัง ห่างกันประมาณ 110 กิโลเมตร มีชื่อเรียกทางราชการว่าจังหวัด  
กว่างนำ - ดานัง ดานังเป็นเมืองสำคัญที่สุดในเวียดนามตอนกลาง เป็นเมืองใหญ่เช่นเดียวกับโซ  
จิมินห์ซิตี้เป็นศูนย์กลางภาคใต้ เมืองชานอยเป็นศูนย์กลางทางภาคเหนือของสาธารณรัฐ  
ประชาธิรัฐเวียดนาม

เมืองคนัง ซึ่งแต่เดิมเป็นเมืองท่าเรือชาวประมง เขื่อนต่อกับเมืองไฟไฟหรือ เมืองซอยอัน Hoi An ในปัจจุบัน เมืองที่ส่งบนน้ำหมายสำหรับการหนีไฟพื้นถนนอันยาวของเมืองคนัง สามารถช่วยจีนที่น่าสนใจว่าหลายแห่ง หอประชุมร้านค้าใหญ่ และวัดที่เก่าแก่

ซอยอันหรือห่ออยแอน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อที่สุดในเขตด้านนั้น รู้จักกันทั่วไปว่า เป็นเมือง โบราณที่ชุมชนท่องถินอนุรักษ์ไว้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

### 10.17.3 ไทย (กรุงเทพฯ) - ชานอย - ซาลองเบย์

สายการบินไทยแอร์เอเชียเปิดเส้นทางการบินกรุงเทพฯ-กรุงชานอย

- กรุงชานอย มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สวนโอมิมินห์ พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง เจดีย์เสาเดียว การแสดงหุ่นกระบอกน้ำพื้นเมือง และอ่าวซาลองเบย์
- Do Son มีบ่อนการพนันขนาดใหญ่ อยู่บริเวณชายฝั่งทะเลเมืองไชฟอง

## 10.18 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทย – ลาว และเวียดนาม

10.18.1 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยง เชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

10.18.2 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่เวียงจันทน์ วังเวียง และหลวงพระบาง พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางร่องน้ำ ซึ่งควรให้มีร่องโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุดรธานี ถึงนครเวียงจันทน์

10.18.3 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่น ไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเวียดนาม ชัยอันเมืองมรดกโลก

10.18.4 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตูสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชนชาติ สมรภูมิเมริกัน วัดโบราณ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ์

10.18.5 เส้นทางท่องเที่ยว กทม.-กรุงพนมเปญ-นคร โอมิมินห์ เป็นเส้นทางที่มีศักยภาพสูง และน่าจะเป็นเส้นทางที่จะสร้างโอกาสการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยวให้แก่อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำ โขนนี สอดคล้องกับแนวคิด ACMECS ที่ส่งเสริมให้ไทย และประเทศเพื่อนบ้านบูรณาการเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน

## 10.19 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้ (ยุนนาน)

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในพม่าที่น่าสนใจ ได้แก่

อาณาจักรพุกาม อันเป็นอดีต อารยธรรมของโลก

เมืองหงสาวดี เป็นเมืองประวัติศาสตร์ สมัยพระเจ้า บุเรงนอง

เมืองย่างกุ้ง เป็นเมืองหลวงซึ่งมี เจดีย์เวดากองอันยิ่งใหญ่  
 เมือง นัมทะเลย์ เป็นเมืองหลวงเก่าที่มีเสน่ห์  
 เมือง มินกุน เป็นเมืองที่มีเจดีย์และสะพานยักษ์  
 ปัจจุบันยังไม่มีเส้นทางการบินตันทุนต่ำบินเข้าประเทศพม่าตอนเหนือ ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ ดังที่เสนอให้ใช้ศักยภาพของจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กระจายเส้นทางการท่องเที่ยวทางถนนต์และทางน้ำในการท่องเที่ยวไทย ลาว พม่า จีนตอนใต้ 4 เส้นทางคือ

- 10.19.1 เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - ต้าลัว (จีน) - เชียงรุ่ง
- 10.19.2 เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำท่า - บ่อเต็น - เมืองลา (จีน) - จิงหง (เชียงรุ่ง)
- 10.19.3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำท่า - จิงหง
- 10.19.4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง
- 10.19.5 เส้นทางการบินตันทุนต่ำ กรุงเทพฯ – ย่างกุ้ง

จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศไทยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ ได้แก่ พม่า และลาว นอกจากนี้ยังมีพรมแดนใกล้กับมณฑลยูนนานาสาธารณรัฐประชาชนจีน จังหวัดจึงมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการติดต่อระหว่างเชียงใหม่ - เชียงราย - เชียงตุง - เชียงรุ่ง - หลวงพระบาง

นอกจากเส้นทางการคมนาคมทางบกแล้ว จังหวัดเชียงรายยังมีความพร้อมในด้านเส้นทางคมนาคม ทางอากาศ และทางน้ำ โดยขณะนี้จังหวัดได้มีท่าอากาศยานสากลและมีสายการบินตันทุนต่ำให้บริการและพร้อมจะรองรับเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่จากต่างประเทศเพื่อเชื่อมต่อไปยังเชียงตุง โดยเครื่องบินขนาดเล็กต่อไป

การติดต่อทางแม่น้ำโขงเริ่มตั้งแต่แม่น้ำโขง (แม่น้ำลานช้าง) ในคืนแคนสิบสองปีน้ำมาถึงอ่าาเภอเชียงแสน และอ่าาเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งขณะนี้ อ่าาเภอเชียงของเป็นด่านถาวร

เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ได้รับการพัฒนาให้พร้อมทางด้านท่าเทียบเรือ ความสะดวกในการประกอบพิธีการเข้าเมือง และความปลอดภัย หากมีการพักรถทางคืนระหว่างการเดินทางแล้วการติดต่อทางน้ำจะเป็นการจุใจการท่องเที่ยวอีกแนวทางหนึ่ง

**10.19.1 เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - ต้าลั่ว (จีน) - เชียงรุ่ง**  
 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) – ท่าขี้เหล็ก (พม่า) ระยะทาง 164 กม.

**10.19.2 เชียงราย - เชียงของ - หัวยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต้น - เมืองลา (จีน) - จิงหง (เชียงรุ่ง)**

เดินทางโดยรถบันต์ผ่านทางอิมเมียของ เชียงของ ข้ามแม่น้ำโขง สู่เมืองหลวงน้ำทา ในสาธารณรัฐประชาชนลาว ผ่านเมืองลา ไปสิ้นสุดที่เมืองจิงหง ประเทศจีน ระยะทางประมาณ 483 กิโลเมตร (ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำการสำรวจเส้นทางได้ข้อมูลจาก การสัมภาษณ์บริษัทแอปเปิลทาวร์

**10.19.3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง**  
 ทางน้ำแม่น้ำโขงหรือแม่น้ำลานซึ่งที่อยู่ในประเทศจีน ช่วงที่สามารถเดินเรือได้มีระยะทาง 260 กิโลเมตร มีเมืองท่าที่สำคัญคือ เมืองท่าชื่อเหมา และเมืองท่าจินหง (เชียงรุ่ง)

**10.19.4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง**  
 เส้นทางเรือในจัดการการท่องเที่ยวจาก ท่าเรือ เชียงของ ผ่านแม่น้ำโขงเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศที่จะล่องเรือไปตามลำน้ำโขงไปเที่ยวเมืองหลวงพระบาง

**10.19.5 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำระหว่าง กรุงเทพฯ – ย่างกุ้ง**  
 สายการบินไทยแอร์เอเชียบินจากกรุงเทพฯ ไปเมืองย่างกุ้งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดอย่างมหาศาลเช่น ที่ประดิษฐ์บรรจุศพของคัมภีร์และเจดีย์และวัดสำคัญ อื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกยกไปเยี่ยมชม

## 10.20 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้

จากการสำรวจเส้นทางและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือ ควรใช้เส้นทางเพื่อเชื่อม ไทย พม่า และจีนตอนใต้ การเปิดเส้นทางเป็นสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่ง ด้วยการใช้ ศักยภาพของเชียงรายที่เหนือกว่าในการเป็นศูนย์กลางอันเนื่องจาก

**10.20.1 จากเหตุผลทางด้านที่ดี เชียงรายเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เชื่อมต่อกับประเทศ ถึง 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และลาว ทึ้งบังสามารถเชื่อมต่อไปยังจีนตอนใต้ น่าจะดูดูดี**

**10.20.2 การมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวสูง**  
**10.20.2.1 เชียงรายทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพียงพอต่อการส่งเสริม โดยมีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและวัฒนธรรม**

10.20.2.2 ความได้เปรียบในเชิงบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการให้บริการ และจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

10.20.2.3 เชียงรายมีสถานที่พักที่พร้อมและได้นำมาตรฐานพอดีบ่งที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในราคายี่ห้อเดียวกัน

10.20.2.4 นอกจานี้เชียงรายยังเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายของที่ระลึกริมแม่น้ำท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอแม่สาย

10.20.2.5 เชียงรายมีศักยภาพและมีโอกาสที่ร่วมลงทุนกับยุนนานาได้ คือ ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ซึ่งยุนนานามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมาก อีกทั้งเป็นจุดที่ใกล้กับไทยมากค่าใช้จ่ายในด้านการเดินทางจึงถูกมาก แต่ปัจจุบันการจัดการด้านการท่องเที่ยวของยุนนานายังขาดความชำนาญ ซึ่งนักธุรกิจไทยสามารถสร้างโอกาสในการเข้าจัดการ เช่น ทำธุรกิจทัวร์ โดยเน้นกลุ่มผู้มีรายได้สูง จากตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีนไม่ยาก

10.20.3 มีความได้เปรียบในด้านการคุณภาพที่ถึงพร้อม

10.20.3.1 การคุณภาพทางบก เส้นทางในไทยมีความพร้อม ที่จะรับการขยายตัวในอนาคตได้มากกว่า อีกทั้งยังเป็นจุดที่สามารถเชื่อมกับถนนที่เชื่อมต่อ กับประเทศไทย ลาว และจีนได้สะดวก หากถนนในส่วนของประเทศไทยแล่นนี้ได้รับการพัฒนามีอัตราจราจรเป็นจุดผ่านที่สำคัญของทั้งสินค้า และนักเดินทางท่องเที่ยว

10.20.3.2 มีศักยภาพการคุณภาพทางอากาศ ปัจจุบันสามารถบินเชียงรายได้รับการปรับปรุงให้เป็นสนามบินนานาชาติ และมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการทุกวัน มีเที่ยวบินติดต่อได้ทั่วภัยในและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทย ลาว และจีนตอนใต้

10.20.3.3 มีศักยภาพการคุณภาพทางน้ำ โดยการล่องเรือทางลำน้ำโขง แม่น้ำในปัจจุบันยังไม่คุ้มต่อการเดินเรือ เนื่องจากต้องใช้เรือน้ำดเล็ก แต่หากได้รับการพัฒนาจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยว และ ขนถ่ายสินค้าที่สำคัญ

10.20.3.4 มีพื้นที่การทางการเดินทางเชื่อมเมืองและศูนย์การค้าที่มีประสิทธิภาพกว่า เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน

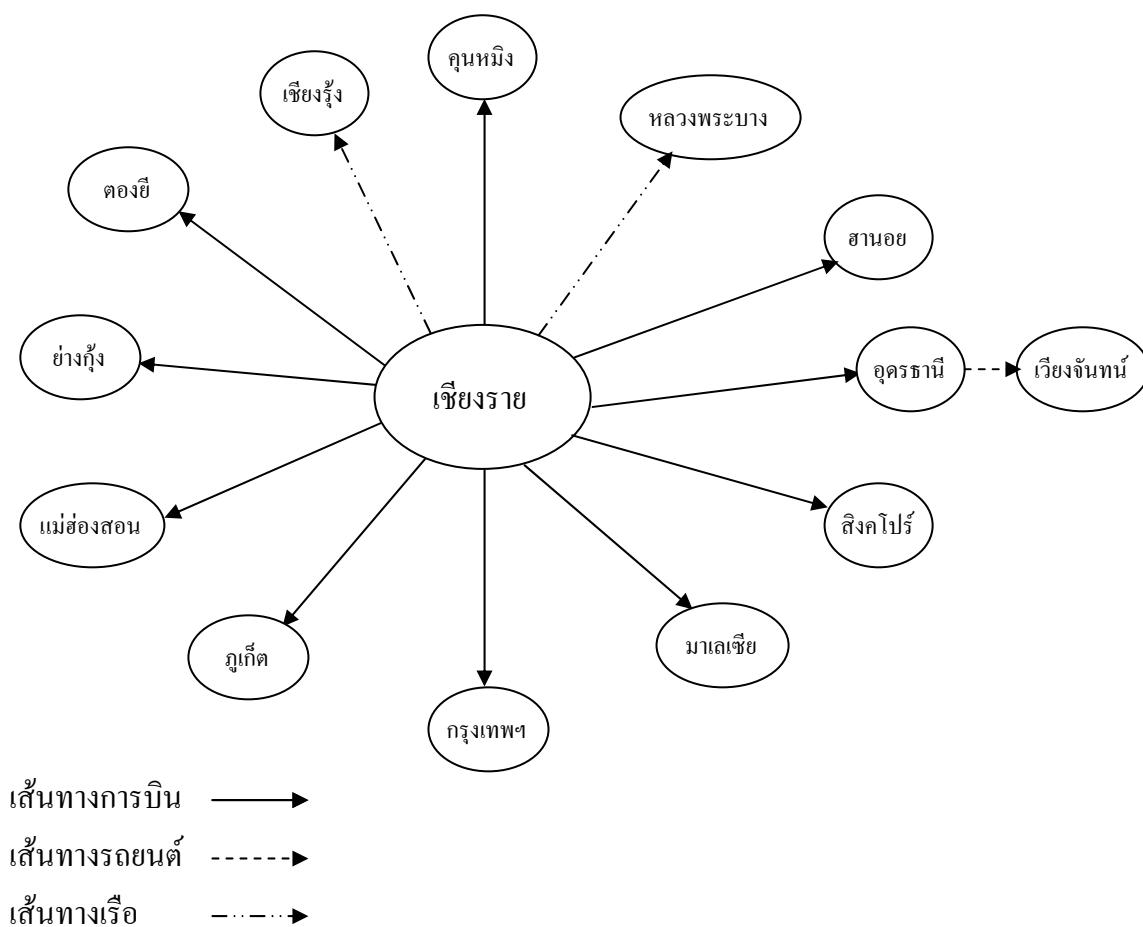
10.20.3.5 ความปลอดภัยในการพักค้างคืนก่อนท่องเที่ยวในพื้นที่สันใจสูง ทำให้การท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในฝั่งพม่า และลาว พักในเมืองเชียงราย ดูจะเป็นสิ่งที่ดีกว่าในสายตาของนักท่องเที่ยว

### 10.21 โอกาสทางการตลาดการเป็นประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้านหรือการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและศูนย์กลางทางการบินระหว่างภูมิภาค

จากการประเมินโอกาสทางการตลาดของไทยและการวิเคราะห์จังหวัดที่สามารถเข้ามายิงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ( ยกระดับมาตรฐาน ศินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา) มีชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยวและแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และมีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยวการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการขนส่งทางอากาศ สู่ประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านอันได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า จีนตอนใต้ และเวียดนาม

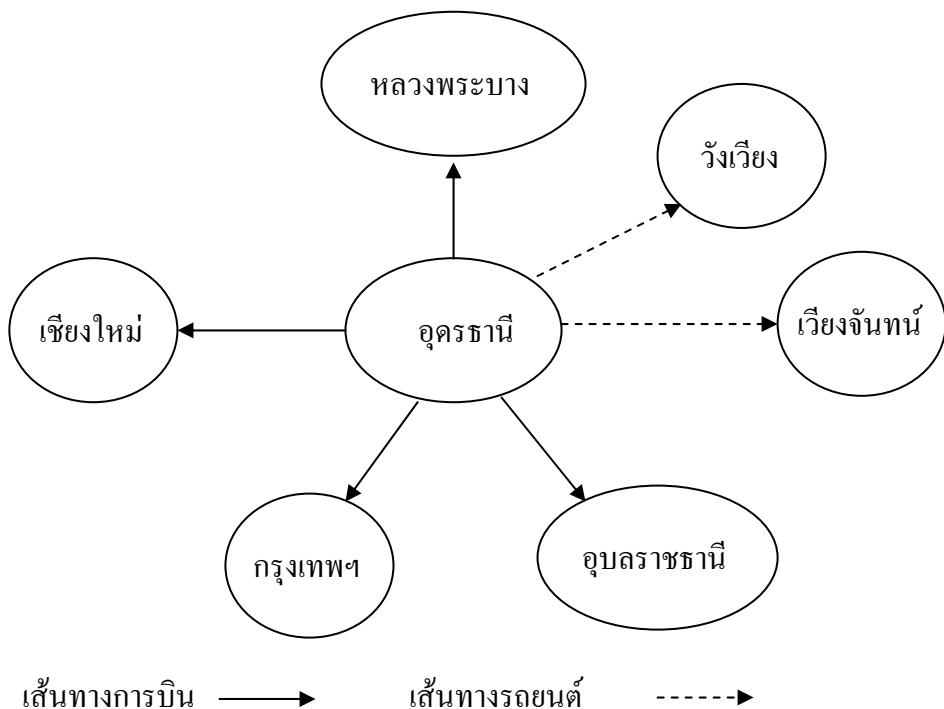
ด้วยศักยภาพความเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวจากการใช้การเชื่อมโยงของสายการบินต้นทุนต่ำของจังหวัดเชียงราย อุดรธานีและอุบลราชธานี

#### 10.21.1 เชียงราย – พม่า ลาว เชียงรุ่ง (จีน)



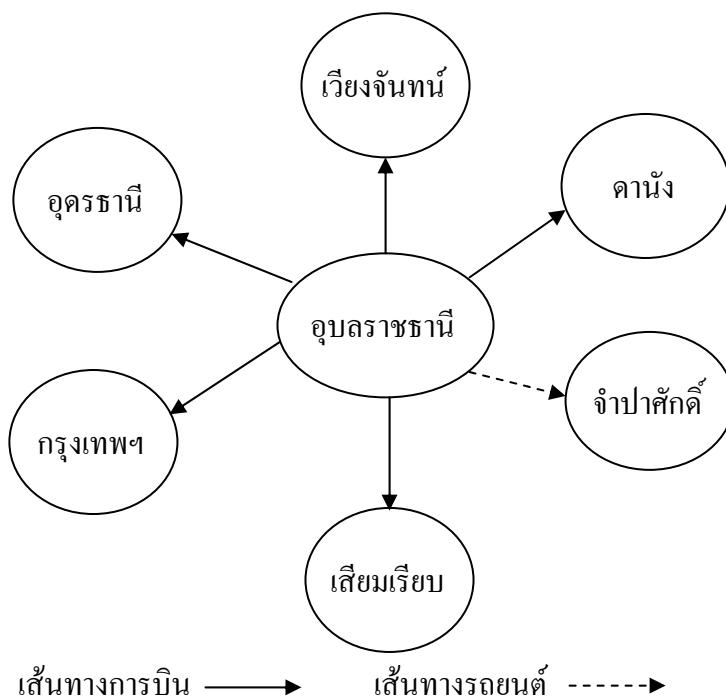
รูปที่ 10-1 จังหวัดเชียงรายประตูสู่พม่า ลาว และจีนตอนใต้

### 10.21.2 อุครานี – ลาว เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง



รูปที่ 10-2 ศักยภาพจังหวัดอุครานีกับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

### 10.21.3 อุบลราชธานี – กัมพูชา เสียมเรียน ลาว จำปาศักดิ์



รูปที่ 10-3 ศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานีกับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

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

## บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

กองสติ๊ติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. โครงการสำรวจสติ๊ติการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ปี 2546 ภาคใต้. กรุงเทพฯ : กองสติ๊ติและวิจัย, 2546.

\_\_\_\_\_ . สถานการณ์เข้าพักแรม ปี 2546. กรุงเทพฯ : กองสติ๊ติและวิจัย, 2546.

\_\_\_\_\_ . สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ปี 2546. กองสติ๊ติและวิจัย, 2546.

\_\_\_\_\_ . โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2546. กองสติ๊ติและวิจัย, 2546

จาเร รัมจูปานะ . การศึกษาเพื่อประเมินผลโครงการก่อสร้างสนามบินระนอง . กรุงเทพฯ : สำนักนโยบาย และแผนการงานส่งและสื่อสาร , 2540

ชาญชัย ดวงจิตต์. การส่งเสริมการท่องเที่ยวและองค์การเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.

บริษัท ซี.อส.เอ็น. แอนด์แอสโซซิเอท. การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการตลาดนักท่องเที่ยวสตรีในไทย. กรุงเทพฯ : บริษัท, 2539.

ประจักษ์ ศกุนตะลักษณ์ . เศรษฐศาสตร์การขนส่ง . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย , 2539

ประเสริฐ ปกป่องศึก. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกฎหมายอาชาระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : นักพิมพ์ วิญญาณ, 2545

รังสรรค์ แวงโสภา . การขนส่งทั่วไป . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ , 2538

ประชุม สุวัตถีและคณะ . การขนส่งเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ . กรุงเทพฯ : สำนักนโยบายศึกษา และทະเลอันดามัน กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2538

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา . อุตสาหกรรมการบิน . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง , 2535

บัณฑิต จันทร์ใจนกิจ . บริษัทการบินไทย จำกัด . กรุงเทพฯ : สถาบันนโยบายศึกษา , 2535

บัณฑิต จันทร์ใจนกิจ . รัฐวิสาหกิจยุทธศาสตร์นโยบายอนันท์ 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 – Purzychi. **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

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

ชีวีไอ โผล่คุณ “โลว์คอสต์” บินไทย พาที นำทัพฟ้า “ตذاดตัวเอื้ออาทรอ” **ประชาชาติธุรกิจ** (วันจันทร์ที่ 2 – วันพุธที่ 4 กุมภาพันธ์ 2547) : 40,39

โนนี เฟอร์นานเดส “เพื่อนจุดขายไทยแอร์ฯขึ้นนำตذاด” **ประชาชาติธุรกิจ** (วันพุธที่ 19 – วันอาทิตย์ 22 กุมภาพันธ์ 2547) : 24,40

“โอเรียนท์ไทยจะลดอย่างโลว์คอสต์ฯกลุ่มทุนบินในประเทศไทย ต่างชาติร่วม” **ประชาชาติธุรกิจ** (วันจันทร์ที่ 1 – พุธที่ 3 มีนาคม 2547) : 40,39

“นกแอร์เชอร์ไพรส์ แผนบิน ก.ค.นี้ ปล่อยแอร์เอชียอล์ม โอเรียนท์” **ประชาชาติธุรกิจ** (วันพุธที่ 17 – วันอาทิตย์ที่ 20 มิถุนายน 2547) : 44,43

“สายการบินต้นทุนต่ำความท้าทายในยุคน้ำมันแพง” **บ้านเมือง** (วันจันทร์ที่ 24 พฤษภาคม 2547) : 25,26,31

“ธุรกิจ แอร์ไอลิน์สแข่งขันสร้างสีสันชิงแชร์ตذاด “กรุงเทพธุรกิจ” (วันพุธที่ 12 กุมภาพันธ์ 2547) : 38

ชนินยา สันสมภาค. “ยกแรกโลว์คอสต์...เลื่อนกันที่ แบรนด์ “กรุงเทพธุรกิจ” (วันจันทร์ที่ 16 กุมภาพันธ์ 2547) : 39

ธนวรรณ วินัยสกีร. “ ผ่ากลยุทธ์ 4 โลว์คอสต์ แอร์ไอลิน์สเปิดยุทธศาสตร์ชิงน่านฟ้าไทย “ **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 15-18 กุมภาพันธ์ 2547) : 26

“ บูมท่องเที่ยววันธรรมชาติ-โลว์คอสต์ปักกุกท่องเที่ยวไทย กอย 3.6 แสนล้าน “ **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 5-7 กุมภาพันธ์ 2547) : 26

“ สนับสนุนภูมิพลรับโลว์คอสต์แอร์ไอลิน์สบูม “ **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 18-21 พฤษภาคม 2547) : 30

“แคนตัส-สิงค์โปร์รุ่มชิงเค้กบีดເອເຊີຍລູຍເບື້ນນຳໄລວ່ຄອສທ໌” ສ້ານແຄຣມສູກົງ (ວັນທີ 18 ເມສານ 2547)

:23,24

ເພື່ອງຈຸບັນ ໄຍສານ ເສນ. “ພາທີ ສາຮສິນ ທີເຕີດ ນກແວຣ໌ ຂອງແດນຈາກບິນໄທ” ປະຊາທິສູກົງ (ວັນຈັນທີ 16 – ວັນພຸດ 18 ກຸມພາພັນ້ນ 2547) : 40,39

“ໜົມອເສຣີສູ ລົດຄ່າຕໍ່ວ່າສູ່ບິນຄູກ” ຜູ້ຈັດກາຣາຍວັນ (ວັນເສາຣ໌ -ວັນອາທິຕີທີ່ 22-23 ພຸດສິກຸາຍນ 2546) : 1,2

“ໜີ້ສິທິກາຣົບນົມຮົມຈາຕີ ສັບນ ໂຍບາຍ ໂລວ່ຄອສຕ໌” ສໍາຍາມສູກົງ (ວັນທີ 23-29 ພຸດສິກຸາຍນ 2546) : 1,8

“ຮແວຣ໌ໄລນ໌ໄຟປົດຈາດຖຸນຮ່ວມພັນລ້ານເນີນປັບປຸງຕ້ວ່າໜີຕາຍ” ສ້ານແຄຣມສູກົງ (ວັນທີ 8-10 ກຣກໆກຸາມ 2547)

:1,2

“ນບສ.-ຮາໄພ ປັບຍາໄຫຼູ່>ຮັບມືອ ໂລວ່ຄອສຕ໌ ທັງໜ້າຮາຄາລົງຂັ້ນຍາກເລີກເສັ້ນທາງ” ສ້ານແຄຣມສູກົງ (ວັນທີ 14-17 ຂັນວາມ 2546) : 28

“ນບສ. ກວ້ານ ໂລວ່ຄອສຕ໌ແຍ່ງລູກຄ້າປັກໄດ້” ສໍາຍາມສູກົງ (ວັນທີ 23-29 ພຸດສິກຸາຍນ 2546) : 10

“ຮອດທັວ່ຽນ ໂລວ່ຄອສຕ໌ແວຣ໌ໄລນ໌ຊີງຕລາດ” ກຽງທະພສູກົງ (ວັນອັງຄາຣທີ 17 ກຸມພາພັນ້ນ 2547) : 39

ເວັບໄຊຕີ່ສືບຄັນ ຮະຫວ່າງ ພ.ສ.2548 – 2549

[www.tat.or.th](http://www.tat.or.th)

[www.gems – tourism.com](http://www.gems-tourism.com)

[www.airasia.com](http://www.airasia.com)

[www.fly12go.com](http://www.fly12go.com)

[www.nokair.com](http://www.nokair.com)

[www.visit-mekong.com](http://www.visit-mekong.com)

[www.bot.or.th](http://www.bot.or.th)

[www.moi.go.th](http://www.moi.go.th)

[www.dpu.ac.th](http://www.dpu.ac.th)

[www.mots.go.th](http://www.mots.go.th)

[www.mof.go.th](http://www.mof.go.th)

[www.visitsingapore.com](http://www.visitsingapore.com)

[www.tourism.gov.my](http://www.tourism.gov.my)

[www.malaysia.com](http://www.malaysia.com)

[www.aseansec.org](http://www.aseansec.org)

[www.pata.org](http://www.pata.org)



## แบบสอบถามโครงการวิจัย

การวิเคราะห์สัมภาษณ์การบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

เวลาที่ใช้บริการ.....วันที่ใช้บริการ  1) สุกร์  2) เสาร์  3) อาทิตย์  4) วันอื่นๆ.....

ท่านเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำครั้งที่เท่าใด  1) ครั้งแรก  2) ครั้งที่สอง  3) มากกว่าครั้งที่สอง

**คำนี้แจง กรุณาระบุเครื่องหมาย / ในช่อง**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ  1) ชาย  2) หญิง

2. อายุ  1) ไม่เกิน 20 ปี  2) 20-29 ปี  3) 30-39 ปี  4) 40-49 ปี  5) 50 ปีขึ้นไป

3. อุปนิสัย

1) กรุงเทพฯ  2) ภูเก็ต  3) หาดใหญ่  4) เชียงใหม่  5) เชียงราย  6) อุบลราชธานี  
 7) อุดรธานี  8) ขอนแก่น  9) นราธิวาส  10) อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. สถานภาพสมรส  1) โสด  2) สมรส

5. อาชีพ

1) ธุรกิจส่วนตัว  2) ผู้บริหารระดับสูง  3) ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง  4) เจ้าหน้าที่รัฐบาล  5) นักศึกษา  
 6) ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน  7) งานบ้าน/แม่บ้าน  8) ปลดเกณฑ์  9) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อปี

1) น้อยกว่า 6,000 USD (240,000 บาท)  2) 6,000-10,000 USD (240,000 – 400,000 บาท)

3) 10,001-20,000 USD (400,001-800,000 บาท)  4) 20,001-30,000 USD (800,001 – 1,200,000 บาท)

5) 30,001-40,000 USD (1,200,001-1,600,000 บาท)  6) มากกว่า 40,000 USD (มากกว่า 1,600,000 บาท)

7. ระดับการศึกษา  1) มัธยมศึกษา  2) ปริญญาตรี  3) ปริญญาโท

4) ปริญญาเอก  5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการและการเดินทาง

1. สื่อโฆษณาใดที่ท่านได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน

1) โทรทัศน์  2) วิทยุ  3) ได้รับการแนะนำจากเพื่อน  4) INTERNET  5) BILL BOARD

6) นิตยสารท่องเที่ยว, หนังสือพิมพ์  7) ใบปลิว แผ่นพับ โปสการ์ด  8) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ส่วนใหญ่ท่านซื้อตั๋วโดยสารและ(สำรองที่นั่ง) จากที่ใด

1) เค้าเตอร์ขายตั๋วโดยสารของสายการบิน  2) ตัวแทนจำหน่ายของสายการบิน  3) ร้าน 7-eleven

4) ตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสาร  5) บริษัททัวร์  6) Web Siteของสายการบิน  7) อื่นๆ ระบุ.....

3. ส่วนใหญ่ท่านซื้อตั๋วโดยสารหรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทางนานเท่าใด

1) ไม่เกิน 1 สัปดาห์  2) 2-3 สัปดาห์  3) ประมาณ 1 เดือน  4) มากกว่า 1 เดือน

4. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ช่อง)

1) ธุรกิจ  2) ท่องเที่ยว  3) ธุรกิจและท่องเที่ยว  4) เยี่ยมญาติ  5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ลักษณะการเดินทางโดยสายการบินโดยวิธีเดินทาง

1) เดินทางคนเดียว  2) ไปกับครอบครัว  3) ไปกับหมู่คณะ  4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนมีโควิด-19

1) หนึ่งครั้ง  2) 2-5 ครั้ง  3) มากกว่า 5 ครั้ง

7. ความถี่ของการใช้บริการสายการบินหลังมีโลว์คอสต์กี่ครั้งต่อปี  
 1) หนึ่งครั้ง       2-5 ครั้ง       3) มากกว่าครั้ง       4) อื่นๆ โปรดระบุ.....
8. ก่อนมีสายการบินโลว์คอสต์ท่านเดินทางโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ช่อง)  
 1) รถยนต์ส่วนตัว       2) สายการบินปกติ       3) รถทัวร์       4) รถไฟ       5) อื่นๆ โปรดระบุ.....
9. ความต้องการใช้บริการในอนาคตสายการบินโลว์คอสต์  
 1) ใช่ เพราะ.....       2) ไม่ใช่ เพราะ.....
10. สิ่งที่คิดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินด้านทุนต่อไป  
 1) ราคาค่าโดยสาร       2) ความสะดวกในการจองตั๋ว       3) เวลาในการเดินทาง  
 4) ความมั่นใจในความปลอดภัย       5) การบริการที่ได้รับ       6) อื่นๆ ระบุ.....
11. สิ่งที่คิดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของท่านในคุณภาพบริการของท่าอากาศยาน  
 1) ความสะดวกสบายของที่พักผู้โดยสาร       2) การตอกแต่งสถานที่ ณ ท่าอากาศยาน เหมามะสม สวยงาม  
 3) อุปกรณ์ในการบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวก ทันสมัย       4) ความแอดดิคติดต่อใช้บริการ  
 5) ความรวดเร็วของบริการที่สนามบิน       6) ความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย  
 7) อื่นๆ.....

ส่วนที่ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการบริการที่ได้รับต่อไปนี้ โดยมีระดับความพึงพอใจดังนี้

การบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. การบริการในการเข้า Check - In</b>					
1.1 ความรวดเร็วในการเข้า Check - In					
1.2 มีอัชญาศัยในการต้อนรับ					
1.3 การติดต่อสื่อสาร					
1.4 ความยืดหยุ่นในเรื่องนำหน้าของสัมภาระผู้โดยสาร					
<b>2. การบริการ ณ ที่พักผู้โดยสาร ก่อนเดินทาง Departure Lounge</b>					
2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่ใช่บริการ					
2.2 อัชญาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน					
2.3 ความพึงพอใจของท่านกับการเข้ากิจเพื่อขึ้นเครื่องบิน					
2.4 บริการอื่นๆ ที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ.....					
<b>3. การบริการในการรับ-ส่งสัมภาระผู้โดยสาร</b>					
3.1. ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร					
3.2. มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก่ปัญหา					
3.3. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน					
<b>4. การบริการบนเครื่องบิน ( IN FLIGHT SERVICE )</b>					
4.1 ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย					
4.2 อัชญาศัยไม่รีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน					
4.3 การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน					
4.4 ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน					
4.5 ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน					
4.6 ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมของสายการบิน					

ส่วนที่ 4 ท่านเห็นอย่างไรกับราคาน้ำดื่มตัวโดยสารของสายการบิน ต้นทุนต่ำ

ราคาน้ำดื่มตัวโดยสาร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ราคาน้ำดื่มตัวโดยสารมีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน					
2. ราคาน้ำดื่มตัวโดยสารมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับสายการบินภายในประเทศ					
3. ราคาน้ำดื่มตัวโดยสารมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับสายการบินระหว่างประเทศ					
4. ราคาน้ำดื่มตัวโดยสารมีความเหมาะสมต่อเส้นทางบินที่ให้บริการ					
5. ราคาน้ำดื่มตัวโดยสารมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ					
6. ราคาน้ำดื่มตัวโดยสารที่ซื้อผ่านตัวแทนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ					
7. ค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆ มีความเหมาะสม					

ส่วนที่ 5 ท่านเห็นอย่างไรกับการสำรองที่นั่งของสายการบิน ผ่านเคเตอร์ขายตัว, Web Site และตัวแทนจำหน่ายตัวโดยสาร

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

ส่วนที่ 6. ท่านให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน

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

ส่วนที่ 7 การเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน (ตอบได้หลายข้อ)

1. เมืองที่ได้ไปช่วงในประเทศไทย

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

2. เมืองที่ได้ไปช่วงในประเทศไทยเพื่อนบ้าน

1) สิงคโปร์  2) รัฐกุ้ง  3) พนมเปญ  4) หานอย  5) เวียงจันทน์  6) กัมลาลัมเปอร์  7) อื่นๆ.....

3. ประสบการณ์การเดินทางมายังประเทศไทยข้างล่างนี้

- 3.1 ไทย(ตามสภาพชาวต่างประเทศ) .....  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  Murdoch Lodge โนราณสถาน.....     | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.2 เกาะ ทะล .....                    | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.3 ป่า ภูเขา .....                   | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.4 ศิลปวัฒนธรรม.....                 | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.5 พญาภัย .....                      | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.6 กีฬา .....                        | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.7 แหล่งช้อปของ.....                 | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.8 อาหาร .....                       | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.9 สมุนไพร.....                      | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.10 สิ่งบันเทิงยานพาหนะ, คาสิโน..... | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.11 คาสิโน.....                      | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.12 ประชุมนิทรรศการ ดูงาน .....      | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.13 ศึกษาต่อ.....                    | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.14 สุขภาพ สปา นวด.....              | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |
| 4.15 อื่นๆ.....                       | <input type="radio"/> (1) สนใจมาก | <input type="radio"/> (2) สนใจ | <input type="radio"/> (3) ไม่สนใจ |

#### ส่วนที่ 8 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

เรื่อง	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง					
2. การอำนวยความสะดวกสบายของเจ้าหน้าที่					
3. ความชื่อสัตย์และบริการของร้านค้า					
4. ความสะดวกสบายของที่พัก					
5. ความสุขภาพและเป็นมิตรของประชาชน					
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
<b>1. Check-in service</b>					
1.1 Speed of service					
1.2 Hospitality					
1.3 Communication skills					
1.4 Flexibility regarding excess luggage					
<b>2. Departure lounge service</b>					
2.1 Facilities					
2.2 Hospitality of ground staff					
2.3 Queuing to board the aircraft					
2.4 Other service you want.....					
<b>3. Luggage handling</b>					
3.1 Care in handling					
3.2 Eagerness to assist when problems arise					
3.3 Ground service in general					
<b>4. Inflight service</b>					
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
- 4.10Night life .....  1) Very interested  2) Interested  3) Not interested
- 4.11Casino.....  1) Very interested  2) Interested  3) Not interested
- 4.12Meeting & convention.....  1) Very interested  2) Interested  3) Not interested
- 4.13Education .....  1) Very interested  2) Interested  3) Not interested
- 4.14Health tourism & spa .....  1) Very interested  2) Interested  3) Not interested
- 4.15Others.....  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)	ไม่แน่ใจ/ ปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
<b>จุดแข็ง</b>					
1. มีทรัพยากรห้องที่ยวที่ดี ดีเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก					
2. ทรัพยากรม努นย์มีความพร้อมที่จะ ได้รับการ พัฒนา					
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและ บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก					
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ					
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบิน นานาชาติ					
6. อื่นๆ.....					
ปัจจัยในการวิเคราะห์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ/ ปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
<b>จุดอ่อน</b>					
1. มีปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เสื่อมโทรม					
2. ไม่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว					
3. การอาบปริญนักท่องเที่ยวของประชาชนและไม่ เอื้ออาทรนักท่องเที่ยว					
4. การไม่ควบคุมและรักษาระดับมาตรฐาน การให้บริการของที่พักและบริการสาธารณูป					
5. ขาดการส่งเสริม/การลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว					
6. อื่นๆ.....					

ปัจจัยในการวิเคราะห์	ระดับความคิดเห็น				
	มาก (5)	ค่อนข้างมาก (4)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างน้อย (2)	น้อย (1)
โอกาส					
1. ชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยว					
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุน ด้านการท่องเที่ยว					
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่ นานาชาติ( ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)					
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาของรัฐ เช่น การ สร้างเขื่อน การuhnส่ง การ					
5. การปรับตัวตามกระแสโลกเรื่องสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยาย ตลาดในวงกว้าง					
6. อื่น ๆ .....					
อุปสรรค					
1. ผลกระทบภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยด้อย					
2. ผลกระทบเหตุการก่อการร้ายสากระดับ ความขัดแย้ง <sup>ร</sup> ระหว่างประเทศ และ โรคระบาด					
3. มีกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่ไม่อำนวยความ สะดวกหรือล้าสมัย					
4. มีข้อจำกัดทางความมั่นคงของรัฐ เช่น การชุมนุม <sup>ร</sup> ประท้วง เคอร์ฟิวฯลฯ					
5. ความเสี่ยงจาก ภัยธรรมชาติที่มีผลกระทบตลาดใน วงกว้าง					
6. อื่น ๆ .....					

ข้อเสนอแนะให้รัฐและจังหวัดดำเนินการ

.....

.....

.....

.....

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

( One Stop Service Center)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	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 - ผลักดันจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่ 4 ประเทศ	3.เพิ่ม ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้เพิ่มขึ้น 3.2 Road Show 3.3 จัดแรลลี่ ประเทศไทย, ลาว, พม่า, จีน)					

4. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ ชาล้านนา	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์ เพย์เพร OTOP ของ จังหวัด 4.2 เพิ่ม ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเข้าชม 4.3 สำรวจความพึง พอใจนักท่องเที่ยว					
----------------------------------	--	--	--	--	--	--

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่งคอกไไม้มีเมืองหนาวและเส้นทางคอกไไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ 1.2 จำนวนเส้นทางคอกไไม่งามที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่					
2. การท่องเที่ยวเชิงชุมชนเชิงเกษตรและแปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และโรงงานไวน์ ไร่ชา)	2.1 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่ 2.2 จัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
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 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและท่องถิน ได้รับการพัฒนา					
7. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ และเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	7.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงและเผยแพร่					
8. การอนุรักษ์พื้นที่ชุมน้ำโลกแองเชียงแสน	8.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8.2 สร้างกิจกรรมนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น					
9. ด้านวัฒนธรรม	9.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาและเอกลักษณ์ล้านนา					
10. จัดสร้างสวนตุนและสวนโคมเฉลิมพระเกียรติ	10.1 ประชาสัมพันธ์ตุนและสวนโคมที่ได้รับการพัฒนา 10.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เข้าชม					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : สร้างเสริมการท่องเที่ยวเชิง  
ประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด หรือที่เรียกว่า “สื่อเหลี่ยมวัฒนธรรมล้านนา”)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
1. ผลักดันให้ โบราณสถานเชียง แสนให้เป็นมรดกโลก	1.1 ได้ขึ้นทะเบียนเป็น มรดกโลก 1.2 Route ท่องเที่ยว 2-6 มรดกโลกของ ไทย					
2. บูรณะและพัฒนา โบราณสถาน	2.1 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถานเชียง แสนที่จะเป็นมรดก โลก 2.2 จำนวน โบราณสถานเวียง กาหลงที่ได้รับการ บูรณะ					
3. พัฒนาเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางที่ได้รับการ พัฒนา 3.2 ประชาสัมพันธ์					
4. หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1 ประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านที่ได้รับการ วัฒนธรรมล้านนา					

**แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : สร้างเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season**

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

**แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน**

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง					
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางในจังหวัดเพิ่มขึ้น					
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศไทยเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้ง และเปลี่ยนกับประเทศไทย พม่า จีน					
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 เซียง โดยเชื่อมโยงเส้นทางเชียงใหม่ เชียงตุง เชียงรุ่ง เชียงทองและเชียงราย	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เข้าชมในเส้นทาง 5 เซียงเพิ่มขึ้น 4.2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 5 เซียง					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

( One Stop Service Center)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	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)					

4. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ อนโดจีน	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์ เพยแพร OTOP ของ จังหวัด 4.2 ประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวเข้าชม 4.3 สำรวจความพึง พอนักท่องเที่ยว					
---------------------------------	--	--	--	--	--	--

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่งคอกไม้และเส้นทางคอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ 1.2 ประชาสัมพันธ์เส้นทางคอกไม้งามที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่					
2. การท่องเที่ยวเชิงชุมชนเชิงเกษตรและแปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และไร่กาแฟ)	2.1 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่ 2.2 ประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
3. เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรมชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น					

4. การจัดทำหมู่บ้านตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน - บ้านพักในหมู่บ้านชาวไทยอีสาน -Thai Lanchang City	4.1 ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านตัวอย่างในโครงการ Home Stay / long Stay 4.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	5.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและท่องถิ่น ได้รับการพัฒนา					
6. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ และเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงและเผยแพร่					
7. อนุรักษ์พื้นที่ป่าคำชะโนด	7.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 7.2 กิจกรรมบุญไหว้เพิ่มมากขึ้น					
8. ด้านวัฒนธรรม	8.1 จำประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาและเอกลักษณ์ไทยอีสาน					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง  
ประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกันอุ่นจังหวัด

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
1. บ้านเชียงมรดกโลก	1.1 ประชาสัมพันธ์ เป็นมรดกโลกที่มีชื่อ เป็นที่สนใจ 1.2 Route ท่องเที่ยว 2-6 มรดกโลกของ ไทย					
2. บูรณะและพัฒนา โบราณสถาน	2.1 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถาน ได้รับ <sup>การบูรณะ</sup>					
3. พัฒนาเส้นทาง ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงในจังหวัด (Historical and	3.1 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางที่ได้รับการ พัฒนา 3.2 ประชาสัมพันธ์ โบราณสถานเพิ่มขึ้น					
4. หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1 จำนวนหมู่บ้านที่ ได้รับการวัฒนธรรม อีสาน					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดย  
เน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยว จังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตาราง การท่องเที่ยวของ จังหวัดที่เป็น <sup>เอกลักษณ์</sup> และ ส่งเสริมกัน					
2. บัตรเดียวเที่ยวใน กลุ่ม จังหวัด/ เวียงจันทน์	2.1 จำนวนบัตรที่ สามารถสร้างรายได้					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง					
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางในจังหวัดเพิ่มขึ้น					
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศไทยเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้ง และเปลี่ยนกับประเทศไทย เวียดนาม จีน					
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุดร หนองคาย เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง เชียงรุ่ง	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เขี่ยมชมในเส้นทางเพิ่มขึ้น 4.2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 เมือง เพื่อนบ้าน					

**แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว**

**ครบวงจร ( One Stop Service Center)**

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	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 - แรลลี่ 4 ประเทศ	3.ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น 3.2 Road Show 3.3 จัดแรลลี่ ประเทศ (ไทย, ลาว, เวียดนาม กัมพูชา)					

4. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ อุบลจำปาศักดิ์	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์ เพยแพร OTOP ของ จังหวัด  4.2 เปραρασ्मास्मान्स นักท่องเที่ยวเข้าชม  4.3 สำรวจความพึง พอนักท่องเที่ยว					
--	--	--	--	--	--	--

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากหลายรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่งคอกไม้และเส้นทางคอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ 1.2 ประชาสัมพันธ์เส้นทางคอกไม้งามที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่					
2. การท่องเที่ยวเยี่ยมชมเชิงเกษตรและแปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และไร่กาแฟ)	2.1 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่ 2.2 ประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
3. เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น					
4. การจัดทำหมู่บ้านตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน - บ้านพักในหมู่บ้านชาวไทยอีสาน -Thai Lanchang City	4.1 ประชาสัมพันธ์มีหมู่บ้านตัวอย่างในโครงการ Home Stay / long Stay 4.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					

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

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง  
ประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้าง มาก	ปาน กลาง	ค่อน ข้างน้อย	น้อย
1. เข้าพระวิหาร วัดพู มรดกโลกสระกำแพง	1.1 ประชาสัมพันธ์ ปราสาทขอมที่มีชื่อ <sup>เป็นที่สนใจ</sup>					
2. บูรณะและพัฒนา <sup>โดยร่วมสถานจังหวัด</sup>	2.1 ประชาสัมพันธ์ โดยร่วมสถานได้รับ <sup>การบูรณะ</sup>					
3. พัฒนาเส้นทาง <sup>ท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ เชื่อมโยงในจังหวัด</sup> (Historical and	3.1 ประชาสัมพันธ์ เส้นทางที่ได้รับการ พัฒนา 3.2 ประชาสัมพันธ์ โดยร่วมสถานเพิ่มขึ้น					
4. หมู่บ้านวัฒนธรรม	4.1 ประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านวัฒนธรรม <sup>อีสาน</sup>					

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : สร้างเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัดตลอดปี	1.1 มีการจัดทำตารางการท่องเที่ยวของจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์และส่งเสริมกัน					
2. บัตรเดียวเที่ยวในกลุ่ม จังหวัด/จังหวัด/ชั้นดี	2.1 สร้างบัตรสร้างรายได้					

**แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน**

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอ กิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง					
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในจังหวัดเพิ่มขึ้น					
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศไทยเพื่อนบ้านลาวใต้และเบนรุสต์	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้งแลกเปลี่ยนกับประเทศไทย ลาว เวียดนาม กัมพูชา					
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุบล จำปาสักดี พระวิหาร อัลล่องเวง	4.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทาง เพิ่มขึ้น 4.2 สร้างกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองคุ้มิตร					

Independent: Time

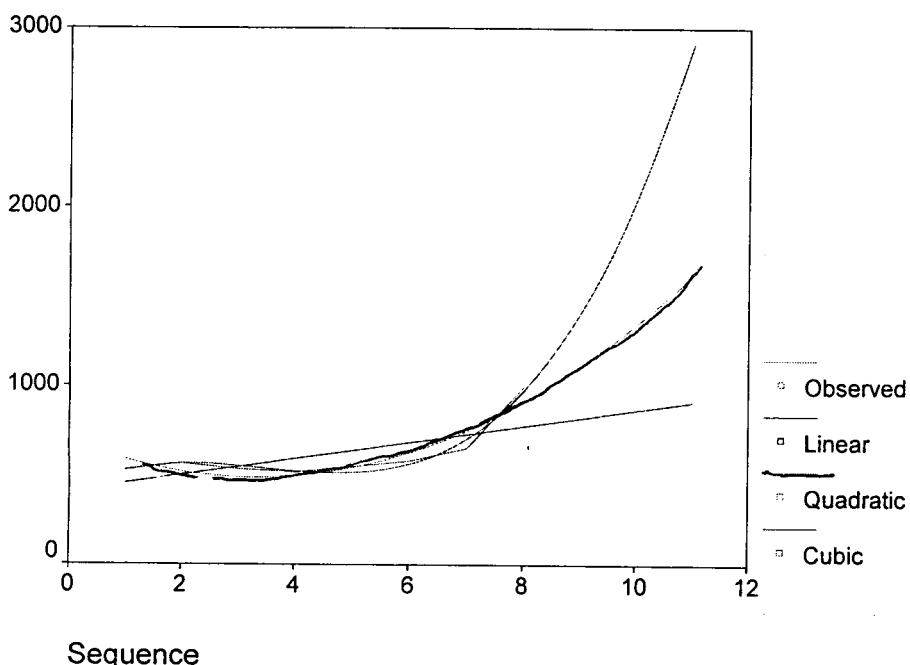
Dependent	Mth	Rsq	d.f.	F	Sigf	b0	b1	b2	b3
-----------	-----	-----	------	---	------	----	----	----	----

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

ÊÔ¤¤â»Ãì



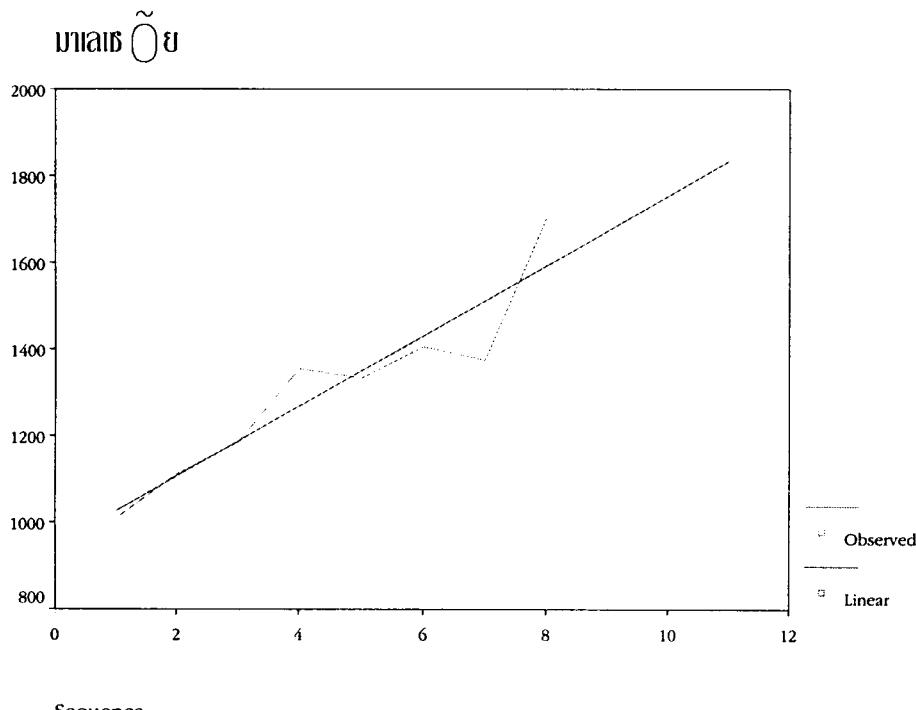
Independent: Time

Dependent Mth Rsq 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**

อุตสาหกรรมการบินเป็นกิจการสาธารณูปโภคจะต้องให้มีบริการที่เพียงพอ กับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะใช้บริการ การเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Skies) ให้มีการแข่งขันธุรกิจที่ประกอบกิจ การเชื่อมโยงการบินในภูมิภาค (Regional Air Linkage) และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ 3 ประเทศคือ ไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ที่มีเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำอยู่หลายบริษัท และการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคจากการดำเนินนโยบายรวมตัวกันของบริษัท มาเป็นการแข่งขันกันในด้านราคา ทำให้เกิดผลกระทบประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวหลายรูปแบบ คือ ผลกระทบประโยชน์ทางสถานที่ (Place Utility) นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางถึงสถานที่ต่างๆ ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง และผลกระทบประโยชน์ทางเวลา (Time Utility) นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางถึงสถานที่ต่างๆ ได้รวดเร็วขึ้น

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต้องอาศัยการลำเลียงขนส่งเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารหรือนักท่องเที่ยวจากสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพำนักอาศัยเป็นการชั่วคราวหรือเพื่อพักผ่อนหรือประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ รวมทั้งเพื่อความผ่อนคลาย ธุรกิจการคุณภาพและขนส่งจึงเป็นธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงนอกเหนือจากธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจการคุณภาพและขนส่งไม่ว่าจะเป็นการขนส่งทางบก ทางน้ำหรืออากาศ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามจำนวนของนักท่องเที่ยวในแต่ละปี จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจการคุณภาพและขนส่งกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาอาศัยกัน โดยเฉพาะการเดินทางระหว่างประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องอาศัยธุรกิจการขนส่งทางอากาศหรือธุรกิจการบินอย่างมิอาจหลีกเลี่ยงได้ เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องอาศัยต้นทุน จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้เกิดการเดินทางมากขึ้น และก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการขนส่งทางอากาศที่ต้องอาศัยอุตสาหกรรมหรือธุรกิจการบินเพื่อขนส่งนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศซึ่งมีความสำคัญต่อการนำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศมาสู่ประเทศไทยที่เป็นจุดหมายปลายทางดังนั้น ถ้าหากธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำสามารถดำเนินความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวมากเท่าได้ ย่อมส่งผลต่อการส่งเสริมโอกาสการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ปัจจุบันจากนโยบายของภาครัฐที่กำหนดให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลัก

การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจาก การเชื่อมโยงเส้นทางของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวใน ประเทศไทย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ ของโลก monoc โลกในประเทศไทย กัมพูชา พม่า ลาว จีนตอนใต้ เวียดนาม เพื่อการวางแผนรักษา ประเทศไทยไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia ให้มีข้อมูลและข้อสรุปที่ชัดเจนจึงได้กำหนดให้ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) เพื่อวิเคราะห์เส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำ และสถานการณ์ทางการตลาดของ ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ ไทยและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก monoc โลก

2) เพื่อวิเคราะห์ผลหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่มีต่อธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจรถทัวร์ และ การรถไฟแห่งประเทศไทย

3) เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งบริการ ภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน อันได้แก่ ความสะอาด รวดเร็ว และความปลอดภัย

4) เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของ ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

## 2. สายการบินต้นทุนต่ำไทยและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย เป็นสายการบินแบบประหยัดรายแรกของไทย ซึ่งมี ลักษณะ โดดเด่นในการให้บริการที่แตกต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำทั่วไปในภูมิภาคเอเชีย โดย ลักษณะของการนำเสนอราคานิรูปแบบราคาเดียวสำหรับทุกเส้นทาง ( ภายในโซนเดียว กัน ) พร้อม บริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง

### (2) ไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia )

แอร์เอเชียมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศไทยโดยใช้ชื่อว่า บริษัท แอร์เอเชีย เอวิวิชั่น จำกัด และใช้ Boeing 737-300 เพียงรุ่นเดียว มีความจุ 148 ที่นั่ง แอร์เอเชียมีการเปิดเส้นทางการบินทั้งในประเทศไทยและเอเชีย และไทย รวมทั้งเส้นทางการบินระหว่างประเทศ เช่น ไทย สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชา จีน มาเก๊า แอร์เอเชียจะมีการร่วมทุนกับประเทศไทยลิงค์โปรด ซึ่งจะมีผลลัพธ์ในระหว่างการสร้างผู้ลงทุนร่วม

### (3) nok air (Nok Air)

การบินไทย ผู้ถือหุ้นสายการบินด้านทุนต่ำ โดยใช้ชื่อว่า นกแอร์ (Nok Air) โดยมีผู้ร่วมทุนคือ การบินไทยทิพยประกันภัย และสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีเงินทุนจดทะเบียนประมาณ 500 ล้านบาท นกแอร์เริ่มดำเนินการในไตรมาสที่ 2 ของปี 2547 โดยใช้เครื่องบิน B737-400s จำนวน 3 ลำ (เช่าจากการบินไทย) และเริ่มต้นให้บริการใน 6 เส้นทางหลักในประเทศไทย คือ ภูเก็ต เชียงใหม่ อุดรธานี ขอนแก่น พิษณุโลก และหาดใหญ่

### 3. การแข่งขันในธุรกิจการบิน

สายการบินต้นทุนต่ำต้องแข่งขันสายการบินชั้นนำในเรื่องราคา ความถี่ของเที่ยวบิน การบริการ ชื่อเสียงของสายการบิน สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้โดยสาร การให้บริการ ปัจจุบัน เส้นทางการบินไปประเทศไทยเพื่อนบ้านมีการแข่งขันค่อนข้างสูงของสายการบินต้นทุนต่ำไทย คือ ไทยแอร์เอเชีย และสายการบินต้นทุนต่ำต่างประเทศเช่น เส้นทางกรุงเทพฯ سانอย มีสายการบิน ต้นทุนต่ำ ไทรเกอร์แอร์ ของประเทศไทยสิงคโปร์ เส้นทางกรุงเทพฯ พนมเปญ มีสายการบินต้นทุนต่ำ แอร์เอเชีย ของประเทศไทยมาเลเซีย เป็นต้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวย่างกุ้นยักษ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยมาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งสภาวะการแข่งขันจะแตกต่างกันไปตาม สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในแต่ละเส้นทางการบิน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับสายการบินคู่แข่ง และกฎระเบียบ ควบคุมการประกอบธุรกิจการบินของแต่ละประเทศ รวมทั้งความสัมพันธ์เฉพาะของผู้นำประเทศ

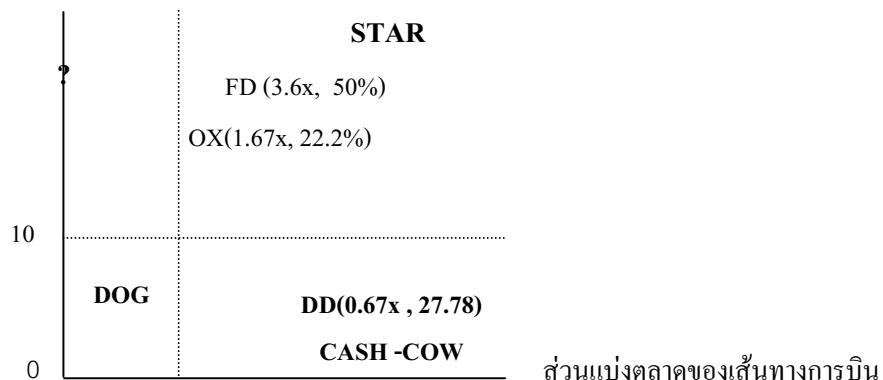
รูปแบบการแข่งขันมีทั้งใช้ราคา (Price Competition) และไม่ใช้ราคา (Non Price Competition) ได้แก่ การกำหนดราคาโดยไม่ซ้ำกัน ซึ่งปัจจุบันแต่ละสายการบินหันมาใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคาได้แก่เพิ่มความถี่ของเที่ยวบิน สร้างความหมายส่วนของตารางการบิน การใช้เครื่องบินใหม่ การใช้เครื่องแบบประหยัด สมาชิก การสะสมไมล์เดินทาง โดยการสร้างความเชื่อถือ เพิ่มคุณภาพและรูปแบบการบริการ การสร้างแบรนด์ของสายการบิน เป็นต้น ทั้งนี้ทั้งนั้น เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนไว้

#### 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 (%) สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย เปิดดำเนินการมี 4 เส้นทาง ปัจจุบันมี 18 เส้นทางการบิน มีอัตราการเติบโตของเส้นทางการบิน 3.50 เท่า มีส่วนแบ่งตลาด 50 (%) และ

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

อัตราการเจริญเติบโตของเส้นทางการบิน



รูปที่ 1 เปรียบเทียบสถานการณ์ทางการตลาดของ วันนาโก ไทยแอร์เອชีย และนกแอร์

การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ย่อมจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบธุรกิจขนส่งผู้โดยสารในประเทศไทยปัจจุบัน ทั้งนี้ก่อให้ผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง รวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด โดยกระแสของตลาด ที่ผ่านมา ทั้งในบ้านเรามาและเพื่อนบ้านก็มีการดำเนินงานสายการบินต้นทุนต่ำกันมากขึ้นและในช่วงที่ผ่านมา กระแสแข่งขันก็ยังมุ่งเน้นที่ทางด้านราคาเป็นหลัก เพื่อดึงลูกค้าสร้างฐานธุรกิจให้กับกิจการ แนวโน้มทางการแข่งขันคงต้องมีการปรับรูปแบบบ้าง เนื่องจากสกัดราคานายาย่อมไม่ได้ให้คุณกับใคร จะพบว่า จริงๆ แล้ว ปัจจัยแห่งความสำเร็จในธุรกิจนี้ มิได้อยู่แค่ต้นทุนและราคาต่ำอย่างเดียว ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงมีทั้งความปลอดภัย ความไว้วางใจ ได้และความสะดวกในการบริการเป็นหลัก ธุรกิจึงควรปรับกลยุทธ์การจัดการ คือ ในการวิเคราะห์แนวโน้มของสายการบินต้นทุนต่ำ ควรทดลองดูว่ากลยุทธ์ใดจะถูกนำมาใช้ในการแข่งขัน แล้วความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังนี้

1) ต้องสร้างความเชื่อมั่นและภักดีในแบรนด์มากขึ้น มิใช่ให้ลูกค้าตระหนักรว่า แบรนด์ของกิจการเป็นแค่ของราคาถูกเท่านั้น จะไม่สร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในระยะยาว กิจกรรมการสร้างตราสินค้า ประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสร้างความคุ้นเคย ภาพลักษณ์ และความมั่นใจในตราสินค้า จะต้องเกิดขึ้นกับสายการบินต้นทุนต่ำ แม้ว่าจะทำให้ต้นทุนและราคาสูงขึ้นบ้าง

2) การสร้างรายได้เสริม นอกเหนือจากการบินอย่างเดียวเท่านั้น เนื่องจากการแข่งขัน ก็เริ่มสูง และส่วนต่างกำไรมีลดลง ซ่องทางต่างๆ ที่ทำมาแล้ว และกำลังจะทำเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการขายอาหารและเครื่องดื่มน้ำเครื่อง ก็คงจะมีการสร้างรายได้มากขึ้น จะมีการขายของชำร่วย ของพรีเมียมที่เป็นตราของบริษัท เครื่องสำอาง และสินค้าในความนิยม รวมถึงมีการขายโภชนาถ บนตัวเครื่อง และภายนอกเครื่องด้วย ซึ่งน่าจะสร้างรายได้ที่เป็นกอบเป็นกำลังเข้ามามากขึ้น ทดแทนส่วนที่หดหายไปจากการแข่งขันที่รุนแรง โดยเป็นที่คาดการณ์ว่าสัดส่วนของรายได้เสริมที่มีได้มาจากการบริการทางการบิน น่าจะสูงขึ้น 20-30% จากรายได้ทั้งหมด

3) ความสะดวก ก็จะเป็นมูลค่าเพิ่มที่สายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งเน้นมากขึ้น เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จเช่นกัน ทั้งการเพิ่มช่องทางจำหน่ายขนาดเล็ก เช่น คิอส เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้นในแต่ละโลเคชัน เนื่องจากอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการค้าข้ามเรือยังไม่สูงเท่าต่างประเทศ รวมถึงมีการเชื่อมโยงกับพันธมิตร ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมราคาประหยัด ที่พัก บริษัทรถยนต์ ทัวร์เอเย่นต์ ซึ่งนอกจากจะให้บริการที่ครบวงจรหลากหลายกับลูกค้าแล้ว ยังสามารถสร้างรายได้จากการขายข้ามสายผลิตภัณฑ์ (Cross-sell) อีกด้วย เนื่องจากจะได้รับคอมมิชชั่นจากการถ่ายโอนลูกค้าของสายการบินไปยังธุรกิจอื่นด้วย

4) การให้บริการในเส้นทางที่ยาวขึ้น เนื่องจากโดยทั่วไปมีความเชื่อกันว่า สายการบินต้นทุนต่ำนี้ จะเหมาะสมกับการให้บริการแค่เส้นทางสั้น ไม่เกิน 3 ชั่วโมง เพราะมีคนนั้น ผู้โดยสารจะไม่ได้รับความสะดวกสบายในการบินเท่าที่ควร แต่หากมองอีกมุมหนึ่ง จะพบว่า หากบินยาวขึ้น ผู้โดยสารก็อาจจะต้องการบริการมากขึ้น ก็น่าจะเป็นโอกาสของสายการบิน ที่จะ "ขาย" บริการเพิ่มเติม นับเป็นการสร้างรายได้เสริม เช่น มีการให้บริการทางด้านสื่อสาร โทรศัพท์ ให้มีการดาวน์โหลดเกม หรือวิดีโอออนไลน์ด้วย แล้วเก็บค่าบริการ รวมถึงจะขายเครื่องดื่ม อาหารของขบเคี้ยว

5) เปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ น่าจะเกิดขึ้นอีกมาก เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่สูงมากในหลายเส้นทาง และควรจะเป็นเส้นทางที่มีเวลาการบินที่ยาวนานขึ้น โดยน่าจะเป็นการบินไปยังแหล่งท่องเที่ยว และศูนย์ธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นเพิ่มเติมจากแค่ในเส้นทางในประเทศ

6) เพิ่มบริการประเภทพรีเมี่ยมควบคู่ไปกับประเภทราคาประหยัดให้ผู้บริโภคเลือกใช้ได้ตามต้องการ กล่าวคือสายการบินต้นทุนต่ำจะเหมาะสมสำหรับผู้โดยสารที่เป็นนักเดินทางหรือนักธุรกิจที่เน้นความประหยัด และใช้เส้นทางบินระยะสั้น คือเส้นทางบินภายในประเทศหรือไปประเทศใกล้เคียง ในขณะที่สำหรับเส้นทางบินระยะไกลหรือแม้แต่เส้นทางบินระยะสั้นที่ผู้โดยสารยังต้องการบริการที่เน้นความสะดวกสบาย

ตลาดการบินยังคงเป็นของสายการบินปกติ ที่นี่การวางแผนทางการตลาดที่ไม่ถูกต้อง และการกำหนดฐานลูกค้าที่ไม่ชัดเจนของสายการบินต้นทุนต่ำ จะทำให้การวางแผนกลยุทธ์

ตลอดจนการดำเนินการตลาดผิดพลาด สำหรับในประเทศไทยก็เช่นกันมีข้อสังเกตว่า ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากในธุรกิจการบินขณะนี้ ได้ทำให้สายการบินหลายรายหันมาปรับกลยุทธ์ธุรกิจตามกระแสนิยมสายการบินต้นทุนต่ำ ออาทิ สายการบินบางรายที่ยังไม่สามารถลดต้นทุนได้ แต่กลับขายตัวโดยสารราคาถูกเสมือนเป็นสายการบินต้นทุนต่ำ หรือสายการบินที่ตั้งใจจะงดงามแห่งการตลาดให้เป็นสายการบินต้นทุนต่ำ แต่ยังคงให้บริการที่เน้นความสะดวกสบายเพื่อเอาใจลูกค้าอันเป็นการเพิ่มต้นทุน ลักษณะการให้บริการแบบลูกผสมหรือที่เรียกว่า จะทำให้สายการบินต้นทุนต่ำ ประเทศไทยมีความเสี่ยงสูงที่จะไม่ประสบความสำเร็จ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่น้ำมันมีราคาแพง เช่นปัจจุบัน การเน้นใช้กลยุทธ์แข่งขันทางราคาเป็นหลักย่อมจะมีข้อจำกัดมาก

การกำหนดของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ย่อมจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งผู้โดยสารในประเทศไทยปัจจุบัน ทั้งนี้ก่อให้ผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรงรวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดจะได้แก่ :

1) ธุรกิจสายการบินที่ให้บริการภายนอกประเทศไทยในปัจจุบัน อันได้แก่ การบินไทย และสายการบินเอกชนต่างๆที่ให้บริการในประเทศไทยในขณะนี้ เช่น โอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ส, บางกอก แอร์เวย์ส, พีบี แอร์, ภูเก็ต แอร์ไลน์ส, แอร์ อันดามัน ทั้งนี้ ยกตัวอย่างเช่นในกรณีของการบินไทย ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติด้วยนั้น ปัจจุบันมีอัตราค่าโดยสารมาตรฐานที่สูงกว่าสายการบินต้นทุนต่ำถึง 2 เท่า ดังนั้น ผู้ประกอบการสายการบินในประเทศไทยได้ให้บริการแบบโลว์คอสต์ จึงต้องรับเปิดตัวบริการสายการบินต้นทุนต่ำของตนสู่ตลาดทันที ซึ่งแม่กลยุทธ์การตลาดเพื่อโปรโมทบริการใหม่นี้อาจหมายถึงการขาดทุนในระยะแรกก็ตาม ทั้งนี้สายการบิน โอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ส ได้จัดตั้งสายการบินต้นทุนต่ำในเครือชื่อ วัน-ทู-โกล (One-Two-Go) ให้บริการในเส้นทางท่องเที่ยวเมืองหลัก การบินไทย ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติด้วยนั้น ปัจจุบันได้เปิดการบินต้นทุนต่ำกับแอร์ ให้บริการในเส้นทางที่การบินไทยทบทวนภาระการขาดทุนไม่ไหว

2) กิจการที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางบก อันได้แก่ การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย และธุรกิจรถทัวร์ปรับอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทขนส่ง จำกัด ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบจากการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเช่นกัน โดยคาดว่าจะมีผู้โดยสารทางบกส่วนหนึ่งที่แต่เดิมนิยมโดยสารรถไฟหรือรถทัวร์ปรับอากาศ อาจจะหันไปให้บริการทางอากาศของสายการบินต้นทุนต่ำแทน เนื่องจากความแตกต่างของราคาระหว่างการเดินทางทางบกกับการเดินทางด้วยเครื่องบินจะลดลง ทั้งนี้อัตราค่าโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ยกตัวอย่างในกรณีเส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่จะอยู่ที่ประมาณ 1,000 บาทต่อเที่ยว ซึ่งต่ำกว่าค่าโดยสารรถไฟตู้นอนปรับอากาศชั้นหนึ่งที่ราว 1,200 บาทต่อเที่ยว และแม้ว่าค่าโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำที่ประมาณ 1,000 บาทต่อเที่ยวนี้จะสูงกว่าค่าโดยสารรถไฟตู้นอนปรับอากาศชั้นสองหรือค่าโดยสารรถทัวร์ปรับอากาศ(วีไอพี 24 ที่นั่ง)ที่มีราคาประมาณ 600-700 บาทต่อเที่ยวในเส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่

เหมือนกันก็ตาม แต่ระยะเวลาที่ใช้เดินทางนั้นเทียบกันไม่ได้เลยระหว่างประมาณ 1 ชั่วโมงของการนั่งเครื่องบิน เทียบกับกว่า 10-11 ชั่วโมงหากเดินทางด้วยรถไฟฟ้าหรือรถทัวร์ ดังนั้นจุดเด่นคือความรวดเร็วด้วยราคาที่ไม่แพงนักอาจจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้คนจำนวนไม่น้อยหันไปใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ อย่างไรก็ตามสายการบินก็มีข้อจำกัดที่สามารถให้บริการเฉพาะเส้นทางระหว่างจังหวัดหลักๆ ที่มีสนามบินเท่านั้น ในขณะที่รถไฟฟ้าและรถทัวร์ยังคงเป็นระบบขนส่งพื้นฐานสำหรับผู้โดยสารในประเทศไทยสามารถเข้าถึงพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทยได้มากกว่า

## 5. ศักยภาพและโอกาสของในการเชื่อมโยงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน

จากการศึกษาทบทวนประเทศไทยที่มีสายการบินต้นทุนต่ำใกล้บ้านอย่างเช่นประเทศไทยมาแล้วเชียงและสิงคโปร์ที่มีสายการบิน เส้นทางการบิน สนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ และมีเป้าหมายเป็นศูนย์กลางทางการบินแห่งเอเชีย เช่นเดียวกับประเทศไทย หลังมีธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

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

ยุทธศาสตร์การบินต้นทุนต่ำประสานกับแหล่งการท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในประเทศไทยมาแล้วเชียงและประเทศไทยอาเซียน โดยมีสายการแอร์เอเชียซึ่งมีเส้นทางการบินที่มากที่สุดในภูมิภาคนี้ และยังมีการร่วมลงทุนกับประเทศไทย อินโดนีเซียในการลงทุนประกอบธุรกิจสายการบินและมีน้ำเงิน ให้เป็นศูนย์การบินในแต่ละภูมิภาค และสร้างสนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำโดยเฉพาะเพื่อผลค่าใช้การใช้สนามบินของธุรกิจสายการบิน

ประเทศไทยสิงคโปร์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวจึงสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมากมา และยังเป็นประเทศของศูนย์กลาง หรือศูนย์ ในภาคอุตสาหกรรมการบินโดยใช้แหล่งชื้อปีงที่โดดเด่นเป็นกลุ่มยุทธ์ อย่างถนนอร์查ร์ดเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เพราะถนนเส้นยาวที่รายล้อมด้วยห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น พารากอน, เช็นเตอร์พ้อยท์, ทากาชิมาย่า เป็นต้น รวมถึงโรงแรม และสถานที่ทางราชการ เมื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบชื้อปีง สถาบันพัฒนามากขึ้น หลายๆ ประเทศต่างนำความเชี่ยวชาญมาเป็นกลุ่มยุทธ์หลัก เช่น กัน อย่างประเทศไทยเอง ที่ภาครัฐเริ่มเห็นถึงความสำคัญกับเรื่องนี้เมื่อ 1-2 ปีที่ผ่านมา การผลักดันโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น จึงเดินตามหลังสิงคโปร์เมื่อจุดดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวในประเทศไทยกลับคืนสู่เมืองพัฒนา และไม่ได้แตกต่างจากประเทศไทยสิงคโปร์ ช่วงปีที่ผ่านมาแผนการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ จึงไม่ใช่แค่การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ความมั่นคงเมืองแห่งการซื้อปีงเท่านั้น นั่นเพิ่มการดึงให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามา

มากขึ้น การเดินทางก็ถือเป็นปัจจัยหลักเช่นกัน สอดรับกับการพัฒนาสายการบินต้นทุนต่ำในหลายประเทศ การเปิดเส้นทางบินรูปแบบนี้ในสิงคโปร์จึงชัดเจนขึ้น จนปัจจุบันมีรวม 3 สายการบินโลว์คอสต์หลักๆ ได้แก่ แวร์ลูแอร์, ไทยแอร์เອร์ไลน์ และเก็ตสตาร์เօเซีย โดยไม่รวมอีกหนึ่งสายการบินโลว์คอสต์จากไทย ในชื่อ ไทยแอร์เօเซีย จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2005 รวมที่ 8.8 ล้านราย หรือเพิ่มขึ้น 400,000 ราย จากปี 2004 จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นตัวเลขที่ขับขึ้นด้วยผลจากการเปิดสายการบินต้นทุนต่ำ

ผลได้ที่จะเกิดกับการท่องเที่ยวไทย สิงคโปร์และมาเลเซียเป็น กลุ่มเป้าหมายหลักโดยเฉพาะมาเลเซียที่แต่ละปีเข้าเที่ยวไทยสูง 1.3 ล้านคน ขณะที่ ไทยแอร์เօร์ สายการบินจากสิงคโปร์จะเปิดเที่ยวบินตรงมาภูเก็ต หาดใหญ่ เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ประเทศไทยและสิงคโปร์ทั้งสองประเทศเป็นตลาดท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้ๆ สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยได้ในช่วงสุดสัปดาห์ และในช่วงเทศกาลต่าง ๆ รวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่สามารถเดินทางกลับมาได้อีกหลาย ๆ ครั้ง เนื่องจากการเดินทางที่สะดวกทั้งทางรถยนต์และเครื่องบิน โดยช่วงสุดสัปดาห์หรือวันหยุดติดต่อกันหลายวันนักท่องเที่ยวมาแลเชียจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ที่เป็นค่าร่าน ตลาดมาเลเซีย ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงมาก และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยเป็นจำนวนสูงถึงปีละ 1.3 ล้านคน ที่เข้ามาในภูเก็ต หาดใหญ่ ส่วนตลาดสิงคโปร์เป็นตลาดที่สำคัญเช่นกัน ขณะนี้มีสายการบินราคาถูกจะบินตรงเข้ามาที่จังหวัดภูเก็ต กระนั้น เชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามากขึ้น แนวทางและกลยุทธ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจากการเชื่อมโยงเส้นทางของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศไทยเพื่อนบ้าน ที่มีสิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศไทยกัมพูชา พม่า ลาว จีนตอนใต้ และเวียดนาม

## 5.1 ข้อเสนอกลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และประเทศไทยเพื่อนบ้าน

### 5.1.1 กลยุทธ์การขยายร่วมกับประเทศไทยเพื่อนบ้าน

กลยุทธ์การขยายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภค แหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี เพราะประเทศไทยเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนควร์ ลาวมีน้ำตก หลีพี ชายได้ทุกวัน และชายได้ทั้งปี เสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปภัยมคอกเบี้ยต่ำและโปรแกรมการท่องเที่ยว

### 5.1.2 การเปิดประตุการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทางด้านอรัญประเทศและภาคเช

การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะจำ ได้ประกาศเปิดเป็นด่าน关口 ต้องมีการ査งค์ ประชาชนสัมพันธ์การเปิดประตุเปิดด่านช่องเม็กเข้าลาว ช่องสะจำเข้ากัมพูชา มีความเป็นไปได้สูงมาก โดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคม ไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้า

### 5.1.3 การ査งค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้จราจรต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ประกอบการท่องถิ่น ได้มีส่วนร่วม

### 5.1.4 กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน

ควรจัดให้มีแหล่งรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะจำหรือที่สามเหลี่ยมมรกต โขงเจียม สิรินธรพัฒนาสถานีกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพราะจะไปทำสร้างนรัด-นรัช ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้เพิ่มการขนส่งสารานุภาพ ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น ช่องเม็กอ่าเกอ สิรินธรของจังหวัดอุบลราชธานี

### 5.1.5 ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน และเป็นประตุสู่ลาวได้

ท่องเที่ยว คอนพะเพ็ง ในและการร่วมกับเชียง วัดพู ปราสาทของมรดกโลก และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางรถยนต์กับจังหวัดเสียมเรียบประเทศกัมพูชา ชุมสิ่งหัศจรรย์ของโลก นรัด ผ่านช่องสะจำ จังหวัดศรีสะเกษ

5.1.6 ส่งเสริมให้จังหวัดอุตรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยงเชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

5.1.7 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตุสู่เวียงจันทน์ วังเวียง และหลวงพระบาง พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์ ซึ่งการให้มีรถโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุตรธานี ถึงกรเวียงจันทน์

5.1.8 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่น ไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเวียดนามและมรดกโลก

5.1.9 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตุสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ สมรภูมิอเมริกัน วัดโบราณ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ์

5.1.10 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว ไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้(ยูนนาน) สายการบิน ไทยแอร์เวย์มีเส้นทางการบินด้านทุนต่ำบินกรุงเทพไป กรุงย่างกุ้งประเทศพม่า ดังนั้น การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ ทางตอนเหนือของพม่า ดังที่เสนอให้ใช้ศักยภาพของ จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กระจายเส้นทางการท่องเที่ยวทางรถยนต์และทางน้ำในการท่องเที่ยวไทย ลาว พม่า จีนตอนใต้ จากการสำรวจเส้นทางและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือด้วยการใช้ ศักยภาพของเชียงรายที่เหนือกว่าในการเป็นศูนย์กลาง อันเนื่องจากความได้เปรียบทางด้านที่ตั้งของเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เชื่อมต่อกับประเทศ ถึง 3 ประเทศ คือ ไทย พม่า และลาว ทั้งยังสามารถเชื่อมต่อไปยังจีนตอนใต้ มงคลยูนนานได้

## 5.2 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทยไปประเทศเพื่อนบ้าน

เส้นทางการท่องเที่ยวหลากหลายในจังหวัดเชียงราย อุดรธานี และอุบลราชธานีแล้วเสร็จของ จังหวัดของเรายังสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปประเทศเพื่อนบ้านได้หลากหลายเส้นทางคือ

- (1) เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - ต้าลัว (จีน) - เชียงรุ่ง
- (2) เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงนำท่า - บ่อเต็น - เมืองลา (จีน) - จิงหง (เชียงรุ่ง)
- (3) การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงนำท่า - จิงหง
- (4) การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง
- (5) อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง
- (6) ขอนแก่น - นครคาย - สะหวันเขต - ลพบุรี - เคเซนท์ - ดองสา - กรุงศรี - เว้ - ดานัง
- (7) ไทย (กรุงเทพฯ) - ขอนอย - หาดลองเบย์
- (8) อุบลราชธานี - จำปาศักดิ์ - คอนพะเพ็ง - หลีผี
- (9) อุบลราชธานี - ศรีสะเกษ - เสียมราฐ

## 6. โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวของไทย

โดยที่ธุรกิจสายการบินมีรูปแบบการขนส่งผู้โดยสารที่สะดวกรวดเร็ว ประยุตดเวลา และมี ประสิทธิภาพ การมีสายการบินขนาดเล็กที่ให้บริการแบบดันทุนต่ำในการทำตลาดและส่งเสริม การขาย จากการลดราคาบัตรโดยสารเครื่องบินเพื่อจูงใจผู้โดยสาร ในช่วงนี้สายการบินแบบดันทุน ต่ำได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั้งจากผู้ลังทุนและผู้ใช้บริการเพราะค่าโดยสารเครื่องบินประยุตกว่า รวมทั้งหมายความกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่เป็นโอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวของ ไทยจากสถานการณ์และแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น การ

ส่งเสริมของรัฐ และแนวทางเร่งอัตราการเดินทางของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการขนส่งทางอากาศ ของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย สู่ประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อนบ้านอันได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า จีนตอนใต้ และเวียดนาม ด้วยศักยภาพความเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆจากการใช้การเชื่อมโยงของสายการบินต้นทุนต่ำได้แก่ เชียงราย – พม่า ลาว เชียงรุ่ง (จีน) อุตตรธานี – ลาว เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง สระแก้ว อุบลราชธานี – กัมพูชา เสียมเรียน ลาว จำปาศักดิ์ ทั้ง 3 จังหวัดมีบริษัทนำเที่ยวไม่ว่าจะพิจารณาจากไกด์ โรงแรม หรือการบริการ ที่ถือว่าสมบูรณ์ และดีที่สุด มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก ทั้งที่เป็นธรรมชาติ ป่าภูเขา วัฒนธรรม โบราณสถาน และอื่นๆ อีกมาก นอกจานี้ยังมีสิ่งที่ได้เปรียบ คือ อุปนิสัย และประเพณีที่ดีสิ่งที่ จะต้องปรับปรุงก็คือ บุคลากร ที่ทำงานด้านบริการ และมีส่วนเกี่ยวของกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะอาชีพอิสระควรพยายามแบ่งส่วนกันทำ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน แต่ทั้งนี้จะต้องให้ความร่วมมือและประสานงานกันเป็นอย่างดี ในส่วนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนี้จะต้องทำติดต่อกัน และต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เน้นการอนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคและระดับจังหวัด ปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนการจัดให้สถานีบริการผู้โดยสารทางอากาศในเมือง เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะต่อไป ในปัจจุบันได้เปรียบประเทศไทยเพื่อนบ้านในส่วนที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และโบราณสถาน ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของจังหวัด นอกจานนี้แล้วเรื่องอาหารและผลไม้ของจังหวัดเชียงรายก็ถือว่าเป็นจุดเด่นอีกประการหนึ่งด้วย

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

# วัดฉุประสังค์

- เพื่อวิเคราะห์สัม戕ของสายการบินต้นทุนต่ำ และสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศไทยเพื่อนบ้าน ได้แก่ สิงคโปร์และมาเลเซีย รวมถึงจีนและญี่ปุ่น ที่มีการเดินทางบินสั้นๆ ที่มีต้นทุนต่ำ ทำให้ต้นทุนต่ำของสายการบินต้นทุนต่ำลดลง
  - เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ที่มีต้นทุนต่ำ ทำให้ต้นทุนต่ำของสายการบินต้นทุนต่ำลดลง ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวที่พัฒนาธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้ต้นทุนต่ำของสายการบินต้นทุนต่ำลดลง รวมถึงจีนและญี่ปุ่น ที่มีการเดินทางบินสั้นๆ ที่มีต้นทุนต่ำ ทำให้ต้นทุนต่ำของสายการบินต้นทุนต่ำลดลง

## วัตถุประสงค์ (ต่อ)

3. เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุน ตั่งบริการภาครัฐและบนเครื่องบิน ได้แก่ ความสะอาด รวดเร็ว และความปลอดภัย
4. เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่างประเทศไทย

# ความเป็นมาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline)

# ลักษณะของสายการบินราคาต่ำ

- ไม่เลิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม
- ใช้เครื่องบินแบบเดียว
- ใช้สนามบินรองแห่งอื่นที่อยู่ไกล ๆ สนามบินหลัก
- จองและขายตั๋วทางอินเตอร์เน็ต

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

# สายการบินวันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย

## *(One Two Go by Orient Thai)*

- เป็นสายการบินแบบประหยัดรายแรกของไทย พร้อมบริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง
- ใช้เครื่องบินโบอิ้ง 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  
กัลลาลัมเปอร์ - หาดใหญ่  
กัลลาลัมเปอร์ - เชียงใหม่  
กัลลาลัมเปอร์ - ภูเก็ต  
ปีนัง - กรุงเทพฯ  
โกตาคินนาบลู - กรุงเทพฯ  
มาเก๊า - กรุงเทพฯ  
เชียงใหม่ - กรุงเทพฯ  
พนทเปญ - กรุงเทพฯ  
อานอย - กรุงเทพฯ

## เส้นทางการบินในประเทศไทย

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

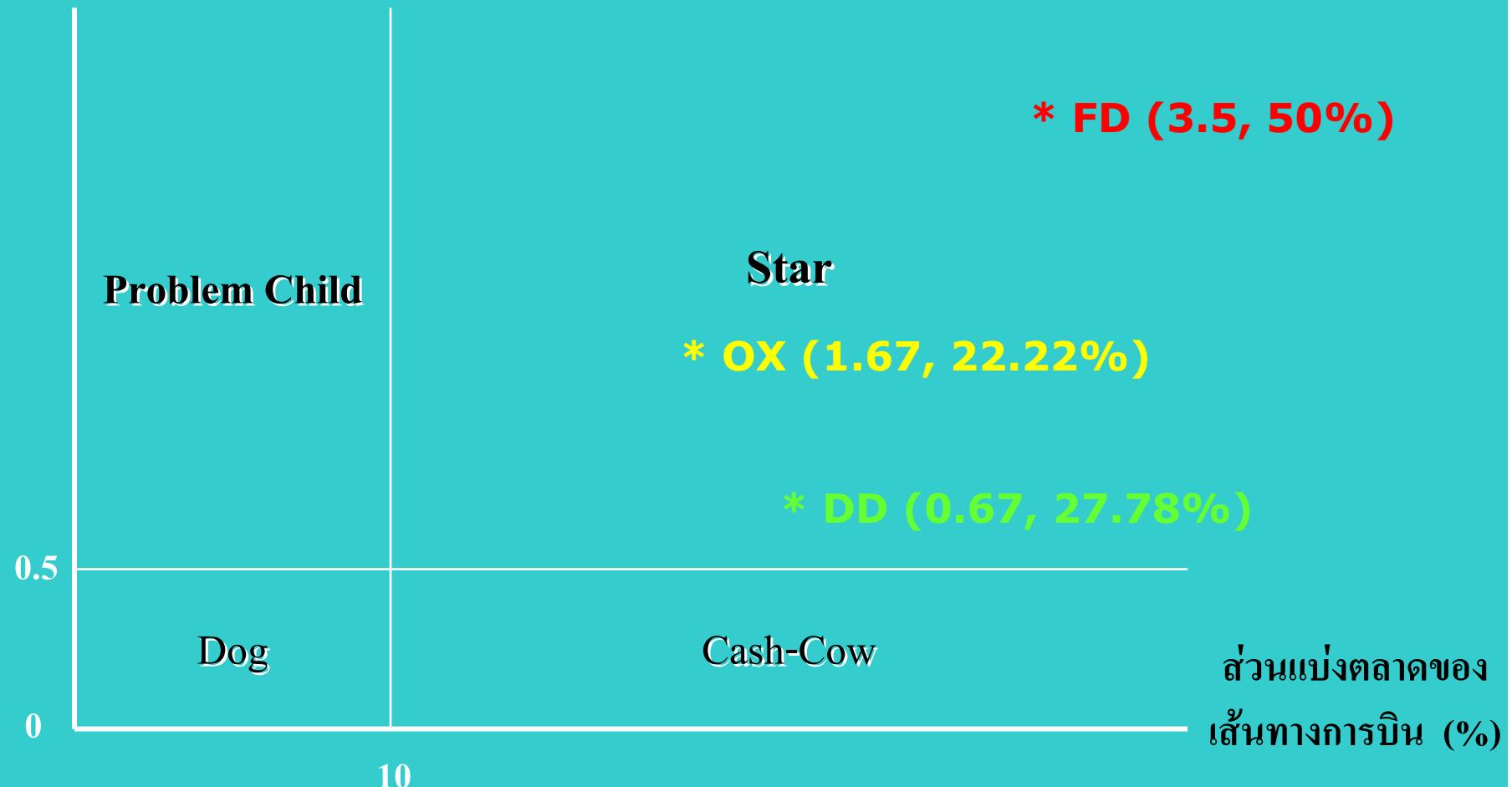
เชียงใหม่ — อุดรธานี



[nokair.com](http://nokair.com)

# การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดจาก BCG Model

อัตราการเจริญเติบโตของเส้นทางการบิน ( เท่า )



# ผลของการมี ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

## อัตราค่าโดยสารและระยะเวลาเดินทางของการขนส่งผู้โดยสารประเภทต่างๆ

เส้นทาง	สายการบินต้นทุน ต่ำ* (อัตราโดยเฉลี่ย)	สายการบินปกติ* (ชั้นประหยัด)	รถไฟด่วนบนปรับอากาศ (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	ชั่วโมง 1,223 บาท ชั่วโมง 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	ชั่วโมง 1,149 บาท ชั่วโมง 648 บาท 11 ชั่วโมง (ลงที่สุราษฎร์ ธานี)	567 บาท / 755 บาท 13 ชั่วโมง
กรุงเทพฯ- หาดใหญ่	1,300 บาท 1 ชั่วโมง 30 นาที	2,990 บาท 1 ชั่วโมง 30 นาที	ชั่วโมง 1,364 บาท ชั่วโมง 745 บาท 14 ชั่วโมง	624 บาท / 830 บาท 13 ชั่วโมง

\*ยังไม่รวมค่าภาษีและประกันภัย และเงินชดเชยค่าห้าม้น

# 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 ที่มีศูนย์ถ่ายการบินต้นทุน

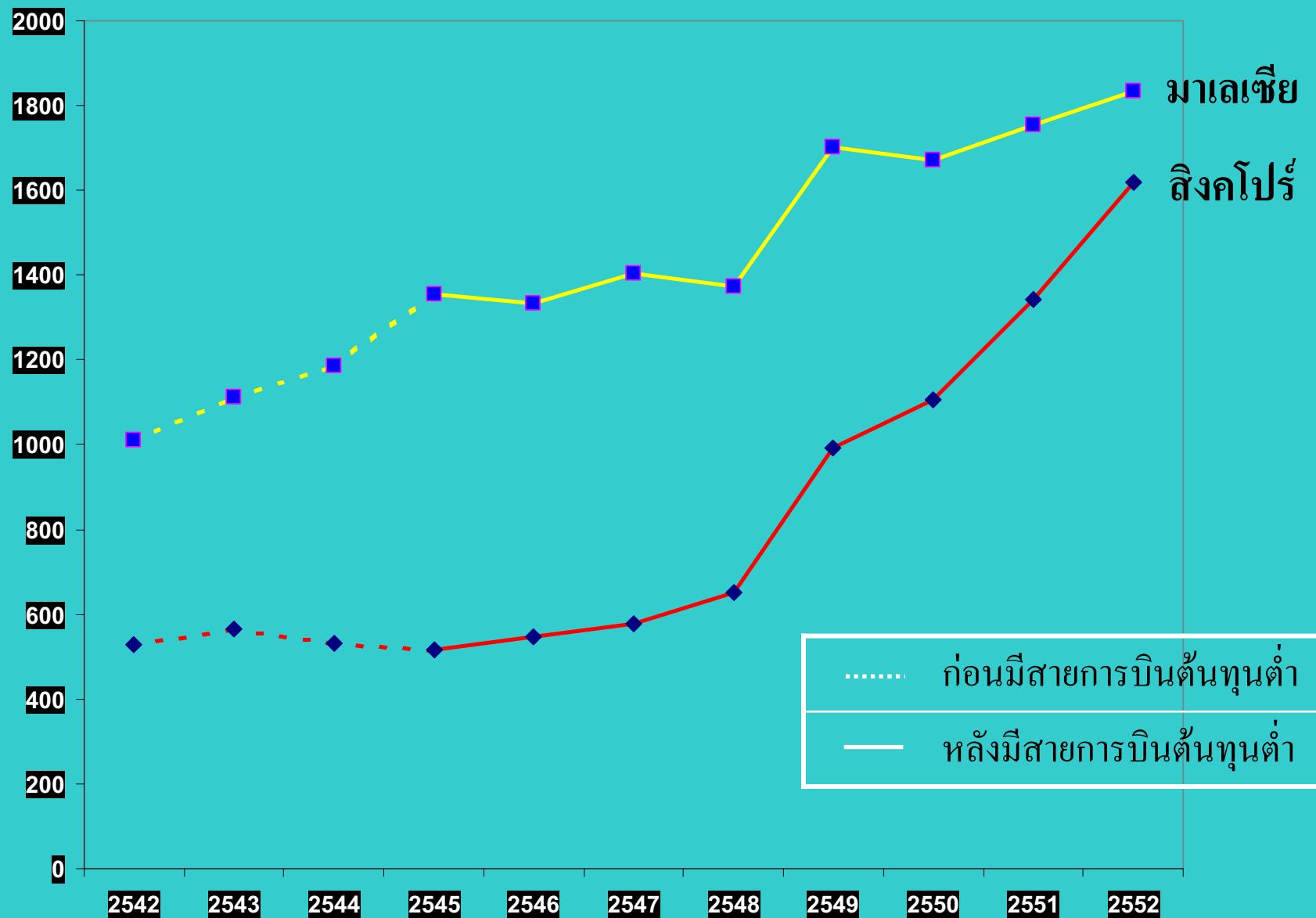
แนวโน้มสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย  
ก่อนมีถ่ายการบินต้นทุนตា

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

แนวโน้มสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย  
หลังมีถ่ายการบินต้นทุนตា

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

# ค่าพยากรณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ และมาเลเซีย



ສັນກາມຄ່ຽນຮູຮກິຈນໍາເຖິງວ

## ร้อยละจำแนกตามประเภทของกิจการและโรงแรมที่พัก

ประเภทของกิจการ	ร้อยละ
บริษัทท่องเที่ยวรายใหญ่	8.04
บริษัทท่องเที่ยวรายย่อย	18.75
<b>บริษัทนำเที่ยว</b>	<b>44.20</b>
บริษัทรับซ่อมพาเที่ยว	2.68
สถานีเตอร์จําหน่าย/จองตัวและที่พัก	16.52
โรงแรมที่พัก	9.81
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>

## ร้อยละของประเภทของกิจการนำเที่ยว

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

## ร้อยละของประเภทกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มาจากการกลุ่มประเทศ

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	<b>32.17</b>
กลุ่มตลาดประยั้ด	12.24
กลุ่มอิสระ	10.83
<b>รวม</b>	<b>100.00</b>

# ร้อยละของประเภทที่ลูกค้านิยมท่องเที่ยว

ประเภทที่ลูกค้านิยมท่องเที่ยว	ร้อยละ
เดินป่า ปืน夷า	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

# ร้อยละของประเภทธุรกิจนำเที่ยวจำแนกตาม พาหนะที่ใช้บริการลูกค้า

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

# ร้อยละของสาเหตุที่เลือกใช้พาหนะบริการนำเที่ยวให้ลูกค้า จากตารางที่ผ่านมา

สาเหตุ	ร้อยละ
ประทับใจ	19.00
ปลอดภัย	14.03
สะดวก	<b>56.11</b>
อื่นๆ เช่น ลูกค้าเลือกเอง	10.86
รวม	<b>100.00</b>

## ร้อยละของการเลือกใช้สายการบินเพื่อใช้บริการลูกค้า

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

# ร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินใน ตารางที่ผ่านมา

สาเหตุ	ร้อยละ
ประทับด	18.84
ปลอดภัย	31.40
สะดวก	<b>32.85</b>
อื่นๆ เช่น ลูกค้าเลือกเอง บริการดี คุณภาพดี	16.91
รวม	<b>100.00</b>

# ร้อยละของพานะส่วนใหญ่ที่ใช้บริการลูกค้าในการ ท่องเที่ยวจำแนกตามเหตุผลที่ใช้

พานะส่วนใหญ่ที่ใช้ บริการลูกค้า	เหตุผลที่ใช้				รวม
	ประยัด	ปลอดภัย	สะดวก	อื่นๆ	
รถทัวร์	25.19	15.27	<b>49.62</b>	9.92	100.00
รถตู้	23.53	14.71	<b>54.90</b>	6.86	100.00
รถยนต์ส่วนตัว	11.11	27.78	<b>55.56</b>	5.56	100.00
รถไฟ	<b>41.46</b>	14.63	36.59	7.32	100.00
เครื่องบิน	19.38	14.73	<b>56.59</b>	9.30	100.00
อื่นๆ	14.29	14.29	<b>42.86</b>	28.57	100.00
รวม	23.53	15.38	<b>51.58</b>	9.50	100.00

# ร้อยละของสายการบินส่วนใหญ่ที่ใช้บริการลูกค้าในการ ท่องเที่ยวจำแนกตามเหตุผลที่ใช้

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

ร้อยละของธุรกิจนำเที่ยว และโรงแรมที่ใช้บริการมีกิจกรรมส่งเสริม  
การตลาด (Campaign) ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ

ข้อมูลทั่วไป	ร้อยละ
ธุรกิจนำเที่ยวของท่านร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ - ไม่ใช่ - ใช่	<b>72.43</b> 27.57
โรงแรมที่ใช้บริการมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ( Campaign ) ร่วมกับ สายการบินต้นทุนต่ำ - ไม่ใช่ - ใช่	<b>82.66</b> 17.34

ร้อยละธุรกิจสายการบินต้นทุนตា<sup>่</sup>จัดแพคเก็จร่วมกับธุรกิจนำเที่ยว กับ การ  
ใช้บริการโรงแรมระดับต่าง

สายการบินต้นทุนตា <sup>่</sup> 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

# ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
การมีสายการบินต้นทุนต่ำ มีส่วนส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	3.82
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น	3.51
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ธุรกิจนำเที่ยวของท่านเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น	3.47
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ธุรกิจนำเที่ยวของท่านใช้สายการบินต้นทุนต่ำในการให้บริการลูกค้ามากขึ้น	3.47
การมีสายการบินต้นทุนต่ำส่งผลให้ท่านต้องเพิ่มหรือเปลี่ยนแปลงโปรแกรมนำเที่ยว	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

## ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรม

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรม	ค่าเฉลี่ย	ระดับค่าเฉลี่ย
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้โรงแรมมีลูกค้าเพิ่มขึ้น	3.74	<b>1.00-1.80</b> น้อย
การมีสายการบินต้นทุนต่ำส่งผลให้โรงแรมมีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.73	<b>1.81-2.60</b> ค่อนข้างน้อย
ภาพรวม	3.73	<b>2.61-3.40</b> ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยของผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรมจากการเปลี่ยนแปลงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างประเทศ นักธุรกิจ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้าน

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรม	ค่าเฉลี่ย
1.นักท่องเที่ยวชาวไทย	
1.1 ท่องเที่ยวอิสระ	4.02
1.2 ท่องเที่ยวเป็นคันะ	3.77
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	
2.1 ท่องเที่ยวอิสระ	3.77
2.2 ท่องเที่ยวเป็นคันะ	3.55
3. นักธุรกิจ	3.39
4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.47
5. นักเรียน/นักศึกษา	3.39
6. อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เกษียณ	3.40
ภาพรวม	3.59

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

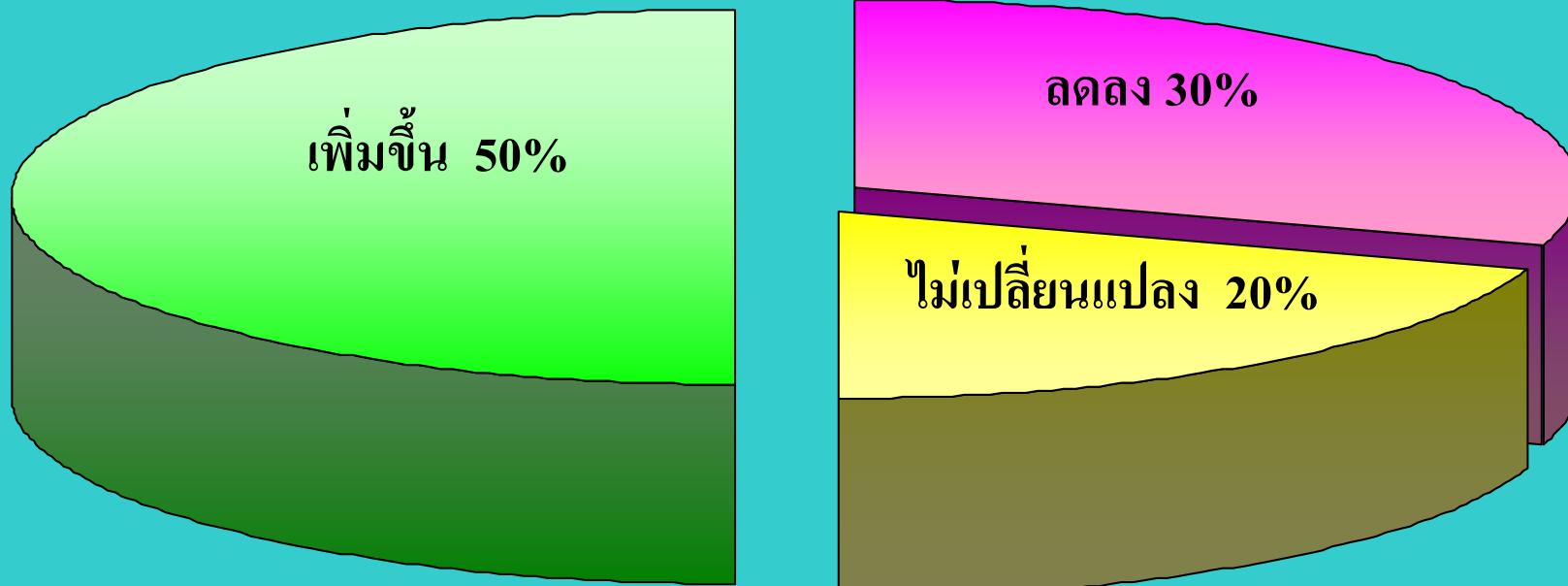
# ค่าเฉลี่ยของสิ่งที่ต้องการเสนอแนะให้รัฐและหรือ การท่องเที่ยวดำเนินการ

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

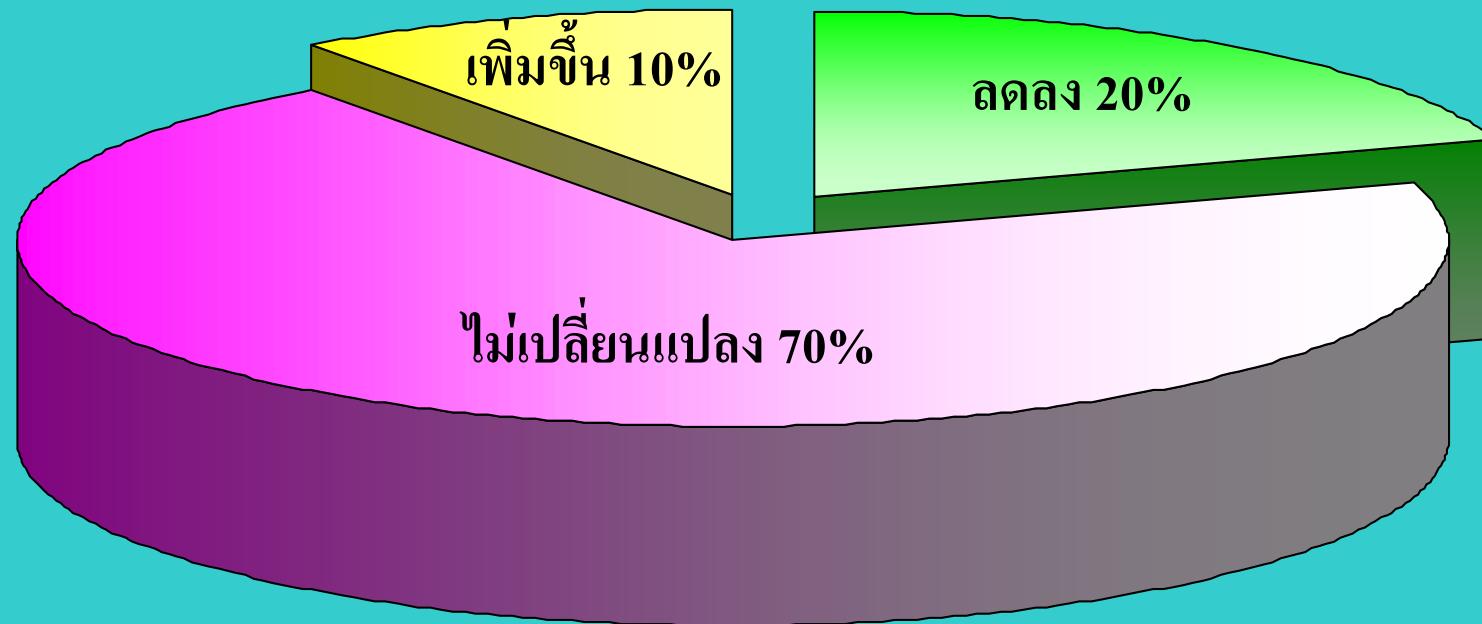
ระดับค่าเฉลี่ย	
1.00-1.80	น้อย
1.81-2.60	ค่อนข้างน้อย
2.61-3.40	ปานกลาง
3.41-4.20	ค่อนข้างมาก
4.21-5.00	มาก

តំណែងការងារ  
នូវការងារ

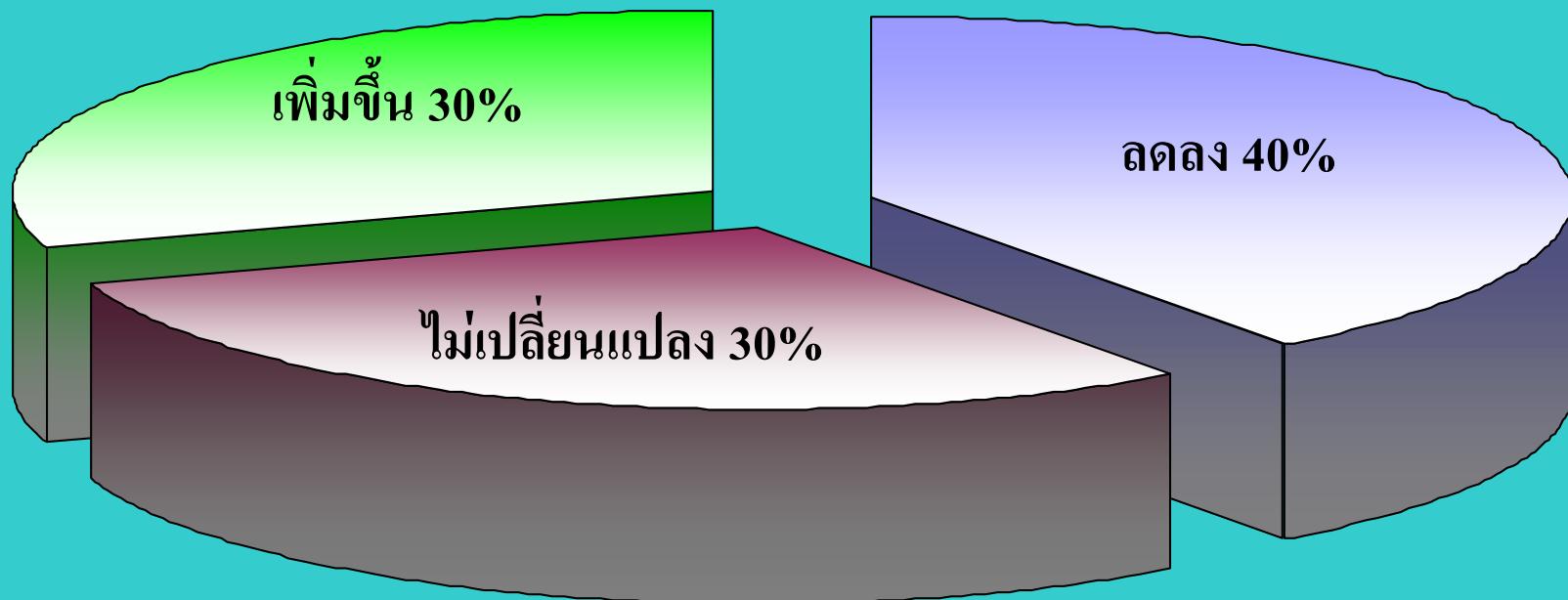
# ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้าหักท่องเที่ยวอิสระ<sup>1</sup> ตามความคิดเห็นของธุรกิจการท่องเที่ยว



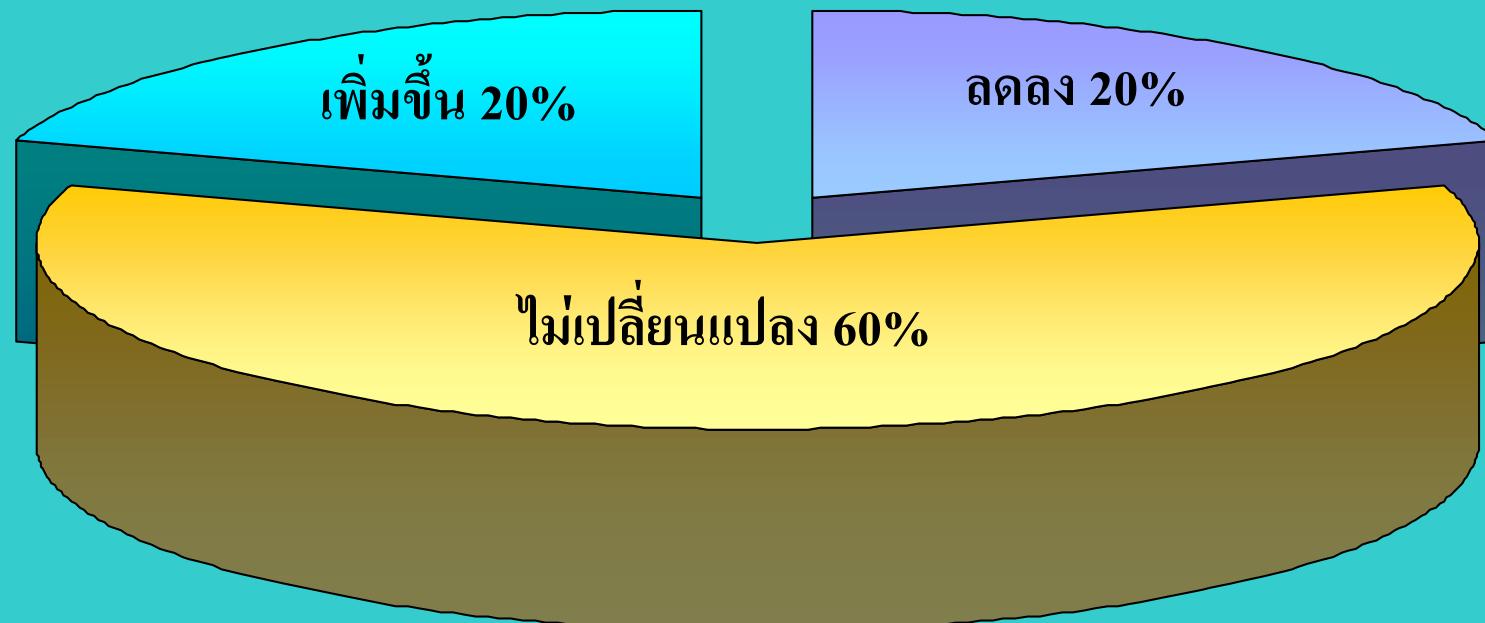
# ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวมาเป็นคณะ ตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



# ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย ตามความคิดเห็นของธุรกิจการท่องเที่ยว



# ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



គ្រួសារពាណិជ្ជកម្ម

# ความคิดเห็นของชาวไทยที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการ บริการของสายการบิน

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	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

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	ค่าเฉลี่ย	ระดับค่าเฉลี่ย
ความสะดวกของการใช้บริการ	3.63	1.00-1.80 น้อย
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	3.18	1.81-2.60 ค่อนข้างน้อย
ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.67	2.61-3.40 ปานกลาง
ความคุ้มค่าการใช้บริการ (ราคากับบริการที่ได้รับ)	3.94	3.41-4.20 ค่อนข้างมาก
		4.21-5.00 มาก

## ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณภาพของสายการบินทั้ง 3 แห่ง<sup>1)</sup> (ชาวไทย)

คุณภาพบริการ	นกแอร์	ไทยแอร์เອชีย	ໂອເຣີນທໍແອຣ໌
ความสะดวกของการใช้บริการ	3.40	3.67	4.00
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	3.67	3.09	3.50
ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.66	3.67	4.00
ความคุ้มค่าการใช้บริการ (ราคากับบริการที่ได้รับ)	4.10	3.99	4.50

# ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณภาพของสายการบิน ทั้ง 3 แห่ง (ชาวต่างประเทศ)

คุณภาพบริการ	นกแอร์	ไทยแอร์เອชีย	ໂອເຣີນທໍແອຣໍ
ความสะดวกของการใช้บริการ	<b>3.40</b>	<b>3.39</b>	<b>3.29</b>
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	<b>3.40</b>	<b>2.94</b>	<b>2.93</b>
ความปลอดภัยในการเดินทาง	<b>3.67</b>	<b>3.59</b>	<b>3.67</b>
ความคุ้มค่าการใช้บริการ(ราคากับบริการที่ได้รับ)	<b>3.52</b>	<b>3.38</b>	<b>3.52</b>

เมื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาใส่ใน Model พบว่า

คุณภาพของ

DD = 3.54 (อยู่ในระดับดีมาก)

คุณภาพของ

FD = 3.4 (อยู่ในระดับดีมาก)

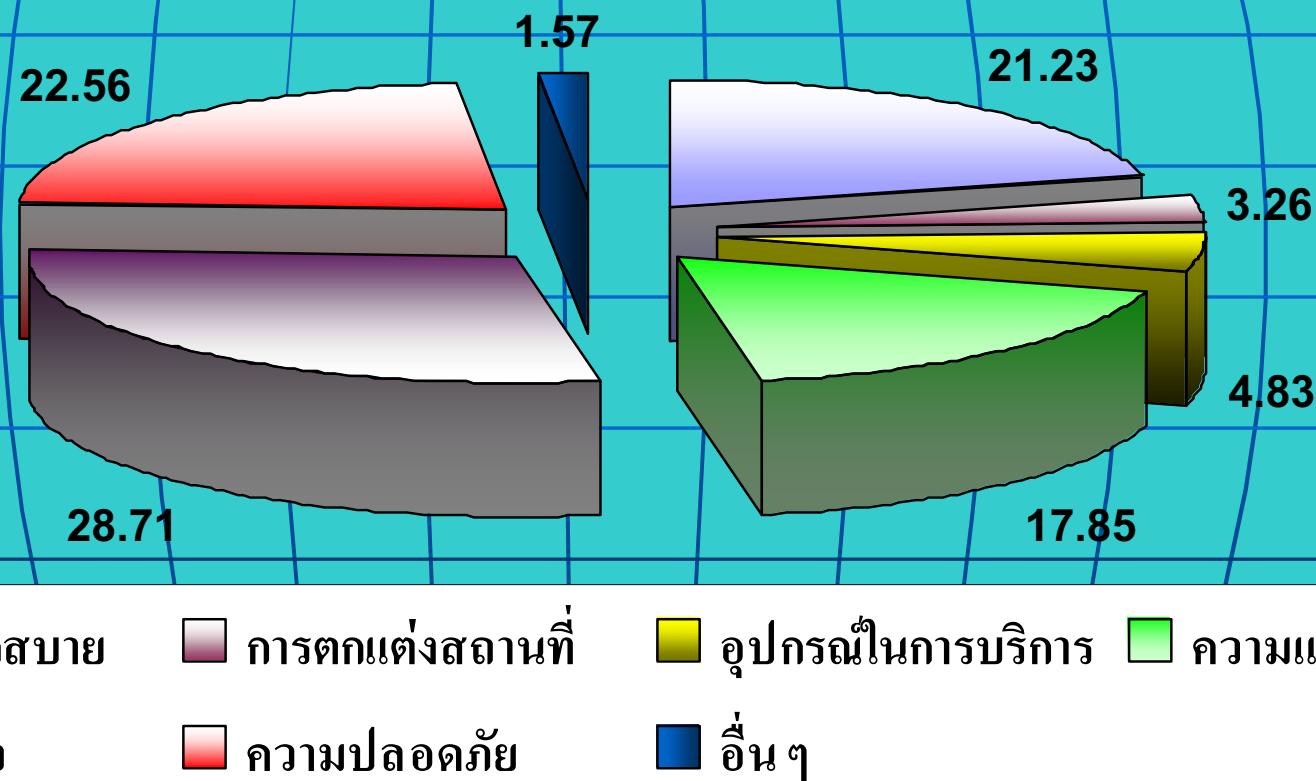
คุณภาพของ

OX = 3.47 (อยู่ในระดับดีมาก)

# ร้อยละสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของ การท่าอากาศยาน จำแนกตามจังหวัดที่พักอาศัย

จังหวัด	สิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของท่าอากาศยาน							รวม
	ความสะอาดสวยงาม	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

## ร้อยละคุณภาพบริการของการท่าอากาศยาน



# การสำรวจพฤติกรรมและความพึง พอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้ บริการของชุมชนกิจสាយการบินต้นทุนต่ำ ในประเทศไทย

# วิธีดำเนินการ

- ประชาชน 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

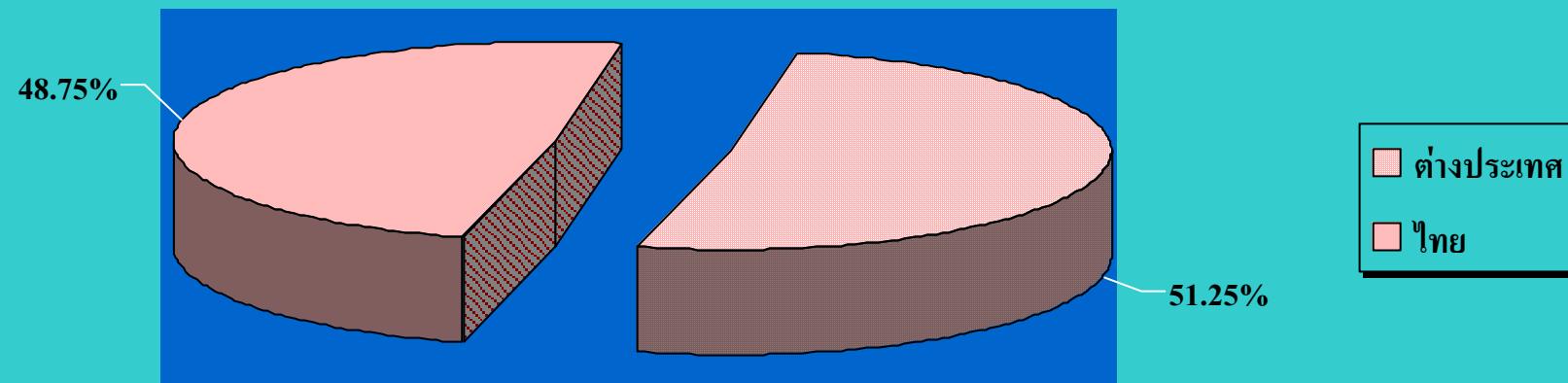
พอใจค่อนข้างน้อย

1.00 — 1.80

พอใจน้อย

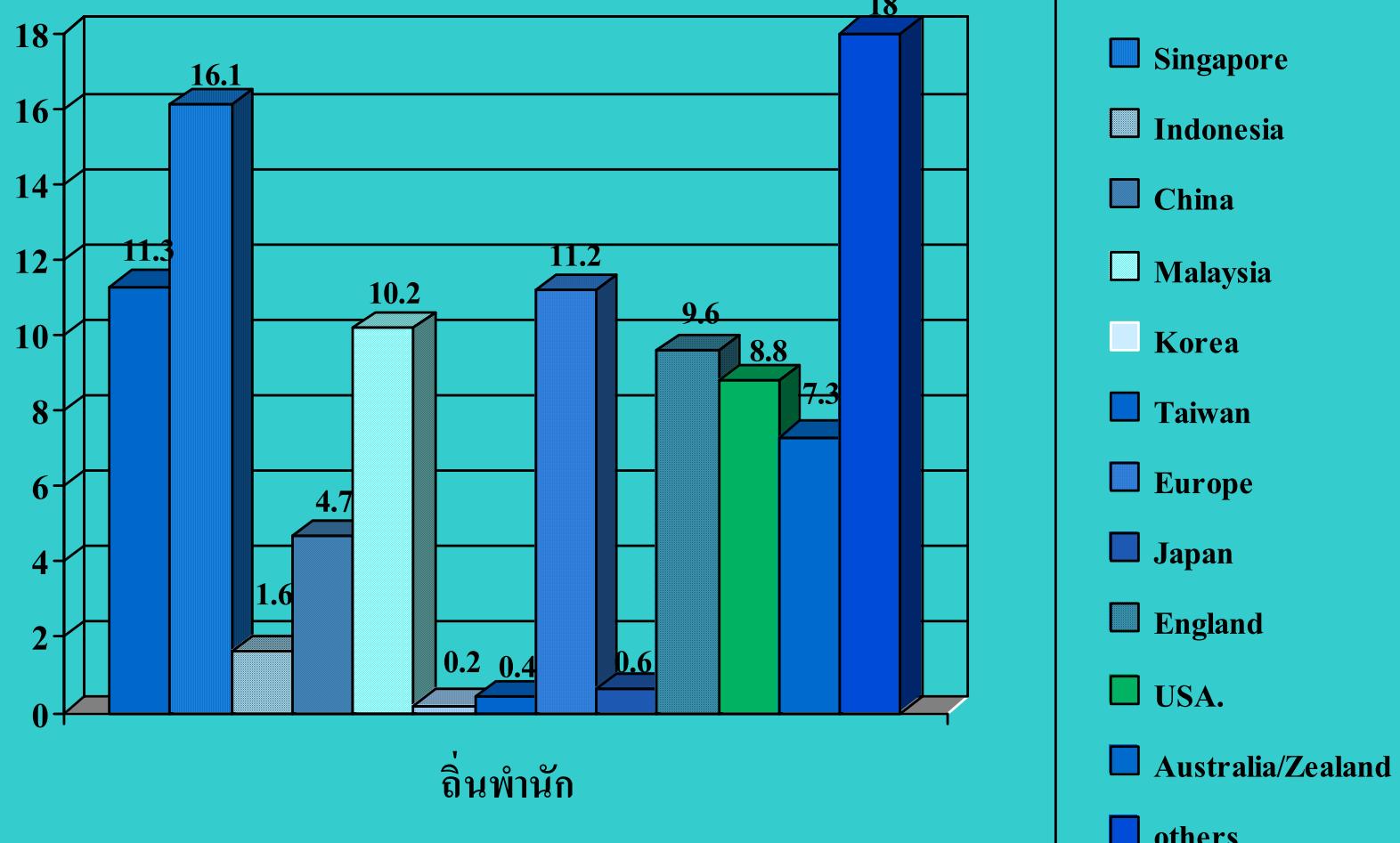
# ผลการดำเนินการ

# ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ

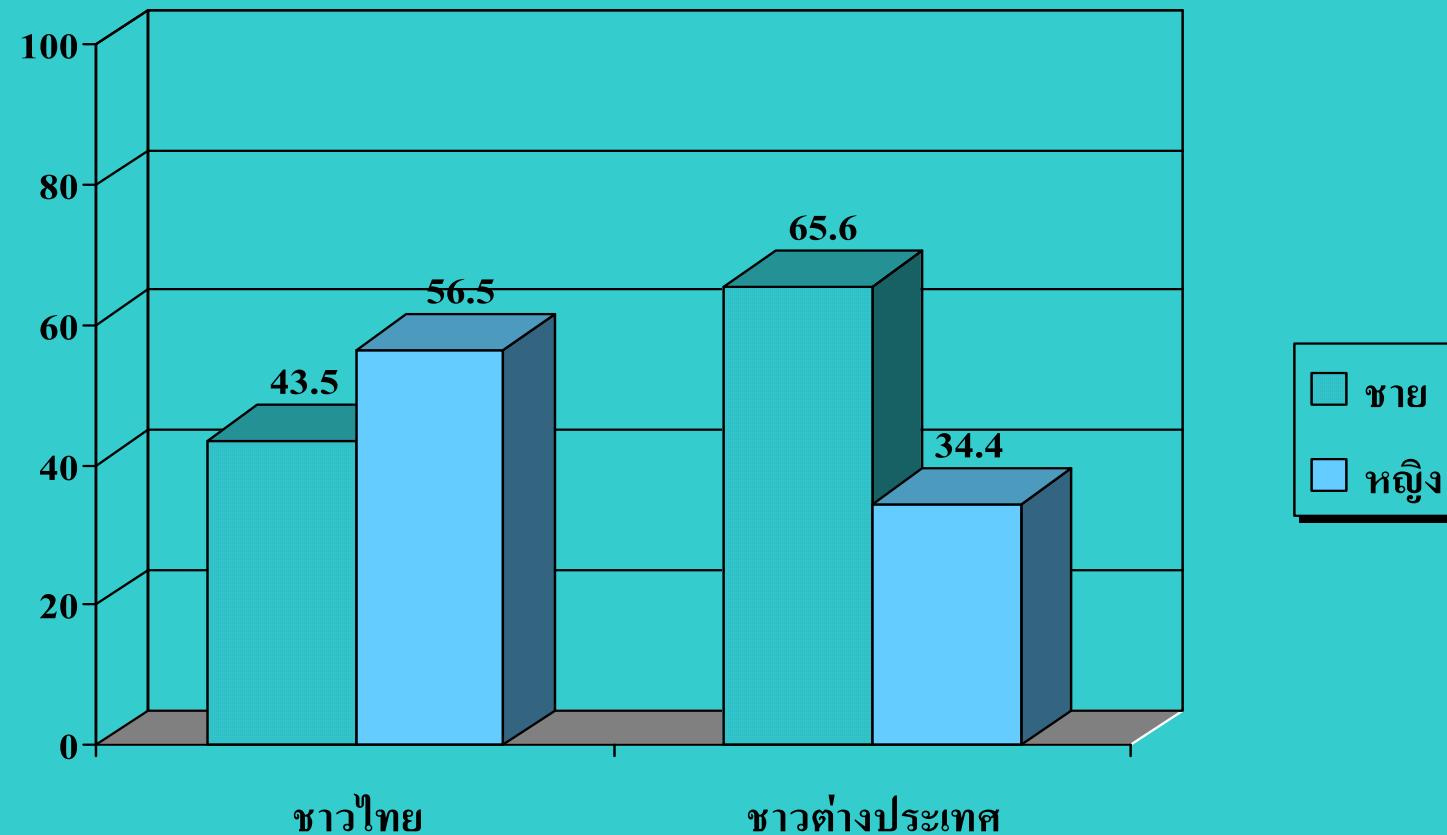


# ຮ້ອຍຄະຂອງກຸ່ມຕົວອ່າງໝາວຕ່າງປະເທດ

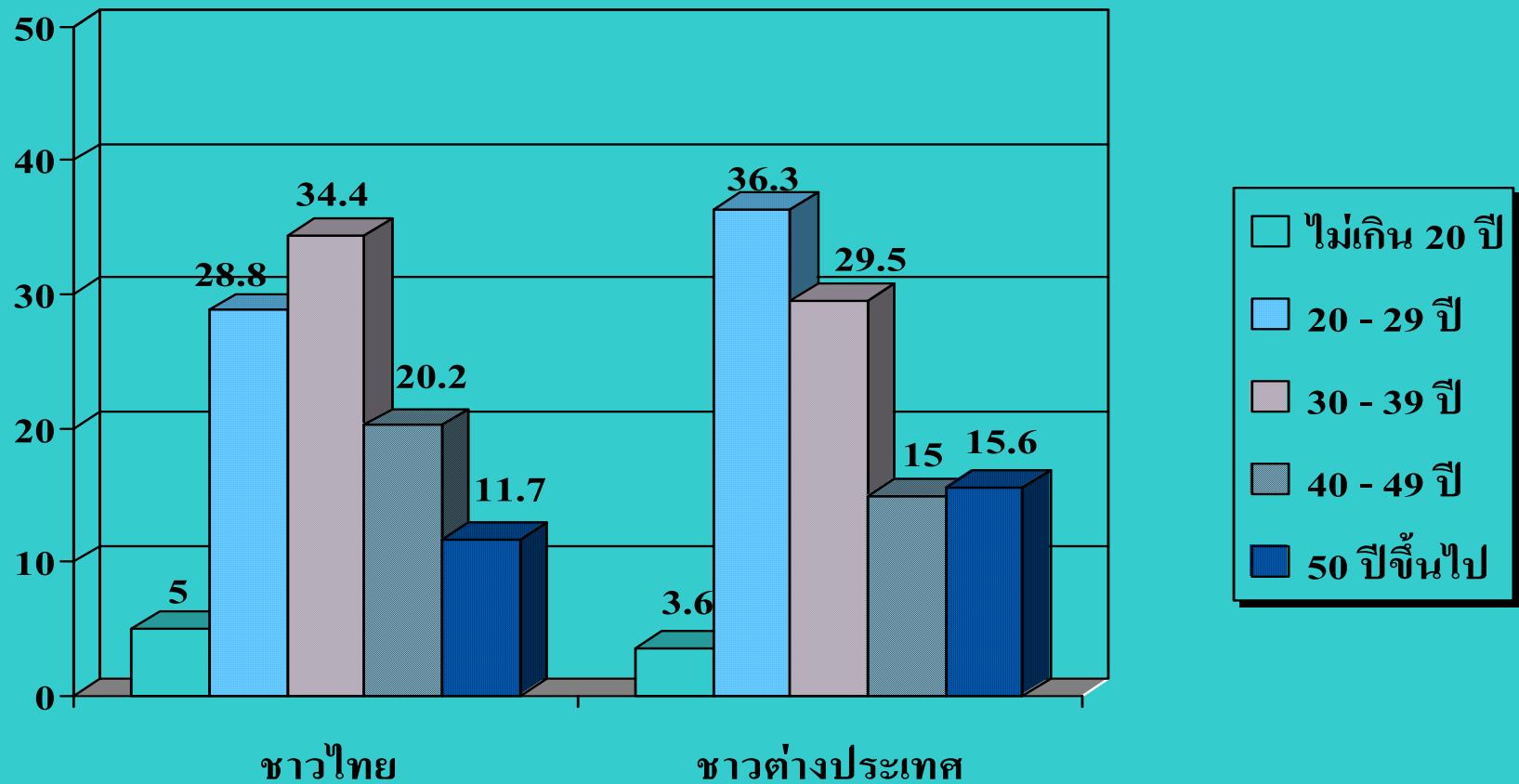
## ຈຳແນກຄວາມຄືນພໍານັກ



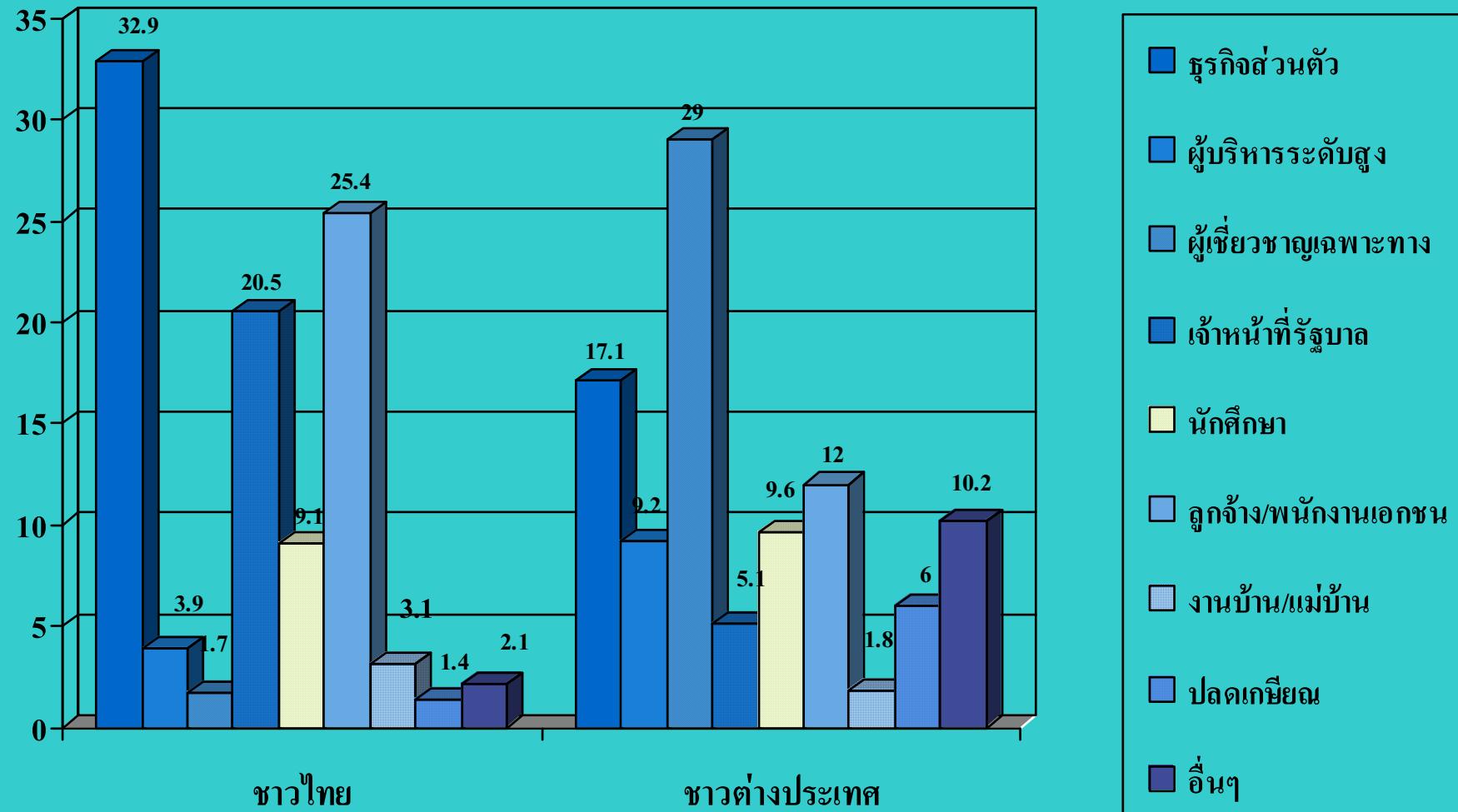
# จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามเพศ



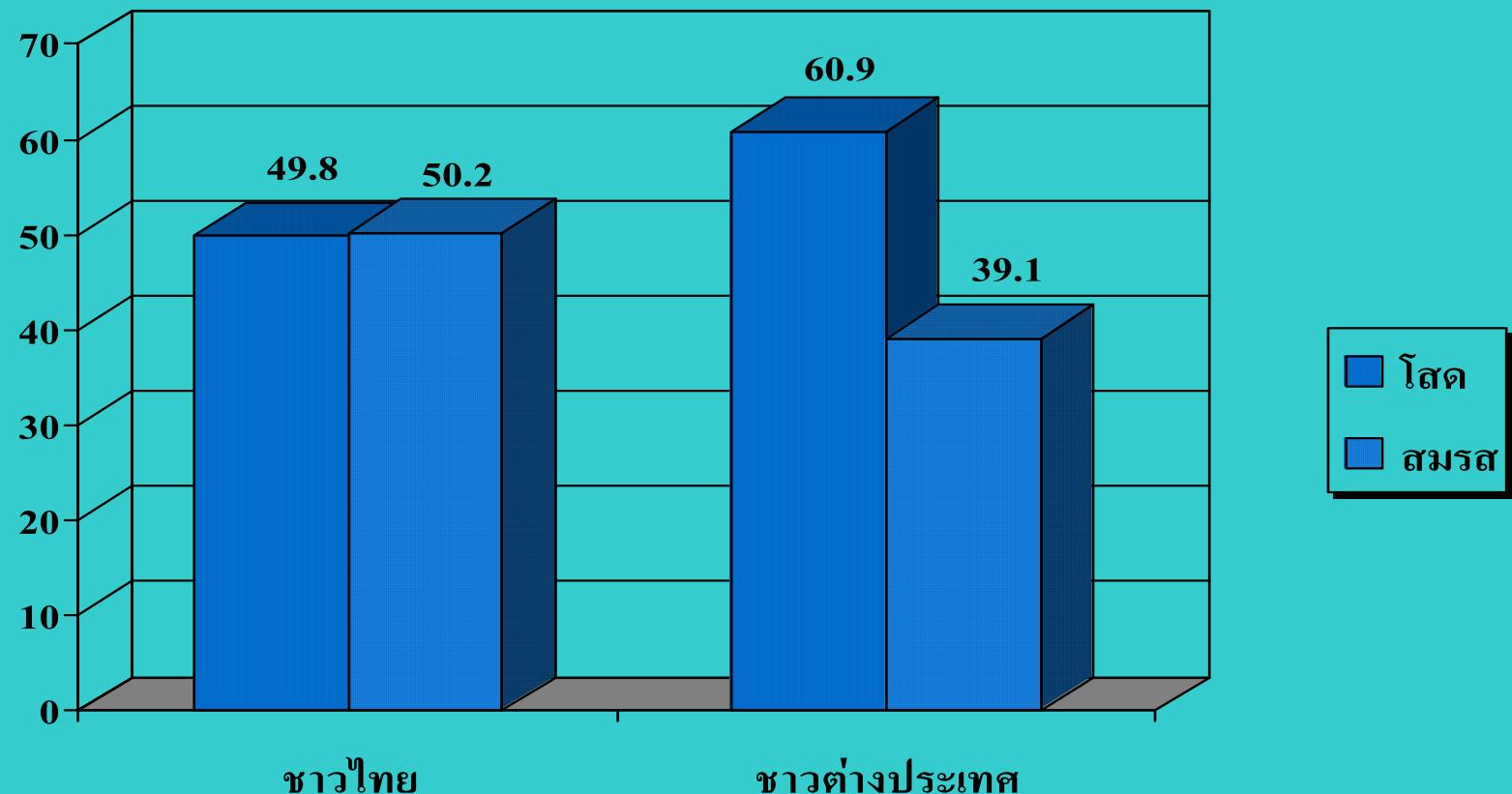
# จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามอายุ



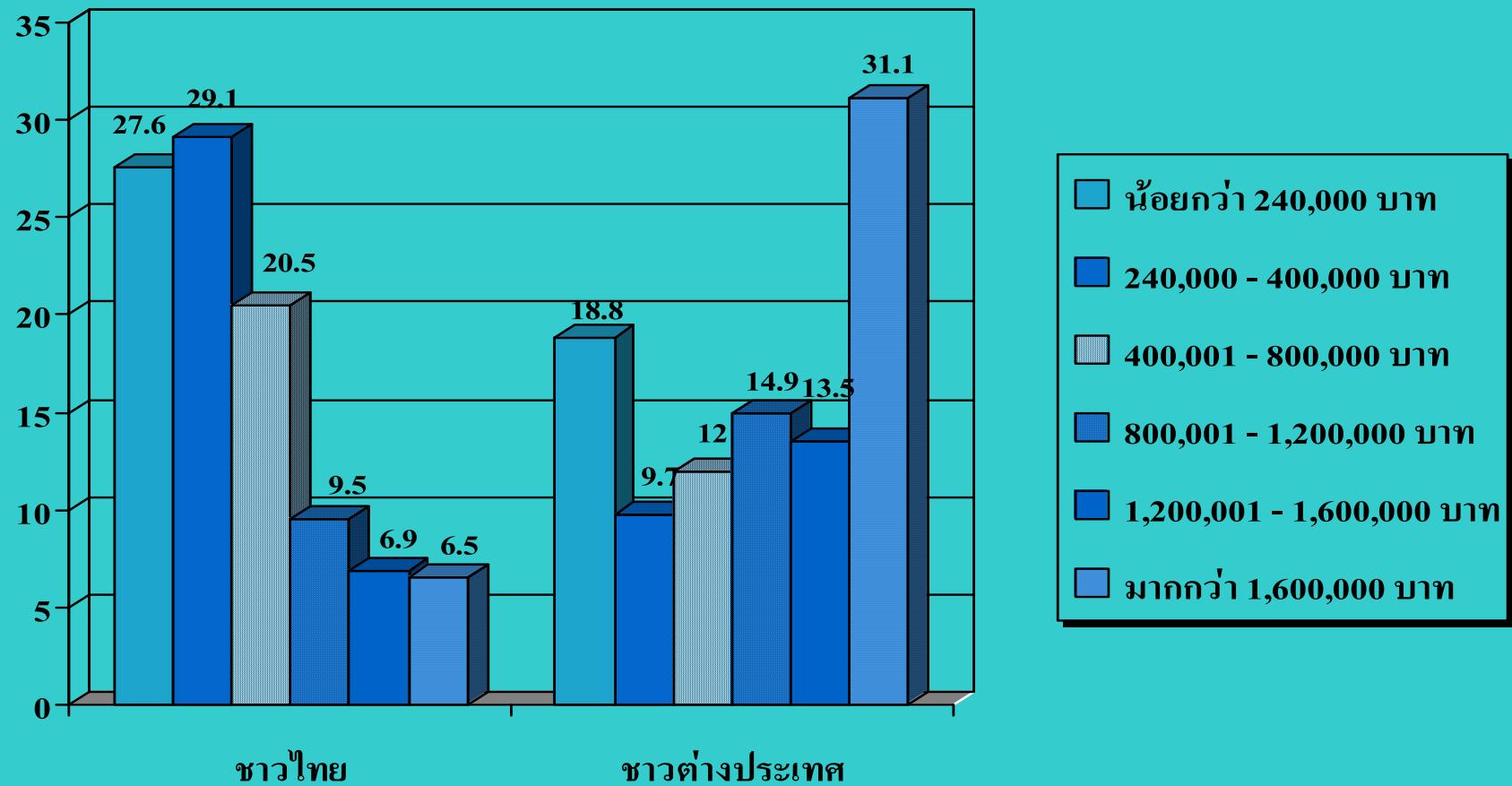
# จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามอาชีพ



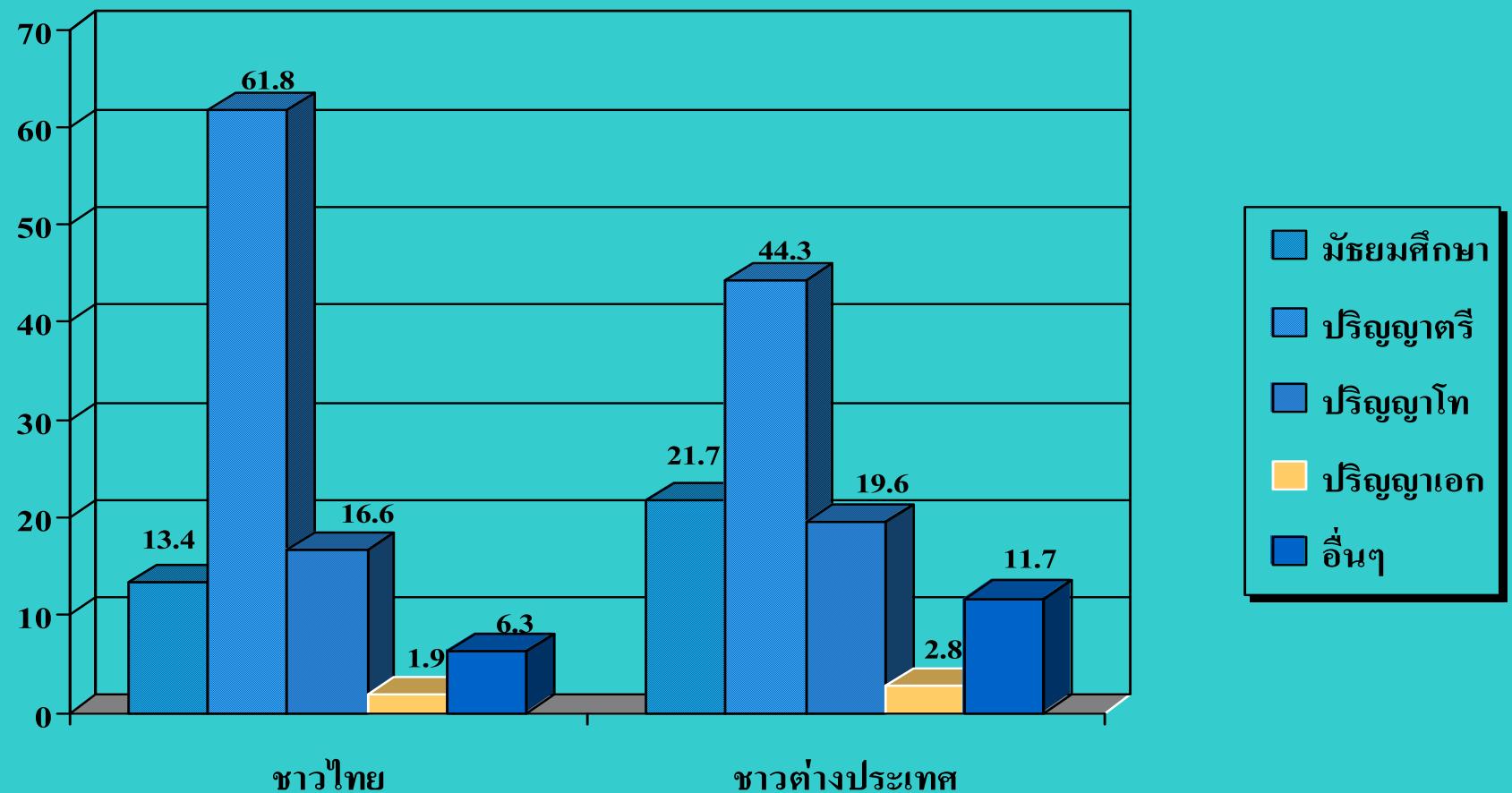
# จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามสถานภาพ



# จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามรายได้

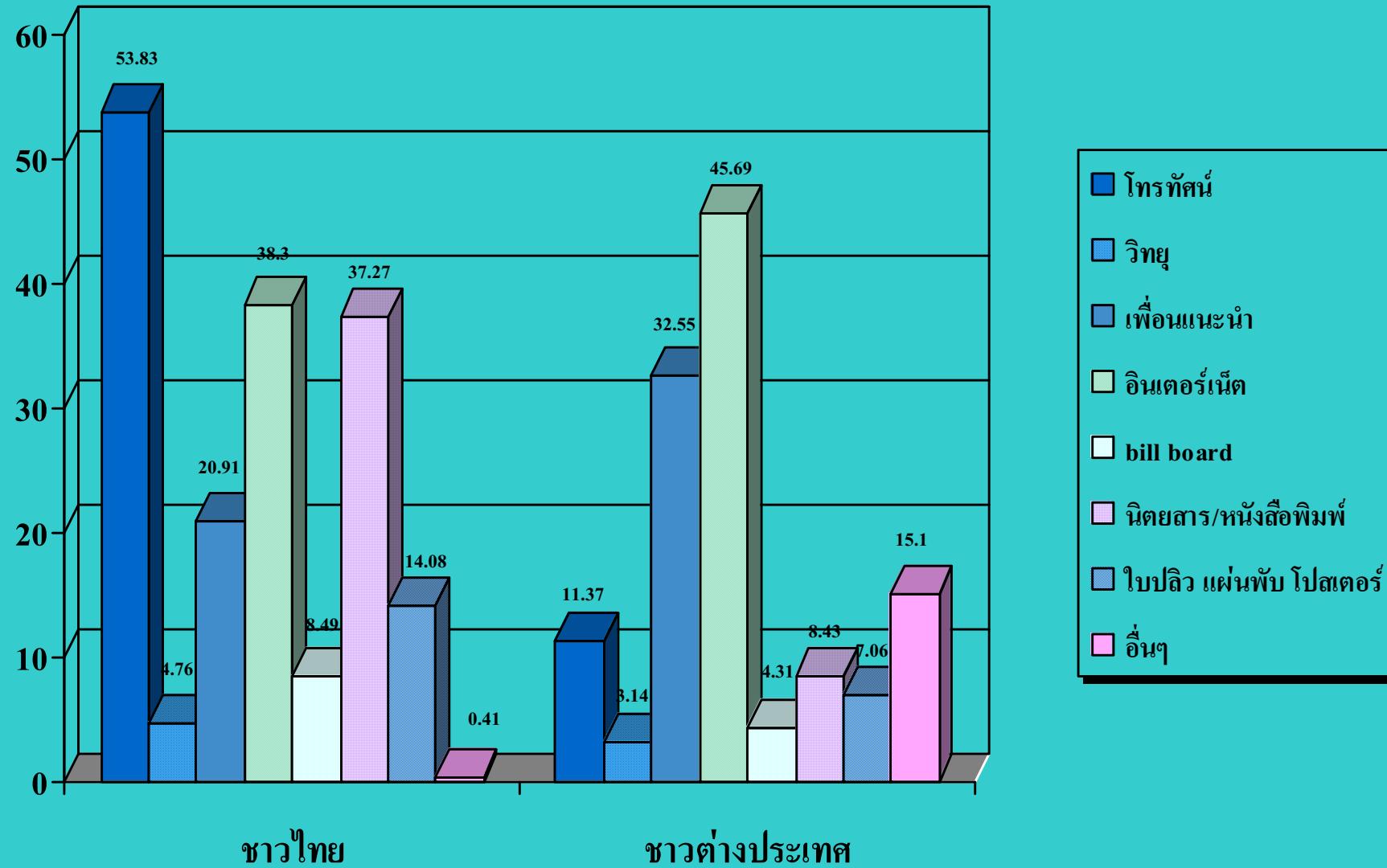


# จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามการศึกษา

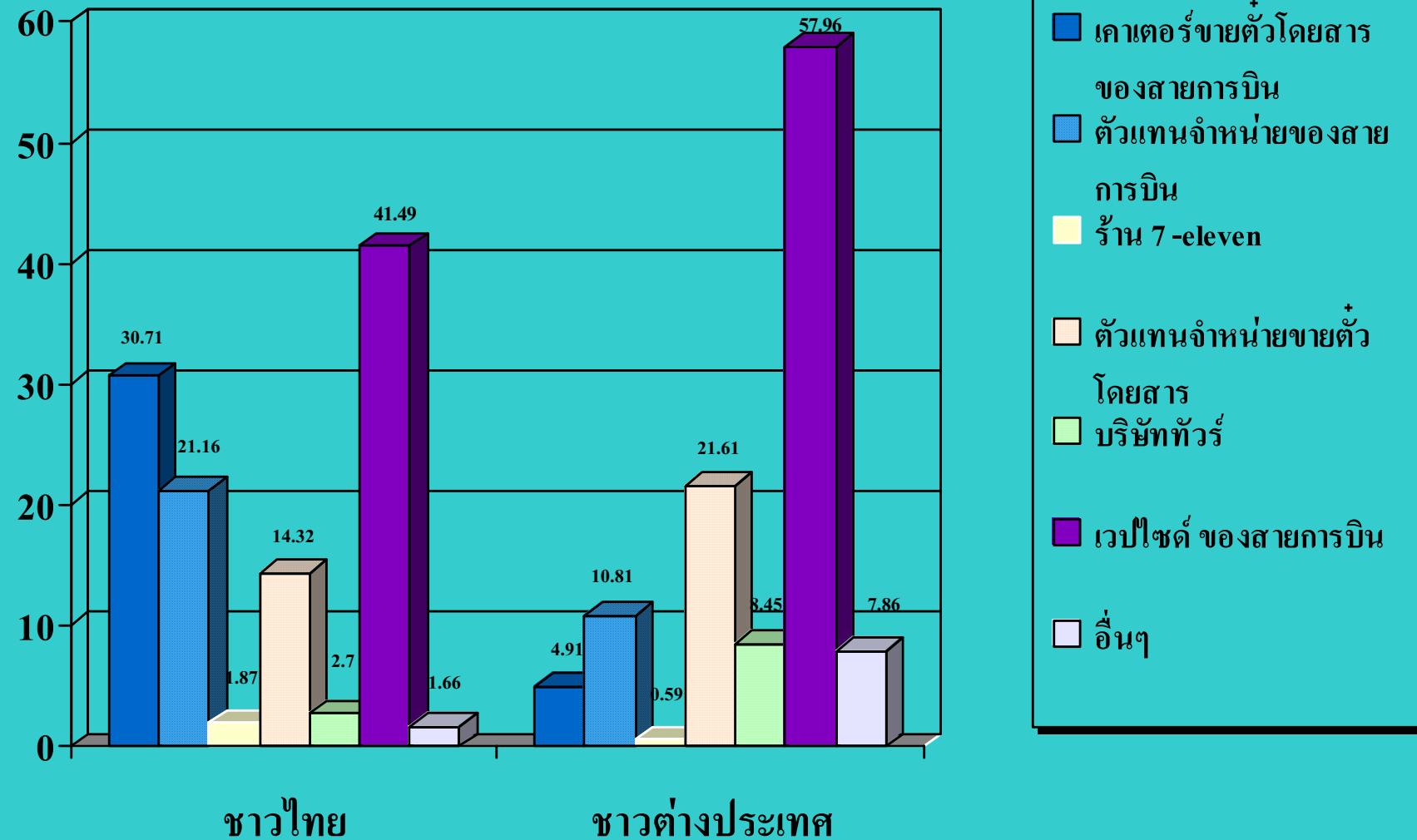


# พฤติกรรมที่มีต่อการเดินทาง และการใช้บริการสายการบิน

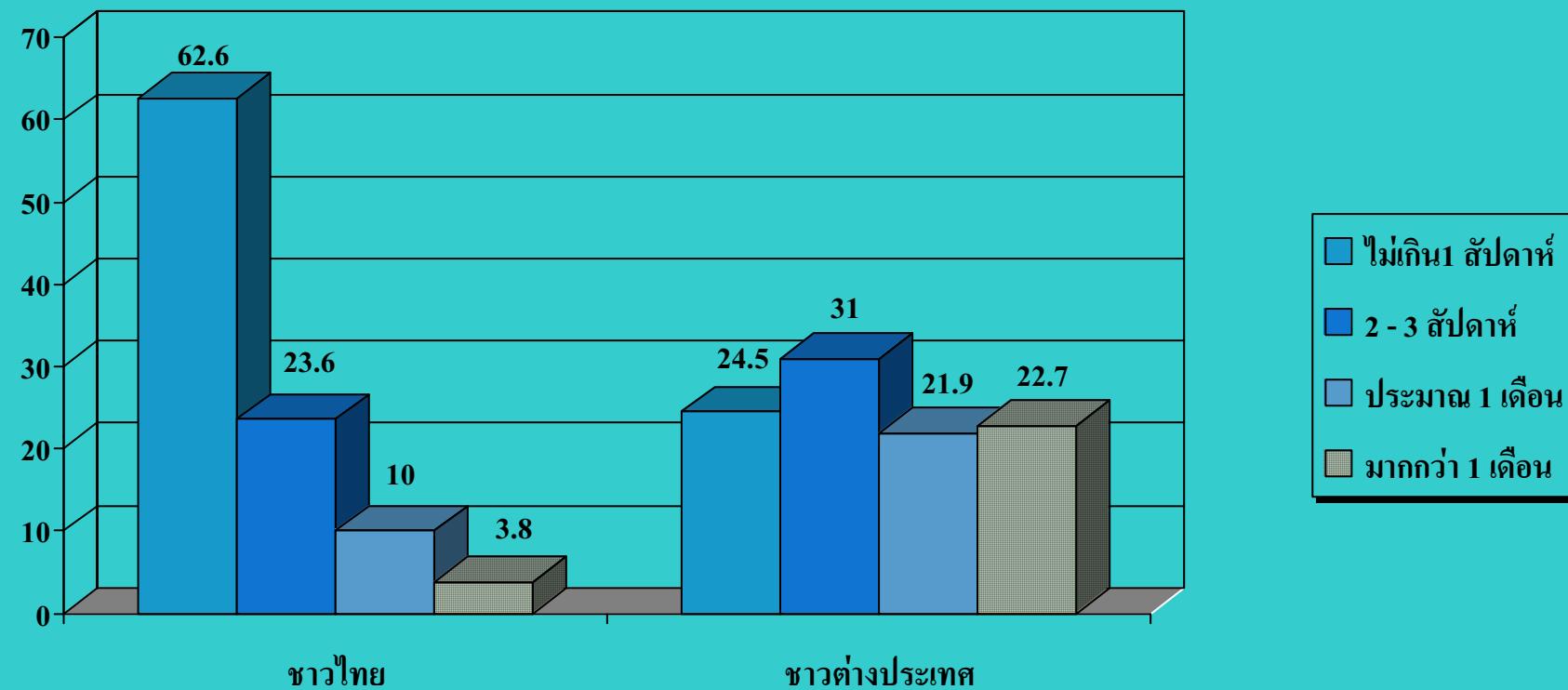
# ร้อยละของสื่อโฆษณาที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับถ่ายการบิน



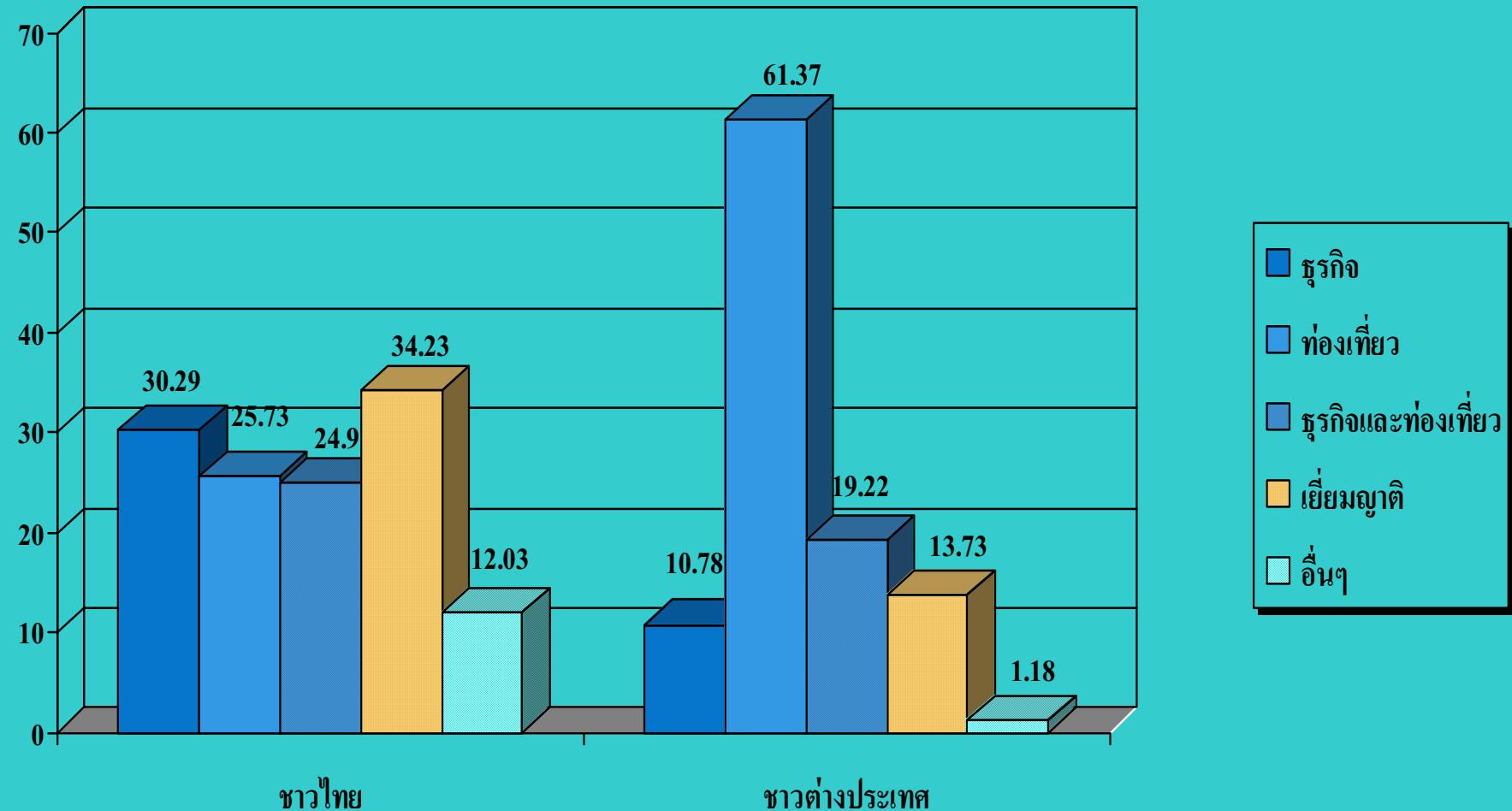
# ร้อยละของวิธีการซื้อตัวที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน



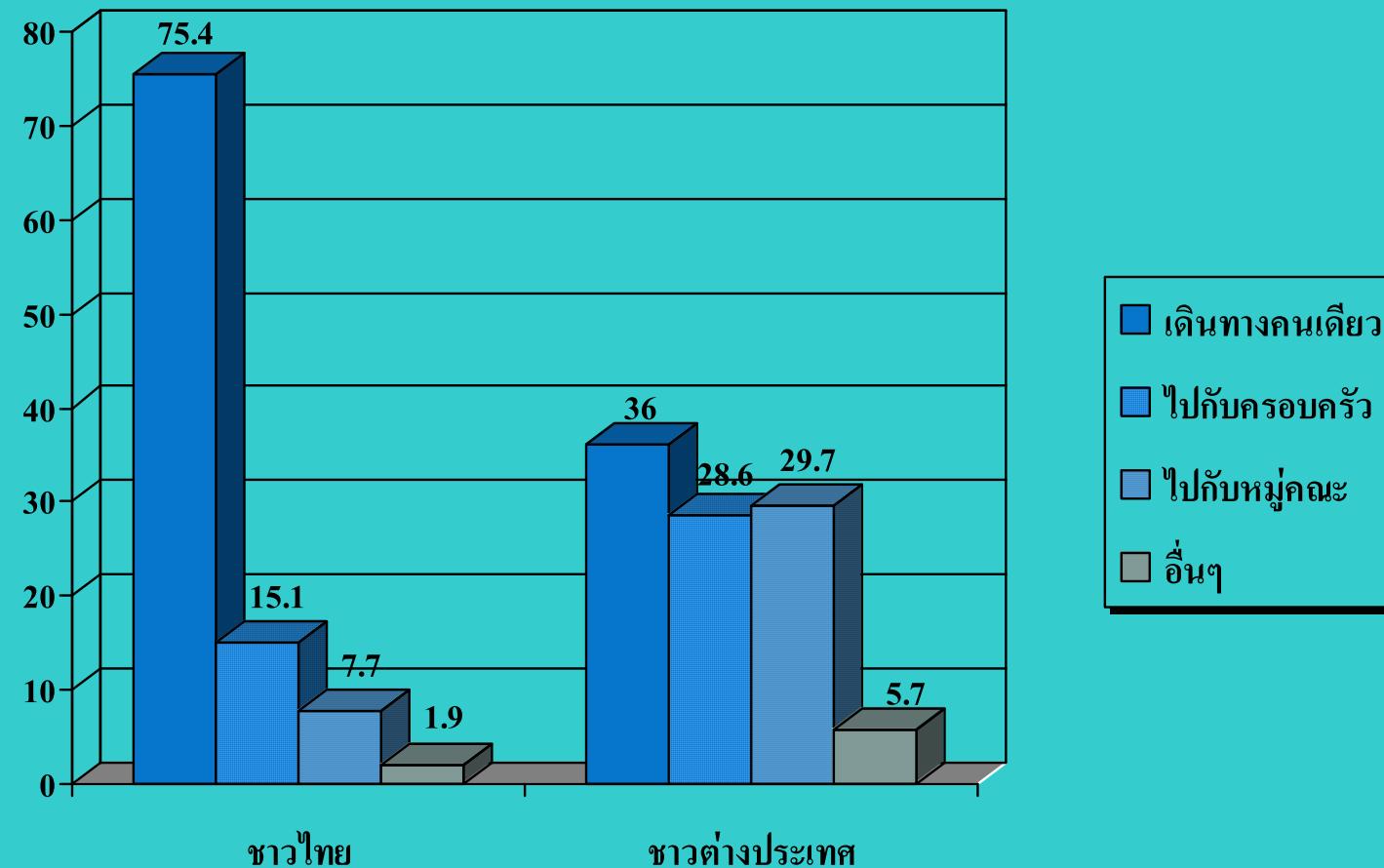
# ร้อยละของระยะเวลาที่ซื้อตัว หรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทาง



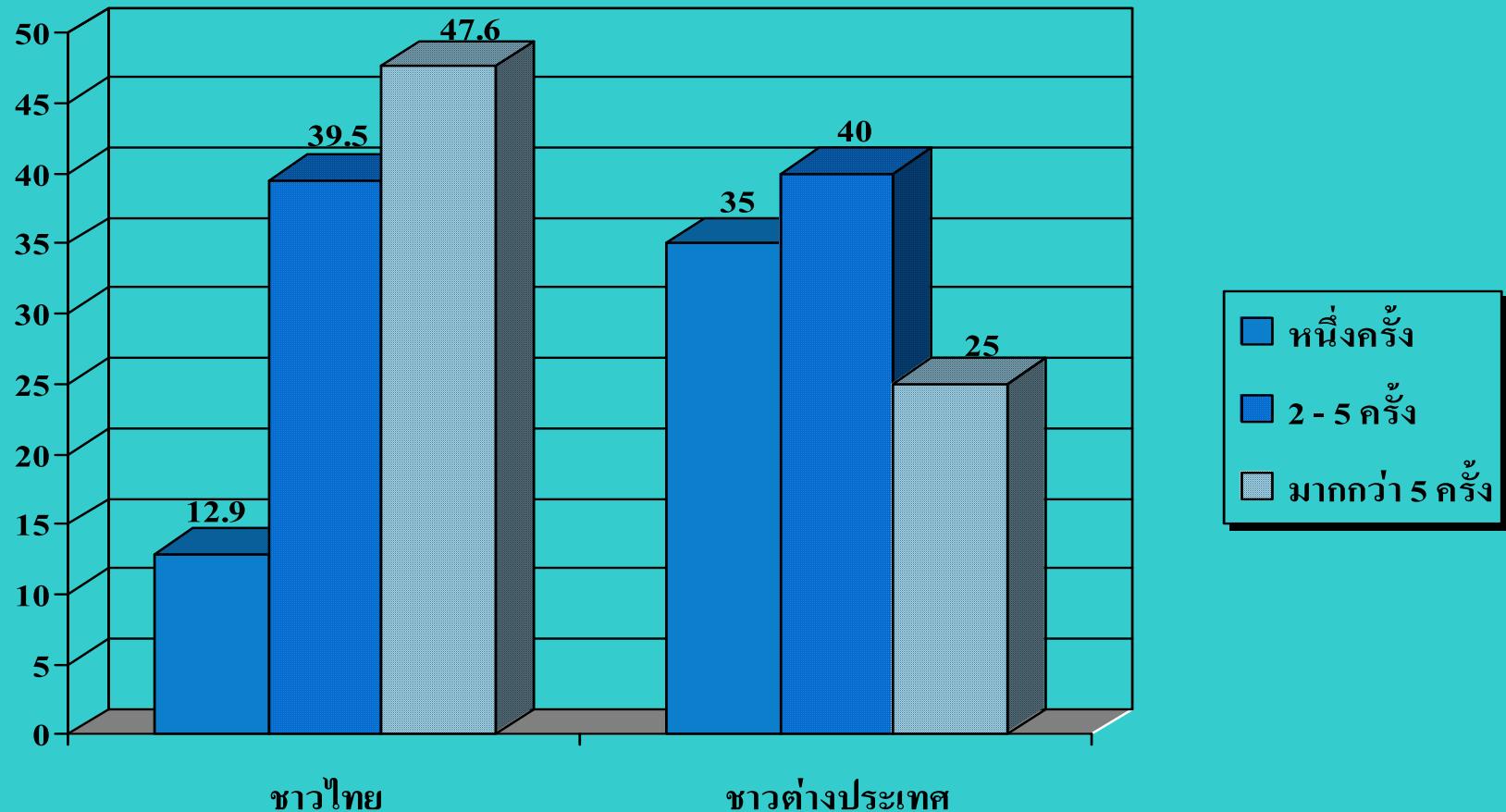
# ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ของชาวไทยและชาวต่างประเทศ



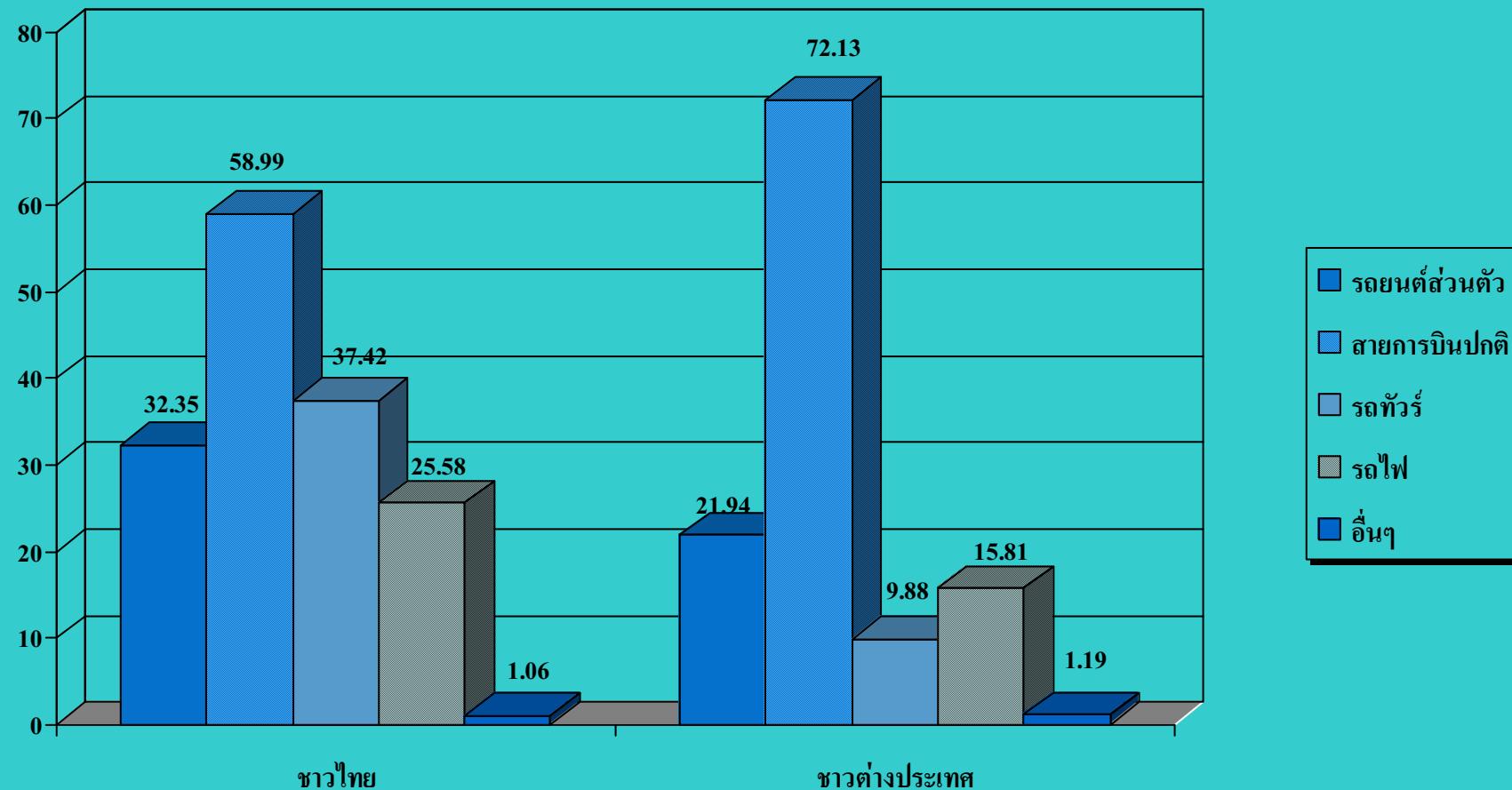
# ร้อยละของลักษณะการเดินทางโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ของชาวไทยและชาวต่างประเทศ



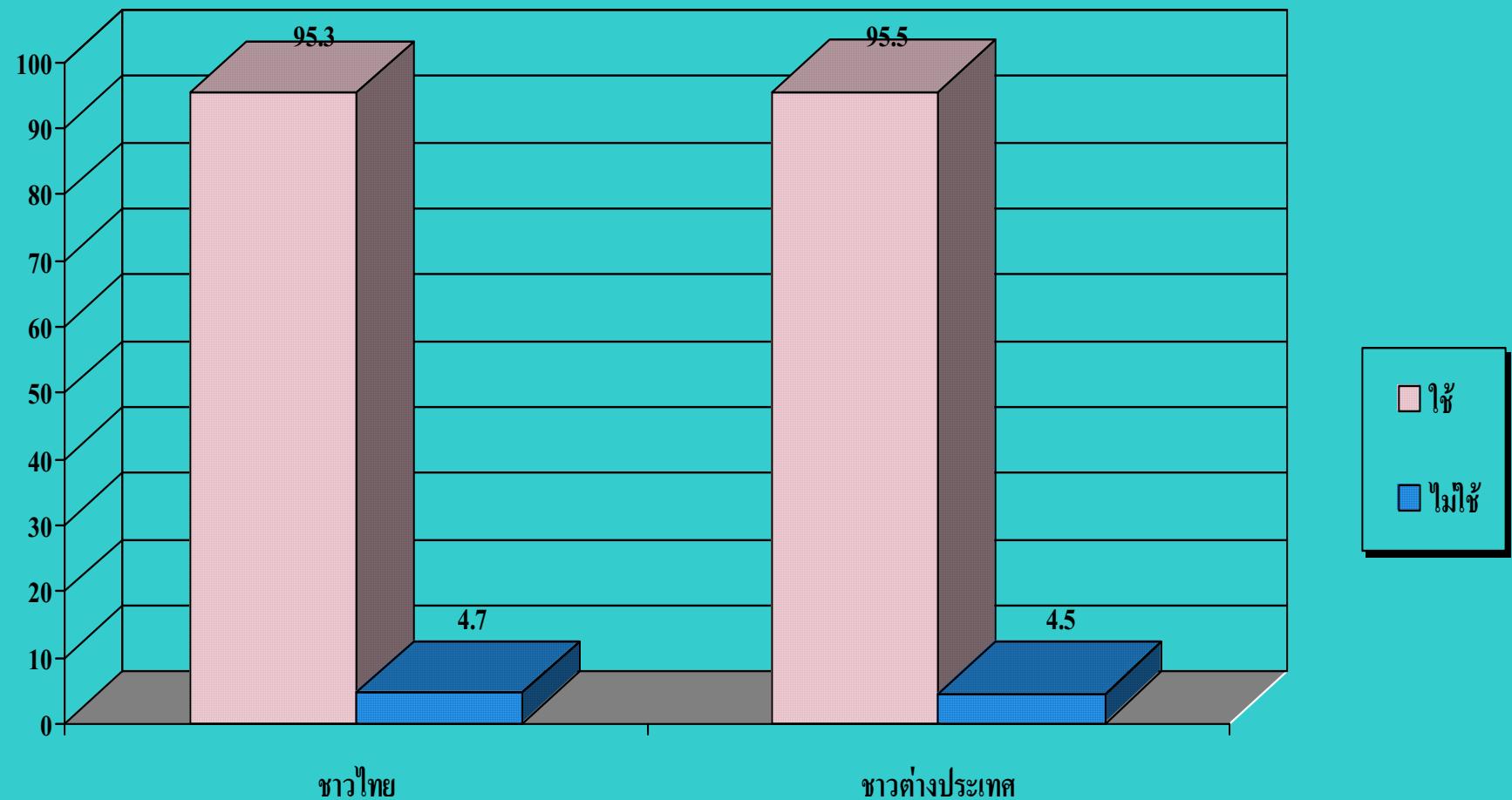
# ร้อยละของความถี่ของการใช้บริการสายการบิน ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำของชาวไทย และชาวต่างประเทศ



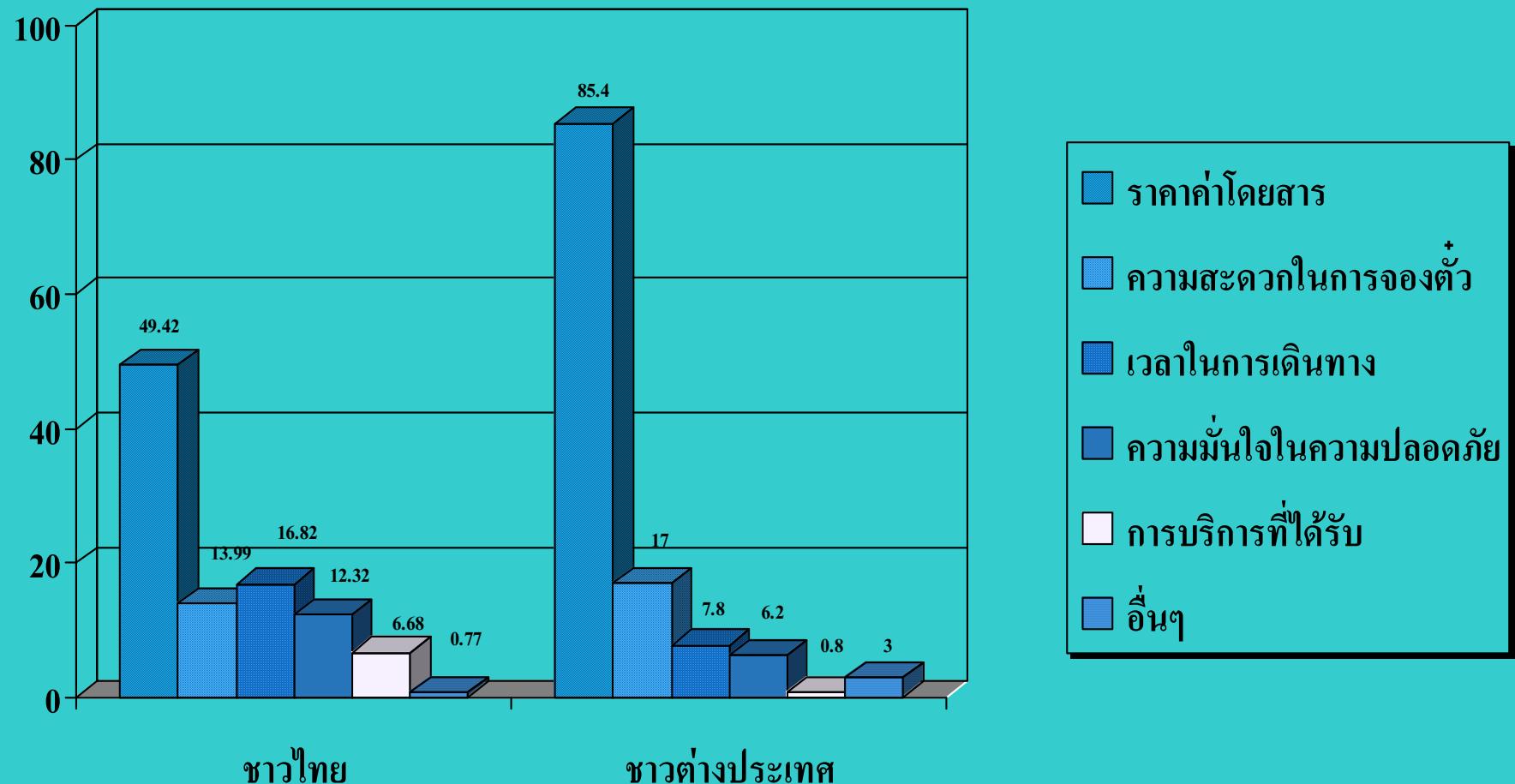
# ร้อยละของวิธีการเดินทางของชาวไทย และชาวต่างประเทศก่อนมีถ่ายการบินต้นทุนต่ำ



# ร้อยละความต้องการใช้บริการสาธารณูปโภคในอนาคตของชาวไทยและชาวต่างประเทศ

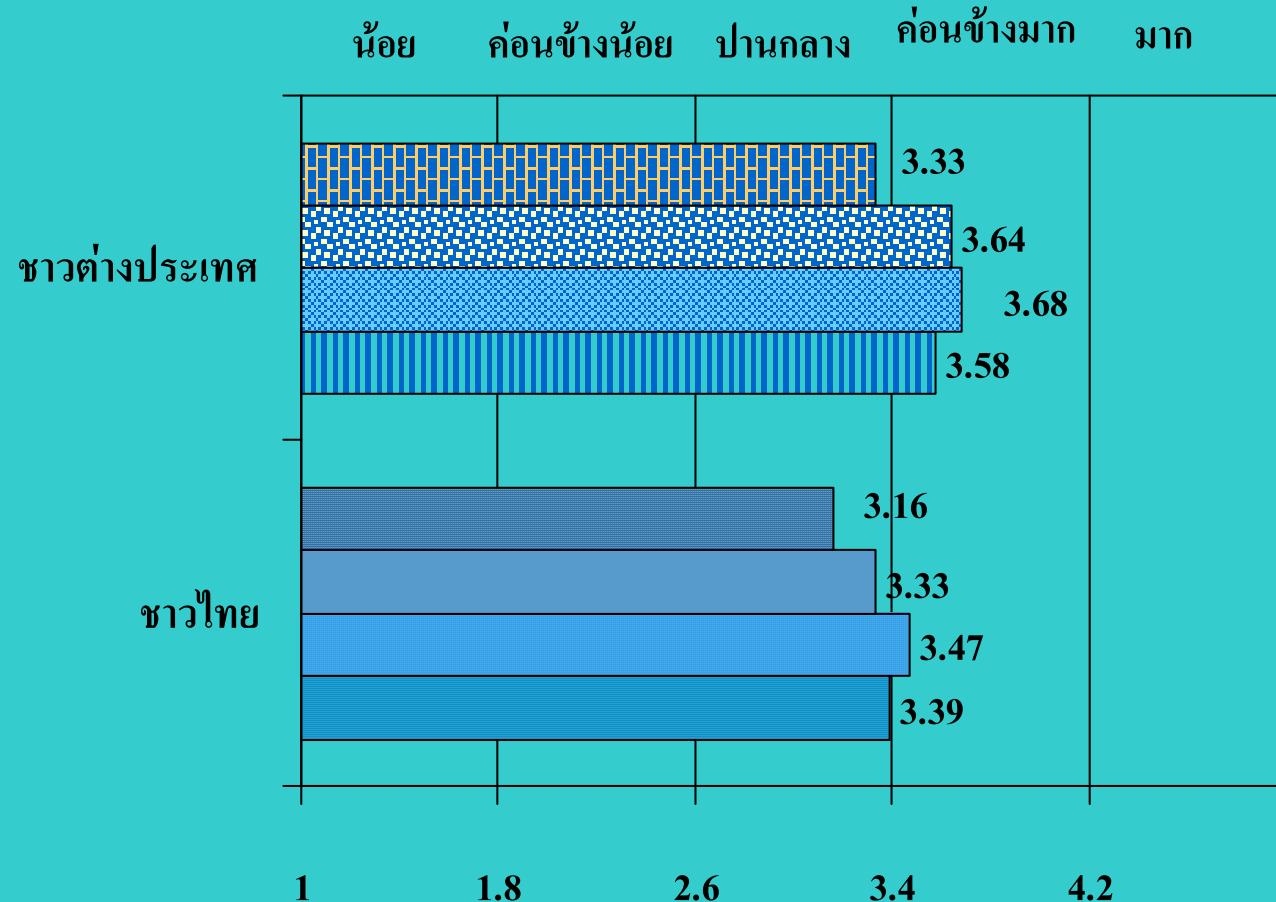


# ร้อยละสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ



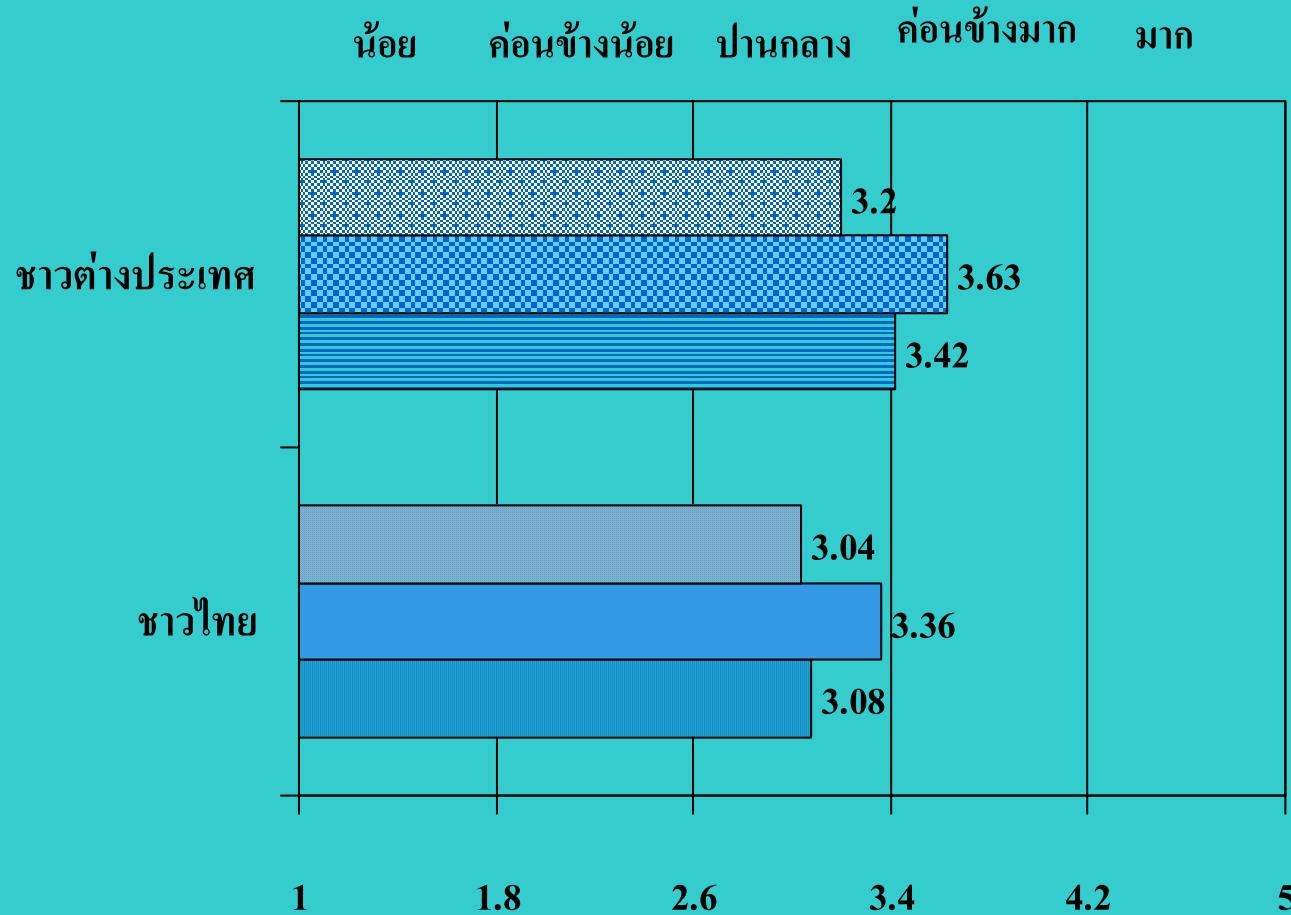
ผลการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อ<sup>!</sup>  
การใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ<sup>!</sup>

# ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ในการเข้า check in



■ ความรวดเร็วในการเข้า check in ■ ความมีอัชญาศัยในการต้อนรับ ■ การติดต่อสื่อสาร ■ ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของล้มภาระ

# ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ณ ที่พักโดยสารก่อนเดินทาง

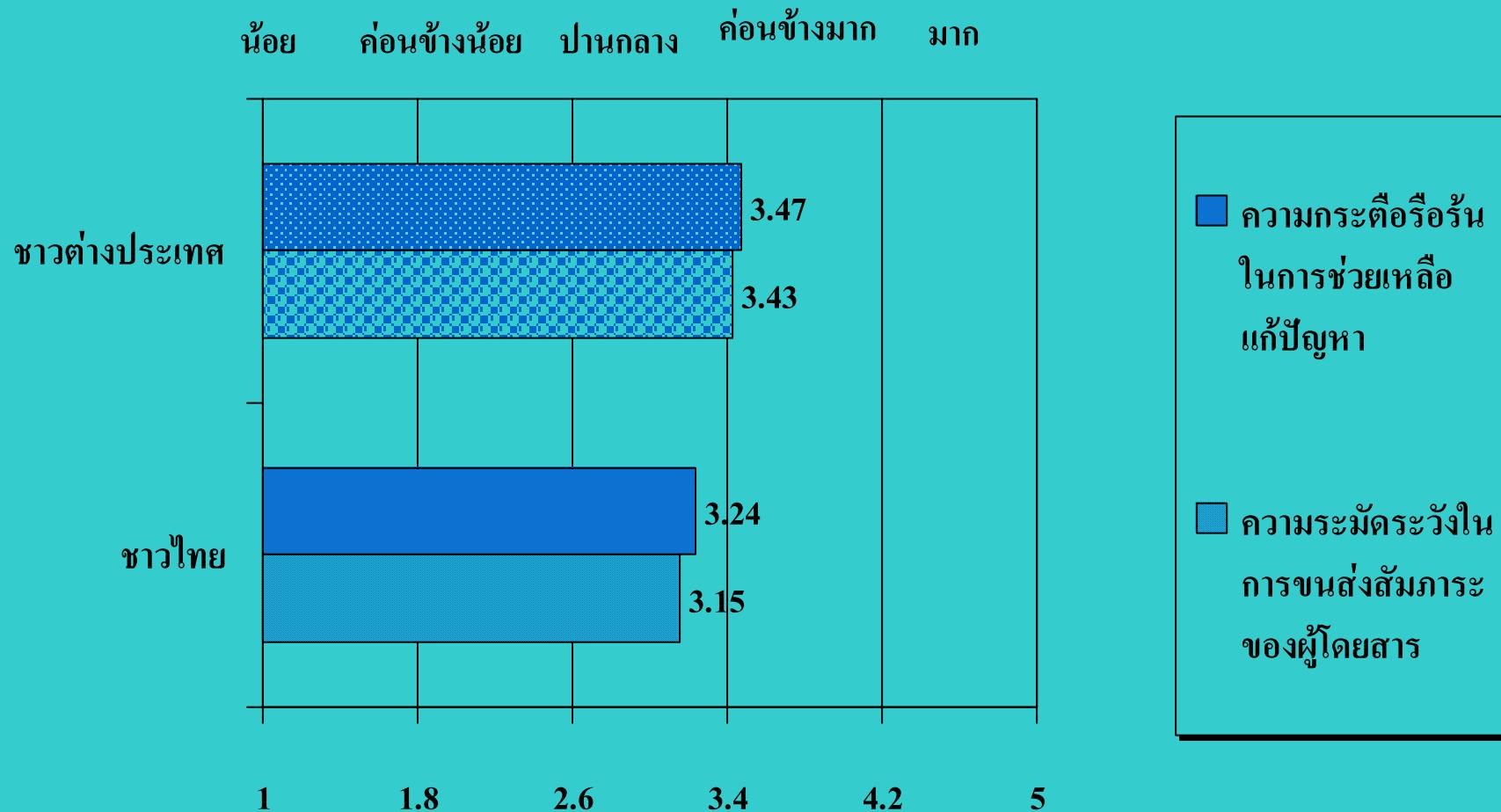


สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ

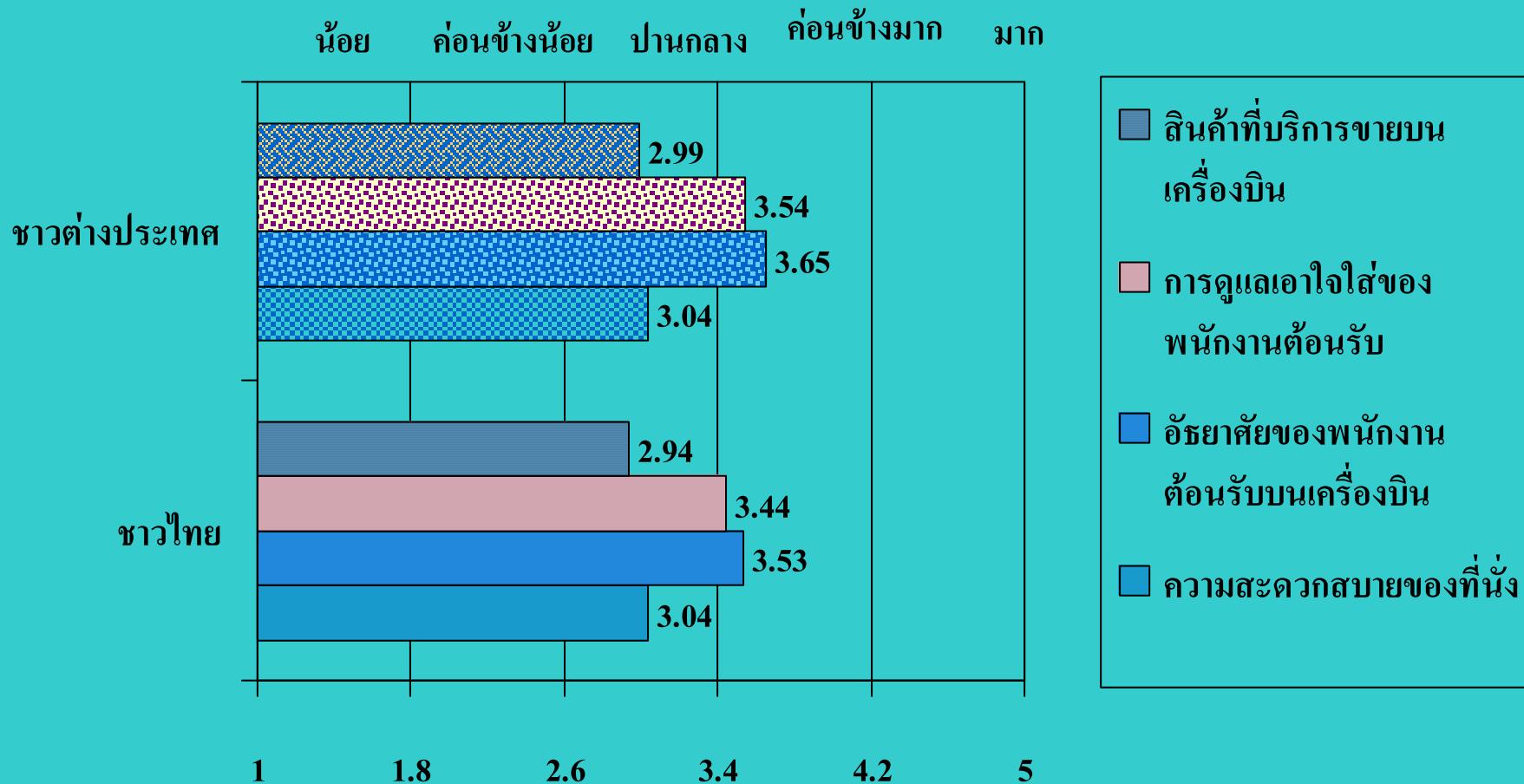
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน

การเข้ามาขึ้นเครื่องบิน

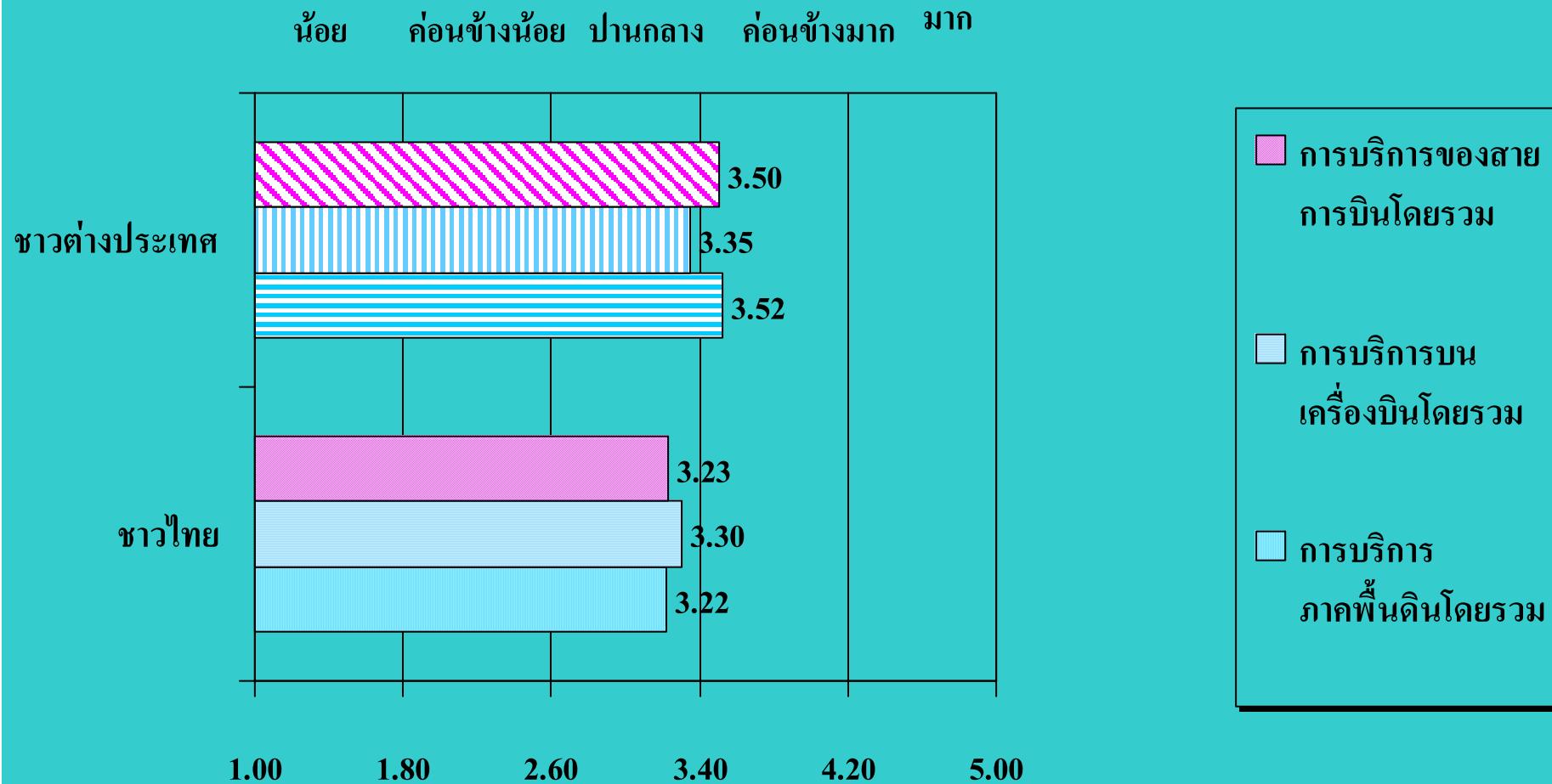
# ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ในการรับ-ส่งสัมภาระโดยสาร



# ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ บนเครื่องบิน (In Flight Service)



# ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ โดยรวมของสายการบิน



# ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของสายการบิน

