



ASEAN

Impact of AEC
Integration 2015:
Implication for Thailand
as Regional Hub for
Creative Tourism
Industry



National capital



ผลกระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558
ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย : การสร้างเสริมให้ประเทศไทย
เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภูมิภาค

เสนอ

โดย

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์ ก้นยายน 2556



ผลกระทบจากการ
รวมกลุ่มประชาคมอาเซียน
2558 ต่ออุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวไทย : การสร้างเสริม
ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ของภูมิภาค

ผลกระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน 2558 ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย : การสร้างเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภูมิภาค, (201 หน้า)

ปัจจุบัน สาขาการเดินทางและการท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของโลกและประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) การรวมตัวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น เนื่องจากมีประชากรรวม 600 ล้านคนและมีขนาดของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเท่ากับร้อยละ 5 ของโลก การเดินทางและการท่องเที่ยวในภูมิภาคที่ผ่านมาได้รับการสนับสนุนทางนโยบายอย่างต่อเนื่องจากประเทศสมาชิก ดังเห็นได้จากการส่งเสริมการตลาดร่วมกัน การเชื่อมโยงทางด้านคมนาคม การดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกันเพื่อเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว การอนุญาตเดินทางเข้าประเทศ และการผ่อนคลायกฎระเบียบและเปิดให้มีการแข่งขันที่กำลังขยายตัวมากขึ้นเรื่อยๆ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อตอบโจทย์วิจัยคือ ทำอย่างไรให้ประเทศไทยรักษาลำดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในอาเซียนตลอดจนผลักดันและเลื่อนลำดับความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นในโลก ประเทศไทยควรมองโอกาสของการรวมกลุ่มประชาคมเพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค โดยใช้ศักยภาพด้านต่างๆ ที่พัฒนา มาตลอดสามทศวรรษ ร่วมกับการเข้าถึง (Connectivity) กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในอนุภูมิภาค ที่ยังใหม่ต่อนักเดินทาง-ท่องเที่ยว การพัฒนาจุดขายใหม่ๆ ตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้ประโยชน์ตกแก่ประชาชนในประชาคมโดยทั่วถึงกันตามความสามารถในการแข่งขัน ขนาดตลาด ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ระหว่างประเทศ ของโลก และภูมิภาคที่ขยายตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง

หากมีการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวของภูมิภาค จำเป็นต้องมีการปรับองค์ประกอบของการสร้างความพร้อมเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน (Travel and Tourism Competitive Index) ผลศึกษาพบว่าขนาดตลาดการท่องเที่ยวของไทยขยายตัวได้ในระยะกลาง-ยาว ทั้งนี้ต้องมีการปรับอัตลักษณ์ด้านต่างๆ เพื่อสร้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียน

- 1) มรดกโลก และ สมบัติโลก อาเซียน
- 2) วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล แห่งอาเซียน
- 3) เกาสวรรค์ แห่ง อาเซียน
- 4) ชาติพันธุ์
- 5) เส้นทางสายไหมวัฒนธรรมแห่งสายน้ำ มรดกแห่งภูมิปัญญา
- 6) ย้อนรอยเส้นทางปราสาทหิน
- 7) การเชื่อมโยง ทางศาสนา
- 8) เส้นทางแห่งนักรบ มวยไทย และ ศิลปะป้องกันตัว อาเซียน
- 9) เส้นทางโลกล้านปี ไคโนไทเปีย และ อารยธรรมโบราณ

การศึกษามีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยร่วมลงทุนให้เกิดเส้นทาง เชื่อมต่ออาเซียน กับภาคต่างประเทศ โดยเฉพาะ เชื่อมโยง การท่องเที่ยวสู่ พม่า จีนตอนใต้ ลาว กัมพูชา, เวียดนาม ปรับปรุงระดับความปลอดภัย และสะดวกสบายของการเดินทาง สู่ที่พัก ให้เป็นมาตรฐาน การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอดีกับสถานที่ / พัฒนาพื้นที่ ความสะอาด เพื่อเน้นการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ส่งเสริมความพร้อมแก่คนท้องถิ่น ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว จากนานาประเทศ ทั้ง มรรยาท ภาษา และ ทักษะในการให้บริการ เจ้าหน้าที่รัฐ สถานพยาบาล บุคลากร ต้องมีความพร้อมและศักยภาพระดับสากล กระจายกำลังนักท่องเที่ยว สดาปนิก นักคิดสร้างสรรค์ ครีเอทีฟ นักการตลาด ลงส่วนภูมิภาคต่างๆ พัฒนาศักยภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ ของฝาก ของใช้ อาหาร เครื่องดื่ม ปรับภูมิทัศน์ ของแต่ละพื้นที่โดยใช้หลัก การอนุรักษ์ที่ยั่งยืน เพื่อสิ่งแวดล้อม และที่สำคัญ ต้องเป็น งานออกแบบที่มีคุณภาพผลิตเองได้จริงจากพื้นที่นั้นๆ รักษา ความเป็น เอกลักษณ์ (Brand Identity) ของแต่ละพื้นที่ ให้มีเอกลักษณ์ สร้างจุดขาย ที่มีคุณภาพ ในระดับสากล

คำศัพท์หลักที่สำคัญในการศึกษา (Key word) : การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยว การใช้แกนกลางของ ศิลปะวัฒนธรรม ศาสนา และชาติพันธุ์ เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในภูมิภาค เพื่อกำหนดอัตลักษณ์ที่เหมือนและต่างกันเป็นจุดขายร่วมด้านการท่องเที่ยว

Impact of AEC Integration 2015, Implication for Thailand as Regional Hub for Creative Tourism Industry (Contract No# RDG5550095 : 201 pp.)

Tourism is an important impetus on the growth of the global economy, and especially in South East Asian Countries (ASEAN). Currently, the regional market has grown due to the combined population of 600 million people in ASEAN nations; which constitutes up to 5 percent of the world's GDP. Members of the ASEAN community have continually supported tourism by the promotion of market integration: Linking transportation, sharing of natural resources, environmental preservation, and easy access to neighboring countries as well as deregulation for open competition which have been increasing during the period of time.

This study aims to answer important questions facing Thailand. First: how to maintain the country's competitiveness within the region, and improve our ranking within the region and the world. Second: Although Thailand has plenty of resources for tourism, she still needs to develop and improve other aspects of competition as well. Third: Thailand needs to prepare for the coming integration of ASEAN countries or AEC. We would like to be a regional hub for travel and tourism. In the coming decades we would like to be able to connect to our neighboring countries to jointly attract more tourists and being hub of the regional tourism. Four: Finding new markets and products by applying a creative tourism that will benefit the local people within the rural and urban community. We would like to be an international tourism hub on a global and regional scale.

In this study, simple questionnaire survey was conducted along with the seminar and workshops in the regions as well field surveys in order to obtain first-hand information. Identity assigned activities linked to the ASEAN region in the context of Thailand. The most 9 interesting 'New Creative Traveling and Tourism Idea' for Thailand and the region are for example;

- 1) World Heritage of Asian countries
- 2) Traditional cultural and ceremony in Asian Festival
- 3) The existing of Island Paradise of ASEAN
- 4) Tracing of Ethnicity in food cloths and way of life
- 5) Asian New Route of Silk road - River of Culture and Legacy of Wisdom
- 6) Birth of the Stone Castles
- 7) The belief and Legend of the Religion
- 8) Route of Muay Thai Warrior (Boxing)
- 9) Prehistoric Kingdoms, Geo-park of Dinotopia and Ancient civilizations, to name but a few example.

In our study, we have proposed the cultural link to our neighboring countries such as Myanmar, Yunnan in South China and Laos, Cambodia and Vietnam respectively. This is owing to their proximity of culture and ethnicity. There are differences of history and believe, though among us. The uniqueness of identity has made linkage worth the trip while differences of history and ethnics have made travelling and tourism worth exploration and visits repeatedly. In this regard we also need human resource development of our AEC citizen to encourage and helping local people who would get both the benefit and adversary impact around tourist attractions to reach real understand of their potential. They would therefore choose to welcome travelers from around the world who come to seek deeper understandings of their ethics, exchange of words and minds.

Policy implication towards steps of execution in making Thailand as a hub of ASEAN travel and tourism is as follows:

- 1) Investment in infrastructure to link new markets to existing Thai market for better connectivity via air land and river routes
- 2) Joint implementation of tourism activities in the regions to raise the length of stay and expenditure on souvenir designed with brand identity specific to each location in the tourism destination
- 3) Draft the framework, in developing Thailand as a hub of ASEAN under the regional cooperation plan in sub-region, determine a native stakeholder in ASEAN for a joint investment initiatives in tourism and travelling
- 4) The Tourism Council Of Thailand follows up to monitor the proposal and investment plan to realize the action plan for Thailand as hub of AEC in Tourism.

Key words : ASEAN Integration; Thailand as hub of travel and tourism of AEC; the main core of tourism development lies in the common of culture, arts, belief and the difference of ethnicity and identities.



สารบัญ

บทที่ 1 : บทนำ

	หน้าที่
1. ความสำคัญของปัญหา	1
1.1 แนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	2
2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา	7
3. ขอบเขตการศึกษา	7
4. วิธีการศึกษา	8
5. องค์ประกอบของรายงานการศึกษา	9

บทที่ 2 : ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

1. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน	11
1.1 ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourist & Tourism Competitiveness Index)	11
1.2 ศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย	15
- เสาหลัก 1: กรอบกำกับการดูแล (Regulatory framework)	15
- เสาหลัก 2: สภาพแวดล้อมของธุรกิจและโครงสร้างพื้นฐาน (Business environment and infrastructure)	18
- เสาหลัก 3: ทรัพยากรมนุษย์, วัฒนธรรม, และสิ่งแวดล้อม (Human, cultural, and natural resources)	21
2. การวิเคราะห์ เสิ่งกลยุทธ์ (SWOT Analysis)	23
- Strengths	23
- Weaknesses	24
- Opportunities	26
- Threats	27
- แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	28

บทที่ 3 : แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศกรณีเป็นศูนย์กลางภูมิภาค AEC

1. แนวโน้มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทย	31
1.1 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามทวีปที่นักท่องเที่ยวอาศัย (International Tourists by Continent)	31
1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แบ่งตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (International Tourists by Nationality)	33
2. ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว	37
2.1 จำนวนวันพำนัเฉลี่ย แบ่งตามทวีปที่นักท่องเที่ยวอาศัย (Length of Stay by Continent)	37
2.2 จำนวนวันพำนัเฉลี่ย แบ่งตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว	38
2.3 วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	39
2.4 อายุของนักท่องเที่ยว	40
2.5 ด้านรายได้/ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	41
3. ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กับตัวแปรอื่นๆ	44
4. โมเดลการพยากรณ์นักท่องเที่ยว	47
5. พยากรณ์มูลค่าการท่องเที่ยว 2012-2020 (Tourism Benefit)	54

บทที่ 4 : ศักยภาพ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ของภูมิภาคอาเซียนและประเทศไทย

หน้าที่

บทนำ : ASEAN

63

1. ข้อมูลทั่วไปของประชาคม ASEAN 10 ประเทศ

64

2. ข้อมูลบทบาทของไทย กับ ประเทศเพื่อนบ้าน

72

1) ข้อมูลประเทศพม่า

73

2) ข้อมูลประเทศลาว

79

3) ข้อมูลประเทศเวียดนาม

79

4) ข้อมูลประเทศกัมพูชา

87

3. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวของ 5 ประเทศอาเซียน

91

1) ข้อมูลประเทศบรูไน

92

2) ข้อมูลประเทศอินโดนีเซีย

94

3) ข้อมูลประเทศมาเลเซีย

97

4) ข้อมูลประเทศฟิลิปปินส์

100

5) ข้อมูลประเทศสิงคโปร์

102

4. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวประเทศไทย

104

1) ข้อมูลประเทศไทย

104

4.1 ข้อมูลในระดับภูมิภาคของประเทศไทย

105

- ภาคเหนือ

105

- ภาคอีสาน

106

- ภาคกลาง

108

- ภาคใต้

110

- ภาคตะวันออก

114

- ภาคตะวันตก

114

4.2 ข้อมูลระบบลอจิสติกส์ของประเทศไทยสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

116

5. การสำรวจพื้นที่ศึกษาข้อมูลจริงภายในประเทศ และทำการระดมสมองกับผู้มีส่วนได้เสีย ในภูมิภาคของไทย

117

- การเดินทางสำรวจ

121

6. แบบสำรวจสอบถามความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเพื่อนบ้านของไทย และ รอบอาเซียน

134

บทที่ 5 : กิจกรรมในการเชื่อมโยงภูมิภาคอาเซียนกับประเทศไทย

1. ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

140

1.1 การออกแบบเบื้องต้น เชิงความคิด

140

1.2 แนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์ตามภูมิภาคเพิ่มมูลค่า และเชื่อมโยง AEC

142

1.3 แนวคิดที่สำคัญของการออกแบบ

143

1.4 อัตลักษณ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเบื้องต้น

143

2. กิจกรรมเชื่อมโยงภูมิภาค

144

- ภาคเหนือ

144

- ภาคอีสาน

148

- ภาคกลาง

152

- ภาคใต้

153

3. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชื่อมโยง AEC และ นานาประเทศ

156

1) กิจกรรมการเชื่อมโยง ทางมรดกโลก และ สมบัติโลก อาเซียน

157

2) กิจกรรมการเชื่อมโยง วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล แห่งอาเซียน

179

3) กิจกรรมการเชื่อมโยง เกาะสวรรค์ แห่ง อาเซียน

161

4) กิจกรรมการเชื่อมโยง การเชื่อมโยง ทางชาติพันธุ์

163

5) กิจกรรมการเชื่อมโยง เส้นทางสายไหมวัฒนธรรมแห่งสายน้ำมรดกแห่งภูมิภาคปัญญา

165

6) กิจกรรมการเชื่อมโยง ย้อนรอยเส้นทางปราสาทหิน

167

7) กิจกรรมการเชื่อมโยง ทางศาสนา

169

8) กิจกรรมการเชื่อมโยง เส้นทางแห่งนักรบมวยไทย และ ศิลปะป้องกันตัว อาเซียน

171

9) กิจกรรมการเชื่อมโยง เส้นทางโลกล้านปี ไตโนโทเปีย และ อารยธรรมโบราณ

173

4. อัตลักษณ์เมือง และ ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง

175

บทที่ 6 : สรุป และเสนอแนะ

หน้าที่

1. สรุปผลการศึกษา	187
2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางในอาเซียน	187
2.1 การใช้อัตลักษณ์กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงระดับภูมิภาคสู่อาเซียนในบริบทของประเทศไทย	187
2.2 การใช้อัตลักษณ์กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงระดับอาเซียน สู่ ทั่วโลก	187
3. ข้อเสนอแนะการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	188
3.1 เส้นทางสายใหม่ หรือ ปรับปรุงเส้นทางในจุดเชื่อมต่อ	188
3.2 การเชื่อมโยง ระหว่างภูมิภาคของไทย และอนุภูมิภาคเพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลาง	189
4. การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อขยายตลาดและรักษาให้ประเทศเป็นศูนย์กลาง	189
5. การพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง	190
6. ขั้นตอนการผลักดันนโยบายสู่การปฏิบัติ	190

เอกสารอ้างอิง

191

ภาคผนวก

1. รายละเอียดข้อมูลต่างประเทศ ในการพยากรณ์มูลค่าการท่องเที่ยว	193
2. ภาพการประชุมสัมมนา	197
3. รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมสัมมนา	198
1) จังหวัดชัยภูมิ	199
2) จังหวัดมุกดาหาร	200
3) จังหวัดอุดรธานี	201
4) จังหวัดสุราษฎร์ธานี	202
5) จังหวัดแพร่	203
4. ภาพการเดินทางของนักวิจัย	204
5. ภาพการสัมมนา ณ โรงแรมพูลแมน คิง เพาเวอร์ กรุงเทพฯ วันที่ 25 กย. 2556	205

สารบัญภาพ

ภาพที่	สารบัญภาพ	หน้าที่
1-1	จำนวนนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 1995-2011 (2538-2554)	2
1-2	คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว 2010-2030 องค์สหประชาชาติเพื่อการท่องเที่ยว	2
1-3	จุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 2011 รวบรวมโดย องค์สหประชาชาติเพื่อการท่องเที่ยว	2
1-4	จำนวนการเปลี่ยนแปลง (ล้านคน) ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในภูมิภาคที่เป็นเป้าหมายหลักในการเดินทางท่องเที่ยวในปี 2011	2
1-5	ประเทศ 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543-2553	4
1-6	ประเทศ 5 อันดับแรกที่อยู่ภายนอกทวีปยุโรปที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543- 2553	5
1-7	ประเทศ 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543-2553	5
1-8	ประเทศ 5 อันดับแรกที่อยู่ภายนอกทวีปอเมริกาที่นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเลือกเดินทางไปตั้งแต่ปี 2543-2553	6
1-9	ประเทศ 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจาก สหราชอาณาจักรเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543 - 2553	6
1-10	ประเทศ 5 อันดับแรกที่อยู่ภายนอกสหราชอาณาจักรที่นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543-2553	7
2-1	แนวคิดในการวางแผนการเชื่อมโยงตลาดการเดินทางท่องเที่ยว AEC	25
3-1	นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย แยกเป็นรายทวีป	31
3-2	นักท่องเที่ยวจากประเทศ อาเซียน	32
3-3	นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย: ยุโรป	32
3-4	นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย: เอเชียตะวันออก	33
3-5	ส่วนแบ่งของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2554	34
3-6	อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี 2538-2554 (เฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่สำคัญ)	34
3-7	จำนวนวันพำนักเฉลี่ยและการเปลี่ยนแปลง จำแนกเป็นรายทวีป	37
3-8	จุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวปี 2554	39
3-9	อายุของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในประเทศไทย ปี 2554	40
3-10	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย บาท/คน/วัน จำแนกตามทวีปของนักท่องเที่ยว	41
3-11	รายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยว จำแนกตามทวีป (หน่วย: ล้านบาท)	41
3-12	รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทการท่องเที่ยว	42
3-13	รายได้จากนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติปี 2554 (หน่วย: ล้านบาท)	43
3-14	ดัชนีความสามารถในการแข่งขัน และจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และรายรับจากการท่องเที่ยว	44
3-15	ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีความสามารถในการแข่งขัน (T&T) ดัชนีการพัฒนามนุษย์ (HDI Index) และ ดัชนีการเปิดเสรี (Open Borders Index)	45
3-16	ความสัมพันธ์ดัชนีความสามารถในการแข่งขัน (T&T) และรายได้ต่อหัวประชากร (GDP Per Capita at Constant 2000 US\$ price)	46
3-17	ผลการพยากรณ์ (เฉพาะประเทศที่สำคัญ)	54
3-18	ผลการพยากรณ์ มูลค่าการท่องเที่ยว 2012-2020 (Tourism Benefit)	57

สารบัญภาพ

ภาพที่	สารบัญภาพ	หน้าที่
4-1	ผลการสำรวจจากนักท่องเที่ยวคุณภาพระดับผู้นำเทรนการท่องเที่ยวเครือที่ฟรุ้งใหม่จากหลายสาขา อาชีพ จากแบบสำรวจ 115 ท่าน	138
5-1	การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	141
5-2	การเชื่อมโยงกับชุมชนโดยนำจุดเด่นด้านต่างๆมาใช้เป็นจุดต่อเชื่อมระหว่างผู้เดินทาง-ท่องเที่ยวและเจ้าของถิ่น และก่อให้เกิดธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ด้านที่พัก ภัตตาคาร ของที่ระลึก และการนำเที่ยวฯลฯ	141
5-3	ตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์	176
5-4	ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ ถนนหน้า พิพิธภัณฑ์บ้านจอมพล ป. จังหวัดเชียงราย	177
5-5	ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ จุดเชื่อมต่อจาก วัดพระแก้ว จังหวัดเชียงราย	178
5-6	ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ พิพิธภัณฑ์ดอยพระบาท จังหวัดเชียงราย	178
5-7	ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ สะดือเมือง จังหวัดเชียงราย	179
5-8	ตัวอย่าง การปรับภูมิทัศน์ วัดพระธาตุดอยเขาควายแก้ว จังหวัดเชียงราย	179
5-9	ตัวอย่าง การปรับภูมิทัศน์ เมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย	180
5-10	ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์ ดอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย	181
5-11	ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์ จังหวัดชัยภูมิ	182
5-12	ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ ดอกกระเจียว จังหวัดชัยภูมิ	183
5-13	ตัวอย่าง ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ มอหินขาว จังหวัดชัยภูมิ	184
5-14	ตัวอย่าง ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ ปรากฏ์ จังหวัดชัยภูมิ	184
5-15	ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์ มวยไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	185
5-16	ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง อัตลักษณ์ ม้าน้ำ และ โลมา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	186
6-1	ตัวอย่างโปรเจกพัฒนาอัตลักษณ์ ภาคเหนือ, กลาง, ใต้	189
6-2	แผนที่ประกอบภูมิศาสตร์ 10 ประเทศ อาเซียน	189
6-3	แผนที่ประกอบอธิบาย ระบบเชื่อมโยงเส้นทางใหม่ AEC	189
6-4	โปรเจกภาพประกอบเรื่องราว “เด็กหญิงไหมบ้านเขว้า”	190
6-5	แผนที่ประกอบอธิบาย ระบบเชื่อมโยงไทยสู่ อนุภูมิภาค	191

สารบัญตาราง

ตารางที่	สารบัญตาราง	หน้าที่
1-1	จำนวนนักท่องเที่ยว 10 อันดับแรกของ ปี 2552-2553	3
1-2	จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวค้างแรมในโรงแรมและสถานที่พัก 10 อันดับแรกของปี 2552-2553 (หน่วย ล้านคืนที่พักแรม)	4
2-1	โครงสร้างดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	12
2-2	ศักยภาพการแข่งขันในภาพรวม	13
2-3	อันดับความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศอาเซียน	13
2-4	อันดับความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแต่ละด้านของประเทศอาเซียน (TTCL)	14
3-1	จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ	33
3-2	อันดับนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด	36
3-3	นักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ ลำดับตามอัตราการเปลี่ยนแปลงจากปี 2553-2554	36
3-4	นักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ ลำดับตามอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมจากปี 1995-2011	37
3-5	วันพำนักละแี่ย จำแนกตามสัญชาติ ปี 2554	38
3-6	วันพำนักละแี่ย จำแนกตามสัญชาติ 2553-2554	39
3-7	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย บาท/คน/วัน จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว ปี 2554	42
3-8	ข้อสมมติดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต	47
3-9	จำนวนนักท่องเที่ยวที่พยากรณ์จากการศึกษา (Baseline)	48
3-10	จำนวนนักท่องเที่ยวที่พยากรณ์จากการศึกษา (Scenario)	51
3-11	พยากรณ์มูลค่าการท่องเที่ยว 2012-2020 (Tourism Benefit)	55
4-1	ข้อมูล เมืองหลวง / ภาษาราชการ / ศาสนา / ประชากร	64
4-2	ข้อมูลชาติพันธุ์ ไทย-กะได และกลุ่มชาติพันธุ์ไทยที่กระจายตัว ในอาเซียน	65
4-3	ข้อมูลมรดกโลกอาเซียนมีด้วยกัน 28 แห่ง และ ข้อมูลสมบัติโลกมีด้วยกัน 6 แห่ง คือ	66
4-4	ข้อมูล วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับประเพณีทางศาสนา ของอาเซียน	67
4-5	ข้อมูล วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับประเพณีทางน้ำ ของอาเซียน	67
4-6	ข้อมูลเทศกาลสงกรานต์ หรือ ปีใหม่ ของอาเซียน	68
4-7	ข้อมูลการท่องเที่ยวทางทะเล ชายหาด และ เกาะท่องเที่ยวยอดนิยม 49 แห่ง	69
4-8	ข้อมูล วัฒนธรรม งานศิลปะ ประเพณีที่น่าสนใจ ของอาเซียน	70
4-9	ข้อมูล อาหาร ขนม เครื่องดื่ม ยอดนิยม ของอาเซียน	70
4-10	กราฟแสดงความสนใจในการท่องเที่ยวทวีป ของคนรุ่นใหม่ 2013	138



บทที่ 1 : บทนำ

1. ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน สาขาการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel and Tourism Sector) มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของโลกและประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) การรวมตัวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น เนื่องจากมีประชากรรวม 600 ล้านคนและมีขนาดของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเท่ากับร้อยละ 5 ของโลก การเดินทางและการท่องเที่ยวในภูมิภาคที่ผ่านมามีได้รับการสนับสนุนทางนโยบายอย่างต่อเนื่องจากประเทศสมาชิก ดังเห็นได้จากการส่งเสริมการตลาดร่วมกัน (promotion and marketing) การเชื่อมโยงทางด้านคมนาคม (connectivity) การดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกันเพื่อเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว (environment protection) การอนุญาตเดินทางเข้าประเทศ (visa and mobility) และการผ่อนคลายกฎระเบียบและเปิดให้มีการแข่งขัน (sector liberalization) เป็นต้น

ประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ภูมิทัศน์ (Spectacular landscapes) ทั้งภูเขาและทะเล มีระบบนิเวศที่กว้างขวาง (vast ecosystems) ที่ยังมีสัตว์ป่าธรรมชาติ (wildlife) และมีประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและเป็นศูนย์กลางของการเจริญเติบโตของเอเชียและแปซิฟิก ในขณะที่ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของประชาคม ในเชิงภูมิศาสตร์

การเดินทางและการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและการจ้างงานของประชาคม ผลผลิตจากสาขานี้คิดเป็นร้อยละ 4.6-10.9 ทางตรง-ทางอ้อมของผลผลิตมวลรวมประชาชาติ (GDP) ของ ASEAN และจ้างงาน 9.3 ล้านคนหรือเท่ากับร้อยละ 3.2 ของการจ้างงานรวม พร้อมกับการสนับสนุนการจ้างงานทางอ้อมในสาขาอื่นๆเท่ากับ 25 ล้านงาน

อย่างไรก็ดี ภาพของการแข่งขันในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมีการกระจายที่ไม่ค่อยสมดุลนัก กล่าวคือตลาดสิงคโปร์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่าตลาดอื่นๆ ตามด้วยตลาดมาเลเซีย และไทยอันดับสามตามลำดับ สิงคโปร์มีความสามารถในการแข่งขันวัดจากการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่อหัวประชากร 30 เท่า สูงกว่าความสามารถในการแข่งขันของประชาคมอาเซียนฯโดยเฉลี่ย เช่น ประเทศสิงคโปร์สามารถนำเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวและการเดินทางเข้าประเทศ 30 เท่า สูงกว่าความสามารถในการหาเงินตราต่างประเทศจากการเดินทาง-ท่องเที่ยวของประเทศในประชาคมโดยเฉลี่ย เช่นกัน

ความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทาง-ท่องเที่ยว (Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI)¹ ของประเทศสมาชิกประชาคม ในปี 2011 มีลำดับที่น่าสนใจเทียบกับจุดหมายปลายทางของการเดินทาง-ท่องเที่ยวโลก 139 แห่ง ดังนี้ สิงคโปร์ อันดับที่ 10 มาเลเซีย อันดับที่ 35 ประเทศไทย อันดับที่ 41 บรูไนดารุสสลัม อันดับที่ 67 อินโดนีเซีย อันดับที่ 74 เวียดนาม อันดับที่ 80 ฟิลิปปินส์ อันดับที่ 94 กัมพูชา อันดับที่ 109 เป็นที่น่าสังเกตว่าตลาดการท่องเที่ยวของประชาคมกำลังมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการเข้ามาของประชาคมสู่ระบบการเดินทาง-ท่องเที่ยวของโลก อย่างแน่นอน ในขณะที่การเดินทาง-ท่องเที่ยวสู่ประเทศ ลาว จะมีความสำคัญมากขึ้นเช่นกัน

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 รายงานว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่งรวมถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

การให้ความสนใจกับบทบาทของชุมชน มรดกทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพของสิ่งอุปโภคบริโภค ที่ต้องปลอดภัย สะอาด ปลอดภัย มีการรักษาสุขภาพแวดล้อม และใช้สื่อสารสนเทศในการท่องเที่ยวมากขึ้น รูปแบบของการท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มท่องเที่ยวแบบบิโอสเฟส สนใจการท่องเที่ยวเฉพาะทาง เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น

จากการประเมินแนวทางของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ในเบื้องต้นทราบว่า มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังไม่มีผลการวิจัยเพื่อประเมินผลกระทบการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งหมายถึงการเปิดเสรีการค้าและบริการภายใต้การรวมกลุ่มของประเทศอาเซียน (AEC 2015) ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การมีข้อคู่แข่งเพิ่มขึ้นในขณะเดียวกันเป็นทั้งโอกาสในการขยายตลาดการท่องเที่ยวไทย โดยให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง และได้ประโยชน์ร่วมกันทั้งประชาคม

สิ่งที่ควรพิจารณาเป็นประเด็นของโจทย์วิจัยในการศึกษานี้คือ หนึ่ง ทำอย่างไรให้ประเทศไทยรักษาลำดับความสามารถในการแข่งขันไว้ในอาเซียน และเลื่อนลำดับความสามารถในการแข่งขัน สอง แม้ประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่พัฒนาแล้วมานานแต่ยังต้องมีการพัฒนาด้านอื่นๆที่เป็นองค์ประกอบของการแข่งขันอีกมากเช่นกัน สาม ประเทศไทยควรมองโอกาสของการรวมกลุ่มฯประชาคมเพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค โดยใช้ศักยภาพด้านต่างๆที่พัฒนามาตลอดสามทศวรรษ ร่วมกับการเข้าถึง (Connectivity) กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในอนุภูมิภาคที่ยังใหม่ต่อนักเดินทาง-ท่องเที่ยว สี่ การพัฒนาจุดขายใหม่ๆตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้ประโยชน์ตกแก่ประชาชนในประชาคมโดยทั่วถึงกันตามความสามารถในการแข่งขัน

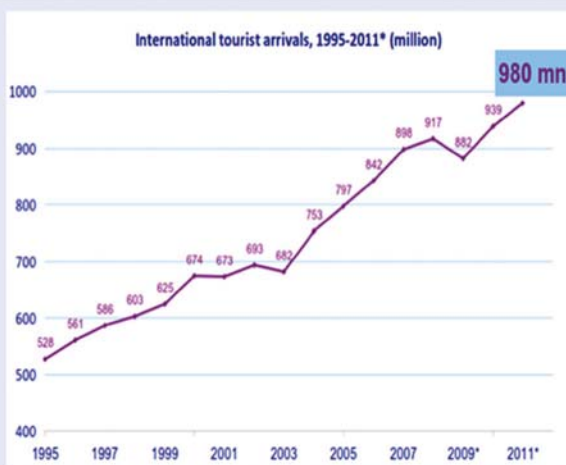
¹ World Economic Forum 2012, The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2012: Fostering Prosperity and Regional Integration Through Travel and Tourism

1.1 แนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

การมาเยือนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (In bound international tourist arrivals) เพิ่มขึ้นจาก 528 ล้านคนในปี 1995 (พ.ศ. 2538) เป็น 797 ล้านคน ในปี 2005 (พ.ศ. 2548) และ 980 ล้านคนในปี 2011 (พ.ศ. 2554) ตามลำดับ การขยายตัวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความต่อเนื่อง ทั้งขยายตัวเพิ่มขึ้น และลดลง ตามการขยาย-หดตัว ของวัฏจักรธุรกิจของโลก เช่น มีการหดตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี 2003 และ 2009 เป็นต้น องค์สหประชาชาติเพื่อการท่องเที่ยว (World Tourism Organization) คาดการณ์ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จะเพิ่มเป็น 1.8 พันล้านคนในปี 2030

เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศแยกตามจุดหมายปลายทางรายทวีป ปรากฏว่า ประเทศในทวีปยุโรปต้อนรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 503 ล้านคน หรือเท่ากับร้อยละ 51 ของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งสิ้นในปี 2011 รองลงมาได้แก่ประเทศในเอเชียและแปซิฟิกต้อนรับนักท่องเที่ยว 216 ล้านคน หรือเท่ากับร้อยละ 22 อันดับสามได้แก่ประเทศในทวีปอเมริกา 156 ล้านคน หรือเท่ากับ ร้อยละ 16 ตามลำดับ

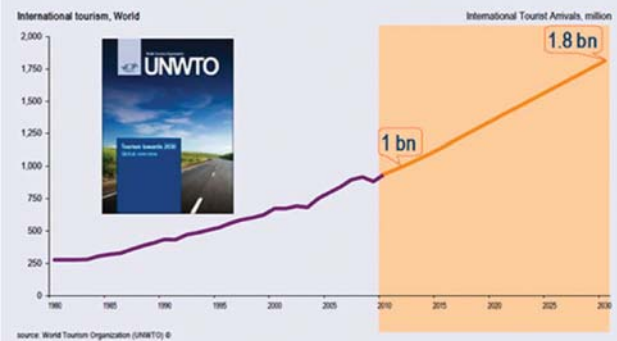
Inbound tourism: World 2011



Source: World Tourism Organization (UNWTO)

ภาพที่ 1-1: จำนวนนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 1995-2011 (2538-2554)

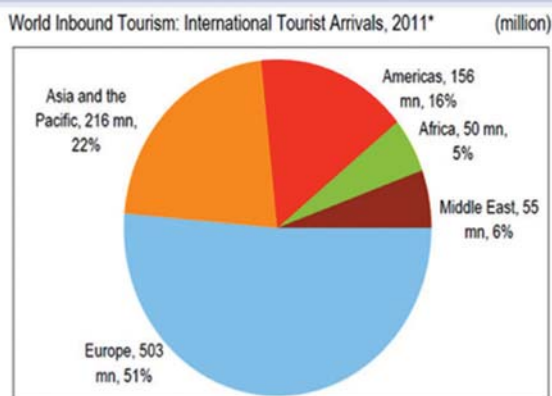
International tourist arrivals to reach 1.8 billion by 2030



source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

ภาพที่ 1-2: คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว 2010-2030
องค์สหประชาชาติเพื่อการท่องเที่ยว

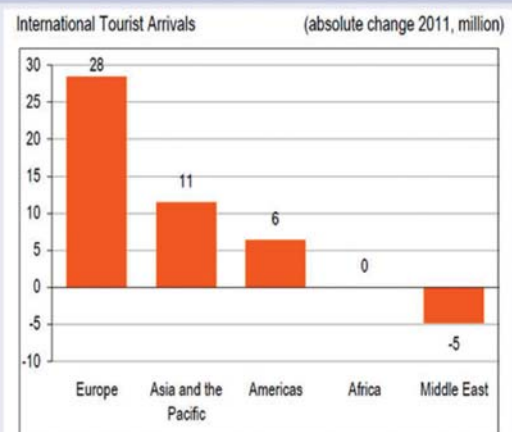
Absolute numbers 2011 by region



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

ภาพที่ 1-3: จุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 2011 รวบรวมโดย องค์สหประชาชาติเพื่อการท่องเที่ยว

Increase 2011 by region



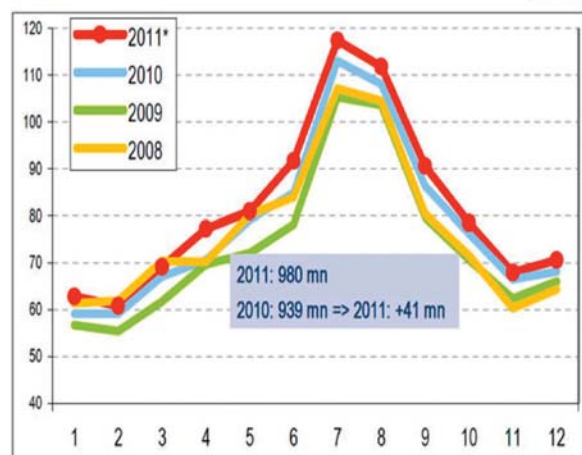
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

ภาพที่ 1-4: จำนวนการเปลี่ยนแปลง (ล้านคน) ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในภูมิภาคที่เป็นเป้าหมายหลักในการเดินทางท่องเที่ยวในปี 2011

International Tourist Arrivals, monthly evolution

World

(million)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

² มีการหดตัวเป็นครั้งคราวตาม วัฏจักรธุรกิจของโลก (World's business cycle) เช่นในปี 2009 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 3.8 เทียบกับ การขยายตัวร้อยละ 2.1, 6.5 และ 4.4 ในปี 2008, 2010 และ 2011 ตามลำดับ เนื่องจากการปรับตัวของ ตลาดการท่องเที่ยวต่อการหดตัวของเศรษฐกิจโลก (UNWTO 2012)

จำนวนผู้เข้าพักในโรงแรมที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากที่สุดจากปี 2553 ได้แก่ประเทศในกลุ่มยุโรปตะวันออกได้แก่ประเทศ Lithuania มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 19.8% Bulgaria เพิ่มขึ้น 18.3% Estonia 14.6% Latvia 14.1% และประเทศโรมาเนีย เพิ่มขึ้น 12.9% ตามลำดับ

ประเทศสหราชอาณาจักร มีจำนวนผู้เข้าพักในโรงแรม มีจำนวนเพิ่มขึ้นน้อยที่สุดจากปี 2553 จำนวนผู้พักเพิ่มขึ้นเพียง 0.5% รองมาคือ ประเทศ ออสเตรีย 0.6% และประเทศ Malta เพิ่มขึ้น 0.7% จากปี 2552

ตารางที่ 1-1: จำนวนนักท่องเที่ยว 10 อันดับแรกของปี 2552-2553

อันดับที่	ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2552 (ล้านคน)	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2553 (ล้านคน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง 2552-2553
1	ฝรั่งเศส	76.8	76.8	+0.0%
2	สหรัฐอเมริกา	55.0	59.7	+8.7%
3	จีน	50.9	55.7	+9.4%
4	สเปน	52.2	52.7	+1.0%
5	อิตาลี	43.2	43.6	+0.9%
6	สหราชอาณาจักร	28.2	28.1	-0.2%
7	ตุรกี	25.5	27.0	+5.9%
8	เยอรมนี	24.2	26.9	+10.9%
9	มาเลเซีย	23.6	24.6	+3.9%
10	เม็กซิโก	21.5	22.4	+4.4%

แหล่งอ้างอิง: <http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism>

ประเทศในทวีปยุโรปยังเป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในปี 2011 ทั้งในด้านจำนวนและอัตราการขยายตัว อันดับสองและสามยังคงเป็น ประเทศในเอเชียและแปซิฟิกตามลำดับ ช่วงเวลาฤดูกาลของการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (tourism season) ที่ทำการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างเดือนพฤษภาคม-กันยายน โดยมีช่วงสูงสุดที่เดือนกรกฎาคม

ขนาดตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลกและภูมิภาคที่ขยายตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ² นอกจากนั้นยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 10 อันดับแรกของโลกในปี 2552-2553 นำโดยนักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา จีน สเปน อิตาลี ฯลฯ และที่น่าสนใจคือนักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย ซึ่งมีจำนวนถึง 23-24 ล้านคนต่อปี

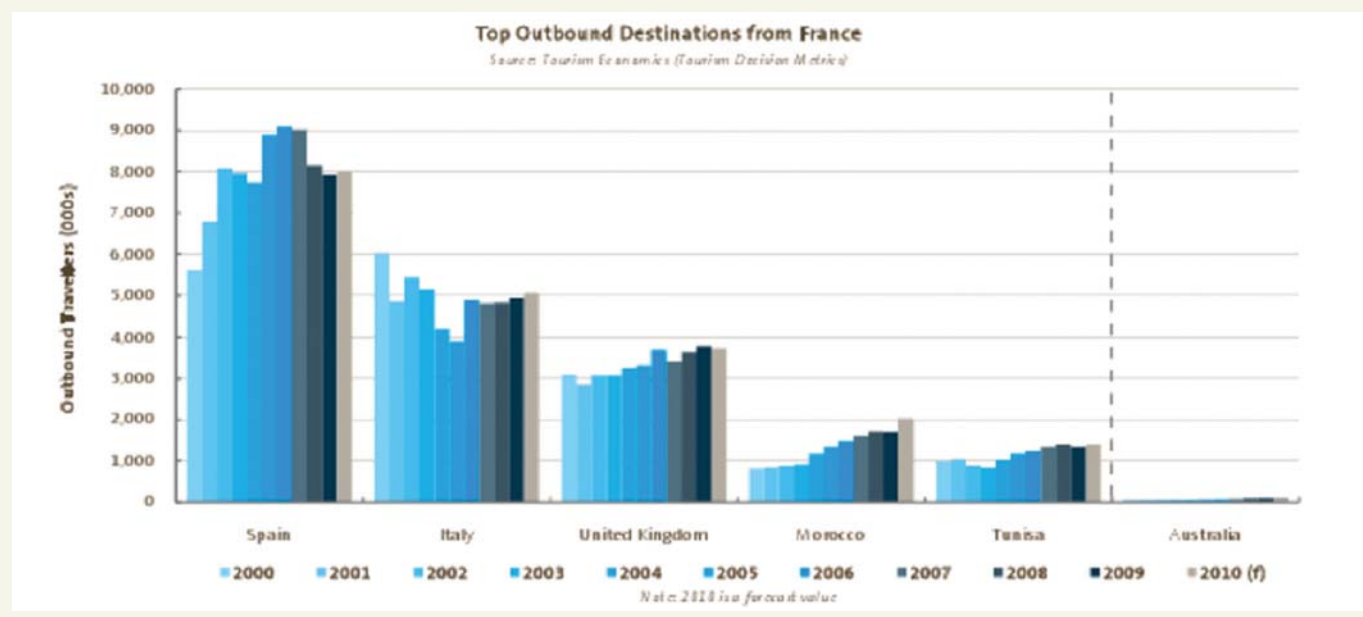
ประเทศสเปนมีจำนวนผู้เข้าพักในโรงแรมมากที่สุดถึง 288 ล้านคน เพิ่มขึ้น 7.8% จากปี 2553 ประเทศอิตาลี 249 ล้านคน ลดลง 1.2% ประเทศเยอรมนี 241 ล้านคน เพิ่มขึ้น 5.4% ประเทศฝรั่งเศส 202 ล้านคน เพิ่มขึ้น 3.0% และ สหราชอาณาจักร 166 ล้านคน เพิ่มขึ้น 0.5% สมาชิกทั้ง 5 ประเทศ มีจำนวนผู้เข้าพักในโรงแรมคิดเป็น 70 % ของจำนวนผู้เข้าพักทั้งหมดในทวีปยุโรป

ตารางที่ 1-2: จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวค้างแรมในโรงแรมและสถานที่พัก 10 อันดับแรกของปี 2552-2553 (หน่วย ล้านคืนที่พักรวม)

	2011*			Change 2011/2010, %		
	Total	of which:		Total	of which:	
		Non-residents	Residents		Non-residents	Residents
EU27	1 627.2	759.4	867.7	3.8	7.3	1.2
Belgium	17.8	11.4	6.4	4.4	4.6	4.1
Bulgaria	17.7	12.5	5.2	18.3	19.5	15.0
Czech Rep.	28.5	18.7	9.8	8.1	10.5	3.8
Denmark	11.9	5.4	6.5	9.3	11.2	7.6
Germany	240.8	51.3	189.5	5.4	6.0	5.3
Estonia	4.6	3.5	1.1	14.6	16.0	9.9
Ireland	:	:	:	:	:	:
Greece	:	:	:	:	:	:
Spain	287.9	176.6	111.4	7.8	14.7	-1.7
France	202.0	67.1	134.8	3.0	2.3	3.4
Italy	248.9	115.9	132.9	-1.2	3.9	-5.1
Cyprus	14.3	13.1	1.1	4.7	7.0	-15.0
Latvia	2.8	2.1	0.7	14.1	15.4	10.5
Lithuania	2.8	1.8	1.0	19.8	19.3	20.6
Luxembourg	:	:	:	:	:	:
Hungary	16.1	8.6	7.4	2.8	5.5	-0.2
Malta	7.5	7.2	0.3	0.7	1.3	-11.0
Netherlands	34.7	16.7	17.9	2.8	3.4	2.3
Austria	81.8	59.3	22.5	0.6	1.6	-2.1
Poland	29.2	8.4	20.8	7.6	4.4	9.0
Portugal	40.3	26.5	13.7	7.2	12.3	-1.5
Romania	17.3	3.0	14.4	12.9	10.7	13.4
Slovenia	6.2	4.0	2.2	5.9	8.1	1.7
Slovakia	7.0	3.3	3.7	5.7	7.7	3.9
Finland	16.4	4.7	11.6	4.0	10.3	1.7
Sweden	28.2	6.5	21.7	3.1	2.6	3.3
United Kingdom	166.0	61.1	104.9	0.5	3.6	-1.2
Liechtenstein	0.1	0.1	0.0	3.0	1.6	45.4
Norway	19.2	4.9	14.3	4.5	2.4	5.3
Switzerland	35.5	19.7	15.7	-2.1	-3.4	-0.4
Croatia	20.5	18.1	2.4	5.9	6.2	3.4

: Data not available
 * 2011 estimates based on 8, 9, 10 or 11 months data as available

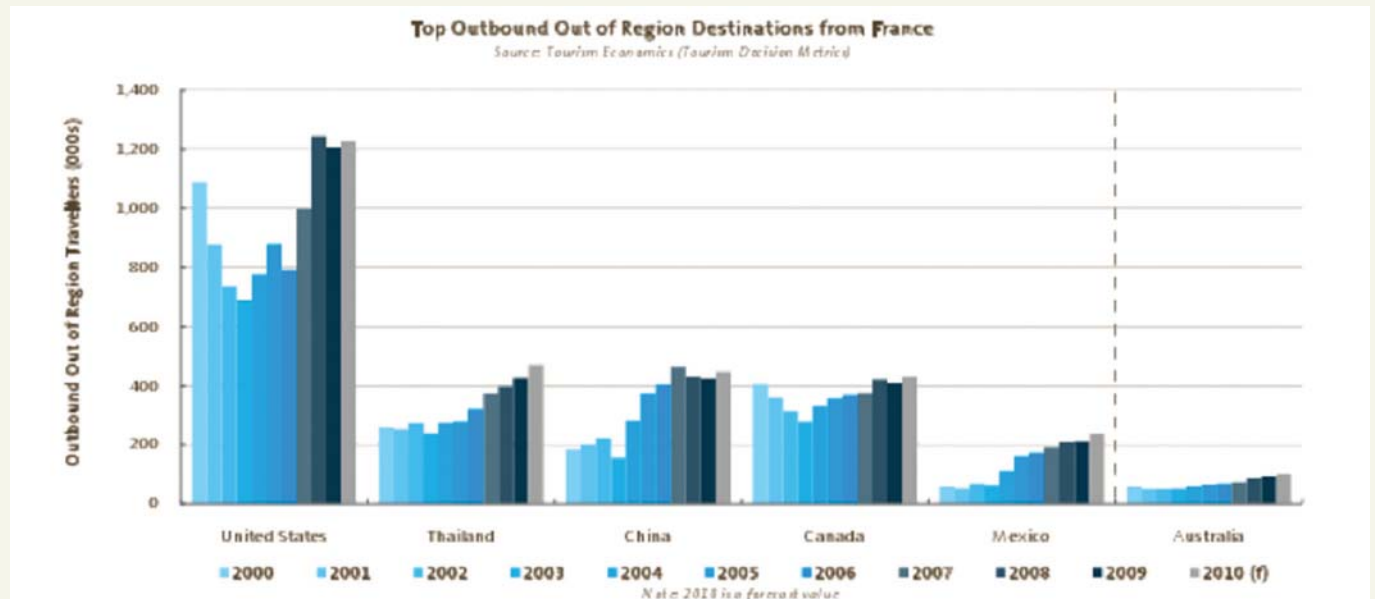
ภาพที่ 1-5: ประเทศ 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543-2553



แหล่งอ้างอิง: www.tourism.australia.com (การท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลีย)

จากภาพที่ 1-5 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่นักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศสซึ่งเป็นประเทศ ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด เลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543 (ค.ศ. 2000) ถึงปี 2553 (ค.ศ.2010) ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศสมากที่สุดคือ ประเทศสเปน รองลงมาคือ ประเทศอิตาลี, สหรัฐอเมริกา, โมร็อกโก และประเทศตูนีเซีย

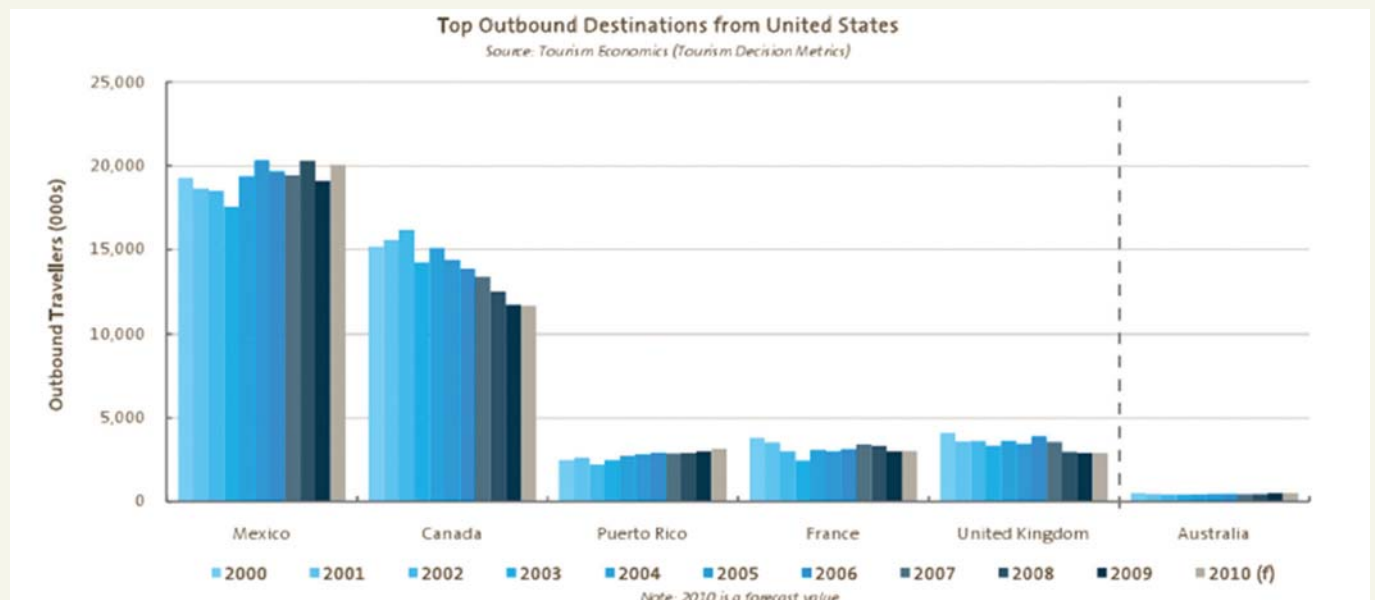
ภาพที่ 1-6: ประเทศ 5 อันดับแรกที่อยู่ภายนอกทวีปยุโรปที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543- 2553



แหล่งอ้างอิง: www.tourism.australia.com (การท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลีย)

จากภาพที่ 1-6 แสดงประเทศที่อยู่ภายนอกทวีปยุโรปที่นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเลือกเดินทางไปมากที่สุดคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ ประเทศไทย, ประเทศจีน, ประเทศแคนาดา และประเทศเม็กซิโก

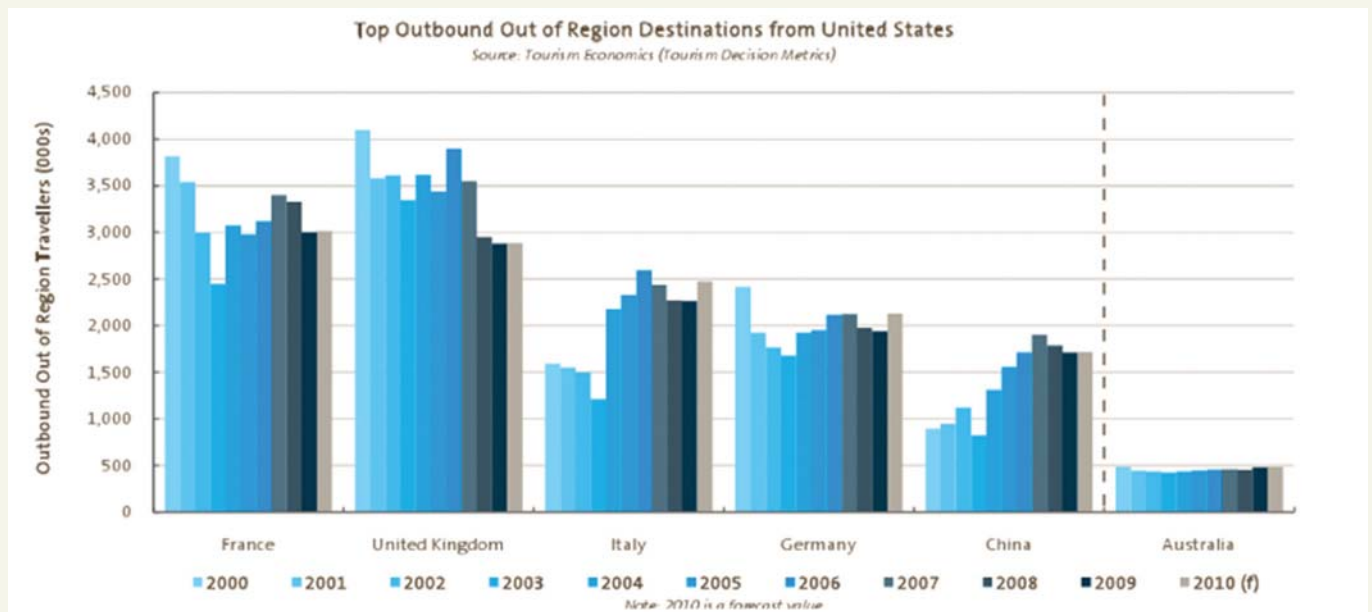
ภาพที่ 1-7: ประเทศ 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543-2553



แหล่งอ้างอิง: www.tourism.australia.com (การท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลีย)

จากภาพที่ 1-7 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกานิยมเดินทางไปมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ประเทศเม็กซิโก รองลงมาคือ ประเทศแคนาดา, ประเทศเปอร์โตริโก, ประเทศฝรั่งเศส และ สหราชอาณาจักร

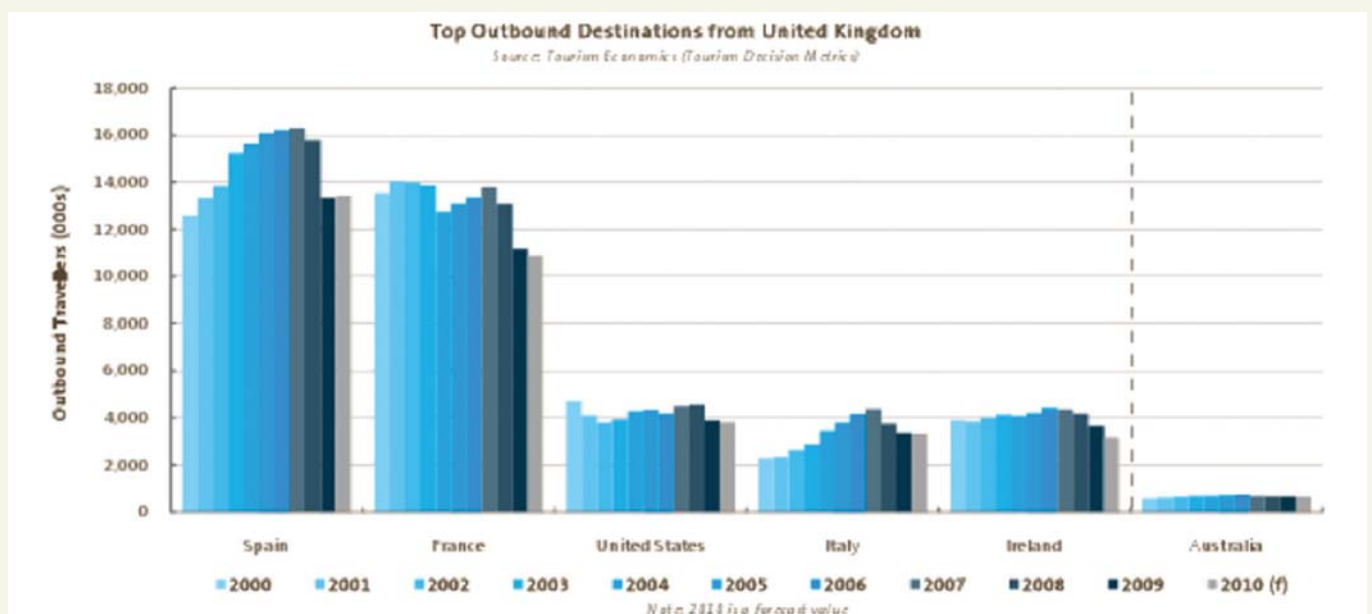
ภาพที่ 1-8 : ประเทศ 5 อันดับแรกที่อยู่นอกทวีปอเมริกาที่นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา เลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543-2553



แหล่งอ้างอิง: www.tourism.australia.com (การท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลีย)

จากภาพที่ 1-8 แสดงประเทศที่อยู่นอกทวีปอเมริกาที่นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกานิยม เดินทางไปมากที่สุด ตั้งแต่ปี 2543 ถึงปี 2553 ได้แก่ประเทศ ฝรั่งเศส รองลงมาคือ สหราชอาณาจักร, ประเทศอิตาลี, ประเทศเยอรมนีและประเทศจีน

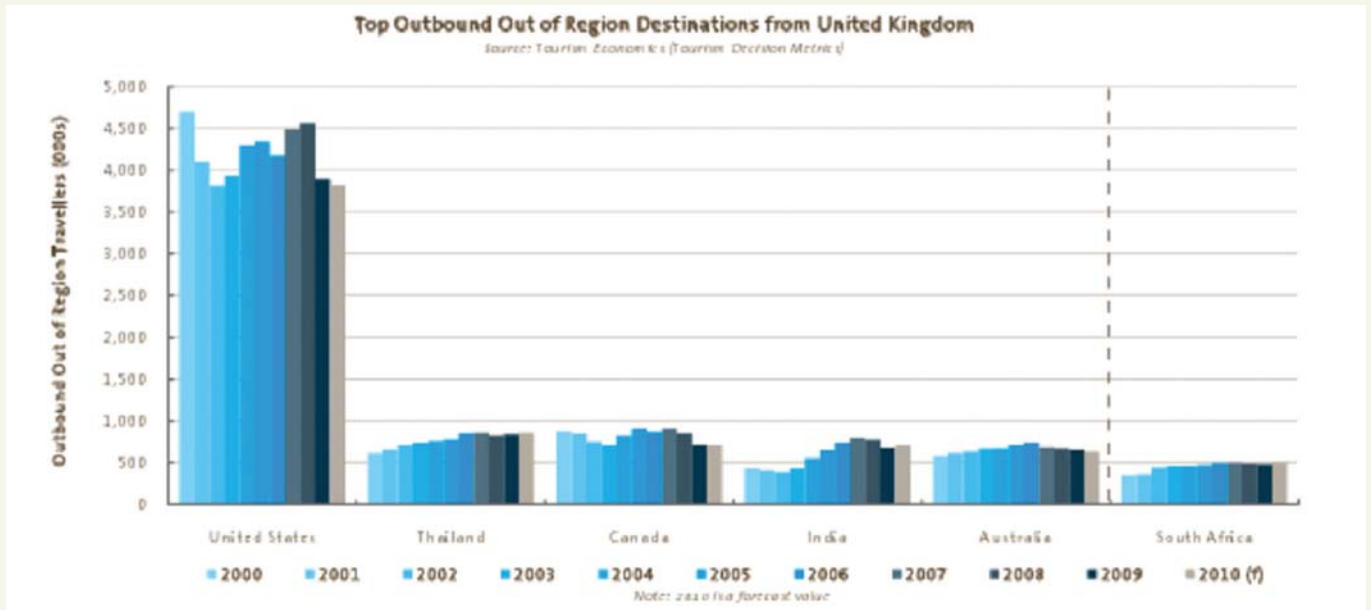
ภาพที่ 1-9: ประเทศ 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจาก สหราชอาณาจักรเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี2543 - 2553



แหล่งอ้างอิง: www.tourism.australia.com (การท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลีย)

จากภาพที่ 1-9 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรนิยมเดินทางไป มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศสเปน รองลงมาคือ ประเทศฝรั่งเศส, ประเทศสหรัฐอเมริกา, ประเทศอิตาลีและประเทศไอร์แลนด์

ภาพที่ 1-10: ประเทศ 5 อันดับแรกที่อยู่ภายนอกสหราชอาณาจักรที่นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรเลือกเดินทางไป ตั้งแต่ปี 2543-2553



แหล่งอ้างอิง: www.tourism.australia.com (การท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลีย)

ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศที่อยู่นอก สหราชอาณาจักรที่นักท่องเที่ยวจาก สหราชอาณาจักร นิยมเดินทางไปมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมา คือ ประเทศไทย, ประเทศแคนาดา, ประเทศอินเดียและประเทศออสเตรเลีย

จากข้อเท็จจริงข้างต้นสรุปได้ว่าประเทศไทย ยังเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศแห่งหนึ่งของโลกโดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร หากพิจารณาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวนอกประเทศที่เลือกเดินทาง แม้อาจไม่ใช่จุดหมายที่สำคัญ 5 อันดับแรก ยกเว้นนักท่องเที่ยวจาก ประเทศสหรัฐอเมริกาที่หากเดินทางนอกทวีปอเมริกาก็จะเลือกเดินทางไปประเทศจีนหากเป็นประเทศในเอเชีย นั่นก็หมายความว่าแม้ค่าพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในเอเชียและแปซิฟิกจะเพิ่มขึ้นก็อาจหมายถึงว่านักท่องเที่ยวจากตลาดสำคัญอาจเปลี่ยนไปท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทางคู่แข่งอื่นๆเช่น จีน และ ประเทศเกิดใหม่ในยุโรปตะวันออกซึ่งยังมีความใหม่และมีราคาค่าบริการการท่องเที่ยวที่ไม่สูงนัก การเดินทางไกลกว่าประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

แผนงานวิจัยการวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied research) ด้านเศรษฐศาสตร์ ว่าด้วยการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวนี้ จึงมี วัตถุประสงค์ทำการศึกษาผลกระทบทางการตลาดการท่องเที่ยวที่เกิดจากการ รวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเริ่มในปี พ.ศ. 2558 ที่น่าจะมีต่อ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยเริ่มจากการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ทางการตลาดการท่องเที่ยว ที่นำไปสู่การนำเสนอแนวทางในการแก้ปัญหา ที่อาจเกิดขึ้นต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยใช้การเชื่อมโยงจุดหมาย ปลายทางของการท่องเที่ยวของประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะ ตลาดการท่องเที่ยวพม่า ลาว กัมพูชา และเวียดนาม เป็นสำคัญ ในการ ศึกษาที่ใช้การเชื่อมโยง อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นแกนหลักของ การ การสร้างเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของภูมิภาค³ (Impact of AEC Integration 2015: Implication for Thailand as Regional Hub for Creative Tourism Industry)

³ การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี 2015 เรียกว่า AC 2015 ครอบคลุม มิติความร่วมมือด้านความมั่นคง (Security) ด้านเศรษฐกิจ (Economic Cooperation) และ การแลกเปลี่ยนและร่วมมือด้านสังคม-วัฒนธรรม (Socio-Cultural Community) ในการศึกษาไม่ได้รวมการศึกษาด้านความมั่นคง แต่เน้นผลกระทบด้านเศรษฐกิจ-การท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และมีมิติของสังคม-และวัฒนธรรมเป็นส่วนประกอบ และใช้ศัพท์ว่า การรวม กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) หรือ AEC

การวิเคราะห์ในเชิงกลยุทธ์คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ที่มีต่อรายได้และรสนิยมของนักท่องเที่ยวในประเทศต้นทางโดยเฉพาะประเทศ ในยุโรปที่กำลังประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง และ น่าจะมีผลกระทบต่อการเดินทาง-ท่องเที่ยวโดยรวมและ โดยเฉพาะภูมิภาค อาเซียนเนื่องจากนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคดังกล่าวต้องประหยัด และมีการ ใช้จ่ายอย่างระมัดระวังกว่าเดิม การศึกษาจึงทำการพยากรณ์ขนาดตลาดที่ กำลังเปลี่ยนแปลงระยะกลาง-ยาว เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์กลยุทธ์ (SWOT) และนำเสนอข้อสรุปเพื่อเสนอแนะนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ต่อไป

3. ขอบเขตการศึกษา

กิจกรรม การศึกษาวิจัยประกอบด้วย 1) กิจกรรมการ การวิเคราะห์ ผล กระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ต่อ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ด้วยการพยากรณ์แนวโน้มของตลาดการ ท่องเที่ยว และการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนา (Economic Impact of AEC Integration: A Tourism Demand Forecast and SWOT Analysis) และ 2) กิจกรรมการ การประเมิน ต้นทุน – ผลได้ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อปรับ อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและสินค้าของที่ระลึก- บริการท่องเที่ยว (The Cost-Benefit Appraisal of Creative Tourism's Flagships' Investment Projects) ผลผลิตที่ได้จากการศึกษานี้เป็นการนำ เสนอแผนกลยุทธ์ในกรอบของอนุภูมิภาคผู้นำโขงเป็นสำคัญ เนื่องจากเชื่อว่า ตลาดการท่องเที่ยวของประเทศในอนุภูมิภาคฯ โดยเฉพาะ พม่า กัมพูชา ลาว

และเวียดนาม มีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกันทั้งในด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ ศาสนา และวัฒนธรรม ดังนั้นการวางกลยุทธ์การตลาดให้การท่องเที่ยวไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงจึงเป็นจุดเริ่มของการนำประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางของ AEC ต่อไป

คำจำกัดความ:

1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย โครงสร้างของอุปสงค์ต่อบริการท่องเที่ยว-การตอบสนองให้บริการการท่องเที่ยว ในด้านอุปสงค์ได้แก่ความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกำหนดโดยต้นทุนการเดินทางเพื่อเข้าถึง (Cost of Traveling) ราคาค่าบริการเปรียบเทียบ (Relative prices) ระหว่างจุดหมายปลายทาง (Tourists' destination) ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและการทำการตลาด (Tourist information and marketing) ความปลอดภัย (Securities of destination from terrorists, natural disasters, local crime rates etc.) คุณภาพของการให้บริการ และความประทับใจ (quality of services and impression)

ในด้านการตอบสนองในการให้บริการได้แก่ จำนวนสถานที่พักแรม คุณภาพของการให้บริการด้านที่พักแรม พนักงานที่ได้รับการอบรมและมีทักษะด้านภาษาและการให้บริการ ความสะอาด และ ความปลอดภัย ราคาที่เหมาะสมในการเสนอขาย จำนวนสถานประกอบการและจำนวนผู้ประกอบการด้านอื่นที่พอเพียงและมีคุณภาพราคาเหมาะสม พฤติกรรมการประกอบการ และการตั้งราคาค่าบริการ ตลอดจนผลการประกอบการ ความสามารถในการแข่งขัน ด้านนโยบายสาธารณะได้แก่นโยบายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของรัฐบาล ด้วยความสามารถของรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการท่องเที่ยวฯ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาคเอกชน ประชาชน การรักษาและอนุรักษ์ศิลปะวัฒนธรรม ตลอดจน ประเพณีของของประชาชนท้องถิ่นที่เอื้อต่อผู้มาเยือน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้น่าประทับใจและมีการนำเสนอสิ่งใหม่ต่อนักท่องเที่ยวในแง่มุมต่างๆทางวัฒนธรรม การรักษาสิ่งแวดล้อมและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อไม่เพิ่มสภาวะโลกร้อน เป็นการพัฒนากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2) นักท่องเที่ยว หมายถึงนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ผู้มาเยือน พักค้างแรม และมีวันพักเฉลี่ย (night of stay) แตกต่างกันไป

3) ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว คือ ค่าใช้จ่ายในการพักแรม รับประทานอาหาร เครื่องดื่ม ใช้บริการการท่องเที่ยวด้านขนส่งและมัคคุเทศก์ ชื้อของที่ระลึก ฯลฯ ในประเทศที่มาเยือน

4) พื้นที่ศึกษา

- ก. ภาพรวมโลก ตลาดสำคัญในระดับภูมิภาค ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางหลัก
- ข. ในประเทศไทย พื้นที่เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ประกอบด้วย

1) พื้นที่ชายฝั่งทะเลด้านตะวันตก หรือ The Royal Coast, 2) มหานครยสองสมุทร อ่าวไทยและอันดามัน, 3) กลุ่มท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำโขง สัมพันธ์ พม่า ลาว กัมพูชา จีนตอนใต้ และเวียดนาม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 4) กลุ่มท่องเที่ยว วัฒนธรรมล้านนา รวมการเชื่อมโยงเพื่อแสวงหาโอกาสด้านแหล่งท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้าน, 5) ภาคตะวันตกของไทย ตั้งแต่ จ. แม่ฮ่องสอน ตาก กาญจนบุรี ราชบุรี ประจวบคีรีขันธ์

4. วิธีการศึกษา

4.1 การแสวงหาข้อเท็จจริงของสถานะภาพและแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง พฤติกรรม ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมระดับโลก/ภูมิภาค ที่เป็นตลาดหลักของประเทศไทย โดยเน้นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศตามคำจำกัดความขององค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ที่เดินทางท่องเที่ยวมายังจุดหมายปลายทางใน แหล่งท่องเที่ยวต่างในโลก ภูมิภาค และ ประเทศไทยและเน้นเฉพาะการวิเคราะห์เชิงลึกประเทศคู่แข่งในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

(1) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดการท่องเที่ยวโลก/ภูมิภาค ที่มีผลกระทบต่อตลาดการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค/ไทย (จุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นคู่แข่ง และสามารถร่วมมือกัน ตลอดจนผลกระทบของการเปิดเสรีภาคบริการในกรอบต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวมายังอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้)

(2) รวบรวมข้อมูลองค์ประกอบของตลาดการท่องเที่ยว ด้านอุปสงค์-อุปทาน หรือการตอบสนองในการให้บริการด้านต่างๆ และเน้นการสำรวจข้อมูล ที่พักแรม (Lodging business and Tourism attractions/sites) สำหรับจุดหมายปลายทางสำคัญในอนุภูมิภาคและคู่แข่งสำคัญของไทย อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวหลักใน พม่า เวียดนาม ลาว กัมพูชา จีนตอนใต้ ฯลฯ (ร่างกุ้ง พุกาม มัณฑเลย์ ฮายอ ฮอยอัน เว้ นครวัด-นครรม หลวงพระบาง สิบสองปันนา เป็นต้น เพื่อการวิเคราะห์ โครงสร้างของอุปสงค์-อุปทานของ บริการที่พักแรม ด้านจำนวน คุณลักษณะทางกายภาพ จำนวนนักท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย การใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ฯลฯ

4.2 วิเคราะห์ จุดอ่อน-จุดแข็ง-ภัยคุกคามและโอกาส (SWOT) ของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมและครอบคลุมที่พักแรม (Lodging business and Tourism attractions/sites) การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานและความพอเพียงต่อการบริการในอุตสาหกรรม (Infrastructure and accessibility) ความพอเพียงทั้งด้านปริมาณและคุณภาพชีวิตของทรัพยากรมนุษย์ (Human capital) ความสามารถในการบริหารจัดการ (Management) การเพิ่มคุณค่าและต่อยอด เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์/บริการ SMEs เชิงสร้างสรรค์ กับห่วงโซ่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/หัว/วัน ของนักท่องเที่ยว ด้วยผลิตภัณฑ์/บริการ SMEs เชิงสร้างสรรค์ใหม่เพื่อให้เกิดผลได้ร่วม (Co-benefit) กระจายสู่ประชาชนในวงกว้าง โดยเฉพาะประชาชนในภาคชนบทที่ผลิตวัตถุดิบอาหาร ที่จำเป็นในการยกมาตรฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย

4.3 เสนอแนวทางการลงทุนต้นแบบ (Flagship Investment Projects) และประมาณการต้นทุน-ผลได้ (Cost-benefit Analysis) ของโครงการลงทุนต้นแบบ (Flagship Projects) สำหรับแก้ไขข้อจำกัดต่างๆ ตลอดจนการลงทุนใหม่ๆเพื่อการแสวงหาโอกาสในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้พื้นที่ศึกษาข้างต้นเป็นต้นแบบ ที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการในภาคสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 4 สาขาย่อย (ธุรกิจที่พัก, ภัตตาคาร, ขายเป็นที่ระลึก, นำเที่ยว), ชุมชน, องค์กรท้องถิ่น, ประชาชน ได้รับผลประโยชน์จากการลงทุนต้นแบบนาร่องความยากจน และ ช่องว่างทางการกระจายรายได้ระหว่างเมือง-ชนบทลดลง ในพื้นที่ศึกษาหากมีการนำไปปฏิบัติตามข้อเสนอแนะ แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาที่ยั่งยืน เกิดผลได้ทางตรง-อ้อม จากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่ศึกษา และสามารถเป็นต้นแบบนำไปพัฒนาในพื้นที่อื่นๆต่อไป

5. องค์ประกอบของรายงานการศึกษา

รายงานการศึกษาลำดับองค์ประกอบรายงานดังนี้

บทที่ 1

บทนำ รายงานนำเสนอการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การวิเคราะห์อ้างอิงรายงานการศึกษาของ TTCI_2011 (Travel and Tourism Competitive Index 2011) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ใน บทที่ 2

บทที่ 2

วิเคราะห์เชิงกลยุทธ์

บทที่ 3

เป็นการนำเสนอ การพยากรณ์ขนาดตลาดของการท่องเที่ยวสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยแบบจำลองเพื่อการพยากรณ์ อุปสงค์การเดินทาง-ท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ภายใต้สมมุติฐานที่ว่าหากประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของเออีซี จำเป็นต้องมีการปรับระดับความสามารถในการแข่งขันด้านต่างๆ (pillars of TTCI) ผลการพยากรณ์พบว่ามีความตลาดขยายตัว ในบทที่ 4

บทที่ 4

เป็นการทำการนำเสนอภาพรวมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในระดับอนุภูมิภาคซึ่งเป็นฐานการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางต่อไป ในบทที่ 4 นี้ คณะผู้วิจัยทำการสำรวจพื้นที่ศึกษาในประเทศเพื่อบ้านในอนุภูมิภาค และทำการระดมสมองกับผู้มีส่วนได้เสีย ในภูมิภาคของไทยโดยเลือกจังหวัดตัวแทน เพื่อทำการจัดประชุม

บทที่ 5

เป็นการนำเสนอแนวทางการเชื่อมโยงตลาดการท่องเที่ยวระหว่างไทยซึ่งจะเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของ เออีซี กับตลาดในประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งนี้เป็นการอิงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เน้น อัตลักษณ์ของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่มีจุดขายแตกต่างกัน แต่เชื่อมโยงกัน ผ่าน มิติทางศิลปวัฒนธรรม ศาสนา ชาติพันธุ์ จากความสัมพันธ์ในอดีต สู่ปัจจุบันและอนาคต การศึกษานำเสนอตัวอย่าง การออกแบบอัตลักษณ์การท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและการออกแบบสินค้าของที่ระลึก

บทที่ 6

เป็นการนำเสนอการนำผลการวิเคราะห์ไปสู่การเป็นแผนงานโครงการลงทุนของภาครัฐ เพื่อนำไปสู่การพิจารณา ของฝ่ายนโยบายการท่องเที่ยวต่อไป

รายงานขั้นสุดท้ายประกอบด้วยรายงานหลัก (Main Report) และ รายงานสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) ที่สรุปและปรับปรุงจากการรับคำแนะนำ ข้อวิจารณ์จากการประชุมทั่วไปและการประชุมเฉพาะกลุ่ม



2. ความสามารถในการ
การแข่งขันของ
อุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวไทย

บทที่ 2 : ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทย

1. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน

1.1 ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourist & Tourism Competitiveness Index)

ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourist & Tourism competitiveness Index) เป็นการวัดถึงปัจจัยต่างๆ ที่น่าสนใจในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

จัดทำโดย World Economic Forum สามารถสืบค้นข้อมูลได้ที่

<http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>

ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourist & Tourism Competitiveness Index) หรือ TTCI ในปี 2011 ได้วัดคะแนนทั้งหมด 139 ประเทศทั่วโลก โดยใช้ข้อมูลการสำรวจของ World Economic Forum และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น IATA IUCNUNW-TOWTTCUNCTAD และ UNESCO.TTCII แบ่งช่วงคะแนนตั้งแต่ 1 คะแนน (แย่ที่สุด) ถึง 7 คะแนน (ดีที่สุด) แบ่งออกเป็น 3 ดัชนีย่อย (Sub index) และ 14 เสาหลัก (Pillar) ดังนี้

(1) กรอบกำกับการดูแล(Regulatory framework)

- 1.1 กฎระเบียบและนโยบาย
(Policy rules and regulations)
- 1.2 ความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม
(Environmental sustainability)
- 1.3 การรักษาความปลอดภัย
(Safety and security)
- 1.4 ระบบสุขภาพและสุขอนามัย
(Health and hygiene)
- 1.5 การให้ความสำคัญแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรัฐ
(Prioritization of Travel and Tourism)

(2) สภาพแวดล้อมของธุรกิจและโครงสร้างพื้นฐาน (Business environment and infrastructure)

- 2.1 การขนส่งทางอากาศ
(Air transport infrastructure)
- 2.2 การขนส่งภาคพื้นดิน
(Ground transport infrastructure)
- 2.3 โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว
(Tourism infrastructure)
- 2.4 สารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสาร
(Information and Communications)
- 2.5 การแข่งขันทางด้านราคาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
(Price competitiveness in T&T industry)

(3) ทรัพยากรมนุษย์, วัฒนธรรม, และสิ่งแวดล้อม (Human, cultural, and natural resources)

- 3.1 ทรัพยากรมนุษย์
(Human resources)
- 3.2 สภาพแวดล้อมการท่องเที่ยว
(Affinity for Travel & Tourism)
- 3.3 ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม
(Natural resources)
- 3.4 ทรัพยากรทางวัฒนธรรม
(Cultural resources)

น่าสนใจว่า สำหรับประเทศไทยแล้ว ศักยภาพ/ความเข้มแข็งของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับในระดับนานาชาติ /ระดับอาเซียน นั้นเป็นอย่างไร มีจุดแข็ง/จุดด้อย อย่างไร และจุดใดที่ประเทศไทยยังสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้น ทัดเทียมกับประเทศนานาชาติได้ รายละเอียดจะนำเสนอต่อไป

World Economic Forum

<http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>

นำเสนอรายละเอียดของความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการเดินทางดังนี้

ตารางที่ 2-1 โครงสร้างดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

TTI Index	
T&T regulatory/framework	1. Policy rules and regulations
	2. Environmental sustainability
	3. Safety and security
	4. Health and hygiene
	5. Prioritization of Travel and Tourism
	6. Air transport infrastructure
	7. Ground transport infrastructure
	8. Tourism infrastructure
	9. Information and Communications Techn. infrastr.
	10. Price competitiveness in T&T industry
T&T business environment and infrastructure	11. Human resources
	12. Affinity for Travel & Tourism
	13. Natural resources
	14. Cultural resources
	15. T&T human, cultural, and natural resources
	16. T&T business environment and infrastructure
	17. T&T business environment and infrastructure
	18. T&T business environment and infrastructure
	19. T&T business environment and infrastructure
	20. T&T business environment and infrastructure
T&T human, cultural, and natural resources	1.01 Prevalence of foreign ownership
	1.02 Property rights
	1.03 Business impact of rules on FDI
	1.04 Visa requirements*
	1.05 Openness of bilateral Air Service Agreements*
	1.06 Transparency of government policymaking
	1.07 Time required to start a business*
	1.08 Cost to start a business*
	1.09 GATS compliance: restrictiveness index of T&T
	2.01 Stringency of environmental regulation
T&T business environment and infrastructure	2.02 Enforcement of environmental regulation
	2.03 Sustainability of T&T industry development
	2.04 Carbon dioxide emissions*
	2.05 Particulate matter concentration*
	2.06 Threatened species*
	2.07 Environmental treaty ratification*
	3.01 Business costs of terrorism
	3.02 Reliability of police services
	3.03 Business costs of crime and violence
	3.04 Road traffic accidents*
T&T human, cultural, and natural resources	4.01 Population density*
	4.02 Access to improved sanitation*
	4.03 Access to improved drinking water*
	4.04 Hospital beds*
	5.01 Government expenditure of the T&T industry
	5.02 T&T government expenditure*
	5.03 Effectiveness of marketing and branding to attract tourists
	5.04 Competitiveness of annual T&T data #2
	5.05 Timeliness of providing monthly quarterly T&T data #2
	6.01 Quality of air transport infrastructure
T&T business environment and infrastructure	6.02 Available seat kilometers, domestic*3
	6.03 Available seat kilometers, international*3
	6.04 Departures per 1,000 population*
	6.05 Airport density*
	6.06 Number of operating airlines*
	6.07 International air transport network*
	7.01 Quality of roads
	7.02 Quality of railroad infrastructure
	7.03 Quality of port infrastructure
	7.04 Quality of domestic transport network
T&T human, cultural, and natural resources	7.05 Road density*
	8.01 Hotel rooms*
	8.02 Presence of major car rental companies*
	8.03 ATMs accepting Visa cards*
	9.01 Extent of business Internet use
	9.02 Internet users*
	9.03 Telephone lines*
	9.04 Broadband Internet subscribers*
	9.05 Mobile telephone subscribers
	10.01 Ticket taxes and airport charges*
T&T business environment and infrastructure	10.02 Purchasing power parity*
	10.03 Extent and effect of taxation
	10.04 Fuel price levels*
	10.05 Hotel price index*
	11.01 Primary education enrollment*
	11.02 Secondary education enrollment*
	11.03 Quality of the educational system
	11.04 Local availability of specialized research and training services
	11.05 Extent of staff training Availability of qualified labor
	11.06 Hiring and firing practices
T&T human, cultural, and natural resources	11.07 Ease of hiring foreign labor
	11.08 HIV prevalence*4
	11.09 Business impact of HIV/AIDS4
	11.10 Life expectancy*
	12.01 Tourism openness*
	12.02 Attitude of population toward foreign visitors
	12.03 Extension of business trips recommended
	13.01 Number of World Heritage natural sites*
	13.02 Protected areas*
	13.03 Quality of the natural environment
T&T business environment and infrastructure	13.04 Total known species*
	14.01 Number of World Heritage cultural sites*
	14.02 Sports stadiums*
	14.03 Number of international fairs and exhibitions*
	14.04 Creative industries exports*

ตารางที่ 2-2 ศักยภาพการแข่งขันในภาพรวม

	2011		2009
Country/ Economy	Rank/139	score(6)	Rank/133
Switzerland	 1	5.68	1
Germany	 2	5.50	3
France	 3	5.41	4
Austria	 4	5.41	2
Sweden	 5	5.34	7
United States	 6	5.30	8
United Kingdom	 7	5.30	11
Spain	 8	5.29	6
Canada	 9	5.29	5
Singapore	 10	5.23	10
Thailand	 41	4.47	39

ศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาพรวมของประเทศไทยปี 2554 ได้คะแนนทั้งหมด 4.47 คะแนนจาก 7 คะแนน รั้งอันดับที่ 41 ของโลก อันดับลดลงจาก ปี 2552 2 อันดับ อย่างไรก็ตามคะแนนเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ซึ่งได้คะแนน 4.45 โดยสำหรับอันดับต้นๆของโลกได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ เยอรมัน และฝรั่งเศส

ตารางที่ 2-3 อันดับความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศอาเซียน

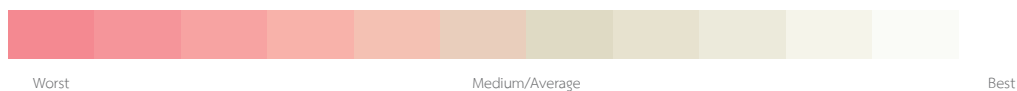
Country Economy	AEC rank	ASIAN rank	Overall rank	Score
Singapore	1	1	10	5.23
Malaysia	2	7	35	4.59
Thailand	3	10	41	4.47
Brunei	4	11	67	4.07
Indonesia	5	13	74	3.96
Vietnam	6	14	80	3.90
Philippine	7	18	94	3.69
Cambodia	8	21	109	3.44

ขณะที่หากมองเฉพาะในพื้นที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้แล้ว ประเทศไทยมีศักยภาพอยู่ในลำดับที่ 3 เป็นรองประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยประเทศสิงคโปร์ เป็นประเทศที่มีศักยภาพอยู่ในลำดับต้นๆ ของโลก ขณะที่ประเทศมาเลเซีย มีอันดับที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย

ตารางที่ 2-4 อันดับความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแต่ละด้านของประเทศอาเซียน (TTCL)

Score (1-7 scale)	Singapore	Malaysia	Thailand	Brunei Darussalam	Indonesia	Vietnam	Philippines	Cambodia	ASEAN (average)	TTCR sample*
Pillars										
TTCI 2011	5.2	4.6	4.5	4.1	4.0	3.9	3.7	3.4	4.2	4.1
1. Policy rules and regulations	6.0	5.1	4.4	3.7	4.2	4.4	4.4	3.4	4.4	4.3
2. Environmental sustainability	4.9	4.6	4.2	3.6	3.9	4.1	4.2	4.3	4.2	4.6
3. Safety and security	6.1	4.5	4.4	5.7	4.7	4.8	4.1	4.6	4.9	4.8
4. Health and Hygiene	5.2	4.5	4.4	4.7	2.6	4.1	3.8	1.5	3.8	4.5
5. Prioritization of Travel & Tourism	6.4	4.8	4.9	3.3	5.7	4.0	4.5	5.8	4.9	4.5
6. Air transport infrastructure	5.0	4.2	4.5	4.0	3.3	2.7	2.8	2.3	3.6	3.3
7. Ground transport infrastructure	6.6	4.6	4.1	4.2	3.2	3.3	2.8	3.0	4.0	3.9
8. Tourism infrastructure	5.1	3.6	4.9	2.8	2.0	2.1	2.6	1.4	3.1	3.8
9. ICT infrastructure	5.2	3.7	2.9	3.9	2.5	3.2	2.5	1.9	3.2	3.4
10. Price competitiveness	5.1	5.6	5.2	5.8	5.6	5.2	5.2	5.1	5.3	4.6
11. Human resources	6.1	5.2	4.8	5.1	5.0	4.9	4.7	4.3	5.0	4.8
12. Affinity for Travel & Tourism	5.7	5.4	5.3	4.5	4.2	4.5	4.6	5.3	4.9	4.7
13. Natural resources	2.6	4.5	4.6	4.0	4.7	3.6	3.3	3.5	3.9	3.3
14. Cultural resources	3.9	3.8	3.9	1.8	3.5	3.6	2.2	1.6	3.0	2.9

*Average score of the 139 economies covered in the TTCI.



ที่มา : World Economic Forum

จากตารางที่ 2-3 จะเห็นได้ว่าคะแนนส่วนใหญ่ของประเทศไทยในแต่ละด้านอยู่ในเกณฑ์ที่เกินปานกลางขึ้นไป ยกเว้นด้าน สาธารณสุขและเทคโนโลยีการสื่อสาร (ICT infrastructure) และ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural Resources) ที่ยังคงค่อนข้างต่ำทั้งนี้อาจเนื่องมาจากขาดการพัฒนาให้มีการนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวให้เหมาะสม นอกจากนั้นความสามารถในการแข่งขันด้านสาธารณสุขและเทคโนโลยีการสื่อสาร (ICT infrastructure) นั้นน่าเป็นห่วงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศโดยรอบของประเทศไทย (มาเลเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม)

1.2 ศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

เสาหลัก 1: กรอบกำกับการดูแล (Regulatory framework)

ประเทศไทยได้คะแนนทั้งหมด 4.45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 77/139 ของการจัดอันดับในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เสาหลัก (Pillar)	คะแนน	อันดับ (/139)
1.1. กฎระเบียบและนโยบาย (Policy rules and regulations)	4.35	76
1.2. ความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม (Environmental sustainability)	4.19	97
1.3. การรักษาความปลอดภัย (Safety and security)	4.39	94
1.4 ระบบสุขภาพและสุขอนามัย (Health and hygiene)	4.4	80
1.5 การให้ความสำคัญแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของรัฐ (Prioritization of Travel and Tourism)	4.93	38

1.1 กฎระเบียบและนโยบาย (Policy rules and regulations) ได้ 4.35 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
การเปิดกว้างต่อทุนต่างชาติ (Prevalence of foreign ownership)	การยอมให้มีธุรกิจ ที่เจ้าของเป็นชาวต่างชาติภายในประเทศ (2009-10 weighted average) (1= very rare, 7 = highly prevalent)	4.8	4.72
ทรัพย์สินปัญญา (Property rights)	How would you rate the protection of property rights, including financial assets, in your country? [1 = very weak; 7 = very strong] 2009–10 weighted average	3.9	4.38
กฎระเบียบเอื้อต่อการลงทุนต่างชาติ (Business impact of rules on FDI)	To what extent do rules governing foreign direct investment (FDI) encourage or discourage it? [1 = strongly discourage FDI; 7 = strongly encourage FDI] 2009–10 weighted average”	5.1	4.63
การเปิดกว้างด้านวีซ่า (Visa requirements)	Number of countries whose citizens are exempted from obtaining a visa (= 1) or able to obtain one upon arrival (= 0.5) out of all UN countries 2010	59	56.9
ระดับการเปิดน่านฟ้าเสรี (Openness of bilateral Air Service Agreements)	Index measuring the average openness of Air Service Agreements 2005	9.9	10.76
ความโปร่งใสของการกำกับ นโยบาย (Transparency of government policymaking)	How easy is it for businesses in your country to obtain information about changes in government policies and regulations affecting their activities? [1 = impossible; 7 = extremely easy] 2009–10 weighted average	4.3	4.37
การให้อนุญาตประกอบธุรกิจ (Time required to start a business)	Number of days required to start a business 2010	32	24.63
ต้นทุนในการเริ่มประกอบธุรกิจ (Cost to start a business)	Cost to start a business as a percentage of GNI per capital 2010	5.6	26.83
ดัชนีการเปิดเสรีบริการ (GATS commitments restrictiveness index of T&T)	GATS commitments restrictiveness index of Travel & Tourism services 2006–09	48.5	56.61

1.2 ความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม (Environmental sustainability) ได้ 4.19 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
ความเข้มงวดในการดูแลสิ่งแวดล้อม (Stringency of environmental regulation)	How would you assess the stringency of your country's environmental regulations? [1 = very lax; 7 = among the world's most stringent] 2009–10 weighted average	3.9	4.07
การปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย (Enforcement of environmental regulation)	How would you assess the enforcement of environmental regulations in your country? [1 = very lax; 7 = among the world's most rigorous] 2009–10 weighted average	3.7	3.79
ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการเดินทาง-ท่องเที่ยว (Sustainability of T&T industry development)	How would you assess the effectiveness of your government's efforts to ensure that the T&T sector is being developed in a sustainable way? [1 = very ineffective—development of the sector does not take into account issues related to environmental protection and sustainable development; 7 = very effective—issues related to environmental protection and sustainable development are at the core of the government's strategy] 2009–10 weighted average	5	4.36
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon dioxide emissions)	Carbon dioxide emissions per capita in metric tons 2007	4.1	5.96
ความเข้มข้นของสารในบรรยากาศ (Particulate matter concentration)	Urban population-weighted PM10 micrograms per cubic meter 2006	70.9	45.99
ความเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์ (Threatened species)	Threatened species as a percentage of total species (mammals, birds, amphibians) 2010	7.7	5.93
การยอมรับ ในพิธีสารทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental treaty ratification)	Total number of ratified environmental treaties 2010	16	18.86

1.3 การรักษาความปลอดภัย (Safety and security) ได้คะแนน 4.39 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
ต้นทุนที่เกิดจากการก่อการร้าย (Business costs of terrorism)	To what extent does the threat of terrorism impose costs on businesses in your country? [1 = significant costs; 7 = no costs] 2009–10 weighted average	4.7	5.62
ความเชื่อมั่นในบริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ (Reliability of police services)	To what extent can police services be relied upon to enforce law and order in your country? [1 = cannot be relied on at all; 7 = can always be relied on] 2009–10 weighted average	3.8	4.30
ต้นทุนต่อธุรกิจเกิดจากอาชญากรรมและความรุนแรง (Business costs of crime and violence)	To what extent does the incidence of crime and violence impose costs on businesses in your country? [1 = significant costs, 7 = no costs] 2009–10 weighted average	4.6	4.76
อุบัติเหตุทางถนน (Road traffic accidents)	Estimated deaths due to road traffic accidents per 100,000 population 2007	19.6	18.85

1.4 ระบบสุขภาพและสุขอนามัย (Health and hygiene) ได้คะแนน 4.4 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
ความมีแพทย์ (Physician density)	Physician density per 1,000 people 2007	0.3	1.76
การเข้าถึงระบบสุขอนามัย (Access to improved sanitation)	Access to adequate sanitation as a percentage of total population 2008	96	76.23
การเข้าถึงน้ำดื่มสะอาด (Access to improved drinking water)	Access to safe drinking water as a percentage of total population 2008	98	88.73
จำนวนเตียงคนไข้ (Hospital beds)	Hospital beds per 10,000 population 2007	22	33.90

1.5 การให้ความสำคัญแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรัฐ (Prioritization of Travel and Tourism) ได้คะแนน 4.93 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
ลำดับความสำคัญในการพัฒนาการสื่อสาร (Government prioritization of the T&T industry)	How much of a priority is the development of the T&T industry for the government of your country? [1 = not a priority at all; 7 = a top priority] 2009–10 weighted average	6.3	5.25
งบประมาณรัฐด้านการสื่อสาร (T&T government expenditure)	T&T government expenditure as a percentage of total budget 2009	2.7	4.25
ประสิทธิผลทางการตลาดและการทำรูปแบบการท่องเที่ยว (Effectiveness of marketing and branding to attract tourists)	How would you assess the effectiveness of your country's marketing and branding campaigns to attract tourists? [1 = very ineffective; 7 = very effective] 2009–10 weighted average	5.5	4.40
ความครอบคลุมของข้อมูลการเดินทาง-ท่องเที่ยว (Comprehensiveness of annual T&T data)	Comprehensiveness of annual T&T data 2005–08	39	48.27
ความถี่ของข้อมูล (Timeliness of providing monthly/quarterly T&T data)	Timeliness of providing monthly/quarterly T&T data October 2009–September 2010	16.5	11.69

เสาหลัก 2: สภาพแวดล้อมของธุรกิจและโครงสร้างพื้นฐาน (Business environment and infrastructure)

ประเทศไทยได้คะแนนทั้งหมด 4.32 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 43/139 ของการจัดอันดับในครั้งนี้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เสาหลัก (Pillar)	คะแนน	อันดับ (/139)
2.1 การขนส่งทางอากาศ (Air transport infrastructure)	4.49	23
2.2 การขนส่งภาคพื้นดิน (Ground transport infrastructure)	4.09	56
2.3 โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว (Tourism infrastructure)	4.94	40
2.4 สารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสาร (Information and Communications)	2.88	81
2.5 การแข่งขันทางด้านราคาของอุตสาหกรรม (Price competitiveness in T&T industry)	5.21	15

2.1 การขนส่งทางอากาศ (Air transport infrastructure) ได้คะแนน 4.49 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางราง (Quality of air transport infrastructure)	How would you assess passenger air transport infrastructure in your country? [1 = extremely underdeveloped; 7 = extensive and efficient by international standards] 2009–10 weighted average	5.9	4.68
จำนวนที่นั่งทางอากาศ ภายในประเทศ (Available seat kilometers, domestic)	Scheduled available domestic seat kilometers per week originating in country (in millions) January and July 2010 average	209.4	320.00
จำนวนที่นั่งทางอากาศ ระหว่างประเทศ (Available seat kilometers, international)	Scheduled available international seat kilometers per week originating in country (in millions) January and July 2010 average	1,819.30	540.39
จำนวนผู้โดยสาร (Departures per 1,000 population)	Number of departures per 1,000 population 2008	1.9	9.67
จำนวนท่าอากาศยาน (Airport density)	Number of airports per million population 2010	0.4	1.48
จำนวนสายการบิน (Number of operating airlines)	Number of airlines with scheduled flights originating in country 2010	89	37.25
โครงข่ายการบินระหว่างประเทศ (International air transport network)	To what extent does the air transport network in your country provide connections to the overseas markets offering the greatest potential to your country's businesses? [1 = not at all; 7 = extremely well] 2009–10 weighted average	5.9	4.81

2.2 การขนส่งภาคพื้นดิน (Ground transport infrastructure) ได้คะแนน 4.09 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
คุณภาพถนน (Quality of roads)	How would you assess roads in your country? [1 = extremely underdeveloped; 7 = extensive and efficient by international standards] 2009–10 weighted average	5.1	4.01
คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางราง (Quality of railroad infrastructure)	How would you assess the railroad system in your country? [1 = extremely underdeveloped; 7 = extensive and efficient by international standards] 2009–10 weighted average	3	3.16
คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางน้ำ (Quality of port infrastructure)	How would you assess port facilities in your country? [1 = extremely underdeveloped; 7 = well developed and efficient by international standards] 2009–10 weighted average	5	4.28
คุณภาพโครงข่ายการขนส่งภายในประเทศ (Quality of domestic transport network)	To what extent does your country's national ground transport network (buses, trains, taxis, etc.) offer efficient, accessible transportation to key business centers and tourist attractions within your country? [1 = not at all; 7 = extremely well] 2009–10 weighted average	5	4.61
ความหนาแน่นถนน (Road density)	Kilometers of road per 100 square kilometers of land 2007	35.2	76.62

2.3 โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว (Tourism infrastructure) ได้คะแนน 4.94 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
จำนวนห้องพัก (Hotel rooms)	Number of hotel rooms per 100 population 2009	0.6	0.64
เช่ารถด้วย บัตรเครดิตวีซ่า (Presence of major car rental companies)	Index of presence of major car rental companies 2010	6	4.62
เบิกเงินสดด้วยบัตรเครดิตวีซ่า (ATMs accepting Visa cards)	Number of automated teller machines (ATMs) accepting Visa credit cards per million population 2010	548.2	325.51

2.4 สารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสาร (Information and Communications Technical infrastructure) ได้คะแนน 2.88 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
การใช้การสื่อสารไร้สายทำธุรกรรม (Extent of business Internet use)	To what extent do companies within your country use the Internet in their business activities (e.g., buying and selling goods, interacting with customers and suppliers)? [1 = not at all; 7 = extensively] 2009–10 weighted average	5.1	4.88
ผู้ใช้ Internet users	Internet users per 100 population 2009	25.8	36.15
จำนวนสายโทรศัพท์ (Telephone lines)	Telephone lines per 100 population 2009	10.6	21.74
ผู้ใช้การสื่อสารไร้สายความเร็วสูง (Broadband Internet subscribers)	Broadband Internet subscribers per 100 population 2009	1.5	9.41
อัตราการใช้โทรศัพท์มือถือ (Mobile telephone subscribers)	Mobile telephone subscribers per 100 population 2009	97.3	93.51

2.5 การแข่งขันทางด้านราคาของอุตสาหกรรมโทรคมนาคม (Price competitiveness in T&T industry) ได้คะแนน 5.21 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปลีกย่อยดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
ภาษีสนามบิน (Ticket taxes and airport charges)	Index of relative cost of access (ticket taxes and airport charges) to international air transport services [0 = highest cost, 100 = lowest cost] 2010	82.7	76.16
อำนาจซื้อที่แท้จริงของค่าเงิน (Purchasing power parity)	Ratio of purchasing power parity (PPP) conversion factor to official exchange rate 2009	0.5	0.66
ผลกระทบของระบบภาษีในการประกอบธุรกิจ (Extent and effect of taxation)	What impact does the level of taxes in your country have on incentives to work or invest? [1 = significantly limits incentives to work or invest; 7 = has no impact on incentives to work or invest] 2009–10 weighted average	3.7	3.61
ราคาพลังงาน (Fuel price levels)	Retail diesel fuel prices (US cents per liter) 2008	87	106.49
อัตราค่าที่พัก (Hotel price index)	Average room rates calculated for first-class branded hotels for calendar year, in US dollars 2009	77.4	131.88

เสาหลัก 3: ทรัพยากรมนุษย์, วัฒนธรรม, และสิ่งแวดล้อม (Human, cultural, and natural resources)

ประเทศไทยได้คะแนนทั้งหมด 4.64 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 21/139 ของการจัดอันดับในครั้งนี้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เสาหลัก (Pillar)	คะแนน	อันดับ (/139)
3.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)	4.82	74
3.2 สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว (Affinity for Travel&Tourism)	5.26	24
3.3 ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการท่องเที่ยว (Natural resources)	4.59	21
3.4 ทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural resources)	3.86	32

3.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources) ได้ 4.82 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนป็นรายข้อดังต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
ประชากรมีการศึกษาระดับประถม (Primary education enrollment)	Net primary education enrollment rate 2008	90.8	91.10
ประชากรมีการศึกษาระดับมัธยม (Secondary education enrollment)	Gross secondary education enrollment rate 2008	29.5	79.34
คุณภาพระบบการศึกษา (Quality of the educational system)	How well does the educational system in your country meet the needs of a competitive economy? [1 = not well at all; 7 = very well] 2009–10 weighted average	3.7	3.80
การมีระบบการวิจัยและการฝึกอบรม (Local availability of specialized research and training services)	In your country, to what extent are high-quality, specialized training services available? [1 = not available; 7 = widely available] 2009–10 weighted average	4.1	4.12
การลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ (Extent of staff training Availability of qualified labor)	To what extent do companies in your country invest in training and employee development? [1 = hardly at all; 7 = to a great extent] 2009–10 weighted average	4.1	4.00
การจ้าง-เลิกจ้าง (Hiring and firing practices)	How would you characterize the hiring and firing of workers in your country? [1 = impeded by regulations; 7 = flexibly determined by employers] 2009–10 weighted average	4.5	3.91
โอกาสการจ้างแรงงานต่างด้าว (Ease of hiring foreign labor)	To what extent does labor regulation in your country limit the ability to hire foreign labor? [1 = very much limits hiring foreign labor; 7 = does not limit hiring foreign labor at all] 2009–10 weighted average	3.9	4.09
อัตราการติดเชื้อ (HIV prevalence)	HIV prevalence as a percentage of adults aged 15–49 years 2009	1.3	2.15
ผลกระทบจากการติดเชื้อ ต่อธุรกิจ (Business impact of HIV/AIDS)	How serious an impact do you consider the HIV/AIDS will have on your company in the next five years (e.g., death, disability, medical and funeral expenses, productivity and absenteeism, recruitment and training expenses, revenues)? [1 = a serious impact; 7 = no impact at all] 2009–10 weighted average	4.4	5.08
อายุขัยเฉลี่ย (Life expectancy)	Life expectancy at birth (years) 2008	70	70.07

3.2 สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว (Affinity for Travel & Tourism) ได้ คะแนน 5.26 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปพลิเคชันต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
การเปิดของการท่องเที่ยว (Tourism openness)	Tourism expenditure and receipts as a percentage of GDP 2009	7.6	6.26
ความเป็นมิตรของชนชาติต่อนักท่องเที่ยว (Attitude of population toward foreign visitors)	How welcome are foreign visitors in your country? [1 = very unwelcome; 7 = very welcome] 2009–10 weighted average	6.7	6.18
อยากแนะนำให้นักธุรกิจ การพักรับรองเพื่อท่องเที่ยว (Extension of business trips recommended)	When senior executives visit your country for the first time for business purposes, how likely are you to recommend extending their trip for leisure purposes? [1 = very unlikely; 7 = very likely] 2009–10 weighted average	6	5.29

3.3 ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม (Natural resources) ได้คะแนน 4.59 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปพลิเคชันต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
จำนวนมรดกโลก ในเชิงธรรมชาติ (Number of World Heritage natural sites)	Number of World Heritage natural sites in the country 2010	2	1.43
พื้นที่อุทยานแห่งชาติ (Protected areas)	Protected areas as a percentage of total land area 2010	16.9	11.25
คุณภาพทรัพยากร สิ่งแวดล้อม (Quality of the natural environment)	How would you assess the quality of the natural environment in your country? [1 = extremely poor; 7 = among the world's most pristine] 2009–10 weighted average	4.2	4.40
จำนวนสัตว์ป่า (Total known species)	Total known species (mammals, birds, amphibians) in the country 2010	1,370.00	749.09

3.4 ทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural resources) ได้คะแนน 3.86 คะแนน โดยมีรายละเอียดคะแนนปพลิเคชันต่อไปนี้

หัวข้อ	รายละเอียด	คะแนน	เฉลี่ยทั่วโลก
จำนวนมรดกโลก ในเชิงวัฒนธรรม (Number of World Heritage cultural sites)	Number of World Heritage cultural sites and Oral & Intangible Heritage 2010	3	6.92
สถานกีฬา (Sports stadiums)	Sports stadium capacity per million population 2010	9,689.50	47,658.67
การจัดแสดงสินค้าและกิจกรรมนานาชาติ (Number of international fairs and exhibitions)	Number of international fairs and exhibitions held in the country annually 2007–09 average	106	62.09
กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่ส่งออก (Creative industries exports)	Exports of creative industries products as a share of world total in such exports 2008	1.2	0.77

2. การวิเคราะห์ เชิงกลยุทธ์ (SWOT Analysis)

ศักยภาพของประเทศไทยในการรองรับผลกระทบจากการเปิดเสรีการท่องเที่ยวเพื่อเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Strengths

- 1) ประเทศไทยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกในการเป็น Tourism Destination แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความหลากหลาย (Diversity) สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะกลุ่ม (แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม/แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/แหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย/แหล่งท่องเที่ยวกลางคืน/แหล่งช้อปปิ้ง/และอื่นๆ) ประเทศไทยเป็นเมืองที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนานการครองความเป็นเอกราชและระบบกษัตริย์ที่ต่างชาติให้ความสนใจในวิถีความเป็นไทย อัญมณีและการมีมิตรไมตรีกับนักท่องเที่ยวถือเป็นเสน่ห์ดึงดูดที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวไม่แพ้ประเทศใดในภูมิภาค
- 2) ประเทศไทยมีจุดแข็งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็น Hub หรือ Gateway to ASEAN ทั้งทางด้านการบินการท่องเที่ยว โลจิสติกส์ ฯลฯ เนื่องจากที่ตั้งของประเทศไทยเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ (Strategic Location) หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นอาเซียนแผ่นดินใหญ่ (Mainland ASEAN) ที่มีพรมแดนติดต่อกับลาว/กัมพูชา/พม่า/มาเลเซีย ซึ่งข้อได้เปรียบของความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์จะก่อให้เกิดความเชื่อมโยง (Connectivity) ทางบกได้ดีกว่ากลุ่มประเทศอาเซียนทางทะเล (Maritime ASEAN: มาเลเซีย /ฟิลิปปินส์ /บรูไน /อินโดนีเซีย)
- 3) ไทยมีความได้เปรียบในการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง (GMS: Greater Mekong Sub - Region Economic Community) ซึ่งประกอบไปด้วยไทยลาวกัมพูชาพม่าเวียดนามและจีน (มณฑลยูนนานและเขตปกครองพิเศษกว่างซี) เนื่องจากไทยเป็นศูนย์กลางของอนุภูมิภาคและไทยได้พัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอย่างยาวนานจากการจัดอันดับของ TTCI ที่มีอันดับเหนือกว่าประเทศในกลุ่ม GMS ประกอบกับโครงการการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงทั้งอนุภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการขยายตัวทางด้านคมนาคม/อุตสาหกรรม/พลังงาน/การเกษตร/การค้าและการลงทุน/การท่องเที่ยวระหว่างกันให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมกันอย่างมีประสิทธิภาพให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการศึกษาระหว่างกันจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถและโอกาสทางการแข่งขันของกลุ่มในเวทีการค้าโลกและจะช่วยดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคให้มากขึ้น
- 4) ศักยภาพทางการแข่งขันทางของภาคการท่องเที่ยวไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียนอยู่ในเกณฑ์ดีโดยพิจารณาจากดัชนีชี้วัดความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มอาเซียนที่ทำการสำรวจโดย World Economic Forum ในปี 2001 จาก 139 Economies พบว่าประเทศไทยมีคะแนนดัชนีชี้วัดความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยว (TTCI: Travel & Tourism Competitiveness Index) อยู่ที่ระดับ 4.5 จัดเป็นอันดับที่ 41 เป็นรองสิงคโปร์ (ระดับ 5.2/อันดับที่ 10) และประเทศมาเลเซีย (ระดับ 4.6/อันดับที่ 35) จากการประเมินความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวใน 14 สาขาหลักซึ่งเป็นปัจจัยชี้วัดขีดความสามารถการแข่งขัน
- 5) World Economic Forum รายงานตัวเลขสถิติรายได้จากนักท่องเที่ยว (Tourism Receipts) ของภูมิภาคอาเซียนพบว่าประเทศในภูมิภาคที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงสุด 3 อันดับแรกคือมาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย มีรายได้จากนักท่องเที่ยวรวมกันจาก 18 พันล้านเหรียญสหรัฐ เป็น 53 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 67 เป็นร้อยละ 77 ในช่วงปี 2000-2010 หรือเพิ่มขึ้น 3 เท่า เมื่อเทียบกับประเทศที่เหลือในภูมิภาคที่มีการขยายตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยวรวมกันจาก 9 พันล้านเหรียญสหรัฐ เป็น 16 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือเพิ่มขึ้น 2 เท่า ในช่วงเวลาเดียวกัน
- 6) ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยถือว่าการท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ ทิศทางการพัฒนา TCI ในเสาหลักที่ 5 เรื่องกรอบการกำกับดูแลด้านการให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาครัฐ (Prioritization of Travel and Tourism) ไทยได้รับการจัดลำดับที่ 38 (จาก 139 Economies) สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนทุกประเทศต่างได้รับการจัดอันดับอยู่ในเกณฑ์ดี โดยภาครัฐให้ความสำคัญต่อการเปิดเสรีการท่องเที่ยวโดยอาเซียนบรรลุข้อตกลงร่วมกันในการกำหนดแผนกลยุทธ์ให้เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในภูมิภาคเพื่อให้ประชาคมได้รับผลประโยชน์สูงสุดร่วมกัน
- 7) ประเทศไทยทั้งภาครัฐและเอกชนมีจุดแข็งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวที่สำคัญจากรายงานผลการวัดประสิทธิภาพด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดย Executive Opinion Survey พบว่า TTCI ของไทยอยู่ในอันดับที่ 20 (Score 5.5) เป็นรองเพียงสิงคโปร์อันดับที่ 20 (Score 5.5) และ มาเลเซียอันดับที่ 15 (Score 5.5) สำหรับประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่เหลืออยู่พบว่ายังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร (กัมพูชาอันดับที่ 52 (Score 4.8) อินโดนีเซียอันดับที่ 58 (Score 4.6) บรูไนอันดับที่ 61 (Score 4.6) เวียดนามอันดับที่ 62 (Score 4.5) และ ฟิลิปปินส์อันดับที่ 99 (Score 3.8)
- 8) ประเทศไทยมีจุดแข็งทางของเสาหลักที่ 6 ด้านการขนส่งทางอากาศ (Air Transport Infrastructure) โดยได้รับการจัดอันดับ TTCI ในลำดับที่ 23 (Score 4.5) และเสาหลักที่ 7 การขนส่งภาคพื้นดิน (Ground Transport Infrastructure) ในลำดับที่ 56 (Score 4.1) ซึ่งไทยได้รับการจัดอันดับอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดีซึ่งหมายถึงไทยมีศักยภาพในการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงกับกลุ่มอาเซียนด้วยตนเอง ปัจจุบันไทยมีจำนวนเส้นทางบินตรงจากกรุงเทพฯ ไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน ด้วยกันเอง (Intra-ASEAN Direct Routes) จำนวน 18 เส้นทาง เป็นรอง สิงคโปร์ และ มาเลเซีย ที่จำนวน 45 และ 31 เส้นทางตามลำดับ สำหรับการขนส่งของกลุ่มอาเซียนอื่นเช่นกัมพูชายังมีระบบสาธารณูปโภคที่ไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ส่วนบางประเทศในภูมิภาคอาเซียนเช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม พบว่ายังขาดแคลนสาธารณูปโภคพื้นฐานในบางพื้นที่ของประเทศ

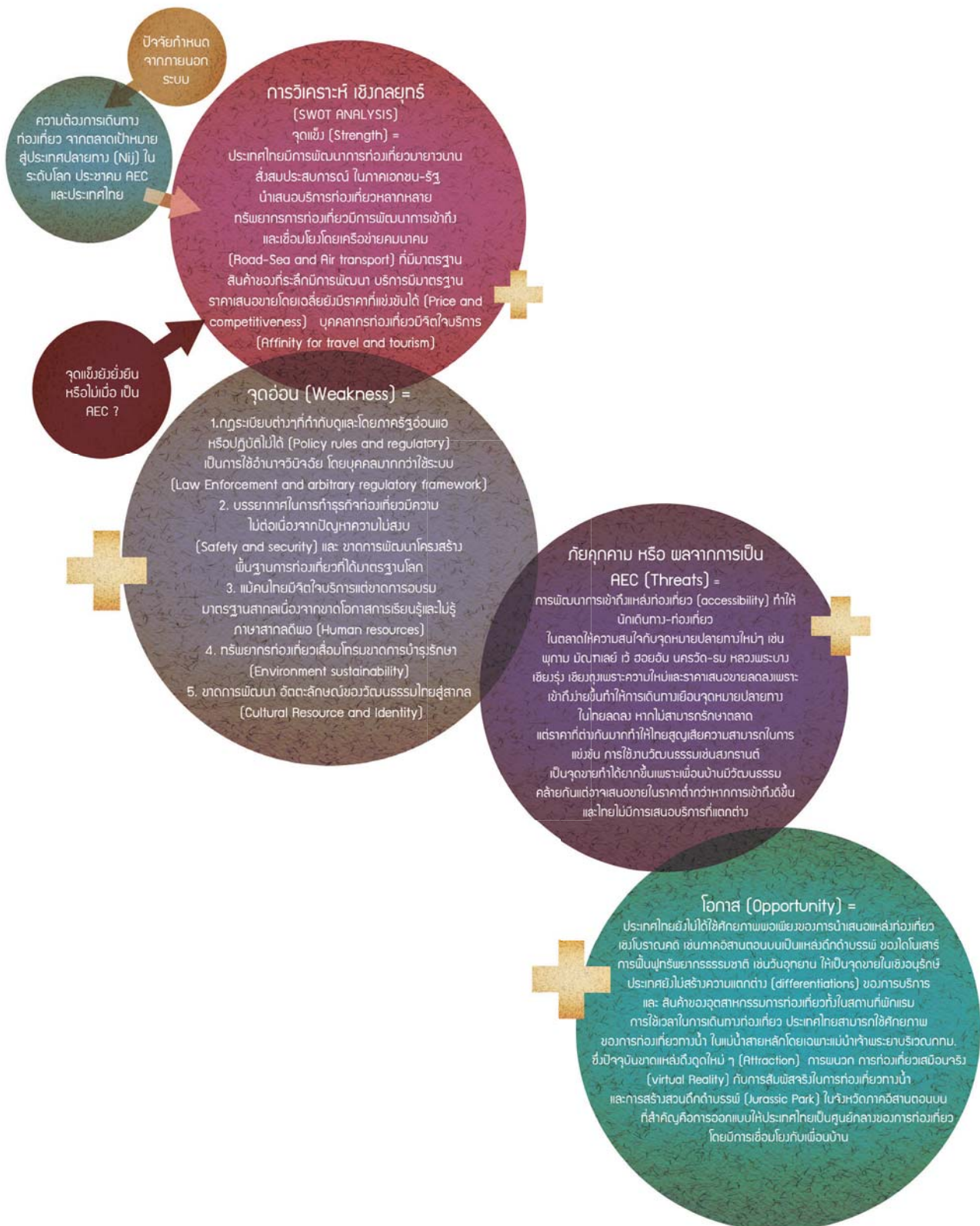
- 9) ดัชนีTTCI2011ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโครงสร้างพื้นฐาน (BusinessEnvironmentandInfrastructure)ไทยได้รับการจัดอันดับของเสาหลักที่8โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว(TourismInfrastructure) ในลำดับที่40 (Score4.9)เป็นรองสิงคโปร์ที่ได้รับการจัดลำดับที่ 33 (Score5.1) โดยมีเพียงไทยและสิงคโปร์เท่านั้นที่ได้รับการจัดอันดับใน TopHalfRanking ในเสาหลักดังกล่าวโดยไทยมีจุดแข็งมากที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียนสำหรับการเป็นประเทศที่มีบริษัทผู้ประกอบการรถเช่ามากที่สุดถึง6แห่งส่วนประเทศอื่นๆในกลุ่มอาเซียนยังมีสัดส่วนจำนวนโรงแรมต่อประชากร100คนและจำนวนตู้ATMที่สามารถใช้กับบัตรVISACardที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ
- 10) ดัชนีTTCI2011ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโครงสร้างพื้นฐาน (BusinessEnvironmentandInfrastructure) ไทยได้รับการจัดอันดับของเสาหลักที่10ความสามารถทางการแข่งขันด้านราคา (Price Competitiveness) ในลำดับที่ 15 (Score5.2) เป็นรองบรูไนที่ได้รับการจัดอันดับสูงสุดคือลำดับที่1 (Score5.8)กลุ่มประเทศอาเซียนทั้งหมดจะมีScoreในเสาหลักนี้เกินกว่า5ทุกประเทศซึ่งหมายถึงไทยและอาเซียน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการให้บริการการท่องเที่ยวระดับมาตรฐานสากลและคุ้มค่ากับราคาซึ่งเป็นจุดแข็งทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญจากการศึกษาพบว่าราคาที่แพคเกจของโรงแรมชั้นนำในอินโดนีเซียไทยมาเลเซียและฟิลิปปินส์อยู่ในระดับราคาที่ถือว่าถูกมากเมื่อเทียบกับในสิงคโปร์
- 11) ดัชนีTTCI2011ด้านทรัพยากรมนุษย์/วัฒนธรรม/และทรัพยากรธรรมชาติ (Human,Cultural,andNaturalResources)ไทยได้รับการจัดอันดับของเสาหลักที่12สภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว(Affinity of Travel and Tourism) อยู่ในลำดับที่24(Score5.3)โดยผลจากการศึกษาพบว่าการจัดอันดับขึ้นอยู่กับระดับความเปิดกว้างและความพร้อมของการเป็นสังคมของการท่องเที่ยวของประเทศโดยวัดจากอัตราส่วนรายรับและรายจ่ายของการท่องเที่ยวต่อGDP(%)หากประเทศใดมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศและคนในประเทศเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องประเทศดังกล่าวจะถือเป็นประเทศที่มีความพร้อมของการเป็นสังคมของการท่องเที่ยวนอกจากนี้การวัดทัศนคติของประชาชนในกลุ่มอาเซียนที่มีต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีการพำนักอยู่ต่อเพื่อท่องเที่ยวหลังจากการเดินทางเพื่อธุรกิจเสร็จสิ้นแล้วอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างสูงสำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนยกเว้นบรูไน
- 12) สำหรับดัชนีTTCI2011ด้านทรัพยากรมนุษย์ / วัฒนธรรม /และ ทรัพยากรธรรมชาติ (Human,Cultural,andNaturalResources) ไทยได้รับการจัดอันดับของเสาหลักที่ 13 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (NaturalResources)อยู่ในลำดับที่21(Score4.6)เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียนซึ่งไทยเป็นรองเพียง อินโดนีเซียลำดับที่17 (Score4.7) ส่วนสิงคโปร์อยู่ในลำดับสุดท้ายของกลุ่มอาเซียนลำดับที่ 96(Score2.6) สำหรับประเทศอื่นในกลุ่มอาเซียนได้รับการจัดอันดับของเสาหลักดังกล่าวอยู่สูงกว่าTopHalfRankingsซึ่งถือว่าภูมิภาคอาเซียนได้รับการยอมรับถึงการมีแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ในภูมิภาคอาเซียนมีจำนวนมรดกของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ขึ้นทะเบียนกับUNESCO12แห่งจากจำนวนทั้งหมด21แห่ง/UNESCOBiosphereReserve23 แห่งจากจำนวนทั้งหมด580แห่ง/BiodiversityHotspots2แห่งจากจำนวนทั้งหมด34แห่ง
- 13) การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ก่อให้เกิดการเปิดเสรีทางการ

ค้าการลงทุนจะสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและ นิทรรศการให้เกิดการขยายตัวมากขึ้นประเทศไทยมีศักยภาพในการ จัดนิทรรศการ/ศูนย์ประชุม/ศูนย์แสดงสินค้าระดับนานาชาติเนื่องจาก มีจุดแข็งทางด้านความพร้อมของสาธารณูปโภคและสถานที่หากพิจารณา จากสถิติของTTCI พบว่าไทยมีจัดประชุมสัมมนา/นิทรรศการ/การแสดง สินค้าจำนวน100ครั้งรองจากสิงคโปร์ซึ่งมีจำนวน139ครั้ง

Weaknesses

- 1) ประเทศไทยยังต้องพัฒนาการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของเสาหลักที่1)กฎระเบียบและนโยบาย (PolicyRules & Regulations) ในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวโดยไทยได้รับการจัดอันดับTTCI ในลำดับที่76(Score4.4)หากพิจารณาภาพรวมการพัฒนาของอาเซียนในเสาหลักนี้พบว่าสิงคโปร์ครองอันดับ1 (Score6) ของโลกส่วน มาเลเซียและเวียดนามได้รับการจัดลำดับอยู่ในTopHalfRankingเช่นเดียวกันคือลำดับที่21(Score5.1)และ67(Score4.4)ตามลำดับซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่ยังมีกฎระเบียบและมาตรการต่างๆ ที่ยังเป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติภาครัฐของไทยจึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องพัฒนากฎระเบียบและนโยบายที่มีความชัดเจน/โปร่งใสและเอื้อต่อการพัฒนาท่องเที่ยวและการลงทุนที่ต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของภาคการท่องเที่ยวและภาคธุรกิจอื่นเพื่อเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม
- 2) ประเทศไทยยังต้องพัฒนาการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของเสาหลักที่2)ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม(Environmental Sustainability) โดยไทยได้รับการจัดอันดับTTCIในลำดับที่97(Score4.2) นโยบายภาครัฐที่สนับสนุนและให้ความสำคัญต่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมจะช่วยให้ไทยรักษาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาวหากพิจารณาภาพรวมของภูมิภาคอาเซียนพบว่าภูมิภาคอาเซียนได้รับการมีผลการจัดอันดับในเสาหลักนี้อยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดีนักสิงคโปร์ซึ่งเป็นประเทศที่ได้รับการจัดอันดับที่ดีที่สุดในภูมิภาคได้รับการจัดอันดับเพียงที่41(Score4.9)ประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญกับกรอบการกำกับดูแลด้านสิ่งแวดล้อมเป็นลำดับต้นๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มให้มีความสำคัญต่อกระแสอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวไทยคงความเป็นเอกลักษณ์และความงดงามทางธรรมชาติได้อย่างยาวนานจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง
- 3) ประเทศไทยยังต้องพัฒนาการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของเสาหลักที่3)การรักษาความปลอดภัย (Safety and Security) โดยไทยได้รับการจัดอันดับTTCIในลำดับที่ 94 (Score 4.4) ในกลุ่มอาเซียน มีเพียงสิงคโปร์ลำดับที่ 13 (Score 6.1) และบรูไนลำดับที่ 23 (Score 5.7) ที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ในTop Half Ranking จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีมีความปลอดภัยหรือเหตุการณ์ความไม่สงบประเทศไทยจะต้องปรับปรุงและส่งเสริมให้เกิดความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวซึ่งการให้ความสนใจต่อการรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูงและมีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่จะส่งเสริมการขยายตัวและภาพลักษณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวแต่ยังเป็นการสร้างบรรยากาศการค้าการลงทุนในทุกภาคอุตสาหกรรม

ภาพที่ 2-1 แนวคิดในการวางแผนการเชื่อมโยงตลาดการเดินทางท่องเที่ยว AEC



- 4) ประเทศไทยยังต้องพัฒนาการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของเสาหลักที่4)ระบบสุขภาพอนามัย (Health & Hygiene) โดยไทยได้รับการจัดอันดับTTCIในลำดับที่80 (Score 4.4) โดยในกลุ่มอาเซียนมีเพียงสิงคโปร์ลำดับที่55(Score5.2)และบรูไนลำดับที่70 (Score4.7) ที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน Top Half Ranking ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบสุขภาพและสุขอนามัยที่ดีเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถมั่นใจได้ว่าการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสะอาดปราศจากโรคจากการที่ภูมิภาคอาเซียนมีที่ตั้งอยู่ในเขตร้อนชื้นและเชื้อโรคสามารถแพร่กระจายได้โดยง่ายการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพระบบสุขภาพ/สาธารณสุขทางด้านสาธารณสุข/บุคลากรทางการแพทย์ให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากลจะช่วยให้ขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระยะยาวหากพิจารณาจากสุขอนามัยของภูมิภาคอาเซียนในภาพรวมพบว่าการเข้าถึงแหล่งน้ำที่สะอาดและปลอดภัยในกัมพูชาอินโดนีเซียฟิลิปปินส์และเวียดนามยังอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างจำกัดส่วนในอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์พบว่าระบบสาธารณสุขขั้นพื้นฐานด้านสุขอนามัยยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควรเนื่องจากข้อจำกัดด้านภูมิประเทศอุปสรรคในด้านสุขอนามัยในหลายประเทศดังกล่าวอาจทำให้การท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่เพียงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเท่านั้นส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆขาดการขยายตัวและขาดการเชื่อมโยงระหว่างกัน

ประเทศไทยยังต้องพัฒนาการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของเสาหลักที่ 9)สารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสาร (ICT Infrastructure) โดยไทยได้รับการจัดอันดับTTCIในลำดับที่81 (Score 2.9) สิงคโปร์ได้รับการจัดอันดับสูงที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียนโดยอยู่ในลำดับที่20 (Score 5.2) ประเทศในกลุ่มอาเซียนส่วนใหญ่ยังขาดการพัฒนาทางด้านสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างมีนัยสำคัญโดยมีข้อจำกัดด้านการใช้อินเตอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ/ค่าใช้จ่ายสูง/ความเร็วต่ำ/เทคโนโลยี การสื่อสารการใช้อินเตอร์เน็ตในบางประเทศจำกัดอยู่เฉพาะการใช้งานของภาคธุรกิจเท่านั้นยกเว้นในสิงคโปร์และมาเลเซียที่มีการใช้อินเตอร์เน็ตที่แพร่หลายอย่างมากในทุกกลุ่มกลุ่มประเทศตระหนักถึงความสำคัญของ ICT ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยอาเซียนมีการเสนอแผน ASEAN's ICT Master Plan 2015 เพื่อพัฒนาปรับปรุงสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงทางด้าน Digital Connectivity รวมถึงการพัฒนา ASEAN Broadband Corridor และInternet Exchange Network

- 5) สำหรับดัชนีTTCI2011ด้านทรัพยากรมนุษย์/วัฒนธรรม/และทรัพยากรธรรมชาติ(Human, Cultural, and Natural Resources) ไทยได้รับการจัดอันดับของเสาหลักที่11 ทรัพยากรมนุษย์อยู่ในลำดับที่74 (Score4.8)(อยู่ต่ำกว่า Top Half Ranking) โดยผลจากการศึกษาพบว่าสิงคโปร์เป็นผู้นำด้านทรัพยากรมนุษย์โดยได้รับการจัดอันดับเป็นที่2(Score6.1)ของโลกและนำหน้าประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญประเทศกลุ่มอาเซียนส่วนใหญ่มีประชากรที่ได้รับการศึกษาในชั้นประถมศึกษาอย่างแพร่หลายแต่การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาอยู่ในวงจำกัดสำหรับคุณภาพของการศึกษาพบว่าสิงคโปร์และมาเลเซียได้รับการจัดอันดับอยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อเทียบกับประเทศในกลุ่มซึ่งการพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ

- 6) สำหรับดัชนีTTCI2011ด้านทรัพยากรมนุษย์/วัฒนธรรม/และทรัพยากรธรรมชาติ (Human, Cultural, and Natural Resources) ไทยได้รับการจัดอันดับของเสาหลักที่14แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Resources) อยู่ในลำดับที่32(Score3.9)จากผลของการศึกษาพบว่าภูมิภาคอาเซียนได้รับการยอมรับเป็นที่แพร่หลายว่าเป็นภูมิภาคที่มีประวัติศาสตร์อารยธรรมตลอดจนมีภูมิปัญญาทางด้านวัฒนธรรมที่สั่งสมมาอย่างยาวนานเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นแต่อย่างไรก็ตามพบว่ากลุ่มประเทศอาเซียนยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรในการเผยแพร่มรดกแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมให้เป็นที่ยอมรับในภูมิภาคอาเซียนมีแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่เป็นมรดกโลกรวมกันเพียง19แห่งเท่านั้นหรือคิดเป็นร้อยละ2.5ของจำนวนมรดกแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมของโลกทั้งหมดจำนวน753แห่ง
- 7) ประเทศไทยได้รับเงินสนับสนุนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำมากเพียงร้อยละ2.7ของรายจ่ายทั้งหมดของภาครัฐโดยไทยได้รับการจัดอันดับ TTCI ในลำดับที่ 85 ในขณะที่สิงคโปร์ (อันดับที่8) กัมพูชา (อันดับที่10) และอินโดนีเซีย (อันดับที่13) มีเงินสนับสนุน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐประมาณร้อยละ10ส่วนฟิลิปปินส์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ3.6อยู่ในอันดับที่63

Opportunities

- 1) จากการที่สหรัฐอเมริกาและยุโรปยังคงประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องภูมิภาคเอเชียซึ่งมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งจะกลายเป็นภูมิภาคสำคัญในการเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจใหม่ของโลกโดยจีนและอินเดียจะเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจหลักในภูมิภาครวมกับตลาดเกิดใหม่เช่นประเทศไทยมาเลเซียและอินโดนีเซียที่ล้วนมีอัตราการการขยายทางเศรษฐกิจในเกณฑ์สูงรวมถึงมีการขยายตัวของชนชั้นกลางที่มีอำนาจซื้อสูงขึ้นส่งผลให้ภูมิภาคเอเชียกลายเป็นประเทศที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Tourist Destination) เพิ่มขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจการเมืองและสังคมวัฒนธรรมรวมถึงการเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพสูงในการส่งออกนักท่องเที่ยวไปยังภูมิภาคต่างๆของโลก
- 2) การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี2558จะส่งผลให้ภูมิภาคอาเซียนเป็นที่สนใจมีบทบาทและอำนาจต่อรองสูงขึ้นในเวทีเศรษฐกิจโลกเพื่อความเป็นเอกภาพทางการเมืองและความมั่นคง/เศรษฐกิจ/สังคมและวัฒนธรรมอาเซียนจะกลายเป็นตลาดขนาดใหญ่กลุ่มหนึ่งของโลกด้วยขนาดประชากรรวมกันกว่า590ล้านคน (ร้อยละ8.8ของประชากรโลก) มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติปี2553รวมกันถึง 1.85 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ(ร้อยละ3.0ของGDPโลก)การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทั้งในด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และภูมิประเทศ/ประวัติศาสตร์/สังคมวัฒนธรรมถือเป็นความท้าทายและจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นของโลกภูมิภาคอาเซียนมีประวัติศาสตร์และขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมที่อนุรักษ์และสืบทอดมาอย่างยาวนานตลอดจนมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย(ธรรมชาติ/วัฒนธรรมประเพณี/ศาสนา/โบราณสถาน/สถาปัตยกรรม/อื่นๆ)และความสะดวกสบายทางด้านราคาส่งผลให้ภูมิภาคอาเซียนมีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมถึงการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาค (Multi-Country Tourism) ธุรกิจการท่องเที่ยวจะสามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็วและได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่สอดคล้องกับขีดความสามารถทางการแข่งขันของแต่ละประเทศ

- 3) ภูมิภาคอาเซียนที่มีที่ตั้งทางภูมิรัฐศาสตร์ตั้งอยู่ในศูนย์กลางของทวีปเอเชีย และมีพรมแดนอยู่ใกล้กับจีนและอินเดียซึ่งเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตสูงในการขับเคลื่อนการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกนอกจากนี้ที่ตั้งของภูมิภาคอาเซียนยังมีความเชื่อมโยงและอยู่ไม่ไกลจากตลาดที่มีกำลังซื้อสูงจากการขยายตัวของเศรษฐกิจใหม่ซึ่งก่อให้เกิดการเดินทางเพื่อธุรกิจและประชากรชนชั้นกลางที่มีอำนาจซื้อสูงขึ้นมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเช่นประเทศในตะวันออกกลางญี่ปุ่นใต้หวันเกาหลีและออสเตรเลียซึ่งประเทศทั้งหมดดังกล่าวนี้มีศักยภาพที่สำคัญในการส่งออกและนำเข้านักท่องเที่ยวทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพในระดับโลกและภูมิภาค
- 4) สถิติจากUNWTOรายงานว่าภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก มีการเติบโตอย่างรวดเร็วที่สุดของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (International Tourists Arrivals: ITA) โดยมีสัดส่วนร้อยละ 22 ของจำนวน ITA ของโลก ในปี 2010 หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 จากในปี 2000 หากพิจารณาการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนเองพบว่าการท่องเที่ยวเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาโดย ITA (รวมIntra-ASEAN Tourism)ขยายตัวร้อยละ 12 ต่อปีในช่วงปี 2000-2010 จากจำนวน ITA 36 ล้านคนเพิ่มเป็น 76 ล้านคนโดยสัดส่วนของ ASEANITA /Global ITA มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 5.4 ในปี 2000 เป็นร้อยละ 7.9 ในปี 2010 โดย Intra-ASEAN Tourism คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43 ของ ITA ที่เดินทางมายังภูมิภาคอาเซียนการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนจึงยังคงมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- 5) จากสถิติของกรมการท่องเที่ยวรายงานจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2011 จำนวน 19.1 ล้านคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแยกรายทวีปพบว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน (Intra-ASEAN Tourist Arrivals: มาเลเซียเวียดนามกัมพูชาและอื่นๆ) เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดร้อยละ 28.95 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปร้อยละ 25.91 และลำดับที่ 3 คือนักท่องเที่ยวจากกลุ่ม ทวีปเอเชียตะวันออก (จีนใต้หวันเกาหลีญี่ปุ่น) ร้อยละ 25.16 การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะส่งผลให้ภูมิภาคได้รับประโยชน์ในการมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ (International Tourists Arrival: ITA) เพิ่มขึ้นรวมทั้งการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวอาเซียนด้วยตนเองจากกรอบการค้าและกรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในระหว่างภูมิภาค/การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน logistics/ Single Visa/จะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนอุปสงค์ด้านการการท่องเที่ยวในภูมิภาคและอนุภูมิภาคให้มีความเชื่อมโยง (Connectivity) กันมากขึ้น (เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพำนักมีความต้องการเดินทางไปเยี่ยมเยือนวันละไม่ต่ำกว่า100คน)
- 6) ในปี 2558 ซึ่งเป็นปีที่กลุ่มอาเซียนจะรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเป็น 120 ล้านคนจากระดับเฉลี่ย 67.5 ล้านคนต่อปีในช่วงที่ผ่านมาซึ่งจะทำให้อาเซียนก้าวขึ้นเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกรวมทั้งการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องให้หลังไหลเข้ามาในภูมิภาคนี้มากขึ้นขณะเดียวกันจะเป็นโอกาสให้ภาคการท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้น

- 7) การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของไทยที่มีศักยภาพสูงจะสามารถขยายตลาดไปยังประเทศต่างๆในอาเซียนได้โดยเฉพาะในประเทศที่ยังมีขีดความสามารถตั้งแต่กำลังเร่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวรวมถึงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับรูปแบบของการลงทุนควรมีลักษณะการร่วมมือกันเป็นเครือข่ายเพื่อประโยชน์ในด้านการขยายตลาดรวมถึงการการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีจุดแข็งทางการเงิน/เทคโนโลยี/การให้บริการที่ครบวงจรโดยผู้ประกอบการไทยจะสามารถใช้ศักยภาพของภาคการท่องเที่ยวไทยที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการที่ได้เปรียบกว่าเพื่อนักกำลังในการเป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่งในตลาดต่างประเทศ
- 8) การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะส่งผลให้ประเทศไทยได้รับอานิสงส์จากฐานการตลาดที่ใหญ่ขึ้น(eg.จำนวนประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก)และไทยสามารถใช้ศักยภาพที่ตนมีความพร้อมสูงในการพัฒนาและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมอาหารไทยควบคู่ไปกับโอกาสในการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการผลิตอาหารของภูมิภาคและของโลกเช่น ธุรกิจอาหารฮาลาลเนื่องจากอาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในอันดับต้นๆเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียนผู้ประกอบการอาหารของไทยมีความแข็งแกร่งและมีความชำนาญในการผลิตอาหารที่เป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพ
- 9) การเปิดเสรีอาเซียนจะส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยวสามารถต่อยอดมีช่องทางในการหารายได้เพิ่มสูงขึ้นการขยายแพ็คเกจทัวร์เป็นแพ็คเกจท่องเที่ยวอาเซียนการสร้างเครือข่ายพันธมิตรของธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในอาเซียนด้วยกันเพื่อเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในอาเซียนจะส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการที่หลากหลยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

Threats

- 1) ประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังมีความเหลื่อมล้ำทางด้านเศรษฐกิจและศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (สนามบินนานาชาติ/สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน /การคมนาคม /อื่นๆ) อย่างมีนัยสำคัญโดยมีทั้งประเทศที่พัฒนาแล้ว /ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ /ประเทศกำลังพัฒนาปัญหาดังกล่าวจึงเป็นอุปสรรคในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในแง่ของการเชื่อมโยง (Connectivity) การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคที่เป็นตลาดท่องเที่ยวหลักไปยังตลาดรองในบางประเทศ (2ndTier&3rdTier) และนักท่องเที่ยวอาจไม่มั่นใจปัจจัยของ3'S (Safety, Security & Sanitation) ในบางประเทศส่งผลให้ทั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังไม่ได้รับการเชื่อมโยงและได้รับประโยชน์สูงสุดด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน
- 2) การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะดึงดูดนักลงทุนและนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะประเทศที่มีเสถียรภาพทางด้านเศรษฐกิจการเมืองและประเทศที่มีการพัฒนาความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน/มีบุคลากรที่มีคุณภาพ/ความเสี่ยงด้านการลงทุนต่ำ/มีความปลอดภัยสูงการที่ภูมิภาคอาเซียนจะบรรลุวัตถุประสงค์ของการเป็น Single Tourists Destination/Single Marketให้ทุกประเทศได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกันจึงเรื่องที่เป็นความท้าทายของภูมิภาค

- 3) สหรัฐอเมริกาเล็งเห็นศักยภาพของการท่องเที่ยวที่จะกระตุ้นภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวได้เร็วกว่าภาคการผลิตอื่นๆ จึงใช้กลยุทธ์การตลาดหย่อนขั้นตอนในการขอวีซ่าสำหรับประเทศที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวที่สำคัญคือจีนซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่มีประชากรสูงและมีการขยายตัวของชนชั้นกลางที่มีอำนาจซื้อมากขึ้นเนื่องจากการสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่เป็นDream Destinationของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่การเจาะนักท่องเที่ยวจีนเพียง 1% ของประชากรจีนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญนอกจากนี้สหรัฐอเมริกายังผ่อนปรนการออกวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวบราซิลซึ่งหลังไหลเข้าไปเที่ยวในอเมริกาจำนวนมากจากการเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูงเช่นกันสูง
- 4) การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับโลกและในระดับภูมิภาคจะทวีความรุนแรงมากขึ้นการแข่งขันชิงกลุ่มลูกค้าหรือฐานการตลาดที่มีศักยภาพซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกันเช่นจีนและอินเดียโดยใช้กลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบประเทศที่ระบบเศรษฐกิจมีการพัฒนาในระดับสูงจะมีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่หลากหลายและมีความพร้อมทั้งในแง่ของHard&SoftInfrastructure/RegulatoryFramework/Security/PublicHealthที่เป็นปัจจัยสนับสนุนและดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศของตน
- 5) การพิจารณาเปรียบเทียบTTCIของภูมิภาคอาเซียนเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นในภาพรวมสรุปได้ว่าภูมิภาคอาเซียนมีศักยภาพทางการแข่งขันทางด้านราคาทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมในขณะที่ภูมิภาคยุโรปหรือภูมิภาคในแถบแคริบเบียนที่เป็น Tourism Destinationในอันดับต้นของโลกจะพบว่าภูมิภาคดังกล่าวจะมีศักยภาพทางการแข่งขันทางด้านInfrastructure/HealthandHygiene/ICTInfrastructure/EnvironmentalSustainability ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ไม่เพียงช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเท่านั้นแต่จะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในทุกอุตสาหกรรมทำให้เป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจในภาพรวมภูมิภาคอาเซียนมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงการคมนาคม/สาธารณสุข/ความปลอดภัย/การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อรักษาและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน
- 8) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นเมื่อมีการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากการกำหนดให้ยกเลิกเงื่อนไขต่างๆ ที่เป็นข้อจำกัดทั้งหมดรวมถึงการเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนอาเซียนให้สูงขึ้นโดยถูกต้องตามกฎหมายอย่างน้อยร้อยละ 70 จะส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทยซึ่งกว่าร้อยละ 70 เป็นผู้ประกอบการSMEsต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้นโดยผู้ประกอบการไทยจะต้องเร่งปรับตัวและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจในช่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อให้อุตสาหกรรมรักษาและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับแรงงานซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจบริการจะมีการเคลื่อนย้ายระหว่างกันได้อย่างเสรีเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ตกลงร่วมกันผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งและเป็นผู้นำในธุรกิจบริการที่มีประสบการณ์เป็นที่ยอมรับรวมถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปิดเสรีอาเซียนจะมีศักยภาพทางการแข่งขันได้ดีกว่าผู้ประกอบการSMEsซึ่งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับประเทศแต่ยังขาดทักษะการบริหารจัดการ/ขาดการรวมกลุ่ม/ขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ

และวิสัยทัศน์/การเข้าถึงแหล่งเงินทุนอยู่ในระดับต่ำ/ขาดศักยภาพทางการแข่งขันในระดับโลกและระดับภูมิภาค



แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

กระแสโลกาภิวัตน์

และการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวของเศรษฐกิจในตลาด Emerging Markets ที่สำคัญเช่น จีนอินเดียรัสเซียทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางที่มีอำนาจซื้อมากขึ้นกลายเป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยวที่สำคัญประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งทั้งในระดับโลกและระดับภูมิภาคซึ่งการแข่งขันจะทวีความรุนแรงขึ้นประเทศไทยจะต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวในหลายๆด้านเช่นความมั่นคงปลอดภัยกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมสุขอนามัยICTและความยั่งยืนในทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ประเทศไทยมีจุดแข็งที่เป็นข้อได้เปรียบในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากไทยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและครบวงจร(แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี/แหล่ง ช็อปปิ้ง/แหล่งท่องเที่ยวด้านสันทนาการ)ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านราคาไทยควรสร้างแบรนด์ไทยให้เป็นที่รู้จักและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงและมีความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากประเทศในกลุ่มอาเซียนและประเทศในภูมิภาคอื่นๆของโลก (ความหลากหลาย/คุณภาพ/ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม/ประเพณี/ภูมิปัญญา)

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวสูงขึ้นรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวควรมีลักษณะที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และความเป็นมิตรต่อ

สิ่งแวดล้อม(Environmental Sustainability/Going Green) (โรงแรมและรถรับส่งผู้โดยสารประหยัดพลังงานโดยใช้พลังงานสะอาดเพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า/การนำวัสดุเหลือใช้มาRecycle/บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ เช่นกระดาษและถุงผ้า/ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ใช้พลังงานธรรมชาติ เช่น Solar Cell ในการอบแห้ง)

การเข้าสู่ประชากรผู้สูงอายุ/การที่นักท่องเที่ยวมีลักษณะExperimental/การที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อกระแสอนุรักษ์ธรรมชาติเน้นส่งผลให้การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นแบบNiche Marketเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความเป็นIndividualizationมากขึ้น:การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม/การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย/การท่องเที่ยวเชิงศาสนา/การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ/การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism)หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ/ผู้หญิง/ครอบครัว/ฮันนีมูน

แม้ว่าประเทศไทยจะมีความพร้อมในระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานในระดับหนึ่ง แต่ยังคงขาดการลงทุนที่เพียงพอทางด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบในการเดินทางการท่องเที่ยวการเชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรองการเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอาเซียนปัญหาด้านกฎระเบียบที่เชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวในบางเส้นทางจะต้องได้รับการพัฒนาความร่วมมือกันเพื่อผลักดันให้เกิดการเดินทางเชื่อมโยงท่องเที่ยวในอาเซียนเพิ่มขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายประโยชน์สูงสุดร่วมกัน

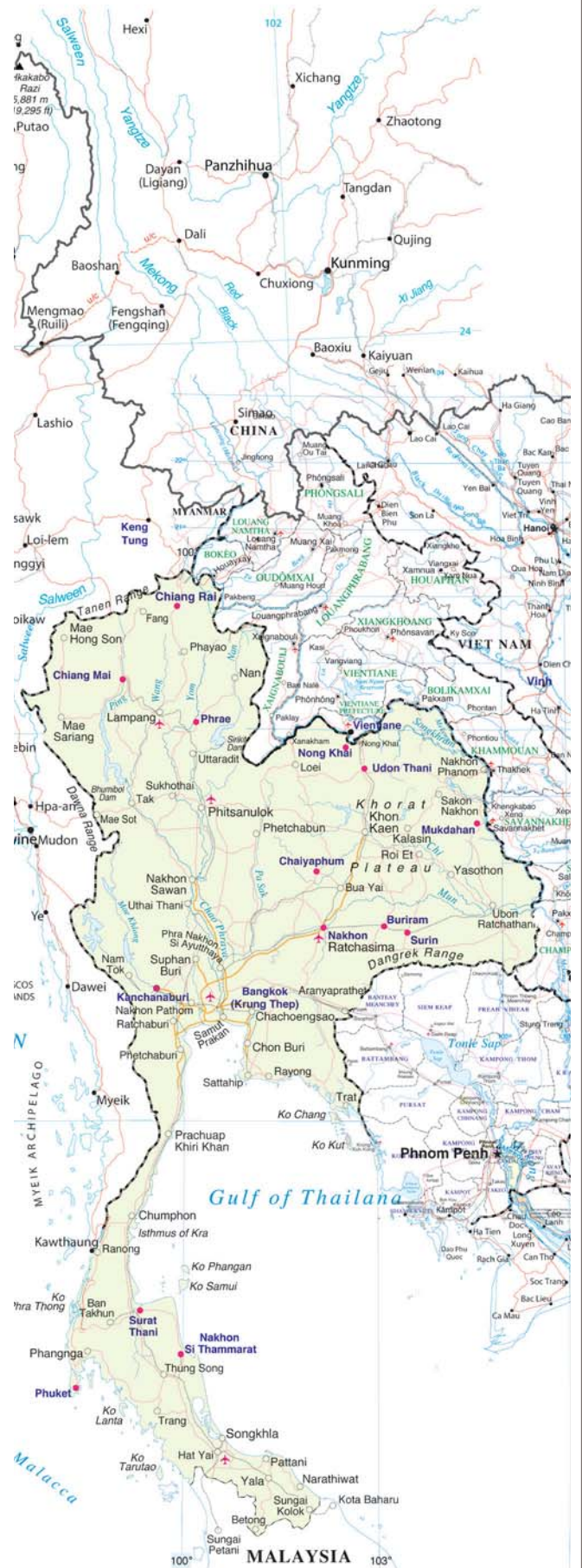
การสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่มีศักยภาพในการบริหารและสถานะการเงินที่แข็งแกร่งในการเจาะตลาด/ขยายการลงทุนในกลุ่มอาเซียนเพื่อขยายฐานทางการตลาดที่ปิดให้มีการลงทุนในกลุ่มอาเซียนในสัดส่วนการถือหุ้นที่มากขึ้น

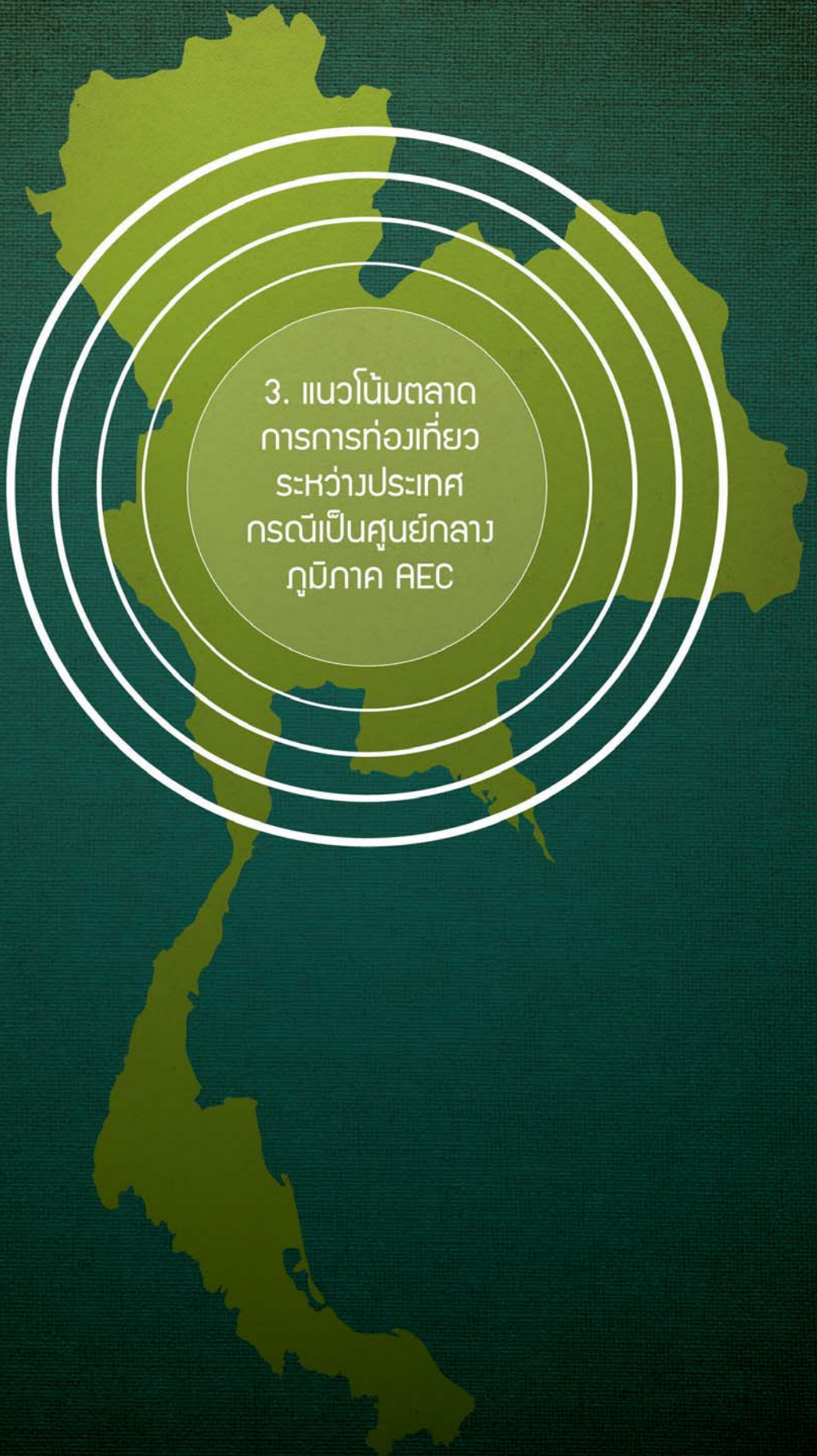
การลงทุนเพื่อการพัฒนาเชื่อมโยงโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนสูงรัฐควรใช้เครื่องมือทางการเงินที่หลากหลายเช่น Public-Private Partnerships/Grants & LoansจากDevelopment Banks /การออกพันธบัตร

ผู้ประกอบการในSupply Chainต้องให้ความร่วมมือกันและตระหนักถึงบทบาทของทุกฝ่ายที่จะสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเนื่องจากจะมีการShiftจากนโยบายการแข่งขันทางด้านราคาเป็นการให้บริการที่เน้นคุณภาพและความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

ประเทศไทยควรพยายาม Showcase มรดกโลกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาติเพื่อให้ไทยมีศักยภาพทางการแข่งขันในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากกระแสของการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติการฟื้นฟูจารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น (แก่งกระเจาน/ละครลิง)

บุคลากรด้านการท่องเที่ยวต้องได้รับการพัฒนาเสริมทักษะให้มีความคิดทางการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์มีความรู้ที่หลากหลายที่มากกว่าความรู้พื้นฐานทั้งทางด้านประวัติศาสตร์/วัฒนธรรมภูมิปัญญา/ชีววิทยา/ภูมิศาสตร์/ข้อมูลของประเทศในกลุ่มอาเซียน (สังคม/วัฒนธรรม/วิถีชีวิต/พฤติกรรม/รสนิยม) มีทักษะทางการบริหารจัดการ มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษและภาษาของประเทศในกลุ่มอาเซียนส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยจัดแพ็คเกจอาเซียนเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากแพ็คเกจเดิมๆ เช่น GMS Circuits/Clusters





3. แนวโน้มตลาด
การการท่องเที่ยว
ระหว่างประเทศ
กรณีเป็นศูนย์กลาง
ภูมิภาค AEC

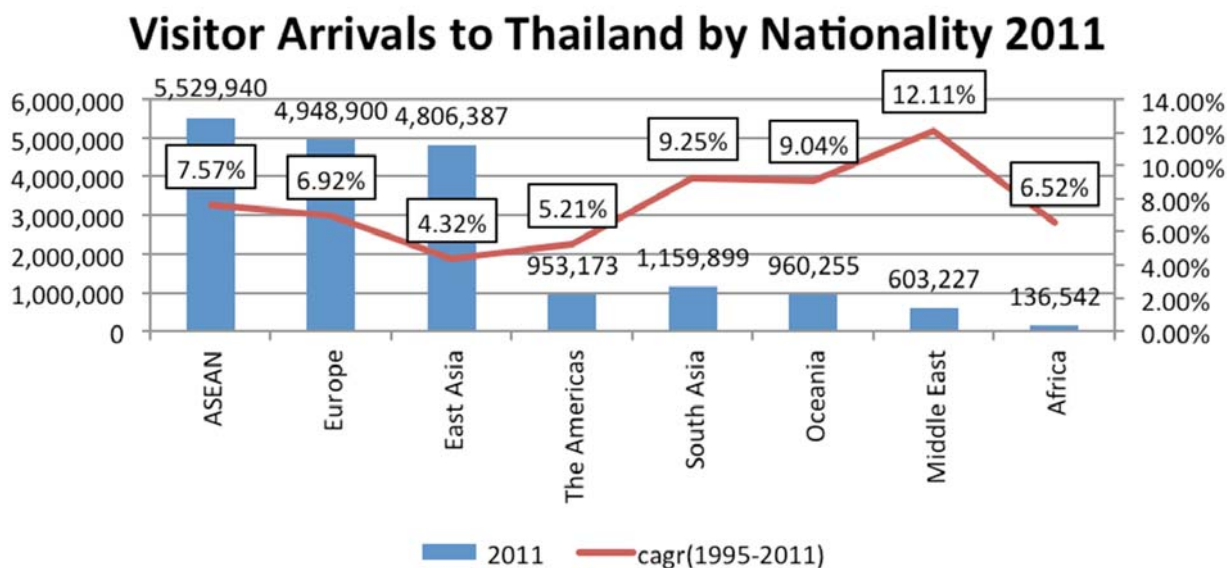
บทที่ 3 : แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศกรณีเป็นศูนย์กลางภูมิภาค AEC

1. แนวโน้มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทย

สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2555 ที่ผ่านมา นับเฉพาะตั้งแต่เดือน มกราคม-พฤศจิกายน มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งสิ้น 19.7 ล้านคน เทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน ของปี 2554 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจำนวน 17.4 ล้านคน มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 13.57 เทียบกับปี 2554 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 19.1 ล้านคน (ทั้งนี้ ณ วันที่เขียนรายงานวิจัยชิ้นนี้ ยังไม่มีรายงานจำนวนนักท่องเที่ยวฯ ของเดือนธันวาคมเผยแพร่)

1.1 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย แบ่งตามทวีปที่นักท่องเที่ยวอาศัย (International Tourists by Continent)

ภาพที่ 3-1 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย แยกเป็นรายทวีป

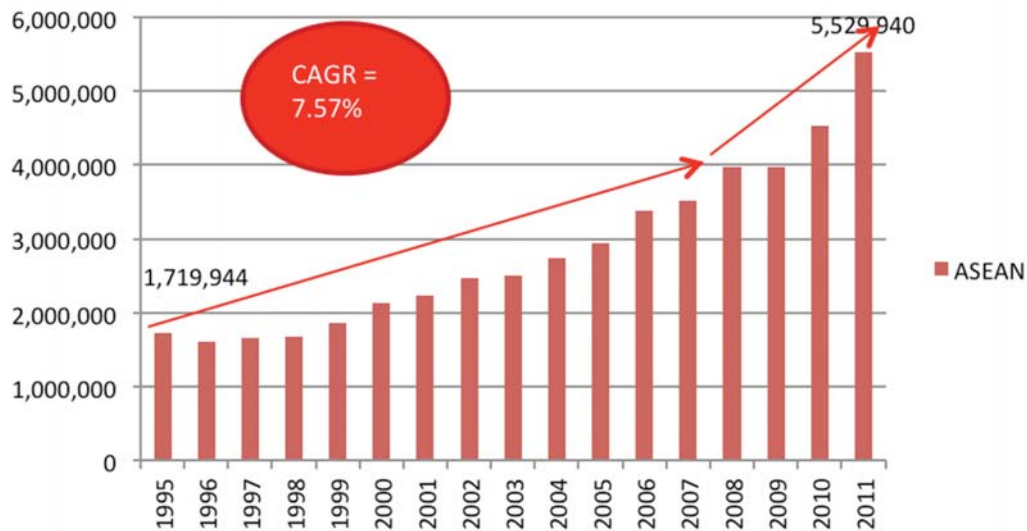


ที่มา : <http://www.tourism.go.th> คำนวณโดยคณะวิจัย

จากแผนภาพข้างต้น นักท่องเที่ยว แยกตามทวีปของนักท่องเที่ยว ทั้งหมด 19.1 ล้านคนในปี 2555 ได้แก่นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียน (มาเลเซีย เวียดนาม กัมพูชา ฯลฯ) จำนวน 5.5 ล้านคน(28.95%) รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวจากยุโรป (ประเทศเยอรมัน สเปน อังกฤษ อิตาลี ฯลฯ) จำนวน 4.9 ล้านคน (25.91%) และนักท่องเที่ยวจากกลุ่มทวีปเอเชียตะวันออก (ประเทศจีน ไต้หวัน เกาหลี ญี่ปุ่น) จำนวน 4.8 ล้านคน (25.16%) ตามลำดับ โดยเมื่อคำนวณหาอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี

(CAGR: Compound Annual Growth Rate) ตั้งแต่ปี 2548-2554 พบว่า มีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยสะสมของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนเติบโต 7.57% ต่อปี นักท่องเที่ยวชาวยุโรป 6.92% ต่อปี และนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออก 4.32 % ต่อปีตามลำดับ

Visitor Arrivals to Thailand : ASEAN



ที่มา : <http://www.tourism.go.th> คำนวณโดยคณะวิจัย

ภาพที่ 3-3 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย: ยุโรป

$$CAGR = \left(\frac{\text{Ending Value}}{\text{Beginning Value}} \right)^{\left(\frac{1}{\text{No. of Years}} \right)} - 1$$

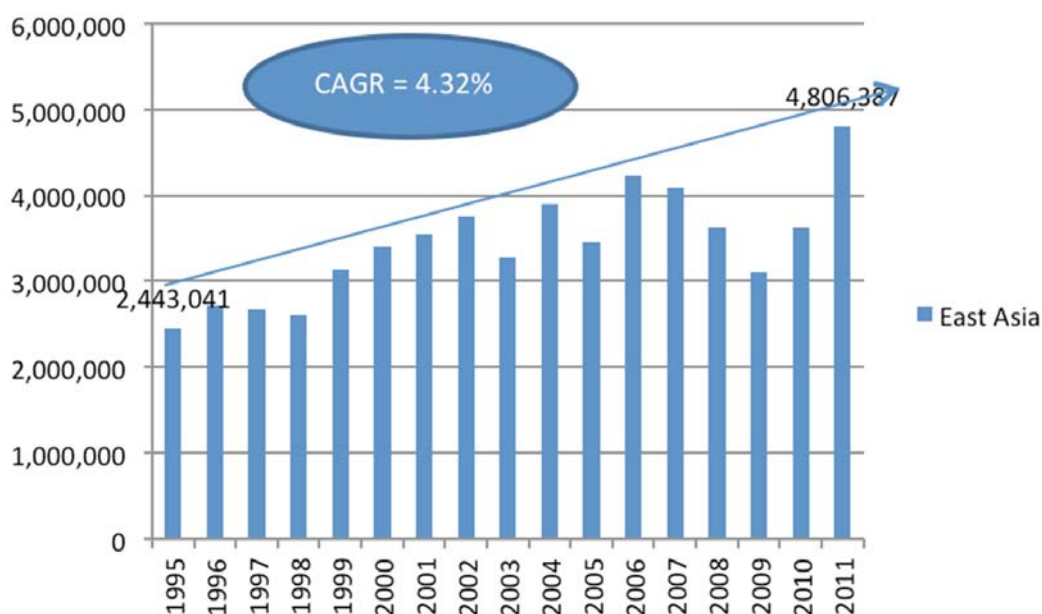
¹Compound Annual Growth Rate หรือ อัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี โดย Beginning Value หมายถึง มูลค่าในปีเริ่มต้นก่อนการคำนวณ Ending Value หมายถึง มูลค่าปีสุดท้ายของการคำนวณ No. of Years หมายถึง จำนวนปีที่ใช้ในการคำนวณ

Visitor Arrivals to Thailand : Europe



ที่มา : <http://www.tourism.go.th> คำนวณโดยคณะวิจัย

Visitor Arrivals to Thailand : East Asia



ที่มา : <http://www.tourism.go.th> คำนวณโดยคณะวิจัย

นักท่องเที่ยว จากกลุ่มประเทศอาเซียนมีอัตราการเติบโต อย่างก้าวกระโดดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยว จากยุโรป ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก แม้ในภาพรวมเพิ่มขึ้น แต่มีการขยายตัวอย่างผันผวน (fluctuate) ดังจะเห็นได้ว่า ในช่วงปี 2549-2552 จำนวน นักท่องเที่ยว ขยายตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มขึ้นในปี 2553 และปี 2554 ทั้งนี้เป็นผลมาจากนักท่องเที่ยวชาวจีนกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น จาก แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แบ่งตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (International Tourists by Nationality)

ตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปเอเชียตะวันออก อาเซียน และ ยุโรป ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อนับจำนวนนักท่องเที่ยว ตามสัญชาติของนักท่องเที่ยวแล้ว นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากลำดับที่ 1 ซึ่งถือว่าเป็นตลาดหลักได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย จีน และรัสเซีย นักท่องเที่ยว จำแนกตามสัญชาติ เรียงลำดับตามจำนวนนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3-1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกรายสัญชาติ

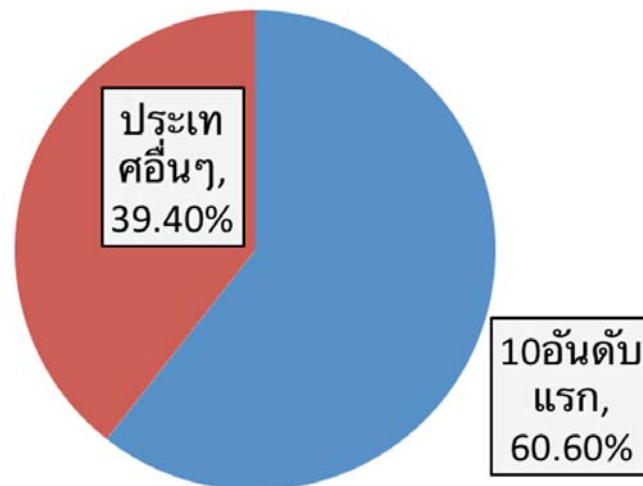
ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2011 (คน)	ลำดับ 2011	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2010 (คน)	ลำดับ 2010	เพิ่ม/ลด
Malaysia	2,470,686	1	2,058,956	1	-
China	1,760,564	2	1,122,219	2	-
Japan	1,126,221	3	993,674	3	-
Russia	1,014,493	4	644,678	4	-
Korea	1,014,292	5	805,445	5	-
India	916,787	6	760,371	6	-
Laos	887,677	7	715,345	7	-
Australia	854,064	8	698,046	8	-
United Kingdom	844,224	9	810,727	9	-
USA	684,073	10	611,792	10	-

*หมายเหตุ: ชีตเส้นใต้หมายถึง ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

ในบรรดานักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมดในปี 2554 นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเป็นนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุด โดยในปี 2554 มีจำนวน 2.47 ล้านคน เทียบกับปี 2553 ซึ่งมี 2.05 ล้านคน นับเป็นอัตราการขยายตัว ร้อยละ 20 รองลงมาได้แก่ ประเทศ จีน และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวในปี 1.76 ล้านคน และ 1.12 ล้านคนตามลำดับ² ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ข้างต้น จำนวน 10 ลำดับแรก คิดเป็นนักท่องเที่ยว ถึงร้อยละ 60.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2554

²อย่างไรก็ตาม ข้อมูล 11 เดือนในปี 2555 (มกราคม-พฤศจิกายน 2555) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนขยับขึ้นมาเป็นอันดับ 1 โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 2.5 ล้านคน เทียบกับมาเลเซีย 2.23 ล้านคน <http://www.tourism.go.th>

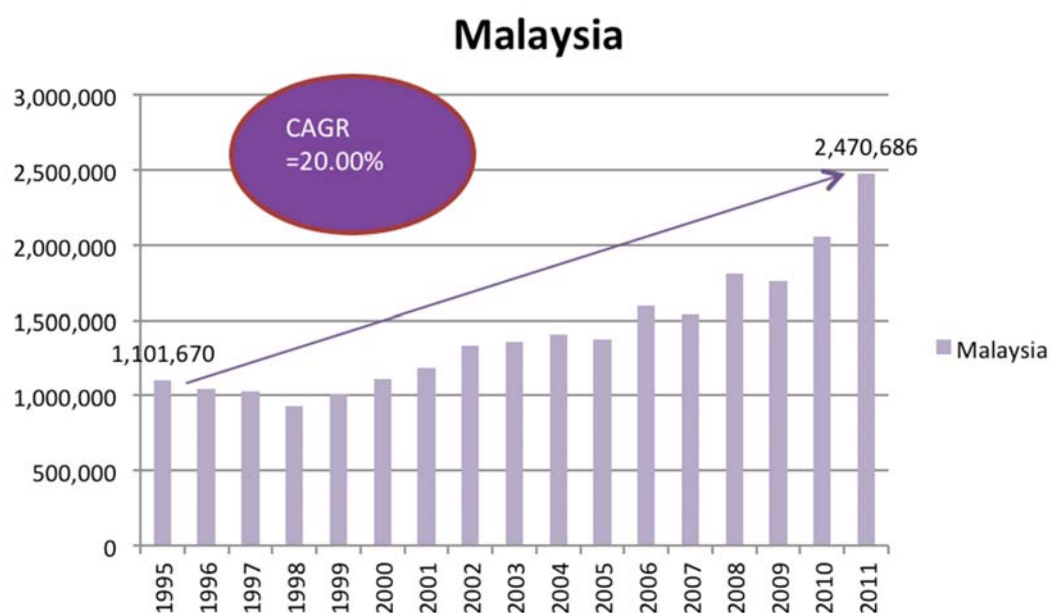
ภาพที่ 3-5 ส่วนแบ่งของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2554



ที่มา : <http://www.tourism.go.th> คำนวณโดยคณะวิจัย

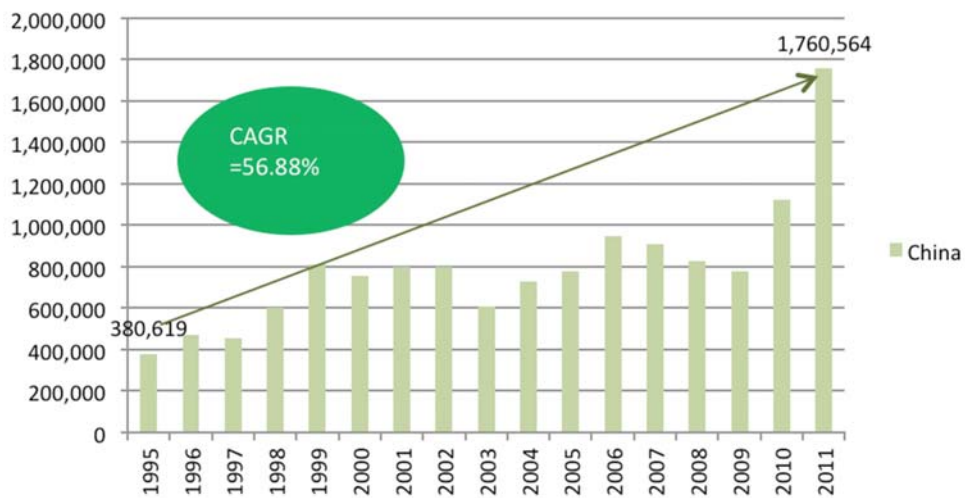
ประเทศที่น่าสนใจ และเป็นตลาดที่น่าจับตามองได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศประเทศรัสเซีย และนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะชาวรัสเซีย เข้ามาท่องเที่ยวในปี 2554 จำนวน 1.01 ล้านคน เทียบกับปี 2553 ซึ่งมี 0.64 ล้านคน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงถึง ร้อยละ 57.36 เป็นอันดับที่ 4 เทียบกับ ปี 2553 ซึ่งอยู่ลำดับที่ 9

ภาพที่ 3-6 อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี 2538-2554 (เฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่สำคัญ)

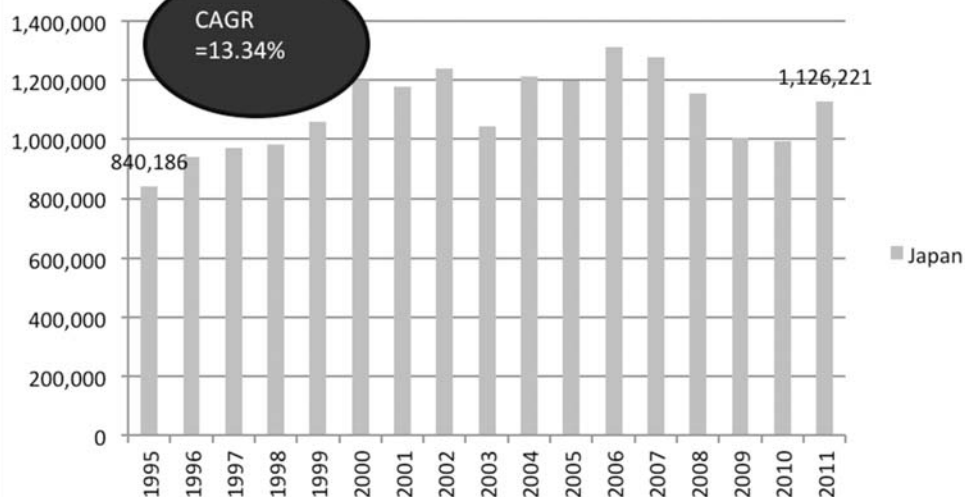


ที่มา : <http://www.tourism.go.th> คำนวณโดยคณะวิจัย

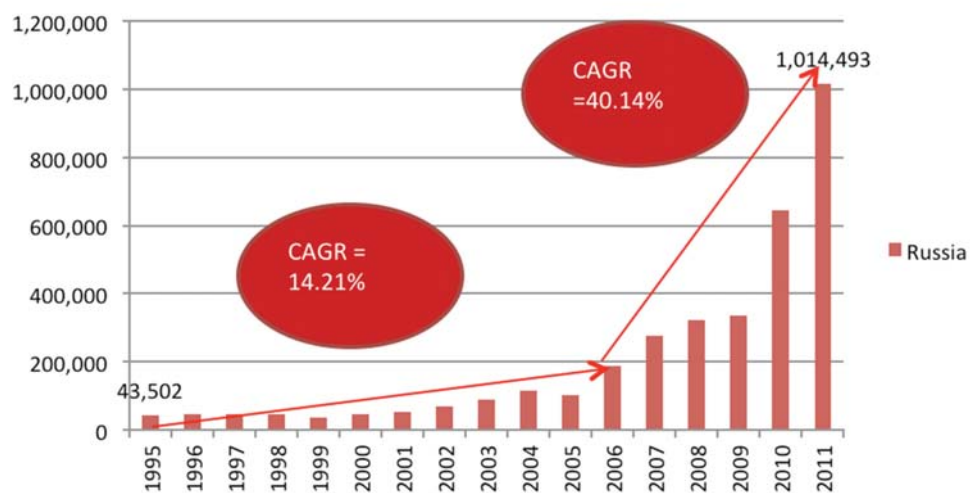
China



Japan



Russia



จากแผนภาพข้างต้น เห็นได้ชัดว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมในช่วงปี 2538-2549 ร้อยละ 14.21 ต่อปี หลังปี 2549 เป็นต้นมา อัตราการเติบโตเฉลี่ยถึงร้อยละ 40.14 ต่อปี ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มีเพียง 43,502 คนในปี 2538 เพิ่มขึ้นเป็น 1.01 ล้านคนในปี 2554

ในภาพรวม จำนวนนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากประเทศกัมพูชา รัสเซีย และสเปน ตามลำดับ

ตารางที่ 3-2 อันดับนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2011 (คน)	ลำดับ 2011	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2010 (คน)	ลำดับ 2010	ลำดับ เปลี่ยน	% ขยายตัว
Cambodia	252,705	21	146,274	28	7	72.76%
Russia	1,014,493	4	644,678	9	5	57.36%
Spain	95,684	35	67,242	39	4	42.30%
Pakistan	73,732	38	65,171	40	2	13.14%
South Africa	66,968	40	57,100	42	2	17.28%

ตารางที่ 3-3 นักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ ลำดับตามอัตราการเปลี่ยนแปลงจากปี 2553-2554

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2011 (คน)	ลำดับ 2011	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2010 (คน)	ลำดับ 2010	% ขยายตัว
Cambodia	252,705	21	146,274	28	72.76%
Russia	1,014,493	4	644,678	9	57.36%
China	1,760,564	2	1,122,219	2	56.88%
Saudi Arabia	12,605	51	8,463	52	48.94%
Spain	95,684	35	67,242	39	42.30%
Kuwait	55,991	43	41,224	44	35.82%
Hong Kong	418,063	16	316,476	17	32.10%
Indonesia	369,530	17	286,072	18	29.17%
Vietnam	488,315	14	380,368	14	28.38%
Korea	1,014,292	5	805,445	5	25.93%
Laos	887,677	7	715,345	7	24.09%
Myanmar	111,612	32	90,179	33	23.77%
Australia	854,064	8	698,046	8	22.35%
Taiwan	450,753	15	369,220	15	22.08%
Argentina	12,498	52	10,292	51	21.43%
Brazil	24,748	49	20,390	49	21.37%
India	916,787	6	760,371	6	20.57%
Malaysia	2,470,686	1	2,058,956	1	20.00%

*หมายเหตุ: ชัดเส้นใต้หมายถึง ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

ตารางที่ 3-4 นักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ ลำดับตามอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมจากปี 1995-2011

Rank	Nationality	ปี1995(คน)	ปี2000(คน)	ปี2005(คน)	ปี2010(คน)	ปี2011(คน)	CAGR
1	Vietnam	16,824	45,485	179,243	380,368	488,315	23.43%
2	Russia	43,502	46,417	102,783	644,678	1014,493	21.75%
3	UAE	10,808	20,798	48,802	105,162	108,509	15.51%
4	Laos	94,978	70,985	203,748	715,345	887,677	14.99%
5	Kuwait	6,726	18,599	29,773	41,224	55,991	14.16%
6	India	138,447	224,104	381,471	760,371	916,787	12.54%
7	Finland	24,931	51,109	85,632	146,946	138,144	11.29%
8	Norway	25,408	53,902	85,551	132,108	131,249	10.81%
9	China	380,619	753,781	776,792	1,122,219	1,760,564	10.05%
10	Sweden	74,925	150,515	222,932	355,214	336,593	9.84%

*หมายเหตุ: ชัดเส้นใต้หมายถึง ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

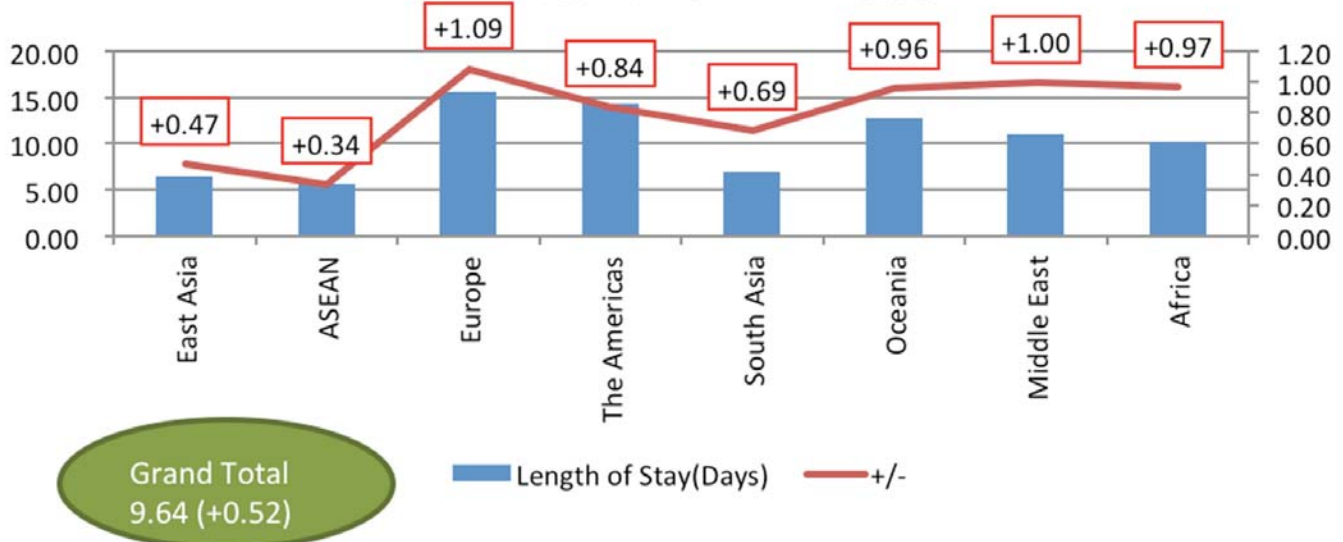
หากนับจากปี 2538 นักท่องเที่ยวจากประเทศเวียดนาม มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม มากที่สุด แต่หากนับจากปี 2548 เป็นต้นมาจะเห็นได้ว่า ประเทศที่มีตัวเลขน่าสนใจได้แก่ ประเทศรัสเซีย ประเทศลาว ประเทศอินเดีย และประเทศจีน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างมากในระยะหลัง

2. ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

2.1 จำนวนวันพำนัเฉลี่ย แบ่งตามทวีปที่นักท่องเที่ยวอาศัย (Length of Stay by Continent)

ภาพที่ 3-7 จำนวนวันพำนัเฉลี่ยและการเปลี่ยนแปลง จำแนกเป็นรายทวีป

จำนวนวันพำนัเฉลี่ยปี 2554 และการเปลี่ยนแปลงจากปี 2553



ที่มา : <http://www.tourism.go.th> คำนวณโดยคณะวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีระยะเวลาวันพำนัเฉลี่ยยาวนานที่สุด ถึง 15.63 วัน เพิ่มขึ้นจากปี 2553 1.09 วัน รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา (14.29 วัน) และโอเชียเนีย (12.75 วัน) ขณะที่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตลาดหลักจากประเทศอาเซียน และนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก ยังมีระยะเวลาการพำนัเฉลี่ยต่อครั้งค่อนข้างต่ำที่ 5.62 และ 6.37 วันตามลำดับ โดยเฉลี่ยในภาพรวม ปี 2554 มีวันพำนัเฉลี่ยเท่ากับ 9.64 เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ซึ่งเท่ากับ 0.52 วัน

2.2 จำนวนวันพำนักระหว่างประเทศ แบ่งตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาเยือนประเทศไทย มีวันพำนักระหว่างประเทศยาวนานมากกว่านักท่องเที่ยวประเทศต่างๆจากภูมิภาคอื่น นักท่องเที่ยวสวีเดนมีวันพำนักระหว่างประเทศยาวนาน 18.55 วัน รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักร มีวันพำนักระหว่างประเทศ 17.35 วัน เยอรมันมีวันพำนักระหว่างประเทศ 17.09 วัน ฝรั่งเศส 16.37 วัน และ แคนาดา 16.31 วัน ตามลำดับ

ตารางที่ 3-5 วันพำนักระหว่างประเทศ จำแนกตามสัญชาติ ปี 2554

อันดับที่	ประเทศ	วันพำนักระหว่างประเทศ (วัน)	เพิ่ม+/ลด -	จำนวนนักท่องเที่ยว 2011 (คน)	อันดับจำนวนนัก ท่องเที่ยว
1	Sweden	18.55	+1.00	336,593	18
2	United Kingdom	17.35	+1.36	844,224	9
3	Germany	17.09	+1.79	603,177	12
4	France	16.37	+1.57	509,225	13
5	Canada	16.31	+1.40	192,820	24
6	Switzerland	16.11	+1.30	166,358	26
7	Netherlands	15.71	+1.51	197,247	23
8	Belgium	15.58	+1.38	81,365	37
9	Italy	15.56	+0.95	181,312	25
10	Israel	15.04	+1.40	126,230	30
19	Russia	13.29	+1.28	1,014,493	4
37	Japan	7.65	+0.43	1,126,221	3
38	China	7.61	+0.75	1,760,564	2
40	Korea	7.30	+0.60	1,014,292	5
53	Malaysia	4.78	+0.22	2,470,686	1

ประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับต้นๆ (1-5) พบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น และมีวันพำนักระหว่างประเทศอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างสูง (เฉลี่ย 13.29 ต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปี 2553 เฉลี่ย 1.28 วัน) เป็นลำดับที่ 19

นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น ลำดับที่ 37 นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ลำดับที่ 38 นักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลี ลำดับที่ 40 แม้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวในลำดับต้นๆ กลับมีจำนวนวันพำนักระหว่างประเทศต่ำ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย แม้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด กลับมีระยะเวลาในการพำนักระหว่างประเทศต่ำ เฉลี่ย 4.78 วัน

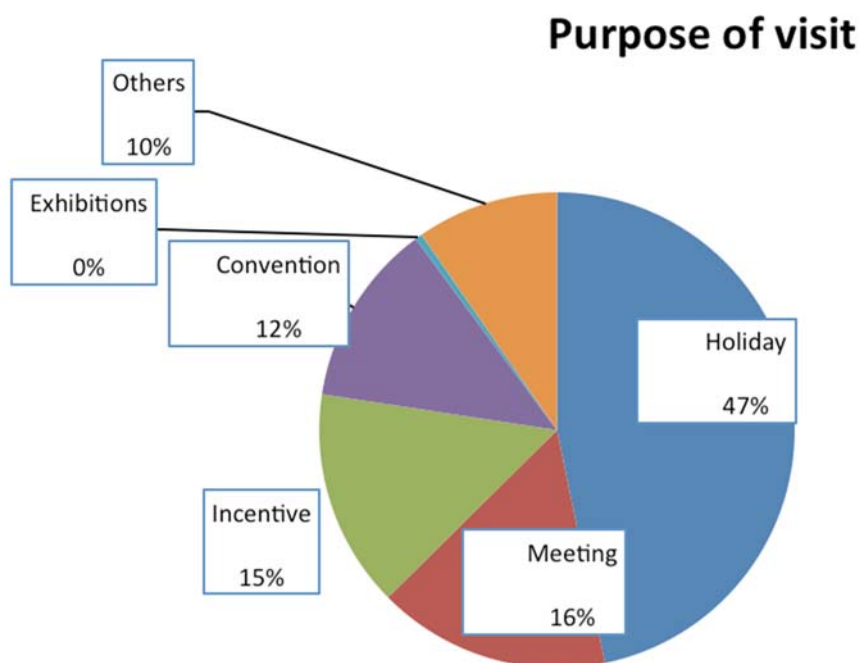
ตารางที่ 3-6 วันพำนักระหว่างประเทศ จำแนกตามสัญชาติ 2553-2554

อันดับที่	ประเทศ	วันพักเฉลี่ย (วัน)	เพิ่ม+/ลด -
1	Germany	17.09	1.79
2	France	16.37	1.57
3	Netherlands	15.71	1.51
4	Norway	14.92	1.42
5	Canada	16.31	1.40
6	Israel	15.04	1.40
7	Belgium	15.58	1.38
8	South Africa	11.20	1.38
9	United Kingdom	17.35	1.36
10	Switzerland	16.11	1.30

ในช่วงปี 2553-2554 นักท่องเที่ยวเยอรมนี ฝรั่งเศส และเนเธอร์แลนด์ มีระยะเวลาการท่องเที่ยวยาวนานขึ้น และมี อันดับ 1 – 2 – 3 ตามลำดับ

2.3 วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ภาพที่ 3-8 จุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวปี 2554



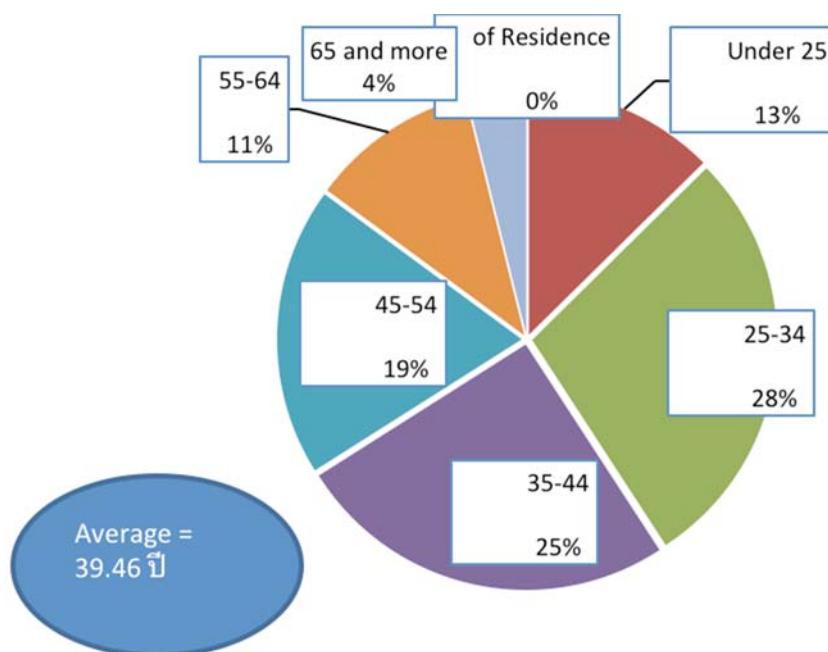
จุดประสงค์	หยุดพักผ่อน (holiday)	ประชุม (Meeting)	วัตถุประสงค์เฉพาะ (Incentive)	ร่วมประชุม สัมมนา (Convention)	แสดงสินค้า (Exhibitions)	อื่น(Others)	รวม (Total)
(คน)	8,992,983	3,042,564	2,851,527	2,395,588	92,228	1,855,580	19,230,470

ที่มา : <http://www.tourism.go.th>

นักท่องเที่ยวมี จุดประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทย เพื่อหยุดพักผ่อน (Holiday) คิดเป็นจำนวน 8.99 ล้านคน หรือร้อยละ 47 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2554 รองลงมาได้แก่ มาประชุมสัมมนา (Meeting) ร้อยละ 16 และท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เฉพาะ(Incentive) ร้อยละ 15 ตามลำดับ

2.4 อายุของนักท่องเที่ยว

ภาพที่ 3-9 อายุของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในประเทศไทย ปี 2554



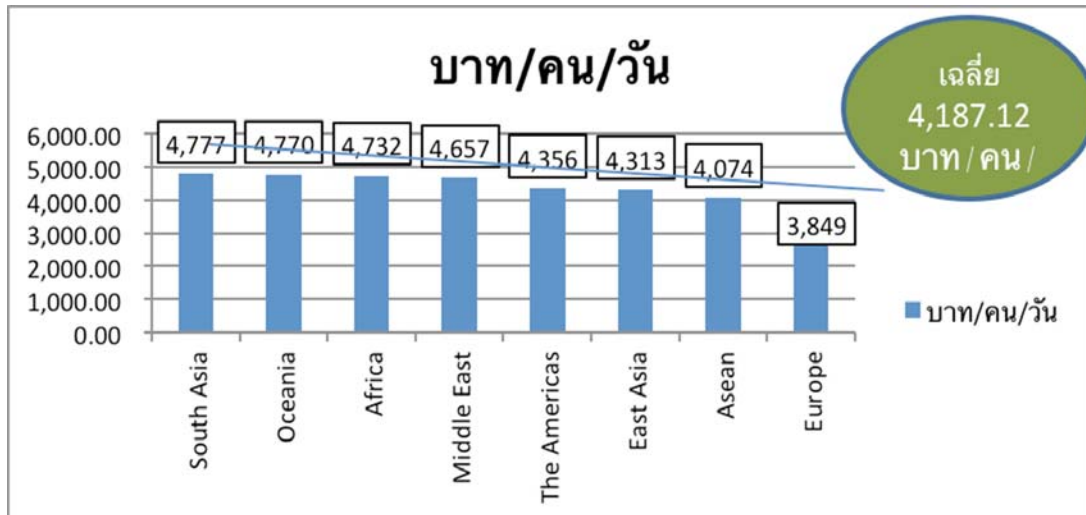
ที่มา : <http://www.tourism.go.th>

นักท่องเที่ยวที่มาเยือนในประเทศไทย ในช่วงอายุ 25-34 ปี มีสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 28) รองลงมาได้แก่ช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 25) 45-54 ปี (ร้อยละ 19) และต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 13) ตามลำดับ เฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยมีอายุเฉลี่ย 39-46 ปี

2.5 ด้านรายได้/ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

นอกจากด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากจากอาเซียน ยุโรป และเอเชียตะวันออก เป็นกลุ่มต้นๆ ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อสะท้อนถึงมูลค่าของการท่องเที่ยวและชี้วัดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่แท้จริงที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ ของโลก อาจนำเสนอในรูปของรายได้จากการท่องเที่ยว ในปี 2554 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด 719,552 ล้านบาท มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาพที่ 3-10 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย บาท/คน/วัน จำแนกตามทวีปของนักท่องเที่ยว³



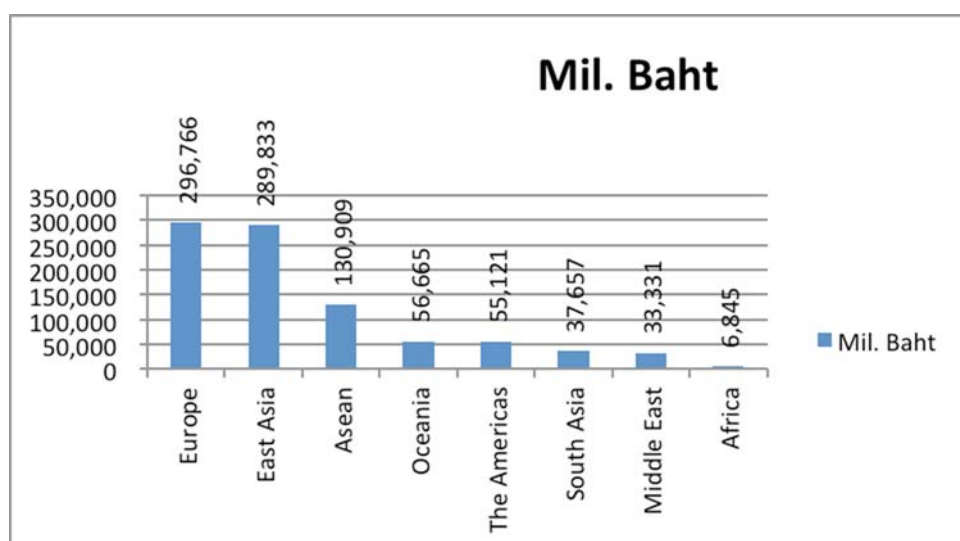
ที่มา : <http://www.tourism.go.th>

³ คิดอัตราแลกเปลี่ยน 1US\$ = 30.49 บาท

จากแผนภาพข้างต้น ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคนต่อวัน (บาท) ของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียใต้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ที่ 4,777 บาท/คน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวโอเชียเนีย และนักท่องเที่ยวชาวแอฟริกา ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคน แทบไม่มีความแตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวในแต่ละทวีป ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ซึ่งมีการใช้จ่ายน้อย อย่างเห็นได้ชัดเนื่องจากพำนักอยู่ค่อนข้างนาน

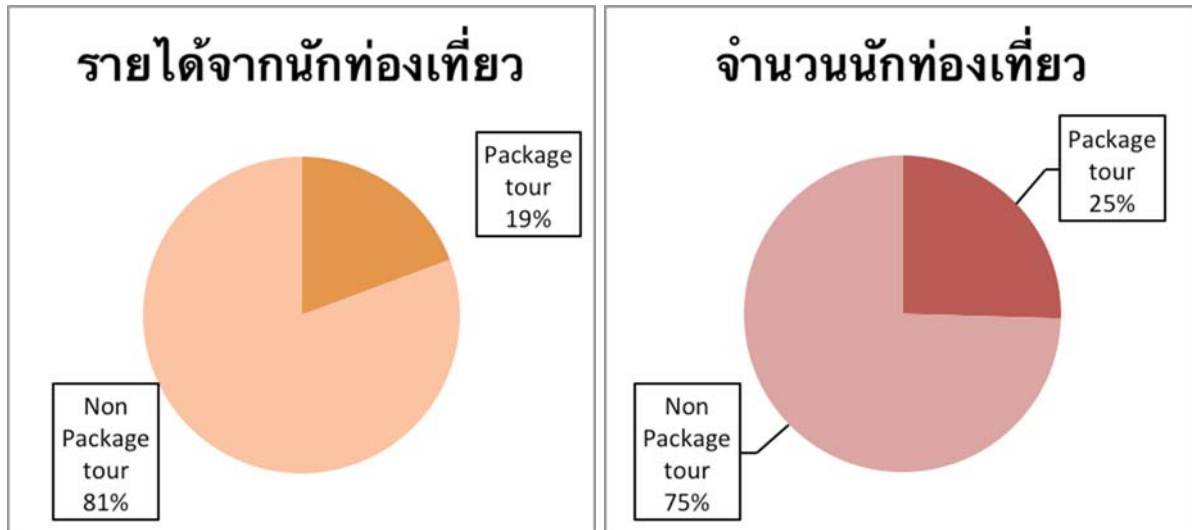
แม้ว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อวัน ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่ำ แต่เมื่อนำมาเป็นมูลค่าที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวทวีปต่างๆ แล้วพบว่า ในปี 2554 ประเทศไทยได้รับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมากที่สุด คิดเป็นเงินรายได้เบื้องต้นทั้งสิ้น 296,766 ล้านบาท ซึ่งใกล้เคียงกับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออก ที่ 289,833 ล้านบาท ขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวจากอาเซียน ตามมาเป็นลำดับ 3 มูลค่า 130,909 ล้านบาท

ภาพที่ 3-11 รายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยว จำแนกตามทวีป (หน่วย: ล้านบาท)



ที่มา : <http://www.tourism.go.th>

ภาพที่ 3-12 รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทการท่องเที่ยว



ที่มา : <http://www.tourism.go.th>

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ร้อยละ 75 ไม่ได้มาท่องเที่ยว แบบแพ็คเกจทัวร์ (Package tour) กับบริษัททัวร์ แต่เลือกที่จะมาท่องเที่ยวเอง (Foreign Individual Tourist, FIT) รายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวแบบไม่ได้จองแพ็คเกจทัวร์แต่จัดการท่องเที่ยวเอง มีแนวโน้มใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่มากกว่า

ตารางที่ 3-7 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย บาท/คน/วัน จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว ปี 2554

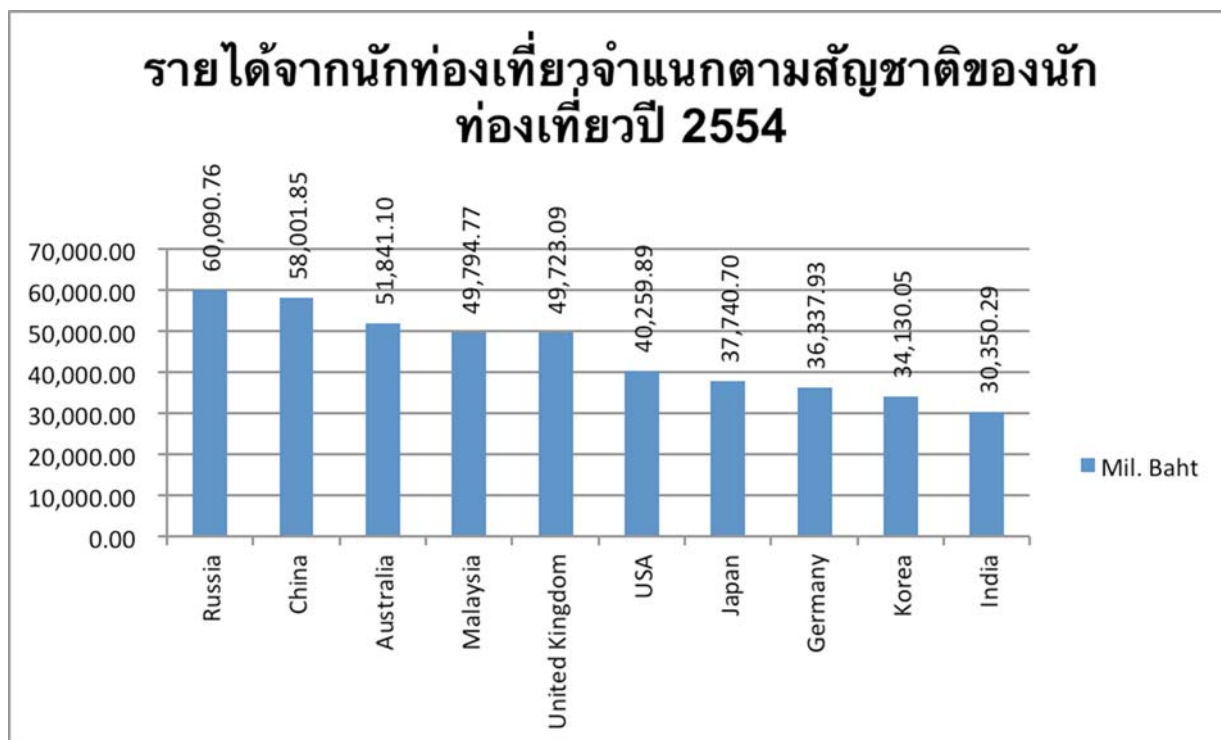
สัญชาติ	เฉลี่ยบาท/คน/วัน	ลำดับ	จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2554 (คน)	ลำดับ
U.A.E.	5,342.27	1	108,509	33
Saudi Arabia	5,089.26	2	12,605	51
South Africa	5,003.27	3	66,968	40
India	4,932.55	4	916,787	6
Hong Kong	4,928.08	5	418,063	16
Singapore	4,907.53	6	670,148	11
Kuwait	4,868.09	7	55,991	43
Australia	4,853.81	8	854,064	8
Brunei	4,735.01	9	7,364	53
Korea	4,670.19	10	1,014,292	5
Japan	4,472.44	14	1,126,221	3
China	4,470.78	15	1,760,564	2
Russia	4,296.53	20	1,014,493	4
Malaysia	4,180.24	26	2,470,686	1

ที่มา : <http://www.tourism.go.th>

นักท่องเที่ยวสัญชาติสหรัฐอเมริกาได้รับเอมิเรต มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันในการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด อยู่ที่ 5,342.27 บาท/คน/วัน รองลงมาเป็น ชาวซาอุดีอาระเบีย ชาวแอฟริกาใต้ และชาวอินเดียตามลำดับ

รายได้จากการท่องเที่ยว ในปี 2554 ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย คิดเป็นมูลค่ารวม 60,090 ล้านบาท รองลงมาเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยว ชาวจีน 58,001 ล้านบาท และชาวออสเตรเลีย (51,841 ล้านบาท) ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย นั้น แม้ในปี 2554 จะมีปริมาณนักท่องเที่ยวมากที่สุด แต่มูลค่าในภาพรวมนั้น อยู่เพียงลำดับที่ 4

ภาพที่ 3-13 รายได้จากนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติปี 2554 (หน่วย: ล้านบาท)



ที่มา : <http://www.tourism.go.th>

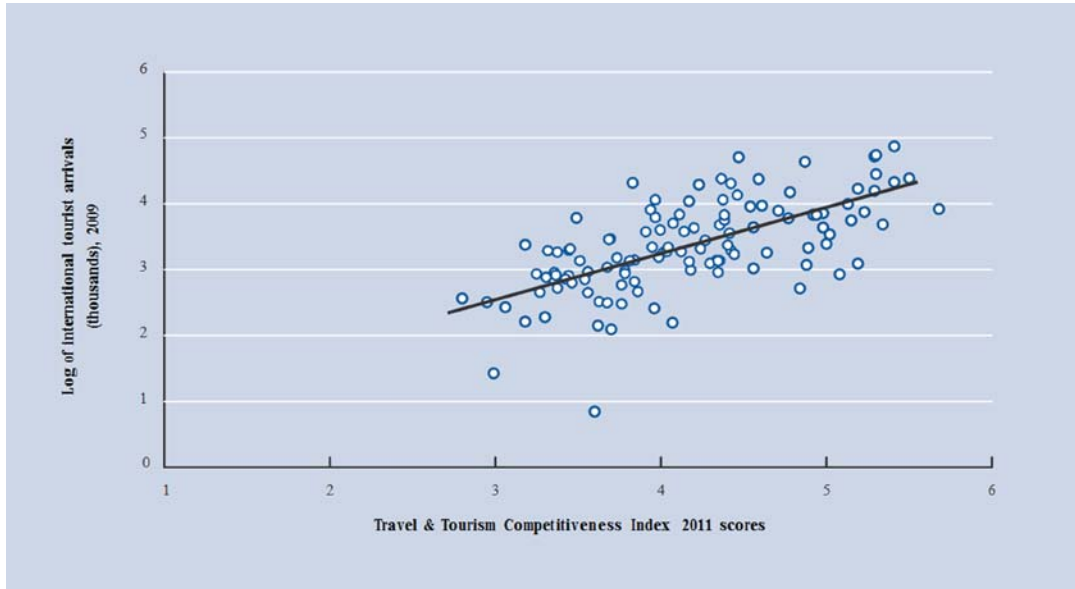
จากข้อมูลทั้งหมดข้างต้น สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศไทยขึ้นกับ (1) จำนวนนักท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มที่สำคัญอยู่ 3 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวจาก อาเซียน นักท่องเที่ยวจากยุโรป และนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออก (2) รายได้ประเทศที่ได้รับจากการมาเยือนและการใช้จ่ายภายในประเทศโดยนักท่องเที่ยว การศึกษามีข้อสังเกตว่า รายได้จากนักท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียนไม่สูงมากนัก แม้นักท่องเที่ยวอาเซียนจะมีปริมาณมาก แต่มีการใช้จ่ายต่อหัวไม่สูงนัก และมักมีการพำนักรวดเร็ว (3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่น่าจับตามองได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย และชาวจีน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นค่อนข้างรวดเร็ว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการใช้จ่ายสูง ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีน นิยมมาท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเพิ่มมากขึ้น

3. ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับตัวแปรอื่นๆ

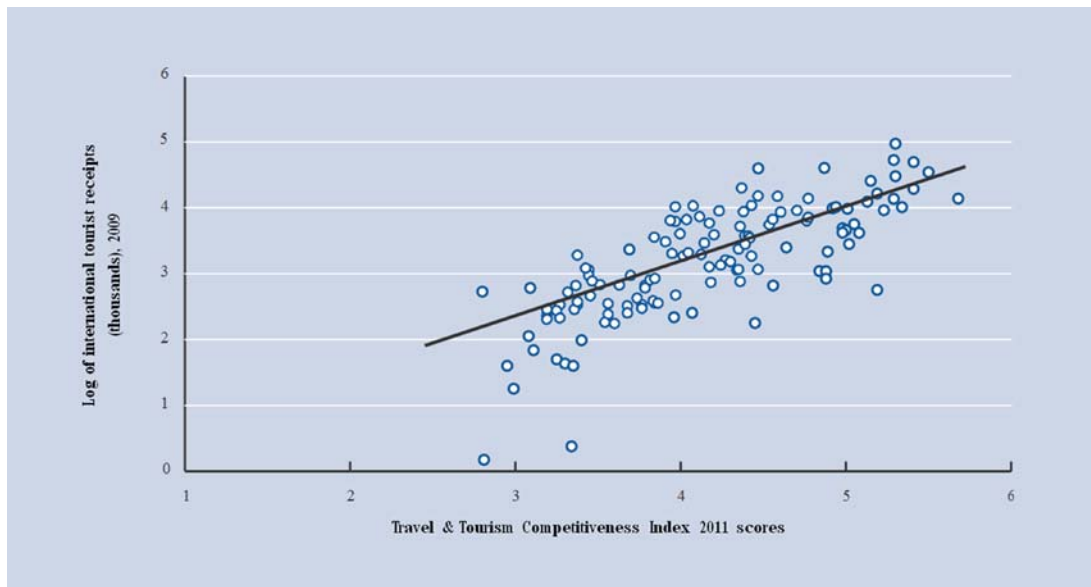
ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourist & Tourism competitiveness Index)

มีความสัมพันธ์กับตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญดังต่อไปนี้

ภาพที่ 3-14 ดัชนีความสามารถในการแข่งขัน และจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และรายรับจากการท่องเที่ยว



(1)

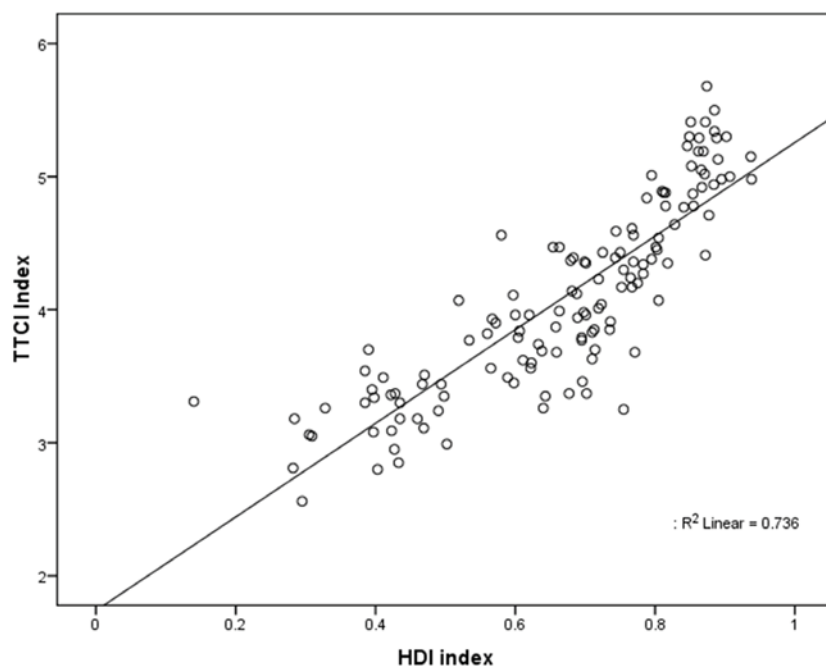


(2)

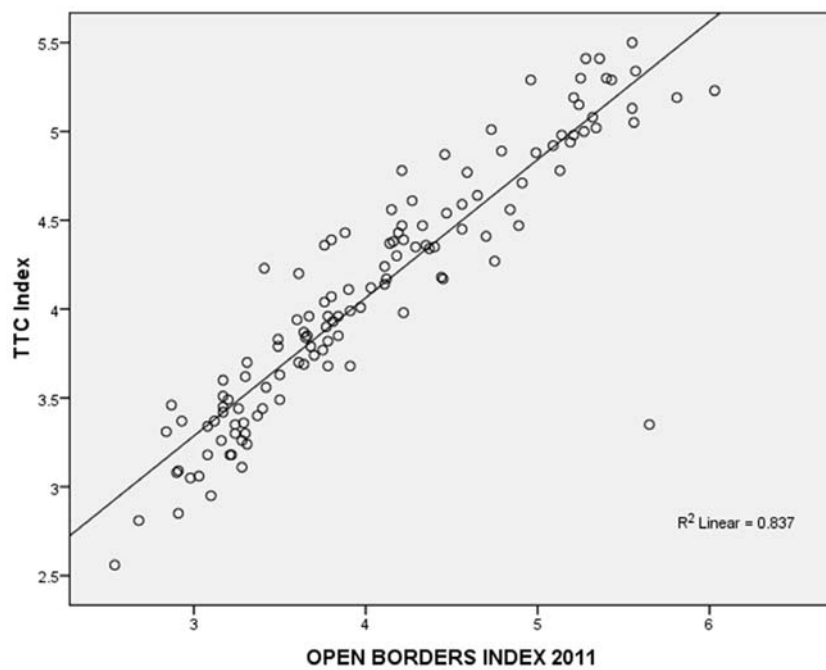
ที่มา : The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, World Economic Forum

ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นปัจจัยกำหนด จำนวนการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว
และที่มาของรายได้จากนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

ภาพที่ 3-15 ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีความสามารถในการแข่งขัน (T&T) ดัชนีการพัฒนามนุษย์ (HDI Index)
และ ดัชนีการเปิดเสรี (Open Borders Index)



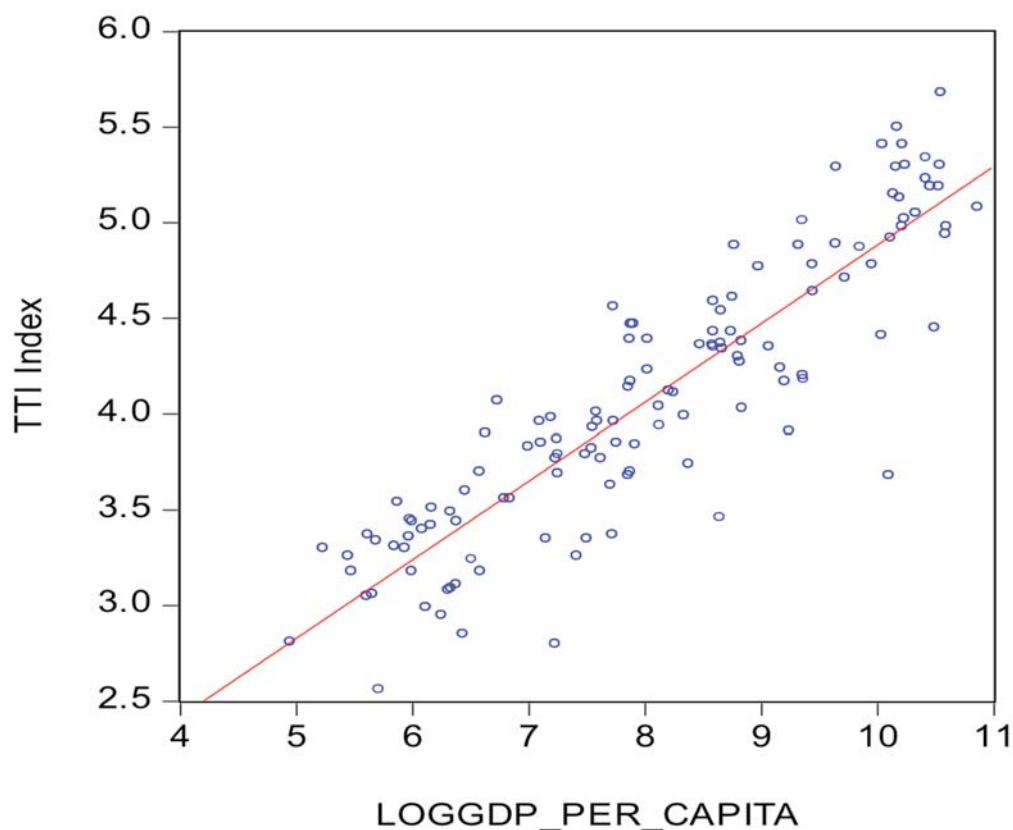
(1)



(2)

ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับดัชนีการพัฒนามนุษย์ (HDI Index) และ
ดัชนีการเปิดเสรี (Open Borders Index)

ภาพที่ 3-16 ความสัมพันธ์ดัชนีความสามารถในการแข่งขัน (T&T) และรายได้ต่อหัวประชากร (GDP Per Capita at Constant 2000 US\$ price)



ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การเพิ่มขึ้นของรายได้ต่อหัวของประชากร (GDP Per Capita) เช่นกัน

การวิเคราะห์เบื้องต้นทำให้ทราบว่า ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับตัวแปรอื่นๆทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญได้แก่
รายได้ต่อหัวประชากร จำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากนักท่องเที่ยว ตลอดจนดัชนีการพัฒนาดังกล่าวได้แก่ ดัชนีการพัฒนามนุษย์ และดัชนีการเปิดเสรีของประเทศ
ต่างๆ

4. โมเดลการพยากรณ์นักท่องเที่ยว

$$Visitor_{it} = A_i GDP_{PerCapita_{it}}^{\beta} \left(\frac{CPI_{it}}{CPI_{Thailand_t}} \right)^{\alpha} TT_{T_t}^{\gamma}$$

โดยที่

$$Visitor_{it}$$

=จำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติ i ที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ณ ปีที่ t จากกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย <http://www.tourism.go.th> (หน่วย:คน)

$$GDP_{PerCapita_{it}}^{\beta}$$

=รายได้ต่อหัวของประเทศ i ณ ปีที่ t (ราคาคงที่ปี 2000) จากเว็บไซต์ธนาคารโลก <http://data.worldbank.org/> (หน่วย:constant 2000 US\$)

$$\frac{CPI_{it}}{CPI_{Thailand_t}}$$

=ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ i ต่อดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ณ ปีที่ t จากเว็บไซต์ธนาคารโลก <http://data.worldbank.org/> (หน่วย: 2005 = 100)

$$TT_{T_t}^{\gamma}$$

=ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ณ ปีที่ t จาก World Economic Forum <http://www.weforum.org/> (หน่วย: คะแนน)

งานศึกษาทำการประมาณค่าพารามิเตอร์ในโมเดลด้วยเทคนิค Pooled Estimated Generalize Least Square (Pooled EGLS) ด้วยวิธีประมาณค่าแบบ Fixed effect โดยนำค่าแนวโน้มการเวลา (Time trend) เข้าใส่เพิ่มในแบบจำลอง จากนั้นจึงพยากรณ์นักท่องเที่ยวสัญชาติ i ไปในอนาคตถึงปี 2020 เพื่อดูแนวโน้มนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยมีข้อสมมติฐานเบื้องต้น (Assumption) ดังนี้

1. รายได้ต่อหัว และ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ i เติบโตตามแนวโน้มในอดีต (ดูภาคผนวก)
2. ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยแบ่งเป็น 2 เหตุการณ์ดังนี้
 - a. ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยคงที่ ปี 2011 (Baseline)
 - b. ดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นปีละ 1% (Scenario)

ตารางที่ 3-8 ข้อสมมติดัชนีความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต

	2012	2013	2014	2015	2016
Baseline	4.47	4.47	4.47	4.47	4.47
Scenario	4.51	4.56	4.61	4.65	4.70

	2017	2018	2019	2020
Baseline	4.47	4.47	4.47	4.47
Scenario	4.74	4.79	4.84	4.89

ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ตารางที่ 3-9 จำนวนนักท่องเที่ยวที่พยากรณ์จากการศึกษา (Baseline)

year	Malaysia	China	Japan	Russia	Korea	India	Laos	Australia	UK
1995	1,101,670	380,619	840,186	43,502	446,222	138,447	94,978	201,074	359,456
1996	1,046,169	469,707	940,196	47,950	506,868	140,018	22,539	223,527	356,392
1997	1,029,107	452,510	972,056	46,283	418,449	147,325	26,496	234,654	364,485
1998	931,553	604,472	982,116	48,193	218,109	162,105	47,333	287,134	490,304
1999	1,009,821	813,596	1,059,872	36,622	342,867	181,033	68,809	283,498	515,162
2000	1,111,687	753,781	1,202,164	46,417	451,347	224,104	70,985	314,531	619,659
2001	1,185,891	801,362	1,177,599	54,488	548,726	229,751	82,307	350,322	660,449
2002	1,332,355	797,976	1,239,421	69,870	704,649	280,641	90,717	351,508	704,416
2003	1,354,295	606,635	1,042,349	89,329	695,313	253,752	100,747	291,872	736,520
2004	1,404,929	729,848	1,212,213	115,064	898,965	332,387	111,916	399,291	757,268
2005	1,373,946	776,792	1,196,654	102,783	816,407	381,471	203,748	428,521	773,843
2006	1,591,328	949,117	1,311,987	187,658	1,092,783	459,795	276,207	549,547	850,685
2007	1,540,080	907,117	1,277,638	277,503	1,083,652	536,356	513,701	658,148	859,010
2008	1,805,332	826,660	1,153,868	324,120	889,210	536,964	621,564	694,473	826,523
2009	1,757,813	777,508	1,004,453	336,965	618,227	614,566	655,034	646,705	841,425
2010	2,058,956	1,122,219	993,674	644,678	805,445	760,371	715,345	698,046	810,727
2011	2,470,686	1,760,564	1,126,221	1,014,493	1,014,292	916,787	887,677	854,064	844,224
2012	2,560,963	2,789,345	1,371,253	1,317,387	1,169,131	1,015,865	951,090	930,599	870,164
2013	2,791,950	3,144,331	1,428,919	1,422,393	1,295,953	1,213,850	1,113,797	989,082	934,549
2014	3,041,462	3,545,049	1,488,085	1,539,374	1,434,273	1,448,646	1,294,790	1,050,134	1,005,433
2015	3,311,187	3,996,064	1,549,217	1,669,420	1,584,739	1,728,038	1,495,981	1,114,141	1,084,671
2016	3,602,744	4,502,150	1,612,636	1,813,671	1,748,182	2,061,299	1,719,323	1,181,416	1,174,324
2017	3,917,759	5,068,325	1,678,582	1,973,335	1,925,542	2,459,466	1,966,845	1,252,232	1,276,720
2018	4,257,910	5,699,899	1,747,252	2,149,695	2,117,843	2,935,645	2,240,675	1,326,845	1,394,497
2019	4,624,956	6,402,523	1,818,823	2,344,119	2,326,176	3,505,392	2,543,061	1,405,508	1,530,630
2020	5,020,751	7,182,220	1,893,459	2,558,066	2,551,704	4,187,096	2,876,388	1,488,476	1,688,443

year	USA	Singapore	Germany	France	Vietnam	HK SAR	Indonesia	Sweden	Philippines
1995	328,260	346,917	355,076	212,366	16,824	220,791	86,633	74,925	69,311
1996	348,124	360,659	346,812	222,173	18,558	287,756	83,601	80,198	77,704
1997	352,778	405,897	341,827	219,348	21,460	345,757	90,002	92,593	78,919
1998	415,831	497,221	393,399	256,829	39,452	290,797	69,462	112,206	82,528
1999	461,671	528,889	389,466	255,247	34,267	244,474	133,252	119,935	86,835
2000	518,053	563,679	390,030	256,948	45,485	243,952	156,764	150,515	103,013
2001	527,779	531,818	402,992	251,717	67,795	245,170	156,411	238,369	124,841
2002	555,353	546,796	411,049	271,395	84,219	335,816	164,645	215,894	139,364
2003	514,863	515,630	386,532	237,690	117,553	411,242	168,568	204,002	140,371
2004	627,506	578,027	455,170	274,049	135,942	489,171	193,222	224,761	171,655
2005	639,658	650,559	441,827	276,840	179,243	274,402	186,259	222,932	186,529
2006	694,258	687,160	516,659	321,278	227,134	376,636	219,783	306,085	198,443

year	USA	Singapore	Germany	France	Vietnam	HK SAR	Indonesia	Sweden	Philippines
2007	681,972	604,603	544,495	373,090	237,672	367,862	237,592	378,387	205,266
2008	669,097	570,047	542,726	398,407	338,303	337,827	247,930	392,274	221,506
2009	627,074	563,575	573,473	427,067	363,029	318,762	227,205	350,819	217,705
2010	611,792	603,538	606,874	461,670	380,368	316,476	286,072	355,214	246,430
2011	684,073	670,148	603,177	509,225	488,315	418,063	369,530	336,593	271,903
2012	767,420	821,056	681,566	572,996	617,804	472,699	448,748	350,565	288,889
2013	804,768	918,132	729,487	597,648	730,340	527,212	504,991	380,555	320,830
2014	842,635	1,025,917	780,199	622,864	862,902	586,715	567,415	412,167	355,518
2015	881,277	1,145,876	834,043	648,823	1,018,990	651,686	636,660	445,575	393,228
2016	920,872	1,279,567	891,305	675,651	1,202,599	722,589	713,365	480,933	434,227
2017	961,555	1,428,671	952,248	703,445	1,418,306	799,893	798,184	518,385	478,780
2018	1,003,432	1,595,033	1,017,122	732,283	1,671,367	884,079	891,806	558,076	527,159
2019	1,046,600	1,780,690	1,086,182	762,240	1,967,817	975,653	994,957	600,151	579,650
2020	1,091,141	1,987,891	1,159,689	793,384	2,314,606	1,075,145	1,108,410	644,762	636,553

year	Cambodia	Netherlands	Canada	Italy	Switzerland	Denmark	Finland	Norway	Israel
1995		88,823	71,667	135,793	105,144	47,319	24,931	25,408	42,552
1996		85,697	74,909	121,981	101,861	50,987	31,640	27,724	47,266
1997		88,359	76,895	115,804	96,838	57,645	36,329	33,890	49,485
1998		107,081	94,381	131,773	112,877	75,801	43,067	48,805	57,749
1999		118,780	105,857	126,572	108,499	79,094	45,933	48,630	65,794
2000	35,244	126,848	112,540	133,247	105,591	79,040	51,109	53,902	75,798
2001	45,479	142,560	121,020	122,263	111,972	83,216	64,370	73,620	91,543
2002	70,187	150,138	135,668	129,293	118,827	90,480	66,772	74,607	98,691
2003	65,502	138,839	137,963	97,526	107,896	82,828	66,513	71,885	69,837
2004	88,694	146,961	157,622	126,399	120,166	93,400	75,430	79,195	96,285
2005	105,367	152,493	156,618	120,237	120,438	103,787	85,632	85,551	98,380
2006	117,100	180,830	183,094	150,420	140,741	128,037	110,502	106,314	121,508
2007	99,945	194,434	183,440	171,328	146,511	141,110	143,266	108,941	128,674
2008	85,790	193,541	180,900	159,513	143,065	149,683	155,143	124,600	108,275
2009	96,586	205,412	169,482	170,105	148,269	144,834	156,000	121,575	110,884
2010	146,274	196,994	168,393	168,203	155,761	152,398	146,946	132,108	116,050
2011	252,705	197,247	192,820	181,312	166,358	156,102	138,144	131,249	126,230
2012	424,766	207,499	218,019	199,089	190,784	167,118	148,649	147,819	129,184
2013	457,661	219,643	229,943	204,985	201,523	173,739	158,030	153,270	140,208
2014	494,355	232,087	242,218	210,732	212,687	180,392	167,726	158,685	152,082
2015	535,218	244,919	254,920	216,371	224,390	187,113	177,764	164,099	164,847
2016	580,630	258,203	268,109	221,934	236,704	193,927	188,170	169,537	178,550
2017	630,988	271,988	281,833	227,439	249,684	200,849	198,975	175,015	193,246
2018	686,712	286,319	296,135	232,898	263,379	207,894	210,208	180,544	208,995
2019	748,247	301,235	311,055	238,316	277,835	215,072	221,899	186,135	225,862
2020	816,066	316,775	326,631	243,698	293,098	222,393	234,079	191,795	243,916

year	New Zealand	Spain	Austria	Belgium	Pakistan	South Africa	Bangladesh	Ireland	Kuwait
1995	37,604	41,410	40,569	42,557	52,774	25,389	51,078		6,726
1996	41,142	37,685	41,187	43,861	52,852	23,525	46,023		7,954
1997	44,385	33,585	43,937	43,432	37,409	27,193	19,679		7,997
1998	54,468	31,851	57,949	51,117	37,770	33,876	19,609		13,532
1999	59,158	28,940	59,098	52,231	39,466	31,833	22,243		14,924
2000	62,585	33,558	52,240	52,256	49,407	35,381	25,681		18,599
2001	68,514	38,212	50,376	53,813	36,946	40,133	28,397		20,597
2002	73,710	47,431	54,020	56,865	31,246	39,342	35,928		25,251
2003	69,387	31,526	53,646	52,052	31,315	35,560	53,421		19,977
2004	83,922	51,910	59,797	56,283	38,809	43,068	54,178		30,938
2005	85,726	51,135	58,978	57,466	42,069	35,748	42,739		29,773
2006	98,786	69,658	76,106	68,617	46,367	47,228	40,281	68,198	33,934
2007	104,195	82,111	81,391	72,018	46,656	52,788	44,789	73,734	31,910
2008	97,894	80,369	80,561	76,132	49,169	48,566	46,682	73,380	32,130
2009	88,398	75,362	85,786	80,420	63,260	43,277	53,420	65,530	44,500
2010	89,364	67,242	90,026	80,000	65,171	57,100	68,081	57,515	41,224
2011	103,563	95,684	87,361	81,365	73,732	66,968	64,852	58,377	55,991
2012	113,509	113,270	94,197	94,549	71,997	75,496	72,897	59,894	64,536
2013	119,786	117,592	100,392	99,482	83,812	82,357	85,569	61,717	69,546
2014	126,254	121,882	106,859	104,588	97,417	89,778	100,099	63,267	75,009
2015	132,954	126,175	113,639	109,891	113,105	97,817	116,772	64,576	80,976
2016	139,918	130,496	120,763	115,414	131,199	106,528	135,904	65,663	87,495
2017	147,171	134,858	128,261	121,172	152,068	115,965	157,849	66,542	94,615
2018	154,736	139,273	136,158	127,182	176,128	126,183	183,005	67,221	102,388
2019	162,631	143,751	144,481	133,459	203,853	137,239	211,824	67,708	110,866
2020	170,876	148,297	153,255	140,019	235,784	149,193	244,814	68,005	120,108

year	Sri Lanka	Nepal	Brazil	Egypt	Saudi Arabia	Argentina	Brunei
1995	21,415	13,731	8,092	4,182	3,716	3,688	3,611
1996	20,582	16,213	7,285	4,074	3,854	4,012	3,877
1997	19,947	13,197	8,017	4,345	3,456	5,866	4,284
1998	25,843	12,839	6,803	5,881	4,857	5,240	3,206
1999	26,263	14,957	5,299	5,139	5,048	5,319	2,405
2000	28,668	16,389	5,822	6,281	6,150	5,535	4,776
2001	28,657	17,284	6,017	6,371	7,093	6,295	10,177
2002	31,649	19,933	8,960	7,719	6,886	3,398	10,129
2003	38,483	19,909	6,784	5,264	4,849	2,348	8,863
2004	33,722	20,356	9,113	8,545	7,202	3,979	9,345
2005	38,740	23,081	9,013	7,887	10,474	3,487	9,499
2006	46,557	21,180	11,841	11,882	20,804	4,327	9,418
2007	44,327	19,546	15,056	13,037	22,483	6,704	8,987
2008	38,993	20,589	16,805	14,122	16,489	7,132	9,055

year	Sri Lanka	Nepal	Brazil	Egypt	Saudi Arabia	Argentina	Brunei
2009	47,138	25,499	17,650	15,733	10,911	7,458	8,353
2010	49,738	28,621	20,390	16,729	8,463	10,292	7,073
2011	53,626	25,738	24,748	16,662	12,605	12,498	7,364
2012	73,338	26,258	30,008	19,911	17,098	17,789	10,240
2013	84,248	30,054	32,853	22,804	18,607	13,697	7,662
2014	96,398	34,377	35,959	26,064	20,267	15,129	7,506
2015	109,912	39,319	39,353	29,742	22,096	16,647	7,352
2016	124,918	44,979	43,060	33,889	24,114	18,252	7,202
2017	141,546	51,472	47,104	38,565	26,339	19,947	7,056
2018	159,936	58,927	51,513	43,833	28,791	21,731	6,916
2019	180,237	67,489	56,312	49,762	31,491	23,604	6,780
2020	202,603	77,326	61,533	56,432	34,462	25,565	6,649

ตารางที่ 3-10 จำนวนนักท่องเที่ยวที่พยากรณ์จากการศึกษา (Scenario)

year	Malaysia	China	Japan	Russia	Korea	India	Laos	Australia	UK
1995	1,101,670	380,619	840,186	43,502	446,222	138,447	94,978	201,074	359,456
1996	1,046,169	469,707	940,196	47,950	506,868	140,018	22,539	223,527	356,392
1997	1,029,107	452,510	972,056	46,283	418,449	147,325	26,496	234,654	364,485
1998	931,553	604,472	982,116	48,193	218,109	162,105	47,333	287,134	490,304
1999	1,009,821	813,596	1,059,872	36,622	342,867	181,033	68,809	283,498	515,162
2000	1,111,687	753,781	1,202,164	46,417	451,347	224,104	70,985	314,531	619,659
2001	1,185,891	801,362	1,177,599	54,488	548,726	229,751	82,307	350,322	660,449
2002	1,332,355	797,976	1,239,421	69,870	704,649	280,641	90,717	351,508	704,416
2003	1,354,295	606,635	1,042,349	89,329	695,313	253,752	100,747	291,872	736,520
2004	1,404,929	729,848	1,212,213	115,064	898,965	332,387	111,916	399,291	757,268
2005	1,373,946	776,792	1,196,654	102,783	816,407	381,471	203,748	428,521	773,843
2006	1,591,328	949,117	1,311,987	187,658	1,092,783	459,795	276,207	549,547	850,685
2007	1,540,080	907,117	1,277,638	277,503	1,083,652	536,356	513,701	658,148	859,010
2008	1,805,332	826,660	1,153,868	324,120	889,210	536,964	621,564	694,473	826,523
2009	1,757,813	777,508	1,004,453	336,965	618,227	614,566	655,034	646,705	841,425
2010	2,058,956	1,122,219	993,674	644,678	805,445	760,371	715,345	698,046	810,727
2011	2,470,686	1,760,564	1,126,221	1,014,493	1,014,292	916,787	887,677	854,064	844,224
2012	2,604,408	2,824,501	1,393,685	1,329,594	1,190,146	1,034,897	969,665	945,712	886,655
2013	2,887,689	3,227,693	1,476,193	1,450,699	1,342,791	1,259,182	1,156,971	1,021,619	970,074
2014	3,199,549	3,692,425	1,562,751	1,588,405	1,512,475	1,529,684	1,369,711	1,102,602	1,062,942
2015	3,543,045	4,226,443	1,653,999	1,744,638	1,700,648	1,856,954	1,611,094	1,189,273	1,167,670
2016	3,921,320	4,838,151	1,750,463	1,921,488	1,909,034	2,253,821	1,884,557	1,282,203	1,287,043
2017	4,337,696	5,536,693	1,852,606	2,121,231	2,139,565	2,735,861	2,193,809	1,381,947	1,424,317
2018	4,795,727	6,332,049	1,960,866	2,346,352	2,394,370	3,321,947	2,542,877	1,489,071	1,583,298
2019	5,299,247	7,235,140	2,075,681	2,599,572	2,675,769	4,034,932	2,936,149	1,604,165	1,768,415
2020	5,852,397	8,257,916	2,197,495	2,883,862	2,986,287	4,902,383	3,378,406	1,727,853	1,984,776

year	USA	Singapore	Germany	France	Vietnam	HK SAR	Indonesia	Sweden	Philippines
1995	328,260	346,917	355,076	212,366	16,824	220,791	86,633	74,925	69,311
1996	348,124	360,659	346,812	222,173	18,558	287,756	83,601	80,198	77,704
1997	352,778	405,897	341,827	219,348	21,460	345,757	90,002	92,593	78,919
1998	415,831	497,221	393,399	256,829	39,452	290,797	69,462	112,206	82,528
1999	461,671	528,889	389,466	255,247	34,267	244,474	133,252	119,935	86,835
2000	518,053	563,679	390,030	256,948	45,485	243,952	156,764	150,515	103,013
2001	527,779	531,818	402,992	251,717	67,795	245,170	156,411	238,369	124,841
2002	555,353	546,796	411,049	271,395	84,219	335,816	164,645	215,894	139,364
2003	514,863	515,630	386,532	237,690	117,553	411,242	168,568	204,002	140,371
2004	627,506	578,027	455,170	274,049	135,942	489,171	193,222	224,761	171,655
2005	639,658	650,559	441,827	276,840	179,243	274,402	186,259	222,932	186,529
2006	694,258	687,160	516,659	321,278	227,134	376,636	219,783	306,085	198,443
2007	681,972	604,603	544,495	373,090	237,672	367,862	237,592	378,387	205,266
2008	669,097	570,047	542,726	398,407	338,303	337,827	247,930	392,274	221,506
2009	627,074	563,575	573,473	427,067	363,029	318,762	227,205	350,819	217,705
2010	611,792	603,538	606,874	461,670	380,368	316,476	286,072	355,214	246,430
2011	684,073	670,148	603,177	509,225	488,315	418,063	369,530	336,593	271,903
2012	780,737	835,854	693,692	581,720	628,254	481,267	456,022	358,017	294,273
2013	832,942	951,387	755,629	616,111	755,364	546,407	521,636	396,639	332,812
2014	887,271	1,081,948	822,442	652,137	907,793	618,913	595,909	438,179	375,486
2015	944,068	1,229,791	894,699	690,046	1,090,497	699,624	679,922	482,943	422,774
2016	1,003,608	1,397,400	972,938	730,043	1,309,275	789,412	774,812	531,231	475,168
2017	1,066,139	1,587,541	1,057,701	772,313	1,570,921	889,199	881,801	583,350	533,190
2018	1,131,887	1,803,326	1,149,545	817,033	1,883,404	999,972	1,002,212	639,620	597,395
2019	1,201,077	2,048,264	1,249,059	864,377	2,256,071	1,122,797	1,137,485	700,383	668,382
2020	1,273,935	2,326,312	1,356,872	914,526	2,699,899	1,258,827	1,289,194	765,999	746,799

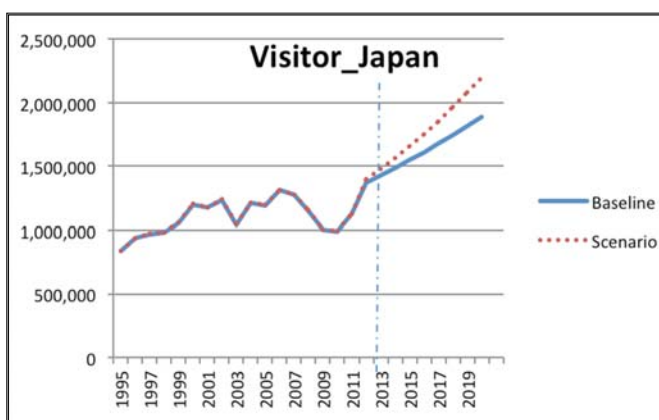
year	Cambodia	Netherlands	Canada	Italy	Switzerland	Denmark	Finland	Norway	Israel
1995		88,823	71,667	135,793	105,144	47,319	24,931	25,408	42,552
1996		85,697	74,909	121,981	101,861	50,987	31,640	27,724	47,266
1997		88,359	76,895	115,804	96,838	57,645	36,329	33,890	49,485
1998		107,081	94,381	131,773	112,877	75,801	43,067	48,805	57,749
1999		118,780	105,857	126,572	108,499	79,094	45,933	48,630	65,794
2000	35,244	126,848	112,540	133,247	105,591	79,040	51,109	53,902	75,798
2001	45,479	142,560	121,020	122,263	111,972	83,216	64,370	73,620	91,543
2002	70,187	150,138	135,668	129,293	118,827	90,480	66,772	74,607	98,691
2003	65,502	138,839	137,963	97,526	107,896	82,828	66,513	71,885	69,837
2004	88,694	146,961	157,622	126,399	120,166	93,400	75,430	79,195	96,285
2005	105,367	152,493	156,618	120,237	120,438	103,787	85,632	85,551	98,380
2006	117,100	180,830	183,094	150,420	140,741	128,037	110,502	106,314	121,508
2007	99,945	194,434	183,440	171,328	146,511	141,110	143,266	108,941	128,674
2008	85,790	193,541	180,900	159,513	143,065	149,683	155,143	124,600	108,275

year	Cambodia	Netherlands	Canada	Italy	Switzerland	Denmark	Finland	Norway	Israel
2009	96,586	205,412	169,482	170,105	148,269	144,834	156,000	121,575	110,884
2010	146,274	196,994	168,393	168,203	155,761	152,398	146,946	132,108	116,050
2011	252,705	197,247	192,820	181,312	166,358	156,102	138,144	131,249	126,230
2012	428,530	211,375	221,732	202,352	193,897	169,974	151,518	150,199	131,734
2013	466,407	227,888	237,852	211,773	208,179	179,732	164,147	158,262	145,739
2014	509,534	245,222	254,835	221,308	223,350	189,813	177,496	166,526	161,080
2015	558,546	263,500	272,795	230,998	239,566	200,264	191,620	175,031	177,859
2016	614,129	282,827	291,834	240,878	256,948	211,121	206,577	183,811	196,190
2017	677,021	303,297	312,047	250,970	275,602	222,417	222,434	192,890	216,199
2018	748,029	325,004	333,527	261,291	295,637	234,181	239,257	202,290	238,027
2019	828,030	348,041	356,370	271,853	317,162	246,439	257,119	212,033	261,825
2020	917,986	372,503	380,674	282,663	340,292	259,221	276,093	222,137	287,760

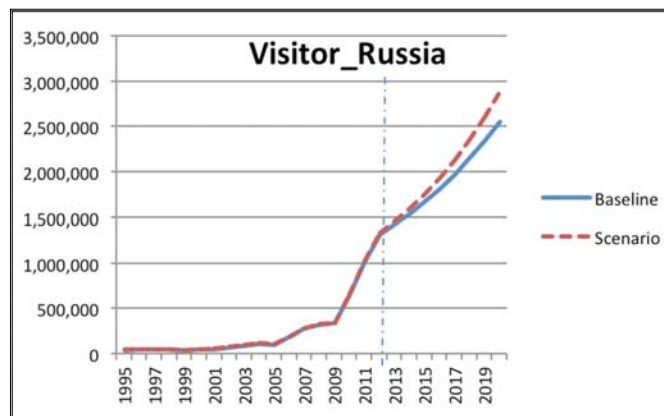
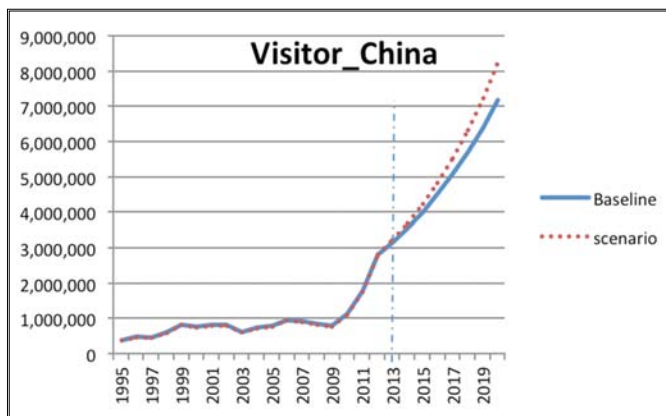
year	New Zealand	Spain	Austria	Belgium	Pakistan	South Africa	Bangladesh	Ireland	Kuwait
1995	37,604	41,410	40,569	42,557	52,774	25,389	51,078		6,726
1996	41,142	37,685	41,187	43,861	52,852	23,525	46,023		7,954
1997	44,385	33,585	43,937	43,432	37,409	27,193	19,679		7,997
1998	54,468	31,851	57,949	51,117	37,770	33,876	19,609		13,532
1999	59,158	28,940	59,098	52,231	39,466	31,833	22,243		14,924
2000	62,585	33,558	52,240	52,256	49,407	35,381	25,681		18,599
2001	68,514	38,212	50,376	53,813	36,946	40,133	28,397		20,597
2002	73,710	47,431	54,020	56,865	31,246	39,342	35,928		25,251
2003	69,387	31,526	53,646	52,052	31,315	35,560	53,421		19,977
2004	83,922	51,910	59,797	56,283	38,809	43,068	54,178		30,938
2005	85,726	51,135	58,978	57,466	42,069	35,748	42,739		29,773
2006	98,786	69,658	76,106	68,617	46,367	47,228	40,281	68,198	33,934
2007	104,195	82,111	81,391	72,018	46,656	52,788	44,789	73,734	31,910
2008	97,894	80,369	80,561	76,132	49,169	48,566	46,682	73,380	32,130
2009	88,398	75,362	85,786	80,420	63,260	43,277	53,420	65,530	44,500
2010	89,364	67,242	90,026	80,000	65,171	57,100	68,081	57,515	41,224
2011	103,563	95,684	87,361	81,365	73,732	66,968	64,852	58,377	55,991
2012	113,887	98,493	118,787	87,703	85,857	61,347	89,756	59,002	45,730
2013	122,363	104,650	126,950	94,417	99,515	69,669	104,319	62,070	51,831
2014	131,298	110,958	135,652	101,518	115,509	78,848	121,320	64,937	58,604
2015	140,756	117,458	144,959	109,047	134,260	88,984	141,177	67,622	66,135
2016	150,792	124,180	154,929	117,045	156,251	100,179	164,369	70,138	74,509
2017	161,454	131,146	165,622	125,548	182,043	112,538	191,445	72,487	83,819
2018	172,792	138,378	177,095	134,593	212,286	126,174	223,038	74,669	94,164
2019	184,854	145,893	189,410	144,220	247,731	141,209	259,875	76,680	105,650
2020	197,692	153,708	202,633	154,468	289,257	157,774	302,796	78,515	118,396

year	Sri Lanka	Nepal	Brazil	Egypt	Saudi Arabia	Argentina	Brunei
1995	21,415	13,731	8,092	4,182	3,716	3,688	3,611
1996	20,582	16,213	7,285	4,074	3,854	4,012	3,877
1997	19,947	13,197	8,017	4,345	3,456	5,866	4,284
1998	25,843	12,839	6,803	5,881	4,857	5,240	3,206
1999	26,263	14,957	5,299	5,139	5,048	5,319	2,405
2000	28,668	16,389	5,822	6,281	6,150	5,535	4,776
2001	28,657	17,284	6,017	6,371	7,093	6,295	10,177
2002	31,649	19,933	8,960	7,719	6,886	3,398	10,129
2003	38,483	19,909	6,784	5,264	4,849	2,348	8,863
2004	33,722	20,356	9,113	8,545	7,202	3,979	9,345
2005	38,740	23,081	9,013	7,887	10,474	3,487	9,499
2006	46,557	21,180	11,841	11,882	20,804	4,327	9,418
2007	44,327	19,546	15,056	13,037	22,483	6,704	8,987
2008	38,993	20,589	16,805	14,122	16,489	7,132	9,055
2009	47,138	25,499	17,650	15,733	10,911	7,458	8,353
2010	49,738	28,621	20,390	16,729	8,463	10,292	7,073
2011	53,626	25,738	24,748	16,662	12,605	12,498	7,364
2012	89,010	30,593	21,596	25,356	17,913	15,721	10,240
2013	101,627	35,081	25,009	28,729	19,814	11,741	7,725
2014	115,965	40,270	28,809	32,601	21,933	13,247	7,598
2015	132,235	46,291	33,039	37,047	24,301	14,852	7,473
2016	150,664	53,292	37,746	42,150	26,950	16,560	7,350
2017	171,498	61,446	42,980	48,007	29,912	18,373	7,231
2018	195,001	70,950	48,793	54,722	33,226	20,292	7,116
2019	221,465	82,037	55,243	62,418	36,930	22,318	7,005
2020	251,206	94,976	62,391	71,229	41,068	24,453	6,897

ภาพที่ 3-17 ผลการพยากรณ์ (เฉพาะประเทศที่สำคัญ)



ที่มา : จากการพยากรณ์



ที่มา : จากการพยากรณ์

พยากรณ์มูลค่าการท่องเที่ยว 2012-2020 (Tourism Benefit)

ข้อสมมติฐาน

ข้อสมมติฐานที่ 1 ได้แก่วันพักเฉลี่ยรายประเทศลดลงประมาณร้อยละ 5 ต่อปีทุกประเทศ เนื่องจากจะมีการกระจายไปเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นจากการเคลื่อนเข้าออกระหว่างประเทศใกล้เคียงได้โดยง่าย ยกเว้น จีน รัสเซีย และประเทศกลุ่มลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) ได้แก่พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม สมมติฐานให้มีวันพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3 ต่อปี

ตารางที่ 3-11 พยากรณ์มูลค่าการท่องเที่ยว 2012-2020 (Tourism Benefit)

วันพักเฉลี่ยรายประเทศ 2011- 2020 ⁴				
ประเทศ (หน่วย: วัน)	2011	2015	2017	2020
Malaysia	4.78	3.89	3.51	3.01
GMS	6.68	7.52	7.98	8.72
other ASEAN	6.53	5.80	5.51	5.15
China	7.61	8.57	9.09	9.93
Japan	7.65	6.23	5.62	4.82
Russia	13.29	14.96	15.87	17.34
Korea	7.30	5.95	5.37	4.60
India	6.90	5.62	5.07	4.35
other ASIA	7.77	6.33	5.71	4.89
Australia	12.78	10.41	9.39	8.05
New_Zealand	12.63	10.29	9.28	7.96
Europe	14.69	11.97	10.80	9.26
others	12.99	10.58	9.55	8.19
เฉลี่ย	11.00	9.31	8.61	7.70

⁴ ดูรายละเอียดข้อมูลรายประเทศ โดยละเอียดที่ภาคผนวกหน้า 193

ข้อสมมติฐานที่ 2 ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 2 ต่อปีตามระดับเงินเฟ้อ และการเพิ่มขึ้นของคุณภาพของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการภายในประเทศ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันรายประเทศ (2011-2020)				
ประเทศ (หน่วย: วัน)	2011	2015	2017	2020
Malaysia	4180.24	4524.83	4707.63	4995.77
GMS	3647.55	3948.23	4107.73	4359.16
other ASEAN	4474.85	4843.72	5039.41	5347.86
China	4470.78	4839.32	5034.82	5343.00
Japan	4472.44	4841.11	5036.69	5344.98
Russia	4296.53	4650.70	4838.59	5134.75
Korea	4670.19	5055.16	5259.39	5581.31
India	4932.55	5339.15	5554.85	5894.85
other ASIA	4520.23	4892.84	5090.51	5402.09
Australia	4853.81	5253.92	5466.18	5800.75
New_Zealand	4034.49	4367.06	4543.49	4821.59
Europe	3578.95	3873.97	4030.48	4277.18
others	4464.73	4832.77	5028.02	5335.77
เฉลี่ย	4218.55	4556.30	4750.77	5041.56

ผลการพยากรณ์				
กรณีฐาน (หน่วย: ล้านบาท)	2012	2015	2017	2020
Malaysia	49,585.67	58,332.14	64,805.15	75,563.45
GMS	48,277.66	84,637.63	122,488.11	211,903.10
other ASEAN	42,399.82	53,623.73	62,507.94	78,276.43
China	99,702.85	165,634.19	231,876.53	381,033.56
Japan	45,461.87	46,731.89	47,543.50	48,795.06
Russia	79,030.29	116,133.64	151,519.33	227,767.18
Korea	38,622.85	47,633.26	54,344.18	65,524.20
India	33,502.74	51,852.41	69,295.35	107,336.52
other ASIA	24,952.36	32,084.07	37,750.69	47,909.02
Australia	55,937.10	60,932.47	64,304.45	69,545.56
New_Zealand	5,604.62	5,972.92	6,208.09	6,558.24
Europe	235,859.54	256,978.04	272,702.11	300,827.27
others	67,116.86	70,996.59	73,621.72	77,524.93
เฉลี่ย	826,054.25	1,051,542.98	1,258,967.15	1,698,564.52

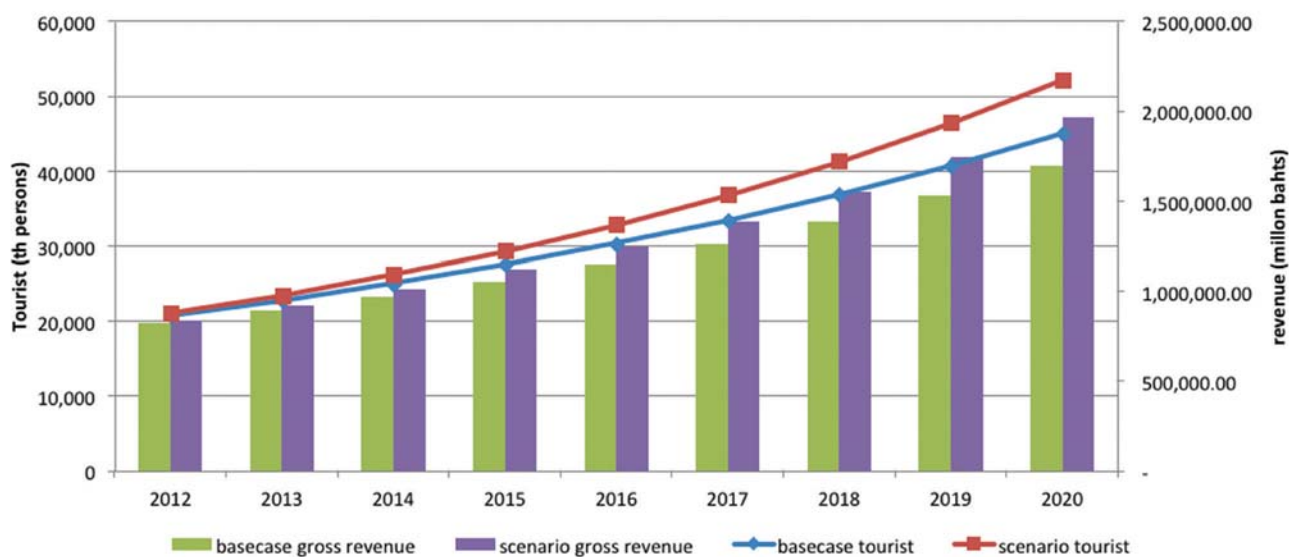
กรณีพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยว

(หน่วย: ล้านบาท)	2012	2015	2017	2020
Malaysia	50,426.86	62,416.71	71,751.48	88,079.91
GMS	49,037.37	90,297.60	135,188.12	246,295.96
other ASEAN	43,143.63	57,482.95	69,362.95	91,471.07
China	100,959.48	175,183.24	253,304.43	438,101.75
Japan	46,205.57	49,892.62	52,472.49	56,630.17
Russia	79,762.61	121,366.20	162,875.28	256,775.67
Korea	39,317.10	51,117.19	60,384.51	76,683.68
India	34,130.41	55,720.74	77,082.76	125,672.95
other ASIA	26,039.87	35,010.26	42,487.32	56,551.48
Australia	56,845.52	65,041.45	70,965.56	80,729.89
New_Zealand	5,623.29	6,323.46	6,810.56	7,587.44
Europe	240,064.30	275,743.73	303,023.03	352,156.31
others	66,876.70	74,711.41	80,310.31	89,213.24
เฉลี่ย	838,432.70	1,120,307.55	1,386,018.80	1,965,949.53

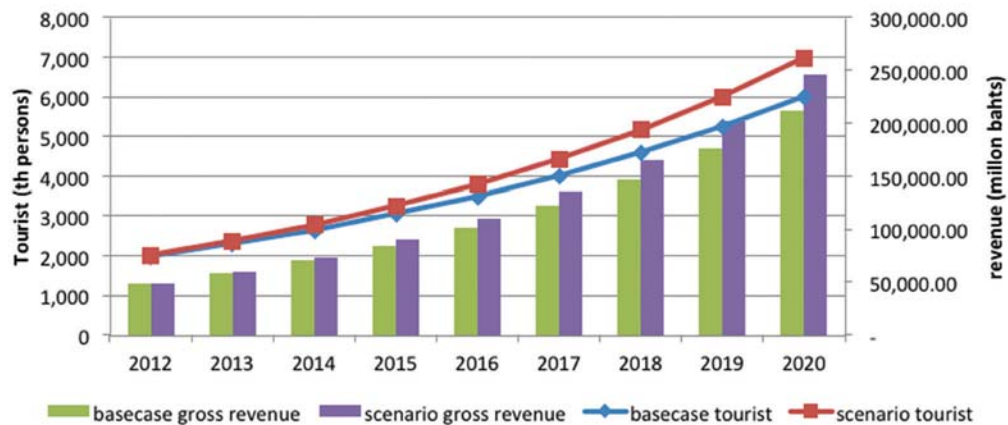
หมายเหตุ : จำนวนนักท่องเที่ยว และรายรับรวมเฉพาะประเทศที่นำเสนอข้อมูลข้างต้นเท่านั้น

ภาพที่ 3-18 ผลการพยากรณ์ มูลค่าการท่องเที่ยว 2012-2020 (Tourism Benefit)

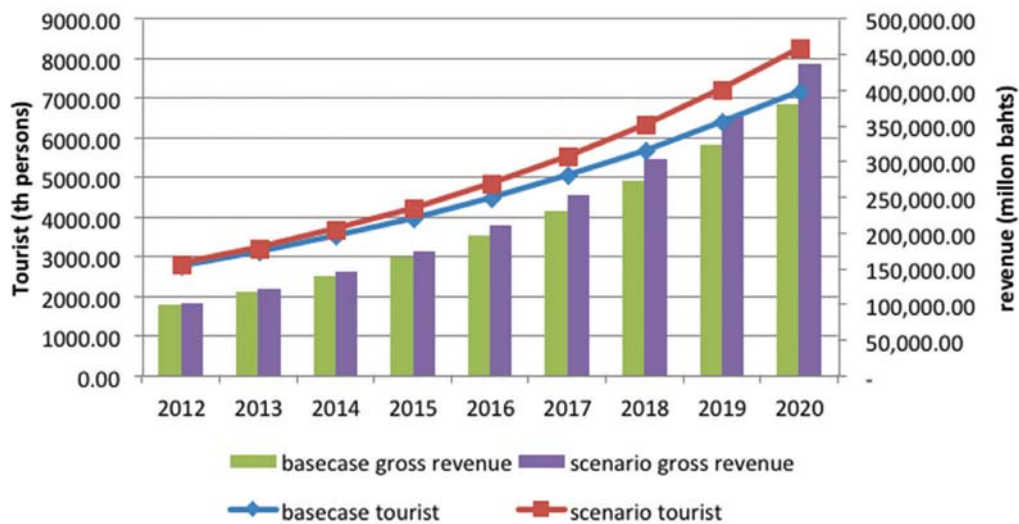
นักท่องเที่ยว และรายรับรวม



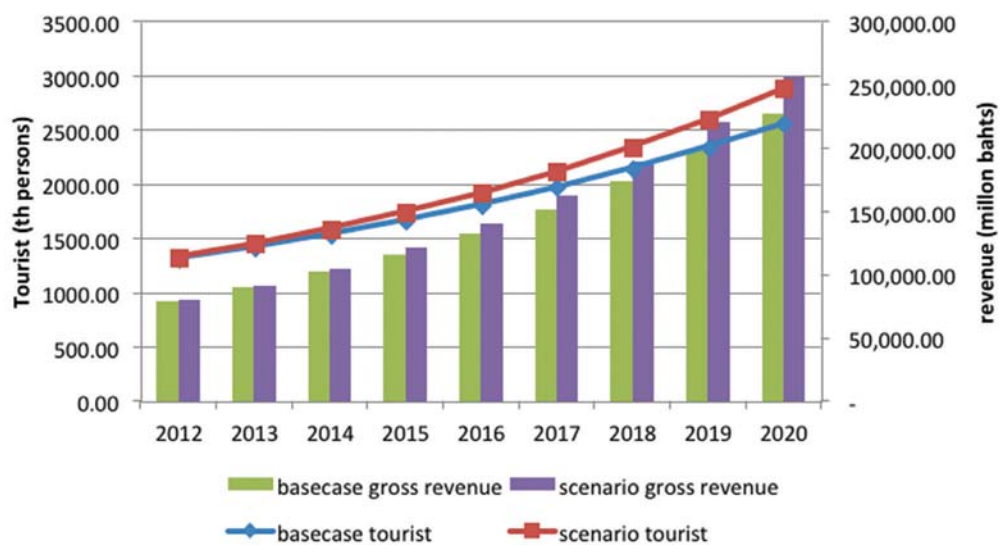
อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง



China



Russia



การพยากรณ์ข้างต้นแสดงถึงผลได้ที่เกิดจากรายรับของประเทศจากการท่องเที่ยว (Tourism Benefit) ที่เกิดจากการปรับปรุงโครงสร้างของระบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างให้ไทยมีความสามารถในการแข่งขัน วัดโดยองค์ประกอบของดัชนี TTCI (Travel and Tourism Competitive Index) เทียบกับกรณีที่ไม่ได้มีนโยบายสร้างให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ตามแนวทางของการศึกษาที่ประมาณการความสัมพันธ์ข้างต้น

4. ศักยภาพ
ทรัพยากร
การท่องเที่ยว
ของภูมิภาคอาเซียน
และประเทศไทย



ASEAN

10

Thailand's
Friendship



National capital



Brunei



Cambodia



Indonesia



Laos



Malaysia



Myanmar



Philippines



Singapore



Thailand



Vietnam

บทที่ 4 : ศักยภาพ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ของภูมิภาคอาเซียน และประเทศไทย

บทนำ : ASEAN

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

(Association of South East Asian Nations)

เป็นองค์การทางภูมิรัฐศาสตร์และเศรษฐกิจในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีประเทศสมาชิกทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ไทย บรูไน พม่า ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย อาเซียนมีพื้นที่ราว 4,435,670 ตารางกิโลเมตร มีประชากรราว 590 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2553 จีดีพีของประเทศสมาชิกรวมกันคิดเป็นมูลค่าราว 1.8 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นลำดับที่ 9 ของโลกเรียงตามจีดีพี อาเซียนมีภาษาอังกฤษเป็นภาษาทางการ

อาเซียนมีจุดเริ่มต้นจากสมาคมอาสา ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2504 โดยไทย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2510 ได้มีการลงนามใน ปฏิญญากรุงเทพ อาเซียนได้ถือกำเนิดขึ้นโดยมีรัฐสมาชิกเริ่มต้น 5 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความร่วมมือในการเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคม วัฒนธรรมในกลุ่มประเทศสมาชิก และการธำรงรักษาสันติภาพและความมั่นคงในภูมิภาค และเปิดโอกาสให้คลายข้อพิพาทระหว่างประเทศสมาชิกอย่างสันติหลังจาก พ.ศ. 2527 เป็นต้นมา อาเซียนมีรัฐสมาชิกเพิ่มขึ้นจนมี 10 ประเทศในปัจจุบัน กฎบัตรอาเซียนได้มีการลงนามเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 ซึ่งทำให้อาเซียนมีสถานะคล้ายกับสหภาพยุโรปมากยิ่งขึ้น เขตการค้าเสรีอาเซียนได้เริ่มประกาศใช้ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2553 และกำลังก้าวสู่ความเป็นประชาคมอาเซียน ซึ่งจะประกอบด้วยสามด้าน คือ ประชาคมอาเซียนด้านการเมืองและความมั่นคง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558

แต่ดำเนินการไปได้เพียง 2 ปี ก็ต้องหยุดชะงักลง เนื่องจากความผกผันทางการเมืองระหว่างประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย จนเมื่อมีการฟื้นฟูสัมพันธภาพการทูตระหว่างสองประเทศ จึงได้มีการแสวงหามหาหนทางความร่วมมือกันอีกครั้ง

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 ส.ค. 2510 หลังจากการลงนามในปฏิญญาสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Declaration of ASEAN Concord) หรือเป็นที่รู้จักกันในอีกชื่อหนึ่งว่า ปฏิญญากรุงเทพ (The Bangkok Declaration)

โดยสมาชิกผู้ก่อตั้งมี 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ซึ่งผู้แทนทั้ง 5 ประเทศที่ร่วมลงนามในปฏิญญากรุงเทพ ประกอบด้วย

- 1.นายอาดัม มาลิก รัฐมนตรีต่างประเทศอินโดนีเซีย
- 2.ตน อับดุล ราซัค บิน ฮุสเซน รองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีกลาโหมและรัฐมนตรีกระทรวงพัฒนาการแห่งชาติมาเลเซีย
- 3.นายนาซิโซ รามอส รัฐมนตรีต่างประเทศฟิลิปปินส์
- 4.นายเอส ราชารัตน์ รัฐมนตรีต่างประเทศสิงคโปร์
- 5.พันเอก (พิเศษ) ถนิต คอมันตร์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศจากประเทศไทย

ที่มา : <http://ประชาคมอาเซียน.net/#sthash.cc4Qzeky.dpuf>

องค์ประกอบของรายงานการศึกษาข้อมูลศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ของภูมิภาคอาเซียน และประเทศไทย

รายงานข้อมูลการศึกษาลำดับองค์ประกอบข้อมูลดังนี้

หัวข้อที่ 1.

ข้อมูลโดยรวมของ 10 ประเทศอาเซียน เพื่อเปรียบเทียบ วิเคราะห์ศักยภาพในการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

หัวข้อที่ 2.

ข้อมูลของประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสัมพันธ์ทางกายภาพ กับประเทศไทย และคณะผู้วิจัยทำการสำรวจพื้นที่ประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคเพื่อค้นหาข้อมูลโดยรวมความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยง ศักยภาพโดยรวมในการเดินทางท่องเที่ยวของประเทศนั้นๆ คือ 1.พม่า 2. ลาว 3. เวียดนาม 4. กัมพูชา

หัวข้อที่ 3.

ศึกษาข้อมูล ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว ของประเทศ อีก 5 ประเทศ ในอาเซียน เพื่อหาศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่อาจเกี่ยวข้องกับประเทศไทย ได้แก่ 1. บรูไน 2. อินโดนีเซีย 3. มาเลเซีย 4. ฟิลิปปินส์ 5. สิงคโปร์ เรียงตามลำดับอักษรภาษาอังกฤษ

หัวข้อที่ 4.

ข้อมูลโดยรวมของประเทศไทย และ การศึกษาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย ในระดับภูมิภาคต่างๆ ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ความหลากหลายของวัฒนธรรม

หัวข้อที่ 5.

คณะผู้วิจัยทำการสำรวจพื้นที่ศึกษาข้อมูลจริงภายในประเทศ และทำการระดมสมองกับผู้มีส่วนได้เสีย ในภูมิภาคของไทยโดยเลือกจังหวัดตัวแทนเพื่อการจัดประชุม คือ 1. สุราษฎร์ธานี 2. ชัยภูมิ 3. อุตรดิตถ์ 4. Mukdahan

และกระจายกำลัง ออกไปสำรวจพื้นที่ เพื่อหาข้อมูลท่องเที่ยวแนวใหม่ บันทึกภาพ ตามจุดต่างๆเพื่อให้เห็นทัศนียภาพจริงในปัจจุบัน ดังต่อไปนี้

1. เชียงราย 2. เชียงใหม่ 3. แพร่ 4. น่าน 5. ชัยภูมิ 6. อุตรดิตถ์ 7. หนองคาย 8. Mukdahan 9. สุราษฎร์ธานี 10. กระบี่ 11.ภูเก็ต

หัวข้อที่ 6.

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล และ ส่งแบบสอบถามความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในระดับอนุภูมิภาคเพื่อนบ้านของไทย และ ระดับการท่องเที่ยวในอาเซียน ความต้องการโดยรวม โดยคัดการส่งแบบสอบถามถึง บุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวจริง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

1. ข้อมูลทั่วไปของประชาคม ASEAN 10 ประเทศ

ตาราง 4-1 เมืองหลวง / ภาษาราชการ / ศาสนา / ประชากร

ประเทศไทย	ประเทศพม่า	ประเทศลาว	ประเทศเวียดนาม	ประเทศกัมพูชา	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศฟิลิปปินส์	ประเทศบรูไน
กรุงเทพมหานคร	เนเปื๋อ	นครหลวงเวียงจันทน์	กรุงฮานอย	กรุงพนมเปญ	กรุงกัวลาลัมเปอร์	ภาษามาเลย์	สิงคโปร์	กรุงมะนิลา	บันดาร์เสรีเบกวัน
ภาษาไทย	ภาษาพม่า	ภาษาลาว	ภาษาเวียดนาม	ภาษาเขมร	ภาษามาเลย์	ภาษามาเลย์	ภาษาอินโดนีเซีย	ภาษาฟิลิปปิน ภาษาอังกฤษ	ภาษามาเลย์
พุทธนิกายเถรวาท 95% อิสลาม 4%	พุทธ 90% คริสต์ 5% อิสลาม 3.8%	นับถือพุทธ 75% นับถือผี 16%	พุทธนิกายมหายาน 70% คริสต์ 15%	อิสลาม 60% พุทธ 19% คริสต์ 11%	พุทธ(เถรวาท)	พุทธ 42.5%, อิสลาม 14.9%, คริสต์ 14.5% ฮินดู 4%, ไม่นับถือ 25%	อิสลาม 87%, คริสต์ 10%	คาทอลิก โปรเตสแตนต์ 83% อิสลาม 5%	อิสลาม 67% พุทธ 13% คริสต์ 10%
ชาวไทย	135 เผ่าพันธุ์ มี 8 เชื้อชาติหลัก 8 กลุ่ม คือ พม่า 68% ไทยใหญ่ 8% กระเหรี่ยง 7% เยะไซ 4% จีน 3% มอญ 2% อินเดีย 2%	ชาวลาวกลุ่ม ลาวเทิง 22% ลาวสูง 9% 68 ชนเผ่า	ชาวเวียดนาม 80% เขมร 10%	ชาวเขมร 94% จีน 4% อื่นๆ 2%	มาเลย์ 40%, จีน 33% อินเดีย 10% ชนพื้นเมืองเกาะบอร์เนียว 10%	ชาวจีน 76.5%, มาเลย์ 13.8% อินเดีย 8.1%	ชนพื้นเมืองหลายกลุ่ม มีมากกว่า 583 ภาษาอาศัยอยู่บนเกาะชวา 61%	มาเลย์ 40% จีน 33% อินเดีย 10% ชนพื้นเมืองเกาะบอร์เนียว 10%	มาเลย์ 66%, จีน 11% อื่นๆ 23%

ตาราง 4-2 ข้อมูลชาติพันธุ์ ไท-กะไต และกลุ่มชาติพันธุ์ไทยที่กระจายตัว ในอาเซียน

ประเทศไทย	ประเทศพม่า	ประเทศลาว	ประเทศเวียดนาม	ประเทศกัมพูชา	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศฟิลิปปินส์	ประเทศบรูไน
1. ไทใหญ่ 2. ไทลื้อ 3. ไทซัน 4. ไทยอง 5. ไทยวน 6. ไทดำ 7. ไทสยาม 8. ผู้ไท 9. ไทพวน 10. ไทลาว 11. ลาวแง้ว 12. ไทแสก 13. ลาวครั่ง 14. ไทกลา 15. ไทหย่า 16. ลาวตี้ 17. ลาวเวียง 18. ลาวหล่ม 19. คำตี้	1. ชาวไทใหญ่ 2. ชาวไทลื้อ 3. ชาวไทจีน 4. ชาวไทยอง 5. ชาวไทเมา 6. ชาวไทแลง 7. ชาวไทคำตี้ 8. ชาวไทพ่าเก 9. ชาวไทโยเดีย 10. ชาวไทฉวี 11. ชาวนะรา 12. ไทพลัดถิ่นในเขตตะนาวศรี	1. ไทลาว 2. ลาวตี้ 3. ลาวเวียง 4. ลาวหล่ม 5. ชาวผู้ไท 6. ชาวไทขาว 7. ชาวไทดำ 8. ชาวไทแดง 9. ชาวไทเหนือ 10. ชาวผู้เ็น 11. ชาวไทยวน 12. ชาวไทลื้อ 13. ชาวไทพวน 14. ชาวไทกะเลิง 15. ชาวไทญ้อ 16. ชาวไทแสก	1. ชาวลูฮี้ 2. ชาวกีเยน 3. ชาวลาว 4. ชาวไทลื้อ 5. ชาวไทดำ 6. ชาวไทขาว 7. ชาวไทแดง 8. ชาวไทนุง 9. ชาวไทใหญ่ 10. ชาวกาย 11. ชาวไทย 12. ชาวม่าน 13. ชาวไท 14. ชาวกาลา 15. ชาวลาคี 16. ชาวละหา 17. ชาวนาง 18. ชาวไทญ้ง 19. ชาวไทใต้ 20. ชาวไทซอง 21. ชาวไทท้าวลาว 22. ชาวไทลั๊กกะ 23. ชาวช่าลาว 24. ชาวดูลาว 25. ชาวดวาบิยว 26. ชาวไต 27. ชาวไทหล้า 28. ชาวไทโส 29. ชาวไทลา 30. ชาวไทเชียง 31. ชาวไทลาย 32. ชาวไทอ่างตง	1. ชาวมรบน 2. เขมรอพยพ	1. ไทยมลายู	1. ไทยเชื้อสายจีน	-	-	-
รวม 19 กลุ่ม	รวม 12 กลุ่ม	รวม 16 กลุ่ม	รวม 32 กลุ่ม	รวม 2 กลุ่ม	รวม 1 กลุ่ม	รวม 1 กลุ่ม	รวม 0 กลุ่ม	รวม 0 กลุ่ม	รวม 0 กลุ่ม

ตาราง 4-3 ข้อมูลรศกโลกอาเซียนมีด้วยกัน 28 แห่ง และ ข้อมูลสมบัติโลกมีด้วยกัน 6 แห่ง คือ

ประเทศไทย	ประเทศพม่า	ประเทศลาว	ประเทศเวียดนาม	ประเทศกัมพูชา	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศฟิลิปปินส์	ประเทศบรูไน
1. นครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา และเมืองโบราณ	1. อาณาจักร ประวัติศาสตร์ พุกาม	1. เมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว	1. อ่าวฮาลอง	1. ปราสาทพระ วิหาร	1. นครประวัติศาสตร์ บนช่องแคบมะละกา และจอร์จทาวน์	-	1. อุทยานแห่งชาติ อุจุงกลอน	1 โบสถ์บาโรค 4 แห่ง	-
2. เมืองประวัติ ศาสตร์สุโขทัย และ เมืองบริวาร	2. นครประวัติศาสตร์ มณฑลพะลีย์	2. ปราสาทหินวัด พูและสิ่งก่อสร้าง ใกล้เคียงในแขวง จำปาสัก	2. อุทยานแห่งชาติ ติ่ง งา-เค บัง	2. อังกอร์ หรือ นครวัด	2. อุทยานแห่งชาติ กุนมูลู		2. กลุ่มวัดพรม บ้าน	2 นาซันปันไคแห่ง เทือกเขา	
3. เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่าทุ่งใหญ่ นเรศวร และห้วย ขาแข้ง	3. นครประวัติศาสตร์ หงสาวดี		3. หมู่โบราณสถาน เมืองไ้		3. อุทยานคินาบาลู เกาะบอร์เนียว		3. กลุ่มวัดบรมพุทโธ	3. นครประวัติ ศาสตร์วีกัน	
4. ผืนป่าดงพญา เย็น-เขาใหญ่	4. เมืองแห่งวิถีชีวิต ทะเลสาบอิงเล รัฐฉาน		4. สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ หมีเดิน				4. แหล่งมรดกยูค เริ่มแรกซังรัน	4. อุทยานแห่งชาติ แม่น้ำไดดินบวาร์ โต-ปรีนเซา	
5. แหล่งโบราณคดี บ้านเชียง	5. พระบรมธาตุ เขวตากองเมือง ย่างกุ้ง		5. เมืองโบราณฮอ ยอัน				5. อุทยานแห่งชาติ โคโมโด	5. อุทยานปะการัง ทางทะเลทุบา ตาฮะ	
	6. เมืองท่องเที่ยว เหมาะสม						6. อุทยานแห่งชาติ ติลอเรนซ์		
รวม 5 แห่ง	รวม 6 แห่ง	รวม 2 แห่ง	รวม 5 แห่ง	รวม 2 แห่ง	รวม 3 แห่ง	รวม 0 แห่ง	รวม 6 แห่ง	รวม 5 แห่ง	รวม 0 แห่ง

ตาราง 4-4 ข้อมูล วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีทางศาสนา ของอาเซียน

ประเทศไทย	ประเทศพม่า	ประเทศลาว	ประเทศเวียดนาม	ประเทศกัมพูชา	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศฟิลิปปินส์	ประเทศบรูไน
1. วันวิสาขบูชา เข้าพรรษา ออก พรรษา 2. ประเพณีชักพระ 3. ทำบุญพระธาตุ	1.งานไหว้พุทธเจดีย์ ประจำปี 2. ประเพณีปอย ส่างลอง 3. เทศกาลบูชานัต สองพี่น้องแห่งดง ปะโยง	1. ฮีตสิบสอง เป็น งานประเพณีที่ เกี่ยวเนื่องกับพุทธ ศาสนา ทั้งปี 2. ถวายจังหัน ตักบาตรข้าวเหนียว	ประเพณีนับถือ “องเติร์ย” ในวันที่ 1 และ 15 ค่ำ การ เช่นไหว้บรรพบุรุษ	1.วันสารทเพ็ญ (เรียกว่างานวัน ปรอจุมเบน , Pchum Ben day) 2.วันวิสาขบูชา 3.วันมาฆบูชา	ประเพณี Adat Temenggong การละหมาด	1. เทศกาล Good Friday การสละ ชีวิตของพระเยซู 2. เทศกาล Hari Raya Puasa สิ้นสุด พิธีถือศีลอด	เทศกาลถือศีล อดและเทศกาล Idul Fitri ถือศีล อด หรือเดือนรอม ฎอนของชาวมุสลิม สิงหาคม-กันยายน 30-31	เทศกาลดินาฮัง Dinayang Fes- tival เป็นเทศกาล ทางศาสนาและ วัฒนธรรมของเมือง Lloilo เทศกาลนี้ ได้รับการโหวตว่า เป็นเทศกาลที่น่ามา ท่องเที่ยวที่สุด	1.The Holy Month of Rama- dan เทศกาลถือศีลอด เดือนรอมะฎอน

ตาราง 4-5 ข้อมูล วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีทางน้ำ ของอาเซียน

ประเทศไทย	ประเทศพม่า	ประเทศลาว	ประเทศเวียดนาม	ประเทศกัมพูชา	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศฟิลิปปินส์	ประเทศบรูไน
1. ลอยกระทง 15- 19 พฤศจิกายน 2. แห่เรือราชพิธี 3. แห่เรือยาว ประเพณีตาม จังหวัดต่างๆ ช่วง ปลายปี	1. แข่งเรือยาว อิงเล การพายด้วยเท้า	การล่องเรือไฟ เดือนเก้า งาน บุญ ห่อข้าวประดับดิน	วิถีชีวิตพายเรือกระ ดง เวียดนาม	“บอน อม ตุก” วันขึ้น 14 ค่ำ 15 ค่ำ จนถึง แรม 1 ค่ำ เดือน พฤศจิกายน เป็นการรำลึก ถึง เหตุการณ์ใน ประวัติศาสตร์	เทศกาลแข่งเรือ มังกร ซึ่งเป็น ประเพณีที่จัดขึ้น ในวันที่ 5 เดือน 5 ตามปฏิทิน จันทรคติ	-	เทศกาลจับปลา เกราะ(Lombok), เผ่า Sa Shake เทศ กาลจากชาวบ้านที่ อิงอิงให้กับกาลเว ลา ที่จะจับปลาส่วน ปฏิทินท้องถิ่นใน แต่ละปีในเดือนเช้า ของ 20 ตุลาคม	-	-

ตาราง 4-6 ข้อมูลเทศกาลสงกรานต์ หรือ ปีใหม่ ของอาเซียน

ประเทศไทย	ประเทศพม่า	ประเทศลาว	ประเทศเวียดนาม	ประเทศกัมพูชา	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศฟิลิปปินส์	ประเทศบรูไน
1.งานประเพณี มหาสงกรานต์ 13-15 เมษายน	เทศกาลสงกรานต์ ตามประเพณีของพม่า 13-16 เมษายน	งานประเพณี ใหม่ลาว หรือ สงกรานต์ ตรงกับ สงกรานต์ของไทย เป็นเทศกาลสำคัญ ประจำปีและเป็น วันหยุดยาวระหว่าง วันที่ 14 - 16 เมษายนของทุกปี	เทศกาลเตต ตรุษจีน (Tet) ระหว่างปลายเดือน มกราคมถึงต้น เดือนกุมภาพันธ์ ใน วันขึ้น 15 ค่ำ	“บอน อม ตุก” (Bon Om Tuk) ที่จัดขึ้นทุกปี ตั้งแต่วันขึ้น 14 ค่ำ 15 ค่ำ จนถึง แรม 1 ค่ำ เดือน พฤศจิกายน	1. วันขึ้นปีใหม่ 1 มกราคม 2. วันตรุษจีน 7 กุมภาพันธ์	1. เทศกาลตรุษจีน เทศกาลปีใหม่ของ ชาวจีนที่จัดขึ้นใน เดือนกุมภาพันธ์ 2. เทศกาล Dee- pavali เทศกาล แห่งแสงสว่างและ เป็นงานขึ้นปีใหม่ของ ชาวฮินดู ที่จัด ขึ้นเดือน พฤศจิกายน	1. เทศกาลปีใหม่ Nyepi (ปีใหม่) 6 มีนาคม วันแห่ง ความเงียบสงบ วันที่เข้าพักทุกคนที่ บ้านและนั่งในการ ทำสมาธิไม่ต่าง กับไม่ได้ออกไปข้าง นอก 2. วันขึ้นปีใหม่ตาม ปฏิทินอิสลาม 27 พฤศจิกายน	1. วันขึ้นปีใหม่ 1 มกราคม 2. วันขึ้นปีใหม่ตาม ปฏิทินอิสลาม 18 ธันวาคม	1.วันเริ่มศักราช ใหม่ 1 Syawal เดือนกันยายน จะ เฉลิมฉลองด้วยการ เปิดบ้านต้อนรับ ญาติสนิท 1 เดือน

ตาราง 4-7 ข้อมูลการท่องเที่ยวทางทะเล ชายหาด และ เกาะท่องเที่ยวยอดนิยม 49 แห่ง

ประเทศไทย	ประเทศพม่า	ประเทศลาว	ประเทศเวียดนาม	ประเทศกัมพูชา	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศฟิลิปปินส์	ประเทศบรูไน
1. เกาะลัน 2. เกาะเสม็ด 3. เกาะกูด 4. เกาะมันนอก 5. เกาะกูด 6. เกาะหมาก 7. เกาะเต่า 8. เกาะสมุย 9. เกาะนางยวน 10. เกาะพังงา 11. หมู่เกาะอ่างทอง 12. เกาะกระดาน 13. เกาะพะลวย 14. หมู่เกาะพีพี 15. เกาะลันตา 16. หมู่เกาะปอดะ 17. หมู่เกาะสุรินทร์ 18. หมู่เกาะลันตา 19. เกาะไข่ 20. เกาะตาชัย 21. เกาะหลีเป๊ะ 22. หมู่เกาะอาดัง-ราวี	1. หมู่เกาะมริด 2. เกาะสอง 3. เกาะพิลา 4. หาดฮาปาลี 5. หาดฮเวซอง 6. หาดซวงทา	-	1. อ่าวฮาลอง 2. ดานัง 3. เกาะนามู 4. เมืองฮอยอัน 5. เกาะฟูโก๊ก	1. เกาะกง 2. เกาะคิง	1. เกาะเปอร์hent 2. เกาะทีโอมน 3. เกาะเตียวมาน 4. เกาะลังกาวิ 5. เกาะปิ่น 6. เกาะปังกอร์ 7. เกาะลาบวน 8. เกาะสีปาดัน	-	1. เกาะบาหลี 2. เกาะกาลี 3. อุทยานแห่งชาติโคโมโด 4. เกาะสุลาเวสี 5. บุนาเคน	1. เกาะโบราเคย์	-
รวม 22 แห่ง	รวม 6 แห่ง	รวม 0 แห่ง	รวม 5 แห่ง	รวม 2 แห่ง	รวม 8 แห่ง	รวม 0 แห่ง	รวม 6 แห่ง	รวม 6 แห่ง	รวม 0 แห่ง

ตาราง 4-8 ข้อมูล วัฒนธรรม งานศิลปะ ประเพณีที่น่าสนใจ ของอาเซียน

ประเทศไทย	ประเทศพม่า	ประเทศลาว	ประเทศเวียดนาม	ประเทศกัมพูชา	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศฟิลิปปินส์	ประเทศบรูไน
1.การรำโขน 2.ผ้าไหม ศิลปะ ช่าง 10 หมู่ 3.การละเล่นพื้น เมือง	เทศกาลจ๊อก เซ หรือเทศกาล ซ่าง จะจัดขึ้นเป็น ประจำปีในวันที่ 11-12 ตุลาคม	การแข่งเรือไฟ เดือนเก้า งาน บุญ ห่อข้าวประดับดิน	เทศกาลกลางฤดู ใบไม้ร่วง 15 ค่ำ เดือน 8	1.นั่ง สบแก้วลักษณะ ใกล้เคียงกับหนึ่ง ใหญ่ในประเทศไทย 2. ศิลปะการต่อสู้ เช่น ประตลเสรี ปกโต และมวย ปล้ำกัมพูชา 3. ระบำอัสรา (Apsara Dance)	1. เทศกาลมหาเดา คาอามาตัน ลีน สุดของฤดูการเก็บ เกี่ยวข้าวและเริ่ม ต้นฤดูกาลใหม่ 2. เทศกาลโคมไฟ หรือเทศกาลขนม ไหว้พระจันทร์	1.National Day Celebrations 9 สิงหาคม 2. Mooncake Festival กันยายน 3.Thimithi - พิธีการเดิน ลุยไฟประจำปี พฤศจิกายน	1. เทศกาลกลั่นกัน ฉลองชัยชนะของ เทพเจ้า 2.เทศกาลการ แข่งขันโค ตั้งแต่ เดือนสิงหาคม และ กันยายน 3.เทศกาลกาซาด้า บวงสรวงภูเขาไฟ โบโรโม	1. เทศกาลอาติ - อาติทาน 2. เทศกาลซินลือก 3. เทศกาลดินาญัง	1. National Day of Brunei Darussalam วัน ชาติบรูไน

ตาราง 4-9 ข้อมูล อาหาร ขนม เครื่องดื่ม ยอดนิยม ของอาเซียน

ประเทศไทย	ประเทศพม่า	ประเทศลาว	ประเทศเวียดนาม	ประเทศกัมพูชา	ประเทศมาเลเซีย	ประเทศสิงคโปร์	ประเทศอินโดนีเซีย	ประเทศฟิลิปปินส์	ประเทศบรูไน
ต้มยำกุ้ง	หล่าแพ็ด	สลัดหลวงพระบาง	บอเปี้ยะเวียดนาม	อาม็อก	นาซี เลอแม็ก	ลักซา	กาโด กาโด	อโดโป้	อัมบูยัต
บัวลอย	ข้าวต้มมัด	น้ำตาลอ้อย	ขนมเบื่องญวน	กระยาสาท	โรตี่	ลอดช่องสิงคโปร์	วุ้นมะพร้าว	ฮาโลฮาโล	กล้วยแขก
น้ำมะพร้าว	น้ำกระเจียบ	น้ำย่านาง	กาแฟ	โอเลี้ยง	ชาชัก	โกโก้	น้ำส้มคั้น	น้ำมะม่วงปั่น	แตออก



2. ข้อมูลบทบาทของไทย กับ ประเทศเพื่อนบ้าน

ไทย-พม่า

ไทยและพม่า เป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนทางบกและทะเลติดต่อกัน ยาวรวม 2,401 กม. พื้นที่ติดต่อกับไทย รัฐฉาน รัฐกะยา รัฐกะเหรี่ยง รัฐมอญ และมณฑลตะนาวศรี โดยติดกับ 10 จังหวัดของไทย ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และ ระนอง มีพรมแดนร่วมกันยาว 2,401 กม. (ปักปันเสร็จแล้ว 59 กม.)

พม่าเป็นประเทศที่มีชุมทรัพย์ ทางวัฒนธรรม และ พลังงานอย่างมหาศาล ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันและเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำ เมื่อพม่าเปิดประเทศในรอบ 50 ปี กับทรัพยากรธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์และแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมมากมาย รวมถึงความสามารถด้านภาษาอังกฤษที่โดดเด่นกว่า หลายๆประเทศในแถบเดียวกัน

ไทย-ลาว

ไทยและลาว มีวัฒนธรรมที่ใกล้ชิดกันมาก ติดต่อกันโดยใช้เส้นทางแม่น้ำโขง เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ไทยและลาวพัฒนาผลประโยชน์ร่วมกันได้ โดยที่แต่ละ ประเทศ ยังสามารถคงความแตกต่างที่แต่ละฝ่ายประสงค์จะรักษาไว้ต่อไป ชาวลาวยังมีความภูมิใจในวิถีชีวิตซึ่งตอนนี้ ลาวได้มีการพัฒนาได้อย่างเรียบง่าย แต่ งดงาม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ เมืองหลวงพระบาง ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียน ให้เป็นมรดกโลกด้วยเหตุผล คือ มีวัดวาอารามเก่าแก่มากมาย มีบ้านเรือน อันเป็นเอกลักษณ์โคโลเนียลสไตล์ ตัวเมืองตั้งอยู่ริมน้ำโขงและน้ำคาน ซึ่งไหล บรรจบกันท่ามกลางธรรมชาติอันงดงาม และชาวหลวงพระบางมีบุคลิกที่ยิ้ม แยมแจ่มใส เป็นมิตร และมีขนบธรรมเนียมประเพณีที่งดงาม

ซึ่งตรงกับเกณฑ์พิจารณาของยูเนสโกดังนี้

- เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลยิ่ง ผลักดันให้เกิดการพัฒนาสืบต่อมาในด้านการออกแบบ ทางสถาปัตยกรรม อนุสรณ์สถาน ประติมากรรม สวน และภูมิทัศน์ ตลอดจน การพัฒนาศิลปกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งได้ เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือบนพื้นที่ใดๆ ของโลกซึ่งทรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม

- เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของประเภทของสิ่งก่อสร้างอันเป็นตัวแทนของ การพัฒนา ทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ

- เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของวัฒนธรรมมนุษย์ ขนบธรรมเนียมประเพณีแห่ง สถาปัตยกรรม วิธีการก่อสร้าง หรือการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งเสื่อมสลายได้ ง่ายจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมตาม กาลเวลา ในขณะที่มรดกแห่งนี้อาจได้ขึ้นทะเบียนอย่างจำเพาะเจาะจงในโบราณสถาน ธรรมชาติ แต่หลวงพระบางทั้งเมืองได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกของมนุษยชาติเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2538 และยังได้รับการยกย่องว่าเป็นเมืองที่ได้รับการปกป้องรักษาที่ดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ในบรรดาประเทศเพื่อนบ้านของไทย คงไม่มีประเทศใดที่จะใกล้เคียงกับ ไทยมากไปกว่าประเทศลาวว่าที่จริงแล้ว ชาวไทยและชาวลาวยังคือชนชาติ เดียวกัน มีบรรพบุรุษทางประวัติศาสตร์ร่วมกัน มีประเพณีและวัฒนธรรม คล้ายคลึงกัน นอกจากนั้น ชาวไทยและชาวลาวยังสามารถสื่อสารกันเข้าใจ ได้เป็นส่วนใหญ่ ด้วยภาษาของตนเอง ซึ่งเป็นภาษาร่วม ตระกูลเดียวกัน

ไทย-เวียดนาม

ไทยและเวียดนาม มีความร่วมมือด้านการค้าเป็นสาขาที่มีความก้าวหน้ามาก มีความร่วมมือทางวิชาการกับเวียดนาม การแลกเปลี่ยนการสอนภาษา ระหว่างกันโดยไทยได้รับความร่วมมือในการเปิดหลักสูตรสอนภาษาไทยใน มหาวิทยาลัย 5 แห่งของเวียดนาม ขณะที่เวียดนามสร้างโรงเรียนสอนภาษา เวียดนามที่จังหวัดนครพนม นอกจากนี้ เวียดนามให้ความสนใจในเรื่องการ พัฒนาหมู่บ้านมิตรภาพ ไทย - เวียดนาม ที่บ้านนาจอก จังหวัดนครพนม ซึ่งเป็นสถานที่ที่ดีประสานอาชีพดีโฮจิมินห์ เคยพำนักในช่วงกบฏเอกราช

เส้นทางคมนาคมสายต่างๆ ที่เชื่อมโยงไทย - เวียดนาม จากมุกดาหารไป สะหวันนะเขตถึงเมืองเว้ในเวียดนาม เส้นทางหมายเลข 8 จากจังหวัดนครพนม ผ่านแขวงคำม่วนไปยังเมืองวังเหินเวียดนาม และเส้นทางด่านใต้ เริ่มจาก กรุงเทพฯ - อรัญประเทศ - เสียมราฐ - พนมเปญ - โฮจิมินห์ ซึ่งเส้นทางหลัก ทั้ง 3 จะยังประโยชน์ให้แก่ประชาชนของไทย - ลาว - กัมพูชา - เวียดนาม ในการติดต่อไปมาหาสู่และค้าขายกัน

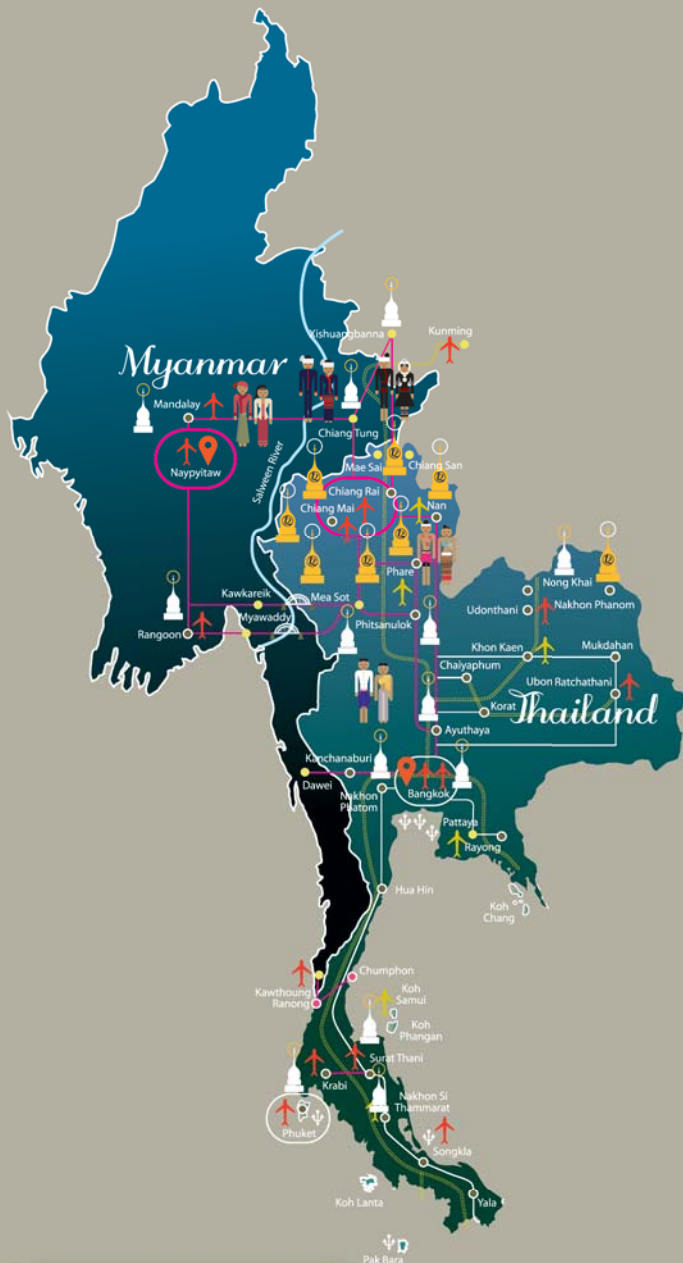
ประเทศเวียดนามกับประเทศไทย ต่างมีความปรารถนาร่วมกัน ที่จะ สถาปนาสัมพันธ์ภาพฉันเพื่อนบ้านที่ดีระหว่างกัน โดยยึดถือมาตรฐานแห่ง การเคารพต่อเอกราชซึ่งกันและกัน อธิปไตยและบูรณภาพแห่งดินแดนไม่ รุกรานกัน ไม่แทรกแซงกิจการภายในซึ่งกันและกัน เคารพต่อความเสมอภาคต่อผลประโยชน์ร่วมกัน และการดำรงอยู่ร่วมกันโดยสันติ

ไทย-กัมพูชา

กัมพูชาในอดีต เป็นเมืองหลวงของอาณาจักรขอมโบราณ เมื่อยิ่งใหญ่ที่สุด ตั้ง อยู่ในบริเวณสถานที่อันเป็นที่ตั้งของนครวัด-นครธมในเขตแดนประเทศ กัมพูชาปัจจุบัน โดยมีขอบอาณาจักรครอบคลุมไปยังพื้นที่ต่างๆ ที่มีหลักฐาน เป็นปราสาทหินโบราณในลักษณะศิลปกรรมเดียวกันตั้งอยู่ ทางด้านตะวันออก จรดพื้นที่ชายฝั่งทะเลจีนใต้ของเวียดนาม ส่วนทางด้านตะวันตกสิ้นสุดบริเวณ ปราสาทเมืองสิงห์ในจังหวัดกาญจนบุรี ทางทิศเหนือไปจรดตอนใต้ของจีน และทางใต้ไล่ตามลำน้ำโขงของประเทศไทยลงไปถึงบริเวณที่เคยถูกเรียกว่า อาณาจักรศรีวิชัย

การเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคม สะพานคอนกรีตเสริมเหล็ก 4 แห่ง ความร่วม มือการท่องเที่ยว การเพิ่ม และขยายชั่วโมงทำงานของด่านพรมแดนนานาชาติ การขยายเวลาและขอบเขตการเดินทางของผู้ถือบัตรผ่านแดน การอนุญาตให้ ผู้เดินทางจากภายนอก ACMECS สามารถประทับลงตราครั้งเดียวเที่ยวได้ทั่ว ACMECS (Joint Visa/Single Visa) โดยจะเริ่มจากประเทศไทยและกัมพูชา ซึ่งมีความพร้อมก่อน การจัดทัวร์จักรยาน 4 ประเทศ การเปิดเส้นทางการบิน เพิ่มเติมฯ

ไทยและกัมพูชา ได้ติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้า ความรู้ ประเพณี วัฒนธรรม และประสบการณ์ระหว่างกันอย่างใกล้ชิดมาโดยตลอด และยังคงส่งผลให้ ปัจจุบันประเพณี ภาษา และวัฒนธรรมของไทยกัมพูชาจะคล้ายกันมาก ไทยได้ให้ความช่วยเหลือด้าน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การฝึกอบรม การจัดคณะผู้แทน ฯ การสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ฯลฯ นอกจากนี้ ไทย และกัมพูชายังมีความสัมพันธ์ทวิภาคีในด้านอื่นๆ อีกเป็นอันมาก



Myanmar

Traveling Link Thailand



National capital



Link



Port



Bridge



Road



Province



International AirPort



AirPort



Railway



River



City

1) ข้อมูลประเทศพม่า

ประวัติศาสตร์ของพม่าและไทยนั้นมีสัมพันธ์ยาวนานและซับซ้อน มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ศิลปะทางศาสนา การละเล่น แลกเปลี่ยนการปกครอง บุคคลสำคัญ มีความเกี่ยวข้องกันทางชนชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม จนมีประชาชนหลายเผ่าพันธุ์เคยอาศัยอยู่ในดินแดนแห่งนี้ เผ่าพันธุ์เก่าแก่ที่สุดที่ปรากฏได้แก่มอญ ต่อมาราวพุทธศตวรรษที่ 13 ชาวพม่าได้อพยพลงมาจากบริเวณพรมแดนระหว่างจีนและทิเบตเข้าสู่ที่ราบลุ่มแม่น้ำอิรวดี และได้กลายเป็นชนเผ่าส่วนใหญ่ที่ปกครองประเทศในเวลาต่อมา ความซับซ้อนของประวัติศาสตร์พม่ามิได้เกิดขึ้นจากกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ในดินแดนพม่าเท่านั้น แต่เกิดจากความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านอันได้แก่ จีน อินเดีย บังกลาเทศ ลาว เช่นกัน

ภูมิประเทศ

ติดกับอินเดีย บังกลาเทศ จีน ลาว และไทย หนึ่งในสามของพรมแดนพม่าที่มีความยาว 1,930 กิโลเมตรเป็นแนวชายฝั่งตามอ่าวเบงกอลและทะเลอันดามัน ด้วยพื้นที่ 676,578 ตารางกิโลเมตร ประเทศพม่าใหญ่เป็นอันดับที่ 40 ของโลกและใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 60,280,000 คน

การเดินทาง

การขนส่งทางบก ถนนสายสำคัญที่เชื่อมต่อระหว่างย่างกุ้งกับเมืองคุนหมิง ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของจีน มีความยาวในเขตพม่าถึงเมืองหมั่วเจี๋ย ประมาณ 1,160 กิโลเมตร และมีความยาวในเขตจีนจากหมั่วเจี๋ยถึงคุนหมิง ประมาณ 90 กิโลเมตร ถนนสายนี้ผ่านเมืองต่าง ๆ คือ พะโค-ตองอู-ปยินมะนา-เมกติลา-มันตะเล่ย์-เมเปียงกอตเต็ก-สีป้อ-ล่าเสี้ยว-แสนหวี-หมั่วเจี๋ย รวมความยาวทั้งสิ้นประมาณ 2,140 กิโลเมตร การขนส่งทางน้ำ แม่น้ำอิรวดียังเป็นเส้นทางคมนาคมหลัก การขนส่งทางอากาศ มีสนามบินนานาชาติ 1.มันตะเล่ย์ 2.ย่างกุ้ง 3.เนเปียวดอร์

ชาติพันธุ์

มีชาติพันธุ์พม่า 68% ไทยใหญ่ 9% กะเหรี่ยง 7% ยะไข่ 3.50% จีน 2.50% มอญ 2% คะฉิ่น 1.50% อินเดีย 1.25% จีน 1% คะยา 0.75% อื่น ๆ 4.50%

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

1.เจดีย์ชเวดากอง ย่างกุ้ง 2.วัดชเวนนันตอ มันตะเล่ย์ 3. วัดมหากันดายงค์ มันตะเล่ย์ 4.พระมหาเจดีย์ชเวมอดหงสาวดี 5. พุกเจดีย์พุกาม 6. วัดกุโสโต มันตะเล่ย์ ฯลฯ

ศาสนาหลัก

พุทธ

ความสัมพันธ์ ระหว่าง ไทย-พม่า

มีศาสนาพุทธ เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ

ไทย และ พม่า มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงถึงกัน
มาช้านาน สืบทอดความศรัทธาในศาสนาพุทธ
สานต่อประเพณีอันลึกซึ้งและ งดงามส่งต่อ จากรุ่นสู่รุ่น
เช่น การเดินเท้าขึ้นยอดดอยพระธาตุเพื่อจาริกแสวงบุญ
ไทย-พม่า มีการเดินทางไปมาหาสู่กัน เพื่อร่วมประกอบพิธี
ในการเดินทางบูชาพระธาตุ ซึ่งมีอยู่มากมาย เช่น
พระธาตุดอยตุง เชียงราย
พระธาตุผาเงา เชียงแสน - พระธาตุจอมคำ เชียงตุง
- พระธาตุน้อย สิบสองปันนา
- พระมหาธาตุเจดีย์ชเวดากอง พม่า
- พระธาตุมุเตา มัณฑะเลย์ ฯลฯ

สถาปัตยกรรม ผลิตภัณฑ์สินค้า

พมามีความถนัดทางด้าน
งานฝีมือ หยก สลักไม้ เครื่องเงิน ทอผ้า
เครื่องเงิน หุ่นไม้ แสดงถึงเอกลักษณ์ของแต่ละ
ชนชาติไทยและพม่า ที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้
ทางการฝีมือ กันเสมอมาแต่ก็มีความแตกต่าง
และน่าตื่นตาตื่นใจ
ในการคงไว้ซึ่งวัฒนธรรม

ชาติพันธุ์ ประเพณี ที่เกี่ยวข้องกันมาช้านาน

ตามแกะรอยชาติพันธุ์ชนเผ่าชาวไต ประเพณีโบราณ
เส้นทางประวัติศาสตร์ เช่น จัดเส้นทางเดินทางหา
อาณาจักร 5 เชียง เชียงตุง เชียงใหม่ เชียงราย เชียงแสน เชียงของ จนถึง
สิบสองปันนาค้นหาเสน่ห์มนต์ขลัง ของวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา
ช้านาน เช่น ประเพณีการอาบน้ำพุร้อนของเจ้าหลวง การละเล่นกลอง
มโหรีทีก การแข่งบั้งน้ำอ้อยในประเพณีแต่งงาน ของเชียงตุง การละเล่น
หุ่นกระบอกของชาวพม่า ตามดูการเล่นตะกร้อที่มีท่วงท่า สีสางงดงาม
ของพม่าการตักบาตรพระ 1,000 รูป ที่เขื่อนศรีนครินทร์ แล่งดงงาม
การแต่งตัวที่มีเอกลักษณ์ชัดเจน อาหาร เครื่องใช้
ที่ทำสืบทอดกันมา การเดินทางด้วยรถม้า
และเกวียนเทียมวัวที่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์
อย่างสมบูรณ์



ประเทศพม่า

1. ชาติพันธุ์ ชนเผ่า

ในสหภาพพม่ากลุ่มชาติพันธุ์ มีอยู่หลายชนเผ่าประมาณ 135 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มจะมีภาษาของตนเอง โดยชนเผ่าใหญ่ๆ ที่รู้จักได้แก่ พม่าBamer, ฉิ่น Chin, ชะฉิ่น Kachin, ชะญ่าKayah, ชะยิ่นKayin, มอญ Mon, ระชีน Rakhine และ ฉาน Shan .ในสหภาพพม่ามีทั้งหมด 14 รัฐแต่ละรัฐแบ่งเป็น

1. Chin
2. Kayah
3. Kachin
4. Kayin
5. Mon
6. Rakhine
7. Shan
8. Ayeyarwady
9. Bago
10. Magway
11. Mandalay
12. Sagaing
13. Tanintharyi
14. Yangon

2. แหล่งท่องเที่ยวสมบัติโลกและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

1. อาณาจักรประวัติศาสตร์พุกาม

เป็นอาณาจักรแห่งแรกในประวัติศาสตร์พม่า พุกาม เป็นเมืองที่ยังไม่ได้รับการรับรองจากองค์การยูเนสโกให้เป็น **มรดกโลก** ทั้ง ๆ ที่มีคุณสมบัติเต็มพร้อม ปัจจุบันรัฐบาลพม่ากำลังพยายามเร่งเสนอชื่อและเตรียมความพร้อมให้เป็นมรดกโลกทางศิลปวัฒนธรรมแห่งต่อไป พุกามได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งทะเลเจดีย์ หรือ ดินแดนแห่งเจดีย์สี่พันองค์ เพราะในสมัยรุ่งเรืองเคยมีเจดีย์มากมายถึง 4,446 องค์ ปัจจุบันเหลือแค่เพียง 2,217 องค์ เจดีย์แห่งแรกของพุกามคือ เจดีย์ชเวสิกอง สร้างโดยพระเจ้าอโนราธามังช่อ ปฐมกษัตริย์แห่งอาณาจักรพุกาม โดยธรรมเนียมการสร้างเจดีย์ เจดีย์องค์ใหญ่สุดจะเป็นเจดีย์ที่กษัตริย์ทรงสร้าง และองค์ที่มีขนาดเล็กถัดมา เป็นการสร้างโดยเหล่าขุนนาง อำมาตย์ลดหลั่นลงมาตามบรรดาศักดิ์ นอกจาก เจดีย์ชเวสิกองแล้ว ยังมีเจดีย์สำคัญ ๆ อีกหลายองค์และวัดสำคัญ ๆ อีกเช่น เจดีย์ชเวซันดอ, อานันทวิหาร, เจดีย์ตะเบียงนิว, วัดพะยาตองซู เป็นต้น

2. นครประวัติศาสตร์มณฑลพะลีย์

มณฑลพะลีย์ได้ชื่อว่า เป็นเมืองที่มีนาฏศิลป์และคีตศิลป์ ดีที่สุดในประเทศและถึงแม้จะไม่ได้เป็นศูนย์กลางในการศึกษาพุทธศาสนาตั้งแต่พระเจ้ามังดงทรงหวังเอาไว้ แต่มณฑลพะลีย์ก็มีวัดวาอารามที่สำคัญที่สุดในพม่าอยู่หลายแห่ง เช่น

1. วัดพระมหาเมย์มุนี 2. วัดกุสโธร์ 3. พระราชวังมณฑลพะลีย์ 4. สะพานไม้สักอุแปง 5. วัดมหากันดาบงค์

3. นครประวัติศาสตร์หงสาวดี

หงสาวดีตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำพะโค เป็นเมืองของชาวมอญมาก่อนในอดีต ก่อนที่พระเจ้าตะเบ็งชเวตี้จะยึดครองได้ ในปี พ.ศ. 2082หลังจากที่พระเจ้าตะเบ็งชเวตี้เข้ามาทำพิธีเจ้าพระกรรมฐานพระธาตุมูเตตาขณะที่ยังอยู่ในเขตของมอญอยู่ และสถาปนาเป็นศูนย์กลางอำนาจของราชวงศ์ต้องอูเดิม เมืองหงสาวดีเก่า(ยุคมอญ)อยู่บริเวณตะวันออกของพระธาตุมูเตตา สัญลักษณ์ของหงสาวดี คือ พระธาตุชเวเมอดอ หรือที่คนไทยนิยมเรียกว่า พระธาตุมูเตตา

เป็นพระธาตุที่อยู่มานานคู่กับเมือง เป็นพระธาตุศักดิ์สิทธิ์คู่เมืองเชื่อว่าภายในได้บรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้าไว้ เล่ากันว่าเมื่อครั้งใดที่ พระเจ้าบุเรงนองจะออกทำศึกจะทรงสักการะขอพรจากพระธาตุนี้ทุกครั้ง และเมื่อครั้งสมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้เสด็จมายังที่หงสาวดีนั้นก็ได้ทำการสักการะพระธาตุนี้ด้วย

4. เมืองแห่งวิถีชีวิตทะเลสาบอิงเล รัฐฉาน

ทะเลสาบแห่งนี้อยู่ท่ามกลางหุบเขาที่สวยงามของรัฐฉาน อยู่ห่างจากเมืองตองยีประมาณ 25 กิโลเมตร เหมาะแก่การมาเที่ยวชมเพื่อการศึกษาถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวพม่าที่เรียกได้ว่ากลมกลืนกับธรรมชาติเป็นอย่างยิ่ง ทะเลสาบแห่งนี้เป็นที่อยู่อาศัยของกลุ่มชนที่เรียกตนเองว่า ชาวอินทา (Intha) ชนเผ่านี้อาศัยอยู่ในทะเลสาบอินเลมานานนับร้อยปีแล้ว โดยใช้ชีวิตอยู่ท่ามกลางการทำเกษตรบนเกาะวัชพืชที่พวกเขาสร้างขึ้นมาจากกลางลำน้ำในทะเลสาบ การทำประมง ในทะเลสาบเป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะวิธีการหาปลานั้น เรียกได้ว่าไม่มีชาวประมงที่ไหนในโลกสามารถเลียนแบบได้ นี่เป็นหนึ่งในสถานที่มหัศจรรย์ที่ควรไปเยี่ยมชมเยือน ส่วนในเรื่องของที่พักนั้น จัดได้ว่ามีอยู่หลากหลายมากเนื่องจากบรรยากาศที่ค่อนข้างเย็นสบายและทัศนียภาพทะเลสาบที่สวยงามมาก ทำให้มีบรรดารีสอร์ตต่างๆก่อสร้างขึ้นมากมายบริเวณโดยรอบ

5. พระบรมธาตุชเวดากองเมืองย่างกุ้ง (SHWEDAGON PAGODA)

พระมหาเจดีย์ทองคำที่งดงามตั้งเด่นเป็นสง่าอยู่ใจกลางเมืองย่างกุ้ง มีความสูงประมาณ 109 เมตร ประดิษฐานอยู่บนเนินดินที่ชื่อ “SINGUTTARA” ซึ่งมีลานรูปสี่เหลี่ยมและเป็นเนินที่สูงที่สุดในเขตปริมณฑลเมืองย่างกุ้งมีความยาวโดยรอบ ประมาณ 473 เมตร รอบฐานพระมหาเจดีย์รายล้อมไปด้วยเจดีย์องค์เล็กๆ อีกร้อยองค์ มีซุ้มประตูสี่ด้านยอดฉัตรองค์พระมหาเจดีย์ประกอบด้วยเพชรและพลอยมากมาย นับเป็นงานสถาปัตยกรรมฝีมือช่างพม่าที่งดงามหาที่เปรียบมิได้ สันนิษฐานว่าเริ่มก่อสร้างขึ้นตั้งแต่สมัยพุทธศตวรรษแรกๆ เชื่อกันว่าภายในองค์พระมหาเจดีย์ได้บรรจุเส้นพระเกศาธาตุของพระพุทธเจ้าจำนวน 8 เส้น พระมหาเจดีย์นี้ยังคงฐานะของพุทธสถานอันเป็นที่พึ่งทางใจของคนพม่าในทุกชั้นวรรณะทุกเพศทุกวัย

6. เมืองท่องเที่ยวเมาะละหม่ง

การท่องเที่ยวเมืองเมาะละหม่ง หรือ เมาะลาล์ย (Mawlamyine) อีกหนึ่งเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และยังคงเป็นเมืองที่สำคัญในสมัยยุคอาณานิคม ปัจจุบันเป็นเมืองหลวงของรัฐมอญ (Mon State) หนึ่งในรัฐที่ตั้งอยู่ทางใต้ของประเทศพม่า นอกจากนี้แล้วเมืองเมาะละหม่ง ยังเป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ พม่าอีกด้วย สถานที่ที่น่าสนใจคือ 1. สะพานตานลวิน (สาละวิน) 2. อาคารเก่าแก่สถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียลสไตล์ 3. วัดเจ็ดลานาบรรจุพระเกศาธาตุและพระทันตธาตุ 4. พิพิธภัณฑ์มอญ 5. วัดปาวินแสงต่อวริยะพระนอนที่ใหญ่ที่สุดในโลก

3. แหล่งท่องเที่ยวทะเล

1.เกาะมริด (Mergui หรือ Myeik)

เป็นกลุ่มเกาะในประเทศพม่า ประกอบด้วยเกาะมากกว่า 800 เกาะ มีขนาดใหญ่เล็กแตกต่างกันไป ตั้งแต่ขนาดเล็กมากไปจนถึงพื้นที่ 100 ตร.กม. อยู่ในทะเลอันดามัน นอกชายฝั่งทางใต้ของประเทศ เกาะใหญ่สุดคือ เกาะมาลี ตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุด และเกาะขนาดใหญ่อื่นๆ ได้แก่ เกาะคาคัน เกาะทายอ ทาดานจี เกาะตอง เกาะชากันทิต เกาะเบนทิงก์ เกาะกันมอคยูน เกาะเลตชอกอ และเกาะลานปี กลุ่มเกาะเหล่านี้มีประชากรอาศัยอยู่เบาบาง

2.เกาะสอง (Kawthaung)

ในขณะนั้นชาวศรีลังกาได้ของประเทศ เป็นกลุ่มเกาะในประเทศพม่า ประกอบด้วยเกาะมากกว่า 800 เกาะ มีขนาดใหญ่เล็กแตกต่างกันไป ตั้งแต่ขนาดเล็กมากไปจนถึงพื้นที่ 100 ตร.กม. อยู่ในทะเลอันดามัน มีหาดทรายสวยงามที่มีชื่อเสียง มีแนวปะการังใต้ผืนน้ำที่มีสีสันสดใส มีน้ำตกลึกๆ ที่น้ำไหลตก ตลอดทั้งปี มีชาวเลเข้าไปอาศัยเป็นบางฤดูนอกชายฝั่งทางใต้ของประเทศ เกาะใหญ่สุดคือ เกาะมาลี ตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุด และเกาะขนาดใหญ่อื่นๆ ได้แก่ เกาะคาคัน เกาะทายอทานจี เกาะตอง เกาะชากันทิต เกาะเบนทิก เกาะกันมอคุน เกาะเลตซอกอ และเกาะลานปี กลุ่มเกาะเหล่านี้มีประชากรอาศัยอยู่เบาบางนักท่องเที่ยวมักจะตื่นตากับทัศนียภาพอันสวยงามอย่างน่าอัศจรรย์เช่นที่ เคยเป็นอยู่เมื่อ 2 ศตวรรษก่อน ยังมีป่าเขตร้อนที่เขียวชอุ่มทั้งปี มีลำธารน้ำตกเคียวกววนไปตามป่าชายเลน มีถ้ำลอด น้ำตกเหมาะสำหรับพายเรือคายัค หรือเรือยางเที่ยวชม เกาะส่วนใหญ่ไม่มีคนอยู่อาศัยประจำ ทะเลสีครามรอบๆ ยังถูกขุมด้วยปลาประเภท “บิกเกม” หลากชนิดเป็นที่ปรารถนาของนักกีฬาตกปลาจากทุกสารทิศทั่วโลก

3.เกาะพิลา (Phila หรือ คูณพิลา)

เกาะดังกล่าวเป็น 1 ใน 4 เกาะที่มีหาดทรายสวยงาม และขึ้นทะเบียนเป็นเขตวนอุทยานทางทะเลในปี 2539 พิลาคือหนึ่งใน 5 เกาะที่ได้รับการคุ้มครองเช่นเดียวกับเกาะลันปี (Lanpi) วาอะเล (Wa ahlei) เบอะเชะ (Bo Cho) และเกาะนองวี (Nyaung Wee)

4.หาดฮาปาลี (Ngapali Beach)

ชายหาดแห่งนี้อยู่ในเขตพื้นที่ของจังหวัดตังแตว(Thandwe) จังหวัดในเขตปกครองของรัฐยะไข่ (Rakhine) รัฐที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของประเทศสหภาพพม่า ชายหาดอยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 7 กิโลเมตร (4 ไมล์) โดยชายหาดนั้นทอดยาวขนานไปกับชายฝั่งประมาณ 3 กิโลเมตร (2 ไมล์) และสามารถมองเห็นมหาสมุทรอินเดีย (Indian Ocean) ได้อย่างชัดเจนอีกด้วย นอกจากนี้บริเวณชายหาดฮาปาลียังเป็นที่ตั้งของหมู่บ้าน ชาวประมง สถานที่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ชมการประมงแบบพื้นบ้าน การตกปลาริมชายหาด รวมไปถึงการขนส่งโดยการไต่หวาย ที่พักในบริเวณหาดฮาปาลีนั่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของพม่า โรงแรมและรีสอร์ทจำนวนมากแห่งไว้ คอยบริการนักท่องเที่ยวแต่ก็ยังถือว่าไม่มากจนเกินไปนักซึ่งแต่ละแห่งก็ล้วนมีความแตกต่างกันไปตามคุณภาพของที่พักโดยอาจมีทั้งราคา เบาๆ ไปจนถึง แพงสุดๆ

5.หาดฮเวซวง (Ngwe Saung Beach)

คืออีกหนึ่งชายหาดสีเงินที่มีชื่อเสียงของประเทศพม่า เป็นหาดที่อยู่ในเขตพื้นที่ของหมู่บ้านฮเวซวง (Ngwesau Village) หมู่บ้านรีสอร์ทที่มีชื่อเสียง ซึ่งตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของเมืองปะเต็น (Patheingyi) ซึ่งเป็นเมืองในเขตอิระวดี (Ayeyarwaddy Region)

หาดฮเวซวง อยู่ห่างจากเมืองปะเต็นไปทางทิศตะวันตก ประมาณ 48 กิโลเมตร สามารถเดินทางจากย่างกุ้ง (Yangon) โดยใช้เวลาประมาณ 5 ชั่วโมง ด้วยคุณสมบัติ ของชายหาดที่ขาวสะอาดและทะเลสีฟ้าใสคล้ายๆกับหาดฮาปาลี รวมไปถึงราคาที่พอกั๊กกว่าหาดฮาปาลี นั้นจึงส่งผลให้หาดฮเวซวงเป็นชายหาดยอดนิยมสำหรับคนที่ มีงบน้อยและต้องการความเงียบสงบ

6.หาดชวงทา” หรือ “หาดเซาทา” (Chaung Tha Beach)

คืออีกหนึ่งชายหาดที่มีชื่อเสียงของพม่า เนื่องจากการเพิ่งมีการเปิดให้เที่ยวชมเมื่อไม่นานมานี้เป็นชายหาดที่อยู่ในเขตพื้นที่ของหมู่บ้านชวงทา (Chaungtha

Village) ในเมืองปะเต็น (Patheingyi) ซึ่งเป็นเมืองในเขตอิระวดี (Ayeyarwaddy Region) โดยหมู่บ้านชวงทานั้นได้รับการยอมรับว่าเป็นบรีสอร์ตที่มีชื่อเสียงมาก แห่งหนึ่งของประเทศพม่า นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจาก ย่างกุ้ง(Yangon) โดยใช้เวลาประมาณ 5 ชั่วโมง โดยฤดูกาลท่องเที่ยวคือในช่วงระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนเมษายนของทุกปี

หาดชวงทา มีชื่อเสียงในด้านอาหารทะเลสดๆที่ราคาสามารถต่อรองได้ (แล้วแต่ความสามารถในการต่อรองของลูกค้า) รวมไปถึงเป็นชายหาดแห่งเดียวในพม่าที่มีเจดีย์ ขนาดเล็กตั้งอยู่ริมทะเล โดยเจดีย์ถูกสร้างขึ้นบนภูเขาหินปูนขนาดเล็กซึ่งอยู่บริเวณทางตอนใต้สุดของหาด นอกจากนี้แล้วบริเวณหาดชวงทายังมีหมู่บ้านชาวประมง จุดขายสินค้าที่ระลึกจำพวกเปลือกหอยทะเล รวมไปถึงป่าโกงกางยักษ์ ที่ถือว่าเป็นอีกหนึ่งจุดท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

4. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีสงกรานต์ / ปีใหม่

1. เทศกาลดิงยาน เทศกาลน้ำตามประเพณีของพม่า ประชาชนต่างซื้อของประดับตกแต่ง รวมทั้งอาหารเพื่อเตรียมไว้บริโภคในช่วงวันหยุดงาน เทศกาลน้ำนาน 4 วัน และเทศกาลปีใหม่อีก 6 วัน ที่เริ่มตั้งแต่วันที่ 12 เม.ย.ไปจนถึงวันที่ 21เม.ย.โดยเทศกาลดิงยานของพม่านั้นจะเฉลิมฉลองกันเป็นเวลานาน 4 วัน ตั้งแต่วันที่ 13-16 เม.ย.ก่อนวันปีใหม่ที่จะตรงกับวันที่ 17 เมษายน ตามปฏิทินจันทรคติของพม่า
2. ปีใหม่ชวานากา ในแต่ละปี ชวานากากว่า 400 ชีวิตจาก 20 หมู่บ้านมารวมตัวจัดเทศกาลปีใหม่อีกขึ้นเป็นเวลา 2 วันในเดือนมกราคม วันแรกเป็นการซ้อมเล่นรำพื้นบ้าน ส่วนวันที่สองเป็นวันจริงโดยชวานากาจะเล่นระบำในตอนบ่ายและตอนค่ำต่อหน้าผู้ชมที่มาร่วมงาน

ประเพณีทางศาสนา

1. งานไหว้พุทธเจดีย์ประจำปี ซึ่งแต่ละที่มักนิยมจัดในเดือนหลังออกพรรษา ถือเป็นงานเฉลิมฉลองที่สนุกสนาน และได้ทำบุญสร้างกุศลด้วย
2. ประเพณีปอยสา่งลอง (Poy Sang Long) หรืองานบวชลูกแก้วประเพณีปอยสา่งลอง หรือที่เรียกว่า “งานบวชลูกแก้ว” เป็นงานประเพณีประจำปีของชาวกูไต หรือไทใหญ่ ซึ่งได้มีการจัดสืบทอดกันมายาวนาน คำว่าปอย แปลว่า งาน ซึ่งหมายถึง งานเทศกาล งานรื่นเริง งานมงคลต่าง ๆ สา่ง แปลว่า พระ-เณร และ ลอง มาจาก คำว่า อะลอง แปลว่า กษัตริย์ราชา เกี่ยวกับเจ้าแผ่นดิน เมื่อรวมกันก็หมายถึงงานเตรียมบวชเป็นพระเณรของเด็กที่แต่งตั้งเป็นกษัตริย์หรือราชานั่นเองโดยงาน “ปอยสา่งลอง” จะนิยมจัดในช่วงระหว่างเดือนมีนาคม ถึง เดือนพฤษภาคมของทุกปี เนื่องจากเป็นช่วงที่ชาวบ้านมีเวลาว่างเว้น หลังจากเก็บเกี่ยวพืชผลเกษตรในไร่แล้วเสร็จ ประกอบกับเป็นช่วงปิดเทอมปิดภาคเรียนของเด็กๆ สาเหตุที่ชาวไทยใหญ่ได้จัดงานนี้ก็เพราะต้องการให้บุตรหลานได้มีโอกาสบรรพชา เป็นพระภิกษุสามเณรเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา ดังจะเห็นได้ว่าชายชาวไทยใหญ่ที่นับถือพระพุทธศาสนา ล้วนจะได้ผ่านการบวชเป็นพระหรือสามเณรจากงานประเพณีปอยสา่งลองนี้กันมาแทบทั้งสิ้น
3. เทศกาลบูชาต้นสองพี่น้องแห่งตองปะโยง ช่วง เดือนสิงหาคมนั้น กำหนดวันประกอบพิธีไว้เพียง ๖ วัน แต่ผู้คนจะเริ่มทยอยมาล่วงหน้าก่อนวันงานราว ๘ วัน งานจึงเริ่มตั้งแต่วันที่ ๓ ค่ำ และหลังงานรับไหว้ขมาที่จัดในช่วงขึ้น 10-15 ค่ำนั้นจะต่อด้วยงานฉลองและปิดทองรูปสลักนาคอีก 7 วัน และจบด้วยการนิมนต์พระสงฆ์มาสวดพระปริตรในวันแรม ๘ ค่ำ ซึ่งเป็นวันสุดท้ายของเทศกาล รวมวันงานบูชาต้นตองปะโยงทั้งสิ้น 22 วัน ช่วงเทศกาลนี้ผู้คนจะมากันเนืองแน่นเป็นเรือนแสน เหล่าพ่อค้าแม่ค้าและบรรดารางวัลจะมารอแรมปูลูกร้านค้าและตั้งศาลกันก่อนจะมี

ปะรำทรงเจ้าอยู่มากร่วมหนึ่งพันแห่ง และวงปี่พาทย์พม่าราว 70 วง มาชุมนุมกัน วันงานหมู่บ้านต้องปะโยง ซึ่งเรียบสงมาเกือบตลอดปี จะกลับพื้นตัว กลายเป็นย่านธุรกิจที่เนืองแน่นไปด้วยผู้คนจากทุกภาคของพม่า

ประเพณีทางสายน้ำ

เทศกาลต่างๆ

เทศกาลจ็อกเซ หรือเทศกาลช้าง จะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันที่ 11-12 ตุลาคม ถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อเป็นอนุสรณ์ในการรำลึกถึงการสร้างเจดีย์ Shew Tha Lyaung ที่จ็อกเซ (Kyaukse) โดยประวัติความเป็นมาของการเจดีย์นี้คือ ในช่วงศตวรรษที่ 9 กษัตริย์ Anawratha ของเมืองพุกามในตอนนั้น ได้เสด็จผ่านมายังจ็อกเซทรงเห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ ชลประทานที่ดีของเมืองนี้ จึงโปรดที่จะสร้างเจดีย์ขึ้นที่นี่ พระองค์จึงทรงนำพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ที่ใช้ในการสร้างพระเจดีย์ผูกติดกับช้าง และปล่อยให้มันเดินขึ้นเขาเพื่อชี้จุดในการสร้างพระเจดีย์

ไฮไลท์ของเทศกาลนี้คือการเดินรำของช้าง ซึ่งแสดงโดยคน! โดยใช้คนสองคนในการแต่งตัวให้มีลักษณะคล้ายกับช้าง เดินด้วยท่วงท่าที่สวยงามและกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงความสามารถของคนกับช้างได้เป็นอย่างดี โดยการเดินรำจะเดินไปรอบๆเมือง โดยมีบรรยากาศของทุ่งนาสีเขียวขจีโอบล้อมอยู่เป็นระยะๆ

อีกหนึ่งความน่าสนใจคือเครื่องประดับและเครื่องแต่งกายที่มีความแปลกตา สวยงาม โดยถูกตกแต่งด้วยไม้ไผ่บางๆที่ตัดอย่างประณีต ขึ้นโครงให้เหมือนกับช้างมากที่สุด ผ่าพื้นเมืองทอลายที่เป็นเอกลักษณ์ และกระดาดาสีสันสดใส บรรจงตกแต่งลงไปด้วยพิถีพิถัน

5. กีฬาประจำชาติ

ชินลง

นั่นเป็นกีฬาประจำชาติของพม่า ชินลงเป็นกีฬาที่เล่นเพื่อความสวยงาม ไม่ใช่กีฬาที่เล่นเพื่อเอาการแข่งขันการเอาชนะกัน ชินลงเล่นคล้ายตะกร้อ แต่เล่นเป็นวงกลม เล่นกันเป็นทีม ทีมหนึ่งมี6คน โดยจะมีผู้เล่นคนหนึ่งอยู่ตรงกลางของวง จะเล่นท่าที่สวยงาม เหมือนกับการโชว์ลีลา เทคนิค ความสามารถของทีมนั้นๆ และเพื่อนๆอีก5คนที่ล้อมอยู่จะเป็นคนที่คอยช่วย คอยสนับสนุนคนกลาง และถ้าคนตรงกลางเหนื่อย สามารถเปลี่ยนตัวกับคนอื่นได้ ท่าของชินลงนั้นมีมากกว่า 200 ท่า





Myanmar

บันทึกการสำรวจ
ย่างกุ้ง - มัณฑะเลย์

พม่า หรือ เมียนมา มีชื่อทางการว่า สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า หรือ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา (อังกฤษ: Republic of the Union of Myanmar; เป็นรัฐเอกราชในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพรมแดนติดกับอินเดีย บังกลาเทศ จีน ลาว และไทย หนึ่งในสามของพรมแดนพม่าที่มีความยาว 1,930 กิโลเมตรเป็นแนวชายฝั่งตามอ่าวเบงกอลและทะเลอันดามัน ด้วยพื้นที่ 676,578 ตารางกิโลเมตร ประเทศพม่าเป็นประเทศที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 40 ของโลก และใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พม่ายังเป็นประเทศที่มีประชากรมากเป็นอันดับที่ 24 ของโลก โดยมีประชากรกว่า 60.28 ล้านคน ตั้งแต่ พ.ศ. 2505 ถึง 2554 ประเทศพม่าอยู่ภายใต้ระบอบเผด็จการทหาร คณะผู้ยึดอำนาจการปกครองถูกยุบอย่างเป็นทางการใน พ.ศ. 2554 หลังการเลือกตั้งทั่วไปใน พ.ศ. 2553 และมีการตั้งรัฐบาลพลเรือนในนามแทน แต่ทหารยังมีอิทธิพลอยู่มาก





Laos Vietnam Traveling Link Thailand



2) ข้อมูลประเทศลาว

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีระบบการปกครองแบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ (ทางการลาวใช้คำว่า ระบอบประชาธิปไตยประชาชน) โดยมีพรรคประชาชนปฏิวัติลาวเป็นองค์กรชั้นนำประเทศ

ภูมิประเทศ

เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเลในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพื้นที่ 236,800 ตารางกิโลเมตร มีพรมแดนติดต่อกับจีน ทางทิศเหนือ ติดต่อกับพม่าทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ติดต่อกับเวียดนามทางทิศตะวันออก ติดต่อกับกัมพูชาทางทิศใต้ และติดต่อกับประเทศไทยทางทิศตะวันตก กั้นด้วยแม่น้ำโขงเป็นบางช่วง

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 6,850,345 คน

การเดินทาง

การขนส่งทางบก เดินทางจากกรุงเทพ สู่ จังหวัด หนองคาย โดยรถโดยสารปรับอากาศ จากหมอชิด ทุกวัน การขนส่งทางน้ำ ล่องเรือแม่น้ำโขง เชียงของ-หลวงน้ำทา-ท่าทราย-ปากแบง-หลวงพระบาง

การขนส่งทางอากาศ 1.เวียงจันทน์ 2. หลวงพระบาง

ชาติพันธุ์

มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ส่วนที่เหลือเป็นพวกไทขาว ไทดำ และกลุ่มที่อาศัยอยู่ในบริเวณภูเขา ได้แก่ ม้ง เย้า และชา

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

- หลวงพระบาง 1. วัดเชียงทอง 2. วัดแสนสุขาราม 3. วัดใหม่สุวรรณภูมาราม 4. พระราชวังหลวงพระบาง 5. วัดวิชุนราช นครเวียงจันทน์ 1. หอพระแก้ว 2. ประตูลี้

ศาสนาหลัก

พุทธ

3) ข้อมูลประเทศเวียดนาม

เวียดนามมีชื่อเสียงมากโดยเฉพาะอารยธรรมยุคหินใหม่ ที่มีหลักฐานคือ กลองมโหระทึกสำริด และชุมชนโบราณที่ ดงเซิน เขตเมืองแทงหวา ทางใต้ของปากแม่น้ำแดง สันนิษฐานว่าบรรพบุรุษของชาวเวียดนามโบราณผสมผสานระหว่างชนเผ่ามองโกลอยด์เหนือจากจีนและใต้

ภูมิประเทศ

ตั้งอยู่ทางด้านตะวันออกสุดของคาบสมุทรอินโดจีน มีพรมแดนติดกับประเทศจีน ทางทิศเหนือ ประเทศลาว และประเทศกัมพูชา ทางทิศตะวันตก และอ่าวตังเกี๋ย ทะเลจีนใต้ ทางทิศตะวันออกและใต้

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 90,545,390 คน

การเดินทาง

การขนส่งทางบก รถบัสหรือรถตู้ลาว สะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว ที่จังหวัดหนองคาย และ มุกดาหาร

- การขนส่งทางอากาศ 1.โฮนอย ในกรุงฮานอย, 2.ดินเซินเลี้ยว โฮจิมินห์ 3.ดานัง นครดานัง

ชาติพันธุ์

จาม, ชาวม่าน, ชิ่นลาว, ญวน, ต่ายโจ, ต่ายสาพา, ไทฮ่างตง, ไท, ไทขาว, นาง, นุง, ปู้, ผู้เอิน, ไทลื้อ

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

1. ฮานอย 2. สุสานโฮจิมินห์ 3. ฮาลองเบย์ 4.ซาปา 5. ฮอยอัน 6. อุโมงค์วินห์ม็อก 7. พระราชวังเว้ 8. วัดเทียนมู่ 9. ชุ่ยเทียน 10. ทะเลสาบพาราไดซ์

ความสัมพันธ์ ระหว่าง ไทย-ลาว-เวียดนาม



ประเทศลาว

1. ชาตินัพนธ์ ชนเผ่า

ชาตินัพนธ์ทั้งสิ้น 149 กลุ่ม โดยเป็นเชื้อชาติหลักๆ 47 กลุ่ม รัฐบาลลาวจะใช้คำว่าชนชาติส่วนน้อยในการกล่าวถึงกลุ่มชาตินัพนธ์อื่นที่ไม่ใช่ลาว แต่จะไม่ใช้คำว่าชนพื้นเมือง[1] มีการใช้ภาษาต่างกันถึง 82 ภาษา กลุ่มที่สำคัญได้แก่ ลาว 55% ชาวขมุ 11% ชาวม้ง 8% ชาวเวียดนาม 2% กลุ่มอื่นๆ 26%

ชนชาตินัพนธ์

ลาวลุ่ม หมายถึง ชนเผ่าที่อาศัยอยู่ตามพื้นที่ราบลุ่มใกล้แม่น้ำโขง ใช้ภาษาตระกูลไท-ลาว คิดเป็นร้อยละ 70 ของประชากรทั้งหมด เช่น ไทลาว ไทเหนือ ไทแดง ไทขาว ผู้ไท ลาวพวน ไทลื้อ เป็นต้น

ลาวเทิง เป็นกลุ่มชนเผ่าที่อาศัยบนพื้นที่ที่มีความสูงไม่เกิน 1,000 เมตรคิดเป็นประชากรร้อยละ 20 ของประเทศ เช่น สิดา ป่าแะ ละแนด ฯลฯ

ลาวสูง คือ พวกสาวขาวเขาเป็นประชากรส่วนน้อยอาศัยอยู่บนเทือกเขาสูงคิดเป็นประชากรร้อยละ 10 ของประเทศ ส่วนใหญ่เป็นชาวม้งและเผ่าอื่นๆ เช่น มูเซอ ก่อ กุ่ย เป็นต้น

2. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีสงกรานต์ / ปีใหม่

เดือนห้า : บุญสงกรานต์ ช่วงที่จัด : ตรุษสงกรานต์

ลักษณะงาน : นับเป็นงานที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากที่สุดและยังถือเป็นวันปีใหม่ของลาวเช่นเดียวกับของไทย

วันแรกของงานเรียกว่า “วันสงขารล่อง” ชาวหลวงพระบางจะไปจับจ่ายซื้อของและธูปพระพุทธรูป เพื่อไปปักกองเจดีย์ทรายริมแม่น้ำโขง ตกเย็นมีการลอยกระทง ภายในกระทงบรรจุกล้วย ชิง ข้าวดำ ข้าวแดง ดอกไม้ ใบพลู รูปเทียน ดอกดาวเรือง ผสมและเล็บของผู้ลอย อธิษฐานให้ทุกข์โศกโรคภัยลอยไปกับกระทง

วันที่สอง เรียกว่า “วันเนา” ช่วงเช้ามีการแห่รูปหุ่นเชิดปู่เยอย่าเยอและสิงห์แก้ว สิงห์คำ ช่วงบ่ายขบวนแห่ซึ่งนำโดยปู่เยอย่าเยอ ผู้เฒ่าผู้แก่ หัวหน้าหมู่บ้านแต่ละหมู่บ้าน ขบวนพระสงฆ์ นางสงกรานต์ (นางวอ) ชีส์ตวัพาหนะบนรถแห่ ปู่เยอย่าเยอก็จะพ้อนรำ อวยพระให้ลูกหลาน

วันที่สาม เรียกว่า “วันสังขารขึ้น” ชาวหลวงพระบางทำข้าวเหนียวนึ่งและขนมลูกกวาด พากันเดินขึ้นภูษี ภูเขาสูงกลางเมืองหลวงพระบาง ระหว่างเดินจะวางข้าวเหนียวและขนมไว้ตามหัวเสาบันไดจนถึงองค์พระธาตุ วิธีการนี้เรียกว่าเป็นการตักบาตรภูษี มีการโยนข้าวเหนียวลงป่าข้างองค์พระธาตุเป็นการให้ทาน ช่วงบ่ายมีขบวนแห่ทางสังขารและอัญเชิญศิระท้าวภิลพรหมจากวัดเชียงทองไปยัง วัดวิซุน มีการสรงน้ำพระที่วัดวิซุน

วันที่สี่ นับเป็นวันสำคัญอีกวันหนึ่งมีการแห่พระบาง พระพุทธรูปคู่เมืองหลวงพระบาง ปีหนึ่งจะอัญเชิญออกมาให้ชาวเมืองสรงน้ำ พระบางนี้จะประดิษฐานอยู่ที่วัดใหม่เป็นเวลา 3 วัน 3 คืน จากนั้นจะอัญเชิญกลับหอพิพิธภัณฑสถานเหมือนเดิม

ประเพณีทางศาสนา

1. ฮีตสิบสอง เป็นงานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา

• ฮีต หมายถึง จาริต

• สิบสอง หมายถึง เดือนทั้ง 12 เดือนในรอบหนึ่งปี

ชาวหลวงพระบางมีงานประเพณีครบทั้งสิบสองเดือนในหนึ่งปี

2. การตักบาตรข้าวเหนียว ถือเป็นจุดเด่นของเมืองหลวงพระบาง ซึ่งโดยปกติแล้วนิยมใส่บาตรด้วยข้าวเหนียวเพียงอย่างเดียว เพราะเมื่อถึงเวลาฉัน ชาวบ้านจะยกสำรับกับข้าวไปถวายที่วัด เรียกว่า “ถวายจันทน์” โดยเวลาใส่บาตรจะนั่งคุกเข่าและผู้หญิงต้องนุ่งซิ่น ส่วนผู้ชายนุ่งกางเกงขายาว และมีผ้าพาดไหล่ไว้สำหรับเป็นผ้ากราบพระเหมือนกัน

ประเพณีทางสายน้ำ

• เดือนเก้า : บุญห่อข้าวประดับดิน การสรงเฮือ และการล่องเฮือไฟ

ช่วงที่จัด : เดือนเก้า

ลักษณะงาน : บุญห่อข้าวประดับดิน เป็นการทำพิธีกรรมอุทิศส่วนกุศลให้กับวิญญาณบรรพบุรุษ และวิญญาณไร้ญาติให้ออกมา

รับส่วนบุญ ชาวบ้านจะนำอาหารหวานคาว บุหรี่ หมาก พลุ ใส่ลงในกรวยใบตองไปวางตามพื้นดินหรือใต้ต้นไม้บริเวณริ้วบ้าน ริ้ววัดการสรงเฮือ สรงหมายถึง แข่งขัน เฮือ หมายถึง เรือเป็นงานบุญแข่งเรือประจำปีเดือนเก้าทุกคุ้ม (หมู่บ้าน) จะนำเรือเข้าแข่งขัน ในอดีตการแข่งขันเรือถือเป็นการเล่นกีฬาเพื่อต่อสู้ชิงที่มาจากทางน้ำปัจจุบันนับเป็นงานบุญที่สนุกสนานงานหนึ่งของชาวหลวงพระบาง

3. กีฬาประจำชาติ

กีฬาพื้นบ้านลูกข่าง

เป็นกีฬาสถิตในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ครั้งที่ 25 ซึ่งประเทศลาวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน มีวิธีการเล่นเหมือนกับประเทศไทยลูกข่างถือเป็นการเล่นชนิดหนึ่ง ที่มีการเล่นโดยการผูกด้วยเชือก และขว้างลูกข่างลงพื้นให้เกิดการหมุน โดยมีการฝึกการเล่น

(1) หากขว้างลูกข่างไม่หมุนหรือออกนอกวงถือว่าแพ้

(2) ผู้แพ้จะต้องนำลูกข่างของตนวางในวงกลมเพื่อให้คนอื่นใช้ลูกข่างที่พันเชือกขว้างไปบนลูกข่างนั้นเป็นการลงโทษ

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่น

1. ลูกข่าง ส่วนมากจะทำจากไม้มะยมกลึงมีตะปูเป็นเดือยแหลมตรงกลางคนละ 1 ลูก

2. เชือกยาวประมาณ 40-50 เซนติเมตร ปลายเชือกด้านหนึ่งผูกด้วยไม้ หรือร้อยด้วยฝาเบียร์

3. วงกลมขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 50-60 เซนติเมตร

วิธีเล่น

ในการเล่นลูกข่างไม่จำกัดจำนวนผู้เล่น ก่อนเล่นจะขีดวงกลมขนาด 50-60 เซนติเมตรบนพื้นดิน แล้วจัดลำดับการเล่นตามวิธีการจัดลำดับก่อนการเล่นดังกล่าวแล้วก่อนเล่นทุกคนใช้เชือกพันลูกข่างของตน โดยพันจากปลายเดือยขึ้นมาจนถึงตัวลูกข่าง แล้วถือชายหนึ่งไว้ระหว่างขอกนิ้วชี้และนิ้วกลาง ส่วนหัวแม่มือห้อยรองรับปลายเดือยลูกข่างไว้ เมื่อเริ่มเล่นผู้เล่นจะขว้างลูกข่างตกถึงพื้น จะหมุนหากลูกข่างของผู้ใดไม่หมุน หรือออกนอกวงถือว่าแพ้จะถูกทำโทษด้วยการให้เจ้าของลูกข่างนำลูกข่างของตนวางไว้ในวงกลม ให้ผู้อื่นนำลูกข่างที่พันเชือกเตรียมไว้ขว้างลงบนลูกข่างนั้นเรียกว่า “โจ้ลูกข่าง” ทีละคน หากลูกข่างทำจากไม้มีตะกั่ว แต่ทำจากไม้มะยมจะเป็นเพียงรอยเจาะเท่านั้น



Laos

บันทึกการสำรวจ
เวียงจันทน์ - หลวงพระบาง

ลาว (ลาว: หรือชื่ออย่างเป็นทางการ คือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเลในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพื้นที่ 236,800 ตารางกิโลเมตร มีพรมแดนติดต่อกับจีน ทางทิศเหนือ ติดต่อกับพม่าทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ติดต่อกับเวียดนามทางทิศตะวันออก ติดต่อกับกัมพูชาทางทิศใต้ และติดต่อกับประเทศไทยทางทิศตะวันตก กันด้วยแม่น้ำโขงเป็นบางช่วง ทิศเหนือ ติดกับประเทศจีน (423 กิโลเมตร) ทิศตะวันออก ติดกับประเทศเวียดนาม (2,130 กิโลเมตร) ทิศใต้ ติดกับประเทศไทย (1,754 กิโลเมตร) และประเทศกัมพูชา (541 กิโลเมตร) ทิศตะวันตก ติดกับประเทศไทย (1,754 กิโลเมตร) และประเทศพม่า (235 กิโลเมตร) ความยาวพื้นที่ประเทศลาวตั้งแต่เหนือจรดใต้ยาวประมาณ 1,700 กว่ากิโลเมตร ส่วนที่กว้างที่สุดกว้าง 500 กิโลเมตร และที่แคบที่สุด 140 กิโลเมตร



ประเทศเวียดนาม

1. ชาตินักรบ ขนเผ่า

1. จาม
2. ชาวม่าน
3. ซีนลาว
4. ญวน (กลุ่มชาตินักรบ)
5. ต่ายโจ
6. ต่ายสาพา
7. ไทฮ่างตง
8. ไท
9. ไทขาว
10. นาง
11. ญิง
12. ปู้ฮือ
13. ผู้เฒ่า

2. แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก

อุทยานแห่งชาติฟงเงา-เคบัง (Phong Nha-Ke Bang National Park)

อุทยานแห่งชาติแห่งนี้มีวิวัฒนาการมาตั้งแต่ยุคครีตเชียส (ราว 400 ล้านปี) ดังนั้นบริเวณนี้จึงเป็นพื้นที่ที่มีประเทศแบบหินปูนที่เก่าแก่ที่สุดในเอเชีย เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของพื้นผิวโลกอย่างมาก ภูมิทัศน์ของอุทยานมีความซับซ้อนด้วยรูปแบบทางธรณีวิทยาหลากหลาย บริเวณที่กว้างขวางทอดยาวไปถึงชายแดนของสาธารณรัฐประชาชนลาวนั้น เต็มไปด้วยหินรูปร่างต่าง ๆ รวมถึงถ้ำและแม่น้ำใต้ดินความยาว 65 กิโลเมตร

สถานที่ศักดิ์สิทธิ์หมีเซิน (My Son Sanctuary)

เป็นโบราณสถานที่อยู่ในช่วง ระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 4-13 (พุทธศตวรรษที่ 9-18) เอกลักษณะวัฒนธรรมซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากศาสนาฮินดูของอินเดียที่พัฒนามาตาม แนวชายฝั่งของเวียดนามในสมัยเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงร่องรอยที่เหลือของวัดที่เป็นหอสูง ตั้งอยู่ในบริเวณที่งดงามของเมืองหลวงด้านการเมืองและศาสนาของอาณาจักรจามใน ยุคนั้นส่วนใหญ่

เมืองโบราณฮอยอัน (Hoi An Ancient Town)

ตั้งอยู่ที่ประเทศเวียดนาม เมืองนี้เป็นตัวอย่างของเมืองท่าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งสร้างตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 15-19 (พุทธศตวรรษที่ 20-24) ที่ได้รับการอนุรักษ์เป็นอย่างดี อาคารต่าง ๆ และการวางผังถนน สะท้อนให้เห็นอิทธิพลของพื้นเมืองและต่างประเทศ ซึ่งได้ผสมผสานกันไว้อย่างมีเอกลักษณ์

หมู่โบราณสถานเมืองเว้ (Complex of Hue Monuments)

เมืองเว้ถูกสร้างเป็นเมืองหลวงของเวียดนาม ในปี คริสต์ศักราช 1802 (พุทธศักราช 2345) เมืองเว้ไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลางทางการเมืองเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางศาสนาและวัฒนธรรมด้วย ภายใต้การปกครองของราชวงศ์เหงียน (Nguyen) จนถึงปี คริสต์ศักราช 1945 (พุทธศักราช 2488) แม่น้ำหอม (Perfume) ไหลคดเคี้ยวผ่านกลางเมืองหลวง เมืองอิมพิเรียล เมืองต้องห้าม (Forbidden Purple City) และเมืองชั้นใน ทำให้เมืองนี้ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติงดงาม

3. แหล่งท่องเที่ยวทะเล

1. อ่าวฮาลอง (Vinh Ha Long)

อ่าวฮาลองประกอบด้วยหมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 1,900 เกาะ และได้รับการประกาศเป็น “มรดกโลก” โดยองค์การยูเนสโก อ่าวแห่งนี้เต็มไปด้วยภูเขาหินปูนมากมาย การล่องเรือชมความงามของเกาะแก่งต่าง ๆ ทั้งเกาะหมา เกาะแมว เกาะไก่ชน ฯลฯ นำท่านชมถ้ำสวรรค์ ชมหินงอกหินย้อยมากมาย ล้วนแต่สวยงามและน่าประทับใจยิ่งนักฮาลองเป็นอ่าวแห่งหนึ่งในพื้นที่ของอ่าวตังเกี๋ย ทางตอนเหนือของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ใกล้ชายแดนติดต่อกับสาธารณรัฐประชาชนจีน มีพื้นที่ทั้งหมด 1,500 ตารางกิโลเมตร และมีชายฝั่งยาว 120 กิโลเมตรอยู่ห่างจากกรุงฮานอยไปทางตะวันออก 170 กิโลเมตร ชื่อตามการออกเสียงในภาษาเวียดนามเขียนได้ว่า “Vinh Ha Long” หมายถึง “อ่าวแห่งมังกรผู้ดำดิ่ง” ในอ่าวฮาลอง มีเกาะหินปูน จำนวน 1,969 เกาะโผล่พ้นขึ้นมาจากผิวน้ำของอ่าวฮาลอง แต่ละเกาะมีต้นไม้ขึ้นอยู่อย่างหนาแน่น หลายเกาะมีถ้ำขนาดใหญ่อยู่ภายใน ถ้ำที่ใหญ่ที่สุดในบริเวณอ่าวฮาลอง คือ ถ้ำเสาไม้ (Hang Đầu Gỗ) หรือชื่อเดิมว่า Grotte des Merveilles ซึ่งตั้งชื่อโดยนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาเยี่ยมชมอ่าวฮาลอง เมื่อปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ภายในถ้ำประกอบไปด้วยโพรงกว้าง 3 โพรง มีหินงอกและหินย้อยขนาดใหญ่อยู่จำนวนมาก เกาะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในบริเวณอ่าว 2 เกาะ คือ เกาะกัตบา และเกาะ Tuan Chau ทั้งสองเกาะนี้มีคนตั้งถิ่นฐานอยู่อย่างถาวร บนเกาะมีโรงแรมและชายหาดจำนวนมากคอยให้บริการนักท่องเที่ยว

ส่วนเกาะขนาดเล็กอื่นๆบางเกาะก็มีชายหาดที่สวยงามที่นักท่องเที่ยวนิยมไป เยี่ยมชม บางเกาะเป็นที่ตั้งของหมู่บ้านชาวประมง และบางเกาะยังเป็นถิ่นอาศัยของสัตว์หลายชนิด เช่น ไก่ป่า ละมั่ง ลิง และกิ้งก่าหลายชนิด เกาะเหล่านี้มักได้รับการตั้งชื่อจากรูปร่างลักษณะที่แปลกตา เช่น เกาะช้าง (Voi Islet) เกาะไก่ชน (Ga Choi Islet) เกาะหลิงคา (Mai Nha Islet) เป็นต้น ตามตำนานพื้นบ้านได้กล่าวไว้ว่า อ่าวฮาลองในอดีตนานมาแล้วระหว่างที่ชาวเวียดนามกำลังต่อสู้กับกองทัพชาวจีนผู้รุกราน เทพเจ้าได้ส่งกองทัพมังกรลงมาช่วยปกป้องแผ่นดินเวียดนาม มังกรเหล่านี้ได้ดำดิ่งลงสู่ท้องทะเลบริเวณที่เป็นอ่าวฮาลองในปัจจุบัน ทำให้มีอัญมณีและหยกพุ่งกระเด็นออก อัญมณีเหล่านี้กลายเป็นเกาะแก่งน้อยใหญ่กระจายอยู่ทั่วอ่าว เป็นเกราะป้องกันผู้รุกราน ทำให้ชาวเวียดนามปกป้องแผ่นดินของพวกเขาได้สำเร็จและก่อตั้งประเทศซึ่งต่อมา ก็คือเวียดนามในปัจจุบัน บางตำนานสมัยใหม่ก็กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันยังมีสัตว์ในตำนานที่ชื่อว่า Tarasque อาศัยอยู่ที่ก้นอ่าวในวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2537 อ่าวฮาลองได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกในการประชุมทะเบียนรายชื่อมรดกโลกครั้งที่ 18 ขององค์การยูเนสโก ที่ประเทศไทย

2. ดานัง (Da Nang)

เป็นเมืองท่าสำคัญของเวียดนามกลางตอนใต้ ตั้งอยู่ริมชายฝั่งทะเลจีนใต้ จัดเป็น 1 ใน 5 เขตการปกครองส่วนท้องถิ่นในเวียดนาม ทิศเหนือติดกับเมืองเว้ ซึ่งเป็นเมืองหลวงเก่าของเวียดนาม ทิศตะวันตกและทิศใต้ติดกับจังหวัดกว๋างนาม ทิศตะวันออกติดกับทะเลจีนใต้ ตั้งอยู่ห่างจากกรุงฮานอยไปทางใต้ 764 กิโลเมตร และห่างจากโฮจิมินห์ซิตี้ไปทางเหนือ 964 กิโลเมตร เมืองดานังตั้งอยู่บนแม่น้ำหาน (Han River) ทางทิศตะวันออกเป็นอ่าวดานังเป็นทะเลมีหาดทรายยาว ทางทิศเหนือและทิศตะวันตกล้อมรอบไปด้วยภูเขาสูง ซึ่งเป็นพรมแดนธรรมชาติอย่างดี เมืองดานังเป็นเมืองท่องเที่ยวเมืองหนึ่งเพราะถูกล้อมรอบด้วยสามมรดกโลกทางวัฒนธรรมคือ เว้ ฮอยอัน และ หมีเซิน (Son My) ดังนั้นดานังถือเป็นศูนย์กลางที่สำคัญในเส้นทางมรดกโลกของเวียดนาม กลางร้านอาหารท้องถิ่นของชาวดานัง เป็นความแปลกใหม่ถึงแม้จะไม่คุ้นปากนักแต่ก็คุ้มค่าในการได้ไปชิมพบเห็นวิธีการกินอีกสถานที่เน้นวิวมองเห็นแม่น้ำ

ห่าน มีอาหารท้องถิ่นให้เลือกมากมาย มีสองบรรยากาศกลางวันและกลางคืน โดยเฉพาะกลางคืนสีไฟจากแม่น้ำห่านสวยงามมาก

3. เกาะนามยู

หมู่เกาะนามยูอยู่ในเขตปกครองของต.นามยูและอานหาย อ.เกาะเกียนหาย จ.เกียนยาง ห่างจากตัวเมืองนครแรกย้ายไปทางทิศตะวันตก 52 ไมล์ทะเลหรือประมาณ 90 กิโลเมตร แม้โครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวก ไม่มีความสะดวกสมบูรณ์เท่ากับบนแผ่นดินใหญ่แต่นามยูได้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเพราะยังคงความเป็นธรรมชาติของหมู่ เกาะน้อยใหญ่ที่มีลักษณะคล้ายกับอ่าวฮาลอง จนได้รับการขนานนามว่าเป็นฮาลอง แห่งที่สองของเวียดนาม

นามยูยัง มีชื่อเรียกอีกชื่อว่า ห่อนเลน หรือกู่จ๋อน เพราะเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในหมู่เกาะเล็กๆรวม 21 แห่งที่ล้อมรอบ โดยแต่ละวันมีเรือข้ามฟากจากเมือง แรกย้าย จ.เกียนยาง ไปยังนามยูเพียงเที่ยวเดียวและใช้เวลาเดินทางประมาณ 5 ชั่วโมงซึ่งเมื่อขึ้นบนยอดเขาที่มีความสูงกว่า 300 เมตรจากระดับน้ำทะเลหมู่เกาะแห่งนี้ดูเหมือนอ่าวฮาลองขนาดย่อมส่วนท่ามกลางเขตทะเลทางทิศตะวันตก ภาคใต้ของเวียดนาม พร้อมทั้งทัศนียภาพของอาอาเงินที่มีชุมชนกว่า 300 ครัวเรือนในเชิงเขาได้ร่ม มะพร้าวที่เขียวชะอุ่ม หมู่เสาหินธรรมชาติที่เกิดขึ้นจากการกัดเซาะของน้ำทะเลและทับซ้อนกันหลายๆ ชั้น ซึ่งถือเป็นผลงานด้านภูมิภาครวมที่ ธรรมชาติได้บันดาลให้ การนั่งรับลมชมวิวยามทราวละเอียดนิ่มนวลขาวเหมือนแป้ง หรือลงเล่นน้ำทะเล และปล่อยอวกาศดื่มด่ำธรรมชาติอย่างเต็มอ้อมจะทำให้จิตใจ มีความสงบ พ้นจากชีวิตที่แออัดและเต็มไปด้วยความวุ่นวาย ในตัวเมือง เมื่อมาเที่ยวหมู่เกาะนามยู นักท่องเที่ยวมักจะพักแรมที่เกาะห่อนาง ห่อนเมา ที่มีโรงแรม บ้านพัก ร้านอาหารและบริการอื่นๆ ชีวิตยามค่ำคืนที่นี่มีความคึกคักมากกว่าช่วงกลางวันด้วยการเข้าออกของเรือ จัปปลาหมึก มองจากที่ไกลๆไฟทุกดวงที่ติดบนเรือแต่ละลำเหมือนดวงดาวที่ส่องแสงสว่างให้ ทะเลมีความงดงาม โรแมนติกยิ่งนัก และการที่ได้นั่งรับลมชมพระอาทิตย์ขึ้นพร้อมเรืออู่กู่หอยปูปลาที่สดๆจาก เรือปล่มงต่างๆแล้วนำไปปรุงเองถือเป็นความสุขอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยวนอกเหนือจากทัศนียภาพที่แสนงามและชีวิตมีความสุขของชาวเกาะนามยู

4. เมืองฮอยอัน (Hội An)

เป็นเมืองขนาดเล็กริมฝั่งทะเลจีนใต้ ทางตอนกลางของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดกว่านนาม มีประชากรอาศัยอยู่ราว 80,000 คน ในอดีตเคยเป็นเมืองท่าที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ Trieu Chau Assembly Hall ใน สมัยของอาณาจักรจามปา บริเวณนี้เคยเป็นเมืองท่าบนปากแม่น้ำทูโบน ซึ่งมีชื่อว่า ไฮไฟโดยเป็นศูนย์กลางทางการค้าในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 16-17 มีชาวต่างชาติมาตั้งถิ่นฐานและค้าขายในเมืองนี้เป็นจำนวนมาก ทั้งชาวจีน ญี่ปุ่น ดัตช์ และอินเดียเดิมทีเมืองนี้ถูกแบ่งออกเป็นสองฝั่งโดยมีคลองสายหนึ่งคั่นอยู่กลางเมือง มีสะพานญี่ปุ่นทอดข้ามคลองเพื่อข้ามแบ่งเขตชุมชนของชาวญี่ปุ่นที่อีกฝั่ง หนึ่งของคลอง ตัวสะพาน สร้างโดยชาวญี่ปุ่น มีลักษณะสถาปัตยกรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวองค์การยูเนสโกได้ขึ้นทะเบียนเขตเมืองเก่าของฮอยอันให้เป็นมรดกโลก ด้วยเหตุผลว่าเป็นตัวอย่างของเมืองท่าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในสมัยคริสต์ ศตวรรษที่ 15 -19 ที่มีการผสมผสานศิลปะและสถาปัตยกรรมทั้งของท้องถิ่นและของต่างชาติไว้ได้อย่างมีเอกลักษณ์และอาคารต่างๆภายในเมืองได้รับการอนุรักษ์ให้อยู่ในสภาพเดิมไว้ได้เป็นอย่างดี ดิถีวันนี้ ฮอยอัน ยังคงเป็นเมืองขนาดเล็กเช่นเดิม แต่ก็มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนเป็นจำนวนมาก ผู้มาเยือนมักมาเยี่ยมชมร้านค้าขายผลงานทาง ศิลปะและหัตถกรรม ริมฝั่งแม่น้ำมีอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ บาร์ และร้านอาหารเปิดเรียงรายอยู่มากมาย

5. เกาะฟูโก๊วก (Phú Quoc)

หรือที่ชาวกัมพูชาเรียกว่า เกาะตรัล เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในเวียดนาม ตั้งอยู่ในอ่าวไทย โดยอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดเกียนซา พื้นที่ 574 ตารางกิโลเมตร และมีประชากรอยู่ถาวร 85,000 คน เขตการปกครองของเกาะโก๊วกนั้นประกอบด้วยเกาะใหญ่และเกาะเล็กน้อยอีก 21 เกาะ ศูนย์กลางของเกาะตั้งอยู่ที่เมืองใหญ่ที่สุดคือเมืองโดงทางชายฝั่งตะวันตก และยังเป็นเมืองที่ใหญ่ที่สุดของเกาะอีกด้วย เศรษฐกิจของเกาะขึ้นกับการประมง เกษตรกรรมและการท่องเที่ยว เกาะนี้ถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของเวียดนาม

4. วัฒนธรรม งานประเพณี

ตรุษจีน / ประเพณีทางศาสนา

1. เทศกาลเต็ต ตรุษจีนเวียดนาม (Tet)

โดย ปกติแล้ว ชาวเวียดนามจะเฉลิมฉลองเทศกาลต่างๆ อย่างน้อย 3-7 วันติดต่อกัน โดยมีเทศกาลทางศาสนาที่สำคัญที่สุด คือ “เต็ตเหวียนดาน” (Tet Nguyen Dan) มีความหมายว่าเทศกาลแห่งรุ่งอรุณแรกของปี ที่ชาวบ้านนิยมเรียกกันสั้นๆ ว่า เทศกาลเต็ต เทศกาลจะเริ่มต้นขึ้น 1 สัปดาห์ก่อนจะมีวันขึ้นปีใหม่ตามจันทรคติ คือ ระหว่างปลายเดือนมกราคมถึงต้นเดือนกุมภาพันธ์ ในวันขึ้น 15 ค่ำ ของวันที่ดวงอาทิตย์อยู่ไกลเส้นศูนย์สูตรมากที่สุดในฤดูหนาวกับวันที่กลางวันยาวเท่ากับกลางคืน ในฤดูใบไม้ผลิ เทศกาลนี้เป็นการเฉลิมฉลองในภาพรวมทั้งหมดของความเชื่อในเทพเจ้า ลัทธิเต๋า ขงจื๊อ และศาสนาพุทธ รวมถึงการเคารพบรรพบุรุษ

1 สัปดาห์ ก่อนหน้าจะถึงวันเทศกาล Tet ตลาดทุกแห่งจะคึกคักเป็นพิเศษจนเรียกว่า เป็นช่วงที่วุ่นวายที่สุดก็ว่าได้ เพราะชาวบ้านต่างพากัน ออกมาซื้อหาอาหาร ของประดับ ตกแต่งบ้าน ประทัด ดอกไม้ไฟ ดอกไม้ และสิ่งของจำเป็นอื่นๆ สำหรับวันหยุดยาว เมื่อถึงเวลาบ่าย 4 โมง ก่อนวันปีใหม่ ร้านค้าต่างๆ ในตลาดจึงจะเริ่มทยอยปิดลง เพื่อให้ลูกจ้างสามารถ กลับบ้านไปเตรียมตัว สำหรับยามค่ำคืนที่จะเข้าสู่เทศกาล Tet เที่ยงคืน ก่อนถึงวันปีใหม่จะมีการฉลองด้วยพิธีการพิเศษที่เรียกว่า “Giao Thua” ชาวบ้านจะเตรียมประทัด (trang phao) และดอกไม้ไฟ ซึ่งถือว่าเป็นของสำคัญ สำหรับเทศกาลนี้ไว้ จนเมื่อผ่านเที่ยงคืนไปแล้ว ก็จะมีการตีฆ้อง ตามด้วยการจุดประทัด และดอกไม้ไฟ ทั้งทั้งบริเวณ ก็จะเต็มไปด้วยเสียงกระหึ่ม ของทั้งฆ้อง ประทัด และดอกไม้ไฟ ตามความเชื่อที่ว่า เสียงของประทัด จะช่วยขับไล่สิ่งชั่วร้าย ให้ผ่านพ้นไปกับปีเก่า และเป็นการต้อนรับปีใหม่ ที่จะมาพร้อมกับความรุ่งเรือง

เช้าวันรุ่งขึ้นของ เทศกาล Tet บรรยากาศแห่งความรื่นเริงก็จะเริ่มต้นขึ้น รูปเทียนนับพัน นับหมื่นถูกจุดขึ้นมาเพื่อกราบไหว้ทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และบรรพบุรุษผู้ล่วงลับ สีแดง สัญลักษณ์แห่ง ความโชคดีมีสุข จะครอบคลุมไปทั่วบริเวณเกมสการพนันในรูปแบบต่างๆ ถูกจัดขึ้นมากมาย เพื่อสร้างความสนุกสนานแต่ ผู้ที่ต้องการจะเสี่ยงโชคเช่น Bau Cua Ca Cop (เกมส์ที่แสดงภาพสัตว์) ซึ่งเป็นเกมส์แบบโบราณของเวียดนาม เพื่อทดสอบโชคของตนเอง หากวันนั้นเล่นชนะเขาจะพูดว่า “ขอให้โชคดีจากการเสี่ยงโชคในวันปีใหม่” แต่ถ้าแพ้จะพูดว่า “ขอให้โชคดีเกิดขึ้นกับการงานอื่นๆ” ในวันดังกล่าว สาวชาวเวียดนาม จะสวมชุดไหมสีแดงและเหลือง ซึ่งเป็นสีธงชาติของเวียดนาม ส่วนผู้ชายจะสวมชุดสีดำทั้งชุด

นอกจากนี้ Tet ยังถือเป็นเทศกาลแห่งการพักผ่อน และความสุขสนุกสนาน หลังจากทำงานหนัก มาตลอดทั้งปี แยกคนแรกที่เข้ามาเยี่ยมบ้านถือว่าเป็น สิ่งที่สำคัญมาก เพราะถ้าแขกเป็นคนรวย มีเกียรติ และชีวิตที่สุขสบาย ชาวเวียดนามเชื่อว่า ครอบครัวยของเขา ก็จะโชคดีมีสุขตามไปด้วย แต่ส่วนใหญ่แขกคนแรกของแต่ละบ้าน มักจะเป็นญาติพี่น้อง

ในวันที่ สองจะเป็นวันสำหรับต้อนรับแขกพิเศษ และเหล่าเพื่อนสนิท ที่จะแวะเวียนมาเยี่ยมเยียน ส่วนวันที่สามจะเป็นวันสำหรับ ครูอาจารย์และเพื่อนร่วมงาน โดยในทุกคนที่เข้ามาในบ้าน จะถูก ห้ามไม่ให้มีเรื่องทะเลาะเบาะแว้งกัน หลังจากที่แขกมาเยี่ยมเยียนแล้ว มักจะกล่าวคำอำลาก่อนกลับว่า “ขอให้ครอบครัวของคุณร่ำรวยเงินทองไหลมาเทมา”

นอกจากนี้ชาวเวียดนาม ยังมีความเชื่อเรื่องเทพเจ้า Ong Tao ซึ่งเป็นเทวดาที่ถูกส่งลงมา โดยพระเจ้าผู้สร้างโลก เพื่อทำหน้าที่ปกป้อง คุ่มครองครัวในบ้านแต่ละหลัง และในวันเทศกาล Tet นี้ เหล่าเทวดาจะกลับสู่สวรรค์ เพื่อรายงานแก่พระเจ้าถึงสถานการณ์ทางการเงินของ ครอบครัว จึงจำเป็นต้องมีพิธีการส่งวิญญาณ โดยใช้ปลาจารพ(ca chep) เป็นเครื่องบูชา เพราะเชื่อกันว่าปลาจารพเป็นพาหนะที่จะนำเทพเจ้า Ong Tao ไปสู่สวรรค์สมาชิกแต่ละบ้านจะวางถังน้ำที่ใส่ปลาจารพ ไว้ที่แท่นบูชาของบ้าน เมื่อครบกำหนดเทศกาลทั้ง 3 วัน ก็จะนำปลาไปปล่อย

เทศกาลต่างๆ

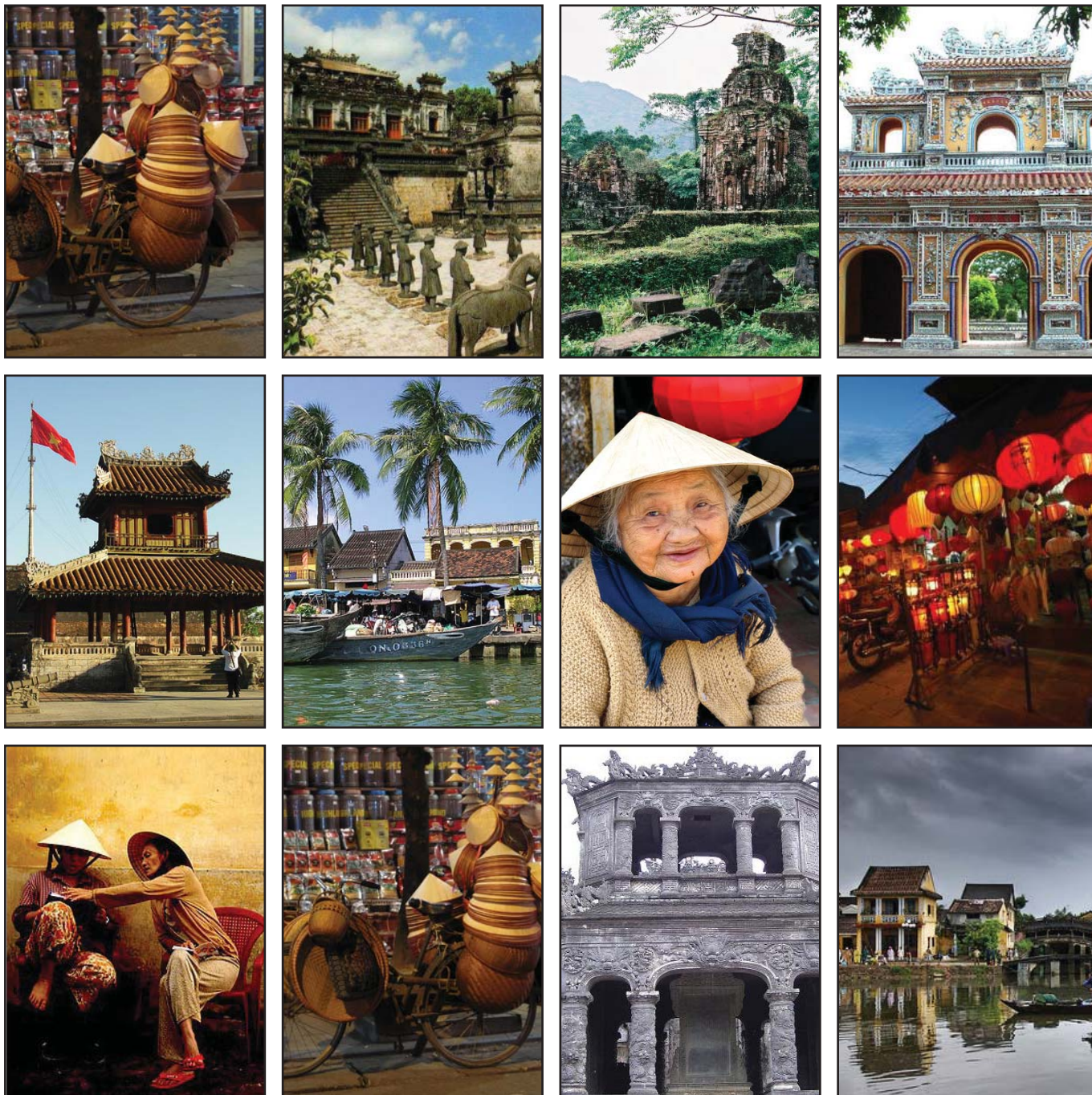
เทศกาลกลางฤดูใบไม้ร่วง สำหรับ เทศกาลฤดูใบไม้ร่วง นับตามจันทรคติตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 ของทุกปี ชาวบ้านจัดประกวด “ขนมบันตรังทุ” หรือ ขนมเบ๊ยะโก่ญวน ที่มีรูปร่างกลม มีไส้ถั่วและไส้ผลไม้ พร้อมทั้งจัดขบวนแห่เซตม้งกร เพื่อแสดงความเคารพต่อพระจันทร์ ซึ่งในบางหมู่บ้านอาจประดับโคมไฟพร้อมทั้งจัดงานขับร้องเพลงพื้นบ้าน

5. กีฬาประจำชาติ

โววินัม (Vovinam)

คือชื่อของกีฬาศิลปะป้องกันตัวของประเทศเวียดนาม ซึ่ง Wikipedia ได้ อธิบายความหมายตรงตัวว่า Vo หมายถึง ศิลปะป้องกันตัว ส่วน Vinam หมายถึงเวียดนาม อันเป็นศิลปะป้องกันตัวที่ได้มีการคิดค้นขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 1938 โดย มาสเตอร์ เหงว ลอค ผู้คิดค้นศาสตร์ชนิดนี้ขึ้นภายใต้ความกดดันจากการเป็นอาณานิคมของฝรั่งเศส มายาวนานกว่าร้อยปี เขาจึงคิดว่าการสร้างประเทศขึ้นมาใหม่ จะต้องส่งเสริมให้เยาวชนมีความเข้มแข็ง รู้จักเรียนรู้ที่จะป้องกันตัว และดูแลตัวเองให้สมดุล คือ ทั้งอ่อนและแข็งแกร่ง คล้ายกับความเชื่อเรื่องยิน-หยาง จากนั้นศิลปะป้องกันตัวอันเกิดจากการศึกษาทั้งด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ สุขภาพ ศาสนาและปรัชญาของมาสเตอร์เหงว ลอค ก็ผสมผสานกันจนกลายมาเป็นโววินัม และได้แพร่หลายไปทั่วโลกเริ่มจากฝรั่งเศส เยอรมนี และอีกหลายประเทศในยุโรป ไปจนถึงอเมริกา ออสเตรเลีย ที่ต่างก็มีสมาคมโววินัมของตัวเอง และล่าสุดกีฬาชนิดนี้ก็ยังได้รับการบรรจุเป็นครั้งแรกในการแข่งขันอาเซียน อินเดอร์เกมส์ที่เวียดนามในปี 2009 ซึ่งตอนนี้ประเทศไทยกำลังอยู่ในระหว่างการเตรียมความพร้อมของนักกีฬา เพื่อเข้าแข่งขันในอนาคตอันใกล้ กีฬาชนิดนี้มีความน่าสนใจตรงที่มันเป็นการผสมผสานกันของกีฬาหลากหลายชนิด มีความใกล้เคียงทั้งเทควันโด มวยไทย มวยจีน และยังมีความคล้ายกับกังฟู เพราะมีการรำดาบ ทวน กระบอง หรือการใช้ร่มเพื่อเป็นการป้องกันตัวสำหรับผู้หญิง” ปราโมทย์ สุขสถิตย์ วัย 30 ปี อดีตนักกีฬาเทควันโดทีมชาติ ผู้ผันตัวเองมาบุกเบิกกีฬาชนิดนี้ บอกถึงที่มาและความแตกต่างของโววินัม ซึ่งได้รับอิทธิพลจากศิลปะการป้องกันตัวอันหลากหลายในแถบเอเชีย





Vietnam

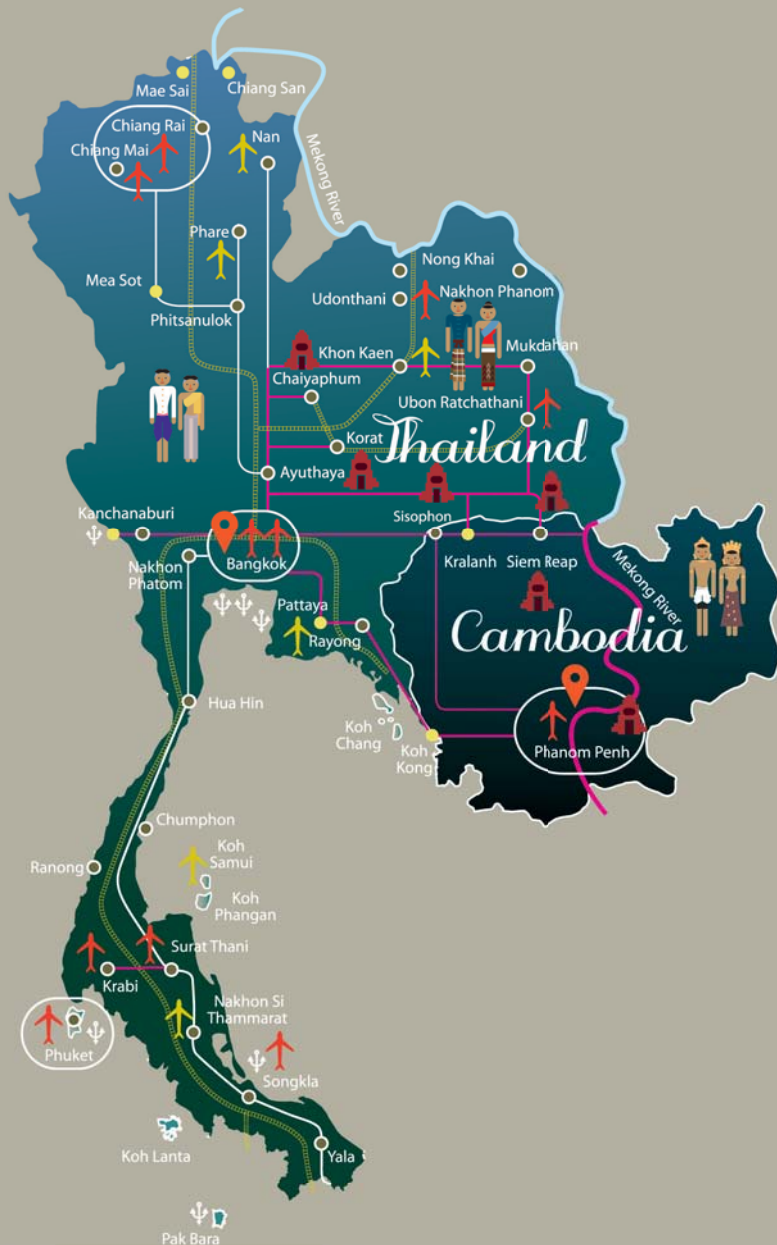
บันทึกการสำรวจ
เว้ - ฮอยอัน

ประเทศเวียดนาม (Vietnam)

เมืองหลวง : กรุงฮานอย ภาษา : ภาษาเวียดนาม เป็นภาษาราชการ

ประชากร : ประกอบด้วยชาวเวียดนาม 80%, เขมร 10% ศาสนา : พุทธนิกายมหายาน 70%, คริสต์ 15% ระบบการปกครอง : ระบบสังคมนิยม โดยพรรคคอมมิวนิสต์เป็นพรรคการเมืองเดียว **ข้อควรรู้** 1.หน่วยงานราชการ สำนักงาน และองค์กรให้บริการสาธารณะ เปิดทำการระหว่างเวลา 08.00 น. – 16.30 น. ตั้งแต่วันจันทร์ – ศุกร์ 2. เวียดนามไม่อนุญาตให้ถ่ายภาพอาคารที่ทำการต่างๆ ของรัฐ 3. หากนำเงินตราต่างประเทศติดตัวเข้ามามากกว่า 7,000 ดอลลาร์สหรัฐ ต้องแจ้งให้ศุลกากรเวียดนามทราบ การนำเงินตราออกประเทศมากกว่า 7,000 ดอลลาร์สหรัฐ ต้องได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งชาติหรือธนาคารกลางในท้องถิ่นก่อน มิเช่นนั้นจะถูกยึดเงิน 4.บทลงโทษของเวียดนามในคดีอาชญากรรมหรือการฉ้อโกงหน่วยงานของรัฐมีโทษประหารชีวิต





Cambodia

Traveling Link Thailand



National capital



4) ข้อมูลประเทศกัมพูชา

ราชอาณาจักรกัมพูชา (เขมร) ปกครองแบบราชาธิปไตย ภายใต้รัฐธรรมนูญ มีพระบาทสมเด็จพระบรมนาถ นโรดม สีหมุนี มาจากการเลือกตั้งโดยราชสภาเพื่อราชบัลลังก์ เป็น ประมุขแห่งรัฐ ประมุขรัฐบาล คือ สมเด็จเจ้าอัครมหาเสนาบดี เดโช ฮุน เซน ผู้ซึ่งปัจจุบันเป็นผู้นำที่ดำรงตำแหน่งนานที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยได้ปกครองกัมพูชามาเป็น ระยะเวลากว่า 25 ปี

ภูมิประเทศ

ประเทศตั้งอยู่ในส่วนใต้ของคาบสมุทรอินโดจีนในเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ มีพื้นที่ 181,035 ตารางกิโลเมตร มี พรมแดนทิศตะวันตกติดต่อกับประเทศไทย ทิศเหนือ ติดกับประเทศไทยและลาว ทิศตะวันออกและทิศใต้ ติดกับเวียดนาม และทิศตะวันตกเฉียงใต้ติดอ่าวไทย

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 14,071,001 คน

การเดินทาง

การขนส่งทางบก กรุงเทพมหานครไม่มีระบบโดยสารสาธารณะ ให้บริการ คนท้องถิ่นและชาวต่างชาติมักจะเดินทางโดย สามล้อถีบรับจ้างหรือรถจักรยานรับจ้างที่มีการต่อรองค่า จ้างก่อนการโดยสาร

การขนส่งทางอากาศ มีสนามบินในประเทศจากพนมเปญ

1.เสียมเรียบ 2.พระตะบอง 3.สตึงแตรง 4.รัตนคีรี 5.มณฑล คีรี 6.เกาะกง 7.สีหนุวิลล์

ชาติพันธุ์

ชาวเขมร 85% ชาวลาว 5% ชาวจีน 5 % ชาวเปอร 3%

ไทยเกาะกง ชาวลาว ชาวจาม ชาวจะราย ชาวระแด้ว ชาว เสตียง ชาวเมรณู ชนกลุ่มน้อยในประเทศ มีชาวเวียดนาม และชาวเขากว่า 30 เผ่า

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

1. ปราสาทนครวัด
2. ปราสาทบายน
3. ปราสาท ตาพรหม
4. ปราสาทบันทายศรี
5. ชมวิวพระอาทิตย์อัสดง ที่ภูเขาพนมบาเค็ง
6. พิพิธภัณฑ์ แห่งชาติอังกอร์
7. ทะเลสาบเขมร
8. ภูเขาพนมกุเลน
9. เมืองหลวง กรุงเทพมหานคร
10. เมืองตากอากาศ สีหนุวิลล์

ศาสนาหลัก

พุทธ

ความสัมพันธ์ ระหว่าง ไทย-กัมพูชา



เส้นทางปราสาทหิน และความเป็นมาของ วิถีแห่งนักรบ

เดินทางสู่โลกแห่ง “ ดินแดนแห่งความมหัศจรรย์ ”
ตำนานโลก ร่องรอยแห่ง อดีตที่รุ่งโรจน์ ที่มีอยู่จริง
สถานที่ทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม
ความยิ่งใหญ่ และความประณีตงดงาม
นครแห่ง เมืองอาทิตย์รุ่งสาง อาบแสงแห่งแสงแรก และ
อำลาสงสุดท้าย กับมรดกโลกอันยิ่งใหญ่
ที่รอให้มาเรียนรู้ไม่มีวันจบ อีกทั้งความเป็นมา
ของประวัติศาสตร์ นักรบมวยไทย
สายสัมพันธ์ แห่งวีรบุรุษ

ประเทศกัมพูชา

1. ชาตินักรบ ชนเผ่า

- 1 ชาวเขมร
- 2 ชาวจีน
- 3 ชาวเวียดนาม
- 4 ชาวไท
- 5 ชาวจาม
- 6 ชาวเขมรบน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางมรดกโลก

1. ปราสาทพระวิหาร (Temple of Preah Vihear)

สถานที่นี้ตั้งอยู่บนเนินสูงซึ่งอยู่เหนือที่ราบของเขมร ปราสาทนี้สร้างขึ้นเพื่อถวายแด่พระศิวะ ตัววิหารประกอบด้วยแนวอาคารต่อเนื่องเชื่อมโดยระเบียงคด และบันไดที่มีความยาวมากกว่า 800 เมตร และย้อนเวลากลับไปถึงครั้งแรกของคริสต์ศตวรรษที่ 11 (พุทธศตวรรษที่ 16) แม้กระนั้นก็มีประวัติศาสตร์ที่ซับซ้อน อาจสืบย้อนไปถึงคริสต์ศตวรรษที่ 9 (พุทธศตวรรษที่ 14) เมื่อสถานที่นี้ถูกค้นพบ

2. อังกอร์ หรือนครวัด (Angko)

อังกอร์เป็นโบราณสถานที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพื้นที่กว้างใหญ่กว่า 400 ตารางกิโลเมตร รวมบริเวณป่าด้วย อุทยานโบราณอังกอร์เป็นที่ตั้งของซากที่เหลือของเมืองหลวงต่าง ๆ ของอาณาจักรเขมร ตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 9-15 (พุทธศตวรรษที่ 14-20) รวมถึงนครวัดนครม ปราสาทบาเยน อังคกามด้วยการประดับประดาด้วยประติมากรรมมากมาย UNESCO ได้จัดตั้งโครงการอย่างกว้างขวาง เพื่อป้องกันสถานที่และบริเวณโดยรอบ

3. แหล่งท่องเที่ยวทะเล

1. เกาะกง

เกาะกงเป็นจังหวัดเป็นพื้นดินแต่ก็มีเกาะเล็กๆที่ชื่อว่าเกาะกงอยู่ด้วย เป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศกัมพูชา ที่มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเล ตั้งอยู่บริเวณภาคตะวันตกเฉียงเหนือของราชอาณาจักรกัมพูชา ทิศเหนือติดกับจังหวัดโพธิสัตว์ (Pursat) ส่วนทิศตะวันตกติดกับจังหวัดกำปงสปี (Kampong Speu) และจังหวัดกัมปอต (Kampot) ส่วนทิศตะวันตกเฉียงใต้ติดกับ เมืองสีหนุวิลล์ และอ่าวไทย เมืองหลวงคือ กรุงเขมรรัฐมินทร์ หรือที่ส่วนใหญ่นิยมเรียกคือกรุงเกาะกง ประชากรส่วนใหญ่จะเป็นชาวเขมร 75% ที่เหลือเป็นชาวไทยเจ้าของถิ่นเดิม 25% มีคนไทยเกาะกงอยู่ถึง 30%คนไทยจะขายของร้านของชำใหญ่ที่ตัวเมืองเกาะกง

2. เกาะคิง (Koh Sdech)

เกาะคิง ตั้งอยู่ในเขต Kirsakor district ห่างจากเกาะกง 81 กิโลเมตร ตามเส้นทางจากสีหนุวิลล์เป็นชายหาดที่มีบริเวณกว้างเต็มไปด้วยสัตว์น้ำและปะการัง นานาชนิด เหมาะสำหรับการดำน้ำ สन็อกเกิ้ล เป็นทะเลน้ำใส

มีตำนานเรื่องเล่าโบราณ ที่การค้นพบเกาะแห่งนี้ว่า ราชายกของเกาะได้สั่งทหารให้ออกเดินทางหาหา เนื่องจาก ประชาชนขาดแคลนน้ำเพื่อบริโภค และ ดำรงชีพ และก็เจอเขาหินก้อนใหญ่ติดชายฝั่งจึงได้ใช้ดาบตัดแยกหินนั้นออก และเกิดน้ำไหลทะลักออกมา จนกลายเป็นเกาะแห่งนี้ จนปัจจุบัน

4. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีสงกรานต์ / ปีใหม่

1. เทศกาลน้ำ (Water festival) หรือ “บอน อม ตุก” (Bon Om Tuk) เป็นเทศกาลประจำปีที่ยิ่งใหญ่ของประเทศกัมพูชา โดยจะมีการเฉลิมฉลองด้วยการแข่งเรือยาว การแสดงพลุดอกไม้ไฟ และขบวนพาเหรดบริเวณทะเลสาบ “โตนเลสาบ” เทศกาลน้ำ เป็นเทศกาลประจำปีของประเทศกัมพูชา ที่จัดขึ้นทุกปีตั้งแต่วันที่ 14 ค่ำ 15 ค่ำ จนถึงแรม 1 ค่ำ เดือนพฤศจิกายน ซึ่งทางการกัมพูชาประกาศให้เป็นวันหยุด 3 วัน เทศกาลนี้คล้ายประเพณีลอยกระทงของไทย โดยประเพณีนี้ จัดขึ้นเพื่อเป็นการระลึกถึงบุญคุณ และแสดงความขอบคุณต่อแม่น้ำโขง และทะเลสาบโตนเลสาบ ที่นำความอุดมสมบูรณ์มาสู่ชาวกัมพูชา เพราะน้ำในแม่น้ำโขง เมื่อขึ้นสูง จะไหลไปที่ทะเลสาบ เนื่องจากในช่วงปลายฤดูฝน ในเดือนพฤศจิกายน น้ำในทะเลสาบลดต่ำลง ทำให้น้ำไหลกลับสู่ลำน้ำโขงอีกครั้ง ชาวกัมพูชาจะร่วมกันลอยหุ่นที่ประดับด้วยดวงไฟ ไปตามแม่น้ำโขง

ประเพณีทางสายน้ำ

1. เทศกาลน้ำ (Water festival) หรือ “บอน อม ตุก” (Bon Om Tuk) มีการแข่งเรือ เป็นการรำลึก ถึงเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ช่วงศตวรรษที่ 12 ในยุคเมืองพระนคร อาณาจักรเขมรที่กำลังรุ่งเรืองมีชัยเหนืออาณาจักรจาม ในการสู้รบทางเรือ

5. กีฬาประจำชาติ

Pradal Serey คืออะไร Pradal Serey เป็นศิลปะการป้องกันตัวของประเทศกัมพูชาซึ่งเป็นของครอบครัวของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คิกบ็อกซิ่ง ในแง่ Pradal Serey จะคล้ายกับมวยไทยเพราะทั้งสองของพวกเขากลายในชนิดเดียวกันของศิลปะการต่อสู้ที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ยังมีรูปแบบอื่น ๆ ในประเทศที่แตกต่างกันเช่นการดังต่อไปนี้:

Muay Thai in Thailand. มวยไทยในประเทศไทย
Tomoi in Malaysia. Tomoi ในประเทศมาเลเซีย
Lao Boxing in Laos. ลาวมวยในประเทศไทยลาว
Lethwei in Myanmar. Lethwei ในพม่า

มันอาจเป็นไปได้ว่า Pradal Serey เก่ากว่ามวยไทยเนื่องจากกัมพูชาเป็น “กรีซ” ของคาบสมุทรอินโดจีนและอีกหลายประเทศ ในวัดอังกอร์ที่มีหลักฐานของการดำรงอยู่ของมันในฐานะที่เป็นอาณาจักรเขมรเป็นส่วนใหญ่ของคาบสมุทรอินโดจีนมันเป็นตระกูลของรัฐที่มีบรรพบุรุษจากคิกบ็อกซิ่งมีคนเขมรเป็นฝ่ายกัมพูชาได้รับอิทธิพลการพัฒนาของไทยลาวพม่าและวัฒนธรรมของประเทศเวียดนาม ด้วยเหตุนี้คนจำนวนมากในปัจจุบันกัมพูชาพิจารณาว่ามันเป็น Pradal Serey ศิลปะการป้องกันตัวที่ถูกต้องของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แม้ว่ามันจะแสดงให้เห็นว่าพวกเขาสามารถแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ในระหว่างการประชุมสุดยอด 1995 ของอาเซียน, สมาคมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต้องการสหประชาชาติ, กัมพูชาเสนอให้รวมกันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คิกบ็อกซิ่งภายใต้ชื่อ Sovanna ภูมิ (Golden Land), คำที่ทำมาจากภาษาบาลี, ภาษาของบรรพบุรุษที่เป็นที่รักของที่สุดของ เซาท์อีสต์เอเชียเช่นภาษาเขมรและไทย



Cambodia

บันทึกการสำรวจ
พนมเปญ - นครวัด

ราชอาณาจักรกัมพูชา (Kingdom of Cambodia)

เมืองหลวง : กรุงพนมเปญ ภาษา : ภาษาเขมร เป็นภาษาราชการ รองลงมาเป็นอังกฤษ, ฝรั่งเศส, เวียดนามและจีน ประชากร : ประกอบด้วย ชาวเขมร 94%, จีน 4%, อื่นๆ 2% ศาสนา : พุทธ(เถรวาท) เป็นหลัก ระบบการปกครอง : ประชาธิปไตยแบบรัฐสภา โดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขภายใต้รัฐธรรมนูญ

ข้อควรรู้

- เมื่อเดินทางถึงท่าอากาศยานกรุงพนมเปญ โดยกรอกแบบฟอร์ม Visa on Arrival พร้อมยื่นรูปถ่ายและค่าธรรมเนียม 20 ดอลลาร์สหรัฐ
- ผู้ที่เดินทางเข้ากัมพูชา และประสงค์จะอยู่ทำธุรกิจเป็นระยะเวลาเกิน 3 เดือน ควรติดยาป้องกันโรคไทฟอยด์ และไวรัสเอชอีบี



3. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวของ 5 ประเทศอาเซียน



Brunei



Indonesia



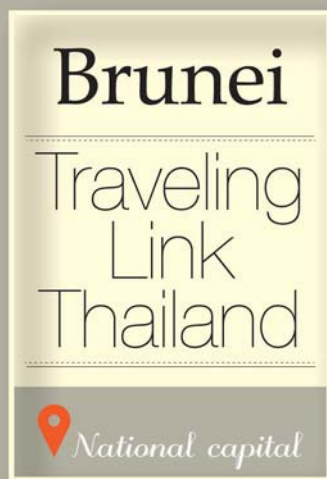
Malaysia



Philippines



Singapore



1) ข้อมูลประเทศบรูไน

บรูไน หรือ เนการาบรูไนดารุสซาลาม เป็นประเทศที่ตั้งอยู่บนเกาะบอร์เนียวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ชายฝั่งทางด้านเหนือจรดทะเลจีนใต้ พรมแดนทางบกที่เหลือจากนั้นถูกล้อมรอบด้วยรัฐซาราวัก มาเลเซียตะวันออก บรูไนเป็นประเทศผู้ส่งออกน้ำมันเป็นสินค้าหลัก

ภูมิประเทศ

ติดกับอินเดีย บังกลาเทศ จีน ลาว และไทย หนึ่งในสามของพรมแดนพม่าที่มีความยาว 1,930 กิโลเมตรเป็นแนวชายฝั่งตามอ่าวเบงกอลและทะเลอันดามัน ด้วยพื้นที่ 676,578 ตารางกิโลเมตร ประเทศพม่าใหญ่เป็นอันดับที่ 40 ของโลก และใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ประวัติศาสตร์

บรูไนเป็นที่รู้จักและมีอำนาจมากในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 14 ถึงคริสต์ศตวรรษที่ 16 โดยมีอาณาเขตครอบครองส่วนใหญ่ของเกาะบอร์เนียวและส่วนหนึ่งของหมู่เกาะซูลู มีชื่อเสียงทางการค้า สินค้าส่งออกที่สำคัญในสมัยนั้น ได้แก่ การบูร พริกไทย และทองคำ

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 60,280,000 คน

การแบ่งเขตการปกครอง

เขตการปกครองของบรูไนแบ่งเป็น 4 เขต คือ

1. บรูไนและมูอารา
2. เบอเลต
3. ตูตง
4. เตมบูรง

เศรษฐกิจ

บรูไนเป็นประเทศที่ร่ำรวยไปด้วยน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้มาสู่ประเทศเป็นอันดับหนึ่ง แต่รัฐบาลบรูไนก็เริ่มตระหนักว่าประเทศชาติจะพึ่งพิงรายได้จากทรัพยากรทั้งสองอย่างเท่านี้ไม่ได้เสียแล้ว แต่ควรหันมาให้ความสนใจกับทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ ที่ยังคงมีมากมายเช่น ป่าไม้ แร่ธาตุ สัตว์น้ำ และพื้นที่อันอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตร เพื่อเป็นการเร่งรัดการพัฒนารูปแบบของการลงทุน สุลต่านบรูไนได้ทรงตั้งกระทรวงขึ้นมาใหม่คือกระทรวงอุตสาหกรรมและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อทำหน้าที่ดูแลวางแผนและดำเนินงานด้านอุตสาหกรรม และการลงทุนโดยเฉพาะ โครงการอุตสาหกรรมที่ได้รับการสนับสนุนและเร่งรัดส่งเสริมเป็นพิเศษ ได้แก่ อุตสาหกรรมขนาดเล็ก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่สัมพันธ์กับภาคเกษตร ป่าไม้ และการประมง

ศาสนา

อิสลามนิกายซุนนี 67% รองลงมาเป็น พุทธนิกายมหายาน 13% คริสต์ 10% ฮินดู ความเชื่อพื้นเมืองและอื่นๆ

ประเทศบรูไน

1. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีสงกรานต์ / ปีใหม่

18 ธันวาคม ปีใหม่อิสลาม Hijriyah

วันเริ่มศักราชใหม่ 1 Syawal เดือนกันยายน ทางกรบรูไนประกาศเป็นวันเริ่มศักราชใหม่ 1 Syawal, โดยชาวมุสลิมในบรูไนจะเฉลิมฉลองด้วยการเปิดบ้านต้อนรับญาติสนิท มิตรสหายผู้ที่รู้จักคุ้นเคยและบุคคลต่างๆ เข้าพบปะพูดคุย เยี่ยมเยียนและรับประทานอาหารตลอดเกือบทั้งเดือน ซึ่งถือเป็นการทำบุญประจำปีหลังจากถือศีลอดเพื่อชำระล้างจิตใจและร่างกายมา นาน 1 เดือน และในปีสิ้นสุดด่านแห่งบรูไนและพระบรมวงศานุวงศ์พระราชทานโอกาสให้ประชาชนทุก ชชาติเข้าเฝ้าใกล้ชิดและพระราชทานของขวัญปีใหม่เป็นขนมเค้ก และเงินขวัญถุงแก่เด็กๆ ด้วย

ประเพณีทางศาสนา

The Holy Month of Ramadan เทศกาลถือศีลอดเดือนรอมะฎอน

2. แหล่งท่องเที่ยว

1. เมืองบันบันดาร์ เสรี เบกาวัน

เป็นศูนย์กลางการเงินธุรกิจการค้า และการอุตสาหกรรมของประเทศ ทั้งยังเป็นสถานที่ผลิตน้ำมันปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติด้วย เมืองหลวงของบรูไนเป็นที่ตั้งสถานที่สำคัญของประเทศ เช่น พระราชวังหลวง ศูนย์ประวัติศาสตร์บรูไนพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุเหร่าที่ใหญ่ที่สุดในโลกตะวันออกคือ มัสยิดโอมาร์อาลี ไซฟุดดิน และ กำแพงเอเยอร์ หมู่บ้านดั้งเดิมของชาวบรูไนที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำบรูไน

2. มัสยิดโอมาร์ อาลี ไซฟุดดิน

ในบริเวณสุเหร่ามัสยิดขนาดใหญ่ระดับสถานที่ให้ดูเด่นสง่างาม ภายในสุเหร่าปูพื้นด้วยหินอ่อนจากอิตาลี และปูพรมสั่งทอพิเศษผืนใหญ่หิมานับว่าเป็นศูนย์รวมชาวมุสลิมในบรูไนและเป็นสถานที่ที่สำคัญที่สุดของศาสนาอิสลามในบรูไน

3. น้ำพุเด่นระบำ

อันทรงความสูงถึง 18 เมตร พร้อมกับบ่อน้ำสวยริ้วแก้วเจียรระโนเพชรเม็ดใหญ่ที่สุดในโลก

4. เกาะลาบวน

ซื้อปั้งสินค้าปลอดภาษีเป็นสิ่งที่ขึ้นชื่อของเกาะลาบวน บนเกาะแห่งนี้คุณสามารถซื้อสินค้าจำพวก เหล้า เบียร์ บุหรี่ ซ็อกโกแลต น้ำหอม เสื้อผ้ามาเลยได้ในราคาที่ถูกลง

5.Kampong Ayer (หมู่บ้านน้ำ)

การเข้าเยี่ยมชมที่ดีที่สุดคือโดยสารเรือแท็กซี่ เป็นจุดนำสายตาที่สวยงามมองเห็นบ้านหลายร้อยหลังที่ดูเหมือนลอยอยู่บนน้ำ คนที่หมู่บ้านน้ำมีความเป็นมิตรที่ดีและหลายเปิดบ้านของพวกเขาให้ผู้เข้าชมตลอดทั้งปี

3. กีฬาประจำชาติ

ปันจักสีลัต (Pencak Silat)

เป็นคำที่มาจากภาษาอินโดนีเซียมาจากคำว่าปันจัก (Pencak) หมายถึงการป้องกันตนเอง และคำว่า สีลัต (Silat) หมายถึงศิลปะ รวมความแล้วหมายถึงศิลปะการป้องกันตนเอง กีฬาประเพณีเดิมเป็นศิลปะการต่อสู้ของชนเชื้อสายมาลายู ในภาคพื้นเอเชียอาคเนย์ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ บรูไน และพื้นที่ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย คือ

ปัตตานี ยะลา สตูล นราธิวาส และสงขลา เรียกว่า “ลีละ” “ตีกา” หรือ “ปือตีกา” เป็นศิลปะการต่อสู้ด้วยมือเปล่าเท้าเปล่า เน้นให้เห็นลีลาการเคลื่อนไหวที่สวยงาม มีบางท่านกล่าวว่า ลีละมีรากคำว่า ศิลปะ ภาษาสันสกฤต ทั้งนี้เพราะดินแดนของมาลายูในอดีตเคยเป็นดินแดนอาณาจักรศรีวิชัย ที่มีวัฒนธรรมอินเดียเข้ามามีบทบาทที่สำคัญ จึงมีคำสันสกฤตปรากฏอยู่มาก ประวัติความเป็นมาของปันจักสีลัตนั้น มีตำนานเล่าต่อกันมาหลายตำนาน ซึ่งมีส่วนตรงกันและแตกต่างกันบ้างโดยเฉพาะต้นกำเนิดของกีฬาประเพณีนี้ซึ่งเขียนขึ้นอยู่กับแต่ละประเทศที่ได้เขียนมา อินโดนีเซียเล่าไปอย่างหนึ่ง มาเลเซียก็เล่าไปอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้เขียนจะได้นำเสนอในโอกาสต่อไป แต่สำหรับครั้งนี้จะขอนำบทความส่วนหนึ่งที่เขียนโดย อาจารย์ประพนธ์ เรืองณรงค์ อดีตอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เรื่องลีละมวยไทยมุสลิม เพื่อเป็นการศึกษาในเรื่องลีละที่ชาวไทยมุสลิมในจังหวัดทางภาคใต้รู้จักกันดี





2) ข้อมูลประเทศอินโดนีเซีย

สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (อินโดนีเซีย: Republik Indonesia) เป็นหมู่เกาะที่ใหญ่ที่สุดในโลก ตั้งอยู่ระหว่างคาบสมุทรอินโดจีนและทวีปออสเตรเลีย และระหว่างมหาสมุทรอินเดียและแปซิฟิก มีพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซียบนเกาะบอร์เนียว (อินโดนีเซีย: Kalimantan) , ประเทศปาปัวนิวกินีบนเกาะนิวกินี (อินโดนีเซีย: Irian) และ ประเทศติมอร์ตะวันออกบนเกาะติมอร์ (อินโดนีเซีย: Timor)

ประวัติศาสตร์

อินโดนีเซียประกอบด้วยหมู่เกาะที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาช้านาน แต่ต่อมาต้องตกอยู่ภายใต้การปกครองของเนเธอร์แลนด์อยู่ประมาณ 301 ปี ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2485 ซึ่งเป็นช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นบุกอินโดนีเซีย และทำการขับไล่เนเธอร์แลนด์เจ้าอาณานิคมของอินโดนีเซียออกไปได้สำเร็จ จึงทำให้ผู้นำอินโดนีเซียคนสำคัญในสมัยนั้นให้ความร่วมมือกับญี่ปุ่นแต่ไม่ได้ให้ความไว้วางใจกับญี่ปุ่นมากนัก เพราะมีเหตุเคลือบแคลงคือ เมื่อผู้รักชาติอินโดนีเซียจัดตั้งขบวนการต่างๆ ขึ้นมา ญี่ปุ่นจะขอเข้าร่วมควบคุมและดำเนินงานด้วย

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 248,216,193 คน

การเมืองการปกครอง

ประเทศอินโดนีเซียมีการปกครองระบอบประชาธิปไตยแบบสาธารณรัฐ มีประธานาธิบดีเป็นประมุขและทำหน้าที่ปกครองประเทศ

การแบ่งเขตการปกครอง

ปัจจุบันประเทศอินโดนีเซียแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 31 จังหวัด 2 เขตปกครองพิเศษ* และ 1 เขตนครหลวงพิเศษ**

1. เกาะสุมาตรา เขตปกครองพิเศษอาเจะห์ -บันดาร์อาเจะห์*
2. เกาะชวา เขตนครหลวงพิเศษจาการ์ตา**
3. หมู่เกาะซุนดาน้อย
4. เกาะบอร์เนียว
5. เกาะซูลาเวซี
6. หมู่เกาะโมลุกกะ
7. เกาะนิวกินี

ศาสนาหลัก

อิสลาม

ประเทศอินโดนีเซีย

1 แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก

อุทยานแห่งชาติลอเรนซ์ (Lorentz National Park)

มีพื้นที่ 2.5 ล้านเฮกเตอร์ เป็นเขตอนุรักษ์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นพื้นที่เพียงแห่งเดียวในโลก ที่เชื่อมพื้นที่ยอดเขามิหิมะปกคลุมกับสิ่งแวดล้อมทางทะเลเขตร้อนรวมถึง พื้นที่ชุ่มน้ำ โดยที่บริเวณนี้ตั้งอยู่บนจุดบรรจบของสองแผ่นทวีปที่เคลื่อนเข้าหากัน พื้นที่จึงมีความซับซ้อนทางธรณีวิทยา มีการก่อตัวของภูเขาและธารน้ำแข็ง บริเวณนี้ยังมีแหล่งฟอสซิลซึ่งเป็นหลักฐานของวิวัฒนาการของชีวิตบนเกาะ นิวกินี และมีความหลากหลายทางชีวภาพสูงสุดในภูมิภาค

กลุ่มวัดพรัมบานัน (Prambanan Temple Compounds)

พื้นที่บริเวณนี้สร้างขึ้นในคริสต์ศตวรรษที่ ๑๐ (พุทธศตวรรษที่ ๑๕) เป็นวัดในศาสนาฮินดูที่ใหญ่ที่สุดเพื่อบูชาพระศิวะในอินโดนีเซีย เหนือขึ้นไปจากศูนย์กลางของพื้นที่ที่สเหลียมจตุรัส คือ โบสถ์ ๓ หลังมีภาพแกะสลักเล่าเรื่องราวรามเกียรติ์ เพื่ออุทิศถวายแด่เทพเจ้าที่ยิ่งใหญ่ทั้ง ๓ องค์ของฮินดู (พระศิวะ พระวิษณุ และพระพรหม) และสัตว์เทพพาหนะ

อุทยานแห่งชาติโคโมโด (Komodo National Park)

อุทยานแห่งชาติโคโมโด อยู่ในประเทศอินโดนีเซีย เป็นเกาะภูเขาไฟ ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์เลื้อยคลานขนาดใหญ่ ๕,๗๐๐ ตัว ด้วยลักษณะและนิสัยใจคอที่ก้าวร้าว ทำให้พวกมันถูกเรียกว่า “มังกรโคโมโด” สัตว์เหล่านี้ไม่มีที่อื่นในโลก ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจของบรรดานักวิทยาศาสตร์ที่จะมาศึกษาทฤษฎีของ วิวัฒนาการเนินเขาที่ขรุขระของท้องทุ่งที่ปราศจากต้นไม้และบริเวณที่มีพืชหนาม ตรงข้ามกันอย่างสิ้นเชิงกับหาดทรายขาวกระจ่าง และน้ำสีฟ้าม้วนตัวไปเหนือปะการัง

อุทยานแห่งชาติอุจุงกูลอน (Ujung Kulon National Park)

อยู่ทิศตะวันตกเฉียงใต้ของชาวแถบไหล่ทวีปซุนดา รวมคาบสมุทรอุจุงกูลอน เกาะนอกฝั่ง และรวมถึงเขตอนุรักษ์ธรรมชาติกรากะตั่ว(Krakatoa)ด้วย นอกเหนือจากธรรมชาติสวยงามพร้อมกับลักษณะธรณีวิทยาที่น่าสนใจเพื่อการศึกษ ภูเขาไฟบนแผ่นดินตอนใน อุทยานแห่งชาตินี้ยังมีป่าฝนพื้นที่ต่ำในที่ราบชาว สัตว์และพืชใกล้สูญพันธุ์ รวมถึงแรดขาว แหล่งมนุษย์ยุคเริ่มแรกซังจันริน (Sangiran Early Man Site)

แหล่งมนุษย์ยุคเริ่มแรกซังจันริน

ที่ตั้งแหล่งโบราณคดีขุดค้นพบตั้งแต่ปี คริสต์ศักราช 1936-1941 (พุทธศักราช 2479-2486) พบฟอสซิลมนุษย์ และต่อมาพบฟอสซิลของ Meganthropus erectus/Homo erectus จำนวน 50 ซาก โดยครั้งหนึ่งเป็นฟอสซิลมนุษย์ เป็นที่อยู่อาศัยมาในอดีตราว 3 ล้านปีครั้ง ซังจันรินเป็นสถานที่สำคัญที่ทำให้เราเข้าใจวิวัฒนาการของมนุษย์มากขึ้น

2. แหล่งท่องเที่ยวทะเล

1.เกาะบาหลิ (Bali)

คงไม่มีใครไม่รู้จักหรือไม่เคยได้ยินชื่อ เกาะบาหลิ เกาะที่ได้รับความนิยมสูงสุดแห่งหนึ่งของโลกและได้รับรางวัลในด้านการท่องเที่ยวมาโดยตลอด อาจเพราะภูมิประเทศที่มีความงดงามความหลากหลาย ทั้งชายฝั่งทะเล ชายหาดในเขตร้อนชื้น นาข้าวที่เขียวชะอุ่มลาดไปตามทางเป็นขั้น และภูเขาไฟตามไหล่เขา ซึ่งทั้งหมดทั้งมวลนี้ ได้สรรค์สร้างทัศนียภาพที่มีฉากหลังอันเป็นสีสันแห่งความงดงาม จิตวิญญาณที่แสนลึกซึ้งและความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมฮินดู

มากไปกว่านั้นผู้คนในประเทศยังมีความเป็นกันเองต่อแขกผู้มาเยือน แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกให้มาเยือนที่นี่ ก็เพราะมีชายหาดที่เหมาะสมกับการเล่นเซิร์ฟ ดำน้ำ และดื่มด่ำไปกับท้องทะเลอันสวยงาม

2.เกาะกิลี (Gili Islands)

สำหรับ เกาะกิลี เป็นแหล่งพักผ่อนอีกแห่ง ที่นักท่องเที่ยวนิยมมา โดยเป็นเกาะที่มีหมู่เกาะขนาดเล็กอีก 3 เกาะ คือเกาะทราวันกัน เกาะกิลี เมโน และเกาะกิลี แอร์ หมู่เกาะแห่งนี้ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อน เอนตัวลงนอนพักผ่อนริมหาดทรายขาวนวล และเพลิดเพลินไปกับคาเฟ่ริมหาดที่เล่นดนตรีเร็กเก้คลอเคล้า โดยที่ไม่มีเสียงรถยนต์หรือมอเตอร์ไซด์มารบกวนช่วงเวลาแห่งความสุขแน่นอน

3.อุทยานแห่งชาติโคโมโด (Komodo National Park)

อุทยานแห่งชาติโคโมโด ตั้งอยู่ใกล้หมู่เกาะซุนดาน้อย ประกอบด้วยเกาะใหญ่ ๆ 3 เกาะ คือ เกาะโคโมโด เกาะริงกา และเกาะปาดาร์ และยังมีเกาะเล็ก ๆ อีก 26 เกาะ ซึ่งชื่อของเกาะนั้นตั้งตามชื่อมังกรโคโมโด สัตว์เลื้อยคลานที่ใหญ่ที่สุดอาศัยอยู่ โดยที่เจ้ามังกรนี้สามารถตัวใหญ่ได้ถึง 3 เมตร หรืออาจยาวมากกว่านั้น และมีน้ำหนักมากกว่า 70 กิโลกรัม แมว่ามันจะกินซากศพของสัตว์ที่ตายแล้วก็ตาม แต่พวกมันก็ยังได้ชื่อว่าเป็นยอดนักล่าที่น่าเกรงขาม และยังคงล่าเหยื่ออย่างนกและสัตว์เลื้อยลูกด้วยนม แต่ไม่ค่อยโจมตีมนุษย์สักเท่าไร

4.เกาะสุลาเวสี (Sulawesi)

ชื่อเดิมหรือชื่อที่เป็นที่เรียกกันส่วนใหญ่ของ เกาะสุลาเวสี นี้คือ “เกาะกัลลัวไม้” เกาะแห่งนี้ตั้งอยู่ระหว่างเกาะบอร์เนียวและเกาะมาลูกู ชาวเมืองสุลาเวสีขึ้นชื่อลือชาในเรื่องความสามารถทางด้านงานศิลปะต่าง ๆ เช่น เครื่องปั้นดินเผา การทอผ้าและการเต้นรำ และเรื่องที่ทำพวกเขาทำได้อย่างยอดเยี่ยมมากคือ การทอผ้าที่ต้องอาศัยความประณีตมาก ทั้งหมดนี้คือเสน่ห์ที่ทำให้ใคร ๆ ต่างก็อยากไปสัมผัสเกาะสุลาเวสี

5.บุนาเคน (Bunaken)

บุนาเคน ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเกาะสุลาเวสี ซึ่งเป็นที่โปรดปรานของผู้รักท้องทะเลอย่างแท้จริง เพราะเป็นบริเวณที่เหมาะสมกับการดำน้ำมากที่สุดอินโดนีเซีย เกาะแห่งนี้เป็นส่วนหนึ่งของอุทยานทางทะเลของบุนาเคน ที่ซึ่งจะได้เห็นเหล่าปลาชนิดต่าง ๆ มากมายกว่า 70 สายพันธุ์ที่อาศัยอยู่ทางมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันตก โดยที่ช่วงเวลาที่ดีที่สุดในการไปดำน้ำที่บุนาเคน คือ ช่วงเดือนเมษายน และเดือนพฤศจิกายน

3. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีสงกรานต์ / ปีใหม่

- 27 พฤศจิกายน Tahun Baru 1433 Hijriyah วันขึ้นปีใหม่ตามปฏิทินอิสลาม
- เทศกาลปีใหม่ Nyepiiepi บาหลิ 6 มีนาคม Hari Raya Nyepi Tahun Baru Saka 1933 วันแห่งความเงียบ (Bali) ปีใหม่, ตามปฏิทินตะวันตก Shaka ปฏิทิน (Saka) สำหรับเก้าเดือนแรกของวันที่ดวงจันทร์ใหม่ อินโดนีเซียเรียกว่าวัน Niepi, ภาษาจีนที่เรียกว่าส่วน วันสงกรานต์ที่เข้าพักทุกคนที่บ้านและนั่งในการทำสมาธิไม่ตั้งไฟไม่กินไม่ได้ออกไปข้างนอกในเวลากลางวันจะไม่ได้รับอนุญาตให้หลอดไฟ, คมชัดรื่นเริงกับความเงียบของเทศกาล

ประเพณีทางศาสนา

เทศกาลถือศีลอดและเทศกาล Idul Fitri ถือศีลอด หรือเดือนรอมฎอนของชาวมุสลิม จะมีขึ้นช่วงเดือนระหว่าง สิงหาคม-กันยายน 30-31 สิงหาคม Idul Fitri

1 dan 2 Syawal 1432 Hijriyah วันฮารีรายาฮิดุล ฟิตรี วันหยุดนี้จะเป็นวันหยุดยาว ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สำคัญทางศาสนาของชาวมุสลิมทั่วโลกรวมทั้งในอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่มากที่สุดในโลก ในช่วงเดือนรอมฎอนนอกจากจะเป็นช่วงที่ชาวมุสลิมในอินโดนีเซียจะงดการรับประทานและการดื่มในช่วงตั้งแต่พระอาทิตย์ขึ้นจนถึงพระอาทิตย์ตกดินแล้ว หน่วยงานราชการ ร้านค้าต่างๆ ของชาวอินโดนีเซียก็จะเลิกงานเร็วกว่าปกติ รวมทั้งจะไม่นิยมรับการนัดหมาย ค่าเชิญเข้าร่วมงานหรือพิธีการใดๆ เนื่องจากต้องรีบเดินทางไปประกอบพิธีทางศาสนาและร่วมรับประทานอาหารเย็นกับครอบครัวในช่วงเย็น นอกจากนี้ หลังเทศกาลถือศีลอด ระหว่างเดือน กันยายน ซึ่งถือเป็นวันหยุดยาวประจำปี ชาวอินโดนีเซียจะเฉลิมฉลองเทศกาล Idul Fitri และมักนิยมลาพักผ่อนต่อเนื่องไปอีกหนึ่งสัปดาห์ ก่อนจะเริ่มทำงานจริงจังอีกครั้ง โดยในอินโดนีเซียจะเรียกวันหยุดยาวช่วงนี้ว่า Lebaran

(เลอบารัน)

เทศกาลต่างๆ

1. เทศกาลกาลันกัน (Galungan) เป็นงานประจำปีของชาวบาหลี เทศกาล 10 วันนี้จัดขึ้นเพื่อฉลองชัยชนะของเทพเจ้า ที่มีต่อวิญญาณร้าย และเชื่อว่าวิญญาณบรรพบุรุษจะมาร่วมงานเฉลิมฉลองนี้ด้วย
2. เทศกาลการแข่งขันโค การแข่งวัวเป็นกีฬาดั้งเดิมของชาวบาหลี การแข่งขันวัวชาวบ้านจะแข่งขันกันก่อนชนะเลิศตั้งแต่เดือนสิงหาคม และกันยายน
3. เทศกาลกาซาต้า (Kasada) คืองานประจำปีบวงสรวงภูเขาไฟโบรโม ทางตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะชวา
4. เทศกาลจับปลาเกราะ (Lombok), เกาะSaShakeเทศกาลจากชาวบ้านท้องถิ่นให้กับกาลเวลา ที่จะจับปลาส่วน ปฏิทินท้องถิ่นในแต่ละปีในตอนเช้าของ 20 ตุลาคมคนประมงจะจับปลาเจ้าหญิง (ปลาเจ้าหญิงเป็นสีแดง, สีเหลือง, สีขาว, สีเขียวและอื่น ๆ ของปลาทะเลเช่นตะขาบ, กุ้ง นอกจากนี้ยังใช้เป็นปูทางทะเลในฤดูการตกปลาทุก คือการจับปลาในวันงานฉลอง),เป็นเทศกาลของ เกาะ Sa Shake

4. กีฬาประจำชาติ

เคมโป คาราเต้

เคมโปเป็นกีฬาที่มีรากฐานมาจากประเทศญี่ปุ่น โดยมีสำนักงานใหญ่ของสหพันธ์อยู่ที่โอซากา ประเทศญี่ปุ่น ได้รับความนิยมในมาเลเซีย, เวียดนาม, ติมอร์ และ บรูไน โดยในอินโดนีเซียมีคนเล่นกีฬานี้กว่า 400,000 คน เท่าที่ได้สัมผัสจากการอธิบายและการสาธิตแล้วไม่ค่อยจะต่างจากคาราเต้ โดยจะเป็นการผสมผสานกันระหว่างเทควันโด-ยูโด-คาราเต้ ซึ่งการแต่งตัวก็มีลักษณะคล้ายกันด้วย ส่วนการออกอาวุธจะใช้ทั้งการเตะ, ต่อย, ทุ่ม, บิด, ถือก ตัดสินแพ้ชนะด้วยคะแนน แบ่งการแข่งขันเป็นรุ่นน้ำหนัก

ตารุง เตราจัต (กีฬาต่อสู้)

ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ 2011 ที่ประเทศอินโดนีเซียปลายปีนี้ เจ้าภาพได้บรรจุ “ตารุง เตราจัต” ศิลปะการต่อสู้และป้องกันตัวของชาวชวาตะวันตก เป็นกีฬาสาธิต แม้กีฬานี้จะยังไม่คึกคักของคนไทย แต่สำหรับชาวอินโดนีเซียแล้ว นี่คือนักกีฬาชาติที่ใช้ทดสอบความแข็งแกร่งของร่างกายและจิตใจ เตะ... หมัด... ถีบ... คือการออกอาวุธหลัก 3 อย่าง ของ “ตารุง เตราจัต” ศิลปะการต่อสู้และป้องกันตัว ที่คนอินโดนีเซียทุกเพศทุกวัยรู้จักกันอย่างแพร่หลาย โดยมีนายอัมหมัด เดดจัต หรือคนที่นี้เรียกว่า “ซาง กูรู” เป็นผู้คิดค้น ศิลปะการต่อสู้ชนิดนี้ขึ้นมาเมื่อประมาณ 40 ปีก่อนเนื่องจากในวัยหนุ่มเขามักจะถูกเพื่อนๆ ทุ่มแถมและทำร้าย จึงพยายามฝึกฝนร่างกายให้แข็งแรง พร้อมๆ ไปด้วยการนำเอาจุดเด่นของศิลปะการต่อสู้หลากหลายแขนง มาประยุกต์เข้าด้วยกัน จนกลายเป็นแบบฉบับของตัวเอง โดยตั้งชื่อว่า “ตารุง เตราจัต” ต่อมา

ไม่ว่าจะชางกูรูในวัยหนุ่มจะถูกรุมแถม ต่อย หรือทำร้ายด้วยของแข็ง เขาก็สามารถเอาชนะฝ่ายตรงข้ามได้เสมอ เพราะตารุง เตราจัต ไม่ได้ใช้พลังกำลัง ด้านร่างกายเพียงอย่างเดียว ยังต้องรวบรวมสมาธิและความแข็งแกร่งด้านจิตใจให้เป็นหนึ่งเดียวกับร่างกายด้วย





South China Sea



Malaysia

Traveling Link Thailand

National capital

3) ข้อมูลประเทศมาเลเซีย

ชื่อของประเทศมาเลเซียถูกตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2506 โดยมีความหมายรวมเอาสหพันธรัฐมาลายา สิงคโปร์ ซาบาห์ ซาราวัก และบรูไนเข้าด้วยกัน คำว่า มาเลเซียนี้เดิมเคยถูกใช้เพื่อเรียกภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในส่วนที่เป็นหมู่เกาะมาก่อน ซึ่งปรากฏหลักฐานจากแผนที่ที่ตีพิมพ์ในซิดนีย์เมื่อปีพ.ศ. 2457 ในการตั้งชื่อประเทศมาเลเซียนั้นมีการนำเสนอชื่ออื่นๆ มากมายก่อนที่จะได้ผลสรุปให้ใช้ชื่อมาเลเซีย ปรากฏความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นระหว่างหลายชนเผ่าพันธุ์และหลายวัฒนธรรมของประเทศ นอกจากชาวมลายูและกลุ่มชนพื้นเมืองแล้ว ยังมีผู้อพยพมาจากจีน อินเดีย อินโดนีเซียและส่วนอื่นของโลก ซึ่งรวมเข้าเป็นพลเมืองของมาเลเซีย มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ อาจเนื่องมาจากการติดต่อสัมพันธ์นานปี กับภายนอกและการปกครองโดย ชาวโปรตุเกส ดัตช์ และ อังกฤษ ผลที่เกิดตามมาคือการวิวัฒนาการของประเทศจนเปลี่ยนรูปของวัฒนธรรมดังจะให้เห็น การผสมผสานได้อย่างวิเศษของศาสนา กิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีการแต่งกาย ภาษาและอาหาร ประเทศมาเลเซียได้รับเอกราชคืนจากอังกฤษมาเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม ปี ค.ศ. 1957 เป็นสหพันธมาเลเซีย ต่อมาเมื่อรวมรัฐซาบาห์ และ รัฐซาราวักเข้าด้วยแล้ว ประเทศมาเลเซียจึงได้ถือกำเนิดขึ้น

ภูมิประเทศ

เป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบด้วยพื้นที่ 2 ส่วนโดยมีทะเลจีนใต้กั้น ส่วนแรกคือ มาเลเซียตะวันตก อยู่ทางตอนใต้ของคาบสมุทรมาลายูและคาบสมุทรอินโดจีน มีพรมแดนติดประเทศไทย ทางรัฐกลันตัน เปร๊ะ ปะลิส และเกดะห์ และติดกับสิงคโปร์ทางรัฐยะโฮร์ ส่วนที่ 2 คือ มาเลเซียตะวันออก อยู่ทางตอนเหนือของเกาะบอร์เนียว มีพรมแดนทิศใต้ติดอินโดนีเซียทุกส่วนของมาเลเซียตะวันออก แต่ล้อมรอบประเทศบรูไนดารุสซาลามด้วยรัฐซาราวักเพียงรัฐเดียว

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 29,120,000 คน

การเมือง

ในปัจจุบันประกอบด้วยรัฐ 13 รัฐ ประกอบไปด้วย เปร็ค ปาหัง สลังงอร์ ไทรบุรี เคดาห์ เนกรีเซมบิลัน ยะโฮร์ กลันตัน ตรังกานุ ปีนัง มะละกา ซาบาห์ และซาราวัก และปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภา มีการปกครองในรูปแบบคล้ายอังกฤษกับสหราชอาณาจักรเอมิเรตส์ ประมุขแห่งรัฐมีตำแหน่งเป็นพระราชอาธิบดี

ศาสนาหลัก

อิสลาม 55% พุทธ 25% คริสเตียน 13% ฮินดู 7% และลัทธิศาสนาพื้นเมือง 4%

ประเทศมาเลเซีย

1. แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก

นครประวัติศาสตร์บนช่องแคบมะละกา

(Melaka and George Town, Historic Cities of the Straits of Malacca)

เมืองแห่งนี้ได้พัฒนามานานกว่า 500 ปี ด้านการค้าขายและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างตะวันออกกับตะวันตกบน ช่องแคบมะละกา อิทธิพลของเอเชียและยุโรปได้ผสมผสานทางวัฒนธรรม ตึกที่ทำการของรัฐบาล โบสถ์ จตุรัส และป้อมปราการต่าง ๆ ทำให้เห็นภาพมะละกาในยุคต้นของประวัติศาสตร์ ซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากรัฐสุลต่านมาเลย์ ในคริสต์ศตวรรษที่ 15 (พุทธศตวรรษที่ 20)

อุทยานคินาบาลู (Kinabalu Park)

อุทยานนี้ตั้งอยู่ในรัฐซาบาห์ทางเหนือสุดของเกาะบอร์เนียว ภูเขาคินาบาลูสูง 4,095 เมตร ตั้งตระหง่านสูงที่สุดอยู่ระหว่างภูเขาหิมายกับนิวกินี บริเวณนี้เต็มไปด้วยพืชพันธุ์มากมาย ตั้งแต่ป่าดิบที่ลุ่มต่ำเขตร้อน ภูเขาที่เป็นป่าฝนไปจนถึงป่าภูเขาเขตร้อน ป่าคอนข้างหนาวและป่าละเมาะบนพื้นที่สูงบริเวณนี้เหมาะสำหรับเป็นศูนย์กลางความหลากหลายของพืชในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งแต่พืชประจำถิ่นใน หิมาลัย จีน ออสเตรเลีย มาเลเซีย และพันธุ์ไม้เขตร้อนทั้งหมด

2. แหล่งท่องเที่ยวทะเล

1. เกาะเปอร์ลีนเทียน

ถูกยกย่องให้เป็นเกาะสวรรค์ งดงามที่สุด ตั้งหลักที่กัวลา เบซุต (Kuala Besut) ท่าเรือใหญ่ที่นักเดินทางไปนั่งเครื่องบินอยู่แถวนี้ เพื่อข้ามน้ำข้ามทะเลไปยังเกาะเปอร์ลีนเทียนผ่านเส้นทาง เมืองรันตู และโกตา บารู ทั้งสองเมืองที่ว่าอยู่ในเขตของรัฐกลันตัน (Kelantan) ดินแดนเหนือคาบสมุทรมาเลเซียแห่งนี้ถูกยกให้เป็น "ดินแดนแห่งสมบัติอันล้ำค่า" หรือบางทีก็ถูกเรียกว่าเป็น "แหล่งวัฒนธรรมมาเลย์" รถวิ่งเลาะเลียบบนถนน ที่ขนานไปกับชายทะเล หมู่บ้านชาวประมงอันเงียบสงบ ทอดตัวเรียงรายอยู่ข้างทาง ชายหาดสวยงามซ่อนตัวอยู่หลังทิวมะพร้าว สลับกับดงปาล์มที่โอบกอดสุดลูกหูลูกตา และไร่นาเขียวข่มผืนกว้าง ลองบีช (Long Beach) หาดทรายขาวละเอียดที่ทอดยาวสมชื่อ "ลองบีช" เบื้องบนคือแผ่นฟ้าครามสด เบื้องล่างคือน้ำเขียวใสราวกับกระจกบานใหญ่ ดึงสายตาทุกคู่บนเรือให้ก้มลงมองผืนทรายนวลเนียนใต้ท้องทะเลอย่างไม่อยากกละ สายตา เป็นจุดที่เหมาะสมแก่การดำน้ำชมความสวยงามของโลกใต้ทะเลเป็นอย่างดี

2. เกาะติโอมัน

เกาะติโอมันในปะหังอาจ กล่าวว่าเกาะติโอมัน (Pulau Tioman) เป็นเกาะที่สวยงามที่สุดในบรรดาหมู่เกาะภูเขาไฟทั้ง 64 แห่งซึ่งทอดตัวอยู่ทางชายฝั่งตะวันออกของมาเลเซีย เกาะติโอมัน มีบริการที่พัก รีสอร์ทระดับโลกรวมถึงเป็นแหล่งดำน้ำตื้นและดำน้ำลึกที่จะทำให้คุณประทับใจไม่รู้ลืม ใครก็ตามที่เคยดูภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง South Pacific ย่อมสามารถจดจำเกาะที่สวยงามราวจินตนาการ ซึ่งใช้ที่นี่เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ภูมิทัศน์ที่สวยงามของหาดทรายและทะเล ทำให้กิจกรรมเดินป่าบนเกาะมีความเพลิดเพลินอย่างยิ่งและทำให้ที่นี่เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับผู้ที่ชื่นชอบทะเลที่ดีที่สุดในรัฐ ปะหัง

3. เกาะเตียวมาน

เกาะเตียวมาน Pulau Tioman "ปูโลว เตียวมัน" อยู่ในเขตรัฐ ปะหัง (Pahang) เกือบถึงสิงคโปร์ ตั้งอยู่ในเขตทะเลจีนใต้ทาง ชายฝั่งตะวันออกของมาเลเซีย เกาะนี้ได้ชื่อว่ามีชายหาดที่สวยงามสะอาด, เต็มไปด้วยแหล่ง

ปะการัง, มีลำธารน้ำใสเหมือนกระจก, มียอดเขาสวย ประชากรที่อยู่ถาวรของที่นี่มีจำนวนน้อย จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าคนในท้องถิ่น ช่วงไฮซีซั่นเริ่ม ตั้งแต่เดือนมิถุนายน จนถึงปลายเดือนตุลาคม จะเป็นเดือนที่มีนักท่องเที่ยวมาก ช่วงไฮซีซั่น เดือนแห่งฤดูมรสุมหนักๆ เริ่มตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน

4. เกาะลังกาวิ

เกาะลังกาวิ หรือ ไทรบุรี ปัจจุบันอยู่ในรัฐเกดะห์ ของมาเลเซีย นับเป็นเกาะที่เกาะน้องกับเกาะตะรุเตาของไทย เพราะอยู่ห่างกันประมาณ 8 กิโลเมตรเท่านั้น ชาวไทยที่อยู่แถบนี้และชาวลังกาวิจึง เกี่ยวต่องเป็นเครือญาติกัน ไม่ต่างจากแนวชายแดนพากอื่น วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต เกาะแห่งนี้ "คำสาปมะหุริ" ถือเป็นเครื่องหมายการค้าสำคัญที่ทำให้ ลังกาวิ กลายเป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยวของพระนางเลือดขาวเจ้าหญิงชาวไทย ที่เล่าขานสืบมายาวนานถึง 7ชั่วอายุคน นำหนักความเชื่อของชาวลังกาวิจึง อยู่ที่ 100 เปอร์เซนต์ อย่างหมดข้อกังขา ภาพยนตร์เลือดสีขาวที่ค่อยๆ หลังรินจากร่างของหญิงสาวผู้ถูกป้ายสีมักปรากฏอยู่ด้วยแทบทุกครั้งเมื่อพูดถึง "ลังกาวิ" อันที่จริงเกาะนอกอินทรีแห่งนี้ยังอุดมไปด้วยนิยายปรัมปราที่เล่าสืบต่อกัน มาแต่โบราณอีกเป็นกระบุง เรื่องของนกยักษ์ นักรบผู้กล้าหาญ นางฟ้า รวมถึงการสู้รบ และความรักที่น่าประทับใจ หมู่เกาะพากตะวันตกเฉียงเหนือแห่งคาบสมุทรมาเลเซีย

5. เกาะปีนัง

เกาะปีนัง (Penang) ปีนัง เป็นหนึ่งในสิบสามรัฐที่ประกอบขึ้นเป็นสหพันธรัฐมาเลเซีย เดิมชวามาเลย์รุ่นแรกเรียกว่า ปูเลา วา ซาตู หรือ เกาะเดียว ต่อมาพบในแผนที่เดินเรือ เรียกว่า ปูเลา ปีนัง หรือเกาะหมาก ต่อมาอังกฤษเรียกว่า เกาะปริงซ์ ออฟ เวลส์ และเมื่อมาเลเซียได้รับเอกราช จึงเปลี่ยนเป็นปูเลา ปีนัง อีกครั้ง รัฐปีนังประกอบด้วยพื้นที่ 2 ส่วน ได้แก่ เกาะปีนัง ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากแผ่นดินใหญ่ทางชายฝั่งตะวันตกของประเทศ และเป็นที่ตั้งของจอร์จทาวน์ ซึ่งเป็นเมืองหลวงของรัฐ และเซอเบอริง เปอโร ซึ่งตั้งอยู่บนชายฝั่ง หากเดินทางไปเกาะปีนังต้องข้ามสะพานข้ามเชื่อมระหว่างจอร์จทาวน์ (Georgetown) และชายฝั่งสำหรับประชาชนที่อาศัยที่เกาะปีนังเป็นจำนวนมากเพราะปีนังเป็นเขตการปกครองเพียงแห่งเดียวของมาเลเซียที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวจีน โดยมีอัตราส่วนของประชากรเชื้อสายจีนประมาณ 41.72 เปอร์เซนต์ มากกว่าประชากรเชื้อสายมลายูซึ่งมีอัตราส่วนประมาณ 41.33 เปอร์เซนต์

จุดเด่นของการมาเที่ยวเกาะปีนัง ส่วนใหญ่คืออาหาร เช่น ชากวยเตี้ยว (char koay teow) คือกวยเตี้ยวผัดแห้งเหมือนผัดไทย จานนี้อร่อยสุดๆ จานอื่นที่แนะนำคือลักซา (LAKSA) คล้ายแกงส้มราดขนมจีน และที่ไม่ควรพลาดคืออิกันบัก้า (ikan bakar) ปลากระเบนย่าง ส่วนผลไม้ราดน้ำปลาหวานที่ภาษามาเลย์คือโรจัก (rojak) เป็นสิ่งที่ต้องลองชิมให้ได้หากมาเที่ยวเกาะปีนัง อปอม (APOM) ขนมเบ้่งเกาะปีนัง ที่เป็นขนมประจำเกาะปีนัง มีที่ปีนังเท่านั้น

6. เกาะปังกอร์

เป็นชายหาดที่สวยงามและมีชื่อเสียง ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของ รัฐปะระ ในอดีต เกาะปังกอร์ เคยเป็นที่หลบภัยของชาวประมง พ่อค้า และเหล่าโจรสลัด ต่อมาสมัยอาณานิคมดัตช์ ได้มีการสร้างป้อมปราการขึ้นบนเกาะ เพื่อควบคุมการค้าดิบๆ เมื่อเวลาผ่านไปจึงเกิดเป็นซากปรักหักพังปรากฏอยู่เป็นจำนวนมากมีหาด Pasir Bogak เป็นทะเลที่มีด้านก็มีภูเขาเล็กๆ พร้อมเกาะเล็กๆ เหมาะถ่ายรูปทีเดียว ชายหาดก็โค้งเว้าเข้ามา เหมาะสำหรับการเล่นน้ำเพราะคลื่นไม่แรงเกินไปภูมิอากาศ เป็นแบบร้อนชื้นตลอดปี ในช่วงฤดูฝน (พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) จึงไม่ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมมากนัก

7. เกาะลาบวน

เป็นหมู่เกาะขนาดเล็ก ที่มีจำนวนประชากรเพียง 70,000 คน และมักจะถูกมองข้ามไปอย่างง่ายดาย ถ้าเทียบกับเกาะน้อยใหญ่อื่นๆ เพียงหนึ่งชั่วโมงจากชายฝั่งของบอร์เนียว ลาบวน คือ ท่าเรือปลอดภาษี ที่พาท่านเข้าสู่รูในหมู่เกาะลาบวน คือ ความลึกลับของสองโลกที่อยู่คนละซีก... บ้านโบราณแบบกัมบัง และอาคารสมัยใหม่ที่อยู่ท่ามกลางหมู่บ้านกลางน้ำ หมู่เกาะนี้เล็ก ๆ นี้ประกอบไปด้วยเกาะ 7 เกาะ แต่ละเกาะจะมีพื้นที่ไม่เกิน 92 ตารางเมตร ภาพที่เห็นจินตนา คือ เด็กๆ ตัวเล็กตัวน้อยที่ยิ้มแย้มอย่างร่าเริง และคนทำงานที่เดินอยู่ตามท้องถนน หมู่เกาะลาบวนตั้งอยู่ห่างจากชายฝั่งซาบาห์บริเวณปากอ่าวบรูไนเป็นระยะทาง 8 กิโลเมตร ผู้คนบนเกาะบางส่วนก็ยังคงยึดอาชีพดั้งเดิมไว้อย่างไม่เปลี่ยนแปลง เช่น อาชีพทำประมง หมู่บ้านปาตาดู และหมู่บ้าน เบบูโละ เป็นหมู่บ้านกลางน้ำ ที่อนุรักษ์ลักษณะทางศิลปกรรมบ้านทรงมาเลย์

9. เกาะสีปาดัน

เกาะสีปาดัน (Sipadan Island) อีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญของประเทศไทย เป็นเกาะขนาดเล็ก ที่มีหาดทรายค่อนข้างขาวสะอาด เป็นเกาะที่ตั้งอยู่บริเวณใจกลางทะเลเซเลเบส (Celebes Sea) อยู่ใกล้กับชายฝั่งตะวันออกของรัฐซาบาห์ (Sabah) และอยู่ไม่ไกลจากเกาะมาบูล และเกาะคาปาไล ซึ่งถือว่าเป็นเกาะมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวไม่แพ้กัน สำหรับนักท่องเที่ยวที่รักการดำน้ำขอแนะนำว่าเกาะสีปาดัน แห่งนี้ ถือว่าเป็นสวรรค์แห่งการดำน้ำอย่างแท้จริง เนื่องจากเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวนำการยอมรับว่าเป็นจุดดำน้ำที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลกนั้นเองมีความอุดมสมบูรณ์มากนักท่องเที่ยวจะได้สนุกกับกิจกรรมดำน้ำ ตื่นตาตื่นใจกับสัตว์น้ำที่มากมาย สัตว์น้ำมากกว่า 3,000 ชนิด รวมไปถึงการดำน้ำชมความงามของเหล่าปะการังที่มีมากมายกว่าหลายร้อยชนิด

สุสานเต่า (Turtle Tomb) อีกหนึ่งจุดดำน้ำที่มีชื่อเสียงมาก โดยสุสานจะมีลักษณะเป็นถ้ำหินปูน ที่คล้ายๆ กับเขาวงกต ภายในจะพบโครงกระดูกของเต่าเป็นจำนวนมาก

3. วัฒนธรรม งานประเพณี

ปีใหม่

1. วันขึ้นปีใหม่ 1 มกราคม
2. วันตรุษจีน 7 กุมภาพันธ์

ประเพณีทางศาสนา

เทศกาลต่างๆ

1. เทศกาลทาเดา คาวาตามัน (Tadau Kaamatan) เป็นเทศกาลประจำปีในรัฐซาบาห์ จัดในช่วงสิ้นเดือน พฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงสิ้นสุดของฤดูการเก็บเกี่ยวข้าวและเริ่มต้นฤดูการใหม่ โดยจะมีพิธีกรรมตามความเชื่อในการ ทำเกษตร และมีการแสดงระบำพื้นเมือง และขับร้องบทเพลงท้องถิ่นเพื่อเฉลิมฉลองด้วย
2. เทศกาลโคมไฟ เทศกาลโคมไฟหรือที่รู้จักกัน ดีในชื่อเทศกาลขนมไหว้พระจันทร์ในอดีตเป็นเทศกาลที่บ่งบอกถึงการสิ้นสุด ฤดูเก็บเกี่ยว ชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนจะจัดงานเช่นไหว้และเฉลิมฉลองภายในบ้าน โดยมีขนมไหว้พระจันทร์เป็นจุดเด่น ส่วนเด็กๆ ก็จะแข่งขันกันวาดโคมไฟ ยาน และสถานที่สำคัญภายในเมืองเช่น ถนน Petaling Central Market, Kuala Lumpur จะสว่างไสวไปด้วยโคมไฟที่ประดับตกแต่งอย่างงดงาม พร้อมกับกิจกรรมอีกมากมาย

4. กีฬาประจำชาติ

silat

ศิลปะการป้องกันตัวของชนชาวมลายูคือ Silat โดยศิลปะการป้องกันตัวชนิดนี้มีมาเป็นเวลานานแล้ว Silat ได้กำเนิดขึ้นมาเป็นเวลานานร้อยพันปีมาแล้ว ลักษณะของศิลปะการป้องกันตัวที่เรียกว่า Silat นั้นมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ

1. Silat คือการเคลื่อนไหวของร่างกายในการป้องกันตัวจากการโจมตีของศัตรูหรือคู่ต่อสู้
2. Silap คือช่วงจังหวะลีลาที่จะใช้ในศิลปะการป้องกันตัว
3. Silau คือการตอบโต้ที่ใช้จากการป้องกันตัวที่ศัตรูหรือคู่ต่อสู้โจมตีตัวเรา

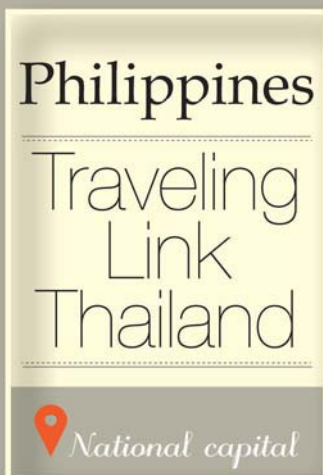
ดังนั้น ศิลปะการป้องกันตัว Silat สามารถที่จะกล่าวได้ว่าเป็นการเคลื่อนไหว, ช่วงจังหวะและลีลา, การตอบโต้ที่ถูกมนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นระบบเป็นระเบียบ และละเอียดอ่อนในการป้องกันตัวจากการโจมตีของศัตรูและคู่ต่อสู้ ในการเรียนเกี่ยวกับศิลปะการป้องกันตัว Silat นั้น คนหนึ่งๆ มีการเรียนรู้ที่อยู่ในระดับที่แตกต่างกันตามความสามารถและประสิทธิภาพของแต่ละคน โดยปกติแล้วระดับ

ความสามารถของศิลปะการป้องกันตัว Silat มีอยู่ 5 ระดับ คือ

- 1.ระดับ Mengetahvi Seni เป็นระดับที่รู้เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ช่วงลีลา ศิลปะการตอบโต้
- 2.ระดับBudaya Seni เป็นระดับการเรียนรู้วิถีชีวิตและคำสั่งการ พร้อมการเผยแพร่ ศิลปะการป้องกันตัว Silat
- 3.ระดับ Bangsa Seni เป็นระดับการศึกษาเชิงลึกของศิลปะการป้องกันตัว และภูมิหลังของศิลปะการป้องกันตัว Silat
- 4.ระดับ Budi Pekerti Seni เป็นระดับการเรียนรู้ เข้าใจกฎระเบียบ และหลักเกณฑ์ของศิลปะการป้องกันตัว Silat
- 5.ระดับ Jiwa Seni เป็นระดับสร้างจิตสำนึกในศิลปะการป้องกันตัว Silat และศึกษาความร้นลับของศิลปะการป้องกันตัว Silat
- 6.ระดับ Alam Seni เป็นระดับการเผยแพร่ศิลปะการป้องกันตัว Silat และสร้างหรือรักษาภูมิทัศน์ของศิลปะการป้องกันตัว Silat ให้อยู่ในจิตวิญญาณของนักศิลปะการป้องกันตัว Silat ทุกคน

ศิลปะการป้องกันตัว Silat มีการเคลื่อนไหว ช่วงลีลาการก้าว ลูกไม้ การหลีก การตอบโต้ การตอย การถีบ การโจมตี ที่แตกต่างกันตามที่ครูศิลปะการป้องกันตัวต่างๆเป็นผู้คิดลูกไม้ของศิลปะการป้องกันตัว ดังนั้น ศิลปะการป้องกันตัว Silat จึงมีหลากหลายชื่อเช่น

1. Seni Silat Gayong
2. Silat Lincak เป็น 1 ใน 4 ของSilat ที่ใหญ่ที่สุดในมาเลเซีย
3. Silat Cekak เป็น 1 ใน 4 ของ Silat ที่ใหญ่ที่สุดในมาเลเซีย
4. Silat Lintau
5. Silat Kalimah
6. Silat kuntau Melayu
7. Silat Minangkabau
8. Silat Gayung Patani เกิดใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ แต่เติบโตในมาเลเซีย เป็น 1 ใน 4 ของ Silat ที่ใหญ่ที่สุดในมาเลเซีย
9. Silat Sendeng
10. Silat Sunting
11. Silat Abjad
12. Silat Gayang Malaysia เป็น 1 ใน 4 ของ Silat ที่ใหญ่ที่สุดในมาเลเซีย



4) ข้อมูลประเทศฟิลิปปินส์

สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ เป็นประเทศที่ประกอบด้วยเกาะจำนวน 7,107 เกาะ ตั้งอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิก ห่างจากเอเชียแผ่นดินใหญ่ทางตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 100 กม. และมีลักษณะพิเศษคือเป็นประเทศเพียงหนึ่งเดียวที่มีพรมแดนทางทะเลที่ติดต่อกันยาวมากที่สุดในโลก นิวสเปน (พ.ศ. 2064-2441) และสหรัฐอเมริกา (พ.ศ. 2441-2489) ได้ครองฟิลิปปินส์เป็นอาณานิคมเป็นเวลา 4 ศตวรรษ และเป็นสองอิทธิพลใหญ่ที่สุดต่อวัฒนธรรมฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในสองชาติในเอเชียที่ประชากรส่วนใหญ่ นับถือศาสนาคริสต์ (อีกชาติหนึ่งคือติมอร์-เลสเต) และเป็นหนึ่งในชาติที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตกมากที่สุด เป็นการผสมผสานกันระหว่างตะวันตกกับตะวันออก ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อาร์โนลด์ โจเซฟ ทอยน์บี (Arnold Joseph Toynbee) นักประวัติศาสตร์ชาวอังกฤษ ได้กล่าวไว้ในงานของเขาว่า ประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศลาตินอเมริกาที่ถูกพัฒนาไปยังตะวันออก โดยคลื่นทะเลยักษ์

ภูมิประเทศ

เป็นหมู่เกาะของเทือกเขาหินใหม่ พื้นที่ทุกเกาะมีภูเขาเป็นแกนกลาง มีที่ราบอยู่น้อย เป็นที่ราบแคบ ๆ ที่ราบสำคัญคือ ที่ราบตอนกลางของเกาะลูซอน เรียกว่า ที่ราบมะนิลา เป็นที่ราบที่ใหญ่ที่สุด

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 103,000,000 คน

ประวัติศาสตร์

หลักฐานทางโบราณคดีและโบราณชีววิทยาบ่งบอกว่ามีมนุษย์โฮโมเซเปียนส์ เคยอาศัยอยู่ในเกาะปาลาวันตั้งแต่ประมาณ 50,000 ปีก่อน ชนเผ่าที่พูดภาษาในตระกูลอสโตรนีเซียได้เข้ามาตั้งรกรากในฟิลิปปินส์ และจัดตั้งเส้นทางเครือข่ายการค้ากับเอเชียอาคเนย์ส่วนที่เหลือทั้งหมดตั้งแต่ 5,000 ปีก่อนคริสตกาล

การแบ่งเขตการปกครอง

ฟิลิปปินส์แบ่งเป็นหน่วยรัฐบาลท้องถิ่น โดยมีจังหวัดเป็นหน่วยหลัก ในปี พ.ศ. 2545 มี 79 จังหวัด แบ่งออกเป็น นคร และ เทศบาล ซึ่งหน่วยการปกครองทั้งสองยังประกอบไปด้วย บาร์ังไกย์ อีกทอดหนึ่ง ถือเป็นหน่วยรัฐบาลท้องถิ่นที่เล็กที่สุด ฟิลิปปินส์แบ่งออกเป็น 17 เขต ซึ่งทุกจังหวัดได้ถูกจัดอยู่ใน 16 เขตเพื่อความสะดวกในการปกครอง ยกเว้นเขตนครหลวง ที่แบ่งออกเป็นเขตพิเศษ 4 แห่ง หน่วยงานของรัฐบาลส่วนใหญ่จะตั้งสำนักงานในแต่ละภูมิภาค เพื่อรับใช้ประชาชนในจังหวัดที่อยู่ในภูมิภาคนั้น ๆ ภูมิภาคไม่มีรัฐบาลท้องถิ่นแยกต่างหาก ยกเว้นเขตปกครองตนเองในมินดาเนาสุลิมาและเขตบริหารคอรัโดลเลราซึ่ง

ปกครองตนเองไม่ได้ให้ผู้อื่นปกครอง

ศาสนาหลัก

คริสต์

ประเทศฟิลิปปินส์

1. แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก

โบสถ์บาโรกแห่งฟิลิปปินส์ (Baroque Churches of the Philippines)

โบสถ์ทั้ง 4 หลังซึ่งหลังแรกสร้างโดยชาวสเปนในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 16 (พุทธศตวรรษที่ 21) นั้นตั้งอยู่ในกรุงมะนิลา ซานตามาเรีย ปาโออาย และมิอากาโอ รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์คือการแสดงความเป็นบาโรกของยุโรปโดยช่างฝีมือชาวจีนและฟิลิปปินส์

อุทยานปะการังทางทะเลทูบตาฮาอะ (Tubbataha Reefs Natural Park)

ครอบคลุมพื้นที่ 33,200 เฮกเตอร์รวมถึงเกาะปะการังทางเหนือและใต้ เป็นตัวอย่างของเกาะปะการังที่มีพันธุ์สัตว์ทะเลหนาแน่นมาก เกาะเล็ก ๆ ทางเหนือเป็นที่อยู่ของนกและเต่าทะเล บริเวณนี้เป็นตัวอย่างที่ดีที่สุดของแนวปะการังเก่าแก่ ที่ก่อตัวเป็นกำแพงสูงถึง 300 เมตร ทะเลสาบกว้างใหญ่และเกาะปะการัง 2 เกาะอุทยานแห่งชาติแม่น้ำใต้ดินปวยร์โตรีโก-ปรินเซซา (Puerto-Princesa Subterranean River National Park)

อุทยานแห่งชาติแม่น้ำใต้ดินปวยร์โตรีโก-ปรินเซซา

แสดงให้เห็นภูมิทัศน์ที่แปลกตาของภูเขาหินปูนที่มีแม่น้ำอยู่ใต้ดินลักษณะเด่นของแม่น้ำก็คือไหลตรงไปสู่ทะเลและส่วนที่อยู่ต่ำลงไปนั้นอยู่ใต้อิทธิพลของกระแสน้ำขึ้นน้ำลง บริเวณนี้ยังแสดงให้เห็นถิ่นฐานสำคัญ สำหรับการอนุรักษ์ความแตกต่างทางชีวภาพ บริเวณนี้มีระบบนิเวศแบบ “ภูเขาถึงทะเล” และมีผืนป่าที่สำคัญที่สุดในเอเชียอยู่หลายแห่งมะละกา และจอร์จทาวน์

2. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

1. เกาะโบราเคย์ (Boracay Island)

เกาะที่ดีที่สุดในโลก ปี 2012 อันดับ 1 เกาะสวรรค์อันลือชื่อของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศฟิลิปปินส์ และเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่ต้องไปเยือนสักครั้ง โดยเกาะโบราเคย์นั้นตั้งอยู่ห่างจากกรุงมะนิลา (Manila) เมืองหลวงของประเทศ ฟิลิปปินส์ไปทางทิศใต้ประมาณ ประมาณ 315 กม. (196 ไมล์) ประเทศบุรูในปัจจุบันเกาะโบราเคย์ เป็นเกาะที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันมากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งในและ ต่างประเทศ นอกจากนี้แล้วเกาะและชายหาดยังได้รับรางวัลทางด้านการท่องเที่ยวจำนวนหลายครั้ง โดยตัวเกาะประกอบด้วยหาดต่างๆที่มีทรายขาวสะอาดทอดยาวเรียงรายไปตามชายฝั่ง ของเกาะภายในเกาะยังมีถ้ำที่สวยงามรวมถึงป่า เซตร้อนอันอุดมสมบูรณ์ซึ่งเป็นแหล่งอาศัยของเหล่าสัตว์ท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก

“ไวท์ บีช” (White Beach) หรือ หาดทรายขาว ชายหาดที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 1 ของเกาะโบราเคย์ โดยชายหาดนั้นมีลักษณะเป็นหาดทรายสีขาวละเอียดเหมือนแป้งผ่นทอดตัวยาว ประมาณ 4 กิโลเมตร และมี ความกว้างเกือบ 100 เมตร ปัจจุบันเป็นจุดดึงดูดสำคัญของเกาะโบราเคย์ และมักติดอันดับต้นๆของสถานที่พักผ่อนของคนรักทะเลที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกอีกด้วย

“หาดปูก้า” (Puka Beach) หาดสวยอันเงียบสงบที่ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของหาดไวท์ บีช เป็นหาดที่มีบรรยากาศ ที่ผ่อนคลายมากๆ เหมาะสำหรับคนที่ต้องการสัมผัสวิถีความเป็นอยู่ของชาวบ้าน หรือการเลือกซื้อเครื่องประดับจากหอยปูคา ซึ่งเชื่อว่าหากพกติดตัวจะทำให้เกิดความโชคดีและปกป้องอันตรายในขณะที่เดินทาง นอกจากนี้การไปชิมอาหารทะเลสดๆจากร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในบริเวณหาดก็เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ได้รับความนิยมไม่น้อยไป

กว่ากันซึ่งแม้ว่าปัจจุบันจะมีร้านอาหารไม่ ค่อยมาก (ร้านที่มีชื่อเสียงคือ ร้าน-Tesebels) สำหรับการเดินทางมายังหาดปูก้านั้น นักท่องเที่ยวสามารถจ้างรถสามล้อจากหาดไวท์ บีช ซึ่งใช้เวลาในการเดินทาง ประมาณ 10-15 นาที

“หาดบูลาลอก” (Bulabog Beach) ชายหาดที่มีชื่อเสียงมากเป็นอันดับสองของเกาะโบราเคย์ โดยชายหาดนั้นตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของ เกาะโบราเคย์ เป็นจุดสำคัญสำหรับกีฬาทางน้ำนานาชนิด อาทิเช่น กระดานโต้คลื่น ดำน้ำ เจ็ตสกี และอื่นๆ นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของโรงแรมที่พัก และร้านอาหารใน ราคาที่ย่อมเยาว่าค่าครองชีพไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับหาดไวท์ บีช

3. วัฒนธรรม งานประเพณี

ปีใหม่

1. วันขึ้นปีใหม่ 1 มกราคม

เทศกาลต่างๆ

1. เทศกาลดินาญัง Dinagyang Festival Dinagyang Festival เป็นเทศกาลทางศาสนาและวัฒนธรรมของเมือง Lloilo เทศกาลนี้ได้รับการโหวตว่าเป็นเทศกาลที่น่ามาท่องเที่ยวที่สุดประจำปี 2006, 2007 และ 2008 โดยการท่องเที่ยวของประเทศฟิลิปปินส์ และยังเป็นเทศกาลแรกของโลกที่ได้รับการสนับสนุนจากสหประชาชาติ ในการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและภาคเอกชนเป็นเทศกาลทางศาสนาและวัฒนธรรมของเมือง Lloilo โดยจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงอาทิตย์ที่สี่ของเดือนมกราคม เพื่อเฉลิมฉลองและเป็นเกียรติให้กับ Santo Niño ภายในเทศกาลจะมีการเดินขบวนพาเหรดของชนเผ่า Ati มีการเต้นรำเฉลิมฉลองโดยแต่งกายด้วยวัสดุที่ได้ตามธรรมชาติ ที่มีความสวยงามและแปลกตา ตามสีสัน ซึ่งจะมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัวแตกต่างกันไป ตกแต่งหน้าตาด้วยสีที่มาจากธรรมชาติ ดูสวยงามและน่าเกรงขามไปพร้อมๆกัน และเต้นรำไปกับดนตรีที่มีเอกลักษณ์ประจำเผ่า
2. เทศกาลอาติฮาน (Ati - Atihan) จัดขึ้นเพื่อรำลึกและแสดงความเคารพต่อ “เอตาส (Aetas)” ชนเผ่าแรกที่มาตั้งรกรากอยู่บนเกาะ แห่งหนึ่งในฟิลิปปินส์ และรำลึกถึงพระเยซูคริสต์ในวัยเด็ก โดยจะแต่งตัวเลียนแบบ*เทศกาลอาติฮานเผ่า เอตาสแล้วออกมาวิ่งเร่บนท้องถนนในเมืองคาลิบู (Kalibu)
3. เทศกาลซินูล็อก (Sinulog) งานนี้จะจัดขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 3 ของเดือนมกราคมทุกปี เป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อรำลึกถึงนักบุญซานโต นินอย (Santo Nino) โดยจะจัดแสดงดนตรีและ มีขบวนพาเหรดแฟนซี ทั่วเมือง เซบู (Cebu)

4. กีฬายอดนิยม

ในด้านกีฬาจะเห็นได้จากกีฬาบาสเก็ตบอล (basketball) ซึ่งจัดเป็นกีฬายอดนิยมของชาติ กีฬาทำชื่อเสียงให้กับฟิลิปปินส์อื่นๆ ได้แก่ ขมวอย ว่ายน้ำ ศิลปะการต่อสู้ นักมวยของฟิลิปปินส์ที่ทำชื่อเสียงในระดับนานาชาติมีเช่น Manny Pacquiao., แชมป์เวิลด์เลียด ได้แก่ Efren Reyes, แชมป์หมากรุกได้แก่ Eugene Torre.สำหรับกีฬาบาสเก็ตบอลฟิลิปปินส์มีทีมอาชีพและมีการจัดการแข่งขันที่มีบริษัทและองค์กรสนับสนุนอย่างดีและมีผู้ชมหนาตา



Singapore

Traveling
Link
Thailand



National capital

5) ข้อมูลประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นเมืองที่ตั้งอยู่ปลายสุดแหลมมาลายู เป็นสถานพักสินค้าของพ่อค้าทั่วโลก เดิมชื่อว่า เทมาเล็ก (จูมาลิก) มีกษัตริย์ปกครอง ต่อมาในคริสต์ศตวรรษที่ 17 ได้มีเจ้าผู้ครองนครปาเล็มบังเดินทางแสวงหาดินแดนใหม่เพื่อสร้างเมือง แต่เรือก็อับปางลง พระองค์ได้ว่ายน้ำขึ้นฝั่ง แล้วก็เห็นสัตว์ชนิดหนึ่งมีรูปร่างลำตัวสีแดงหัวดำหัวคล้ายสิงโตหน้าอกขาว พระองค์จึงถามคนติดตามว่า สัตว์ตัวนั้นคืออะไรคนติดตามก็ตอบว่านั่นคือ สิงโต พระองค์จึงเปลี่ยนชื่อเทมาเล็กเสียใหม่ว่า สิงหปุระ ต่อมาสิงหปุระก็ได้ตกเป็นของสุลต่านแห่งมะละกา

ภูมิประเทศ

เป็นนครรัฐที่ตั้งอยู่บนเกาะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งอยู่ทางใต้สุดของคาบสมุทรมาเลย์ ติดกับรัฐยะโฮร์ของประเทศมาเลเซีย และอยู่ทางเหนือของเกาะสุมาตราของประเทศอินโดนีเซีย ภาคกลางและภาคตะวันตกเป็นเนินเขา ซึ่งเนินเขาทางภาคกลางเป็นเนินเขาที่สูงที่สุดของประเทศ เป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำสายสำคัญของสิงคโปร์ และภาคตะวันออกเป็นที่ราบต่ำ ชายฝั่งทะเลมักจะมีถ้ำกว่าระดับน้ำทะเล ต้องมีการถมทะเล

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 5,312,400 คน

การเมือง

ระบอบการปกครองของสิงคโปร์ คือ ระบอบประชาธิปไตย มีประธานาธิบดีเป็นประมุข ประธานาธิบดีคนปัจจุบัน คือ นายโทนี ตัน เค็ง ยัม เข้ารับตำแหน่งตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2544 ส่วนนายกรัฐมนตรีคือ นายลี เซียน ลุง ซึ่งรับตำแหน่งต่อจากนายโก๊ะ จ๊กตง และนายลี กวน ยู ซึ่งมีฐานะเป็นบิดาของนาย ลี เซียน ลุง สิงคโปร์แยกตัวออกจากมาเลเซียเมื่อปี พ.ศ. 2508 มีการปกครองในระบอบสาธารณรัฐโดยมีประธานาธิบดีเป็นประมุขทางพิธีการ และมีนายกรัฐมนตรีเป็นประมุขทางด้านบริหาร สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางการเมืองมากที่สุดประเทศหนึ่งของโลก เพราะนับแต่ตั้งประเทศเป็นต้นมา มีรัฐบาลที่มาจากพรรคเดียวและเป็นรัฐบาลเสียงข้างมาก และมีการควบคุมสิทธิเสรีภาพของสื่อสารมวลชนและประชาชนในการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลอย่างค่อนข้างเข้มงวด

โครงสร้างเศรษฐกิจ

1. การเพาะปลูก ปลูกยางพารา มะพร้าว ผัก ผลไม้ แต่พื้นที่มีจำกัด 2. อาศัยวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน มีอุตสาหกรรมเบา เช่น ผลิตยางพารา ขนมันปิ้ง เครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมหนัก เช่น อุตสาหกรรมเรือ ทำเหล็กกล้า ยางรถยนต์ มีกิจการกลั่นน้ำมันซึ่งใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกาและเป็นผู้สร้างแท่นขุดเจาะน้ำมันรายใหญ่อันดับ 3.การค้าขาย เป็นท่าเรือปลอดภาษี ประเทศต่าง ๆ ส่งสินค้าต่าง ๆ มายังสิงคโปร์เพื่อส่งออก และสิงคโปร์ยังรับสินค้าจากยุโรป สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เพื่อส่งไปขายต่อยังประเทศเพื่อนบ้าน มีท่าเรือน้ำลึก เหมาะสำหรับการจอดเรือส่งสินค้า

ศาสนาหลัก พุทธ. 33%. คริสต์. 18%. ไม่นับถือศาสนา. 17%. อิสลาม.

15%. ลัทธิเต๋า. 11%.

ประเทศสิงคโปร์

1. วัฒนธรรม งานประเพณี

ปีใหม่

1. เทศกาลตรุษจีน เทศกาลปีใหม่ของคนจีนที่จัดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์
2. เทศกาล Deepavali เทศกาลแห่งแสงสว่างและเป็นงานขึ้นปีใหม่ของคนฮินดู ที่จัดขึ้นเดือน พฤศจิกายน

ประเพณีทางศาสนา

1. เทศกาล Good Friday จัดขึ้นเพื่อระลึกถึงการสละชีวิตของพระเยซูบนไม้กางเขนของชาวคริสต์ใน เดือนเมษายน
2. เทศกาลวิสาขบูชา จัดขึ้นเพื่อระลึกถึงการประสูติ ตรัสรู้ และปรินิพพานของพระพุทธเจ้าของชาวพุทธ ในเดือนพฤษภาคม
3. เทศกาล Hari Raya Puasa เทศกาลการเฉลิมฉลองของชาวมุสลิมที่จัดขึ้นเมื่อสิ้นสุดพิธีถือศีลอดหรือ รอมฎอนในเดือนตุลาคม

2. แหล่งท่องเที่ยว

หากแบ่งตามภูมิศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศสิงคโปร์ มีดังนี้

ภาคตะวันออก - Katong, Pasir Ris, Changi/Pulau Ubin

ภาคตะวันตก - Kent Ridge, Mount Faber, Bukit Timah

ภาคเหนือ - Thomson, Lim Chu Kang/Tengah

ภาคกลาง - Balestier, Chinatown, แม่น้ำสิงคโปร์

สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมักอยู่ในตอนกลาง ได้แก่ พื้นที่บริเวณ Marina Bay, ปากแม่น้ำสิงคโปร์ ซึ่งเป็นที่ตั้งของเมอร์ไลออน (Merlion) , อาคารโรงละคร Esplanade ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมสมัยใหม่, สถานที่ท่องเที่ยวตามย่านบริเวณพื้นที่ริมน้ำ ได้แก่ Clarke Quay, Boat Quay, ย่านไชน่าทาวน์ (China Town) , ย่าน Little India, ย่านช้อปปิ้ง บนถนน Orchard ส่วนบริเวณเมืองรอบนอกนั้นก็มีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่โดยรอบ สามารถเข้าถึงได้โดยรถไฟ MRT และ รถประจำทาง ได้แก่ เกาะเซนโตซา (Sentosa Island) บริเวณ Harbour Front, สวนสัตว์กลางคืน (Night Safari) , สวนนกจูร่ง (Jurong Birdpark) เป็นต้น

3. กีฬายอดนิยม

กีฬาในประเทศสิงคโปร์ ชาวสิงคโปร์เล่นกีฬาฟุตบอล คริกเก็ต แบดมินตัน บาสเกตบอล รักบี้ ปิงปอง และวอลเลย์บอล ปกติแล้วในแถบย่านที่อยู่อาศัยของประชากรจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสนันทนาการจัดไว้ให้แล้ว กีฬาทางน้ำ เช่น ดำน้ำ สกีนํ้า เรือคายัก และ วัยน้ำ ยังเป็นที่นิยมกันบนเกาะนี้ สนามกีฬาแห่งชาติของสิงคโปร์เปิดให้บริการเมื่อปี 1973 และถูกใช้เป็นสถานที่แสดงทางวัฒนธรรม การกีฬา และความบันเทิงต่างๆ และถูกปิดลงในปี 2007 หลังจากศูนย์กลางการกีฬาของสิงคโปร์ถูกสร้างขึ้นในพื้นที่เดียวกันนั้น โดยได้มีพิธีเปิดเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2007 และจะพร้อมใช้ในปี 2011

ชาวสิงคโปร์สร้างผลงานได้ดีในด้านการกีฬาและสนันทนาการจนได้รับชื่อเสียงไปทั่วโลก ด้วยการผสมผสานของวัฒนธรรมและความทันสมัย สิงคโปร์ได้มอบโครงสร้างทางศิลปะที่ดีที่สุดให้กับประชากรและนักท่องเที่ยว



4. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวประเทศไทย



Details All about Thailand



1) ข้อมูลประเทศไทย

ประเทศไทย หรือชื่อทางการว่า ราชอาณาจักรไทย เป็นรัฐชาติอันตั้งอยู่บนคาบสมุทรอินโดจีนและมลายู ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพรมแดนด้านตะวันออกติดประเทศลาวและประเทศกัมพูชา ทิศใต้เป็นแดนต่อแดนประเทศมาเลเซียและอ่าวไทย ทิศตะวันตกติดทะเลอันดามันและประเทศพม่า และทิศเหนือติดประเทศพม่าและลาว มีแม่น้ำโขงกั้นเป็นบางช่วง ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยแบบมีรัฐสภา มีศูนย์กลางการบริหารราชการแผ่นดินอยู่ที่กรุงเทพมหานคร และการปกครองส่วนภูมิภาคจัดระเบียบเป็น 76 จังหวัด

ภูมิประเทศ

ประเทศไทยมีพื้นที่ประมาณ 513,115 ตารางกิโลเมตร มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 50 ของโลกและเป็นอันดับที่ 3 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจากประเทศอินโดนีเซีย (1,910,931 กม.2) และประเทศพม่า (676,578 กม.2) และมีขนาดใกล้เคียงกับประเทศสเปน (505,370 กม.2)

ประเทศไทยมีลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลาย **ภาคเหนือ** เป็นพื้นที่ภูเขาสูงสลับซับซ้อน จุดที่สูงที่สุดในประเทศไทยคือ ดอยอินทนนท์ ณ 2,565 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลรวมที่ยังปกคลุมด้วยป่าไม้อันเป็นต้นน้ำที่สำคัญของประเทศ **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของที่ราบสูงโคราช สภาพของดินค่อนข้างแห้งแล้งและไม่ค่อยเอื้อต่อการเพาะปลูก แม่น้ำเจ้าพระยาเกิดจากแม่น้ำปิงและยมที่ไหลมาบรรจบกันที่ปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ทำให้ **ภาคกลาง** กลายเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์ที่สุดในประเทศ และถือได้ว่าเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก **ภาคใต้** เป็นส่วนหนึ่งของคาบสมุทรไทย-มาเลย์ขนานด้วยทะเลทั้งสองด้าน มีจุดที่แคบลง ณ คอคอดกระ แล้วขยายใหญ่เป็นคาบสมุทรมลายู ส่วน **ภาคตะวันตก** เป็นหุบเขาและแนวเทือกเขาซึ่งพาดตัวมาจากทางตะวันตกของภาคเหนือ

ประชากร

จำนวนประชากรประมาณ 64,456,695 คน

ชนชาติ

ไทยสยามประมาณ 75% ไทยเชื้อสายจีน 14% ไทยเชื้อสายมลายู 3%

ศาสนาหลัก

พุทธ

4.1 ข้อมูลในระดับภูมิภาคของประเทศไทย



ภาคเหนือ

จุดเริ่มต้นของการแผ่อิทธิพลทางอารยธรรม และ วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ ความเป็นมาของ ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม วิถีชีวิต และความศรัทธาทางศาสนาพุทธ ภาคเหนือมีเรื่องราวตำนานของของพระธาตุสำคัญ และอาณาจักรโบราณ 5 เชียง ขาดิพันธุ์ ไท-ไต ซึ่งมีเรื่องราวของชนชาติ และเรื่องราวของการอพยพย้ายถิ่น ของชาวจีนยูนนาน และ ชนเผ่า ต่างๆ สู่ประเทศไทย มีการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจสำคัญคือ ข้าว ผลไม้ ดอกไม้ ชา กาแฟ ที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงไปทั่วโลก

1. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีสงกรานต์ / ปีใหม่

1. จังหวัดเชียงราย งานประเพณีมหาสงกรานต์ 13-15 เมษายน, ประเพณีสงกรานต์ 16-18 เมษายน, งานประเพณีปีใหม่(หมู่บ้านชาวม้ง) ประเพณีไล่ชิงช้าอาข่า (อิก้อ) กันยายน
2. จังหวัดเชียงใหม่ งานสงกรานต์ เดือนเมษายน, งานประเพณียี่เป็งเชียงใหม่
3. จังหวัดพิษณุโลก ประเพณี สรงน้ำพระพุทธรูปชินราช ตรงกับวันตรุษสงกรานต์
4. จังหวัดลำปาง งานประเพณีปีใหม่มืองลำปาง, งานประเพณีสรงน้ำพระแก้วมรกต 16 เมษายน

ประเพณีทางศาสนา

1. จังหวัดเชียงราย ประเพณีนมัสการและสรงน้ำพระธาตุเจ้าดอยตุง (ขึ้น 14-15 ค่ำ เดือน 4)
2. จังหวัดแพร่ งานไหว้พระธาตุช่อแฮแห่งดอยหลวง ขึ้น 9-15 ค่ำ เดือน 4, งานประเพณีเล่นไฟพะเนียงเวียงโกศัย ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12
3. จังหวัดน่าน ประเพณีหกเป็งไหว้พระบรมธาตุแห่งเดือนกุมภาพันธ์
4. จังหวัดพะเยา ต้นเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปีประเพณีขึ้นพระธาตุดอยหยวกงานแห่เทียนเข้าพรรษา, ประเพณีขึ้นสามพระธาตุ
5. จังหวัดลำพูน งานประเพณีสรงน้ำพระบรมธาตุหริภุญชัย ประมาณเดือน

พฤษภาคม (เพ็ญเดือนแปด โดยนับวันทางจันทรคติ)

6. จังหวัดอุดรธานี ประเพณีถวายพระเพลิงพระบรมศพพระพุทธเจ้า (อัฐมิมบูชา) วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6

ประเพณีทางสายน้ำ

1. จังหวัดเชียงราย แข่งเรือ 4 ขาดิ 16-18 เมษายน, ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แม่น้ำ 7 สาย(ทุกอำเภอ) พุทธศักราช,งานมหกรรมวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง (ไทย-จีน-พม่า-ลาว) ธันวาคม
2. จังหวัดน่าน งานแข่งเรือประเพณีชิงถ้วยพระราชทาน จัดในวันเสาร์-อาทิตย์แรกหลังจากวันออกพรรษา

เทศกาลต่างๆ

1. จังหวัดเชียงราย เทศกาล ชิมชา,งานพ่อขุนเม็งรายมหาราช 26 ม.ค. – 3 ก.พ.,งานดอกเสี้ยวบาน ที่ภูชี้ฟ้า, งานจากดอยสัมพันธ์ 12-14 กุมภาพันธ์ (ขึ้น 14-15 ค่ำ เดือน 4) มีนาคม,งานอนุรักษ์มรดกไทยล้านนา 2 ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ภูเขาน้ำตก น้ำพุร้อน แม่ฟ้า 7 สาย (ทุกอำเภอ)มิถุนายน ,งานไหว้สามแม่ ฟ้าหลวงตุลาคม,งานเทศกาลดอกบัวตองบาน,เทศกาลทุ่งและโคมไฟ (ขึ้น 15 ค่ำ) พุทธศักราช,งานมหกรรมวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง (ไทย-จีน-พม่า-ลาว),งานมหกรรมอาหารเชียงราย ธันวาคม
2. จังหวัดเชียงใหม่ งาน ไม้ดอกไม้ประดับ ต้นเดือนกุมภาพันธ์ งานประเพณียี่เป็งเชียงใหม่ เดือนพฤศจิกายน,งานฤดูหนาวและงานกาชาดประจำปี เดือนธันวาคม, งานเทศกาลร่มบ่อสร้าง ต้นเดือนกุมภาพันธ์,งานศิลปหัตถกรรมไม้แกะสลัก บ้านถาวร ต้นเดือนมกราคม
3. จังหวัดแม่ฮ่องสอน งาน ปอยเหลินสิบเอ็ด แห่ “ จองพารา ” ช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี, งานปอยสา่งลอง ช่วงเดือนเมษายนของทุกปี,งานเทศกาลดอกบัวตอง ช่วงเดือนพฤศจิกายน ของทุกปี,งานเมืองสามหมอก ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี
4. จังหวัดน่าน ประเพณี ขึ้นบ่อน้ำทิพย์ วนอุทยานถ้ำผาตูบ,เทศกาลผ่อดอกชมพูภูคา,ท่องป่า มณีพฤกษ์,เทศกาลโลกของกว่า (นักสู้แห่งขุนเขา) เดือนกันยายน,ประเพณี ตานก๋วยสลาก,สัปดาห์ล่องแก่งน้ำว่า ปีนผาหนอนเดือนพฤศจิกายน
5. จังหวัดแพร่ งานประเพณีเล่นไฟพะเนียงเวียงโกศัย ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12
6. จังหวัดพะเยา ต้นเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี,งานวันดอกคำใต้บ้าน เดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี,พิธีบวงสรวงเจ้าพ่อคำแดง,งานบวงสรวงพ่อขุนงำเมือง,งานสืบสานตำนานไถลื้อ,ประเพณีปูชา พญาลอ(บูชาพระลอ),การเลี้ยงผีเมือง,นมัสการพระเจ้าตนหลวง, ,งานเทศกาลลันจี่, พิธีเลี้ยงผีหนองเล็งทรายงานทำบุญบั้งไฟ,งานประเพณีชาวเขา, พิธีปูชาทุ่งนา
7. จังหวัดลำปาง งานมหัศจรรย์ก่องปูล้านนาไทย 31 มกราคม – 2 กุมภาพันธ์,งานแต่งงาน แบบล้านบนหลังช้าง 14 กุมภาพันธ์, งานพิธีบวงสรวงพระยาสู่ลือไชยสงคราม (เจ้าพ่อทิพย์ช้าง) 15-17 กุมภาพันธ์, งานวันรำลึกประวัติศาสตร์รถไฟรถม้าลำปาง 31 มีนาคม – 2 เมษายน,ประเพณีรดน้ำและบวงสรวงเจ้าพ่อประตู่ผาและชมภาพเขียนสีโบราณ 26-27 เมษายน, พิธีบวงสรวงเสาหลักเมืองและพิธีสืบชะตาเมือง 5 พฤษภาคม
8. จังหวัดอุดรธานี งาน พิษิตดาบหักและงานกาชาด 7-16 มกราคม,งานนมัสการพระแท่นศิลาอาสน์ พระพุทธบาทยุคล วันขึ้น 8-15 ค่ำ เดือน 3, งานเทศกาลวันกระเทียม ต้นเดือนมีนาคม,ประเพณี แห่น้ำขึ้นโรง 14 เมษายน ,งานเทศกาลกลางสาดหวานและมหกรรมของดีเมืองอุดรดีดลปลายเดือนกันยายน,งานดอกฝ้ายบานที่บ้านโคก กลางเดือนธันวาคม

2. กีฬามวยไทย

มวยไทยท่าเสา

เป็นสายมวยไทยภาคเหนือที่ไม่มีหลักฐานชัดเจนว่าสายมวยไทยท่าเสากำเนิดขึ้นเมื่อใดใครเป็นครูมวยคนแรกแต่จากหลักฐานที่ปรากฏอยู่ทำให้ทราบว่าการมวยไทยสาย ท่าเสาที่มีชื่อเสียงโด่งดังคนหนึ่งคือ ครูเมฆที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในเรื่องความคล่องแคล่วว่องไว รวดเร็ว เด็ดขาด มีลีลาท่าทางสวยงามและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม้ตะ ถีบ และศอก เป็นที่ถือกระฉ่อนจนนายทองดี เองถึงกับปัญญากับตัวเองว่าจะต้องมาขอเรียนศิลปะมวยไทยกับสำนักท่าเสาให้ได้และก็ได้มาเป็นลูกศิษย์ของครูเมฆผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชามวยไทยให้แก่ นายทองดีซึ่งได้นำความรู้ที่ได้รับไปผสมผสานกับมวยจีนอีกต่อหนึ่ง เมื่อนายทองดีได้เป็นเจ้าเมืองพระยาพิชัย ก็ได้มาคารวะครูเมฆและแต่งตั้งให้ครูเมฆเป็นกำนันปกครองตำบลท่าอิฐต่อไป

เอกลักษณ์ของมวยสายท่าเสา

การไหว้ครูจะไหว้พระแม่ธรณีก่อนทำพิธีไหว้ครู การไหว้ครูมวยท่าเสาจะไหว้บรมครูก่อนคือ พระอิศวร เพราะถือว่าพระอิศวรเป็นผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาการต่อสู้แบบฉบับมวยท่าเสา การกราบพระรัตนตรัย จะกราบในทิศหรีด (ทิศตะวันตกเฉียงใต้) ซึ่งเป็นทิศที่ผีฟ้าไม่ข้าม การนับหน้าไหว้ครูไปทางทิศตะวันออกซึ่งเป็นไปตามประเพณีของพราหมณ์ ในการเห็นหน้าโบราณสถานหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์สอดคล้องกับความเชื่อว่าบรมครูของมวยท่าเสามีพระอิศวรและทิศตะวันออกเป็นทิศที่พระอาทิตย์ส่องแสงมาสู่โลก และมวลมนุษย์เป็นสัญลักษณ์ของวันใหม่และจุดเริ่มต้นที่เป็นมงคล หรือนักมวยก่อนกราบจะหันหน้าเข้าหาตนตรี ปี กลอง เพราะถือว่า ตนตรี ปี กลอง ได้ไหว้ครูหรือพระอิศวรแล้ว การจดมวยของมวยท่าเสามือซ้ายนำและสูงกว่ามือขวา เมื่อเปลี่ยนเหลี่ยมมือขวานำและสูงกว่ามือซ้าย เมื่อตั้งมวยได้ถูกต้องและย่างแปดทิศได้คล่องแคล่วว่องไวแล้วนักมวยจะต้องฝึกท่ามือสี่ทิศพร้อม ๆ กัน กับการจดมวยและย่างแปดทิศ ท่ามือต้องออกด้วยสัญลักษณ์เพื่อให้เกิดการ “หลบหลีก ปิด บัง ปิด” ในการป้องกันตัว การคาดเชือกสายมวยท่าเสาต้องเอาเชือกด้านตราสังข์ มาลงคาถาอาคม แล้วบิดให้ เข้มแข็งเกลี้ยง หลังจากนั้นเอามาขดกันหอย 4 ขด แล้วเอาด้ายตราสังข์มาเคียนทำเป็นวง 4 วง รองข้างล่างกันหอยอีกทีหนึ่ง เพื่อสวมเป็นสนับมือ เมื่อสวมนิ้วมือแล้วก็เอาด้ายตราสังข์มาเคียนทับอีกทีหนึ่ง จากนั้นเชือกที่คาดจะต้องลงรัก และคลุกน้ำมันยาง จากนั้นก็คลุกแก้วบดอีกทีหนึ่งเป็นอันเสร็จพิธีคาดเชือกนักมวยสายท่าเสาจะต้องเสกพรักไทย 7 เม็ด กินทุกวันเพื่อให้อยู่ยงคงกะพัน และเสกคาถากระทุ้ง 7 แเบกประจำทิศบูรพา คือ อี ระ ชา คะ ระ สา 15 จบ

ก่อนขึ้นชกต้องเสกหมากหรือว่านเคี้ยวกินด้วยคาถาฝนแสนห่า ประจำทิศอาคเนย์ 8 จบ คือ ตี หัง จะ โต โร ถิ นัง ครูอาจเสกแบ่งประหนันักมวยก่อนชกด้วยนะจังจัง มวยท่าเสาอาจจะสูญเสียไปหากไม่มีการอนุรักษ์ สืบสานตำนานมวย “ลาวแกมไทย ตีนโงเหมือนหมา” เอาไว้ ลาวแกม หมายถึงคนเมืองอุดรติดัด ซึ่งมีคนเมือง คนไทยภาคกลาง และคนลาวอยู่ร่วมกัน โดยคนเมืองอยู่เหนือแม่น้ำน่าน คนไทยอยู่ใต้แม่น้ำ และคนลาวอยู่ทางตะวันออก จึงมีการผสมผสานวัฒนธรรม ประเพณี และภาษาเข้าด้วยกัน ทั้งยังมีการแต่งงานระหว่างกันด้วย ทำให้คนอุดรติดัดมีลักษณะ “ลาวแกมไทย”



ภาคอีสาน

ภาคอีสานตอนบนมีเอกลักษณ์พิเศษคือ เรื่องราวของโลกล้านปี และไดโนเสาร์(Jurassic park) ซึ่งได้ขุดพบซากของไดโนเสาร์ เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดกาฬสินธุ์ และมีมรดกโลกสำคัญคือ โบราณสถาน บ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี มีลักษณะของลวดลาย เครื่องปั้นดินเผา และมีเรื่องราวความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค ตามตำนานทางพุทธศาสนา ซึ่งเป็นความเชื่อเดียวกันกับประเทศเพื่อนบ้าน แนวผิงแม่น้ำโขง

อีสานตอนล่างมีเอกลักษณ์ที่เด่นชัด คือ ปราสาทหิน ค้นพบใหม่ 133 แห่ง มีเส้นทางท่องเที่ยวปราสาทหิน ในกลุ่มจังหวัด นครชัยบุรินทร์ (ชัยภูมิ-นครราชสีมา-บุรีรัมย์-สุรินทร์) รวมกับจังหวัดอุบล และต่อเนื่องถึงจังหวัดศรีสะเกษ การทอผ้าฝ้าย ผ้าไหม ที่มีเอกลักษณ์ และคุณภาพ เป็นแหล่งเรียนรู้ทาง ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรม

1. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีสงกรานต์ / ปีใหม่

1. จังหวัดเลย งานประเพณีสงกรานต์ไทย - ลาว อำเภอท่าลี่,นาแห้ว ช่วงวันสงกรานต์,เดินขึ้นเขาสร้างน้ำพระพุทธเมตตา อุทยานแห่งชาติภูกระดึง ช่วงวันสงกรานต์
2. จังหวัดอุบลราชธานี งาน แห่เทียนพรรษา จัดขึ้นทุกปีในวันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา ที่บริเวณทุ่งศรีเมืองและศาลาจตุรมุข,งานประเพณีมหาสงกรานต์แก่งสะพือ,งาน ประเพณีสงกรานต์และเทศกาลอาหารไทย- อินโดจีน จัดขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์

ประเพณีทางศาสนา

1. จังหวัดเลย งาน สมโภชพระธาตุศรีสองรัก วันเพ็ญเดือน 6 ของทุกปี
2. จังหวัดนครพนม งานนมัสการองค์พระธาตุพนม ขึ้น 12 ค่ำ ถึง วันแรม 1 ค่ำ เดือน 3
3. จังหวัดนครราชสีมา งานแห่เทียนพรรษา ช่วงเดือนสิงหาคมของทุกปี
4. จังหวัดมหาสารคาม งาน นมัสการพระธาตุนาดูน อำเภอนาดูน กำหนดเวลาจัดงานในช่วง ขึ้น 15 ค่ำเดือน 3 ของทุกปี
5. จังหวัดยโสธร งานนมัสการ พระธาตุภูจาน วันเพ็ญเดือน 3 , งานนมัสการพระธาตุพระอานนท์ ขึ้น 13-15 ค่ำ ช่วงเดือนมีนาคมของทุกปี
6. จังหวัดร้อยเอ็ด บุญ ฆะเวต เสาร์-อาทิติย์แรกของเดือนมีนาคม,แห่

เขียนเข้าพรรษา ก่อนวัน เข้าพรรษาหนึ่งวันของทุกปี,บุญข้าวจีของดี เมืองโพธิ์ชัย เดือนสามของทุกปี,บุญบั้งไฟ เดือนหกถึงเดือนเจ็ดของทุกปี

7. จังหวัดสกลนคร งาน สมโภชพระธาตุเชิงชุม จัดประมาณเดือนมกราคม ของทุกปี, งานประเพณีออกพรรษาแห่ปราสาทผึ้ง จัดในวันออกพรรษา ของทุกปี

ประเพณีทางสายน้ำ

1. จังหวัดนครราชสีมา งานแข่งเรือพิมาย ช่วงเดือนพฤศจิกายน ของทุกปี
2. จังหวัดนครพนม งานประเพณีไหลเรือไฟ ช่วงวันออกพรรษา ขึ้น15 ค่ำ เดือน 11
3. จังหวัดศรีสะเกษ งานประเพณีแข่งเรือหางยาวลำน้ำมูล ช่วงเดือน พฤศจิกายน
4. จังหวัดบุรีรัมย์,งานแข่งเรือยาว อ.สตึก ช่วงสัปดาห์แรกของเดือนพ.ย.
5. จังหวัดมุกดาหาร ประเพณีการแข่งขันเรือมิตรภาพไทย-ลาว ในวันขึ้น 13 ค่ำ – 15 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี
6. จังหวัดยโสธร งานแข่งเรือยาวชิงถ้วยพระราชทาน สัปดาห์ที่ 2 ของ เดือนพฤศจิกายนของทุกปี
7. จังหวัดสุรินทร์ งานประเพณีแข่งเรือยาว ประมาณกลางเดือนตุลาคมของ ทุกปี
8. จังหวัดหนองคาย งานแข่งขันเรือมิตรภาพไทย-ลาวช่วงเทศกาลออก พรรษา, งานลอยเรือไฟบูชาพระธาตุ กลางน้ำ และชมบั้งไฟพญานาค ออกพรรษา

เทศกาลต่างๆ

1. จังหวัดเลย งานประเพณีการละเล่น ผีตาโชน ระหว่างเดือน มิถุนายน - กรกฎาคม ของทุกปี,งานแสดงไม้ดอกเมืองหนาว 31 ธันวาคม -3 มกราคมของทุกปี,งานกาชาดดอกฝ้ายบาน มะขามหวานเมืองเลย 1-9,งานวันลำไย กิ่งอ.เอราวัณ เดือนกรกฎาคมของทุกปี
2. จังหวัดมุกดาหาร งานเทศกาลอาหารไทย-อินโดจีน เดือนตุลาคม
3. จังหวัดสุรินทร์ งาน แสดงช้างระหว่างวันเสาร์-อาทิตย์ที่สามของเดือน พฤศจิกายนของทุกปี, งานประเพณีขึ้นเขาสวาย และจัดงานประเพณีขึ้น เขาในวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5 ทุกปี,งานบวชนาคช้าง ระหว่างวันที่ 13-15 ค่ำ เดือน 6 ทุกปี
4. จังหวัดอำนาจเจริญ งานประเพณีฮีตสิบสองและงานกาชาดประจำปี ระหว่างวันที่ 1-10 ธันวาคมของทุกปี
5. จังหวัดหนองบัวลำภู งาน นครธรรมหาราช-กาชาดหนองบัวลำภู ระหว่างวันที่ 25-3 กุมภาพันธ์ ของทุกปี, งานขึ้นเขาไหว้พระธาเราวัณ ระหว่างวันที่ 12-14 เมษายน ของทุกปี, งานบุญบั้งไฟ ภายในเดือน 6 หรือ เดือนพฤษภาคมของทุกปี,งานสัปดาห์เที่ยวหอยหิน กินลำไย ช่วง ต้น เดือนสิงหาคมของทุกปี
6. จังหวัดอุดรธานี งาน วันระลึกก่อตั้งเมืองอุดรธานี จัดในวันที่ 18 มกราคม ของทุกปี,งานประจำปีทุ่งศรีเมือง (มหรหรมโฮมพาแลง แดนผ้าไหม-ซิด) จัดระหว่างวันที่ 1-15 ธันวาคม ของทุกปี, งานมรดกโลก ของบ้านเชียง จัดระหว่างวันที่ 16-20 มีนาคม ของทุกปี,งานถนนอาหาร สงกรานต์ เมืองอุดรธานี จัดระหว่างวันที่ 10-16 เมษายน ของทุกปี
7. จังหวัดยโสธร งาน ประเพณีบุญบั้งไฟ ช่วงวันหยุดสัปดาห์ที่ 2 ของเดือน พฤษภาคมของทุกปี, งานวันสถาปนาและงานกาชาดจังหวัดระหว่างวันที่ 1-9 เดือนมีนาคมของทุกปี,งานบุญพะเวด ช่วงเดือนมีนาคม
8. จังหวัดขอนแก่น งาน เทศกาลไหม ประเพณีผูกเสี่ยว และงานกาชาด ประจำปีช่วงระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน – 10 ธันวาคมของทุกปี,งาน เทศกาลดอกคูณเสียงแคน ช่วงระหว่างวันที่ 12-15 เมษายนของทุกปี
9. จังหวัดบุรีรัมย์ งาน เครื่องเคลือบพันปี ประเพณีบ้านกรวด 3-5 เม.ย.,งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง 3-4 เม.ย.,งานมหรหรมว่าวอีสาน ธ.ค.

10. จังหวัดมหาสารคาม งานบุญบั้งไฟ อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย กำหนดเวลาจัดงานในช่วงขึ้นเดือน 6 ของทุกปี,งานออนซอนกลองยาว อำเภอนาโพธิ์ กำหนดเวลาจัดงานในเดือนมีนาคมของทุกปี
11. จังหวัดศรีสะเกษ งานประเพณีบุญบั้งไฟ ริมฝั่งแม่น้ำมูล ด้านทิศใต้ที่ว่าการอำเภอราษีไศล ช่วงเดือนมิถุนายน (2 วัน)
12. จังหวัดสกลนคร งานประเพณีแข่งผีตาโชน จัดในวันขึ้น 1 4 ค่ำ เดือน 4 ของทุกปี,งานประเพณีโล้รำลึก จัดในวันขึ้น 4 ค่ำ เดือน 2 ของทุกปี

2. แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

1) ปราสาทหิน

ชัยภูมิเป็นนครโบราณที่ยังมีอารยธรรมของยุคขอมหลงเหลืออยู่คือ ปราสาท ที่ บ้านหนองบัว ตำบลในเมือง ภูแดง ตำบลแร่ (วัดกุดยาง) และปราสาท บ้านหนองแฝก ตำบลบ้านเต่า เป็นหลักฐานปรากฏอยู่ ซึ่งชัยภูมิเป็นจุดปลายทางของเส้นทางปราสาทหินภาคอีสานเมื่อเดินทางมาจากจุดเริ่มต้นที่เขมร แต่เป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวปราสาทหิน เมื่อเดินทางจากภาคอีสานของ ไทยตามแนวคิดของเส้นทางท่องเที่ยว นครชัยบุรินทร์ (ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์) ซึ่งเมื่อรวม 2 เส้นทางแล้วจะมีปราสาทที่อยู่ในไทยทั้งสิ้น ประมาณ 133 ปราสาท ซึ่งนับว่าเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

2) แหล่งอารยธรรมโลกล้านปี ยุคไดโนเสาร์

ปัจจุบัน นักโบราณชีววิทยา ได้ขุดพบฟอสซิลกระดูกไดโนเสาร์ในประเทศไทย ถึง 16 ชนิด ในจำนวนนี้เป็นไดโนเสาร์ชนิดใหม่ สกุลใหม่ของโลก 7 ชนิด และ ได้รับการตั้งชื่อตามชื่อของบุคคลหรือสถานที่ที่ขุดพบ ดังนี้

1. ภูเวียงโกซอร์ส สิริธรเน : เป็นไดโนเสาร์ซอโรพอดกินพืชขนาดใหญ่เดิน 4 ขา คอยาว หางยาว อายุประมาณ 130 ล้านปี ความยาวประมาณ 15-20 เมตร พบฟอสซิลครั้งแรกที่อุทยานแห่งชาติภูเวียง จังหวัดขอนแก่น
2. อีสานโนซอร์ส อรรถวิภังชิ : เป็นไดโนเสาร์กินพืชขนาดใหญ่ เดิน 4 ขา คอยาว หางยาว อายุยุคไทรแอสซิกตอนปลายประมาณ 209 ล้านปี ความยาว ประมาณ 13-15 เมตร ขุดค้นพบฟอสซิลที่จังหวัดชัยภูมิ
3. ชิตตะโกซอร์ส สัตยารักษ์กิ : เป็นไดโนเสาร์พวกที่มีสะโพกแบบนก สกุลเดียวกับที่พบในจีนแต่เป็นชนิดใหม่ เป็นไดโนเสาร์ที่กินพืชขนาดเล็กอายุยุคครี เทเชียสตอนต้นประมาณ 100 ล้านปี ความยาวประมาณ 1 เมตร
4. สยามโมซอร์ส สุธีธรนิ : เป็นไดโนเสาร์เทอโรพอดในยุคครีเทเชียสตอนต้น ประมาณ 130 ล้านปี ความยาวประมาณ 7 เมตร มีฟันที่มีลักษณะคล้ายฟัน จระเข้ กินพืชและกินสัตว์น้ำจำพวกปลาเป็นอาหาร
5. สยามโมไทรันนัส อีสานเอนซิส : เป็นไดโนเสาร์เทอโรพอดที่เดินด้วย 2 ขา หลัง ส่วน 2 ขาหน้ามีขนาดเล็ก ในยุคครีเทเชียสตอนต้น ประมาณ 130 ล้านปี ความยาวประมาณ 6.5 เมตร นับว่าเป็นบรรพบุรุษของ ไทรันโนซอร์ส เร็กซ์ ที่ พบในอเมริกาเหนือ
6. กิรินิมัส ขอนแก่นเอนซิส : เป็นไดโนเสาร์กินทั้งพืชและสัตว์เป็นอาหารเดิน และวิ่งด้วย 2 ขาหลัง มีรูปร่างคล้ายนกกระจอกเทศและปราดเปรียว ขนาดลำ ตัวยาวประมาณ 1-2 เมตร คอเรียว เล็กยาว ปากเป็นจะงอย ไร้ฟัน ถูกค้นพบ ในชั้นหินหมวดหินเสาขัว ที่อำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น อายุประมาณ 130 ล้านปี

สยามโมดอน นิมงามอิ : ไดโนเสาร์ออร์นีโทพอด สกูลใหม่ ชนิดใหม่ของโลก จากประเทศไทย โดยอ้างอิงจาก กระดูกกรามบน (maxilla) ที่ได้จากเหมืองหิน บ้านสะพานหิน จ.นครราชสีมา อยู่ในหมวดหินโคกกรวด มีอายุอยู่ในช่วงยุคครีเตเชียสตอนต้น นอกจากกระดูกกรามบนแล้ว ยังพบฟัน และ ชิ้นส่วนกระดูก ที่เป็นของไดโนเสาร์ชนิดนี้อีกด้วย

3. กีฬามวยไทย

มวยไทยโคราช

เป็นการต่อสู้แบบมือเปล่าที่พันด้วยเชือกหรือด้ายดิบของชนชาติไทยในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วประเทศในสมัยรัชกาลที่ 5 – 6 มวยไทยโคราช เป็นมวยที่มีมาในประวัติศาสตร์ไทยมาช้านานเป็นศิลปะมวยไทยที่มีชื่อเสียง ตลอดมาเท่ากับมวยลพบุรี มวยอุดรดิตถ์ มวยไชยา ซึ่งมีนักมวยจากหัวเมืองคือเมืองโคราชได้สร้างชื่อเสียง

จากการไปแข่งขันชมมวยในพระนครโดยชกชนะนักมวยภาคอื่น ๆ นับไม่ถ้วน ซึ่งล้วนแต่มีชื่อเสียงโด่งดังทั้งสิ้น โดยเริ่มตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงครองราชย์ พ.ศ.2411 พระองค์ทรงโปรดกีฬามวยไทยมาก การฝึกหัดมวยไทยแพร่หลายไปตามหัวเมืองต่าง ๆ ทั่วประเทศทรงจัดให้มีการแข่งขันชมมวยหน้าพระที่นั่งในงานศพของ พระเจ้าบรมวงศ์เธอพระองค์วรพงษ์รัษฎสมโภช ในวันที่ 18 – 21 มีนาคม ร.ศ.128 (พ.ศ.2452) ณ หุ่นพระบรมมหาราชวัง นักมวยที่เจ้าเมืองต่าง ๆ นำมาแข่งขันล้วนแต่คัดเลือกคนที่มีฝีมือดีจากทั่วประเทศ การแข่งขันครั้งนี้ได้นักมวยที่สามารถชกชนะคู่ต่อสู้หลายคนเป็นที่พอพระราช ฤทัยของพระองค์ และโปรดเกล้า ฯ พระราชทานยศและบรรดาศักดิ์ให้กับนักมวยมณฑลนครราชสีมาเมืองโคราชเป็นขุน หมื่นครูมวย คือ “หมื่นซ่งัดเชษฐา” ถือศักดินา 300 คือ นายแดงไทยประเสริฐ ลูกศิษย์คุณพระหม่อมสมาหารเจ้าเมืองโคราช มีชื่อเสียงในการใช้ “หมัดเหวี่ยงควาย”

เอกลักษณ์มวยไทยโคราช

พบว่า สวมกางเกงขาสั้น ไม่สวมเสื้อ สวมมงคลที่ศีรษะขณะชก การพันหมัดแบบคาดเชือก ตั้งแต่หมัดขึ้นไปจรดข้อศอก เพราะมวยโคราช เป็นมวยต่อยวงกว้าง และใช้หมัดเหวี่ยงควาย การพันเชือกเช่นนี้ เพื่อป้องกันการเตะ ต่อยได้ด้วยการฝึกฝึกจากครูมวย

ในหมู่บ้าน ต่อจากนั้นจึงได้รับการฝึกจากครูมวยในเมือง ขั้นตอนการฝึกโดยใช้ธรรมชาติ เมื่อเกิดความคล่องแคล่วแล้วทำพิสัยกรู แล้วให้ย่างสามชুমและฝึกท่าอยู่กับที่ 5 ท่า ท่าเคลื่อนที่ 5 ท่า ฝึกลูกไม้แก้ทางมวย 11 ท่า ฝึกท่าแม่ไม้สำคัญ ประกอบด้วย ท่าแม่ไม้ครู 5 ท่า และท่าแม่ไม้สำคัญ โบราณ 21 ท่า แล้วมีโคลงมวยเป็นคติสอนนักมวยด้วย พร้อมคำแนะนำ เตือนสติไม่ให้เกรงกลัวคู่ต่อสู้



ภาคกลาง

ด้วยลักษณะทางกายภาพของภาคกลาง คือ มีแม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำเจ้าพระยา เป็นแหล่งค้าขาย ขนส่งมาตั้งแต่สมัยโบราณ ภาคกลางมีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีการเพาะปลูกที่อุดมสมบูรณ์ มีกิจกรรมประเพณีสำคัญ ทางสาหร่าย เป็น จุดศูนย์รวมงานศิลปะ แขนงต่างๆ การทำอาหารที่ขึ้นชื่อคือน้ำพริก ข้าว-หวานในวัง วัฒนธรรมประเพณี ที่มีคุณค่าควรรักษาสืบไป

1. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีสงกรานต์ / ปีใหม่

1. จังหวัดกรุงเทพมหานคร งานประเพณีสงกรานต์วิสุทธิกษัตริย์ กิจกรรมในงานเริ่มตั้งแต่วันที่ 12 เมษายน
2. จังหวัดนนทบุรี งาน ประเพณีสงกรานต์ชาวรามัญ หลังวันที่ 13 เมษายน ประมาณ 1 สัปดาห์
3. จังหวัดปทุมธานี เป็งสงกรานต์ เป็นประเพณีสงกรานต์ของชาวมอญ, การเล่นสบ้า เป็นการละเล่นพื้นบ้าน ในวันสงกรานต์,มอญรำ เป็นประเพณีของชาวมอญโบราณ
4. จังหวัดสมุทรปราการ งานสงกรานต์ พระประแดง ตรงกับเดือนเมษายนของทุกปี

ประเพณีทางศาสนา

1. จังหวัดปทุมธานี ประเพณีการตักบาตรพระน้อย เป็นประเพณีของชาวมอญ ที่ทำในช่วงเทศกาลออกพรรษา,การแข่งขันลูกหนู จะจัดมีในประเพณีงานเผาศพพระภิกษุสงฆ์, การรำพาข้าวสาร เป็นประเพณีของชาวมอญ นิยมทำกันหลังจากการออกพรรษา เป็นช่วงการทอดกฐินและทอดผ้าป่า
2. จังหวัดนครปฐม งานนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ วันขึ้น 12 ค่ำ เดือน 12 ถึงวันแรม 5 ค่ำ เดือน 12 ของทุกปี
3. จังหวัดนนทบุรี ประเพณีตักบาตรทางเรือ วันออกพรรษา,ประเพณีตักบาตรกลางน้ำ วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ของทุกปี
4. จังหวัดเพชรบูรณ์ งานอัมพรมะดาน้ำ ประมาณ กันยายน-ตุลาคม (แรม 15 ค่ำเดือน 10)
5. จังหวัดกำแพงเพชร งาน ประเพณีโนนพระ-เล่นเพลง จัดขึ้นระหว่างวัน

- ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 ในช่วงวันมาฆบูชา,งานประเพณีสารทไทยกลั้วไข่ เมืองกำแพง จัดขึ้นระหว่างแรม 14 ค่ำ เดือน 10
6. จังหวัดอุทัยธานี งาน ประเพณีตักบาตรเทโว ในช่วงวันออกพรรษา จัดขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11ของทุกปี ณ วัดสังกัสรัตนคีรี
 7. จังหวัดสมุทรปราการ งาน นมัสการองค์พระสมุทรเจดีย์และงานกาชาดประจำปี ตรงกับวันแรม 5 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี,งานประเพณีรับบัว ตรงกับวันออกพรรษา ของทุกปี
 8. จังหวัดสมุทรสาคร งานแห่เจ้าพ่อหลักเมือง เดือนมิถุนายน,งานนมัสการเจ้าแม่กวนอิม เดือนพฤศจิกายน
 9. จังหวัดสระบุรี งาน เทศกาลนมัสการรอยพระพุทธรูปบาท ช่วงเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ของทุกปี,งานประเพณีตักบาตรดอกไม้งาม ช่วงวันเข้าพรรษา ของทุกปี

ประเพณีทางสายน้ำ

1. จังหวัดนครนายก ประเพณีสารทไทยและแข่งเรือ ช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี
2. จังหวัดนครสวรรค์ แข่งเรือยาววัดเกาะหงษ์ เดือนตุลาคม
3. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา งานแข่งเรือยาว ศูนย์ศิลปาชีพบางไทรเดือนพฤศจิกายนของทุกปี
4. จังหวัดพิจิตร งานแข่งเรือประเพณี ช่วงต้นเดือนกันยายน ตรงกับวันเสาร์-อาทิตย์ สัปดาห์แรกของเดือนกันยายนของทุกปี
5. จังหวัดลพบุรี งานลอยกระทงย้อนยุค วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ของทุกปี
6. จังหวัดสระบุรี งานแข่งขันเรือยาวลุ่มน้ำป่าสัก ปลายเดือนกันยายน ของทุกปี
7. จังหวัดอ่างทอง งานประเพณีแข่งเรือยาว ตุลาคม,งานลอยกระทงพฤศจิกายน
8. จังหวัดสุโขทัย งานประเพณีแข่งขันเรือพาย ตุลาคม, งานประเพณีลอยกระทง เผาเทียน เล่นไฟ 15-19 พฤศจิกายน

เทศกาลต่างๆ

1. จังหวัดชัยนาท งาน หุ่นฟางนก ประมาณ ม.ค. – ก.พ. ของทุกปี,งานส้มโอขาวแตงกวา ประมาณ ส.ค. – ก.ย. ของทุกปี,งานเกษตรกรรมและแม่โพสพ ประมาณเดือนพฤษภาคมของทุกปี
2. จังหวัดนครสวรรค์ งาน ประเพณีเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ
3. จังหวัดอุทัยธานี งานวันมรดกโลกห้วยขาแข้งระหว่างวันที่ 8-9 ธันวาคมของทุกปี,งานพระชนกจักรีและงานกาชาดจังหวัดอุทัยธานี ในช่วงต้นเดือนเมษายนของทุกปี
4. จังหวัดสิงห์บุรี งาน ประเพณีกำฟ้า วันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี,งานวันวีรชนชาวบ้านบางระจัน 4 กุมภาพันธ์ ของทุกปี, งานประเพณีตีข้าวบิณฑ์ 13-14 เมษายนของทุกปี,งานประเพณีอัญเชิญเจ้า 29 สิงหาคม-3 กันยายน ของทุกปี,งานประเพณีกวนข้าวทิพย์ เดือน 12-เดือนอ้ายของทุกปี, งานประเพณีแข่งเรือยาวประจำปี ปลายเดือนกันยายนของทุกปี, เทศกาลงาน กินปลาและ งานกาชาด 27-31 ธันวาคม ของทุกปี
5. จังหวัดสุโขทัย งาน ประเพณีการทำขวัญผึ้ง ขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ทุกปี, งานวันพ่อขุนรามคำแหงมหาราช และงานฉลอง 10 ปี มรดกโลก จังหวัดสุโขทัย 17-19 มกราคม, งานสักการะพระแม่ย่า-งานกาชาดประจำปี 8-16 กุมภาพันธ์,งานฉลองสมโภชหลวงพ่อดิลา 25-28 กุมภาพันธ์ , งานประเพณีแห่พระหลวงพ่อดิลกมิ่งเมือง วัดบ้านข่าน 12-14 มีนาคม,งานประเพณีสงกรานต์ 11-15 เมษายน,งานหน้าโองสร่งน้ำเจ้าพ่อเมืองดั่ง 19 เมษายน, งานประเพณีบุญบั้งไฟ 20 พฤษภาคม,งานวันภาษาไทยแห่งชาติ 29 กรกฎาคม
6. จังหวัดสุพรรณบุรี งาน อนุสรณ์ดอนเจดีย์ 25 มกราคม-2กุมภาพันธ์ , งานทิ้งกระจาดขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8, งานนมัสการหลวงพ่อดิลกป่าเลไลยก์วรวิหาร ขึ้น 6 ค่ำ เดือน5 และเดือน 12
7. จังหวัดอ่างทอง งาน อุ้ข้าวอุ้ม และงานกาชาดประจำปี มกราคม,

- งานเทศกาลมะปรางหวาน มะยงชิด กุมภาพันธ์,งานปิดทองพระพุทธรูปไสยาสน์ วัดป่าโมกวรวิหาร ตุลาคม , งานนมัสการพระพุทธรูปไสยาสน์วัดขุนอินทประมูล เมษายน,งานนมัสการหลวงพ่อดิลกพุทธพิมพ์เมษายน,งานพิธีไหว้ครูกลอง สิงหาม, งานประเพณีแข่งเรือยาว ตุลาคม,งานลอยกระทง พฤศจิกายน
8. จังหวัดสระบุรี งานวันโคนมแห่งชาติ ช่วงเดือนมกราคม ของทุกปี
 9. จังหวัดสมุทรสงคราม งาน เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย เดือนกุมภาพันธ์,งานนมัสการหลวงพ่อบ้านแหลม เดือนเมษายน,งานลั่นจี่และของดีเมือง แม่กลองเดือนเมษายน,งานตะวันรอนดอนหอยหลอด เดือนเมษายน-พฤษภาคม, งานวันส้มโอขาวใหญ่ เดือนสิงหาคม,งานประจำปีวัดเขายี่สาร เดือนธันวาคม,งานเทศกาลกินปลาทุเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม,ตลาดน้ำท่าคา ทุกวันขึ้น/แรม 2,7, 12 ค่ำวันเสาร์ และอาทิตย์
 10. จังหวัดสมุทรสาคร งาน มหาชัยซีฟูตส์ เดือนมีนาคม,งานเกษตรบ้านแพ้ว เดือนเมษายน
 11. จังหวัดนนทบุรี ประเพณีการแข่งขันจุดลูกหนู,ประเพณีเดิมมีน้ำมันตะเกียงวันขึ้น 15 ค่ำ และแรม 1 ค่ำ ของทุกปี
 12. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา งาน อุทยานมรดกโลก วันที่ 13 ธันวาคมของทุกปี,งานศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ปลายเดือนมกราคม
 13. จังหวัดพิษณุโลก ประเพณีย่ากลองบอกเวลา,ประเพณีปักธงชัย ขึ้น 14 ค่ำเดือน 12 ประเพณีสนเรือน,
 14. ประเพณีการเล่นคอน หรืออันคอน ราว ๆ เดือน 4-5 , ประเพณีการแต่งงานหรือเรียกว่า ” งานกินดอง ” ,ประเพณี แข่งเรือยาว,การละเล่นพื้นบ้าน

2. แหล่งท่องเที่ยวทะเล

จังหวัดพัทลุง

เกาะลัน

เกาะลัน อยู่ห่างชายฝั่งพัทลุงเพียง 7 กิโลเมตร นั่งเรือโดยสาร 45 นาที มีชายหาดที่สวยงามหลายแห่ง ส่วนใหญ่คึกคักไปด้วยนักท่องเที่ยวที่มาเล่นน้ำ ตูเปการัง เล่นกีฬาทางน้ำ โดยเฉพาะที่หาดตาแหวน หาดทองกลาง หาดนวล และหาดเทียน ส่วนหาดแสมบรรยากาศเงียบสงบกว่าหาดอื่น บริเวณเกาะลันและเกาะเล็ก ๆ ที่อยู่รอบ ๆ เช่น เกาะครก และเกาะสาก เป็นแหล่งตกปลาดี น้ำดูปะการัง ทั้งแบบน้ำลึกและน้ำตื้น และเป็นสถานที่ฝึกหัดเรียนดำน้ำ

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ฤดูเที่ยวเกาะลันช่วงที่หน้าเที่ยวที่สุด ของเกาะลันก็จะอยู่ในช่วง เดือน ตุลาคม-เมษายน ช่วงนี้จะมีลมมรสุมคลื่นลม ในทะเลก็สงบอากาศก็ร้อนกำลังดีเหมาะแก่การเล่น น้ำทะเลใสมาก ส่วนในช่วง เดือนพฤษภาคม - กันยายน ช่วงนี้จะเป็นช่วงที่มีลมมรสุมคลื่นลมค่อนข้างแรงหากจะไปเที่ยวก็ควรเช็คสภาพอากาศก่อนเดินทาง

จังหวัดระยอง

เกาะเสม็ด

อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า - หมู่เกาะเสม็ด ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านเพ อยู่ห่างจากตัวเมืองประมาณ 20 กิโลเมตร ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2524 มีเนื้อที่ 81,875 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่บนฝั่งและในทะเล ตลอดจนเกาะต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมือง และอำเภอแกลง ประกอบด้วยสถานที่ที่น่าสนใจ คือ หาดแม่รำพึง เขาแหลมหญ้า และหมู่เกาะเสม็ด อันประกอบไปด้วย เกาะเสม็ด เกาะจันทร์ เกาะสันฉลาม เกาะหินขาว เกาะ

ค้างคาว เกาะกุฎี เกาะกรวย และเกาะปลาตีน

เกาะเสม็ด เชื่อกันว่า คือ เกาะแก้วพิสดาร ในวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณี ของสุนทรภู่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อของระยอง ที่ได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและต่างประเทศ ตั้งอยู่ตำบลเพ อำเภอมือง อยู่ห่างจากชายฝั่งบ้านเพประมาณ 6.5 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 3,125 ไร่ มีลักษณะเป็นเกาะรูปสามเหลี่ยม ส่วนฐานของเกาะอยู่ด้านทิศเหนือ ซึ่งหันเข้าสู่ฝั่งบ้านเพ มีภูเขาสลับซับซ้อนกันอยู่ 2-3 ลูก มีที่ราบอยู่ตามริมฝั่งชายหาด ส่วนใหญ่จะอยู่ทางด้านเหนือและตะวันออก เหตุที่มีชื่อว่า “เกาะเสม็ด” เพราะเกาะนี้มีต้นเสม็ดขาว และเสม็ดแดงขึ้นอยู่มาก ซึ่งในอดีตชาวบ้านนำมาใช้ทำไม้จุดไฟ บนเกาะเสม็ดไม่มีแม่น้ำลำคลอง ประมาณ 80% ของพื้นที่ เป็นภูเขาและป่าไม้เบญจพรรณ

เกาะมันนอก

เกาะมันนอก เป็นเกาะเล็ก ๆ เกาะหนึ่งใน หมู่เกาะมัน ที่ตั้งเรียงกันอยู่ในอ่าวแกลง จังหวัดระยอง เป็นเกาะที่ค่อนข้างเงียบสงบและร่มรื่น เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการมาพักผ่อนโดยแท้ อีกทั้งยังมีหาดทรายละเอียดสีขาว น้ำทะเลสีฟ้าใส สายลมพลิ้วไหวเหนือสายน้ำ สำหรับกิจกรรมสุดฮิตของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบนเกาะมันนอก คือเล่นน้ำทะเล ดำน้ำชมความงามของปะการังต่างๆ ที่ขึ้นอยู่ใต้น้ำรอบ ๆ เกาะมันนอก และทำกิจกรรมส่วนตัวตามอัธยาศัย เพราะเกาะนี้มีความเป็นส่วนตัวมาก ๆ

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-กันยายน ช่วงเดือนพฤษภาคมมีมรสุมและคลื่นลมจัดมาก เดือนสิงหาคมมีฝนตกชุก

3. กีฬามวยไทย

มวยลพบุรี

มีวิวัฒนาการและเกิดการเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง ทำให้มวยลพบุรีแบ่ง ช่วงเวลาต่าง ๆ ตามความสำคัญเป็น 4 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 อยู่ระหว่างปีพุทธศักราช 1200 ถึง 2198 นับเป็นช่วงเริ่มต้นของมวยลพบุรี มีปรมาจารย์สุกะทันตะฤทัย เป็นผู้ก่อตั้งสำนักขึ้นที่ เขาสมอคอน เมืองลพบุรี มีลูกศิษย์รุ่นสุดท้ายคือ พ่อขุนรามคำแหงมหาราช ช่วงที่ 2 อยู่ระหว่างปีพุทธศักราช 2199 ถึง 2410 ถือเป็นช่วงสืบทอดของมวยลพบุรี ในสมัยนี้ สมเด็จพระนารายณ์ มหาราช พระมหากษัตริย์ ที่ส่งเสริมมวยลพบุรี อย่างกว้างขวาง มีการจัดการแข่งขันโดยกำหนด ขอบสังเวียนและมีกติกาการแข่งขันโดยมีพระพุทธเจ้าเสือ พระมหากษัตริย์ อีกพระองค์หนึ่งที่สนับสนุนมวยไทยและ ชอบชมมวยและมักปลอมพระองค์ไปชมมวยกับชาวบ้านอยู่เป็นประจำ ช่วงที่ 3 อยู่ระหว่างปีพุทธศักราช 2411 ถึง 2487 เป็นช่วงพัฒนาของมวยลพบุรี ช่วงนี้มีมวยลพบุรี โด่งดังมากและเฟื่องฟูจนถึงขีดสุด โดยเฉพาะในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 พระองค์เรียนวิชามวยไทยจากปรมาจารย์หลวงมลอโยธานโยค

เอกลักษณ์ของมวยลพบุรี

เอกลักษณ์ของมวยลพบุรี เป็นมวยที่ชกฉลาด รุกรับคล่องแคล่วว่องไว ต่อยหมัดตรงได้แม่นยำ เรียนลักษณะการต่อมวยแบบนี้ว่า มวยเกี้ยว ซึ่งหมายถึงมวยที่ใช้ชั้นเชิงเข้าทำคู่ต่อสู้ โดยใช้กลลวงมากมายจะเคลื่อนตัวอยู่เสมอ หลอกล่อหลบหลีกได้ดี สายตาดี รุกรับและออกอาวุธ หมัด เท้า เข่า ศอก ได้อย่างรวดเร็ว สมกับฉายา ฉลาดลพบุรี เอกลักษณ์ที่เห็นชัดเจนอีกประการหนึ่งก็คือ มีการพันมือครึ่งแขน แต่ที่เด่นและแปลกกว่ามวยสายอื่น ๆ ก็คือ การพันคอตับข้อเท้า ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของมวยลพบุรี



ภาคใต้

มีทรัพยากรทางทะเลทั้งดง วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทรัพยากรทางทะเล อันอุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์พิเศษ เช่น การแข่งเรือกอลและ กีฬาไทยโบราณ มวยไชยา ที่มีค่าในการเรียนรู้และสืบทอด นอกจากนี้ยังมีเรื่องราวของอาณาจักรศรีวิชัย พระธาตุเมืองนครศรีธรรมราช เส้นทางค้าขายโบราณ “เส้นทางตะกั่วป่า” ซึ่งเป็นเส้นทางเชื่อมทะเลฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน มีอาณาจักรชุมชนโบราณที่น่าค้นหาการค้นพบอีกมาก ปัจจุบันมีการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจสำคัญคือ ยางพาราปาล์ม ผลไม้ ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมาก

1. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีทางศาสนา

1. จังหวัดระนอง ประเพณี ตักบาตรเทโว กำหนดจัดงานวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี
2. จังหวัดนครศรีธรรมราช ประเพณี แห่ผ้าขึ้นธาตุ ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3, ประเพณี สารทเดือนสิบ เริ่มแรม 9 ค่ำ เดือน 10 ถึงขึ้น 3 ค่ำ เดือน 11, ประเพณี ชักพระ แรม 1 ค่ำ เดือน 11
3. จังหวัดสุราษฎร์ธานี งานประเพณีชักพระ ทางน้ำ 12 สิงหาคม, เทศกาลออกพรรษา “ ชักพระอำเภอไชยา ” (พระบก)
4. จังหวัดปัตตานี ประเพณีแห่เจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว วันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี (7 วัน 7 คืน), ประเพณีชักพระ, ประเพณีแห่เจ้าพ่อเล่าเอี้ยกิ่ง
5. จังหวัดพังงา งานวันสารทไทย ช่วงระหว่างแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ของทุกปี, เทศกาลกินเจ ช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี
6. จังหวัดพัทลุง งานประเพณี แข่งโพนลากพระ วันขึ้น 14-15 ค่ำ และวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ซึ่งเป็นวันออกพรรษา
7. จังหวัดภูเก็ต วัน ตรุษจีน, วันไหว้เทวดา เทียงคินของวันที่ 8 เดือน 1 ของทุกปี, วันสารทจีน (พื๊ดอ) วันที่ 15 เดือน 7 จีน ของทุกปี, ประเพณี กินผัก เริ่มตั้งแต่ ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 9 ถึง ขึ้น 9 เดือน ค่ำ เดือน 9 ของทุกปี
8. จังหวัดสงขลา งานประเพณีชักพระ ช่วงเดือนกันยายน - ตุลาคมของทุกปี

ประเพณีทางสายน้ำ

1. จังหวัดชุมพร งานประเพณีแข่งเรือชิงถ้วยพระราชทานคลองห้วยวังนัง ตัก, งานประเพณีแห่พระ แข่งเรือโชนชิงธง อ. หลังสวน เริ่มวันแรม 1 ค่ำ

- เดือน 11 ประมาณเดือน ตุลาคมของทุกปี
2. จังหวัดสุราษฎร์ธานี การแข่งขันเรือยาวประเพณีชิงถ้วยพระราชทาน สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี 30-31 ตุลาคม
 3. จังหวัดพัทลุง เทศกาล ล่องเรือแล่นทะเลน้อย วันที่ 14 ก.พ.-15 มี.ค.,ของทุกปี,งานประเพณี

เทศกาลต่างๆ

1. จังหวัดสุราษฎร์ธานี งาน ตาปีศรีสุราษฎร์ และงานกาชาดสุราษฎร์ธานี เมษายนทุกปี, มหกรรมแสดงศิลปและนิทรรศการภูมิปัญญาชาวบ้าน 28-29 กรกฎาคมทุกปี,เทศกาลของดีเมืองไชยา 9-12 สิงหาคม
2. จังหวัดตรัง งานเทศกาล ขนมหักเค็ดเดือนสิงหาคม,งานเทศกาลหมูย่าง เดือนกันยายน,งานเทศกาลกินเจเดือน ตุลาคม, งานเทศกาลอนุรักษ์หอยตะเภา เดือนพฤศจิกายน
3. จังหวัดภูเก็ต ประเพณีเดินเต่า ระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ หรือฤดูเต่าวางไข่ของทุกปี,เทศกาลเปิดฤดูท่องเที่ยว 1 พฤศจิกายน
4. จังหวัดสตูล เปิด ฤดูการท่องเที่ยวทางทะเล เทศกาลโรตัสเตด/ มกราคม,เทศกาลแข่งขันว่าวประเพณี,งานประจำปีและงานกาชาด,เทศกาลแข่งขันตกปลา/มีนาคม,ประเพณีลอยเรือชาวเลเกาะหลีเป๊ะ / พฤษภาคมและพฤศจิกายน,งานวันจำปาตะและของดีเมืองสตูล-กรกฎาคม, งานเทศกาลอาหารพื้นบ้านถือนิสิตกินเจ/กันยายน,งานลอยกระทง/พฤศจิกายน
5. จังหวัดยะลา งาน มหกรรมแข่งขันนกเขาชวาเสียงอาเซียนวันเสาร์-อาทิตย์แรกของเดือนมีนาคมทุก ปี,งานสมโภชหลักเมืองยะลา วันที่ 25 พฤษภาคม-4มิถุนายนของทุกปี,งานประเพณีของดีเมืองยะลา วันเสาร์-อาทิตย์แรกของเดือนสิงหาคมของทุกปี

2. แหล่งท่องเที่ยวทะเล

ภาคใต้ฝั่งทะเลอ่าวไทย

จังหวัดชุมพร

เกาะเต่า

เกาะเต่า เป็นเกาะเล็ก ๆ ตั้งอยู่โดดเดี่ยวกลางทะเลอ่าวไทย อยู่ห่างจากชายฝั่งของจังหวัดชุมพรประมาณ 74 กิโลเมตร ห่างจากชายฝั่งของจังหวัดสุราษฎร์ธานีประมาณ 110 กิโลเมตร ห่างจากเกาะสมุยประมาณ 64 กิโลเมตรและอยู่ห่างจากเกาะพะงันประมาณ 45 กิโลเมตร เป็นเกาะที่ได้ชื่อว่า เป็น “เกาะสวรรค์กลางทะเลอ่าวไทย” เนื่องจากเป็นเกาะที่มีธรรมชาติสวยงามและอุดมสมบูรณ์ มีแนวปะการังทั้งน้ำตื้นและน้ำลึกขนาดใหญ่และสวยงาม อันเป็นที่อยู่อาศัยของปลาหลากชนิดจำนวนมาก จนกลายเป็นจุดดำน้ำที่มีชื่อเสียงระดับโลกอีกแห่งหนึ่ง ที่นักดำน้ำทั่วโลกต่างพากันหมุนเวียนมาเยี่ยมเยือน และสัมผัสกับโลกใต้ทะเลของเกาะสวรรค์แห่งนี้ นอกจากนี้ เกาะเต่ายังมีหาดทรายขาวละเอียดที่สะอาดบริสุทธิ์ สวยงาม และสงบเงียบ อีกหลายแห่งรอบเกาะ ที่เติมเต็มให้เกาะแห่งนี้เป็แหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ เหมาะสมกับฉายา “เกาะสวรรค์” อีกทั้งในอดีตบริเวณชายหาดรอบ ๆ เกาะเต่า ยังเต็มไปด้วยเต่าที่มาหาแหล่งวางไข่เป็นจำนวนมาก อันเป็นที่มาของชื่อ “เกาะเต่า” นั่นเอง

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับท่องเที่ยวเกาะเต่า คือ เดือนกุมภาพันธ์-เมษายน ช่วงมรสุมทางฝั่งอ่าวไทย ประมาณเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนมกราคม แต่ก็มีเกาะเล็กเกาะน้อยยังคงคลื่นลมได้บ้าง หลายๆ คนก็มาเที่ยวเกาะเต่ากันตลอดทั้งปี หน้าไฮของที่นี่จะเป็นช่วง สิงหาคม-กันยายน เนื่องจากจะมีชาวต่างชาติมา

เที่ยวกันเยอะ ควรเช็คสภาพอากาศก่อนเดินทาง

จังหวัดสุราษฎร์ธานี

เกาะนางยวน

เกาะนางยวน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยเกาะขนาดเล็ก 3 เกาะ ซึ่งเชื่อมต่อกันด้วยสันทรายในลักษณะเหมือนทะเลแหวก เสน่ห์ของเกาะนางยวน นั้น มาจากน้ำทะเลสีมรกตที่ใสจนมองเห็นตัวปลาตัวเล็กตัวน้อย เปลือกหอย และปะการัง ซึ่งอยู่ใต้น้ำอย่างชัดเจน ส่วนกิจกรรมสุดฮิตของที่นี่คือ การดำน้ำดูปะการังและปลาสวยงาม เล่นน้ำริมหาด จะว่าไปนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกมาท่องเที่ยวและพักผ่อนที่นี่นั้น เหตุเพราะมีบรรยากาศที่เป็นส่วนตัวอากาศสดชื่น ทั้งยังมีความเขียวชอุ่มของเขาลึก ๆ 3 รายรอบ และความงามของท้องทะเลมาบรรจบกัน เพราะฉะนั้น หากคุณเป็นอีกคนหนึ่งที่มีใจรักธรรมชาติ หลงรักน้ำทะเล ชอบความเป็นส่วนตัว และต้องการพักผ่อนอย่างแท้จริง อย่าลืมหาพักผ่อนที่ “เกาะนางยวน”

เกาะสมุย

เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของประเทศอีกแห่งหนึ่งที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก เพราะมีธรรมชาติอันงดงาม มีหาดทรายขาวละเอียดที่สะอาดบริสุทธิ์ อีกทั้งยังเพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบครบครัน ทั้งที่พักหลากหลายรูปแบบจำนวนมาก มีการคมนาคมที่สะดวก และมีสนามบินเป็นของตัวเอง ปัจจุบันเกาะสมุยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของทะเลอ่าวไทยตอนใต้ ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลไปเยี่ยมเยือนปีละหลาย ล้านคน เกาะสมุย มีหาดทรายธรรมชาติสวยงามที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง เช่น หาดเฉวงหาดละไม หาดลิ้งงาม และหาดนาเทียน และมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ทั้งป่าไม้และแหล่งน้ำ และยังคงเต็มไปด้วยเรื่องราวและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่สร้างเสน่ห์ให้กับเกาะแห่งนี้เป็นอย่างมาก

เกาะพะงัน

“พระจันทร์สวย น้ำใส หาดทรายขาว ปะการังแพรวพราว เพชรกลางอ่าวเมืองคนดี” หรือ “ฟูลมูนปาร์ตี้” นักท่องเที่ยวทั่วโลก ต่างก็รู้จัก ปาร์ตี้มันส์ ๆ ริมหาดรีน “เกาะพะงัน” หรือ “เกาะพัง” ที่มีชื่อเสียงโด่งดังก้องไกล เพราะทุกคืนขึ้น 15 ค่ำ ที่พระจันทร์เต็มดวง “ฟูลมูนปาร์ตี้” จะบังเกิดขึ้นมาสร้างความสนุกครึกครื้น ให้กับบรรดานักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อปาร์ตี้โดยเฉพาะ เกาะพะงัน ยังมีชายหาดขาว น้ำทะเลใส ร่มรื่นด้วยทิวไม้ริมชายหาด และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอีกมากมาย และทำกิจกรรมหลากหลายทางทะเล ไม่ว่าจะเป็น ดำน้ำ เดินป่า ดูนก ชมวิถีชีวิตชาวเกาะชาวประมง

หมู่เกาะอ่างทอง

หมู่เกาะอ่างทอง ตั้งอยู่ในพื้นที่ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยเกาะต่าง ๆ 42 เกาะ ได้แก่ เกาะพะลวย เกาะวัวตาหลับ เกาะแม่เกาะ เกาะสามเส้า เกาะหินดับ เกาะนายพุด และเกาะไผ่ลวก เป็นต้น ซึ่งตามเกาะต่าง ๆ จะมีหาดทรายอยู่เกือบทุกเกาะ บางเกาะหาดทรายมีสีขาวสะอาดบริสุทธิ์ บางเกาะมีปะการังตามชายทะเลหลายชนิด สีสวยงามหลากสี อยู่ท่ามกลางความเงียบสงบ แหล่งท่องเที่ยวใน หมู่เกาะอ่างทอง ได้แก่ เกาะท้ายเพลาและเกาะวัวกันตัง เป็นจุดที่มีแนวปะการังและหาดทรายขาวสะอาด, เกาะวัวตาหลับ อยู่บริเวณอ่าวคา เป็นหาดทรายขาวสะอาดเหมาะแก่การเล่นน้ำ นอนเล่นพักผ่อนริมหาด เมื่อขึ้นไปจุดชมวิวที่ศับบนยอดเขา จะมองเห็นหมู่เกาะอ่างทองทั้งหมดที่ทอดตัวเรียงรายเป็นแนวยาวด้วยรูปร่าง ต่างๆ แปลกตา, เกาะหินดับ เป็นเกาะที่มีหาดทรายที่สวยงามและชายหาดที่ยาวที่สุดในอุทยานแห่งชาติ สภาพภูมิประเทศและทัศนียภาพรอบเกาะสวยงามน่าชม

ทะเลใน หรือ ทะเลสาบกลางภูเขา อยู่บน เกาะแม่เกาะ เป็นแอ่งน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ที่ถูกโอบล้อมไปด้วย เทือกเขาหินปูนที่สูงสลับ ซับซ้อนแต่มีอุโมงค์ใต้น้ำที่เชื่อมต่อกับทะเล การกำเนิดของทะเลสาบน้ำเค็มนี้ได้มีการสันนิษฐานว่า เกิดจากการยุบตัวของหินชั้นล่างทำให้เกิดบ่อยุบ ซึ่งเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับหมู่เกาะ หรืออาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเคมีในกระบวนการเกี่ยวกับการเกิดถ้ำ

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ช่วงเวลาระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม ของทุกปี เป็นช่วงฤดูมรสุม ทะเลจะมีคลื่นลมแรง ทำให้การเดินทางไป หมู่เกาะอ่างทอง ไม่มีความปลอดภัย สำหรับนักท่องเที่ยว ทางอุทยานแห่งชาติจึงกำหนดปิดการท่องเที่ยวประจำปี ได้แก่ ปิดฤดูกาลท่องเที่ยว ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน - 23 ธันวาคม ของทุกปี และจะเปิดฤดูกาลท่องเที่ยว ตั้งแต่วันที่ 24 ธันวาคม - 31 ตุลาคม ของทุกปี

จังหวัดตรัง

เกาะกระดาน

เป็นเกาะที่สวยงามที่สุดของทะเลตรัง อยู่ห่างด้านตะวันตกของเกาะมุกและเกาะลิบง มีเนื้อที่ 600 ไร่ ซึ่ง 5 ใน 6 ส่วนของเกาะนี้อยู่ในความรับผิดชอบของ อุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม ที่เหลือเป็นของเอกชน เกาะกระดานมีชายหาดที่มีทรายขาวละเอียดและน้ำทะเลใสจนมองเห็นแนวปะการังซึ่งเป็นปะการังน้ำตื้น ตลอดจนฝูงปลาหลากสีหลายพันธุ์ บนเกาะมีที่พักบริการทั้งของเอกชน และกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ฤดูกาลในการเดินทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม คือ ช่วงเดือน ตุลาคม – พฤษภาคม

ภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน

จังหวัดระนอง

เกาะพยาม

เกาะพยาม จังหวัดระนอง เป็นเกาะขนาดใหญ่ มีชาวบ้านอาศัยอยู่บนเกาะประมาณ 160 ครอบครัว ชาวบ้านมีอาชีพทำสวนมะม่วงหิมพานต์ สวนยางพาราและประมงชายฝั่ง กิจกรรมบนเกาะจะมีการตกปลา ซึ่งจักรยานรอบเกาะ และสำหรับผู้ที่ชื่นชอบการดำน้ำดูปะการัง เกาะพยามถือเป็นแหล่งดูปะการังที่สมบูรณ์สวยงาม และด้านทิศตะวันออกของเกาะไม่มีหาดทราย แต่มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าชายเลน และมีชาวเล เผ่ามอแกน มาอาศัยอยู่เป็นบางครั้ง บนเกาะพยามมีที่พักบริการนักท่องเที่ยว

จังหวัดกระบี่

หมู่เกาะพีพี

หมู่เกาะพีพี อยู่ห่างจากอำเภอเมืองกระบี่ 42 กิโลเมตร เป็นหมู่เกาะกลางทะเล ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี ซึ่งประกอบด้วยเกาะ 6 เกาะ คือ เกาะพีพีเล เกาะพีพีดอน เกาะยูง เกาะไม้ห้า เกาะปิเตนอก และเกาะปิเตน ในถ้ำเป็นอัญมณีเลอค่าแห่งทะเลอันดามัน ที่โด่งดังติดอันดับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของโลก ด้วยความงดงามของเว้าอ่าวคูของอ่าวตันไทร และอ่าวโล๊ะดาลัมอันโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ บวกกับทะเลในสีเขียวมรกตสวยใสที่โอบล้อมหาดทรายขาวนวลละเอียดราวแป้งของ “อ่าวมาหยา” พร้อมแนวปะการังและสรรพชีวิตหลากสีสันนานาพันธุ์ในโลกใต้ทะเล สิ่งเหล่านี้คือแม่เหล็กที่ดึงดูดให้นักเดินทางนับล้านชีวิตจากทั่วทุกมุม โลก หลั่งไหลมายังหมู่

เกาะเล็กๆแห่งนี้ เพื่อจะมาเยี่ยมเยือนและสัมผัสให้เห็นกับตาตัวเองจนได้รับการยกย่องว่าเป็นเกาะที่สวยงามติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก และได้ฉายาว่ามรกตแห่งอันดามัน สวรรค์เกาะพีพี

เกาะลันตา

เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ เป็นเกาะขนาดใหญ่ที่มีผู้คนอาศัยต่อเนื่องมายาวนานกว่าร้อยปี ประกอบด้วย เกาะลันตาใหญ่ และ เกาะลันตาน้อย ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่บนเกาะลันตาใหญ่ โดยมีจุดเด่นอยู่ที่ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา ซึ่งตั้งอยู่ที่แหลมโตนด ตรงปลายเกาะ เป็นพื้นที่ที่สมบูรณ์ด้วยผืนป่าดงดิบ มีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ และที่โดดเด่นที่สุดคือประภาคารสีขาว ซึ่งเป็นเสมือนสัญลักษณ์ของเกาะลันตา ขณะที่เกาะลันตาน้อยเป็นที่ตั้งของที่ว่าการอำเภอเกาะลันตา ด้วยระยะทางที่ห่างไกลจากแผ่นดินเกาะลันตา จึงยังคงความสวยงามของหาดทรายและน้ำทะเลสะอาด อีกทั้งยังมีวิถีชีวิตของชาวเกาะดั้งเดิม ที่มีทั้งชาวไทยพุทธ ชาวไทยจีน ชาวไทยมุสลิม และชาวไทยใหม่ (ชาวเล) อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ผสานกับความเจริญทางด้านหัวเกาะ แล่นท่าเรือและชายหาดฝั่งตะวันตก ซึ่งคึกคักด้วยนักท่องเที่ยว การมาเยือนเกาะลันตาจึงได้เที่ยวหลายบรรยากาศในคราวเดียวกัน

หมู่เกาะปอดะ

ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของอ่าวนาง จังหวัดกระบี่ ห่างจากฝั่งประมาณ 8 กิโลเมตร เป็นเกาะที่มีหาดทรายขาว น้ำทะเลใสบริเวณชายฝั่งของเกาะจะมองเห็นแนวปะการังหลากชนิดที่ยังสมบูรณ์ จึงเป็นแหล่งดึงดูดของนักท่องเที่ยวให้เที่ยวชมได้เกือบตลอดปี และเป็นจุดที่ตกปลาได้ดีเพราะไม่ได้รับผลกระทบจากลมมรสุมมากนัก สามารถเช่าเรือได้จากบริเวณอ่าวนาง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 25 นาที ราคาเรือหางยาวเที่ยวไป-กลับคนละ 300 บาท

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนเดือนพฤษภาคมถึงพฤศจิกายน เป็นฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ มีคลื่นลมแรงเป็นอันตรายต่อการเดินเรือและทางอุทยานฯ จะประกาศ ปิดเกาะในเดือนพฤษภาคมเพื่อเป็นการฟื้นฟูธรรมชาติทุกปี

จังหวัดพังงา

หมู่เกาะสุรินทร์

หมู่เกาะสุรินทร์ หรือ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ ตั้งชื่อตามพระยาสุรินทราชา (นกยูง วิเศษกุล) เทศบาลเมืองภูเก็ต ผู้ค้นพบเกาะ เป็นอุทยานแห่งชาติที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดพังงา มีลักษณะเป็นหมู่เกาะในทะเลอันดามัน อยู่ติดกับชายแดน ไทย - พม่า ประกอบด้วยเกาะ 5 เกาะ คือ เกาะสุรินทร์เหนือ เกาะสุรินทร์ใต้ เกาะไข่ (เกาะตอรินลา) เกาะกลาง (เกาะปาจุมบา) เกาะรี (เกาะสต็อก) และ 1 กองหินปริ่มน้ำ คือ กองหินริชลิ่ว นับว่ามีธรรมชาติที่สมบูรณ์ทั้งบนบกและในทะเล มีทั้งป่าดิบชื้น ป่าชายหาด ป่าชายเลนมาประจบกับแนวปะการัง แนวปะการังมีความสมบูรณ์ เหมาะสำหรับชมปะการังน้ำตื้น โดยกองหินริชลิ่วเหมาะสำหรับดำน้ำลึก เป็นแหล่งสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติใต้ทะเล มีปลาหลายชนิด และเป็นจุดที่พบฉลามวาฬบ่อยสุดของทะเลไทย ช่วงเวลาที่เหมาะกับการท่องเที่ยว คือ เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน นอกจากนี้ ยังมีหมู่บ้านของชาวเลกลุ่มสุดท้ายที่ยังดำรงวัฒนธรรมดั้งเดิมมากที่สุด คือ “มอแกน” หรือ “ยิปซีแห่งท้องทะเล” ประมาณ 200 คนปัจจุบันได้ตั้งหมู่บ้านอยู่ที่เกาะสุรินทร์ใต้ ชายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยว และบางส่วนทำงานเป็นลูกจ้างของอุทยานฯ

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนเดือนพฤษภาคมถึงพฤศจิกายน เป็นฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ มีคลื่นลมแรงเป็นอันตรายต่อการเดินเรือและทางอุทยานฯ จะประกาศ ปิดเกาะในเดือนพฤษภาคมเพื่อเป็นการฟื้นฟูธรรมชาติทุกปี

จังหวัดภูเก็ต

หมู่เกาะสิมิลัน

หมู่เกาะสิมิลัน เป็นหมู่เกาะเล็ก ๆ ในทะเลอันดามัน มีทั้งหมด 9 เกาะ เรียงลำดับจากเหนือมาใต้ ได้แก่ เกาะหุยง เกาะปายัง เกาะปาหยัน เกาะเมี่ยง (มี 2 เกาะติดกัน) เกาะปายู เกาะหัวกะโหลก (เกาะบอน) เกาะสิมิลัน และเกาะบางู โดยหมู่เกาะเหล่านี้ได้รับการยกย่องว่าเป็นหมู่เกาะที่มีความงาม ทั้งบนบกและใต้น้ำที่ยังคงความสมบูรณ์ของท้องทะเล สามารถดำน้ำได้ทั้งน้ำตื้นและน้ำลึก มีปะการังที่มีสีสันสวยงามหลากชนิด ปลาหลากสีและหายากต่าง ๆ ทั้งนี้ เกาะสิมิลัน หรือ เกาะแปด เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในหมู่เกาะสิมิลัน ลักษณะอ่าวเป็นรูปโค้งเหมือนเกือกม้า มีหาดทรายขาวละเอียดเนียนนุ่มน้ำทะเลใสน่าเล่น ได้ทะเลมีปะการังสวยงามหลายชนิด และมีปลาประเภตต่าง ๆ ที่มีสีสันสวยงามมากมาย เป็นเกาะที่สามารถดำน้ำทั้งน้ำลึกและน้ำตื้น และทางด้านเหนือของเกาะมีก้อนหินขนาดใหญ่ รูปร่างแปลกตา ตอนบนที่ตรงกับแนวหาดมีหินรูปเรือใบ ซึ่งเป็นจุดชมวิวที่สวยงามที่จะมองเห็นความสวยงามของท้องทะเลได้กว้างไกล

เกาะไข

เกาะไข หรือ เกาะตอร์ริลลา เป็นเกาะเล็ก ๆ สองเกาะ เรียกว่า เกาะไข่นอก เกาะไข่นิ่ง ทั้งสองเกาะมีหาดทรายขาวน้ำทะเลใสมีปลาหลากชนิดสีสันสวยงามว่ายอยู่ใกล้ ๆ ชายหาด มีปะการังสวยงาม การเดินทางไปเกาะไขสามารถซื้อทัวร์ได้จากบริษัทนำเที่ยว หรือเช่าเรือได้จากท่าเรือเกาะสิเหร่ ท่าเรือแหลมหินหรืออ่าวฉลอง ในจังหวัดภูเก็ต

เกาะตาชัย

เกาะบริวารแห่งใหม่ของ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน ตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุดของ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน ถูกพบครั้งแรกโดยชายที่ชื่อ ตาชัย ทำให้ตั้งชื่อเกาะตามคนค้นพบว่า เกาะตาชัย ช่วงเวลาที่เกาะตาชัยยังคงงามที่สุดคือเดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน จากนั้นเกาะตาชัยจะปิด 6 เดือน เพื่อให้ธรรมชาติได้ฟื้นฟู สำหรับจุดเด่นที่ทำให้เกาะตาชัยกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ใคร ๆ ก็อยากเดินทางไปชื่นชม คือ ชายหาดทรายขาวเม็ดละเอียด นุ่มนวลที่มีความยาวทอดตัวขนานไปกับผืนน้ำประมาณ 700 เมตร และการเดินป่าเข้าไปดู ปูไก่ ปูน้ำจืดที่ขอบอ่าวอยู่ตามธารน้ำ มีลำตัวสีแดงสด มีก้ามสีดำเหลือบน้ำเงิน เวลาร้องจะมีเสียงคล้ายไก่ ชอบบอกรักกันในช่วงกลางคืน รวมถึงเป็นจุดดำน้ำดูปะการังที่ทอดตัวยาวขนานกับชายหาด ที่สวยงามอีกแห่งหนึ่งของเมืองไทย

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนเดือนพฤษภาคมถึงพฤศจิกายน เป็นฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ มีคลื่นลมแรงเป็นอันตรายต่อการเดินเรือและทางอุทยานฯ จะประกาศปิดเกาะในเดือนพฤษภาคมเพื่อเป็นการฟื้นฟูธรรมชาติทุกปี

จังหวัดสตูล

เกาะหลีเป๊ะ

เกาะหลีเป๊ะ หรือ เกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล จุดเด่นของเกาะหลีเป๊ะคือความ

เป็นธรรมชาติของปะการังรอบเกาะ มีอ่าวที่สวยงาม หาดทรายละเอียดนุ่มเหมือนแป้ง มีอ่าวที่สวยงามชื่อ “อ่าวพัทธยา” และ “หาดขาวเล” มีลักษณะโค้งเว้า ทรายขาวละเอียด ซึ่งทั้งสองหาดนี้สามารถเดินกันได้อีกใช้เวลาประมาณ 15 นาที และยังมีบริการบ้านพักของเอกชนคอยบริการนักท่องเที่ยวอีกด้วย นักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือไปยังเกาะต่าง ๆ ได้นอกจากนี้ ยังมีชุมชนชาวเลอาศัยอยู่หลายครัวเรือน ส่วนใหญ่มิอาชีพรักทำการประมง ในวันขึ้น 13-15 ค่ำ เดือน 6 และเดือน 12 ตลอด 3 วัน 3 คืน ชาวบ้านที่มีเชื้อสายชาวเลจะร่วมกันจัดงานรีนเรจ และที่สำคัญที่สุดคือ ชาวบ้านจะช่วยกันต่อเรือด้วยไม้ระกำ และประกอบพิธีลอยเรือด้วยเป็นความเชื่อว่าเป็นการเสี่ยงทายโชคชะตาในการ ประกอบอาชีพประมง

หมู่เกาะอาดัง-ราวี

หมู่เกาะอาดัง-ราวี ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติตะรุเตา ซึ่งเป็นอุทยานแห่งชาติที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสตูล และอยู่ในเขตทะเลอันดามัน เป็นหมู่เกาะที่มีความสวยงาม อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีสภาพธรรมชาติที่น่าสนใจ โดย เกาะอาดัง ในอดีตเป็นที่ซ่อนตัวของโจรสลัด ปล้นสะดมเรือ มีหาดทรายขาวละเอียด สวยงาม และมีแนวปะการังอยู่รอบๆ เกาะ เหมาะสำหรับดำน้ำตื้น เป็นที่ตั้งของหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ ตต. 5 (แหลมสน) อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติ ประมาณ 40 กิโลเมตร ส่วน เกาะราวี มีหาดทรายขาว น้ำใส เงียบสงบ เหมาะแก่การกางเต็นท์พักผ่อน เล่นน้ำ ดำน้ำตื้น และดำน้ำลึกชมแนวปะการังและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเลที่น่าชม เป็นที่ตั้งของหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ ตต. 6 (หาดทรายขาว) และหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ ตต. 7 (ทะเลปะเหลียน) ซึ่งเดือนที่เหมาะสมแก่ท่องเที่ยวอยู่ในระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน

ฤดูกาลท่องเที่ยว

ช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนเดือนพฤษภาคมถึงพฤศจิกายน เป็นฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ มีคลื่นลมแรงเป็นอันตรายต่อการเดินเรือและทางอุทยานฯ จะประกาศ ปิดเกาะในเดือนพฤษภาคมเพื่อเป็นการฟื้นฟูธรรมชาติทุกปี

3. กีฬามวยไทย

มวยไชยา

เป็นมวยไทยโบราณของภูมิภาคไทย บรรพบุรุษไทย กษัตริย์ไทยที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อสืบสานต่อไปในอนาคตที่ยั่งยืน มวยไชยาสามารถแบ่งออกเป็น 4 ยุค คือ ยุคเริ่มต้น กำเนิดขึ้นจากพ่อท่านมา หรือหลวงพ่มา อดีตนายทหารจากพระนครศรีอยุธยาที่ 3 ฝึกมวยให้กับชาวเมืองไชยา ยุคเฟื่องฟูในช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 พระเจ้าบรมวงศ์เธอพระองค์เจ้าอรุณศรีรัชสมโภช จากนั้นได้พระราชทานบรรดาศักดิ์ แก่นักมวยจากเมืองไชยา คือ นายปรัง เป็นหมื่นมวยมีชื่อ ตำแหน่งกรรมการพิเศษ เมืองไชยา ถือศักดินา 300 ยุคเปลี่ยนแปลงในช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 เกิดขึ้นเพราะต้องรื้อเวทีและพระครูโสภณเจตสิกการม (เอี่ยม) เจ้าอาวาสเจ้าอาวาสวัดไชยารมณภาพลง

เอกลักษณ์ของมวยไชยา

เอกลักษณ์ของมวยไชยา พบว่ามีอยู่ 7 ด้าน คือ การตั้งท่ามวยหรือการจตมวย ท่าครูหรือ ท่าอย่างสามชุก การไหว้ครูรำยา การพันมือแบบคาดเชือก การแต่งกาย การฝึกซ้อมมวยไชยาและแม่ไม้มวยไชยา กระบวนท่ามวยไชยาทั้งหมด 5 ชุด คือ แม่ไม้มวยไทยไชยา 7 ท่า ได้แก่ ปั้นหมัด พันแขน พันหมัด กระโดด ตบศอก พันหมัดพลิกเหลี่ยม เต้นแรงแตงก่า อย่างสามชุก ท่าที่สำคัญคือท่า เสือลากหาง เคล็ดลับมวยไชยาที่ใช้ป้องกันได้ดีที่สุดคือ ปอง ปิด ปิด เปิด



ภาคตะวันออก

1. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีทางศาสนา

1. จังหวัดฉะเชิงเทรา งานนมัสการหลวงพ่อบุญศรีและงานกาชาด เดือนพฤศจิกายนของทุกปี
2. จังหวัดระยอง งานประเพณีตักบาตรเทโว วันออกพรรษา,งานเทศกาลลอยกระทงและห่มผ้าเจดีย์กลางน้ำ พฤศจิกายน

ประเพณีทางสายน้ำ

1. จังหวัดปราจีนบุรี เทศกาลงานแข่งเรือยาว ช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี

เทศกาลต่างๆ

1. จังหวัดชลบุรี งาน ประเพณีกองข้าว 19-21 เมษายน ของทุกปี,งานบุญกลางบ้านและ เครื่องจักรสานพนสนิม จัดขึ้นในราวเดือน 3(ไทย),งานประเพณีก่อพระทรายวันไหลบางแสน เทศกาลสงกรานต์หรือปีใหม่ของไทย , เทศกาลงานวันไหลพัทธยา 18-19 เมษายน ของทุกปี, งานประเพณีวิ่งควาย วันขึ้น 14 ค่ำ เดือน 11 ตรงกับ เดือนตุลาคมของทุกปี,งานเทศกาลกีฬา ดันเดือนพฤศจิกายน
2. จังหวัดปราจีนบุรี เทศกาล กุ้งบ้านสร้าง ช่วงเดือนมกราคมของทุกปี,งานบุญบั้งไฟ ช่วงเดือนพฤษภาคมของทุกปี,งานวันเกษตร ช่วงเดือนมิถุนายนของทุกปี
3. จังหวัดสระแก้ว งาน สืบงานวัฒนธรรมเบ็ญบูรพา อรัญประเทศ ช่วงเดือนเมษายน ของทุกปี, งานดอกแก้วบานเบ็ญบูรพา ดันเดือนธันวาคมของทุกปี

2. แหล่งท่องเที่ยวทะเล

จังหวัดตราด

เกาะกูด

เกาะกูด เกาะสุดท้ายปลายทะเลตะวันออกในจังหวัดตราดของไทย ติดชายแดนทางทะเลของกัมพูชา ด้วยความที่เป็นเกาะขนาดใหญ่เป็นอันดับ 4 ทำให้ดินแดนแห่งนี้เต็มไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์อยู่มากมาย และสวยงาม เหมาะแก่การท่องเที่ยวและการพักผ่อน และด้วยพื้นที่ที่เป็นภูเขาและที่ราบสันเขา จึงเป็นต้นกำเนิดลำห้วยต่างๆ ซึ่งทำให้เกาะกูดมีน้ำตกหลายแห่ง บนเกาะกูดยังมีสถานที่ท่องเที่ยว คือชายหาดเนินละเียด เคียงข้างน้ำทะเลใสแจ๋ว อีกทั้งยังมีป่าชายเลนที่สมบูรณ์และแนวปะการังนานาชนิด จนได้รับสมญานามว่า “อัมมานแห่งทะเลตะวันออก”

เกาะหมาก

เป็นเกาะที่ไม่ใหญ่มากนัก นับเป็นอีกเกาะที่สวยงามของอ่าวไทยที่อยู่ใกล้กับเกาะกูด มีลักษณะเหมือนดาว 4 แฉกหรือบางคนบอกว่าเป็นเครื่องหมายบวก เกาะหมากยังมีรีสอร์ทอยู่ไม่มากนัก จึงยังคงความเป็นธรรมชาติและความสะดวกได้เป็นอย่างดี อยู่ห่างจากฝั่ง (ตราด) เพียงแค่ 50 นาทีเท่านั้น บนเกาะมีสวนมะพร้าวและสวนยางพารา ใครที่มองหาทะเลสวยๆ สงบๆ และต้องการมาพักผ่อนอย่างแท้จริง

ฤดูกาลท่องเที่ยว

มิถุนายน - ตุลาคม จะเป็นฤดูฝนของเกาะกูดและเกาะหมาก ควรเช็คสภาพอากาศก่อนเดินทาง



ภาคตะวันตก

3. วัฒนธรรม งานประเพณี

ประเพณีสงกรานต์ / ปีใหม่

1. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประเพณี ฝัฟ่งใต้,ประเพณีไทยทรงดำ จัดในช่วงเทศกาลสงกรานต์

ประเพณีทางศาสนา

1. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประเพณีสลากภัต ช่วงเทศกาลเข้าพรรษา,ประเพณีตักบาตรเทโว ช่วงเทศกาลออกพรรษา,ประเพณีแข่งเรือเทศกาลงานกฐิน

ประเพณีทางสายน้ำ

1. จังหวัดตาก งาน ประเพณีล่องกระทงสาย ช่วงเดือนพฤศจิกายน
2. จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประเพณี ประเพณีแข่งเรือเทศกาลงานกฐิน

เทศกาลต่างๆ

1. จังหวัดตาก งานประเพณีกินวอช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี
2. จังหวัดราชบุรี งาน ประเพณีกินข้าวห่อของชาวกะเหรี่ยง ในเดือนเก้าของทุกปี,งานเทศกาล องุ่นหวานและตลาดน้ำดำเนินสะดวก สัปดาห์สุดท้ายของเดือนมีนาคมของทุกปี,งานเทียวราชบุรีช่วงวันมาฆบูชาปลาย เดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี
3. จังหวัดเพชรบุรี งานพระนครคีรีเมืองเพชร เริ่มวันศุกร์แรก ของเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี, เทศกาลกินหอย ดูนก ตกหมึก,ประเพณีแห่เรือบ



India

China

Myanmar

Vietnam

Laos

Thailand

Cambodia

Malaysia

Singapore

HUB

Logistic of Thailand

- National capital
- International AirPort
- Port
- AirPort
- Bridge
- Railway
- Road
- River
- Province
- City

4.2 ข้อมูลระบบลอจิสติกส์ของประเทศไทยสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

ปัจจุบัน ประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านได้พัฒนาโครงสร้างทางการขนส่งในหลายรูปแบบ โดยการร่วมมือของต่างประเทศ และ ประเทศที่ติดต่อกันเพื่อ ความรวดเร็วในการติดต่อ ทั้ง ด้านการค้า และการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระบบลอจิสติกส์ในประเทศไทย

ขนส่งทางบก

- ขยายถนน 4 ช่องจราจร ถนน East-West Corridor แม่สอด พิชณุโลก ขอนแก่น มุกดาหาร
- ถนนเชื่อม R3E ที่เชียงของ เชื่อมต่อจากเด่นชัยเป็นทางคู่ทั้งหมด 390 กิโลเมตร เชื่อมลพบุรี ไปยังแหลมฉบัง

ขนส่งทางอากาศ

- ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ขยายถนนกึ่งแก้ว ลาดกระบัง ไปยังภาคตะวันออกทั้งหมด

ขนส่งทางเรือ

- ท่าเรือชุมพร สงขลา ปากบารา
- ท่าเรืออ่างทอง-แหลมฉบัง-เกาะสีชัง

ขนส่งทางรถไฟ

- รถไฟ ปรับปรุงทางให้ปลอดภัย และส่งเสริมประสิทธิภาพให้สูงขึ้น
- ข้อมูลจาก <http://its.in.th>

ระบบลอจิสติกส์ประเทศไทยสู่ต่างประเทศ

ขนส่งทางเรือ

ไทย-เวียดนามใต้-จีน

เริ่มเส้นทางไทย-เวียดนามใต้-จีน และภายในปี 2556 การร่วมทุนด้าน โลจิสติกส์ใน อินโดนีเซีย เชื่อมโยงระหว่างเกาะในฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย เข้าด้วยกัน ในปี 2558 จะสามารถเชื่อมวงจรขนส่ง เวียดนามและอินโดนีเซีย

ไทย-พม่า-กัมพูชา

ท่าเรือน้ำลึกทวาย - แหลมฉบัง จะเป็นท่าเรือที่สำคัญของภูมิภาค ซึ่งไทย สามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ได้และทำให้การขนส่งสินค้าผ่านมหาสมุทรอินเดีย ไม่ต้องไปอ้อมสิงคโปร์ โดยสินค้าที่ผลิตจากนิคมฯ ภาคตะวันออกส่งออกผ่าน ท่าเรือทวายได้เลย รวมทั้งรองรับการลงทุนปีโตรเคมีและโรงถลุงเหล็กได้ ซึ่งจะ ช่วยเกื้อหนุนอุตสาหกรรมไทย

ข้อมูลจาก <http://www.ftipc.or.th>

ขนส่งทางบก

ไทย-ลาว

- สะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 1 - สะพานที่เชื่อมต่อจังหวัดหนองคาย เข้ากับกรุงเวียงจันทน์
- สะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 - สะพานที่เชื่อมต่อจังหวัดมุกดาหาร เข้ากับแขวงสะหวันนะเขต
- สะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 3 - สะพานที่เชื่อมต่อจังหวัดนครพนม เข้ากับคำม่วน
- สะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 4 - สะพานที่เชื่อมต่อจังหวัดเชียงราย เข้ากับห้วยทราย
- สะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 5 - สะพานที่เชื่อมต่อจังหวัดบึงกาฬ เข้ากับบอลิคำไซ
- สะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 6 - สะพานที่เชื่อมต่อจังหวัดน่าน ด่าน ห้วยไคร้ เข้ากับหลวงพระบาง

ไทย-พม่า

- สะพานมิตรภาพไทย-พม่า 1,2 อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ขนส่งทางรถไฟ

ไทย-มาเลเซีย

ประมาณปี 2558 การวิ่งรถแลนด์บริดจ์ ระหว่างบางซื่อ-มาเลเซีย (เชื่อมโยงไป ถึงสิงคโปร์ที่ท่าเรือปอร์ตกิงของมาเลเซีย) จะวิ่งได้ถึง 10 ขบวน/วัน

ไทย-กัมพูชา

เชื่อมโยงผ่านอำเภอรัษฎาประเทศ คลองลึก จังหวัดปราจีนบุรี กำลังลงนาม ก่อสร้างสะพาน จะแล้วเสร็จภายใน 2 ปี ฝ่ายกัมพูชามีแผนจะปรับปรุง ทางรถไฟเก่าเพื่อเชื่อมกับกรุงพนมเปญ

ไทย-ลาว

รถไฟทানাแล้ง ห่างจากหนองคายอยู่ประมาณ 3 กิโลเมตร จะขยายเส้นทาง จากทানাแล้งไปสู่เวียงจันทน์

ไทย-พม่า

กำลังเจรจา ทำทางรถไฟเชื่อมจากทวายเข้ากรุงเทพมหานคร

5. การสำรวจพื้นที่ศึกษาข้อมูลจริงภายในประเทศ และทำการระดมสมองกับผู้มีส่วนได้เสีย ในภูมิภาคของไทย : โดยเลือกจังหวัดตัวแทนเพื่อทำการจัดประชุมดังนี้

แบบสอบถาม : การสร้างเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภูมิภาค

1. หากท่านต้องเตรียมพร้อมในการเข้าสู่ AEC ท่านจะเตรียมพร้อมในเรื่องอะไรบ้าง ?

มุกดาหาร	อุดรธานี	ชัยภูมิ	สุราษฎร์ธานี
1.1 โดยส่วนใหญ่เน้นในเรื่องของภาษา ที่ควรพัฒนาให้สามารถสื่อสารได้ 1.2 พัฒนาเตรียมความพร้อมโดยให้ความรู้เรื่อง AEC ให้มากขึ้นในทุกด้าน รวมถึงผลกระทบทั้งผลดีและผลเสีย การปรับตัว ปัญหาต่างๆ วัฒนธรรมระหว่างประเทศ เศรษฐกิจของ AEC 1.3 การพัฒนาสินค้า OTOP เช่น เสื้อเย็บมือให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น 1.4 ฝึกทักษะทางด้านการประชาสัมพันธ์	1.1 โดยส่วนใหญ่เน้นในเรื่องของภาษา ที่ควรพัฒนาให้สามารถสื่อสารได้ 1.2 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น 1.3 พัฒนาด้านการบริการ 1.4 แนะนำการท่องเที่ยวภายในจังหวัดหรือจังหวัดใกล้เคียง	1.1 โดยส่วนใหญ่เน้นในเรื่องของภาษา ที่ควรพัฒนาให้สามารถสื่อสารได้ 1.2 พัฒนาเตรียมความพร้อมโดยให้ความรู้เรื่อง AEC ให้มากขึ้น ทั้งด้านบุคลากรในการบริการ ศึกษาตลาดของ AEC ให้มากขึ้น 1.3 ปรับโครงสร้างการบริหาร กลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจ 1.4 ปรับปรุง เตรียมความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นเรื่องที่พักเป็นหลัก ราคาที่พัก ปรับปรุงพื้นที่การให้บริการ การคมนาคมที่สะดวกมากยิ่งขึ้น เพิ่มสาธารณูปโภค เช่น สุขา ที่จอดรถ เป็นต้น	1.1 โดยส่วนใหญ่เล็งเห็นความสำคัญในการเตรียมความพร้อมในด้านของการสื่อสาร 1.2 การให้ความรู้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับ AEC ให้มากขึ้น โดยศึกษาถึงข้อมูลเศรษฐกิจของแต่ละประเทศใน AEC, ตลาดของ AEC, เอกลักษณ์วัฒนธรรมของแต่ละประเทศ รวมไปถึงกฎระเบียบข้อกำหนดของแต่ละประเทศด้วย 1.3 เตรียมรับมือกับผลกระทบต่างๆ ของการเกิด AEC ทั้งต่อตัวเอง สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ 1.4 พัฒนาประเทศ โดยมุ่งเน้นพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ พัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชน พัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน 1.5 สำรวจทรัพยากรในประเทศ เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ของชุมชน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีความเป็นเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น



2. ท่านมีมุมมองต่อ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างไร ?

มุกดาหาร	อุดรธานี	ชัยภูมิ	สุราษฎร์ธานี
“ความคิดเห็นส่วนใหญ่เน้นไปในเชิงบวก เห็นว่าการเกิด AEC นี้ เป็นการเปิดโอกาสทางด้านเศรษฐกิจมากขึ้น มีการนำสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้มีการคมนาคมไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้สะดวกยิ่งขึ้น ตามไปด้วย นอกจากนั้นยังเป็นผลดีในการเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านให้อยู่กันอย่างเข้าใจ มีการพัฒนาร่วมกันในทุกๆด้าน โดยเฉพาะด้านการศึกษาที่จะถูกปรับและพัฒนาไปโดยอัตโนมัติ ในด้านการรวมกลุ่มกัน ก็ยังจะส่งผลทำให้เป็นที่จับตามองของทางด้านประชาคมยุโรปมากขึ้น ซึ่งการเกิด AEC นี้ก็ควรที่จะมีกฎหมายรองรับที่ดี และแต่ละภาคส่วนนั้นก็ควรที่จะให้ความสำคัญต่อการรองรับการเกิด AEC ให้มากขึ้น กว้านี้ เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียขึ้นได้”	“ความคิดเห็นส่วนใหญ่เน้นไปในเชิงบวก การเกิด AEC ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เห็นว่าเป็นโอกาสที่ดีที่ไทยได้รับประโยชน์อย่างมาก เพราะเกิดการสนับสนุนการท่องเที่ยวมากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยมากขึ้น มีการลงทุนที่เสริมมากขึ้น เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ แต่หากวางแผนไม่ดีก็อาจส่งผลกระทบในหลายด้านด้วยกัน”	“ความคิดเห็นส่วนใหญ่เน้นไปในเชิงบวก เห็นว่าเป็นโอกาสที่ดีในการเกิด AEC นี้ เป็นการเปิดโอกาสในการเปิดประเทศมากยิ่งขึ้น มีการเปิดตลาดเสรีทางการค้า มีการแข่งขันด้านเศรษฐกิจที่สูงขึ้น โดยเฉพาะตลาดการท่องเที่ยว เมื่อประชาชนได้พัฒนาในด้านต่างๆในการเป็น AEC ก็จะส่งผลให้ประเทศพัฒนาขึ้นด้วย เกิดเป็นการสร้างเครือข่าย คู่แข่ง คู่ค้า การแลกเปลี่ยนธุรกิจในทุกด้าน จนทำให้เกิดสันติภาพ ความขัดแย้งระหว่างประเทศก็จะลดน้อยลง ในด้านของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ก็จะมี การแข่งขันด้านแรงงานสูงขึ้น เกิดการจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับกับ AEC แต่หากแต่ละประเทศร่วมมือกันได้อย่างจริงจังก็จะเกิดผลดีอย่างมาก ดังนั้นประชาชนโดยเฉพาะคนไทยควรที่จะตื่นตัวกับ AEC ให้มากกว่านี้ เพื่อให้สามารถรับมือกับสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นและผลที่ตามมา กับ AEC ให้ได้”	“การเกิดการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นการเปิดโอกาสขยายโอกาสไม่เพียงแต่ในด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมมากขึ้น เกิดการพัฒนาศักยภาพในทุกด้าน เกิดการรวมกลุ่ม ความร่วมมือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆเหล่านี้ และมีส่วนหนึ่งมีความคิดเห็นว่า หากขาดการเตรียมตัวรับมือกับ AEC ไม่ดีก็อาจทำให้เกิดปัญหาขึ้นได้ เช่น ผลต่อค่าครองชีพ การว่างงาน การทุจริตโดยนายทุนที่ไม่ได้คำนึงถึงคนรากหญ้า หรือคนในท้องถิ่นเดิม ความเป็นอัตลักษณ์ของชาวบ้าน อาจถูกเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนั้นก็อยากให้หน่วยงานช่วยในรับรองผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วย”

4. ท่านคิดว่าภาครัฐ ควรปฏิบัติอย่างไรเพื่อให้ท่านมีความพร้อมมากขึ้นในยุค AEC ?

มุกดาหาร	อุดรธานี	ชัยภูมิ	สุราษฎร์ธานี
4.1 ควรมีการเปิดศูนย์ให้ความรู้ แนะนำกับคนในระดับชาวบ้าน 4.2 ควรให้ความรู้เกี่ยวกับ AEC ทุกด้าน โดยเฉพาะผลดีและผลเสียของการเกิด AEC ผ่านสื่อต่างๆมากขึ้น 4.3 รัฐควรสนับสนุนมากขึ้น ทั้งในเรื่องของงบประมาณ การอำนวยความสะดวกในการคมนาคม การจัดสัมมนาอย่างต่อเนื่อง 4.4 การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำแต่ละเมืองให้เกิดความสัมพันธ์ต่อประเทศเพื่อนบ้าน	4.1 ปรับปรุงเรื่องความสะดวกในการนำเข้า ส่งออก 4.2 จัดอบรมสัมมนาอย่างต่อเนื่อง 4.3 ภาษา 4.4 การต้อนรับ 4.5 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4.1 การเตรียมความพร้อมให้กับทุกคนเพื่อเข้าสู่ AEC ประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้เพื่อให้ประชาชนคนไทยตื่นตัว เห็นความสำคัญของ AEC 4.2 รัฐควรสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนให้มากขึ้น โดยพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพิ่มมาตรฐานในการขนส่ง การเดินทาง และการบริการ เพิ่มป้ายบอกเส้นทาง เพิ่มคู่มือ เพิ่มศูนย์บริการการท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการเดินทางให้สะดวกมากขึ้น 4.3 กำหนดปรับปรุงระเบียบกฎหมายต่างๆ เกี่ยวกับ AEC กำหนดแผนพัฒนาด้านต่างๆของรัฐเกี่ยวข้องกับ AEC ให้ชัดเจนขึ้น	4.1 รัฐควรจัดอบรมให้ความรู้ สร้างความเข้าใจให้กับประชาชนเกี่ยวกับ AEC ให้มากขึ้น รวมถึงประโยชน์ที่จะได้รับจาก AEC ด้วย 4.2 ประชาสัมพันธ์ทุกสื่อ เกี่ยวกับ AEC ในทุกด้าน เพื่อให้คนตื่นตัวเห็นความสำคัญ 4.3 รัฐควรมีแผนแม่บทที่ชัดเจนในการพัฒนาในด้านต่างๆ การพัฒนากิจกรรมเชิงท่องเที่ยวไทย เพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว รวมถึงพัฒนาทางด้านเยาวชน ภาษา แหล่งท่องเที่ยว ภูมิปัญญาท้องถิ่น เผยแพร่ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นดั้งเดิม 4.4 รัฐควรมีงบประมาณสนับสนุน 4.5 ควรจัดสัมมนาแกนนำหลัก 4.6 จัดการปัญหาเสพติด

3. ท่านอยากให้มีการจัดสัมมนาในหัวข้อหรือเนื้อหาเกี่ยวกับอะไรในอนาคต ?

มุกดาหาร	อุดรธานี	ชัยภูมิ	สุราษฎร์ธานี
3.1 การพัฒนาศักยภาพของการใช้สื่อ และภาษา 3.2 ให้ความรู้เกี่ยวกับAEC ในทุกๆด้าน เช่น วัฒนธรรม ประเพณี สกฤตเงิน ภาษา 3.3 การเตรียมตัว รับมือ ปรับตัวของภาครัฐ ประชาชนและผู้ประกอบการ ถึงปัญหาผลกระทบ และแนวทางแก้ไขของการเปิด AEC 3.4 การท่องเที่ยว 3.5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย	3.1 การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ยุค AEC ทั้งบุคลากรภาครัฐ และเอกชน รวมถึงการรับมือเพื่อรักษาอัตลักษณ์ของคนไทย 3.2 การวิเคราะห์ผลกระทบโดยแยกเป็นชนิดสินค้า 3.3 การพัฒนางานด้านการท่องเที่ยวและบริการ รวมถึงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 3.4 ความหมายของ AEC 3.5 การท่องเที่ยวที่มีอยู่ และแหล่งวัฒนธรรมของชุมชน	3.1 การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ยุค AEC โดยวิเคราะห์ทั้งจุดเด่นโอกาสของประเทศ รวมถึงผลกระทบในด้านบวกและลบของ AEC เพื่อป้องกันรับมือกับความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น 3.2 ให้ความรู้เกี่ยวกับประเทศในแต่ละประเทศของ AEC เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม รวมถึงกฎหมายของแต่ละประเทศ 3.3 ภาษา 3.4 การสร้างเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของประเทศไทย สร้างจุดเด่นของจังหวัดให้ชัดเจน กำหนดมาตรฐานพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว และการบริการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 3.5 จัดสัมมนาหน่วยงานต่างๆที่มีอำนาจในการตัดสินใจในแต่ละจังหวัด จะได้พัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน 3.6 พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการอบรมมัคคุเทศก์	3.1 การเตรียมตัว รับมือ ปรับตัวของประชาชนและผู้ประกอบการ โดยเรื่องของการเตรียมตัวนี้รวมไปถึงด้านของธุรกิจต่างๆ การเลือกใช้ภาษาของ AEC ปัญหาและผลกระทบต่อภาคเกษตร รวมถึงการสร้างเอกลักษณ์สัญลักษณ์ของความ เป็น AEC 3.2 การพัฒนาศักยภาพของการใช้สื่อ และภาษา 3.3 การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การพัฒนาความเป็นเอกลักษณ์ 3.4 การตั้งรับเชิงรุกศาสตร์ ด้านเศรษฐกิจยุคใหม่ 3.5 สิทธิความเท่าเทียมทางด้านสังคม มนุษย์ ความเหลื่อมล้ำของเด็กสตรี ผู้พิการ และคนต่างด้าว

5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

มุกดาหาร	อุดรธานี	ชัยภูมิ	สุราษฎร์ธานี
5.1 ให้วิทยากรออกแบบลายให้ 5.2 อยากให้ภาครัฐช่วยพัฒนาสินค้า OTOP และจัดหาเงินทุนเพื่อให้สินค้าของกลุ่มไปจัดแสดงในต่างประเทศ 5.3 โครงการควรมีการจัดทำขึ้นจริงมากกว่าการนำเสนอ แบบสอบถาม 5.4 คนที่เข้าใจในเรื่องของ AEC ยังมีน้อย กลุ่มธุรกิจใหญ่ๆเท่านั้นที่ค่อนข้างได้ผลประโยชน์จากการเกิด AEC นี้ การพัฒนาอัตลักษณ์ของจังหวัดหรือ เมืองที่ขาดการบูรณาการนั้นทำให้ไม่ได้เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ รวมถึงทางจังหวัดก็ยังไม่เน้นเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่าที่ควรด้วย	5.1 อยากให้จัดสัมมนาอย่างต่อเนื่องเพื่อจะได้เรียนรู้หลักการต่างๆให้ทันสู่ AEC 5.2 ข้อมูลผลดี ผลเสีย ผลกระทบต่อบุคคลากรภาครัฐ ประชาชน ธุรกิจ เอกชน	5.1 อยากให้รัฐทำงานอย่างจริงจังจั้งทั่วถึง และเท่าเทียม 5.2 อยากให้เชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกด้าน กับผู้ประกอบการที่มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวเข้าร่วมสัมมนา 5.3 ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิด วิธีการ แผนการดำเนินการในทุกภาคส่วน 5.4 ภาครัฐควรจัดให้มีการออกแบบสัญลักษณ์หรือของที่ระลึกประจำจังหวัด 5.5 สามารถนำประโยชน์ที่ได้รับจากการสัมมนาครั้งนี้ไปใช้ได้จริง	5.1 ควรฝึกอบรมมัคคุเทศก์น้อยอย่างจริงจัง และใช้ได้จริง 5.2 ให้จัดมีการอบรมเช่นนี้บ่อยๆ 5.3 ความน่าสนใจในการสัมมนาน้อย คนเข้าร่วมน้อย 5.4 ควรประชาสัมพันธ์ให้มากเปิดโอกาสให้แต่ละชุมชนได้เล่าประสบการณ์ท่องเที่ยวบ้าง ไม่ใช่เล่าอยู่ฝ่ายเดียว 5.5 ควรพูดเรื่องในประเทศไทยไม่ใช่พูดแต่เรื่องประเทศเพื่อนบ้าน 5.6 ควรสร้างความเข้าใจกับประชาชนเรื่อง AEC ให้มากกว่านี้

จากข้อมูลแบบสำรวจความต้องการ ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ทีมวิจัย จึงลงพื้นที่และทำแบบสอบถาม ในการจัดประชุม สัมมนา ในระดับภูมิภาค

แบบสอบถาม : ความพร้อมรับ AEC ในระดับภูมิภาค

“การประเมินต้นทุนผลได้ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อปรับอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก บริการท่องเที่ยว”

1. อัตลักษณ์ของท้องถิ่นท่านคืออะไร ?

มุกดาหาร	อุดรธานี	สุราษฎร์ธานี
1.1 ประเพณี วัฒนธรรม โดยเฉพาะ 8 ชนเผ่า 1.2 ภูผาเทิบ 1.3 อุทยานหอนกแก้ว 1.4 สะพานข้ามแม่น้ำโขง 1.5 ประตูลู่ฮั่นอินโดจีน 1.6 สินค้า OTOP เช่น กระเป๋าสาน ผลิตภัณฑ์จากตอไม้ ผ้าย้อมคราม ผ้ามัดหมี่ ผ้าเย็บมือ 1.7 อื่นๆ อาหารห่อใบตอง วัดอัมพะวัน แก้วมุกดา เจ้าแม่สองนาง	1.1 ผ้านาข่า 1.2 ลายไฟบ้านเชียง, ผ้าบ้านเชียง 1.3 ความเป็นตัวตน, วิถีชีวิตของคนในชุมชน 1.4 อื่นๆ แหล่งจำหน่ายผ้าพื้นเมืองที่ใหญ่ที่สุด, เส้นทางสู่ Asian ได้สะดวก, หอนงประจักษ์, กล้วยไม้หอม	1.1 อารยธรรมศรีวิชัย 1.2 วิถีชีวิตชาวบ้านลุ่มแม่น้ำ 1.3 สวนโมกข์พุทธทาสภิกขุ 1.4 ไข่เค็มไชยา 1.5 ธรรมชาติ โดยเฉพาะเกาะ ป่าชายเลน มะพร้าว จาก อาหารทะเล หอย 1.6 อื่นๆ ลิเกป่า ข้าวหอมไชยา

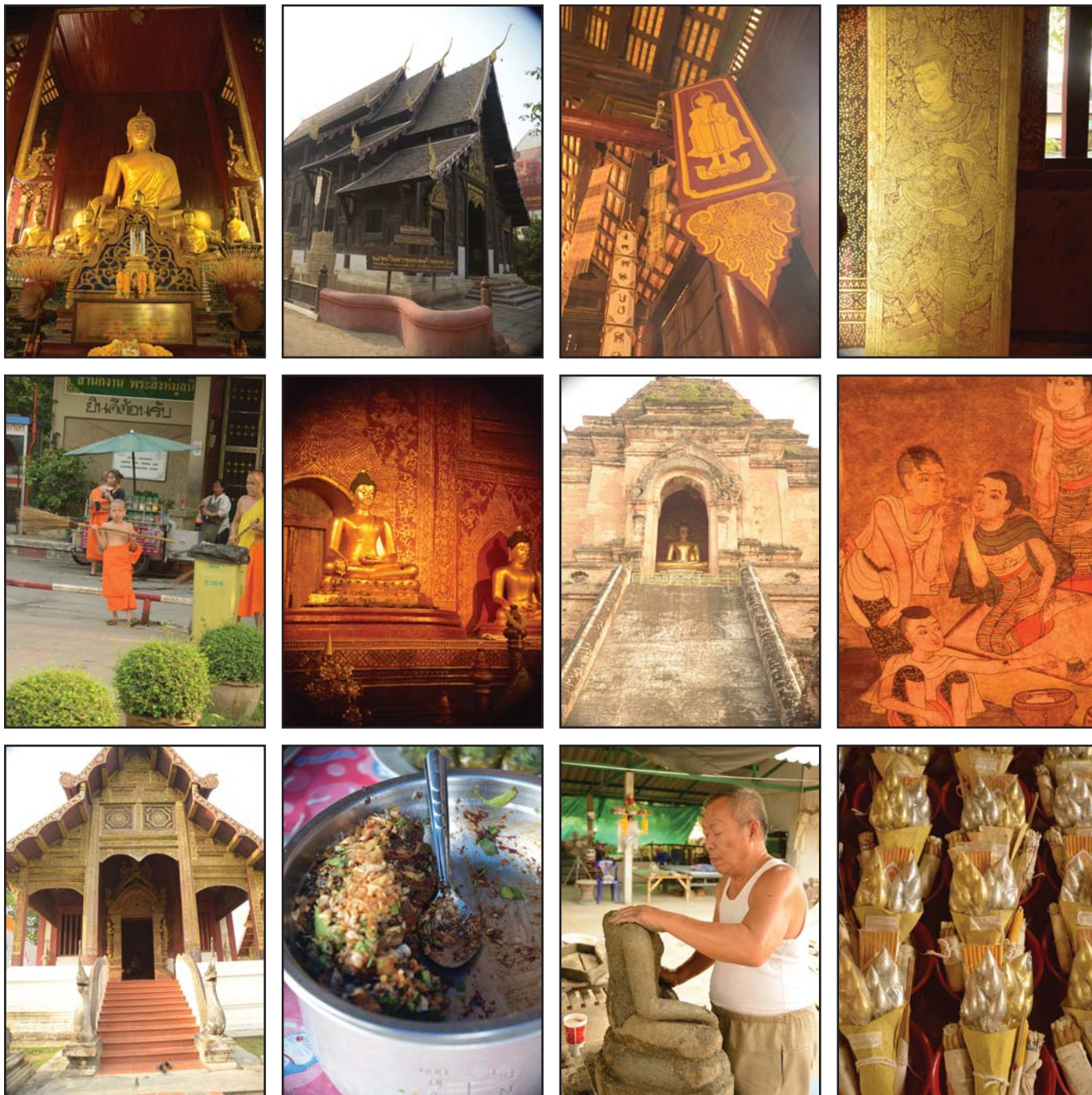
2. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่พัฒนาจากอัตลักษณ์คือ ?

มุกดาหาร	อุดรธานี	สุราษฎร์ธานี
2.1 สินค้าพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละชนเผ่า เสื้อผ้าประจำเผ่า ตุ๊กตาชนเผ่า 2.2 ผ้าย้อมคราม ผ้าเย็บมือ 2.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กิจกรรมของชนเผ่า	2.1 สิ่งของที่ใช้ในชีวิตประจำวัน 2.2 ลายผ้าบ้านเชียง, เสื้อ 2.3 การเพาะกล้ายางพาราเป็นของฝาก 2.4 การต้อนรับ	2.1 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 2.2 ของใช้ เช่น เสื้อผ้า สิ่งประดิษฐ์ 2.3 ของกิน เช่น ขนมท้องถิ่นที่ทำจากข้าวท้องถิ่น ไข่เค็ม

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

มุกดาหาร	อุดรธานี	สุราษฎร์ธานี
3.1 ขาดเงินสนับสนุน ในการผลิต วิจัย และการออกแบบ 3.2 อยากให้วิทยากร ออกแบบลายผ้าสวยๆและทันสมัย 3.3 รัฐควรให้การสนับสนุนส่งเสริมด้านภาษาสากล และความรู้ในทุกด้านของ AEC 3.4 ได้ประโยชน์มาก เพราะการประชุมอบรมที่เคยมีมายังไม่เคยมีการเจาะลึกเป็นรายจังหวัด ทำให้เห็นเอกลักษณ์ของจังหวัดชัดเจนขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาต่อไปได้ 3.5 ควรประชาสัมพันธ์โครงการให้กว้างขวางผ่านสื่อหลายแขนงมากกว่านี้ 3.6 ควรส่งเสริมด้านอัตลักษณ์ของจังหวัดให้มากกว่านี้ โดยให้กระจายไปยังทุกภาคส่วน	3.1 ควรแนะนำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ 3.2 อยากให้มีการสนับสนุนจากทางจังหวัด 3.3 ควรเชิญกลุ่มเป้าหมายให้มากกว่านี้ ให้มีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ 3.4 ควรแจ้งการสัมมนาล่วงหน้าประมาณ 10 วัน 3.5 เอกสารการบรรยายดี	3.1 การนำเสนอข้อมูลดีมาก แต่ควรได้รับการเผยแพร่อย่างเป็นรูปธรรม 3.2 ควรจัดประชุมเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่น ให้กับกลุ่มผู้บริการภาครัฐ เอกชน ผู้นำชุมชนด้วย 3.3 แบบประเมินไม่ควรให้ใส่ชื่อ สกุลของผู้ประเมิน 3.4 ควรสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมโบราณ เพื่อฟื้นฟูให้เป็นที่รู้จักและเข้าใจทั้งคนไทยและต่างประเทศ





Chiang Mai ภาคเหนือ

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดหนึ่งของไทย ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร ซึ่งใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ และมีประชากร 1,655,642 คน มากเป็นอันดับ 5 ของประเทศ **ทิศเหนือติดต่อกับรัฐฉานของพม่า**

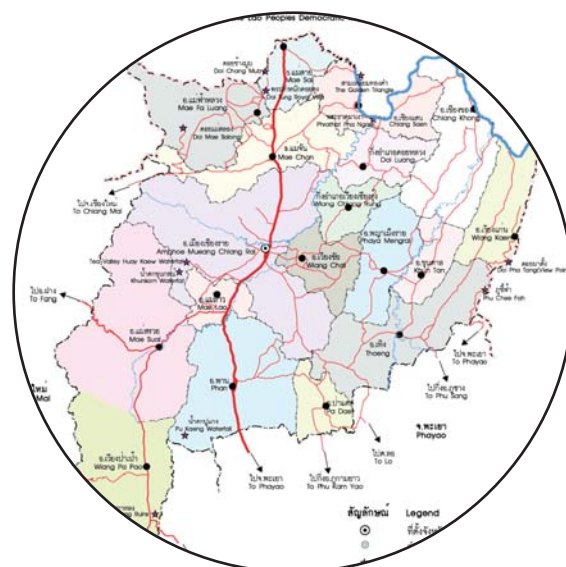
จังหวัดเชียงใหม่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานในอดีตเชียงใหม่มีฐานะเป็นเมืองหลวงของราชอาณาจักรนครรัฐอิสระ ชื่อว่า อาณาจักรล้านนา ซึ่งปกครองโดยกษัตริย์ราชวงศ์มังราย ประมาณ 261 ปี เคยเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนาแต่โบราณ มีภาษาล้านนา (คำเมือง) เป็นภาษาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งด้านประเพณีวัฒนธรรม และมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเริ่มวางตัวเป็นนครสร้างสรรค์ และกำลังพิจารณาสมัครเข้าเป็นนครสร้างสรรค์ของยูเนสโก

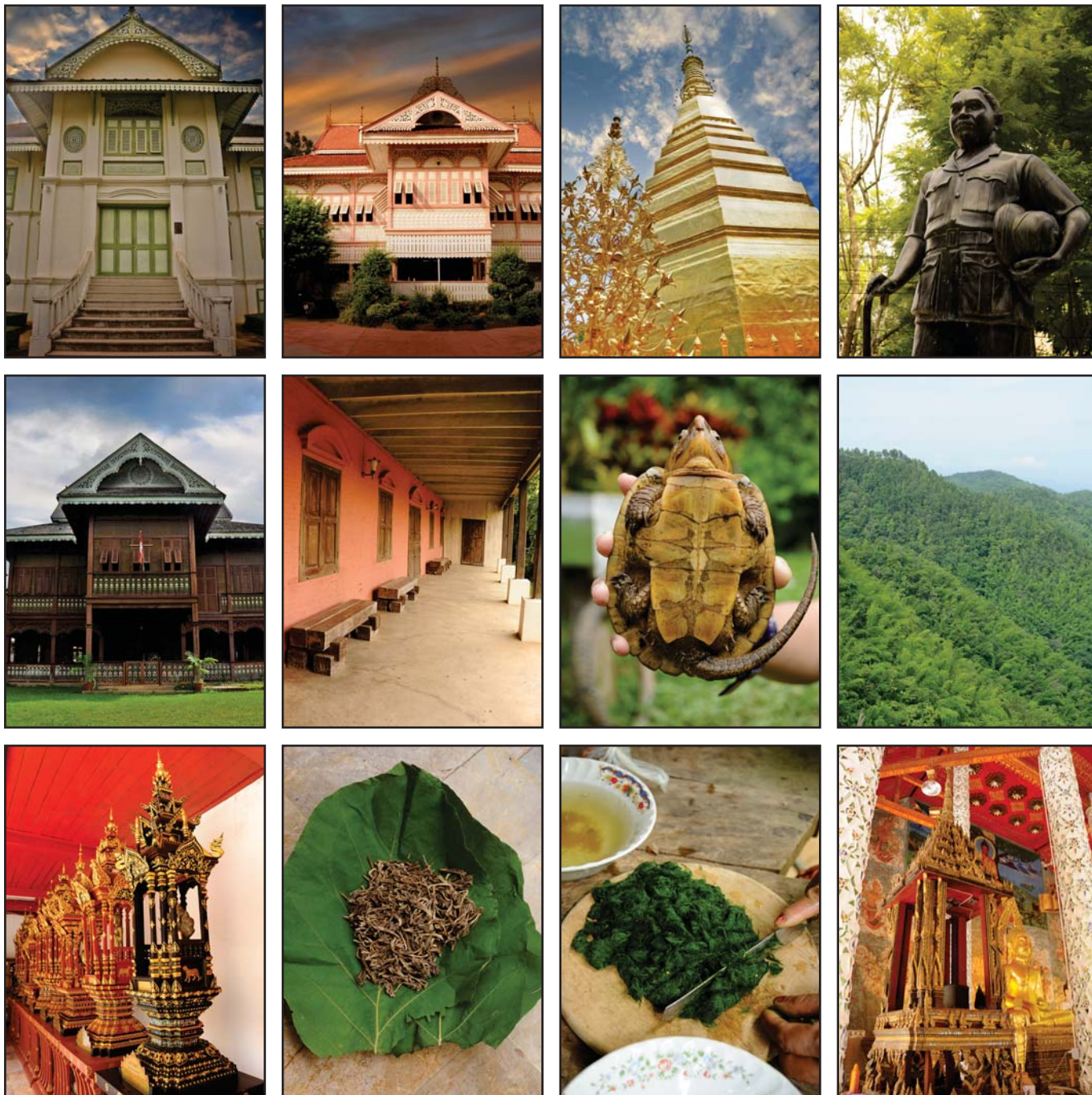




Chiang Rai ภาคเหนือ

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือของประเทศไทย เป็นที่ตั้งของเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่ยุคก่อตั้งอาณาจักรล้านนา อาทิ เมืองเชียงแสน เมืองเชียงราย เมืองเชียงของ เมืองเอริ่ง หรือ เมืองเทิง เป็นต้น [3] ปัจจุบันจังหวัดเชียงรายแบ่งการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ มีแม่น้ำกก แม่น้ำอิง และแม่น้ำโขง เป็นแม่น้ำสายสำคัญท่าเลที่ตั้งของจังหวัดเชียงรายอยู่บริเวณรอยต่อระหว่าง 3 ประเทศ คือ ประเทศไทย ประเทศลาว และประเทศพม่า หรือรู้จักกันในนามของดินแดนสามเหลี่ยมทองคำที่เป็นแหล่งผลิตฝิ่นที่สำคัญของโลก ปัจจุบัน จังหวัดเชียงรายได้รับความสนใจในฐานะประตูสู่พม่า ลาว และจีนตอนใต้[4] ผ่านทางหลวงเอเชียสาย 2 และทางหลวงเอเชียสาย 3



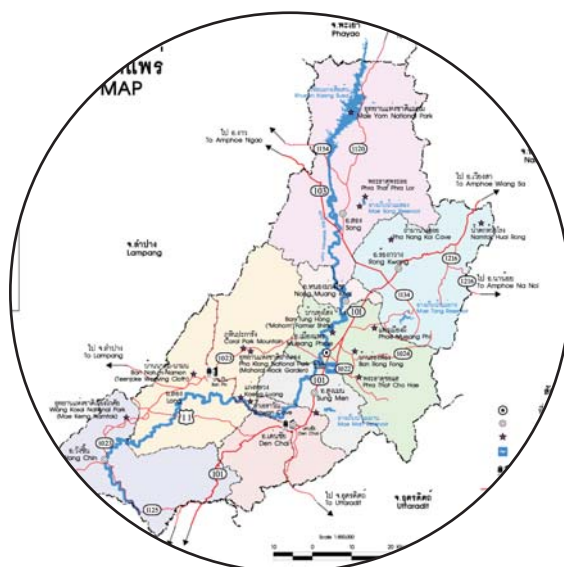


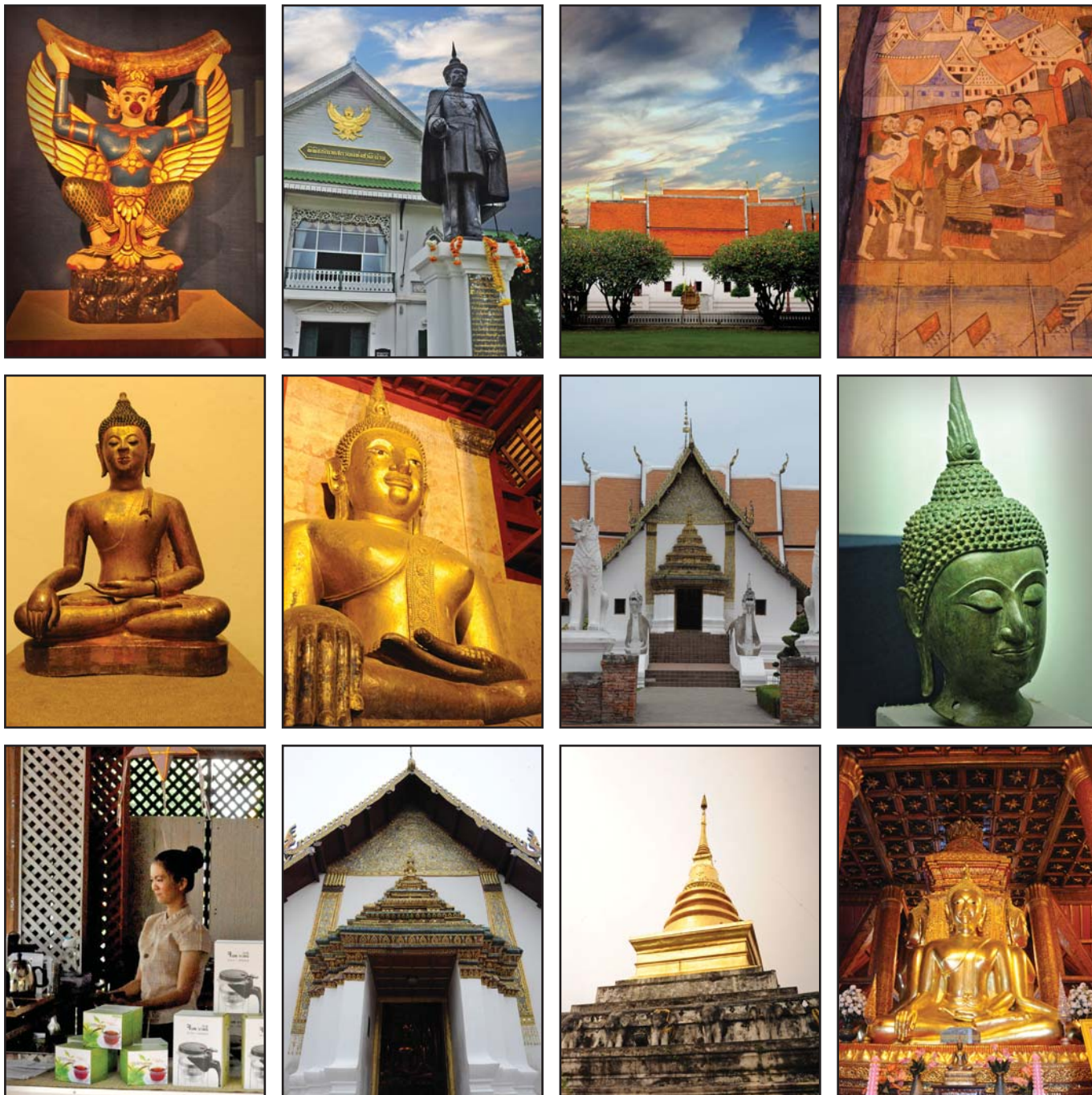
Phrae

ภาคเหนือ

จังหวัดแพร่ เป็นจังหวัดในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย อดีตเป็นแหล่งไม้สักที่สำคัญของประเทศไทย มีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่านคือแม่น้ำยม มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบมีทิวเขาล้อมรอบ

จังหวัดแพร่เป็นจังหวัดที่มีภูเขาล้อมรอบทั้งสี่ทิศ มีภูเขาที่สูงที่สุดอยู่ที่ ดอยภูสถาน (บางชื่อเรียกว่าดอยธง) สูง 1,630 เมตร[6]จากระดับน้ำทะเลปานกลาง โดยทั่วไปพื้นที่ราบจะมีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 120-200 เมตร สำหรับตัวเมืองแพร่มีความสูง 161[7] เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง แม่น้ำยมเป็นลำน้ำที่สำคัญที่สุดของจังหวัดแพร่ต้นกำเนิดจากเทือกเขาผีปันน้ำ อำเภอปอง จังหวัดพะเยา





Nan

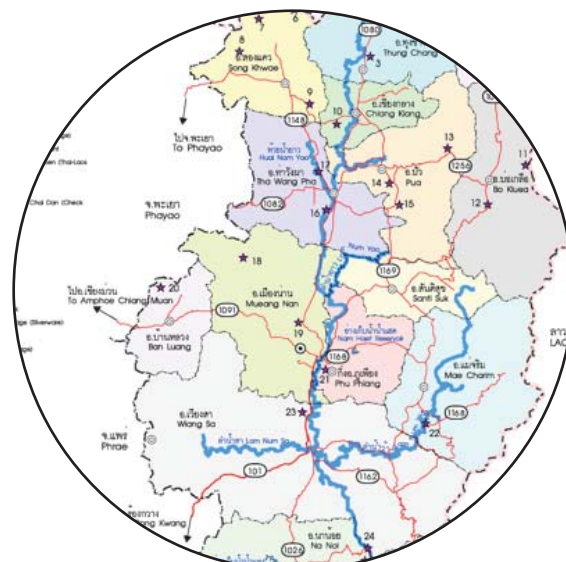
ภาคเหนือ

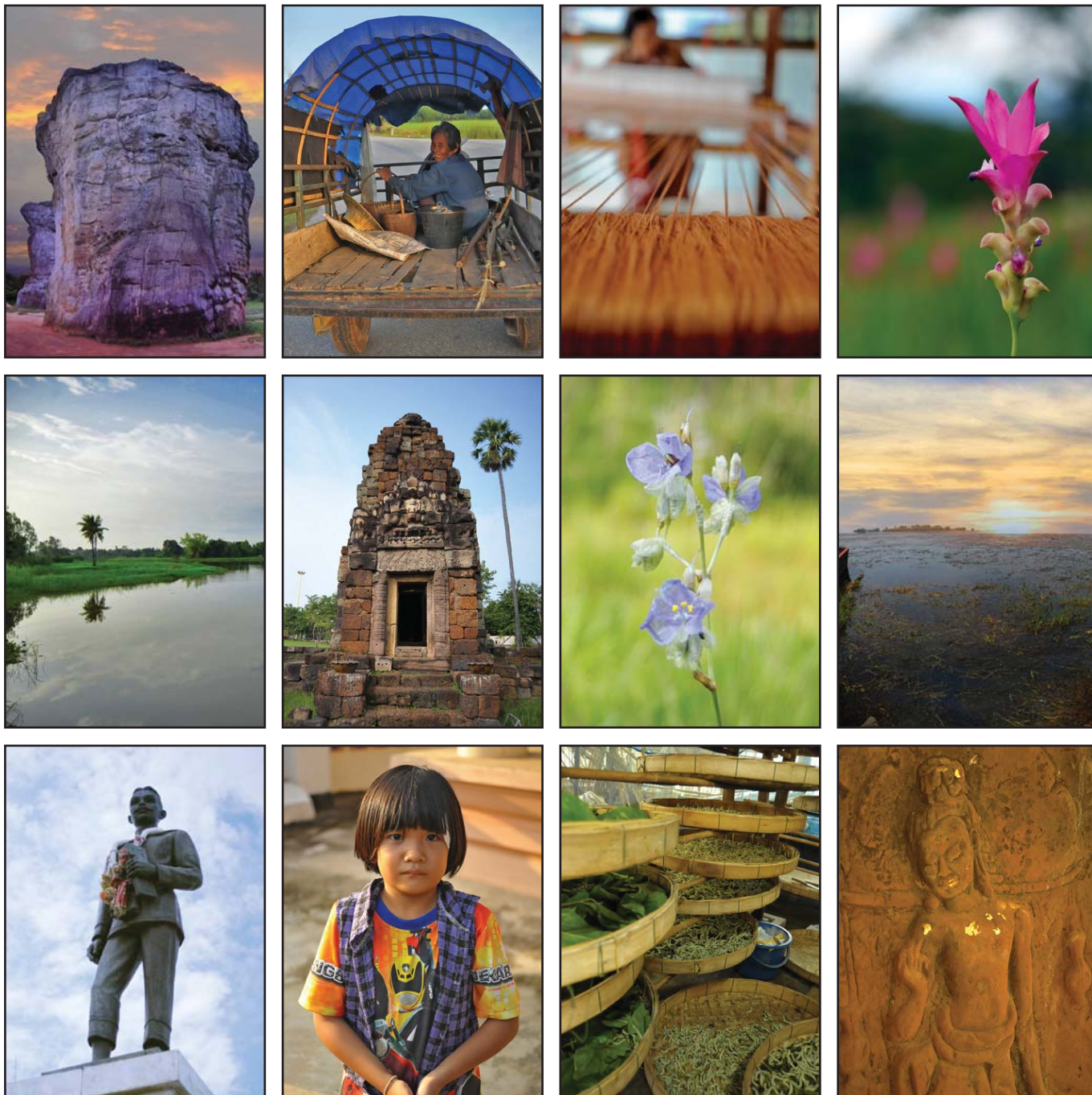
จังหวัดน่าน ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ได้สถาปนาความสัมพันธ์เป็นเมืองพี่น้องกับหลวงพระบางของประเทศลาว และเชียงรุ่งของประเทศจีน

ทิศเหนือ และ ตะวันออก ติดต่อกับ ประเทศลาว ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดอุดรธานี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดพะเยา และ จังหวัดแพร่ นอกจากนี้แล้วจังหวัดน่านยังมีด่านเข้าออกกับประเทศลาวหลายแห่งด้วยกัน เช่น จุดผ่านแดนถาวรสากล ห้วยโก๋น-น้ำเงิน อำเภอเฉลิมพระเกียรติ, จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ไชยแคน อำเภอสองแคว และจุดผ่อนปรนบ้านห้วยสะแตง อำเภอทุ่งช้าง

ประวัติความเป็นมา เก่าแก่ยาวนาน มีชื่อเรียกในพงศาวดารว่า นันทบุรี เมืองน่านในอดีตเป็นนครรัฐเล็ก ๆ ก่อตัวขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18 บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำน่านและแม่น้ำสาขาในหุบเขาทางตะวันออกของภาคเหนือ





Chaiyaphum ภาคอีสาน

จังหวัดชัยภูมิ ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2440 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ทรงได้เปลี่ยนแปลงระบบการปกครองประเทศใหม่จัดเมืองต่าง ๆ เป็นมณฑล จังหวัด อำเภอบ้าน และหมู่บ้าน โดยรวมเอา 5 เมืองที่ขึ้นต่อเมืองนครราชสีมาในอดีต ได้แก่ เมืองชัยภูมิ เมืองสีมม (จัตุรัส) เมืองภูเขียว (ผักปัง) เมืองเกษตรสมบูรณ์ (บ้านยาง) และเมืองบำเหน็จณรงค์ (บ้านขวน) โดยเลือกเอาเมืองชัยภูมิ ซึ่งอยู่ตรงกลางระหว่างสองเมืองใหญ่คือเมืองสีมม (จัตุรัส) และเมืองภูเขียว (ผักปัง) ยกฐานะเป็นศูนย์กลางของจังหวัด และเปลี่ยนเป็นอำเภอมืองชัยภูมิ ยุบเมืองทั้ง 4 เป็นอำเภอ ได้แก่ อำเภอจัตุรัส อำเภอภูเขียว อำเภอเกษตรสมบูรณ์ และอำเภอบำเหน็จณรงค์ ต่อมาได้มีการยุบอำเภอบำเหน็จณรงค์ให้อยู่ในการปกครองของอำเภอจัตุรัส และยุบอำเภอเกษตรสมบูรณ์ให้อยู่ในการปกครองของอำเภอภูเขียว เนื่องจากอำเภอทั้ง 2 นั้นอยู่ไม่ไกลกัน จังหวัดชัยภูมิจึงเหลืออยู่ 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองชัยภูมิ อำเภอจัตุรัส และอำเภอภูเขียว

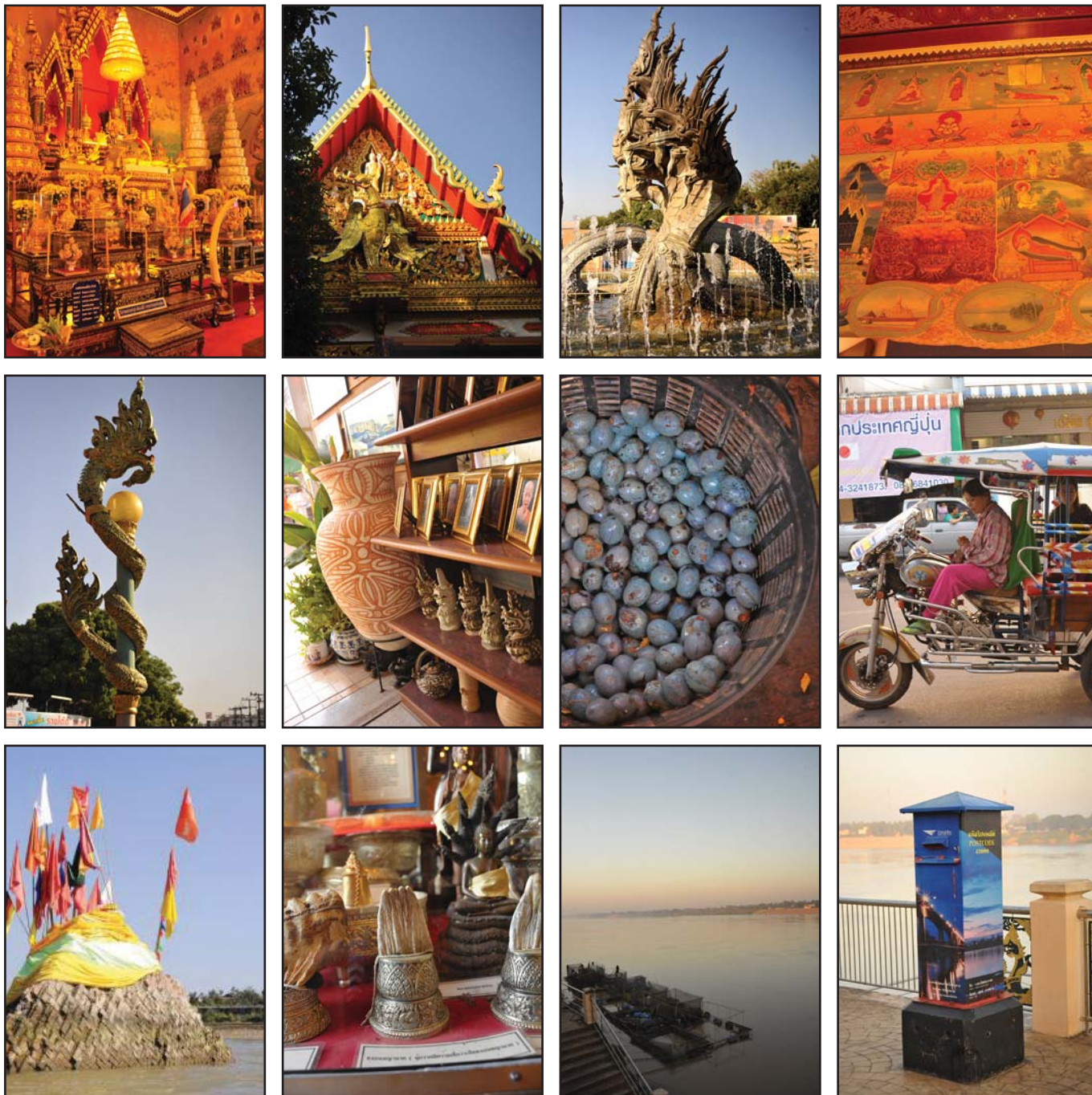




Udon Thani ภาคอีสาน

จังหวัดอุดรธานี เป็นจังหวัดอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 564 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 11,730 ตารางกิโลเมตร (ประมาณ 7,331,438.75 ไร่) และยังมีแหล่งอารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของประเทศ มีสภาพภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์ จังหวัดอุดรธานีเคยเป็นมณฑลอุดรในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ มีอาณาเขตปกครองกว้างใหญ่ที่สุดในประเทศ ปัจจุบันอุดรธานีศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน รวมทั้ง ในปี 2558 อุดรธานีจะเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจอาเซียน มีศูนย์ประชุมและวัฒนธรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้วย



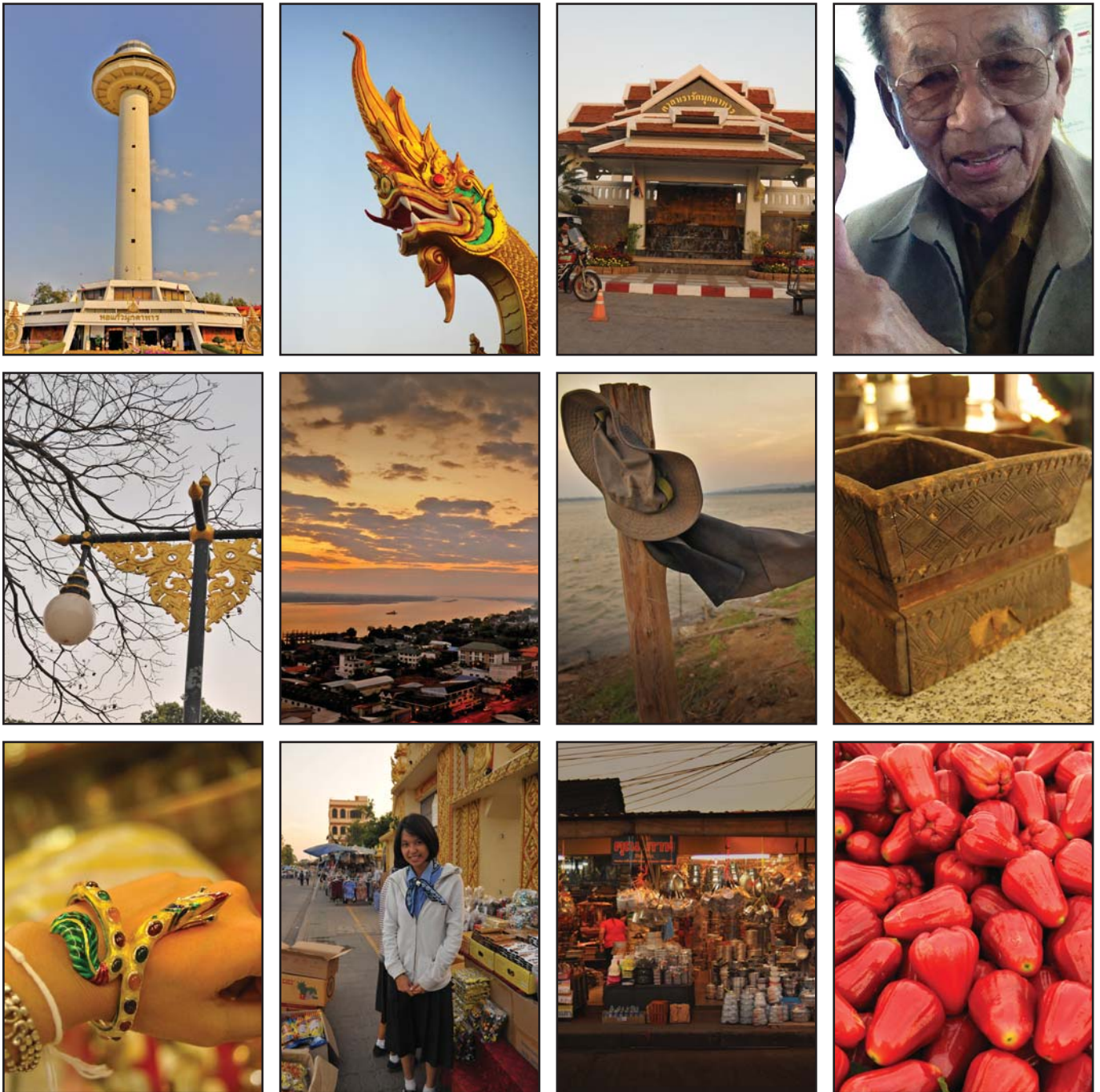


Nong Khai ภาคอีสาน

จังหวัดหนองคาย เป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน มีพื้นที่ส่วนใหญ่ติดฝั่งแม่น้ำโขง ตรงข้ามกับประเทศลาว มีพื้นที่แคบแต่ยาว มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการชมบั้งไฟพญานาคในวันออกพรรษา

เมืองหนองคายมีชื่อปรากฏอยู่ในพงศาวดารล้านช้างตลอดยุคสมัย ดังเช่นปรากฏเป็นชื่อเมืองเวียงคุก เมืองปะโค เมืองปากห้วยหลวง (อำเภอโพนพิสัยในปัจจุบัน) และนอกจากนี้ยังปรากฏในศิลาจารึกจำนวนมากที่กษัตริย์แห่งเวียงจันทน์ได้สร้างไว้ในบริเวณจังหวัดหนองคาย โดยเฉพาะเมืองปากห้วยหลวงเป็นเมืองลูกหลวง นอกจากนี้ในรัชสมัยพระเจ้าวรัตนธรรมประโชติฯ พระราชโอรสในพระเจ้าไชยเชษฐาธิราช ได้ตั้งสมเด็จพระสังฆราชวัดมกุฏกษัตริยารามอยู่ที่เมืองห้วยหลวง และยังพบจารึกที่วัดจอมมณี ลงศักราช พ.ศ. 2098 จารึกวัดศรีเมือง พ.ศ. 2109 จารึกวัดศรีบุญเรือง พ.ศ. 2151 เป็นต้น

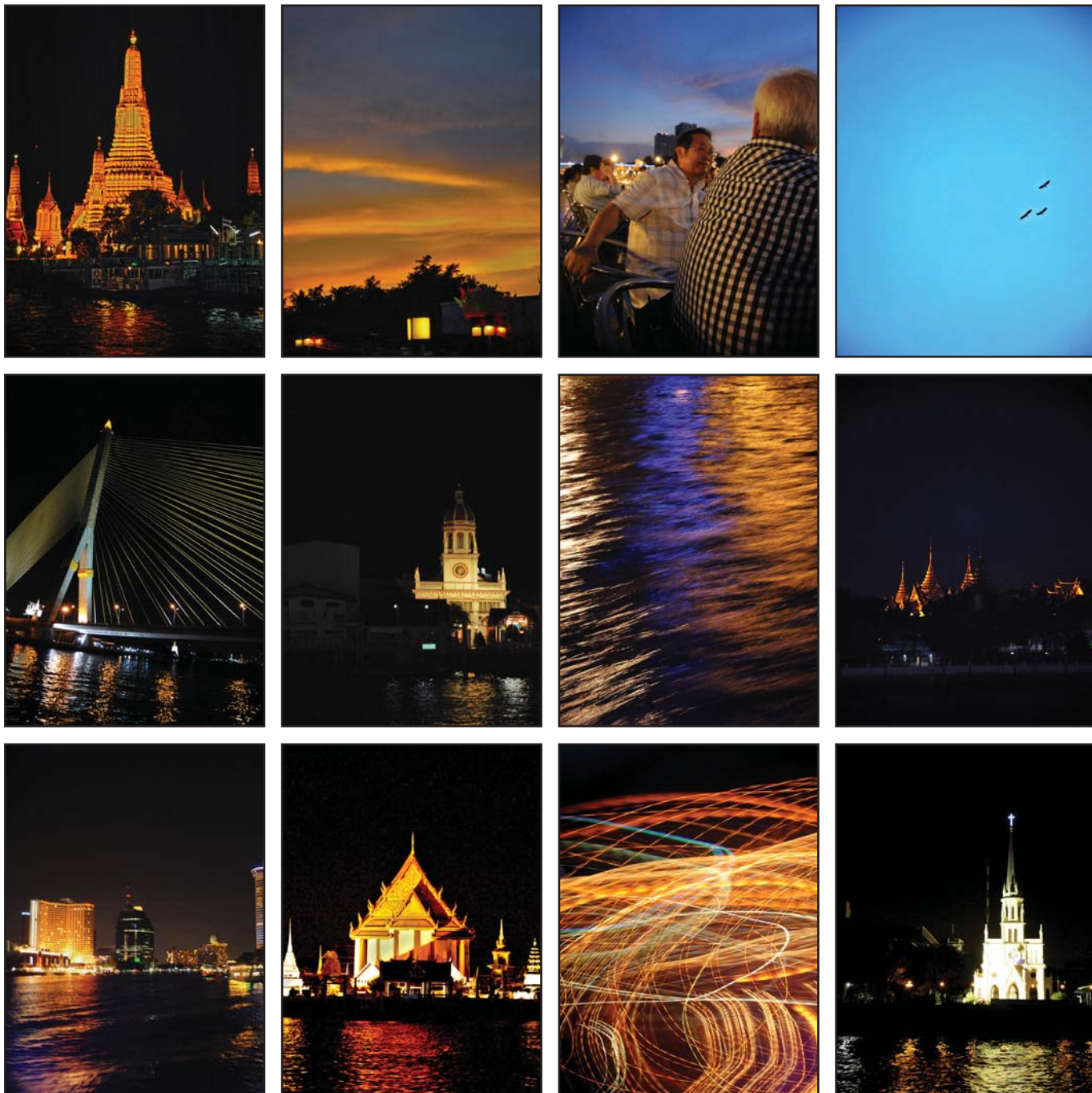




Mookdahan ภาคอีสาน

จังหวัดมุกดาหาร เป็นจังหวัดชายแดน อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 642 กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดนครราชสีมา 410 กิโลเมตร เดิมเป็นส่วนหนึ่งของจังหวัดนครพนม ด้านตะวันออกเป็นที่ราบสลับป่าไม้ ด้านตะวันตกเป็นผืนป่าบนทิวเขาภูพาน ด้านตะวันออกมีแม่น้ำโขงทอดยาวกั้นพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับลาว มีองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 55 แห่ง แบ่งออกเป็น 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 31 องค์การบริหารส่วนตำบล 1 เทศบาลเมือง 22 เทศบาลตำบล มุกดาหารอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 642 กิโลเมตร ใช้เส้นทางกรุงเทพฯ-สระบุรี-นครราชสีมา-อำเภอบ้านไผ่-มหาสารคาม-อำเภอโพนทอง-ร้อยเอ็ด-อำเภอกำแพงแสน-มุกดาหาร

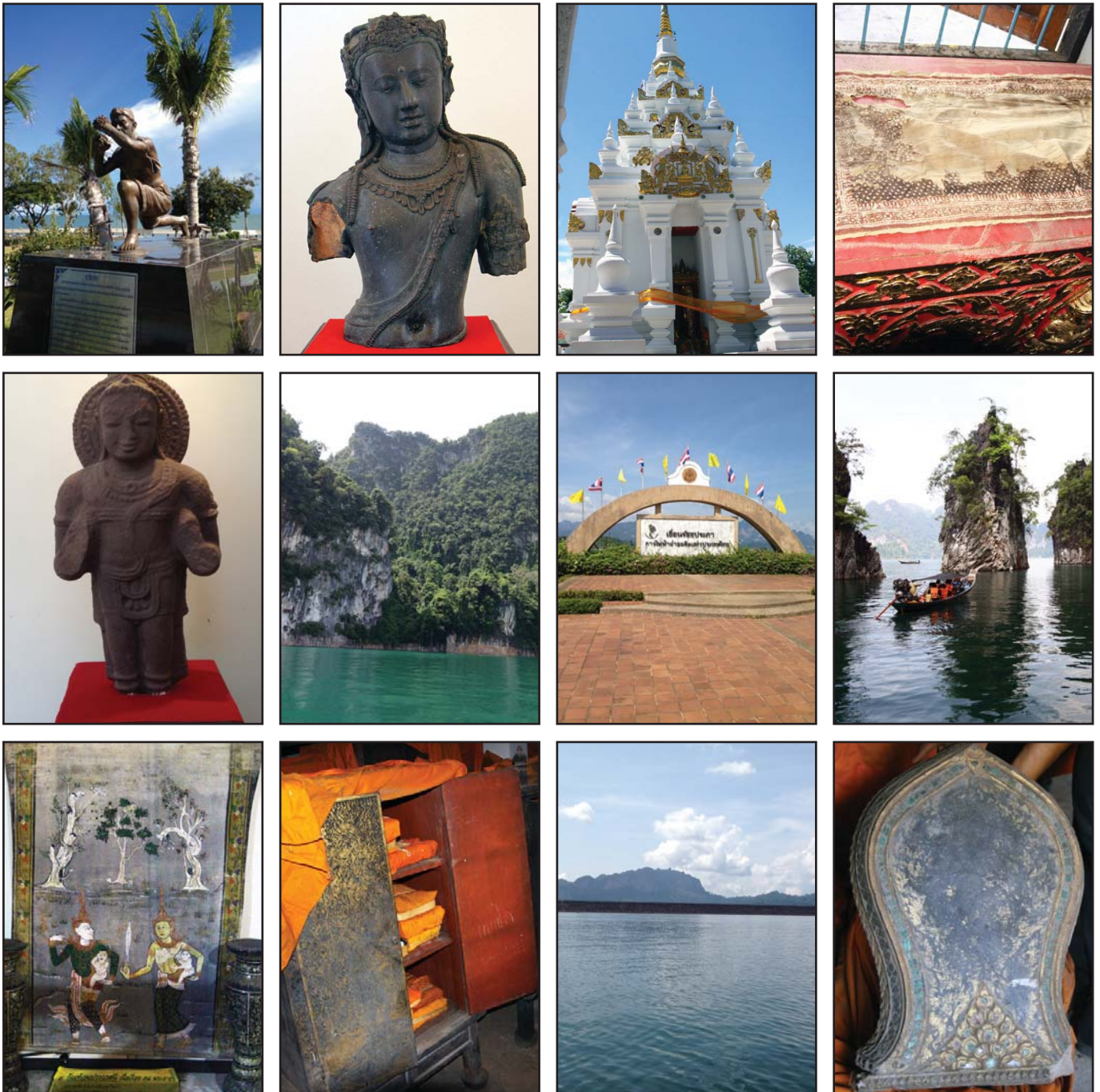




Bangkok ภาคกลาง

แม่น้ำเจ้าพระยา เป็นแม่น้ำสายหลักสายหนึ่งของประเทศไทย เกิดจากการรวมตัวของ แม่น้ำสายหลัก 2 สายจากภาคเหนือ คือแม่น้ำปิงและแม่น้ำน่าน ที่ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จากนั้นไหลลงใต้ทางทิศใต้ ผ่านจังหวัดอุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี และกรุงเทพมหานคร ก่อนออกสู่อ่าวไทยที่ปากน้ำ ซึ่งอยู่ระหว่างเขตตำบลท้ายบ้าน ตำบลบางปูใหม่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ และตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ จุดเริ่มของแม่น้ำเจ้าพระยาอยู่ที่จังหวัดนครสวรรค์ โดยการรวมของแม่น้ำปิงและแม่น้ำน่าน ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยามีพื้นที่ 20,125 ตารางกิโลเมตร (ไม่รวมลุ่มน้ำปิง วัง ยม น่าน สะแกกรัง ป่าสัก และท่าจีน)และมีความยาวถึง 372 กิโลเมตร โดยแยกออกเป็น แม่น้ำท่าจีนที่จังหวัดชัยนาท



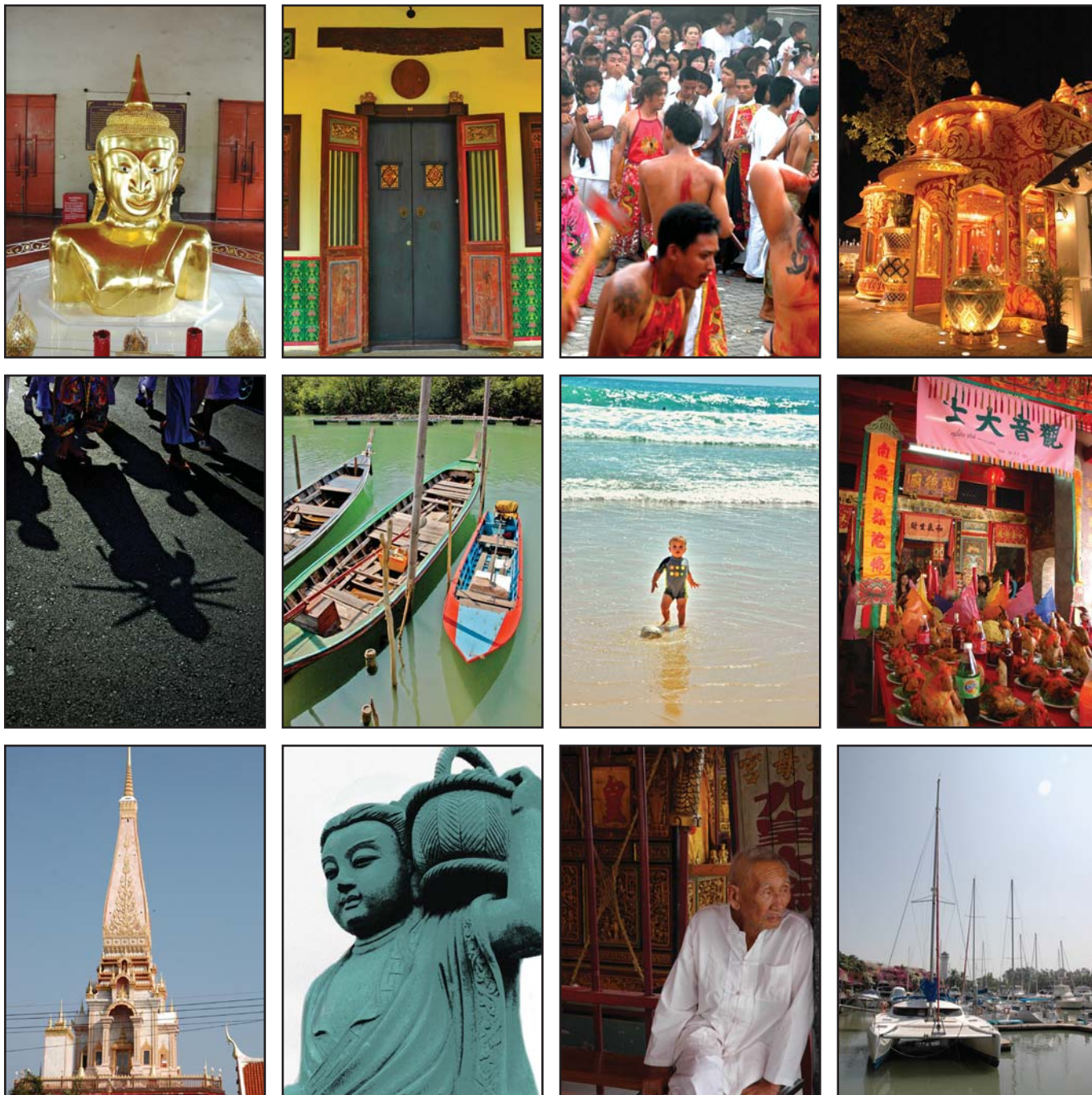


Surat Tani

ภาคใต้

จังหวัดสุราษฎร์ธานี มักจะเรียกกันด้วยชื่อสั้น ๆ ว่า “สุราษฎร์” ใช้อักษรย่อ “สฎ” เป็นจังหวัดในภาคใต้ตอนบน มีพื้นที่ขนาดใหญ่เป็นอันดับ 6 ของประเทศ และมีประชากรหนาแน่นอันดับ 59 ของประเทศ นับเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีหลักฐานทั้งประวัติศาสตร์และโบราณคดีเก่าแก่ และยังมีแหล่งท่องเที่ยวและอุทยานแห่งชาติหลายแห่ง สถานที่สำคัญภายในจังหวัดนั้น มีทั้งแหล่งโบราณสถาน เช่น พระบรมธาตุไชยา พระธาตุศรีสุราษฎร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติไชยา ซากเมืองโบราณสมัยอาณาจักรศรีวิชัย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทั้งอุทยานแห่งชาติทางบกและอุทยานแห่งชาติทางทะเล น้ำตก เกาะ แม่น้ำ เขื่อน วัด และพระอารามหลวง เป็นต้น และยังเป็นแหล่งสืบสานประเพณีที่สำคัญของชาวลใต้ คือประเพณีชักพระ ทอดผ้าป่าและแข่งขันเรือยาวชิงถ้วยพระราชทานอีกด้วย

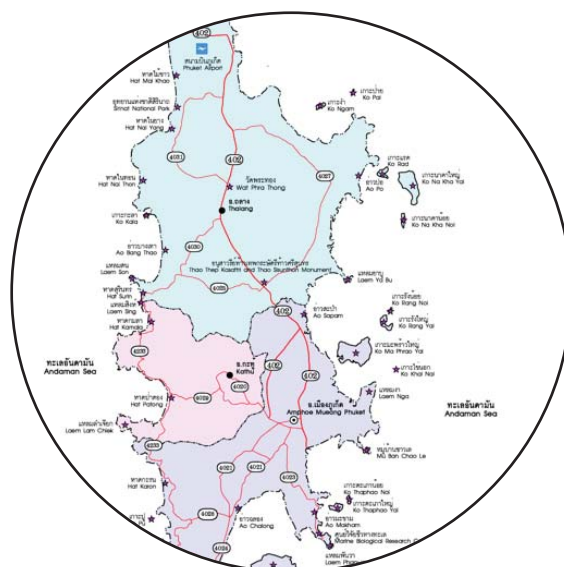




Phuket ภาคใต้

จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ของประเทศไทย เป็นเกาะขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีลักษณะต่างจากจังหวัดอื่นอย่างสิ้นเชิง เพราะเป็นจังหวัดเดียวในประเทศไทยที่พื้นที่ของจังหวัด ทั้งหมดเป็นเกาะในมหาสมุทรอินเดีย

จังหวัดที่ใกล้เคียงทางทิศเหนือ คือ จังหวัดพังงา ทางทิศตะวันออก คือ จังหวัดพังงาและจังหวัดกระบี่ ทั้งเกาะล้อมรอบด้วยมหาสมุทรอินเดีย และยังมีเกาะที่อยู่ในอาณาเขตของจังหวัดภูเก็ตทางทิศใต้และตะวันออก การเดินทางเข้าสู่ภูเก็ตนอกจากทางเรือแล้ว สามารถเดินทางโดยรถยนต์ซึ่งมีเพียงเส้นทางเดียวผ่านทางจังหวัดพังงา โดยข้ามสะพานสารสินและสะพานคู่ขนาน คือ สะพานท้าวเทพกระษัตรีและสะพานท้าวศรีสุนทร เพื่อเข้าสู่ตัวจังหวัด และ ทางอากาศโดยมีท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตรองรับ ท่าอากาศยานนี้ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของเกาะ

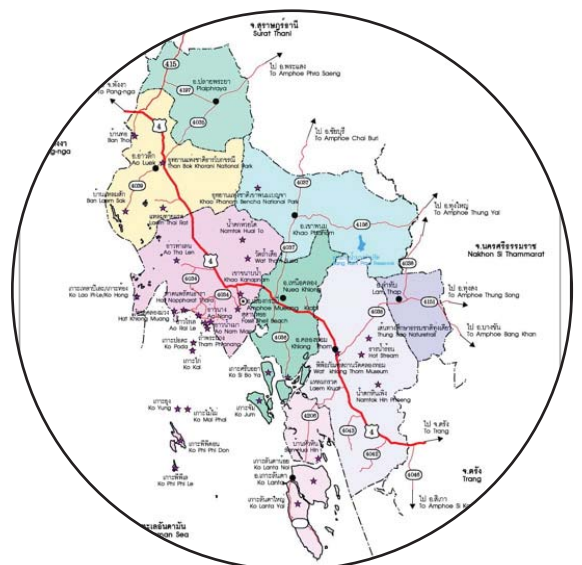




Krabi

ภาคใต้

จังหวัดกระบี่ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ของประเทศไทย เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของภาคใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น หาดทรายขาว น้ำทะเลใส ปะการัง ถ้ำ และหมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 100 เกาะ ทิศเหนือ จด จังหวัดพังงา และ จังหวัดสุราษฎร์ธานีทางด้าน อำเภอบลายพระยา และ อำเภอเขาพนม ทิศใต้ จด จังหวัดตรัง และ ทะเลอันดามัน ทางด้าน อำเภอเกาะลันตา อำเภอเมืองกระบี่ และ อำเภอเหนือคลอง ทิศตะวันออก จด จังหวัดนครศรีธรรมราช และ จังหวัดตรังทางด้าน อำเภอเขาพนม อำเภอกลองท่อม และ อำเภอลำทับ ทิศตะวันตก จด จังหวัดพังงา และ ทะเลอันดามัน ทางด้าน อำเภออ่าวลึก และ อำเภอเมืองกระบี่ จากหลักฐานทางโบราณคดีสันนิษฐานได้ว่าบริเวณเมืองกระบี่เคยเป็นแหล่งชุมชนโบราณที่เก่าแก่มาแห่งหนึ่งในประเทศไทย ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์และต่อเนื่องมาจนถึงสมัยประวัติศาสตร์



6. แบบสำรวจสอบถามความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในอนุภูมิภาคเพื่อนบ้านของไทย และ รอบอาเซียน

จากข้อมูลการศึกษาโดยรวมของประชาคมอาเซียน : ในเนื้อหาของความสัมพันธ์ของประเทศไทย ที่เชื่อมโยงถึงกัน บ่งบอกถึงความสามารถในการค้นหาเส้นทางท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ ทางที่มีวิจัยจึงส่งแบบทดสอบความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงแนวใหม่ เพื่อสำรวจ วิสัยทัศน์ ของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์จริง

จึงส่งแบบสอบถามไปสู่นักท่องเที่ยวระดับ A และ B ทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยและ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน โดยการส่งคำถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์สอบถามแบบสุ่มตัวอย่าง ภายในเวลา 1 วัน ได้ผลตอบกลับมา 115 คน มีข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลอาเซียน ที่ผ่านมา ได้แยกแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ออกเป็น 6 ประเภทดังนี้

1. ชาติพันธุ์ 2. ไดโนเสาร์ 3. ปราสาทหิน 4. มรดกโลก 5. สงกรานต์ปีใหม่อาเซียน 6. ภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่น

คำถาม : ถ้าท่านจะเดินทางท่องเที่ยวอาเซียน สิ่งแรกที่ ท่านสนใจคือ เส้นทางใด ?

1.กลุ่มผู้บริหารองค์กร CEO

คำตอบและข้อคิดเห็นที่น่าสนใจ

คำตอบของ : ผู้บริหาร ฝ่ายต่างประเทศและ
กิจกรรม RS

"From my little knowledge, westerners love our beaches the most and then culture comes later.To me each country in AEC has different selling points. Then we have all the magnets. What we don't have is the reliable and trust worthy service for tourists. If i have to put in order then 1. Beach and islands 2. Cultural and local living experience.We need to find a selling point of each border provinces, everyone loves Thai ppl's easy going smiling style. We just need a good public transport to enable them to travel as they are pleased.Build up the strength of each local town in its own way, no need to be like other places. I am sad for a city like Pai or ChiangKan.Tourists destroy its beauty without knowing. That's why i think the strength of the local community is so important for sustainability.

I went to many places around the world and so glad that a lot of decent people like Thailand in a good way. Last year in little village in provence, when i told them that i'm from Thailand, they all tried to speak Thai word to show that they have been to our country. I'm not so concerned about the sexual reputation, it's everywhere anyway. If u have a legal massage palour, why bother?"

“จากความรู้พื้นฐาน ที่ยังน้อยนิดของพี่ นักท่องเที่ยวชาวยุโรป ชื่นชอบการท่องเที่ยวชายหาด และทะเล ของเรามากที่สุด และ พวกวัฒนธรรมค่อยตามมาทีหลัง

พี่คิดว่า AEC มีจุดขายหลากหลายรูปแบบ ดังนั้น เราจึงมีความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยตัวมันเองอยู่แล้ว สิ่งที่เราอยากขาดก็คือ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในคุณภาพของการบริการนักท่องเที่ยว ที่ดีพอ แต่ถ้าจะให้พี่เสนอ ก็คือ 1. เส้นทางท่องเที่ยวตามเกาะต่างๆของอาเซียน 2. การท่องเที่ยวชิมรสชาติวัฒนธรรมวิถีชีวิต เราต้องหาจุดขาย กระจายไปตามจุดต่างๆที่เป็นรอยต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน นักท่องเที่ยวทุกคนหลงรัก รอยยิ้มที่มีเสน่ห์ และความเป็นกันเองของเรา เราแค่ต้องการระบบขนส่งมวลชนที่ดีกว่านี้ เพื่อที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ที่อยากเดินทางค้นหา สเน่ห์ของเรามากๆ ได้ตามที่พวกเขาต้องการ สร้างความ มั่นคง

หาจุดขายที่เป็นของตัวเองในแต่ละพื้นที่ ในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ที่ดึงดูดของเรา ไม่ต้องไปทำให้เหมือนกันซะให้หมด มันไร้เสน่ห์ในการค้นหาเกินไป ตัวอย่างน่าเศร้าที่เห็นกันอยู่ก็คือ ปาย และ เชียงคาน นักท่องเที่ยวที่มากจนเกินไป แท้กันทำลายความงามของมัน อย่างไรก็ตามเข้าใจ และจิตสำนึก นี้ก็เป็นเหตุผลหนึ่ง ที่ต้องทำให้คิดว่า การสร้างความมั่นคง หาจุดแข็งทางอัตลักษณ์ ให้แต่ละพื้นที่มาร่วมมือกันรักษาไว้ มันสำคัญ และยั่งยืนที่สุด

พี่ได้มีโอกาสเดินทาง ในหลายๆประเทศ ทั่วโลก และยินดีอย่างยิ่ง ที่ค้นพบว่า ชาวต่างชาติหลายคนชื่นชอบประเทศไทย ในทางที่ดีงาม เมื่อปีที่แล้ว ในหมู่บ้านชนบทเล็กๆ ในโพรวองซ์ ฝรั่งเศส เมื่อพี่บอกพวกเขา ว่ามาจากประเทศไทย ชาวบ้านเหล่านั้นก็พยายามพูดทักทายเป็นภาษาไทยกับพี่ เพื่อแสดงให้เห็นว่าพวกเขาได้เคยเดินทางมาประเทศของเราแล้ว แต่พี่ก็ยังไม่แน่ใจอยู่ดี เพราะ การท่องเที่ยวแบบเชิงทัวร์ของเราก็ยังติดโผ มีชื่อ กระฉ่อน ขจร กระจายให้ขายหน้ากันอยู่เช่นเดิมอยู่ดี...

ก็ถ้าเรายังมีสถาน อาบ อบ นวด กันเป็นย่านๆ แล้วบอกว่า ถูกกฎหมายกันขนาดนี้...มันจะเหลือ?"

คำตอบของ : CEO Bluemarlin Brand

Design Co.Ltd ชาวออสเตรเลีย

“Ohh difficult... from your list I would personally be interested in all of these things! I think no 6 would be my first choice (but does that include people, food, beaches, mountains etc?) I would recommend Songkran to and World Heritage sites to other people because these things are amazing. I love all these! Oh difficult naa. the one I like most is Art & Activities. They're all so interesting.... Buddhism, temples, art... ahhh too difficult na. And I think FOOD is very important too na krup!”

“โอ ยากครับ เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจไปหมด สำหรับความชอบส่วนตัวของผม และถ้าต้องเลือก ผมขอเลือก 6. ภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่น ก่อนเลย (แต่มันต้อง รวมถึง ผู้คน อาหาร ชายหาด ภูเขา ฯลฯ) ผมขอ แนะนำเทศกาล สงกรานต์อาเซียน และ มรดกโลกนะครับ เพราะมันสุดยอดมากๆ ผมชอบหมดเลย แต่หนึ่งเดียว ที่ผมชอบที่สุด นั่นคือ ศิลปะ และ กิจกรรมของไทยครับ มัน น่าสนใจมากๆ ศาสนาพุทธ วัดวาอาราม งานช่างศิลป์ เลือกยากจริงๆ และ ที่สำคัญเหนือสิ่งอื่นใด สำคัญที่สุด นั่นคือรสชาติ ของอาหาร ของแต่ละพื้นที่ นะครับ”

2.กลุ่มนักวิชาการ/แพทย์/อาจารย์มหาวิทยาลัย

คำตอบและข้อคิดเห็นที่น่าสนใจ

คำตอบของ : นักสถิติ วิศวะคอมพิวเตอร์
สำนักงานรอยเตอร์

วิเคราะห์

ชาติพันธุ์ที่น่าสนใจสำหรับการทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงและเข้าใจอย่างถ่องแท้ของคนพื้นที่ เนื้อหาฟังดูค่อนข้างจะหนัก ใช้เวลาอ่านเยอะฟังเยล ต้องทำความเข้าใจ มีสมาธิ อาจต้องมีความรู้พื้นฐานทางประวัติศาสตร์พอสมควร ส่วนใหญ่จะไปเที่ยวเสร็จแล้วค่อยหาข้อมูลเพิ่มหรือหาข้อมูลก่อนไปท่องเที่ยว เพื่อทำความเข้าใจกับพื้นที่ที่จะได้เจอ

ไดโนเสาร์

เด็กๆ น่าจะสนใจกันเยอะจากประสบการณ์ที่มีถ้าไปถึงที่ที่พวกไดโนเสาร์อยู่เลยจะเป็นพวกรอยเท้ากับป้ายอธิบายซึ่งถามว่ารู้สึกยังไง จะรู้สึกไม่อินเท่าไร challenge จะอยู่ที่การนำเสนอและกิจกรรมที่จะเอามาผูกกับของที่มี ถ้าเอาจริงๆ ความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์จะได้จากพิพิธภัณฑ์ซะมากกว่า เพราะเค้าจะจัดค่อนข้างดี

ปราสาทกับมรดกโลก

เป็นสิ่งที่จับต้องได้สำหรับเป้าหมายการเดินทาง แต่ถามว่าดูอะไรจริงจิงรีปาว ก็ตอบตรงๆ พุดให้ถูกคือไม่ละเอียดมากนัก เพราะไม่มีความรู้ ทางศิลปะ โดยตรงถามว่าแล้วปราสาทกับมรดกโลกละ คำตอบน่าจะเป็นมรดกโลกที่น่าสนใจกว่าเพราะอย่างน้อยก็ guarantee ว่าชาวโลกเค้าสนใจมันก็น่าจะมีอะไรพิเศษกว่าปราสาทธรรมดา แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็มาหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนไปอีกรอบ.

สงกรานต์ปีใหม่อาเซียน

มีความรู้สึกจะเบาๆ น่าสนใจ ไม่ต้องมี background ความรู้มาก, มีความรู้เรื่อง สนุกสนานอยู่ในตัว

ภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่น

ก่อนอื่นขอติความก่อนว่าเป็นวิธีผู้คนที่เที่ยวธรรมชาติ ที่เที่ยวธรรมชาติ เห็นได้ชัดเจนและจับต้องได้เหมือนปราสาท กับมรดกโลก ส่วนภูมิปัญญาชาวบ้านจากประสบการณ์ส่วนตัว ส่วนใหญ่ยังไม่เห็นการโปรโมตชัดเจนต้องไปเจอในพื้นที่เองซึ่งถือเป็นเสน่ห์ ของการท่องเที่ยวอีกแบบ จะมีบ้างบางที่ ที่โปรโมตแบบจริงจังแต่ข้อเสียคือจะเน้นการขายมากเกินไปเสน่ห์อีกอย่างคือเป็นสิ่งที่จับต้องได้ไม่จำเป็นจะต้องมีความรู้ก่อนไปได้พูดคุยกับชาวบ้านดูอบอุ่นและเข้าถึง

สองอย่างข้างล่างคงไม่สามารถเป็นจุดหมายหลักได้แต่มันเป็นอะไรที่นักท่องเที่ยวต้องเจอแน่ๆอาหารทุกอย่าง เป็นเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งที่คนเราต้องเจอ ถ้าไปประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่อาหารที่มีจะซ้ำๆ แทบทุกร้าน เช่น ข้าวผัด, หมี่ผัด แต่บ้านเราหลากหลายมาก และถึงแม้ว่าจะเป็นอาหารชนิดเดียวกันแต่แต่ละพื้นที่จะมีเคล็ดลับต่างกัน ทุกวันนี้ของพวกนี้เริ่มหายไปทุกอย่างในเมืองใหญ่ หรือกรุงเทพก็ได้ ชีวิตที่วุ่นวายมากขึ้นทำให้เราไม่มีเวลาสนใจในสิ่งนี้ ทั้งๆ ที่มันเป็นสิ่งสำคัญ ที่พิกก็น่าสนใจเช่นกันโดยเฉพาะ Home stay ที่บอกว่าน่าสนใจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้พูดคุยกับคนพื้นที่เยอะ และทำให้เข้าใจพื้นที่มากขึ้น

คำตอบ : ความน่าสนใจเรียงตามลำดับ

1. สงกรานต์ปีใหม่อาเซียน - อยากแต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้ไปเพราะ คนเยอะ บ้าง เวลาไม่ตรงบ้าง
2. ภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่น
3. มรดกโลก
4. ปราสาท
5. ชาติพันธุ์
6. ไดโนเสาร์

คำตอบของ : ดร.นักวิจัยโครงการ SERN

SYNCHROTRON ศูนย์วิจัยพลังงานแสงแห่งชาติ ชินโครตรอน นักวิทยาศาสตร์ฟิสิกส์ / ดาราศาสตร์

น่าจะรวมประเพณีนะ สงกรานต์จึงรวมอยู่ด้วยกันถ้าจะเที่ยวอยากให้มีปฏิทินท่องเที่ยว อาเซียน เริ่มประเทศไหนก็ได้ แต่คำนึงถึงเวลาที่ต่อเนื่องกัน และการเดินทาง อยากเห็น ขนบธรรมเนียม สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ วิถีชีวิต

ถ้าจะทำการท่องเที่ยวให้เห็นผลได้จริง และให้นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาอีก ต้องทำให้เที่ยวได้ทั้งปี ทุกฤดูกาล เดินทางหาเสน่ห์ใหม่น่าสนใจ ของทั้งอาเซียน ก็ต้องทำให้เป็นวงจร น่าจะเห็นผลจริงได้มากที่สุด

คำตอบของ : อาจารย์สังคมศาสตร์

เอกพัฒนาสังคม

1. เรื่องชาติพันธุ์ ประวัติศาสตร์ของความเป็นสุวรรณภูมิ เริ่มที่ไทย พม่า มอญ กัมพูชา. มลายูก่อน พัฒนาการทางภูมิศาสตร์และภูมิโนทัศน์ ภูมิสังคมของอาเซียนก่อนเป็นรัฐชาติ
2. อาณาจักรย่อยที่สำคัญในประวัติศาสตร์ของประเทศในอาเซียน จนแต่ละประเทศก่อเกิดความตัวเป็นชาติของตนแทรกชาติพันธุ์ที่สำคัญในประวัติศาสตร์อาเซียน เช่น ไต มลายู ขวเล ชนเผ่าต่างๆ เช่น ชาโก ชาวลาไว จาม มอญ กะเหรี่ยง ลีว
3. วัฒนธรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ทั้งประวัติศาสตร์และมรดกโลก เช่น พุกาม นครวัด เชียงแสน ศรีวิชัย อุ้มถ้อย สุโขทัย หลวงพระบาง บุโรพุทโธ มณฑลเลย์อื่นๆ เช่น อินโด มุสลิม และมรดกทางธรรมชาติ เช่น ซาฟารี โคตาคินาบาลู ห้วยขาแข้ง ป่าพม่าทางเหนือ เกาะฟิลิปปินส์ มาเล อินโดฯ
4. วัฒนธรรมและภูมิปัญญาในการดำรงชีวิตทุกประเทศ สะท้อนเอกลักษณ์ ประเพณีที่สืบทอดกันมา เช่น ไทย มีสงกรานต์ ลอยกระทง พม่า มีเรื่องพุทธอื่นๆ
5. เมืองและเทคโนโลยีสมัยใหม่ของแต่ละประเทศ เช่น กัวลาลัมเปอร์ กทม. โฮจิมิน สิงคโปร์ ย่างกุ้ง เวียงจันทน์ พนมเปญ บรูไน จากาต้า ฟิลิปปิน ติมอร์ กิน ซ็อบ เทียว สบายๆ ถ่ายรูปซิล่า
6. เทียวหมู่เกาะในอาเซียน น่าสนใจมากนะ เอาไปสู่มัลดีฟ

คำตอบของ : อาจารย์ประวัติศาสตร์ศิลปะ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

เรียงตามลำดับความสนใจ

1. มรดกโลก น่าจะเป็นสถานที่ที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ทั้งทางธรรมชาติ
2. ชาติพันธุ์ และน่าจะเป็นเครื่องหมายบอกเล่าถึงวัฒนธรรมของชนชาตินั้นๆได้ดีค่ะ
3. ส่วนภูมิปัญญาท้องถิ่น น่าสนใจในเรื่องวิถีชีวิต การแก้ปัญหา เครื่องมือเครื่องของชนพื้นถิ่นที่ดัดแปลงให้เหมาะสมกับพื้นที่ของตนเอง

3. กลุ่มนักธุรกิจเอกชน

คำตอบและข้อคิดเห็นที่น่าสนใจ

คำตอบของ : ผู้จัดการบริษัท บีบอย

คาเรคเตอร์

4. มรดกโลก เพราะอย่างรู้ว่าอาเซียนชาติไหนมีเยอะกว่ากัน แต่ที่อยากเห็นส่วนตัวคือ ร้านเบเกอรี่ร้านกาแฟ ของแต่ละประเทศอะ ขอแบบร้านดังๆ ขายดีๆเลยนะ อยากรู้รสชาติขนมแตกต่างกันมากไหม ประเทศไหนกินหวานสุด ขนมอะไรนิยมสุด

คำตอบของ : เจ้าของกิจการผ้าฝ้ายครามทอมือ เมืองแพร่

6. ภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่น ครับ เพราะเวลาไปเที่ยวแล้วมีโอกาสนคุยกับคนพื้นถิ่น จะเพิ่มความรู้อีกมาก ถ้าไปเที่ยวเรื่องชาติพันธุ์ หรือ สงกรานต์ ในมิติภูมิปัญญา ก็จะสนุกสนานด้วยครับเรื่องภูมิปัญญา จะเกี่ยวข้องกับท้องถิ่น ภูมิโนทัศน์ และ การใช้สอยแบบชาวบ้าน ซึ่งจะเห็นอัตลักษณ์ของแต่ละถิ่นชัดครับ

คำตอบของ : ผู้จัดการฝ่ายครีเอทีฟ มาเก็ตติ้ง บริษัท ภูพานารารีสอร์ท

เลือกเรียงลำดับตามความประทับใจ จากประสบการณ์

- 1.เมือง เว้ เวียดนาม 2.พิพิธภัณฑ์สิรินธร ภาพสลิค 3.ปราสาทหินวัดภู จำปาสัก ลาว 4. นครประวัติศาสตร์วีกัน ฟิลิปปินส์ 5. สงกรานต์มณฑลพะเยา พม่า 6. สิงคโปร์ดินแดนอัจฉริยะทั้งศาสตร์และศิลป์

4. กลุ่มช่างภาพอาชีพ

คำตอบและข้อคิดเห็นที่น่าสนใจ

คำตอบของ : เจ้าของกิจการบ้านมะกอก

เกาะกูด จังหวัดตราด

เรียงตามลำดับความน่าสนใจคือ 1.วัฒนธรรม ดู บ้านเมือง

2.ทรัพยากรธรรมชาติ 3.มรดกโลก

ปกติเวลาไปเที่ยวถ้าไม่ได้ไปก็สว่าไปจุดไหนเป็นพิเศษก็จะเที่ยวแบบบอกจากที่พักก็จะเดินไปเรื่อยๆ เดินเที่ยวเล่น ถ่ายรูป สังเกตชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่น บ้านเมือง ตลาดเช้า ของกินข้างถนน ไม่ค่อยชอบไปดูอะไรที่ประมาณว่าเซฟไว้ให้นักท่องเที่ยวดู อย่างปราสาทโบราณ หรือโดโนเสาร์ก็ขอผ่านดีกว่า เคยไปวัดเก่าแก่ของเวียดนาม แล้วมันไปทำของเก่าเค้าแตกเป็นเรื่องเป็นราวไปหลายตังค์เช็ดแล้วกับโบราณสถาน ปีใหม่ของแต่ละประเทศก็น่าสนใจ จริงๆก็คือเทศกาลสำคัญต่างๆของแต่ละประเทศก็น่าสนใจมากการไปดูเทศกาลประเพณีประจำท้องถิ่นบ้างก็ทำให้เห็นอะไรได้กว้างและชัดกว่าไปดูพิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์เสียอีก อีกอย่างที่ทำบ่อยๆเวลาท่องเที่ยวในต่างประเทศ คือหลงทาง ชอบหลงทางมากแบบว่าตั้งใจให้หลงกันเลย แล้วทุกครั้งก็จะเจออะไรพิเศษที่เป็นประสบการณ์ของเราคนเดียวอยู่เสมอ มีทั้งดีและเหวอ สติและสติค่าแท็ก ซึ่งจะช่วยเราได้และที่สำคัญที่สุดคือความปลอดภัยในการท่องเที่ยวประเทศนั้นๆ สถิติ และข้อมูลค่าเตือนต่างๆ ของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ก็ควรรู้เอาไว้บ้าง

5. กลุ่มคริสเตียน นักออกแบบ

คำตอบและข้อคิดเห็นที่น่าสนใจ

คำตอบของ : อาจารย์สอนออกแบบ

ศิลปกรรม มหาวิทยาลัย รังสิต

หวังว่าข้อ 2. ไดโนเสาร์ ไม่ใช่คำประชดประชันนะครับ เราว่าคนส่วนใหญ่เลือกข้อ 4. มรดกโลก นะ แต่เราชอบข้อ 6. ภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่น อาจเพราะอยากเที่ยวไปในชุมชน ในที่ที่คนน้อยๆ หน่อย ไปดูชุมชนเล็กๆ อยู่กับธรรมชาติ ความรู้สึกแบบ unseen หน่อยๆ เช่น ในลาว เป็นต้นครับ พวกปราสาทอะไรต่างๆ ง่ายๆ อาจเพราะเราเห็นเราคุ้นอยู่แล้ว แต่ถ้าไปถามฝรั่ง คนทั่วไป ผู้หลักผู้ใหญ่ เราว่าเค้าเลือกข้อ 4. แหะ แต่ไม่แน่นะ ข้อ 2. อาจหมายถึงผู้หลักผู้ใหญ่ในบ้านเมืองเราก็ได้ เราว่าทุกข้อมันต้องพันกันไปด้วยกัน แหะ 2. อาจน้อยหน่อย นึกออกไหม สมมติเราแพ้กระเป๋ามาไปญี่ปุ่นนั่งรถไฟ มั่วๆ ไปดูจังหวัดอะไรก็ได้ ไปดูแล้วมันสงบ

มันน่ารักเราว่าเพราะเค้ามีข้อ 6. ไม่ได้เป็นเพราะเค้ามีข้ออื่น ความใหญ่โตเอิกเกริกนะ มันอาจเป็นเฉพาะจุด เฉพาะตำแหน่งเท่านั้น แต่ข้อ 6. เราว่าของจริง มันน่ารัก แต่ผู้ใหญ่เค้าคงไม่รู้ค่าข้อ 6. หอกร...อาจเพราะเค้าไม่สงบและไม่น่ารัก ประเทศไร เค้าก็มีนะไดโนเสาร์ เด็กๆมันก็นอนดูทีวี Jurassic Park กันมันไม่สนใจเท่าไรหรอก

คำตอบของ : ดีไซน์เนอร์ลูกครึ่งไทย-ฝรั่งเศส
ทนายทบบริษัท ทิปโก้

Number 1. Culture and Ethnic. Because it will be lost each day passed I like that we are Buddhist country and a hot weather country. That is why our culture and dance are slow with sathi and gracefulness. To keep us cool from hot heat weather and to follow buddhism way of moving with sathi.

6. กลุ่มโปรดิเวเซอร์ ผู้กำกับ

คำตอบและข้อคิดเห็นที่น่าสนใจ

คำตอบของ : ผู้กำกับรุ่นใหม่ สถาปนิก AA

The architectural Association school of architecture
England

ไดโนเสาร์คืออะไรอะเรามีด้วยหรือ? เพิ่งรู้ว่ามี...โอเค คิดว่า 3.ปราสาทหิน กับ 4. มรดกโลกก่อน เพราะไปได้ทุกเพศวัย มีสถานที่รองรับ ตามแหล่ง ร่องมา 1.ชาติพันธุ์ และ 6.ภูมิปัญญา ดูน่าสนใจมากแถบนี้ ชาติพันธุ์ หลากหลายมาก เมืองไทย ทรัพยากรเริ่ม niche นะคิดว่า ไดโนเสาร์มีไรต้นตอรีเปลาอันนี้ไม่รู้คิดว่าต้องเด็กถึงจะสนใจ ไดโนเสาร์ สกปรกตายที่สุด เพราะไม่ชอบคนมันมั่วๆ แต่ฝรั่งน่าจะชอบของใหม่นะ หมายถึงเค้าไม่เคยเห็นสกปรกตายจริง ไดโน มันดูไม่น่ามีอะไร พวก adventure เราก็พอมินี้ ก็พาทางน้ำ ล่องแก่ง

7. กลุ่มวงการบันเทิง นางแบบ ช่างแต่งหน้า แฟชั่นดีไซเนอร์

คำตอบและข้อคิดเห็นที่น่าสนใจ

คำตอบของ : ช่างแต่งหน้าชาวไทย ที่

ประกอบอาชีพแต่งหน้านางแบบประเทศ
อังกฤษ

4. มรดกโลก เพราะเป็นอะไรที่เห็นได้ชัด แต่เราดูรายละเอียดค่อนข้างน้อยครับ

คำตอบของ : แฟชั่นดีไซเนอร์หญิง รุ่นใหม่

1.ชาติพันธุ์ วัฒนธรรมคะ มันทำได้ทั่วไป แต่มีความแตกต่างหลากหลาย เหมือนการเรียนรู้อะไรใหม่ๆ และทำให้เข้าใจตั้งแต่รากของวิถีคิดและการใช้ชีวิตของคนแต่ละที่ด้วยอาจจะไม่เป็นรูปธรรมเท่าข้ออื่นแต่มันเป็นเหมือนสิ่ง ที่ เหมือนของทำมือช่างถนอมหาไม่ยากแต่โดดเด่นเฉพาะตัวในแต่ละ ท้องถิ่นมี วัฒนธรรมให้เราได้เห็น

ตั้งแต่ในชีวิตประจำวันไปจนถึงวันสำคัญต่างๆ

คำตอบของ : แฟชั่นดีไซเนอร์ชาย รุ่นใหม่

6. ภูมิปัญญา ถ้าไปประเทศอื่นก็อยากรู้ว่าเค้าอยู่ยังไง ในทางกลับกัน ภูมิปัญญาไทย มันเอ็กซ์คลูซีฟ แต่ไม่ค่อยมีใครอยากดูหรอก อย่างผ้าพื้นเมือง ผ้าFolk แล้วเอามาทำชุดเก๋ น่าทำและน่าสนใจที่สุด

ภาพที่ 4-1 ผลการสำรวจจากนักท่องเที่ยวคุณภาพระดับผู้นำเทรนการท่องเที่ยวศรีเอทีฟรุ่นใหม่จากหลายสาขา อาชีพ จากแบบสำรวจ 115 ท่าน



ตารางที่ 4-10 กราฟแสดงความสนใจในการท่องเที่ยวศรีเอทีฟ ของคนรุ่นใหม่ 2013

รายละเอียดแยกตามความสนใจและอาชีพ ทั้ง 115 คน ดังต่อไปนี้

อาชีพ	ชาติพันธุ์	โลกไดโนเสาร์	ปราสาทหิน	มรดกโลก	สงกรานต์ อาเซียน	ภูมิปัญญา ทรัพยากร
ผู้บริหาร CEO	3	-	-	4	-	3
นักวิชาการ	7	-	1	4	-	7
นักธุรกิจ	2	2	2	6	3	4
ช่างภาพอาชีพ	2	-	-	2	-	3
นักออกแบบ	12	3	5	14	3	11
ผู้กำกับหนัง	-	-	-	1	2	-
บันเทิง	2	-	-	2	1	4
รวม	28	5	8	33	9	32

ข้อสรุป : แนวคิดที่น่าสนใจในการเชื่อมโยงสู่นานาชาติที่ได้มาจากแบบสอบถามคือ

1. การเชื่อมโยง เกาะสวรรค์ อาเซียน Asian “The World class of Heaven Islands”
2. การเชื่อมโยง ปีแห่งเทศกาล อาเซียน All year round Festivals of Asian



5. กิจกรรม
ในการเชื่อมโยง
ภูมิภาคอาเซียน
กับประเทศไทย

บทที่ 5 : กิจกรรมในการเชื่อมโยงภูมิภาคอาเซียนกับประเทศไทย



1. ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มุ่งเน้นในเรื่องการเข้าถึงวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์โดยการให้ผู้มาเยือนได้มีประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษและมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่แท้จริงของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ มีการให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นทางการในงานประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2008 ซึ่งจัดโดย UNESCO ที่เมือง Santa Fe มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ที่ผ่านมามีว่า

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” คือ การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม [“Creative Tourism is tourism directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage or special character of a place.”

(UNESCO Santa Fe International Conference on Creative Tourism, 2008)"] โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะช่วยสร้างให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มาเยือนและผู้ถูกเยือน ระหว่างแขกและเจ้าบ้าน และจัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้เองที่ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปและมีความจำเป็นในการเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวให้ มีรูปแบบเฉพาะเจาะจงให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแนวโน้มมากขึ้น ต้องมีการนำเสนอโอกาสสำหรับประสบการณ์สร้างสรรค์ที่มีความเชื่อมโยงเข้ากับอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ มากขึ้นมิใช่แต่เพียงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนเพียงแค่อิ่มอร่อยแล้วจากไป ทำให้แม้ว่าจะผู้มาเยือนจะเดินทางกลับไปแล้วยังได้นำประสบการณ์และความประทับใจติดตัวกลับไปได้ด้วย

ในแง่ของการพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เชื่อมโยงสินค้าและบริการโดยผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ ให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการปรับการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่สอดคล้องกับยุคสมัยที่ผู้คนมีพฤติกรรมในการค้นหาความหมายต่างๆ รอบตัว (search for meaning) และสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เริ่มเปลี่ยนไป เพื่อแปลงภัยคุกคามจากการมีคู่แข่งจากการเกิดประชาคมเป็นการใช้ทรัพยากรของคู่ค้า เพื่อสร้างคุณค่าต่อประเทศต่างในเครือข่าย (Networking of creative tourism of AEC)

1.1 การออกแบบเบื้องต้น เชิงความคิด (Conceptual Design)

อัตลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวของไทย และออกแบบภาพลักษณ์เมืองและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประจำท้องถิ่น

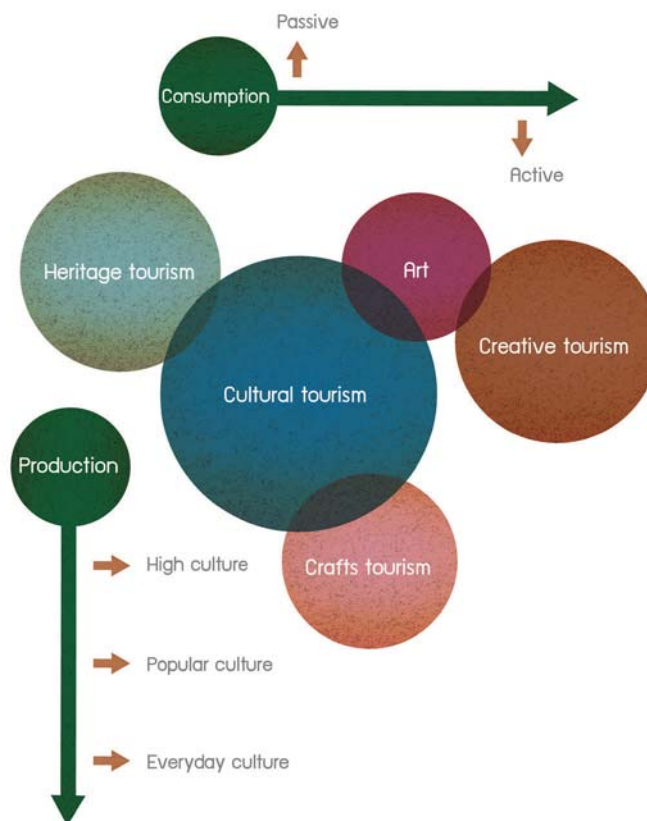
เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการออกแบบเชิงความคิดจึงได้แบ่งพื้นที่การท่องเที่ยวในประเทศไทยออกเป็นเขตในแต่ละภาค (ตามแนวคิดของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และกำหนดขั้นตอนในการพัฒนาแนวคิดเพื่อให้ได้อัตลักษณ์ ในแต่ละเขตการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาดำเนินการให้เกิดผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประจำถิ่น และออกแบบเป็นภาพลักษณ์เมืองได้

ขั้นตอนในการพัฒนาแนวคิดเพื่อให้ได้อัตลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวของไทย และออกแบบภาพลักษณ์เมืองและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประจำถิ่น

1. การศึกษาข้อมูล ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิจากสื่อเรียนรู้ต่างๆ และการจัดกิจกรรมสัมมนากับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
2. การหาเอกลักษณ์ที่น่าสนใจและมีเรื่องราว ทั้งในระดับท้องถิ่น และในระดับภูมิภาคจากเรื่องราว จากภูมิปัญญา ประเพณีวัฒนธรรมและจากผู้รู้ที่ได้ทำการศึกษา
3. นำเอกลักษณ์มาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ และมีเรื่องราวการเชื่อมโยงในระดับต่างๆ
4. นำอัตลักษณ์มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทั้งในแง่สัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประเภทของฝากของที่ระลึก บริการและกิจกรรมท่องเที่ยว
5. นำเสนอผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ที่ออกแบบและพัฒนาเพื่อดำเนินการให้เกิดผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท่องเที่ยวขึ้นมาได้จริง
6. บูรณาการผลิตภัณฑ์และกิจกรรมท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และในระดับอาเซียน (ASEAN)
7. ถ่ายทอดแนวคิดและการออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้การพัฒนาเป็นภูมิปัญญา และการสร้างทรัพยากรบุคคล เพื่อความยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 5-1 การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



ภาพที่ 5-2 การเชื่อมโยงกับชุมชนโดยนำจุดเด่นด้านต่างๆมาใช้เป็นจุดต่อเชื่อมระหว่างผู้เดินทาง-ท่องเที่ยวและเจ้าของถิ่น และก่อให้เกิดธุรกิจสร้างสรรค์ด้านที่พัก ภัตตาคาร ของที่ระลึก และการนำเที่ยว ฯลฯ



1.2 แนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์ตามภูมิภาค เพิ่มมูลค่า และเชื่อมโยง AEC



ภาคเหนือ

มีเอกลักษณ์ คือ ชาติพันธุ์ ซึ่งมีเรื่องราวของชนชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตและความศรัทธาทางศาสนาเป็นตัวเชื่อมโยง จึงได้นำลักษณะของชาติพันธุ์และความศรัทธาทางศาสนามาออกแบบเป็นอัตลักษณ์ เพื่อการท่องเที่ยวทั้งผลิตภัณฑ์กิจกรรมและบริการ เช่น เรื่องราวของพระธาตุ และอาณาจักร 5 เชียง เรื่องราวของชนชาติไทย และเรื่องราวของการอพยพ ของชาวจีนยูนานสู่ประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้นำช้าง ซึ่งมีความใกล้ชิดและสำคัญในวิถีชีวิตมาออกแบบเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง



ภาคกลาง

ลักษณะทางกายภาพของภาคกลางที่สำคัญคือ ลุ่มแม่น้ำ ซึ่งมีสายพันธุ์ปลา ชนิดต่างๆ มากมาย จึงได้นำมาออกแบบเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยว เพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางสายน้ำได้ เช่น กิจกรรมการล่องเรือ การตกปลา การทำอาหาร และเป็นของที่ระลึก ของใช้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ภาคกลางยังมีแม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวได้ เช่น กิจกรรมชมเมืองอยุธยาทางน้ำ กิจกรรมชมเมืองธนบุรี และรัตนโกสินทร์ (กลางคืน) ผนวกกับการสร้างตลาดบก กิจกรรมการแสดงพร้อมการจัดแสงสี



ภาคอีสาน

ภาคอีสานตอนบนมีเอกลักษณ์พิเศษคือ เรื่องราวของโลกล้านปี และไดโนเสาร์ (Jurassic park) ซึ่งได้ขุดพบซากของไดโนเสาร์ เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดกาฬสินธุ์ จึงสามารถนำลักษณะพิเศษทางภูมิประเทศและไดโนเสาร์ เป็นอัตลักษณ์ออกแบบเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว เส้นทางไดโนเสาร์ และออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทั้ง หน้ากากเมือง เครื่องใช้ และของฝากของที่ระลึกได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำเอกลักษณ์พิเศษของบางท้องถิ่น เช่น ลักษณะของลวดลาย เครื่องปั้นดินเผา ยุคบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี หรือเรื่องราวความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค ตามตำนานทางพุทธศาสนา ซึ่งเป็นความเชื่อเดียวกันกับประเทศเพื่อนบ้าน แนวฝั่งแม่น้ำโขง มาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ทั้งกิจกรรมและของที่ระลึกได้ **อีสานตอนล่าง**มีเอกลักษณ์ที่เด่นชัดคือ **ปราสาทหิน** ซึ่งสามารถเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์(ชัยภูมิ-นครราชสีมา-บุรีรัมย์-สุรินทร์) ร่วมกับจังหวัดอุบล และต่อเนื่องถึงปราสาทหินในประเทศลาวเส้นทางหนึ่ง และเส้นทางนครชัยบุรินทร์ร่วมกับจังหวัดศรีสะเกษ ต่อเนื่องมาถึงเขาพระวิหาร (ประเทศกัมพูชา) อีกเส้นทางหนึ่ง ซึ่งสามารถนำรูปทรงของปราสาทหินและองค์ประกอบต่างๆ มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและหน้ากากเมือง



ภาคใต้

มีทรัพยากรทางทะเล มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทรัพยากรทางทะเล เช่น พะยูน โลมา ม้าน้ำ ประการัง ฯลฯ สามารถนำมาออกแบบร่วมกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์พิเศษ เช่น เรือกอและ (ลักษณะเรือและลวดลาย) หรือ นำมวยไชยา มาออกแบบเป็นอัตลักษณ์เมือง และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ยังมีเรื่องราวของอาณาจักรศรีวิชัย พระธาตุเมืองนครศรีธรรมราช เส้นทางค้าขายโบราณ “เส้นทางตะกั่วป่า” ซึ่งเป็นเส้นทางเชื่อมทะเลฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน มีชุมชนโบราณและเรื่องราวของ “ลูกปัด” มาสร้างเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกเหนือจากการขายแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

1.3 แนวคิดที่สำคัญของการออกแบบ

- อัตลักษณ์ จะต้องมียุทธศาสตร์ (Story) เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นที่สามารถบอกเล่าได้
- อัตลักษณ์ จะต้องสอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความเชื่อของคนในท้องถิ่นนั้น
- อัตลักษณ์ จะต้องสะท้อนแนวคิดและภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่ตกทอดกันมา
- อัตลักษณ์ จะต้องสร้างมูลค่าเพิ่มและเกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทั้งบริการและผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกได้ เพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้มาใช้บริการและเกิดการซื้อซ้ำ
- อัตลักษณ์ จะต้องเป็นตัวแทนของภูมิภาคได้ เพื่อความชัดเจนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์

1.4 อัตลักษณ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเบื้องต้น

ภาคเหนือ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการออกแบบ

1. ลักษณะของชาติพันธุ์
2. วิถีชีวิต วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี



ผลผลิตจากการออกแบบ

1. อัตลักษณ์ที่เป็นกราฟิกดีไซน์ (Graphic Design)
2. แบบลายพิมพ์จากลักษณะชาติพันธุ์
3. ภาพการแสดงแนวคิดการปรับแต่งภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว
4. ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ เพื่อใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมและการเชื่อมโยง กลุ่ม

ภาคอีสาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการออกแบบ

1. โลกยุคไดโนเสาร์ (Geo Park or Jurassic Park)
2. ศิลปะยุคบ้านเชียง (ลวดลายและรูปทรง) อุทยานประวัติศาสตร์บ้านเชียง
3. พญานาค (ตำนานและความเชื่อ)
4. เอกลักษณ์พิเศษเฉพาะถิ่น เช่น ดอกบัวแดงที่ทะเลบัวแดง บึงหนองหาน จังหวัดอุดรธานี
5. รูปทรงปราสาทหิน(ยุคอารยธรรมขอมและยุคอื่นๆ)
6. ศิลปะการจำหลักลาย ปูนปั้น ลายกลีบบัว นางอัปสร ฯลฯ



7. เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ดอกกระเจียว มอหินขาว ตัวไหม (हनอนและผีเสื้อ)

8. หรือลักษณะดอกไม้ป่าหน้าหนาว จังหวัดชัยภูมิ

9. ตำนานและความเชื่อต่างๆ เช่น ตำนานการเกิดเมืองมุกดาหาร

ผลผลิตจากการออกแบบ

1. อัตลักษณ์ที่เป็นกราฟิกดีไซน์ จากสัญลักษณ์
2. ภาพแนวคิดเบื้องต้นการปรับแต่งเอกลักษณ์เมือง (หน้ากากเมือง เช่น ชุม ประตุมือง ฯลฯ)
3. ภาพแนวคิดเบื้องต้นการปรับแต่งภูมิทัศน์ (เพื่อการกำหนดกิจกรรมเชื่อมโยงเป็นเส้นทางสายปราสาท)
4. ภาพลายพิมพ์จากอัตลักษณ์ต่างๆเช่น ลายพิมพ์รูปทรงปราสาท
5. ภาพผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประเภทของฝากของที่ระลึก ของใช้ เครื่องประดับ ของตกแต่ง เสื้อผ้า ฯลฯ
6. ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ เพื่อใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมและการเชื่อมโยง เช่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว เรื่องเล่าเกี่ยวกับตัวไหม

ภาคกลาง

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการออกแบบ

1. ลักษณะของสายน้ำ รูปทรงของแม่น้ำ
2. วัฒนธรรมและอารยธรรมลุ่มแม่น้ำ (เจ้าพระยา)



ผลผลิตจากการออกแบบ

1. ภาพจำลองภูมิทัศน์ โครงการท่องเที่ยวแหล่งอารยธรรมลุ่มน้ำเจ้าพระยา

ภาคใต้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการออกแบบ

1. ทรัพยากรทางทะเลภาคใต้ เช่น ปลาโลมา ม้าน้ำ
2. วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของภาคใต้ เช่น เรือกอและ
3. เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ศิลปะมวยไชยา ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

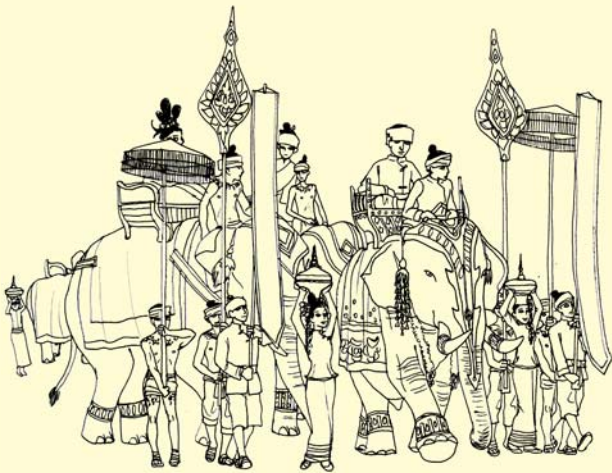


ผลผลิตจากการออกแบบ

1. อัตลักษณ์ที่เป็นกราฟิกดีไซน์
2. อัตลักษณ์เมือง เช่น ชุมประตุมือง การตกแต่งสถานที่ต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวด้วยรูปประติมากรรม (Sculpture) ต่างๆ หรือที่จัดจรรย์านสำหรับนักท่องเที่ยวจากภาพลักษณ์ ปลาโลมา ม้าน้ำ และลายเรือกอและ
3. ของฝากของที่ระลึก จากท่ามวยไชยา (แบบจำลอง)

เป็นการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และอารยธรรม โดยกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยว ได้ 2 ลักษณะ

1. อาณาจักร 5 เชียง คือ เชียงแสน(ไทย) เชียงรุ่ง (จีน) เชียงทอง(ลาว) เชียงใหม่(ไทย) เชียงตุง(พม่า)
2. อาณาจักรโบราณต่างๆ ที่เคยรุ่งเรือง คือ เชียงแสน(ไทย) สิบสองปันนา(จีน) ล้านช้าง(ลาว) ล้านนา(ไทย) พุกาม(พม่า) ขอม(เขมร) ศรีวิชัย(ไทย) อโยธยา(ไทย) อาณาจักรมอญ(หงสาวดี พม่า) อาณาจักรน่านเจ้า เป็นต้น



3) เส้นทางบูชา พระธาตุ

จากความศรัทธาในตำนานพระพุทธศาสนา มาพัฒนาเป็น อัตลักษณ์ เพื่อเชื่อมโยง และจัดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวได้ เช่น

1. สายธารแห่งศรัทธาบูชาพระธาตุดอยตุงรำลึก (รำลึกคุณสมเด็จพระเจ้า) เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับ

- พระธาตุเชียงตุงเมืองสิงห์ ประเทศลาว (มีประวัติใกล้เคียงพระธาตุดอยตุงของไทย)

- พระธาตุอื่นๆในวัฒนธรรมเดียวกันเช่น พระธาตุเมืองเชียงตุงพม่า และ เมืองสิบสองปันนาในประเทศจีน

2. บูชาพระธาตุ 12 ราศี คือพระธาตุประจำปีเกิด ซึ่งเกิดเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในประเทศไทย 7 จังหวัด และเมืองร่างกุ้ง ประเทศพม่า พุทธศายประเทศอินเดีย

ประเทศไทย 7 จังหวัดคือ เชียงใหม่ ลำปาง แพร่ น่าน นครพนม ลำพูน เชียงราย



4) เส้นทางแห่งชา

เป็นการเชื่อมโยงโดยใช้เหตุการณ์ทางประวัติ ของการอพยพของกองพล 93 ของจีน มาสู่ประเทศไทย ตามจุดต่างๆในยุคการเปลี่ยนแปลงการปกครองของจีน

การจัดกิจกรรม

1. ตามรอยเส้นทางชา เป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางเดินของกองพล 93 ย้อนไปสู่ประเทศพม่า และ จีน
2. ชิมชาพาสุข
 - จัดกิจกรรมชิมชา
 - จัดกิจกรรมประกวดชา
 - จัดกิจกรรมการแสดง การละเล่น และ วิถีชีวิตของจีน

3. จัดประกวดการถ่ายภาพ และงานศิลป์ จัดประกวดภาพถ่าย เขียนภาพ เพื่อแสดงถึงวิถีชีวิตของชาวจีนบนดอยสูง

ข้อเสนอแนะ

1. จัดสร้าง ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์สารสนเทศ เพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้และบริการเพื่อการท่องเที่ยว ชชาติพันธุ์ ที่บริเวณกลุ่มพื้นที่ดอยทอง จังหวัดเชียงราย เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว
2. ปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่กลุ่มดอยทอง เพื่อให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และให้เป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวชาติพันธุ์ รวมถึงดอยพระบาท พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
3. พัฒนา พื้นที่กลุ่มดอยทอง ให้เป็นชุมชน ช่างสาขาต่างๆ และเป็นชุมชนศิลปิน เพื่อแสดงแก่นักท่องเที่ยว และผลิตของฝากของที่ระลึก
4. พื้นฟูสลา หรือ สกูลช่างต่างๆของภาคเหนือ ช่างแกะ ช่างตีโลหะ ช่างบุ ฯลฯ เพื่อผลิตสินค้า ของที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์ของภาคเหนือ
5. นำแนวคิดเรื่องชาติพันธุ์ มาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์เมือง และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประเภทของฝากของที่ระลึก
6. พัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ ริมฝั่งแม่น้ำโขง บริเวณเมืองเชียงแสนให้มีแนวคิด เรื่องชาติพันธุ์ที่ชัดเจน สื่อความหมายได้มีความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ดูระเกะระกะ เลอะเทอะอย่างปัจจุบัน
7. พัฒนามัคคุเทศน์ ให้มีความรู้ ในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านชาติพันธุ์ และมีความเชี่ยวชาญในภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และจีน และให้มีปริมาณที่เพียงพอ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
8. สร้างทางรถไฟสู่เชียงราย และเชื่อมโยงทุกจังหวัดในภาคเหนือรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนร่วมกัน
9. กำหนดวิชาช่าง และศิลปล้านนา ให้เป็นหลักสูตรการศึกษาแก่เยาวชนในภูมิภาค เพื่อเป็นการสืบทอดและสร้างอาชีพ
10. พัฒนาพื้นที่อื่นๆ ที่สามารถสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงกับภูมิภาคได้ เช่น แม่สะลอง ผาตั้ง ฯลฯ ให้มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน และมีกิจกรรม ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
11. นำเอกลักษณ์ประจำถิ่นมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ เช่น สปรตนางแล และกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีแนวคิดที่ชัดเจนจริงจัง
12. สร้างเมืองพันธมิตรในประเทศต่างๆ ที่สามารถเชื่อมโยงและร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมในยุค AEC
13. ภาครัฐควรมีแนวคิดที่ชัดเจน และเป็นรูปธรรม ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้าใจและเดินในทิศทางที่ตรงกันไม่ขัดแย้ง



แพร่

ประตูสู่ภาคเหนือ จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นทางผ่าน สู่จังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆในภาคเหนือ สามารถพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

1) เจ้าหลวงเมืองแพร่

คน เมืองแพร่ มีความเชื่อว่า เจ้าหลวง พิริยชัยเทพวงศ์ ไม่ใช่ผู้ต้องอาญาจนต้องลี้ภัย แต่เป็นผู้เสียสละตัวเอง เพื่อไม่ให้ประเทศสยามต้องเผชิญหน้า กับ อังกฤษ ผู้เป็นนายจ้างของพวกเขาที่ก่อกบฏ มิเช่นนั้นเมืองแพร่อาจต้องตกอยู่ภายใต้การปกครองของอังกฤษ นับเป็นเจ้าหลวงเมืองแพร่ องค์สุดท้าย แต่ยังมีทายาทสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน

การเชื่อมโยง : อัญเชิญเจ้าหลวงสู่เสือน

กลุ่มเชื้อสายเจ้าหลวงพิริยชัยเทพวงศ์ เดินทางล่องโขงไปหลวงพระบาง ทำพิธีอัญเชิญเจ้าหลวงสู่เมืองแพร่ และจัดพิธีบวงสรวงและสืบทอด พิธีกรรมเฉลิมฉลองเป็นประจำ โดยมีการแสดงการเล่นต่างๆ ที่คุ้มเจ้าหลวง และคุ้มอื่นๆที่ทายาทครอบครองอยู่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชม และเป็นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว แพร่-น่าน และ หลวงพระบาง เข้าด้วยกัน

นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวของคุ้มหลวง และพระตำหนักต่างๆที่สร้างจากไม้สักที่ยังเหลืออยู่

กิจกรรม

- ล่องโขงสู่หลวงพระบางัญเชิญเจ้าหลวงกลับแพร่
- จัดพิธีบวงสรวงเฉลิมฉลองเจ้าหลวงสู่เยือนและการละเล่น
- บูรณะซ่อมแซมคุ้มต่างๆ ให้อยู่ในสภาพเสมอเหมือนอดีต
- จัดงานสืบชะตาและงานบวงสรวงเป็นประเพณีทุกปี

2) อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์

สร้างเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยง ดึงเชียงราย และจังหวัดอื่นๆในภาคเหนือ และประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน

3) ตำนานพระพุทธรูปศาสนา

- พระธาตุ 12 ราศี (พระธาตุซ่อแฮ) เพื่อเชื่อมโยงเชียงราย และจังหวัดอื่นๆที่มี พระธาตุคู่ประเทศพม่าและอินเดีย

- บูชาพระธาตุที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ (พระธาตุซ่อแฮ, พระธาตุจอมแห้ง) เชื่อมโยง พระธาตุดอยตุง ที่เชียงราย และพระธาตุ อื่นๆที่มีตำนานประดิษฐาน พระบรมสารีริกธาตุ

4) ไม้สัก

โรงเรียนป่าไม้แพร่ พิพิธภัณฑสถาน 3 แห่ง แพร่จึงเป็นเมืองหลัก ของสวนป่า ธรรมชาติ เพื่อการเรียนรู้ และ เป็นจุดเริ่มต้นของการย้อนรอยค้นหา วัง คำหนัก และเรือนไม้สัก ที่มีชื่อเสียง เป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

5) เต่าปูลู

เป็นเต่าน้ำจืดอยู่ตามน้ำตกและลำธารในป่า ธรรมชาติ ประเทศไทยพบใน จังหวัดน่าน พิจิตรโลก ลำปาง เลย อุตรดิตถ์ และ จังหวัดแพร่ ที่บ้านนาตอง ลักษณะพิเศษ คือหางยาว หัวใหญ่ ไม่สามารถหลบเข้าไปในกระดองได้ และยัง สามารถพบได้ในประเทศจีนตอนใต้ ลาว เวียดนาม พม่า กัมพูชา มาเลเซีย

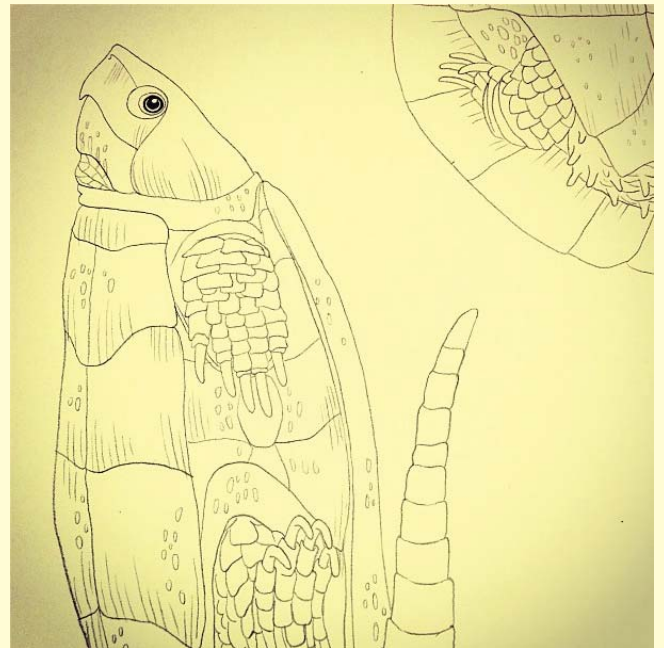
การเชื่อมโยง : ตามรอยปูลู

กิจกรรม

1. สร้างเป็นอัตลักษณ์ เพื่อเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเส้นทางเต่าปูลู
2. สร้างเป็นอัตลักษณ์ เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ตราสินค้า ต่างๆ และลายกราฟิก
3. จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ดูเต่าปูลู นอน Home stay กินอาหารเมือง
4. ประกวดงานศิลป์ แขนงต่างๆจากเต่าปูลู
5. จัดเส้นทาง ท่องเที่ยวตามรอยเต่าปูลู เชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆ และประเทศ ต่างๆ ใน ASEAN

ข้อเสนอแนะ

- จัดพิธีอัญเชิญ เจ้าหลวงพิริยะชัยเทพวงศ์ กลับสู่เมืองแพร่ และ จัดงานเฉลิมฉลองในแต่ละปี
- บูรณะคุ้มต่างๆ ซึ่งเป็นเรือนไม้สักให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์
- รื้อฟื้นโรงเรียนป่าไม้แพร่ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ การทำสวนป่าและท่องเที่ยว
- บูรณะปรับปรุง พิพิธภัณฑสถานไม้สักและอาคารที่ทำการเดิมต่างๆ ของ บ.อีสานเอเชียทค
- ปลูกสวนป่าสัก และสวนป่าธรรมชาติ เพื่อเป็นอัตลักษณ์เมืองและเป็นแหล่งเรียนรู้
- อนุรักษ์ เต่าปูลู อย่างเป็นระบบ ก่อน สูญพันธุ์ และ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้มีสภาพความพร้อมและให้ชาวบ้านมีความคิดอนุรักษ์มากกว่าเดิม





ภาคอีสาน

กำหนดให้จังหวัด

ชัยภูมิ

เป็นจังหวัดทางภาคอีสานตอนล่างที่ถูกเลือกตามคำร้องขอของสมาชิกสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสมาชิกสมาคมพันธธธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย จังหวัดชัยภูมิให้หาแนวทางเพื่อให้ชัยภูมิสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลอดทั้งปีจากปัจจุบันซึ่งนักท่องเที่ยวจะมาเฉพาะฤดูดอกกระเจียวบาน ทั้งๆ ที่ชัยภูมิมีทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจมากมาย

1) ปราสาทหิน

การกำหนดปราสาทหินให้เป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ของชัยภูมิก็เพื่อเป็นนัยให้ชัยภูมิเป็นศูนย์กลาง และเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวปราสาทหิน เพราะชัยภูมิเป็นนครโบราณที่ยังมีอารยธรรมของยุคขอมหลงเหลืออยู่คือปราสาทภู บ้านหนองบัว ตำบลในเมือง ภูแดง ตำบลแร่ (วัดกุดยาง) และปราสาทภู บ้านหนองแฝก ตำบลบ้านเต่า เป็นหลักฐานปรากฏอยู่ ซึ่งชัยภูมิเป็นจุดปลายทางของเส้นทางปราสาทหินภาคอีสานเมื่อเดินทางมาจากจุดเริ่มต้นที่เขมร แต่เป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวปราสาทหิน เมื่อเดินทางจากภาคอีสานของไทยตามแนวคิดของเส้นทางท่องเที่ยว นครชัยบุรินทร์ (ชัยภูมิ

นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์) แต่ควรพัฒนาเส้นทางเพิ่มขึ้นเป็น 2 เส้นทาง คือ

- นครชัยบุรินทร์ + จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อเชื่อมเส้นทางถึงปราสาทหินเขาพระวิหารประเทศกัมพูชา

- นครชัยบุรินทร์+จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวปราสาทหินในประเทศลาว

ซึ่งเมื่อรวม 2 เส้นทางแล้วจะมีปราสาทที่อยู่ในไทยทั้งสิ้นประมาณ 133 ปราสาท ซึ่งนับว่าเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

กิจกรรม

- 1.1 การปรับแต่งภูมิทัศน์และการสร้างอัตลักษณ์เมือง
- 1.2การสร้างกิจกรรมซึ่งแสดงถึงวัฒนธรรมยุคขอม ซึ่งต้องทำอย่างจริงจังให้มีความศักดิ์สิทธิ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความศรัทธา และซาบซึ้งถึงบรรยากาศของการท่องเที่ยว
- 1.3พัฒนาศูนย์ข้อมูล แผนที่บอกทาง ป้ายบอกทาง ตลอดเส้นทางท่องเที่ยวให้ชัดเจน และสร้างสื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยว
- 1.4 ประสานร่วมมือกับทุกจังหวัด ตลอดเส้นทางให้ร่วมจัดกิจกรรมพร้อมๆ กัน เพื่อความเด่นชัดของเส้นทางท่องเที่ยวนี้
- 1.5 พัฒนาคอนเซ็ปต์ชุมชนท่องเที่ยวให้สามารถผลิตสินค้าที่มาจากอัตลักษณ์เพื่อสร้างรายได้ทั้งของฝาก ของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ของใช้ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความยั่งยืน
- 1.6 ประสานร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อประสานผลประโยชน์ทำกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน
- 1.7 สร้างทางรถไฟเชื่อมจังหวัดชัยภูมิ และนครราชสีมา

2).มอหินขาว

เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีก้อนหินเป็นเอกลักษณ์พิเศษ มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 500-600 เมตร

แนวคิด

การนำเอกลักษณ์พิเศษของก้อนหินขนาดใหญ่ ซึ่งมีรูปทรงแปลกตา ยืนเรียงรายอยู่บนมอหินขาว และสภาพทางภูมิศาสตร์ มาออกแบบเป็นอัตลักษณ์ เพื่อการท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงโดยมีวัตถุประสงค์ คือ

- นำมอหินขาวมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์เพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่เป็น Landmark และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว
- เพื่อยืดช่วงเวลากการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดชัยภูมิ เป็นแหล่งท่องเที่ยวในฤดูหนาว (พ.ย.-ก.พ.) นอกเหนือจากดอกกระเจียวในฤดูฝน (มิ.ย.-ส.ค.)
- เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของพืชเกษตรที่เพาะปลูกด้วยการแปรรูปพืช

เกษตรที่เพาะปลูกอยู่แล้ว เช่น สับปะรด หรือส่งเสริมพืชเกษตรอย่างอื่น เช่น ไม้ดอกเมืองหนาวไม้ดอกเศรษฐกิจอื่นๆ ซึ่งนอกจากจำหน่ายได้แล้วยังปรับภูมิทัศน์ให้สวยงามน่าท่องเที่ยวขึ้น

- เพื่อให้เกิดแนวคิดในการเชื่อมโยงกับภูมิภาคอื่นที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์แปลกตา

3) ผ้าไหมบ้านเขว้า

เป็นชุมชนผลิต จำหน่ายผ้าและเครื่องใช้จากผ้าไหม ซึ่งเป็นที่นิยมมากกระยะหนึ่งและเริ่มสู่ภาวะที่ตกต่ำลง เพราะนำผ้าไหมด้อยคุณภาพจากแหล่งอื่นมาจำหน่าย จนผู้บริโภคขาดความเชื่อถือ

แนวคิด คือ เปลี่ยนจากแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางภูมิปัญญาเกี่ยวกับไหมครบวงจร โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

- เพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยใช้ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์จากไหม
- เพื่อแก้ปัญหาการตกต่ำของหมู่บ้านหัตถกรรมบ้านเขว้า อันสืบเนื่องมาจากการขาดความเชื่อถือของผู้บริโภค
- เพื่อยืดเวลาการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวอยู่ยาวนานขึ้น โดยการออกแบบให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับไหม ตั้งแต่การเลี้ยง การสาวไหม การทอ และการออกแบบสวดลาย ฯลฯ
- เพื่อเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวโดยการนำอัตลักษณ์มาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ประเภทของฝากของที่ระลึกและของใช้
- เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนภูมิปัญญากับแหล่งผ้าไหมอื่นๆ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เวียดนาม จีน ฯลฯ ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์ไหมเช่นเดียวกัน โดยศึกษาข้อมูลจากศูนย์เลี้ยงไหมบูรพา 14

กิจกรรม

1. Rebranding จากแหล่งขายผ้าไหมเป็นชุมชนภูมิปัญญา เพื่อการเรียนรู้ผลิตและท่องเที่ยวเกี่ยวกับไหม
 - 1.1 จัดอบรมถ่ายทอดภูมิปัญญาและแนวคิดที่ยั่งยืนเกี่ยวกับไหม การเลี้ยง เส้นใย การทอ สร้างผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการทางธุรกิจเพื่อให้ชุมชนถ่ายทอดแก่นักท่องเที่ยว
2. อบรมการออกแบบ Graphic Design และ Product Design เพื่อความหลากหลายและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์
 - 2.1 เตรียมสถานที่อบรม
 - 2.2 จัดหา Graphic และ Product Designer
 - 2.3 อบรมเชิงปฏิบัติการและจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
 - 2.4 ภาครัฐสนับสนุนงบประมาณ
3. จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอนทอผ้าและจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์การทอต่อเนื่อง
 - 3.1 สร้างศูนย์เลี้ยงตัวไหม ศูนย์ทอไหม เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้
 - 3.2 จัดเตรียมที่พัก ปรับปรุงบ้านให้เป็น Home Stay

- 3.3 ออกแบบและทำเครื่องทอผ้า Knock Down ขนาดเล็ก ราคา ย่อมเยา เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อกลับไปทอผ้าที่บ้านได้เพื่อจะได้ซื้อวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง
- 3.4 รัฐสนับสนุนการปรับปรุงด้านสาธารณูปโภค

4. สร้างสื่อเผยแพร่กิจกรรมและผลิตภัณฑ์และหาช่องทางจัดจำหน่าย (Channel of Distribution)

- 4.1 ทำ website เพื่อประชาสัมพันธ์
- 4.2 ออกสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โดยรัฐสนับสนุน
- 4.3 รัฐสนับสนุนให้ออกงานแสดงผลผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อการประชาสัมพันธ์และ จับคู่ทางธุรกิจ

5. สร้างมาตรฐานของกิจกรรมและ

- 5.1 รัฐและผู้ประกอบการร่วมกันสร้างมาตรฐานและออกแบบมีตรารับรองคุณภาพ
- 5.2 ผู้ประกอบการร่วมมือกันไม่นำผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตอื่นมาจำหน่าย

4) ดอกกระเจียว

เอกลักษณ์ประจำถิ่น ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง คือ ดอกกระเจียวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาชมเป็นจำนวนมากในช่วงฤดูฝนของแต่ละปี จึงได้ออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ดอกกระเจียว ทั้งตราสัญลักษณ์ แบบภาพพิมพ์ และผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะแบบภาพพิมพ์ เพื่อให้สามารถเข้าร่วมกับผลิตภัณฑ์ผ้า เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวประจำจังหวัด

5) ใบเสมาบ้านกุดโง้ง

เป็นศิลาจำหลักยุคทวารวดีที่มีลักษณะพิเศษ คือเป็นใบเสมาที่มีการแกะสลักเป็นภาพและเรื่องราวต่างๆ เช่น พระอวโลกิเตศวร ภาพการแสดงธรรม ฯลฯ พบกระจายอยู่ตามทุ่งนาที่มีความน่าสนใจและมีคุณค่าอย่างยิ่ง และสามารถเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอารยธรรมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีโบราณวัตถุ และโบราณสถานยุคทวารวดี ทั้งในและต่างประเทศ บ้านกุดโง้ง ยังสามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวใหม่โดยทางเรือจากในเมืองและชมใบเสมาด้วยรถอีแต่นได้ เพื่อสร้างความน่าสนใจในการท่องเที่ยว

6) บึงละหาน

บึงน้ำจืดขนาดใหญ่กว่า 16,000 ไร่ เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลาและอนุรักษ์พันธุ์ไม้น้ำ นอกจากนี้ยังมีนกอพยพมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากในช่วงฤดูหนาว มีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวมาชมได้ทั้งปี โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว เพื่อยืดฤดูกาลท่องเที่ยวให้แก่ชัยภูมิ ทีมวิจัยจึงได้ออกแบบศาลาชมนกชมปลาและพันธุ์ไม้น้ำ ทั้งยังสามารถน่านกไม้น้ำ และปลาสายพันธุ์ต่างๆ มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวได้



อุดรธานี หนองคาย

อุดรธานี หนองคายเป็นจังหวัดคู่แฝดที่แยกกันไม่ออก เมื่อนึกถึงการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากอุดรธานีเป็นเมืองเศรษฐกิจขนาดใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวยุคใหม่ เช่น ทะเลบัวแดง อำเภอหนองหาน ซึ่งเต็มไปด้วยบัวแดง ในพื้นที่กว่า 23,000 ไร่ หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ที่อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ แหล่งอารยธรรมโบราณ มีอายุประมาณ 3,000 - 2,000 ปี ก่อนประวัติศาสตร์ สืบเนื่องมาถึงยุคทวารวดี ลพบุรี และล้านช้าง ซึ่งมีอายุราว 1,200 - 300 ปีมาแล้ว พิพิธภัณฑ์สถานฯ บ้านเชียง ก็มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่สนใจของคนทั่วไป นอกจากนี้ยังมีตลาดผานาข้าว และห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ โรงแรมที่พักที่สะดวกสบาย จึงเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวจากประเทศลาวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก แต่อูธรไม่มีชายแดนติดกับประเทศลาว นักท่องเที่ยวจึงต้องเดินทางผ่านหนองคายที่มีสะพานมิตรภาพ และความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์เป็นตัวเชื่อม

1) พญานาค

ใช้ความเชื่อในตำนานพุทธศาสนา กำหนดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว
กิจกรรม

1. พิธีบุญบั้งไฟพญานาค

- จัดเทศกาลงานบุญและพิธีกรรมบวงสรวงพญานาคตามประเพณีโบราณให้ศักดิ์สิทธิ์
- จัดเส้นทางท่องเที่ยวตามจุดต่างๆ เพื่อชมบั้งไฟพญานาค
- สร้างวัดมุนีคณที่มีอัตลักษณ์จากพญานาค จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่ารายได้ให้ชุมชนเป็นผู้ผลิตและทำพิธีปลุกเสกจากพระสงฆ์ในงานบุญ

2. ตามรอยพญานาค

- จัดการท่องเที่ยวตามเส้นทางที่มีตำนานและมีปรากฏการณ์การพบพญานาค รวมถึงสถานที่หรือวัดต่างๆ ซึ่งมีประติมากรรมหรือจิตรกรรมเกี่ยวกับพญานาคที่สวยงาม
- จัดสร้างสื่อต่างๆ เพื่อแนะนำข้อมูลและเส้นทางท่องเที่ยว
- ออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์พญานาคทั้งของฝากและของใช้
- จัดการละเล่น การแสดงที่เกี่ยวกับพญานาคตามตำนานของพุทธศาสนา

2) บ้านเชียง

เป็นตัวแทนของอารยธรรมโบราณ ซึ่งมีปรากฏตามสถานที่ต่างๆ มากมาย
ในภาคอีสาน รวมถึงในประเทศลาว เราจึงสามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยว
เพื่อการเชื่อมโยงได้

1. ย้อนรอยอารยธรรมล้านปี โดยมีพิพิธภัณฑ์สถานฯบ้านเชียงเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อดูอารยธรรมโบราณตามแหล่งต่างๆ ของภาคอีสานไทยและลาว เช่น ภูพระบาท ของอุดร แหล่งไดโนเสาร์ ของจังหวัดขอนแก่น และกาฬสินธุ์และอาจต่อเนื่องไปถึงบ้านกุดโง้ง ของชัยภูมิผาแต้มของจังหวัดอุบลราชธานีหรือภูผาเทิบ ของจังหวัดมุกดาหาร ซึ่งแล้วแต่มีอารยธรรมโบราณนับ 1,000 ปีถึงล้านปี และสามารถเชื่อมโยงถึงประเทศเพื่อนบ้านเช่น แขวงหัวพันของลาวซึ่งชุดพบโครงกระดูกโบราณอายุกว่า 60,000 ปี

2. หัตถศิลป์ล้านปีบ้านเชียง เป็นการท่องเที่ยวเชิงภูมิปัญญา เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาพักระยะยาวเพื่อเรียนรู้ศิลปยุคบ้านเชียงพร้อมทั้งเรียนรู้วิธีการออกแบบและผลิต ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีอัตลักษณ์จากลายบ้านเชียงทั้งเครื่องปั้นดินเผา เซรามิกและผ้า ฯลฯ





มุกดาหาร

จังหวัดหนึ่งในอีสานตอนกลางที่เริ่มมีบทบาทสำคัญขึ้นเพราะสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว ที่เชื่อมสู่เมืองสุวรรณเขตของลาว “มุกดาหาร” ชื่อเมืองซึ่งสร้างมากกว่า 240 ปี (243 ปี) มีตำนานอ้างอิงอยู่ 3 ตำนานคือ

1. เมื่อตอนสร้างเมืองโดยเจ้าอินริ (เชื้อสายกษัตริย์อาณาจักรลาว) มีต้นตาลเจ็ดยอดอยู่ต้นหนึ่ง พอตกกลางคืน จะปรากฏมุกถูกกลมใหญ่ลอยเหนือต้นตาล แล้วลอยไปตามลำน้ำโขงไปภูมโนรมย์ ตอนเช้าก็ลอยกลับมาใหม่เป็นเช่นนี้อยู่หลายครั้ง จึงให้ชื่อเมืองว่า “มุกดาหาร”
2. บริเวณแม่น้ำโขงที่ตั้งของเมือง มีหินแม่น้ำสีขาวคล้ายมุกมีชื่อว่า มุกดาหาร (1 ในแก้วนพรัตน์) จึงเรียกว่าเมืองมุกดาหาร
3. มีหอยกาบ (กั) ชนิดหนึ่งปรากฏมีมุกอยู่ภายในตัวหอยเป็นจำนวนมากกว่าแหล่งอื่นๆ ซึ่งปกติจะพบได้ยาก จึงเรียกเมืองนี้ว่า มุกดาหาร

แนวคิด

1. ลักษณะทรงกลมของมุก ออกแบบร่วมกับลักษณะของต้นตาล และเจ้าอินริ (เชื้อสายกษัตริย์ลาว) เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ (มุกดาหารมีชาติพันธุ์ทั้งสิ้น 8 ชาติพันธุ์)

2. ลักษณะทรงกลมของมุกออกแบบร่วมกับพญานาค (ตามความเชื่อว่ามีพญานาค 11 ตนรักษาเมืองอยู่) เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยว ตามความเชื่อและความศรัทธาตามตำนานพุทธศาสนา

3. ลักษณะทรงกลมของมุก ออกแบบร่วมกับดอกดุสิตตา หรือดอกช้างน้าว ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด

จังหวัดมุกดาหารควรจัดกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัดนครพนมเพราะแม้ว่ามุกดาหารจะมีสะพานมิตรภาพ แต่นครพนมมีพระธาตุพนม ซึ่งเป็นที่เคารพศรัทธาของคนลาวจำนวนมาก และสามารถทำกิจกรรมคู่กับพระธาตุอินทร์เมืองสุวรรณเขต (สะหวันนะเขต) ของลาว

1) พญานาค

กิจกรรม

1. กฐินลอยน้ำ 2 ฟังโขงเชื่อมโยงศรัทธา 2 พระธาตุ บูชาแด่พญานาค 11 ตน โดยจังหวัดมุกดาหารร่วมมือกับจังหวัดหนองคาย และเมืองสุวรรณเขตของลาว จัดพิธีแห่กระบวนกฐินในลำน้ำโขง โดยให้นักท่องเที่ยวล่องเรือร่วมขบวนด้วย แล้วจึงนับปัจจัยทั้งหลายไปทอด ณ วัดพระธาตุพนม และพระธาตุอินทร์เพื่อถวายเป็นพุทธบูชา และอุทิศให้กับพญานาค 11 ตนที่ดูแลลำน้ำโขงในช่วงสุวรรณเขต และมุกดาหารและนครพนมนี้

- 1.1 จัดการละเล่น เล่าตำนานของเมืองมุกดาหาร สุวรรณเขต และพญานาค 11 ตน
- 1.2 ประกวดการละเล่นของชาติพันธุ์ต่างๆ ทั้ง 8 ชาติพันธุ์
- 1.3 ประกวดการตกแต่งเรือที่ร่วมขบวนกฐิน และการแข่งเรือพาย
- 1.4 ประกวดการออกแบบภาพสัญลักษณ์งานศิลปะและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากตำนานเมืองมุกดาหาร ฯลฯ

2) ชาติพันธุ์

ย้อนรอยบรรพชน 2 ฟังโขงจากตำนานการสร้างเมืองโดยเจ้าอินริ และมีชาติพันธุ์ในมุกดาหารถึง 8 ชาติพันธุ์ (:ย้อ : กุล : ลาว : กะเลิง : แสก : ข่า : ภูไท : โข) ทำให้เราสามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อย้อนรอยวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาติพันธุ์ต่างๆ พร้อมทั้งศึกษาภูมิปัญญาเหล่านั้นและยังสามารถเชื่อมโยงมุกดาหารกับจังหวัดอื่นๆ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านอย่างลาว เขมร และเวียดนาม โดยมีจุดตั้งต้นที่ หอแก้ว หอสูงใจกลางเมือง ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์ของมุกดาหาร

3) อารยธรรม

- 1) ลำชุมทรัพย์แห่งอารยธรรมโลกล้านปี มุกดาหารมีภูผาเทิบแหล่งอารยธรรมยุคเดียวกับผาแต้ม ของจังหวัดอุบลราชธานี ภูผาเทิบ จึงสามารถจัดกิจกรรมเชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆ อย่างอุดร ชัยภูมิ ที่มีอารยธรรมโบราณรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านอย่างลาว และเมืองเว้ ฮอยอัน ของเวียดนาม



ภาคกลาง

อารยธรรมแห่งลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา มรดกสายน้ำและทรัพยากรสัตว์น้ำเป็น
อัตลักษณ์การท่องเที่ยว

กรุงเทพฯ

กรุงธนบุรีฯ และกรุงรัตนโกสินทร์ ตั้งตระหง่านสง่างามเป็นราชธานีคู่ขนาน
อยู่ 2 ฟันแม่น้ำเจ้าพระยา ปังบอกถึงอารยธรรมอันรุ่งเรืองจากอดีตจวบจน
ปัจจุบัน ปรากฏเป็นสิ่งปลูกสร้างอันวิจิตรงดงามทั้งรูปทรงของสถาปัตยกรรม
และลวดลายที่เสริมแต่งเพื่อบอกเล่าเป็นเรื่องราวของแต่ละยุคสมัยที่ผ่านมา
นับเป็นทรัพยากรที่มีค่าอย่างยิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนจากทุก
มุมโลก

วิถีชีวิตแห่งสายน้ำ วิถีชีวิตที่เร่ร่อนในปัจจุบัน จนใช้ทรัพยากรที่มีอยู่นี้ยัง
ไม่คุ้มค่า โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว เราสามารถสร้างกิจกรรมได้อย่าง
มากมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

แนวคิดในการพัฒนา
แสง-สี-และอารยธรรม

1) สายน้ำแห่งเทพนิยายทุกคำคืน

ขบวนเรือพระราชพิธีเป็นประวัติศาสตร์ที่ยังมีชีวิต แต่ก็เปรียบดังเทพนิยาย
หากใครได้ชมขบวนแห่เรือพระราชพิธีอย่างใกล้ชิดย่อมประทับใจไม่รู้ลืม
ปัญหาคือ ทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวสามารถชมขบวนเรือพยุหยาตราได้ทุกวัน

1.1 ทำเป็นอุโมงค์แก้ว ผ่านอุโมงค์เรือ ซึ่งมีขบวนเรือพิธีตั้งเรียงรายอยู่ให้
นักท่องเที่ยวสัมผัสได้อย่างใกล้ชิด อีกด้านของอุโมงค์มีการฉายภาพขบวนแห่
เรือในพระราชพิธีจริงด้วยระบบ Multimedia ทั้งภาพและเสียงให้นักท่องเที่ยว
เที่ยวได้บรรยากาศของการร่วมอยู่ในขบวนแห่เรือเสมือนจริง

1.2 นอกจากนี้เรายังสามารถให้นักท่องเที่ยวที่สนใจขึ้นเดินชมและรับฟัง
คำบรรยายถึงความสำคัญของเรือแต่ละลำในขบวนเรือพระราชพิธีได้ เพื่อสร้าง
รายได้สำหรับอุโมงค์เรือในบรรยากาศที่เย็นสบายไม่ร้อนเหมือนตอนกลางวัน

2) สายน้ำแห่งบุญ

ตลอดลำแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งแต่ปากคลองบางกอกใหญ่จนถึงถนนยานนาวา
มีวัดที่สำคัญใหญ่ๆ ตั้งเรียงรายอยู่หลายวัด เช่น วัดระฆัง วัดอรุณ วัด
กัลยาณมิตร ฯลฯ ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่ เต็มไปด้วยศิลปะอันทรงคุณค่า บอกเล่า
เรื่องราวในแต่ละช่วงของกรุงรัตนโกสินทร์ (นอกจากนี้ยังมีศาสนสถานของ
ศาสนาอื่นๆ ที่สำคัญอีกหลายแห่ง) ซึ่งปัจจุบันพุทธศาสนาและวัดไทยกำลัง
เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนใน
ประเทศต่างๆ เพราะเชื่อว่าประเทศไทยเป็นดินแดนศักดิ์สิทธิ์มีพระเกจิอาจารย์
เก่งๆ มากมาย ถ้าเราเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าชมวัดริมน้ำได้ในตอน
กลางวัน ซึ่งอากาศไม่ร้อนก็น่าจะมีนักท่องเที่ยวสนใจเป็นจำนวนมาก

2.1 ต้องทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการมาเที่ยววัดเป็นเรื่องศักดิ์สิทธิ์
วัดที่อยู่ในโครงการต้องจัดพิธีกรรมอันศักดิ์สิทธิ์ สวดพุทธมนต์ ผูกข้อมือด้วย
สายสิญจน์ และมีของที่ระลึกที่เป็นวัตถุมงคล เช่น ผ้ายันต์ (เพื่อไม่ให้เป็นพุทธ
พาณิชย์มากเกินไป) นำกลับไปให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้สิ่งที่ดีในชีวิต ถ้าไม่มา
เที่ยวประเทศไทยก็จะมีโอกาสเช่นนี้

3. สายน้ำแห่งชีวิต (ตลาดนัดชุมชนริมน้ำใต้แสงดาว)

ตลอดลำแม่น้ำเจ้าพระยา ของกรุงเทพฯ มีอาคารและสถานที่สำคัญที่มีรูปทรง
ทางสถาปัตยกรรมสวยงามมากมายหลายแห่งทั้งของภาครัฐและเอกชน และ
ยังมีชุมชนโบราณที่บอกเล่าถึงวิถีชีวิตและความเป็นมาของกรุงเทพฯ ที่น่า
สนใจอีกหลายชุมชน เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวและคนไทยด้วยกันเอง อย่าง
เช่น ชุมชนช่างต่างๆ แต่บางครั้งแม้กระทั่งคนไทยด้วยกันเองก็ยังไม่รู้ว่าจะหา
ชมได้จากที่ไหน ซึ่งวิถีชีวิตเหล่านี้ย่อมเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

3.1 ภาครัฐดำเนินการหรือสนับสนุนให้เอกชนดำเนินการหาพื้นที่ที่
มีนัยเชิงประวัติศาสตร์ และมีความสวยงามทางสถาปัตยกรรม

3.2 จัดรวบรวมงานช่างสิบหมู่ การทำอาหารคาวหวานโบราณ
งานหัตถกรรมเพื่อแสดงแก่นักท่องเที่ยวและจำหน่ายเป็นตลาดนัด
วิถีชีวิตชุมชนโบราณใต้แสงดาว ซึ่งหาได้ยากในปัจจุบัน และ
กิจกรรมนี้ยังสามารถเกื้อหนุน (Synergy) กิจกรรมอื่นที่จัดขึ้น
เช่น เมื่อพานักท่องเที่ยวมาชมช่างตีทอง ช่างตีบาตร ช่างทอ ก็

สุราษฎร์ธานี

1) เส้นทางสายไหม

เส้นทางค้าขายโบราณที่เชื่อม 2 ฝั่งทะเล ซึ่งได้พบโบราณวัตถุมากมายเช่น ลูกปัด เทวรูป และ รูปเคารพต่างๆ จากสุราษฎร์ถึงตะกั่วป่า จังหวัดพังงา และออกสู่ทะเล

2) การเชื่อมโยงเส้นทางอารยธรรมและมรดกโลก

การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้แหล่งอารยธรรมโบราณ และเมืองมรดกโลก มีจุดตั้งต้นที่พระธาตุเมืองไชยา (จังหวัดสุราษฎร์) ซึ่งทำกิจกรรมร่วมกับ พระธาตุเมือง นคร (จังหวัดนครศรีธรรมราช) แหล่งอารยธรรมและเมืองมรดกโลกต่างๆ

- มรดกโลกอยุธยา
- กำแพงเพชร
- ศรีสัชนาลัย (จังหวัดสุโขทัย)
- เวียงกุมกาม และ เวียงท่ากาน (จังหวัดเชียงใหม่)
- หงสาวดี และ พุกาม (ประเทศพม่า)
- เชียงแสน (จังหวัดเชียงราย)
- เชียงรุ่ง (ประเทศจีน)
- หลวงพระบาง (ประเทศลาว)
- นครวัด (ประเทศกัมพูชา)
- เมืองเว้ ฮอยอัน (ประเทศเวียดนาม)

3) เส้นทางมวยไชยา

การท่องเที่ยวเชิงภูมิปัญญา เพื่อเรียนรู้และอนุรักษ์ศิลปการต่อสู้มือเปล่า กิจกรรม

- ท่องเที่ยวเพื่อศึกษามวย
- การแข่งขัน
- การแลกเปลี่ยนศิลปการต่อสู้
- การแสดงศิลปการต่อสู้

จุดเริ่มต้นที่เมืองไชยา จังหวัดสุราษฎร์ เพื่อเชื่อมต่อไปยัง

- สำนักพุทธไสวรรค์ (จังหวัดอยุธยา)
- มวยพิมาย (จังหวัดนครราชสีมา)
- มวยหงสา (ประเทศพม่า)
- วัดเส้าหลิน สำนักบู๊ตึ้ง (ประเทศจีน)
- ยูโร คาราเต้ (ประเทศญี่ปุ่น)
- เทควันโด (ประเทศเกาหลี)
- มวยลาว
- มวยกัมพูชา

ข้อเสนอแนะ

1. นำทรัพยากรทางทะเลที่มีเอกลักษณ์มาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์เมือง
2. นำภูมิปัญญา งานศิลป์ หรือ ทรัพยากร ท่องเที่ยว เฉพาะถิ่น เช่น มวยไชยา มาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น
3. นำอัตลักษณ์มาพัฒนาเป็นสัญลักษณ์เมืองและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทั้ง บริการและของฝากของที่ระลึก
4. จัดทำศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญา เพื่อการเรียนรู้ เกี่ยวกับอารยธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต เพื่อให้คนท้องถิ่นได้เรียนรู้ และ นักท่องเที่ยวได้ ศึกษา
5. นำภูมิปัญญา เช่น มวยไชยา การทอผ้า มาพัฒนาเป็นหลักสูตรการเรียนรู้ แก่เยาวชนเพื่อเป็นการสืบต่อมิให้สูญหาย
6. พัฒนาภูมิปัญญา เช่นมวยไชยา ให้เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวและเป็นอาชีพ เพื่อยืดเวลาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และเพื่อเป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนอื่นและอาชีพอื่น
7. ทั้งประวัติ และท่ามวย ลงในสื่อต่างๆ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจ เป็น ภาษาต่างๆ โดยเฉพาะภาษาฝรั่งเศส ภาษาอังกฤษ จีน และ รัสเซีย
8. บันทึกภูมิปัญญา และทรัพยากรท้องถิ่นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อการ สืบต่อ
9. พัฒนามัคคุเทศน์อาชีพ และมััคคุเทศน์อาสาสมัคร เพื่อให้ประจำตามจุด ท่องเที่ยวและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ





ASEAN

10

Thailand's
Friendship

 National capital



Brunei



Cambodia



Indonesia



Laos



Malaysia



Myanmar



Philippines



Singapore



Thailand



Vietnam

3. การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชื่อมโยง AEC และ นานาประเทศ

จุดประสงค์ของการรวมตัวกันของ ภูมิภาคอาเซียน ก็เพื่อ มุ่งเป้าที่ **ความร่วมมือกันทางการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ และ วัฒนธรรม** มีกฎบัตรอาเซียน (ธรรมนูญ อาเซียน หรือ ASEAN Charter) ซึ่งเป็นเสมือนแนวทางการดำเนินงานที่จะนำไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนซึ่งประกอบด้วย 3 สิ่งหลักๆ คือ

1. การเมืองความมั่นคง
2. เศรษฐกิจ (AEC)
3. สังคมและวัฒนธรรม

ความร่วมมือทั้ง 3 เสาหลักของอาเซียนก็มีความสำคัญด้วยกันทั้งสิ้น เพราะการสร้างประชาคมอาเซียนย่อมหมายถึงการร่วมมือและหลอมรวมกันในทุกมิติ และแต่ละมิติก็ล้วนมีความสำคัญและส่งเสริมซึ่งกันและกัน เราคงไม่อาจผลักดันความร่วมมือทางเศรษฐกิจได้หากปราศจากความมั่นคงทางการเมือง หรือความเข้าใจกันของคนในอาเซียน

ที่มา : <http://www.thai-aec.com/418#ixzz2g4t7GTLK>

ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว อาเซียน เพื่อ เพิ่มศักยภาพพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางการติดต่อสื่อสาร คมนาคม เป็นจุดแวะพัก การ สัญจร เปลี่ยนถ่ายนักท่องเที่ยว จากนานาประเทศทั่วโลกเพื่อ ทั้งนี้เป็นโอกาสดี ที่จะเร่งลงมือส่งเสริมศักยภาพ คุณค่าของการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมทั้งหมด การวิจัยค้นหา “เสน่ห์ใหม่แห่งไทย” (Thailand’s enchantment) นั้น พบว่ายังมี อยู่มากมาย เพียงแต่การจัดสรร การจัดการ ยังไปไม่ได้ไม่ถึงถึงเท่าที่ควร บางเรื่องการถูกกลืนเลือน จางหายกันไปตามกาลเวลา และ ถึงเวลา ที่ ประเทศไทยควรเร่งลงมือส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อการเชื่อมโยงอาเซียน โดยใช้ อัตลักษณ์ของแต่ละประเทศ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ “เสน่ห์แห่งไทย” มาขับเคลื่อน เพื่อรองรับการเจริญเติบโตในอนาคต อย่างเต็มประสิทธิภาพ

**จากกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ ทฤษฎีแนวคิดในการออกแบบ และการเดินทางในการค้นหาข้อมูล
ทีมงานวิจัยได้ สรุปภารกิจกรรมการเชื่อมโยงในระดับภูมิภาคอาเซียน ที่น่าสนใจดังต่อไปนี้**

- 1) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว : 28 มรดกโลก และ 6 สมบัติโลก อาเซียน
- 2) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล แห่งอาเซียน
- 3) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ชายหาด และ เกาะท่องเที่ยว อาเซียน
- 4) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว การเชื่อมโยง ทางชาติพันธุ์
- 5) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางสายไหมวัฒนธรรมแห่งสายน้ำ มรดกแห่งภูมิปัญญา
- 6) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ย้อนรอยเส้นทางปราสาทหิน
- 7) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ทางศาสนา เส้นทางแห่งศรัทธา
- 8) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางแห่งนักรบมวยไทย และ ศิลปะป้องกันตัว อาเซียน
- 9) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางโลกล้านปี ไดโนไทเปีย จีโอพาร์ค



ASEAN

28

World Heritages

6

World Treasures

National capital



National Park



Ancient Castle



Ancient Temple



Historic Town

มรดกโลกอาเซียนมีด้วยกัน 28 แห่ง

ประเทศไทย

1. นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบริวาร
2. เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัย และเมืองบริวาร
3. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร และห้วยขาแข้ง
4. ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋
5. แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

ประเทศกัมพูชา

6. ปราสาทพระวิหาร
7. อังกอร์ หรือนครวัด

ประเทศลาว

8. เมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว
9. ปราสาทหินวัดพูและสิ่งก่อสร้างในแขวงจำปาสัก

ประเทศเวียดนาม

10. อ่าวฮาลอง
11. อุทยานแห่งชาติฟง จา-เค บัง
12. หมู่โบราณสถานเมืองเว้
13. สถานที่ศักดิ์สิทธิ์หมีเซิน
14. เมืองโบราณฮอยอัน

ประเทศมาเลเซีย

15. นครประวัติศาสตร์บนช่องแคบมะละกา และจอร์จทาวน์
16. อุทยานแห่งชาติกุนงมูลู
17. อุทยานคินาบาลู เกาะบอร์เนียว

ประเทศฟิลิปปินส์

18. โบสถ์บาโรค 4 แห่ง
19. นาซันบันไดแห่งเทือกเขา
20. นครประวัติศาสตร์วิกัน
21. อุทยานแห่งชาติปายโรโต-ปรินเซซา
22. อุทยานปะการังทางทะเลทูบาตาอะ

ประเทศอินโดนีเซีย

23. อุทยานแห่งชาติอุจุงกูลอน
24. กลุ่มวัดพรัมบานัน
25. กลุ่มวัดบรมพุทโธ
26. แหล่งมรดกมนุษย์ยุคเริ่มแรกซังจันริน
27. อุทยานแห่งชาติโคโมโด
28. อุทยานแห่งชาติลอเรนซ์

สมบัติโลกแห่งอาเซียน 6 แห่ง

ประเทศพม่า

1. อาณาจักรประวัติศาสตร์พุกาม
2. นครประวัติศาสตร์มณฑลเยล
3. นครประวัติศาสตร์หงสาวดี
4. เมืองแห่งวิถีชีวิตทะเลสาบอิงเล รัฐฉาน
5. พระบรมธาตุชเวดากองเมืองย่างกุ้ง
6. เมืองท่องเที่ยวมาละและหม่าง



1) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว : 28 มรดกโลก และ 6 สมบัติโลก อาเซียน

มรดกโลก คือสถานที่ อันได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา ทะเลสาบ ทะเลทราย อนุสาวรีย์ สิ่งก่อสร้างต่างๆ รวมไปถึงเมือง ซึ่งคัดเลือกโดยองค์การยูเนสโก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มีมนุษยชาติ หรือธรรมชาติได้สร้างขึ้นมา และควรจะถูกปกป้องสิ่งเหล่านั้นได้อย่างไร เพื่อให้ได้ตกทอดไปถึงอนาคต มรดกโลกแต่ละแห่งเป็นทรัพย์สินของประเทศที่เป็นเจ้าของดินแดนที่มรดกโลกตั้งอยู่ แต่ได้ถูกพิจารณาให้เป็นผลประโยชน์ของประชาคมระหว่างประเทศในการอนุรักษ์มรดกโลกแห่งนั้น



รูปแบบกิจกรรม

1. จัดเส้นทางมรดกโลกอาเซียน โดยเริ่มจาก มรดกโลกในประเทศไทย

ซึ่งมีอยู่ 5 แห่งคือ

- (1) ผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ๋
- (2) นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- (3) แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง
- (4) เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัย
- (5) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร และห้วยขาแข้ง ซึ่งมีความแตกต่างหลากหลาย ในลักษณะกิจกรรม และ ประวัติความเป็นมา ส่งเสริมการปลูกจิตสำนึก ในการอนุรักษ์ ที่ถูกต้อง ในแต่ละ ความหลากหลายของพื้นที่



2. จัดเส้นทางมรดกโลกอาเซียน โดยเริ่มจาก มรดกโลกในประเทศไทยที่มีความเกี่ยวข้องกับ มรดกโลกประเทศอาเซียนอื่นๆ เช่น มรดกโลกทางทรัพยากรธรรมชาติ มรดกโลกทางประวัติศาสตร์ มรดกโลกทางวัฒนธรรม ประเพณี เชื่อมโยง เส้นทาง โดยให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง การส่งต่อและนำทางสู่มรดกโลกแห่งต่างๆ เช่น เส้นทาง มรดกโลก ไทย-พม่า/ไทย-ลาว/ ไทย-เวียดนาม/ ไทย-กัมพูชา เป็นต้น

โดยการจัดกิจกรรมเชื่อมโยง มรดกโลก ที่มีลักษณะ คล้ายคลึงกัน และ สลับกันกิจกรรม เพื่ออัตรส ความหลากหลายของคุณค่ามรดกโบราณ ส่งเสริมทัศนคติในการอนุรักษ์ รากฐานดั้งเดิมของแต่ละพื้นที่ ความเป็นมา



3. สร้างรูปแบบกิจกรรมการเดินทางให้หลากหลาย รูปแบบ ที่พัก พาหนะ การแต่งกาย ให้เชื่อมโยงกับกิจกรรมนั้น หมุนเวียนตามฤดูกาลท่องเที่ยว

4. จัดประกวดภาพถ่าย หรือ สารคดี “ความงดงามแห่งมรดกโลกเพื่อนบ้านอาเซียน”

5. จัดประกวดการแต่งเพลง ,ร้อยกรอง ,ออกแบบสื่อสร้างสรรค์ต่างๆ เช่น Animation หรือรูปแบบสิ่งพิมพ์ Mascot เพื่อการอนุรักษ์มรดกโลกอาเซียน



Map of
culture
& festival
traveling



Brunei



Cambodia



Indonesia



Laos



Malaysia



Myanmar



Philippines



Singapore



Thailand



Vietnam



ASEAN

49 Beaches & Islands

- National capital
- Thailand
- Malaysia
- Myanmar
- Indonesia
- Vietnam
- Philippines
- Cambodia

ข้อมูลการท่องเที่ยวทางทะเล ในอาเซียน 49 แห่ง



1.ประเทศไทย 22 แห่ง

1. เกาะล้าน
2. เกาะเสม็ด
3. เกาะกูด
4. เกาะมันนอก
5. เกาะกูด
6. เกาะหมาก
7. เกาะเต่า
8. เกาะสมุย
9. เกาะนางยวน
10. เกาะพะงัน
11. หมู่เกาะอ่างทอง
12. เกาะกระดาน
13. เกาะพยาม
14. หมู่เกาะพีพี
15. เกาะลันตา
16. หมู่เกาะปอดะ
17. หมู่เกาะสุรินทร์

18. หมู่เกาะสิมิลัน

19. เกาะไข่
20. เกาะตาชัย
21. เกาะหลีเป๊ะ
22. หมู่เกาะอาดัง-ราวี

2.ประเทศพม่า 6 แห่ง

1. หมู่เกาะมะริด
2. เกาะสอง
3. เกาะพิลา
4. หาดฮาปาลี
5. หาดฮเวซวง
6. หาดชวงทา

3.ประเทศเวียดนาม 5 แห่ง

1. อ่าวฮาลอง
2. ดานัง
3. เกาะนามู
4. เมืองฮอยอัน
5. เกาะฟู้โก๊วก

4.ประเทศกัมพูชา 2 แห่ง

1. เกาะกง
2. เกาะคิง

5.ประเทศมาเลเซีย 8 แห่ง

1. เกาะเปอร์hentian
2. เกาะติโอมัน
3. เกาะเตียวมาน
4. เกาะลังกาวิ
5. เกาะปีนัง
6. เกาะปังกอร์
7. เกาะลาบวน
8. เกาะสิปาดัน

6.ประเทศอินโดนีเซีย 5 แห่ง

1. เกาะบาห์ลี
2. เกาะกาลี
3. อุทยานแห่งชาติโคโมโด
4. เกาะสุลาเวสี
5. บูนาคเน

7.ประเทศฟิลิปปินส์ 1 แห่ง

1. เกาะโบราเคย์

3) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ชายหาด และ เกาะท่องเที่ยว อาเซียน

การเชื่อมโยงทาง เกาะสวรรค์ แห่งอาเซียน

ประเทศในเขตอาเซียน จัดเป็นประเทศในเขตเส้นศูนย์สูตร ที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางทะเล และ เกาะน้อยใหญ่ที่ต่างก็มีเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ความสมบูรณ์ของทรัพยากรสัตว์น้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพอีกทั้ง ชนเผ่าต่างๆ ที่อาศัยทำมาหากิน ในแต่ละเกาะ ล้วนแต่มีความน่าสนใจ และ น่าค้นหาถึงนักทะเลไทย เกาะสวรรค์แห่งการเชื่อมโยงกำหนดจังหวัดเพื่อการเชื่อมโยง

ภูเก็ต

เป็นจังหวัดเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวทางทะเลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีความพร้อมความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกและความหลากหลาย ทางการท่องเที่ยว ทั้งทางทะเล เทศกาลกินเจ พ้อตอ แหล่งช้อปปิ้งทั้งกลางวัน-กลางคืน และ วัฒนธรรมเปอร์านากัน



รูปแบบกิจกรรม

1. HUB of Islands เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเกาะสวรรค์ และ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อาเซียน ด้วยการ จัดกิจกรรมทางน้ำต่างๆ เช่น ดำน้ำ จับปลา แวนอนูรักษ์ ล่องเรือเชื่อมเกาะต่างๆ ของอาเซียน แยกหมวดหมู่ ตาม ทริป ไกลไกล เป็นสื่อกลางท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ท่องเที่ยว สถานสัมพันธู์ อาเซียน จัดการแข่งขัน ภาพถ่าย ชีวิตโลกใต้น้ำแห่งอาเซียน เน้นในเชิงการรักษา ระบบนิเวศที่ยั่งยืน



2. จัดกิจกรรมเส้นทางล่องเรือดำน้ำตกปลา ท่องเที่ยว रणอง-เกาะสอง-มะริด (ระยะเวลา 7 วัน) เชื่อมโยง ไทย-พม่า/ เกาะภูเก็ต-เกาะกง (ระยะเวลา 3 วัน) เชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา/ เกาะสุรินทร์-ศรีปาดัน (ระยะเวลา 10 วัน) เชื่อมโยง ไทย-มาเลเซีย/ หลีเป๊ะ-ป็นัง เชื่อมโยง ไทย-มาเลเซีย (ระยะเวลา 5 วัน) โดย การจัดกิจกรรมเชื่อมโยง ความมีลักษณะเฉพาะของแต่ละเกาะ ความเป็นอยู่ ของชาวเล

- จัดประกวดภาพถ่าย หรือ สารคดี “ความงดงามใต้ท้องทะเลอาเซียน”



3. จัดเส้นทางวัฒนธรรมชีวิตริมทะเล ซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของวัฒนธรรมชาวเกาะ ต่างๆ โดยเริ่มจาก เกาะช้าง-เกาะกง-เกาะพูโกวิก-โฮจิมินห์-ฮอยอัน (ระยะเวลา 10 วัน) เชื่อมโยง ไทย-กัมพูชา-เวียดนาม - สร้างรูปแบบที่พักให้เชื่อมโยงกับกิจกรรมนั้น หมุนเวียนตามฤดูกาลท่องเที่ยว - ประกวด เชฟแห่งทะเลสวรรค์ โดยเอา ทรัพยากรของแต่ละเกาะ รสชาติอาหาร ทะเล ที่สด ใหม่ มาสร้างเป็นอาหาร ตามความเชื่อของชนเผ่า ทั้งเกาะอาเซียน สร้างอาหาร ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละเกาะ หรือ ท้องที่ทางฝั่งทะเลนั้นๆ

India

China

Myanmar

Vietnam

Naypyitaw

Ha Noi

Veintiane

Bangkok

Cambodia

Phanom Penh

Ho Chi Minh

Gulf of
Thailand

Andaman
Sea

Malaysia

Kuala Lumpur

Singapore

Ethnic

National
Relationship
Thailand

 National capital

4) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว การเชื่อมโยง ทางชาติพันธุ์ ชาติพันธุ์ (ethnicity หรือ ethnos)

คือ การมีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูดเดียวกัน และเชื่อว่า สืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษกลุ่มเดียวกัน เช่น ไทย พม่า กะเหรี่ยง
จีนลาว เป็นต้น กลุ่มชาติพันธุ์หรือกลุ่มวัฒนธรรมมีลักษณะเด่นคือ เป็นกลุ่มคนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเดียวกัน บรรพบุรุษในที่นี้หมายถึง
บรรพบุรุษทางสายเลือด ซึ่งมีลักษณะทางชีวภาพและรูปร่าง (เชื้อชาติ) เหมือนกัน รวมทั้งบรรพบุรุษทางวัฒนธรรมด้วย ผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์
เดียวกันจะมีความรู้สึกผูกพันทางสายเลือด และทางวัฒนธรรมพร้อมๆ กันไปเป็นความรู้สึกผูกพันที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลและของ
ชาติพันธุ์ และในขณะเดียวกันก็สามารถเร้าอารมณ์ความรู้สึกให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าผู้ที่อยู่ในกลุ่มชาติพันธุ์
นับถือศาสนาเดียวกันความรู้สึกผูกพันนี้อาจ เรียกว่า “สำนึก” ทางชาติพันธุ์ หรือชาติลักษณะ (ethnic identity)

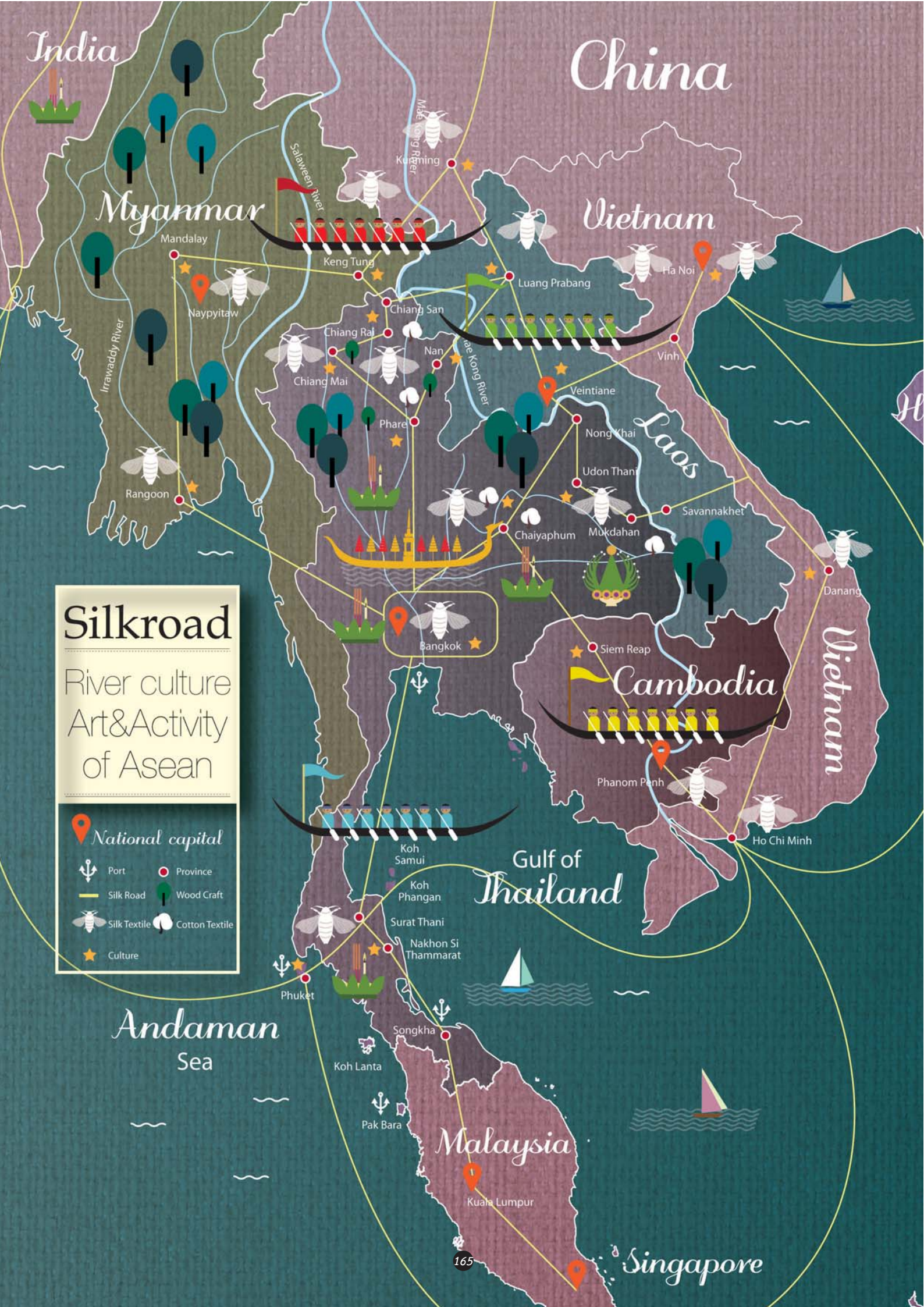
=====



รูปแบบกิจกรรม

1. จัดเส้นทางเดินทางตามรอยชนชาติไท ที่กระจายตามจุดต่างๆ ของประเทศในอาเซียน เพื่อเชื่อมต่อความสัมพันธ์ เรียนรู้ กิจกรรมประเพณี การละเล่นพื้นเมือง อาหารชนชาติไท ในพื้นที่ ต่างๆ แลกเปลี่ยนความรู้ทางวัฒนธรรม
2. จัดเส้นทางเดินทางตามรอยชาติพันธุ์อาเซียน ที่มีความหลากหลาย ในแง่ ชนเผ่า เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ เพื่อเชื่อมต่อความสัมพันธ์ เรียนรู้ กิจกรรมประเพณี การละเล่นพื้นเมือง อาหารชนเผ่า ต่างๆ แลกเปลี่ยนความรู้ ทางวัฒนธรรม
3. จัดร้าน สร้างบ้านจำลอง ตามแต่ละชนเผ่า มีการแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้า โดยให้ไทยเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงความหลากหลาย ชาติพันธุ์ ชนเผ่าต่างๆ มาแสดงเอกลักษณ์ในการเฉลิมฉลอง
4. จัดงานแสดงชุด ชาติพันธุ์ ชนเผ่า ของประเทศต่างๆ โชว์ลักษณะการแต่งตัว การประดิษฐ์ของตกแต่ง การทอและตัดเย็บแนว อนุรักษ์ รื้อฟื้น ผ้าลายโบราณ จัดประกวดการออกแบบลายต่างๆ ดัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัย





India

China

Myanmar

Vietnam

Laos

Cambodia

Thailand

Malaysia

Singapore

Silkroad

River culture
Art&Activity
of Asean

- National capital
- Port
- Province
- Silk Road
- Wood Craft
- Silk Textile
- Cotton Textile
- Culture

5) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางสายไหม วัฒนธรรมแห่งสายน้ำ มรดกแห่งภูมิปัญญา



เส้นทางสายไหม

เชื่อมโยง การท่องเที่ยวสู่ ทุกประเทศทั่วโลก

ผ้าไหมมีถิ่นกำเนิดในประเทศจีนและประเทศอินเดีย การทอผ้าไหมมีขึ้นราว 2,640 ปี ก่อนคริสตกาล พ่อค้าชาวจีนได้เผยแพร่ผ้าไหมสู่พื้นที่อื่นในแถบเอเชีย สำหรับประเทศไทยนักโบราณคดีพบหลักฐานที่แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงซึ่งบ่งชี้ว่ามีการใช้ผ้าไหมเมื่อ 3,000 ปีก่อน

รูปแบบกิจกรรม เส้นทางสายไหม

1. กิจกรรมย้อนรอยการเดินทาง ตามเส้นทาง สายไหม ค้นหาแหล่งผลิตไหมตามจุดต่างๆ เริ่มจากประเทศไทย กระจายสู่ ภูมิภาคอาเซียน นอกจากเรื่อง ผ้าไหม แล้ว ยังสามารถ ท่องเที่ยว แหล่งวัฒนธรรมที่ใกล้เคียง ตามความหลากหลายของพื้นที่
2. การสร้างกิจกรรมโฮมสเตย์ เรียนรู้ ฝีมือช่างศิลป์ แขนงต่างๆ เช่น หมู่บ้านผ้าไหม หมู่บ้านช่างปั้น หมู่บ้านทำร่ม การฝึกทำอาหาร ฯลฯ ตามภูมิปัญญา ของแต่ละพื้นที่ ตามร่องรอยการเดินทางของแม่น้ำสำคัญ เพื่อความสนุกสนาน ใน การได้เข้าไปร่วมรับรู้ ความเป็นมา และได้ทำกิจกรรม สัมผัสกับวิถีชีวิตจริง

รูปแบบกิจกรรม สายน้ำแห่งอารยธรรม

1. จัดพิธีบูชาแม่น้ำ แห่งอาเซียน (ลอยกระทง) เชื่อมความสัมพันธ์ และนำเสนอ ลักษณะเด่นของกระทง พิธีกรรม ส่งเสริมจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ความสะดวก ประเพณีที่สืบมา จากสายน้ำแห่งอารยธรรม
2. การแข่งพายเรือนานาชาติภาคีรัฐร่วมมือกับประเทศต่างๆ ใน ASEAN และกลุ่มประเทศเศรษฐกิจอื่นๆจัดการแข่งเรือนานาชาติ ในสายน้ำเจ้าพระยา บริเวณตั้งแต่สะพานช้างอิ้งจนถึงสะพานกรุงเทพฯ เพื่อให้ชาวต่างประเทศได้เห็นอารยธรรมอันรุ่งเรืองของกรุงรัตนโกสินทร์ตลอด 2 ฝั่งของกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและผลิตภัณฑ์ชุมชนเวียนเป็นเจ้าภาพในกลุ่มประเทศ ASEAN ให้เกิดกิจกรรมตลอดปี

การละเล่นทางน้ำนานาชาติ

จัดแสดงประเพณีและการละเล่นทางน้ำของกลุ่มประเทศใน ASEAN เพื่อแสดงวัฒนธรรมทางน้ำของแต่ละประเทศ เช่น เพลงเรือยาว การแห่ขบวนเรือกฐิน ฯลฯ

3 การประกวดการตกแต่งเรือและการแปรขบวนเรือนานาชาติ

จัดการประกวดการตกแต่งเรือและการแปรขบวนเรือประกอบดุริยางค์ของกลุ่มประเทศ ASEAN

4 สายน้ำแห่งนานาชาติ การจัดกิจกรรมเพื่อการเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศใน ASEAN เช่น

- การแข่งพายเรือนานาชาติ
- การละเล่นทางน้ำนานาชาติ
- การประกวดการตกแต่งเรือและการแปรขบวนนานาชาติ

5. เทศกาล มรดกแห่งสายน้ำอาเซียน กิจกรรมการล่องเรือ ชมวิถีชีวิต ของแต่ละพื้นที่ เชื่อมโยงประเทศที่มีสายน้ำติดต่อกัน จัดกิจกรรมตามเส้นทาง กำหนดทิศทางเดินเรือให้เหมาะสม เช่น การจัดเรือเล็ก/หรือตามความเหมาะสม แวะชม บ้านริมน้ำ มีการจัดรับประทานอาหารจากแหล่งน้ำนั้นๆ ชมแหล่งเพาะปลูก การฝีมือของช่างสายต่างๆ ตลาดน้ำ และ วัดสำคัญริมน้ำ





Myanmar

Viet nam

Laos

Combodia

Gulf of Thailand

Andaman Sea

Acient Castle

Prasat Hin
Traveling
Trial

-  National capital
-  Cambodia Acient Castle
-  Thailand Acient Castle
-  Laos Acient Castle
-  River

6) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ย้อนรอยเส้นทางปราสาทหิน

ลัทธิเทวราชาของขอม เป็นการปูพื้นฐานระบบเทวราชาให้อาณาจักรอื่นๆเอาเป็นแบบอย่าง รวมถึงสยาม และ ประเทศใกล้เคียง เมื่อศาสนาพราหมณ์เข้ามามีบทบาทในราชสำนัก ในฐานะผู้เชี่ยวชาญศิลปศาสตร์ต่างๆ และประกอบพิธีราชาภิเษกให้กับกษัตริย์เมื่อกษัตริย์เสวยราชย์แล้วต้องกระทำ 3 สิ่ง คือ

1. ขุดสระชลประทานหรือที่เรียกว่า บาราย
2. ศาสนสถานบนฐานเดี่ยว อุกิศถาวยบรรพบุรุษ
3. สร้างศาสนสถานบนฐานเป็นชั้น เพื่อเป็นที่สถิตของเทพเจ้า

ข้อสังเกต

1. ศาสนาพราหมณ์ลัทธิไศวนิกาย จะประดิษฐานคิ่วสิ่งของสัญลักษณ์แห่งองค์พระอิศวร
2. ศาสนาพราหมณ์ลัทธิไวษณพนิกาย จะประดิษฐานเทวรูปพระวิฆ्न

ด้วยปัจจัยทั้งหมดนี้จึงก่อให้เกิดรูปแบบงานศิลปกรรมเขมรที่เรียกกันว่า ปราสาทขอม หรือก็คือ ศาสนสถาน

ในศาสนาพราหมณ์และ พุทธนิกายมหายาน ที่มีความสวยงามและคุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีเป็นอย่างยิ่ง

ประเทศไทยมีปราสาทหินที่น่าสนใจอยู่หลายแห่งถึงแม้บางท่านอาจจะคิดว่าไม่ยิ่งใหญ่ อย่างเช่นนครวัดในกัมพูชา แต่ปราสาทหินในไทยก็น่าสนใจในเอกลักษณ์เฉพาะ และลวดลายทางศิลปะที่แตกต่างกันไปในแต่ละปราสาท ปละมีจำนวนมากถึง 133 ปราสาท (ตามบันทึกของกรมศิลปากร)

รูปแบบกิจกรรม

1. จัดพิธีบวงสรวง สถานที่ สร้างกิจกรรมความเชื่อ ความศรัทธา ที่เน้นเรื่องการอนุรักษ์ ประเพณีอันดีงาม ตามจุดปราสาทสำคัญ วนตามเส้นทาง ทุกจังหวัด ช่วงเดือน กันยายน – ตุลาคม (ตามจันทรคติ)
2. จัดเส้นทางแรลลี่ เดินทางตามรอย ปราสาทหิน แห่ง นครชัยบุรินทร์ ประเทศไทย เชื่อมต่อ นครวัด นครธม ปราสาทหินที่ยิ่งใหญ่ ในกัมพูชา ปราสาทหินในลาว และ ปราสาทหินเวียดนาม
3. จัดประกวดถ่ายภาพ “นครแห่งอารยธรรมปราสาทหิน”

กิจกรรม จากจุดเริ่มต้นที่ กรุงเทพฯ โดยใช้หลัก (product combination) ที่จะ
จัดขึ้นพร้อมๆกันใน เทศกาลชมปราสาท ช่วงประมาณเดือน กันยายน – ตุลาคม ซึ่ง
จะมีวันที่พระอาทิตย์ส่องแสงทะลุประตูปราสาทเป็นแนวเส้นตรง ในแต่ละจังหวัดที่
มีปราสาทสำคัญและ

1. จัดพิธีบวงสรวงปราสาท จัดกิจกรรมความเชื่อความศรัทธาตามประเพณีและความ
เป็นมงคลแก่นักท่องเที่ยวตามโบราณสถานที่เกี่ยวกับความเชื่อทางพราหมณ์ หรือ
เทวสถาน
2. จัดเทศกาลอาหาร ขอม อินดู และอาหารอีสาน เพื่อเชื่อมโยงและระลึกถึงยุคสร้าง
ปราสาท ในต่างจังหวัดและกรุงเทพ
3. จัดกิจกรรมแรลลี่ ตามเส้นทางปราสาทหิน (สาย 224 สาย26) นครชัยบุรินทร์ ไป
อุบล ถึงช่องเม็กเชื่อมต่อไปประเทศลาว เส้นทางหนึ่ง และไปศรีสะเกษ เชื่อมกับกัมพูชา
ที่เขาพระวิหารเส้นทางหนึ่ง
4. จัดกิจกรรมแสดงและประกวดแพซัน โดยใช้อัตลักษณ์ปราสาทหินยุคขอม
ในแต่ละจังหวัดและในกรุงเทพ
5. จัดประกวดถ่ายภาพ “นครแห่งอารยธรรมปราสาทหินนานาชาติ”





Divine

Buddhism
Touring
Thailand



National capital



12 Sodiac
Relics



Acient
Buddha



Naka
History



Chinese
History
town



Province



River

7) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว ทางศาสนา เส้นทางแห่งศรัทธา

กิจกรรมเส้นทางบูชา พระธาตุ สำคัญ ความศรัทธาในตำนานพระพุทธศาสนา (บรรจุพระบรมสารีริกธาตุตามตำนานพระพุทธศาสนา)

พระธาตุที่เชื่อว่าบรรจุพระบรมสารีริกธาตุในประเทศไทย

ภาคเหนือ

- พระธาตุดอยสุเทพ
- พระธาตุศรีจอมทอง
- พระธาตุหริภุญชัย
- พระธาตุช่อแฮ
- พระธาตุแช่แห้ง
- พระธาตุลำปางหลวง
- พระธาตุดอยกองมู

ภาคอีสาน

- พระธาตุพนม
- พระธาตุเชิงชุม
- พระธาตุเรณูนคร
- พระธาตุมหาชัย
- พระธาตุประสิทธิ์
- พระธาตุท่าอุเทน

ภาคกลาง

- พระปฐมเจดีย์
- พระเจดีย์ภูเขาทอง

ภาคใต้

- พระบรมธาตุ
- นครศรีธรรมราช
- พระธาตุไชยา

รูปแบบกิจกรรม

1. พิธีบูชา พระธาตุดอยตุง จังหวัดเชียงราย เชื่อมโยงกับ พระธาตุเชียงตุงเมืองสิงห์ ประเทศลาว (มีตำนานว่าบรรจุกระดูกไหปลาร้า ของพระพุทธเจ้าเหมือน พระธาตุดอยตุง)
2. พิธีบูชาพระธาตุ (เจดีย์) สำคัญในภาคกลาง เช่น พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม เจดีย์ภูเขาทอง วัดสระเกศ
3. พิธีบูชา พระธาตุสำคัญในภาคใต้ เช่น พระธาตุนคร วัดมหาธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช พระธาตุไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เชื่อมโยงกับ ศรีลังกา อินเดีย มาเลเซีย และสิงคโปร์

กิจกรรมเส้นทางบูชาพระธาตุ 12 ราศี

พระธาตุประจำปีเกิดของราศีต่างๆ

1. ปีมะแม = พระธาตุศรีจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
2. ปีจอ = พระธาตุลำปางหลวง จังหวัดลำปาง
3. ปีชวด = พระธาตุช่อแฮ จังหวัดแพร่
4. ปีมะโรง = พระธาตุพระพุทธรูปทองคำ จังหวัดเชียงใหม่
6. ปีมะเส็ง = พระธาตุพุทธคยา ประเทศอินเดีย หรือ พระธาตุเจ็ดยอด จังหวัดเชียงใหม่
7. ปีมะเมีย = พระธาตุขะเจดากอง ประเทศพม่า
8. ปีมะแม = พระธาตุดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่
9. ปีวอก = พระธาตุพนม จังหวัดนครพนม
10. ปีระกา = พระธาตุหริภุญไชย จังหวัดลำพูน
11. ปีจอ = พระธาตุแก้วจุฬามณี จังหวัดเชียงใหม่
12. ปีภุช = พระธาตุดอยตุง จังหวัดเชียงราย



รูปแบบกิจกรรม

1. จัดพิธี สืบชะตาเมือง สืบชะตาคน บูชาพระธาตุ แก่ธาตุองค์สำคัญต่างๆ พร้อมกันทั่วประเทศในวันสำคัญทางศาสนา
2. เชิญตัวแทนชาวพุทธจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า ลาว เวียดนาม จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ ฯ เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างกระแสท่องเที่ยว
3. จัดเตรียมวัดถ้ำมถุญคหรือสัญลักษณ์ทางศาสนาเพื่อเป็นของที่ระลึกแก่ผู้ร่วมกิจกรรม
4. จัดงานแสดงงานศิลปวัฒนธรรมทางศาสนาพุทธ การละเล่นโบราณ ตามประเพณีอาเซียน ถวายเป็นพุทธบูชา
5. จัดกิจกรรมอาหาร ตามตำนานศาสนาพุทธ เช่น การกวนข้าวทิพย์ ฯ และอาหารเจสำหรับต่างๆ เน้นความเป็น แหล่งอาหารออร์แกนิก สะอาด ถูกหลักอนามัย การใช้ภาชนะรีไซเคิล และ ภาชนะที่มาจากธรรมชาติเป็นหลัก





ASEAN

Martial arts

Muay Thai
Warrior trail &
Famous sports

 National capital

ข้อมูลศิลปะป้องกันตัวอาเซียน

1. ประเทศไทย มวยไทย 4 ประเภท
 - ภาคเหนือ มวยท่าเสา
 - ภาคอีสาน มวยโคราช
 - ภาคกลาง มวยลพบุรี
 - ภาคใต้ มวยไชยา
2. ประเทศกัมพูชา Pradal Serey
 - Muay Thai in Thailand. มวยไทยในประเทศไทย
 - Tomoi in Malaysia. Tomoi ในประเทศมาเลเซีย
 - Lao Boxing in Laos. ลาวมวยในประเทศไทย
 - Lethwei in Myanmar. Lethwei ในพม่า
3. ประเทศเวียดนาม ไววี่นัม
4. ประเทศมาเลเซีย Silat
5. ประเทศอินโดนีเซีย เคมโป คาราเต้
6. ประเทศบรูไนดารุสซาลาม ปันจักสีลัต (Pencak Silat)
7. ประเทศฟิลิปปินส์ ชกมวยสากล

ข้อมูลกีฬาประจำประเทศ

1. ประเทศไทย มวยไทย ตะกร้อ
2. ประเทศกัมพูชา Pradal Serey
3. ประเทศพม่า ชินลง (Chinlone)
4. ประเทศลาว กีฬาพื้นบ้านลูกช้าง
5. ประเทศเวียดนาม ไววี่นัม
6. ประเทศมาเลเซีย Silat
7. ประเทศสิงคโปร์ ฟุตบอล
8. ประเทศอินโดนีเซีย เคมโป คาราเต้
9. ประเทศฟิลิปปินส์ บาสเกตบอล ชกมวย
10. ประเทศบรูไนดารุสซาลาม ปันจักสีลัต (Pencak Silat)



8) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางแห่งนักรบมวยไทย และ ศิลปะป้องกันตัว อาเซียน

มวยไทย สายสัมพันธ์ข้ามพรมแดน

มวยไทยนั้นมีมาพร้อมกับคนไทย เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติไทยมาช้านาน ในสมัยโบราณประเทศไทยมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ จึงมีการสู้รบกันอยู่เสมอๆ ดังนั้นชาวไทยจึงนิยมฝึกมวยไทยควบคู่กับการฝึกอาวุธ ต่อมาได้วิวัฒนาการจนกลายเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้นมีลีลาการเคลื่อนไหวที่สวยงามแฝงไว้ด้วยความแข็งแกร่งดุดัน สามารถฝึกเพื่อป้องกันตนเอง เพื่อความแข็งแรงของร่างกาย

รูปแบบกิจกรรม

1. จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้มวยไทย เน้นการท่องเที่ยวระยะยาว พัก โฮมสเตย์เพื่อฝึกมวยไทย โดยพัฒนาศักยภาพจากค่ายมวยต่างๆที่มีอยู่ในปัจจุบัน
2. จัดการแข่งขันมวยไทยนานาชาติ ตามประเทศต่างๆสร้างความสัมพันธ์กับนานาชาติ และ จัดการแข่งขันกีฬ การต่อสู้ ศิลปะป้องกันตัวของประเทศต่างๆ จุดมุ่งหมายเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ นำใจนักกีฬา
3. เปิดสอน ในรูปแบบเข้าค่ายกิจกรรม พัฒนาความรู้ ความเข้าใจ มวยไทย ให้เยาวชน และ บุคคลทั่วไป
4. จัดการแข่งขันคัดเลือก สำหรับเยาวชน เน้นในด้านกิจกรรมเสริมทักษะทางด้านร่างกาย เช่น การฟิตเวิร์ค การหลบหลีกเป้า ฝึกสายตา เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในการฝึกความแข็งแกร่งและ ยืดหยุ่นของร่างกาย เสริมสร้างความรู้ ไม่ให้ข้องเกี่ยวกับการพนัน และ อายุมุข
5. จัดการแข่งขัน มวยไทยโบราณและมวยรูปแบบอื่นๆ เช่น มวยทะเล มวยคาดเชือก มวยดับจาก เพื่อรื้อฟื้น ตำรามวยทุกสาขา และ ส่งเสริมความ สง่างาม ของนักรบโบราณ มีการแต่งตัว ครอบตามองค์ประกอบของแต่ละสำนักจากภาคต่างๆ เป็นตัวแทนเข้าแข่งขัน



รูปแบบกิจกรรมเส้นทางแห่งสุภาพบุรุษนักรบ

1. การจัดการประลอง ขกมวย ไทย-กัมพูชา เป็นการเชื่อมสัมพันธ์ ทางกีฬา นับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่สร้างความสัมพันธ์ อันดีให้กับทุกประเทศทั่วโลก “มวยไทย” และ “มวยเขมร” นับเป็น การสร้างมิตร สร้างน้ำใจแห่งนักกีฬา ความสง่างามของสายสัมพันธ์แห่งนักรบไทย และ เขมร อีกทั้งยัง สร้างชื่อเสียง ว่าเป็นกีฬาที่แข็งแกร่งงดงามดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก
2. จัดแคมเปญให้นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อมาศึกษา และ เยี่ยมชม ศิลปะชนิดนี้ อย่างแพร่หลายโดย เริ่มจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือ นักเรียนที่มาฝึกขกมวยไทย ฝึกเรียนศิลปะการต่อสู้จากประเทศไทยจนได้รับประกาศนียบัตรรับรองจากกรมพลศึกษาอย่างถูกต้อง ในขั้น “สุภาพบุรุษนักรบมวยไทย” จากนั้น จึงส่งตัวไปเพื่อกระชับความสัมพันธ์ โดยจัดการแข่งขัน แลกเปลี่ยนทักษะขึ้นเชิง ที่ กัมพูชา และ ส่งเสริมการเดินทาง โดยดูแลแหล่งอารยธรรมโบราณ นครวัด นครธม ศึกษา แลกเปลี่ยน ตำราวิชชยุทธ์ ไทย-กัมพูชา เพื่อเสริมสร้าง ความรู้ในการเชื่อมโยงสายสัมพันธ์ ที่มีคามช้านาน จนได้ใบรับรองจากทั้งสองประเทศว่าเป็น “วีรบุรุษนักรบมวยไทย” เป็นการจบหลักสูตร อย่างสมบูรณ์



Myanmar

Viet nam

Laos

Combodia

Gulf of Thailand

Andaman Sea

Dinotopia

Geopark
Traveling
Trial

-  National capital
-  Ancient Geopark
-  Province
-  River

Ha Noi

Vinh

Veintiane

Mae Kong River

Mae Kong River

Nan River

Yom River

Wang River

ping River

Ping River

Sakae Krang River

Chao Phraya River

Bangkok

Prachin Buri

Chaiyaphum

Khon Kean

Kalasin

Lamphu

Nong Bua

Lbei

Phetchabun

Ubon Ratcha thani

Prasat Taprom

Tonle Sap

Phanom Penh

Ho Chi Minh

Nakhon Si Thammarat

9) กิจกรรมการเชื่อมโยงท่องเที่ยว เส้นทางโลกล้านปี ไดโนโทเปีย จีโอพาร์ค

การค้นหากาบริคดีด้าบรพีไดโนเสาร์ในประเทศไทยเพิ่งจะเริ่มต้นขึ้นได้ไม่นาน โดยในปี พ.ศ. 2519 กรมทรัพยากรธรณีได้ค้นพบโครงกระดูกขนาดใหญ่ในเขตอำเภอกุเวียง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งผลการวิจัยขณะนั้นทราบเพียงว่าเป็นไดโนเสาร์ซอโรพอด มีความยาวประมาณ 15 เมตร นับว่าเป็นรายงานการค้นพบซากดึกดำบรรพ์ไดโนเสาร์ครั้งแรกในประเทศไทย ต่อมาได้มีการสำรวจที่บริเวณกุเวียงอีกทำให้พบกระดูกส่วนต่างๆ ของไดโนเสาร์และสัตว์อื่นๆ เป็นจำนวนมากอยู่ในชั้นหิน จึงนับได้ว่าเป็นการเริ่มต้นการค้นหากาบริคดีด้าบรพีไดโนเสาร์อย่างจริงจัง

จังหวัดที่ค้นพบร่องรอยไดโนเสาร์ในประเทศไทย มีดังนี้

1. สยามโมไทรันนัส หินลาดยาว อ.กุเวียง / โครงกระดูกไดโนเสาร์ซอโรพอด อ.กุเวียง จ.ขอนแก่น
2. ซากไดโนเสาร์ที่ถูกขุดพบที่ ต.โนนบุรี อ.สหัสขันธ์ จ.กาฬสินธุ์
3. ชิ้นส่วนไดโนเสาร์ อ.ภูกระดึง / รอยเท้าไดโนเสาร์ ภูหลวง จ.เลย
4. กระดูกสะโพกส่วนหน้าของไดโนเสาร์โพรซอโรพอด อ.น้ำหนาว จ.เพชรบูรณ์
5. ฟันไดโนเสาร์ที่ อ.คำม่วง จ.กาฬสินธุ์
6. รอยเท้าไดโนเสาร์กินเนื้อขนาดย่อม ภูเก้า จ.หนองบัวลำภู
7. ซิตตะโกซอร์ส ไดโนเสาร์ปากนกแก้ว จ.ชัยภูมิ
8. อุทยานล้านปีภูผายล อ.หนองแสง จ.อุดรธานี
9. แหล่งไดโนเสาร์ยุคสุดท้าย ป่าชุมชนโคกผาส้วม อ.ศรีเมืองใหม่ จ.อุบลราชธานี
10. รอยเท้าไดโนเสาร์เทอโรพอด อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จ.ปราจีนบุรี
11. ที่เร็กซ์ อ.บางขัน จ.นครศรีธรรมราช

ประเทศเพื่อนบ้านที่ค้นพบร่องรอยไดโนเสาร์ มีดังนี้

1. **ประเทศพม่า** ค้นพบฟอสซิล บรรพบุรุษของทั้งมนุษย์ ลิง และลิงไม่มีหาง “ซิจีเด” (djijidae) เพื่อรำลึกถึงเด็กผู้หญิงจากหมู่บ้านหนึ่งในใจกลางพม่า ซึ่งเป็นประเทศที่ขุดพบซากฟอสซิลดังกล่าว พบฟันของแอฟเรเซียจำนวน 4 ซี่
2. **ประเทศลาว** รอยเท้าไดโนเสาร์ เมืองสะหวันนะเขตบริเวณแก่งน้ำแก้วหลวง จะพบร่องรอยเท้าจำนวน 17 รอย และฝั่งด้านตรงข้ามน้ำอีก 18 รอย โดยมีการทำสัญลักษณ์พื้นสีสเปรย์วางไว้อย่างชัดเจน
3. **ประเทศกัมพูชา** พบเห็นรูปแกะสลักหินรูปสัตว์คล้ายไดโนเสาร์พันธุ์ Stegosaurus ผสมกับ Triceratops ที่ปราสาทตาพรหม

ที่มา : <http://th.wikipedia.org> / <http://travel.thaiza.com> / <http://www.komchadluek.net> / <http://www.manager.co.th>



จากหลักฐานข้อมูลการค้นพบร่องรอยไดโนเสาร์นี้ พบว่าภาคอีสานตอนบน มีศักยภาพในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวได้มากกว่าความเป็นพิพิธภัณฑ์อยู่มาก

รูปแบบกิจกรรม ไดโนโทเปีย จีโอพาร์ค

1. การนำความคิดที่ได้แรงบันดาลใจจากหนังสือ “Dinotopia” by James Gurney คือการใช้จินตนาการภายในความคิดที่ว่า “มนุษย์จะอยู่ร่วมกับไดโนเสาร์ ได้อย่างไรหากยังไม่สูญพันธุ์?” ก่อให้เกิด กิจกรรมและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากมาย จากแนวคิดนี้

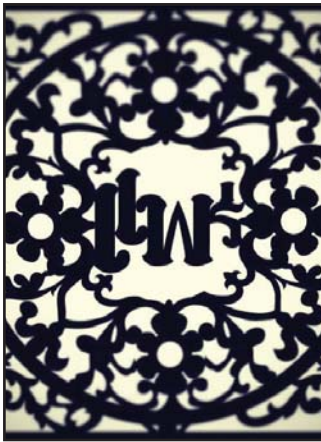
1.1 จัดกิจกรรม Dinotopia town หมู่บ้านไดโนเสาร์ โดย นำหลักการการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับไดโนเสาร์ ให้อยู่ร่วมกับชุมชน สร้างอัตลักษณ์ปะปน เน้นลูกเล่น สนุกสนาน น่าสนใจ ตามที่ต่างๆ ของหมู่บ้านที่ใกล้เคียงพบร่องรอยไดโนเสาร์ จัดทำเป็น Home stay ลักษณะต่างๆ

1.2 เทศกาล เฉลิมฉลอง วันไดโนเสาร์ โดยให้อยู่ใน Theme หลักว่า เป็นเทศกาล ที่ มนุษย์ฉลองร่วมกับไดโนเสาร์ สร้างเสริมความรู้ จินตนาการ โดยพิจารณาตาม หลักเกณฑ์ของ ลักษณะนิสัยเฉพาะ ของไดโนเสาร์นั้นๆ สร้างเมนูอาหารที่ไดโนเสาร์ ชอบกิน หรือ สร้างโดยใช้แรงบันดาลใจจาก ลักษณะเฉพาะ ของพันธุ์นั้นๆ

4. อัตลักษณ์เมือง และ ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง

จากการศึกษาพื้นที่จริง ทางทีมวิจัยจึงทำการทดลองทำ อัตลักษณ์เมือง และผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง เพื่อประกอบความเข้าใจ ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5-3 ตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์



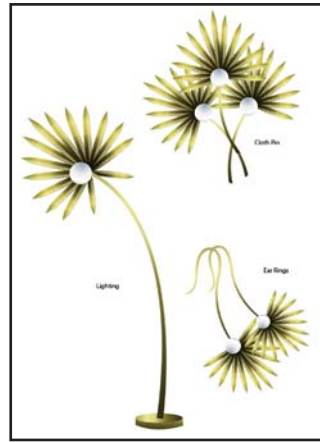
(1)

อัตลักษณ์ ตราประทับ จ.แพร่



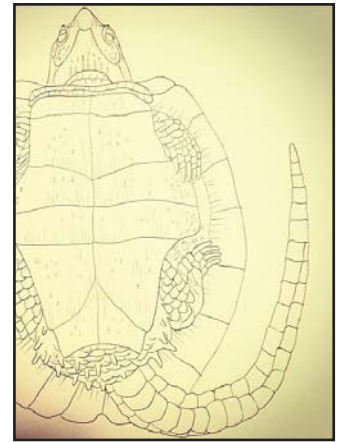
(2)

ลายผ้าดอกกระเจียว จ.ชัยภูมิ



(3)

ผลิตภัณฑ์ ที่ระลึก จ.มุกดาหาร



(4)

Botanical เต่าปูลู จ.แพร่



(5)

อัตลักษณ์ ประตุมือง จ.อุดรธานี



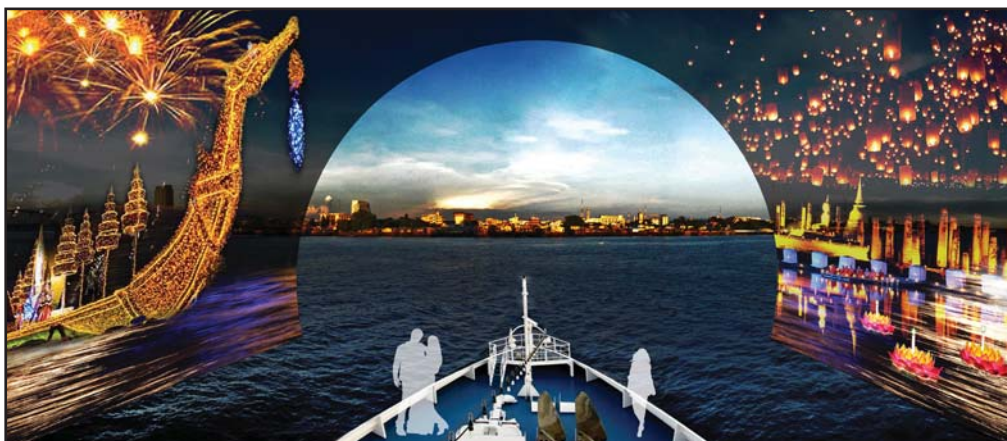
(6)

ภาพประกอบตำนาน จ.มุกดาหาร



(7)

โรงแรมที่พัก ชมนกน้ำ หนองละหาน จ.ชัยภูมิ



(8)

โดม 4D ประกอบการบรรยาย ก่อนล่องเรือชมแม่น้ำเจ้าพระยา



(9)

ผลิตภัณฑ์ ที่ระลึก มวยไชยา

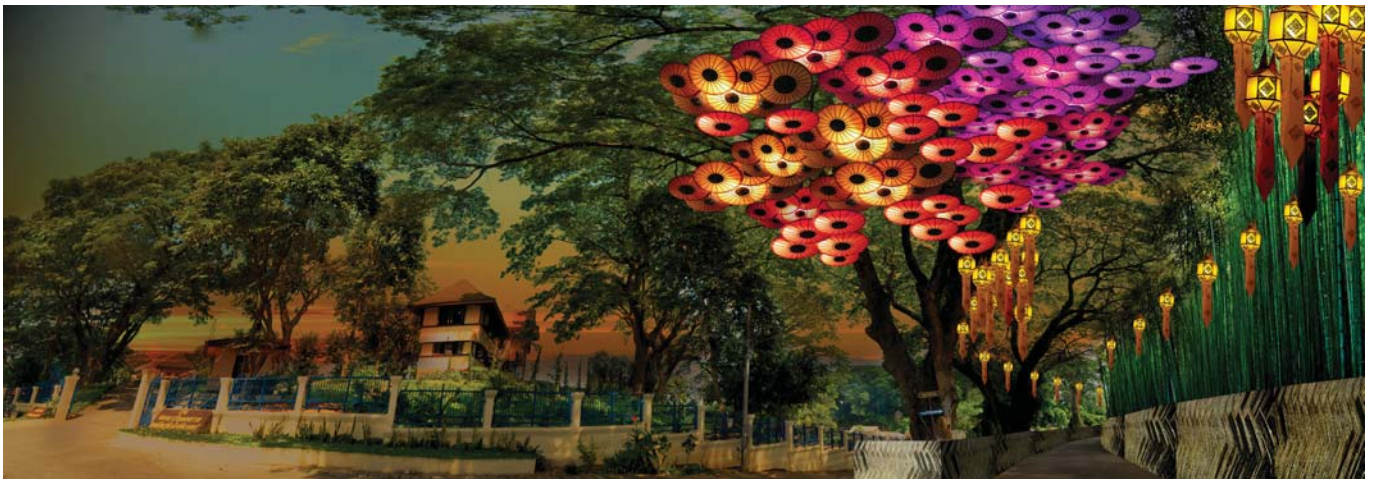
จังหวัดเชียงราย

จุดเชื่อมต่อวัดพระแก้ว จาก พิพิธภัณฑ์บ้านจอมพล ป. มี ถนนเลียบริมทางเดิน และ ต้นไม้ใหญ่ ร่มรื่น เหมาะกับการจัดกิจกรรม ขายสินค้าพื้นเมือง ทำมือ จากศิลปิน เชียงราย ต่างๆ ส่งเสริมให้ปลูกต้นไม้ ที่เป็น ไม้เศรษฐกิจ และวิถีชีวิตชนเผ่า ต่างๆ สร้างบรรยากาศการเดิน และเส้นทาง บูชา วัดพระแก้ว ดังนี้

ภาพที่ 5-4 ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ ถนนหน้า พิพิธภัณฑ์บ้านจอมพล ป. จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศยามเช้า เพื่อเดินหรือ ชี่จักรยานไปดักบาตร



(2) บรรยากาศยามเย็น แสงไฟ จากร่มบ่อสร้าง และตุงประดับ เพื่อให้เป็นเส้นทางในเกิดกิจกรรมเส้นทางโชมผลงาน สินค้าของ ศิลปิน



(3) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

สะพานเหล็ก ตกแต่งด้วยซุ้มโค้งไม้ไผ่ ต่อจากทางเดิน พืชพันธุ์ที่บ้านจอมพล ป. สำหรับเชื่อมต่อจาก วัดพระแก้ว เพื่อให้ง่ายต่อการเดิน บิณฑบาต ยามเช้า และเป็นที่ท่องเที่ยวในยามเย็น

ภาพที่ 5-5 ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ จุดเชื่อมต่อจาก วัดพระแก้ว จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศยามเช้า พระภิกษุ เดินทางเป็นหมู่คณะ เพื่อให้พุทธศาสนิกชน ทำบุญ ตักบาตร



(2) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

ภาพที่ 5-6 ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ พืชพันธุ์ดอยพระบาท จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศการปรับแต่งภูมิทัศน์ ทำสวนประดับ เขาวงกต สำหรับนักท่องเที่ยวให้มาพักผ่อน และเข้าเยี่ยมชม



(2) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

สะดือเมือง เสาสะดือเมืองเชียงราย (เสาหลักเมือง) เป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ของการก่อตั้งชุมชนและเมือง สำหรับจังหวัดเชียงรายจะเรียกเสาหลักเมืองว่าเสาสะดือเมือง จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ระบุว่า เมื่อครั้งการสร้างเมืองครั้งแรกใช้คำว่า “เสาสะดือเมือง” ไม่ใช่คำว่าเสาหลักเมือง

ภาพที่ 5-7 ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ สะดือเมือง จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศการเพิ่มความสำคัญให้กับที่แห่งประวัติศาสตร์ สร้างกิจกรรม รดน้ำสะดือเมือง



(2) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

วัดพระธาตุคอกยเขาควายแก้ว เป็นวัดในจังหวัดเชียงราย ตั้งอยู่บนคอกยแห่งหนึ่งบริเวณเส้นทางไปดงมะดะ บนยอดคอกยเป็นจุดชมวิวทิวทัศน์รอบ ๆ ตัวเมืองของจังหวัดเชียงราย ซึ่งสวยงามและกลางวันและกลางคืน เป็นวัดที่เก่าแก่ ถูกสร้างขึ้นในสมัยพุทธกาลราว 1,000 กว่าปี มีตำนานเก่าแก่เรื่อง แมงสืหนู้าตา และ ควายเผือกแก้วเขาแสง ในเจดีย์ได้บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ อันเป็นข้อมือนิ้วก้อยข้างซ้ายของพระพุทธเจ้าและเขาของควายเผือกแก้วเขาแสงอีกด้วย

ภาพที่ 5-8 ตัวอย่าง การปรับภูมิทัศน์ วัดพระธาตุคอกยเขาควายแก้ว จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยากาศการเพิ่มความสำคัญให้กับถ้ำ แมงสืหนู้าตา



(2) บรรยากาศจริง ในปัจจุบัน

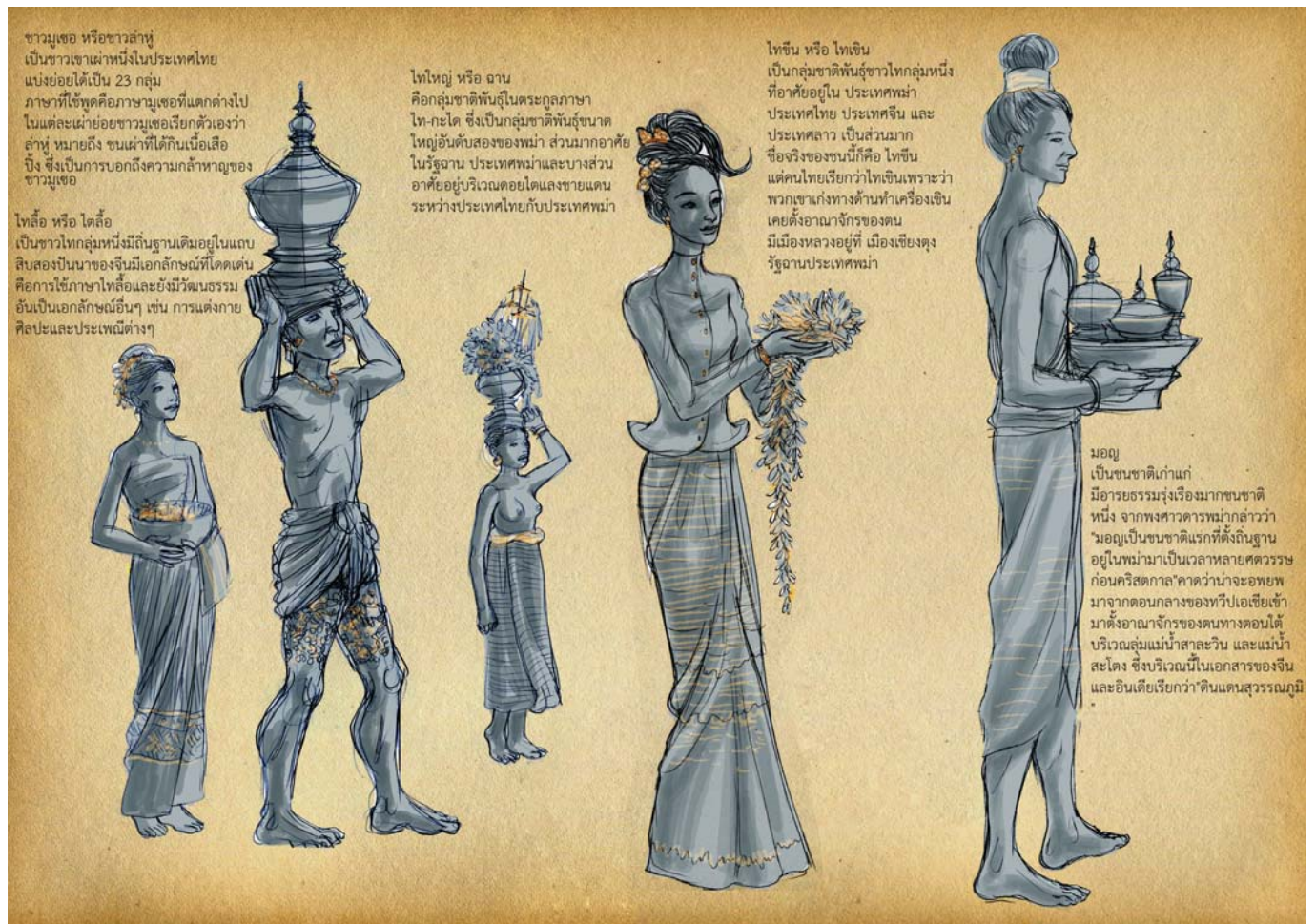
จังหวัดเชียงราย : เชียงแสน

จุดเชื่อมต่ออารยธรรม เมืองเชียงแสน สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เมืองแห่งประวัติศาสตร์ แห่งชาติพันธุ์

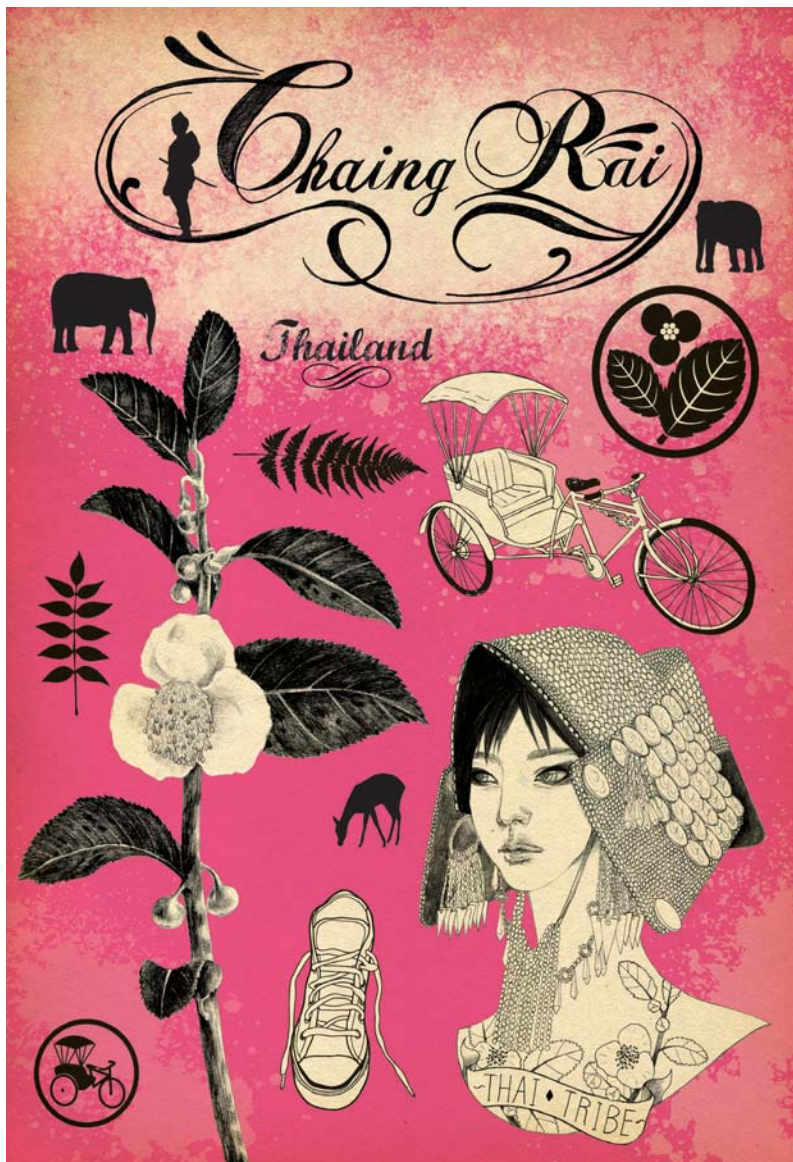
ภาพที่ 5-9 ตัวอย่าง การปรับภูมิทัศน์ เมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย



(1) บรรยายภาพการเพิ่มความสำคัญให้กับที่แห่งประวัติศาสตร์ สร้างกิจกรรม แห่งข้างรับแขกเมือง เชียงแสน



(2) ภาพประกอบรูปปั้นสำริด ชาติพันธุ์ ตัวอย่าง ชาว 5 เชียง



แม่สลองเชียงราย ตัวอย่างสินค้าสำหรับกิจกรรม ชิมชา ดอยแม่สลอง : เชียงราย เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าแนวใหม่



(1) ภาพจากซ้ายบน - โปสเตอร์ โปสการ์ด ลายผ้า / ขวบน - ผ้าพันคอ / ล่าง - เมื่อนำลายผ้า มาออกแบบทำเฟอร์นิเจอร์

จังหวัดชัยภูมิ

สัญลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักดี คือ **ดอกกระเจียว** ซึ่งจะบานในหน้าฝนช่วงเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคม ซึ่ง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปได้เป็นจำนวนมาก เพราะความสวยงามที่เด่นชัด แต่เมื่อดอกกระเจียวโรยรา นักท่องเที่ยวก็หายไปหมด เพื่อแก้ปัญหานี้ และเพื่อยืดระยะเวลาการท่องเที่ยวของชัยภูมิ ให้นักท่องเที่ยวมา ได้ตลอดปีทีมงานจึงได้เสนอให้ดึงเอกลักษณ์อย่างอื่นที่มีอยู่มากมายของชัยภูมิมาสร้างเป็นเรื่องราวเพื่อพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยว **ปราสาทหิน** (ประสาทหิน) มาเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยว ผูกเรื่องราวของนครชัยบุรินทร์ บวกด้วยจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อเชื่อมโยงถึงเขาพระวิหารของกัมพูชา และบวกด้วย อุบล เชื่อมโยงถึงประเทศลาว เพื่อเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ปราสาทหินซึ่งจะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี โดยที่จังหวัดที่เกี่ยวข้องต้องให้ความร่วมมือ สร้างเรื่องราว (Story) ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ และจัดกิจกรรมต่างๆตามพิธีกรรม การแสดงด้านวัฒนธรรมรองรับ อีกทั้ง ยังมี **ทุ่งใบเสมา** ที่เป็น สัญลักษณ์ แห่งความรุ่งเรืองทางอารยธรรม โบราณ

ภาพที่ 5-11 ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลลัพธ์ จังหวัดชัยภูมิ



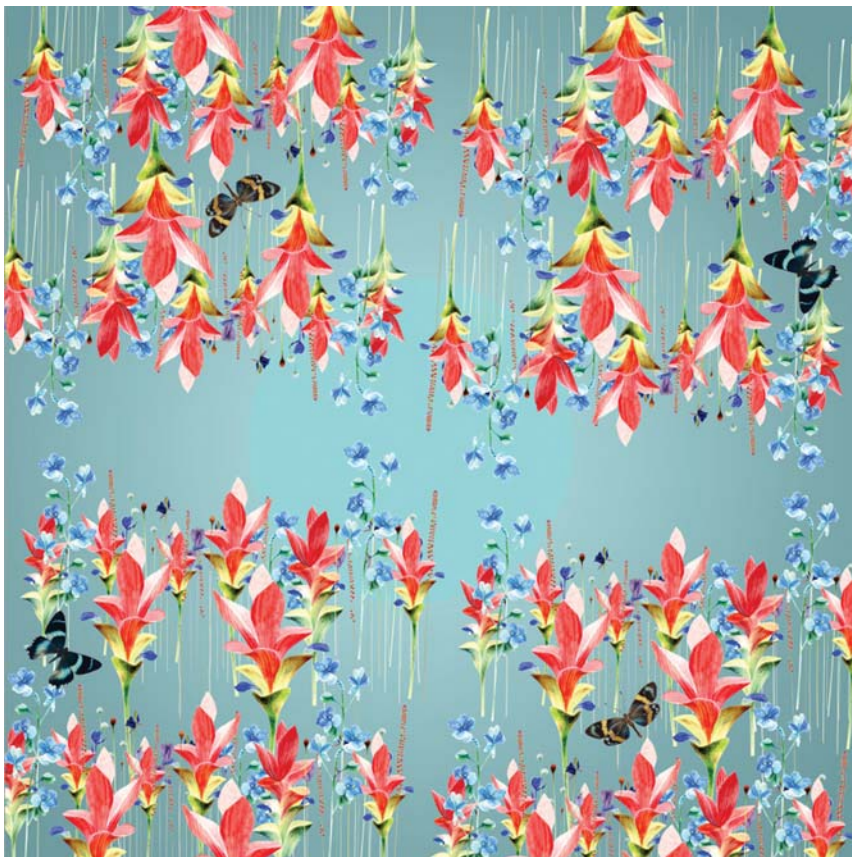
(1) ตัวอย่างโลโก้ สัญลักษณ์การท่องเที่ยว ของจังหวัด ชัยภูมิ นำมาทำ ผลิตภัณฑ์ ต่างๆ เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าแนวใหม่

ดอกกระเจียว ซึ่งจะบานในหน้าฝนช่วงเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคม ซึ่ง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปได้เป็นจำนวนมาก

ภาพที่ 5-12 ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง ผลិតภัณฑ์ ดอกกระเจียว จังหวัดชัยภูมิ



(1) ดอกกระเจียว และ ดอกไม้ในป่าหินงาม สัญลักษณ์การท่องเที่ยว ของจังหวัด ชัยภูมิ นำมาทำลายผ้า ลงบนผ้าไหมบ้านเขว้า และเป็น ผลิตภัณฑ์ ต่างๆ เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าแนวใหม่



(2) อัตลักษณ์ของชัยภูมิ เกียะญอกร
เกียะปักไม้พื้นบ้านของ ชนเผ่าชาติพันธุ์ดั้งเดิมของชัยภูมิ

มอหินขาว โดยสร้างสิ่งปลูกสร้างเลียนแบบรูปทรงหินธรรมชาติ พร้อมดอกไม้เมืองหนาว เพื่อดึงนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว เป็นเส้นทางท่องเที่ยวชมดอกไม้
ต่อจากฤดูฝน

ภาพที่ 5-13 ตัวอย่าง ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ มอหินขาว จังหวัดชัยภูมิ



(1) มอหินขาว บ้านHobbit สร้างเป็น โรงแรม เพื่อเป็นอัตลักษณ์ใหม่ ให้เกิดความน่าสนใจ ในการนำรูปทรงของโครงสร้างที่เป็นเอกลักษณ์ของมอหินขาว

ภาพที่ 5-14 ตัวอย่าง ตัวอย่างการปรับภูมิทัศน์ ปรางค์กู๋ จังหวัดชัยภูมิ

ปรางค์กู๋ (ปราสาทหิน) มาเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยว ของนครชัยบุรินทร์



(1) ปรางค์กู๋ อัตลักษณ์ของชัยภูมิ จุดเชื่อมต่อ เส้นทางปราสาทหิน



จังหวัดสุราษฎร์ธานี

มวยไชยา มวยไทยที่กำลังสาบสูญ นำมารื้อฟื้นเป็นเอกลักษณ์ ประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ภาพที่ 5-15 ตัวอย่าง การปรับตัวอย่าง อัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์ มวยไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



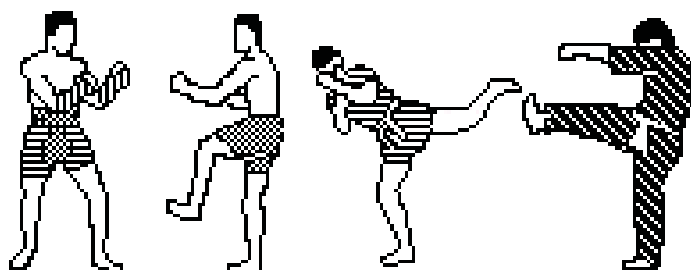
(1) เอราวัณเสงา



(2) หมอกบิลโย



(3) คโณชิตโลกตะโจ



(4) Pixel art มวยไทย นำมาเป็น ผลิตภัณฑ์ ต่างๆ เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าแนวใหม่ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัย





(1) ม้าน้ำ-โลมาสีฟ้า สุราษฎร์ธานี อัตลักษณ์ของสุราษฎร์ธานี ที่ เป็นจุดแวะถ่ายรูปสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งกลางวันและกลางคืน

6. สรุปและ
เสนอแนะ
ด้านนโยบาย

บทที่ 6 : สรุป และเสนอแนะ ด้านนโยบาย

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อตอบโจทย์วิจัยคือ หนึ่ง ทำอย่างไรให้ประเทศไทยรักษาลำดับความสามารถในการแข่งขันไว้ในอาเซียน และเลื่อนลำดับความสามารถในการแข่งขัน สอง แม้ประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่พัฒนาแล้วมานานแต่ยังต้องมีการพัฒนาด้านอื่นๆที่เป็นองค์ประกอบของการแข่งขันอีกมากเช่นกัน สาม ประเทศไทยควรมองโอกาสของการรวมกลุ่มประชาคมเพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค โดยใช้ศักยภาพด้านต่างๆที่พัฒนามาตลอดสามทศวรรษ ร่วมกับการเข้าถึง (Connectivity) กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในอนุภูมิภาคที่ยังใหม่ต่อนักเดินทาง-ท่องเที่ยว สี่ การพัฒนาจุดหมายใหม่ๆตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และให้ประโยชน์ตกแก่ประชาชนในประชาคมโดยทั่วถึงกันตามความสามารถในการแข่งขัน

ขนาดตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลกและภูมิภาคที่ขยายตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง¹ นอกจากนั้นยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 10 อันดับแรกของโลกในปี 2552-2553 นำโดยนักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา จีน สเปน อิตาลี ฯลฯ และที่น่าสนใจคือนักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย ซึ่งมีจำนวนถึง 23-24 ล้านคนต่อปี แต่จะอย่างไรให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคอาเซียน

การวิเคราะห์ ผลกระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ด้วยการพยากรณ์แนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยหากมีการปรับระดับองค์ประกอบด้านต่างๆ (pillars) ที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน แสดงโดยดัชนี Travel and Tourism Competitive Index (TT&T) จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้²

อย่างไรก็ตามประเทศต่างๆในอนุภูมิภาคกำลังทำการปรับองค์ประกอบเหล่านี้เช่นกัน ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องแสวงหากลยุทธ์ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างเร่งด่วน ตลาดที่น่าจะเป็นที่จับตาเพราะมีศักยภาพคือนักท่องเที่ยวจาก จีน รัสเซีย อินเดีย-เอเชียใต้ และประเทศใน AEC ด้วยตัวเอง นอกจากนี้จะต้องรักษาสถานะเกาหลี ญี่ปุ่น ราชอาณาจักรอังกฤษและยุโรปอื่นๆไว้ให้ได้

ในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อลดผลกระทบของการหดตัวของตลาดการท่องเที่ยวสู่ประเทศไทย ให้รักษาสถานะไว้และสามารถเพิ่มขนาดตลาดได้ในอนาคต (Economic Impact of AEC Integration) หลังจากวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis) เราพบว่า การท่องเที่ยวไทยยังมีศักยภาพ แต่ต้องมีการกำหนด อัตลักษณ์ให้ชัดเจน ที่แตกต่างจากตลาดเพื่อนบ้านที่เกิดขึ้นใหม่ และตลาดที่ค่อนข้างพัฒนาแล้วได้แก่ สิงคโปร์ และมาเลเซีย การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงเพื่อการบริหาร-จัดการ ตลาดการท่องเที่ยวของประเทศในอนุภูมิภาคฯ โดยเฉพาะพม่า กัมพูชา ลาว และเวียดนาม มีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกันทั้งในด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ ศาสนา และวัฒนธรรม ดังนั้นการวางกลยุทธ์การตลาดให้การท่องเที่ยวไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภาคลุ่มน้ำโขงจึงเป็นจุดเริ่มของการนำประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางของ AEC ต่อไป

แม้ว่าจะไม่มีการคำนวณต้นทุน-ผลได้ของการเชื่อมโยง แผนงานสำคัญคือการนำเสนอ การประเมิน ต้นทุน – ผลได้ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อปรับ อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและสินค้าของที่ระลึก-บริการท่องเที่ยว (The Cost-Benefit Appraisal of Creative Tourism's Flagships' Investment Projects) ของ แผนกลยุทธ์เหล่านี้ด้วยภาพ การถ่ายทำ การออกแบบเพื่อปรับอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวบางจุดเพื่อเป็นการนำเสนอวิธีการปรับภาพลักษณ์ของ เมือง การกำหนดกิจกรรมการเชื่อมโยง และการนำเสนอการออกแบบสินค้าของที่ระลึกเป็นตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อชี้ว่า หากมีการทำการลงทุนในแต่ละภูมิภาคของไทย เพื่อเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคประเทศไทยมีผลได้มากกว่าต้นทุนของการลงทุนเชื่อมโยงในระยะยาวและเป็นการรักษา สร้างเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคได้

¹ มีการหดตัวเป็นครั้งคราวตาม วัฏจักรธุรกิจของโลก (World's business cycle) เช่นในปี 2009 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 3.8 เทียบกับ การขยายตัวร้อยละ 2.1, 6.5 และ 4.4 ในปี 2008, 2010 และ 2011 ตามลำดับ เนื่องจากการปรับตัวของตลาดการท่องเที่ยวต่อการหดตัวของเศรษฐกิจโลก (UNWTO 2012)

² ดูบทที่ 2 และ 3

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางในอาเซียน

จากทฤษฎีแนวคิดในการออกแบบ หลังจากการเดินทางค้นหาข้อมูล สัมภาษณ์ รวบรวมข้อมูล สรุปการเชื่อมโยงที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

2.1 การใช้อัตลักษณ์กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงระดับภูมิภาคสู่อาเซียนในบริบทของประเทศไทย

ภาคเหนือ

- 1) ชาติพันธุ์และอาณาจักร 5 เชียง
- 2) ความเชื่อและตำนานพุทธศาสนา “พระธาตุ 12 ราศี”
- 3) เส้นทางชา

ภาคใต้

- 1) ใช้ทรัพยากรทางทะเล “ว่ายน้ำกับโลมา” ฯลฯ
- 2) มวยไชยา
- 3) มรดกโลกและเมืองแห่งอารยธรรม

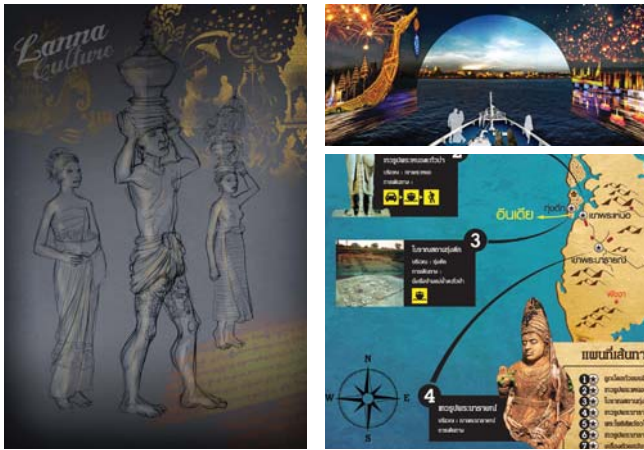
ภาคอีสาน

- 1) เส้นทางปราสาทหิน
- 2) ตำนานพญานาค
- 3) โลกล้านปี
- 4) ตามรอยบรรพชน - ชาติพันธุ์ไท - ชาติพันธุ์มอญ
- 5) บินตามนก (นกน้ำ-นกอพยพ)
- 6) ตามรอยผ้าไหม

ภาคกลาง

- 1) อารยธรรมแห่งสายน้ำ

ภาพที่ 6-1 ตัวอย่างโปรเจกพัฒนาอัตลักษณ์ ภาคเหนือ, กลาง, ใต้



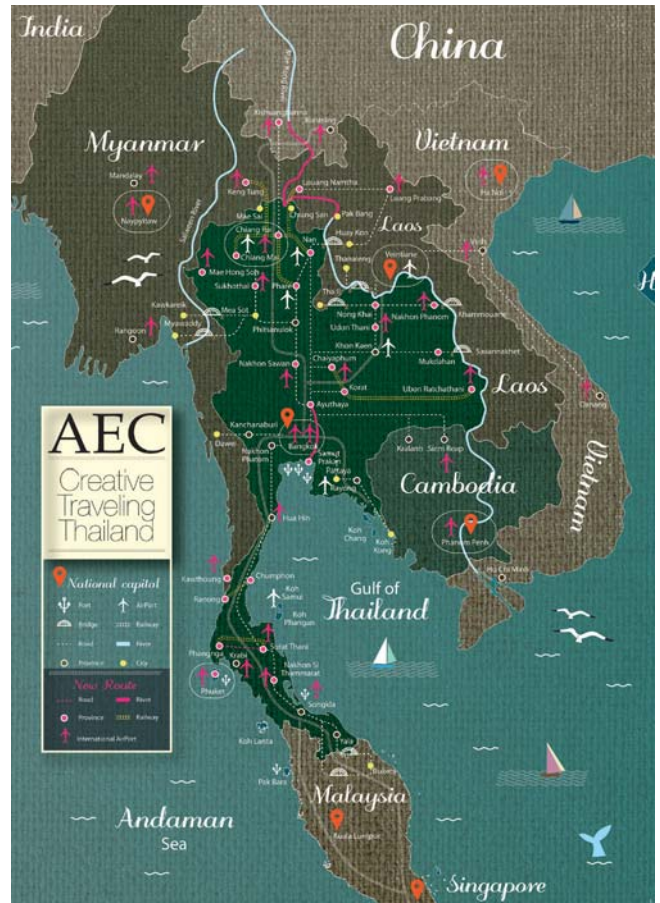
2.2 การใช้อัตลักษณ์กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเชื่อมโยงระดับอาเซียน สู่มุมมอง

- 1) การเชื่อมโยง ทางมรดกโลก และ สมบัติโลก อาเซียน
- 2) การเชื่อมโยง วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล แห่งอาเซียน
- 3) การเชื่อมโยง เกาะสวรรค์ แห่ง อาเซียน
- 4) การเชื่อมโยง การเชื่อมโยง ทางชาติพันธุ์
- 5) การเชื่อมโยง เส้นทางสายไหมวัฒนธรรมแห่งสายน้ำ มรดกแห่งภูมิปัญญา
- 6) การเชื่อมโยง ย้อนรอยเส้นทางปราสาทหิน
- 7) การเชื่อมโยง ทางศาสนา
- 8) การเชื่อมโยง เส้นทางแห่งนักรบ มวยไทย และ ศิลปะป้องกันตัว อาเซียน
- 9) การเชื่อมโยง เส้นทางโลกล้านปี ไดโนไทเปีย และ อารยธรรมโบราณ

ภาพที่ 6-2 แผนที่ประกอบภูมิศาสตร์ 10 ประเทศ อาเซียน



ภาพที่ 6-3 แผนที่ประกอบอธิบาย ระบบเชื่อมโยงเส้นทางใหม่ AEC



3. ข้อเสนอแนะการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

3.1 เส้นทางสายใหม่ หรือ ปรับปรุงเส้นทางในจุดเชื่อมต่อ

ภาคเหนือ

เชื่อมโยง การท่องเที่ยวสู่ พม่า จีน ลาว

1. ภายในประเทศ

การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางบก

- 1.1 สร้างทางรถไฟ เชียงราย-แพร่-น่าน / เชียงราย-เชียงใหม่

2. ระหว่างประเทศในอนุภูมิภาค และชายแดน

การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางน้ำ

- 2.1 ปรับปรุงประสิทธิภาพของเรือบริการในแม่น้ำโขงให้วิ่งเร็วขึ้น (จากไปหลวง พระบาง 2 วันให้เหลือ 1 วัน)
- 2.2 พัฒนาเส้นทางเดินเรือแม่น้ำโขง เชียงแสน-ไปพม่า-ลาว-ยูนาน (จีน)
- 2.3 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวภูชี้ฟ้า ผาตั้งทางเรือ (แม่น้ำโขง)

การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางอากาศ

- 2.4 เปิดเส้นทางบิน เชียงราย-เชียงใหม่ / เชียงราย-หลวงพระบาง / เชียงราย-สิบสองปันนา / เชียงราย-ย่างกุ้ง / เชียงราย-ยูนาน

การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางบก

- 2.5 สร้างทางรถไฟ เชียงราย-เชียงของ-ห้วยทราย-เมืองสิงห์(ลาว) / เชียงราย-ท่าขี้เหล็ก-เชียงใหม่(พม่า)
- 2.6 พัฒนาทางรถยนต์ เชียงของ-เมืองสิงห์-จันทอนใต้ / แม่สาย-เชียงใหม่(พม่า)-จันทอนใต้

3.2 การเชื่อมโยง ระหว่างภูมิภาคของไทย และอนุภูมิภาคเพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลาง

ภาคกลาง

1. การท่องเที่ยวสู่ภาคกลาง เชื่อมโยง ทวีโลกเข้าสู่ศูนย์กลางประเทศ เพื่อ “การท่องเที่ยวทางน้ำแห่งเทพนิยาย” โดย เปิดเส้นทางเรือโดยสาร กรุงเทพฯ-อยุธยา / กรุงเทพฯ-สมุทรปราการ

ภาคอีสาน

เชื่อมโยง การท่องเที่ยวจาก จีน, พม่า, ลาว, กัมพูชา, เวียดนาม

1. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางบก

สร้างทางรถไฟ เชื่อมชัยภูมิ-นครราชสีมา / อ.เมืองอุบลราชธานี-อ.โขงเจียม(อุบลฯ)

2. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางน้ำ

เชื่อมต่อเส้นทางลำน้ำโขง เพื่อการท่องเที่ยวทางน้ำ นานาชาติ โดยพัฒนาแม่น้ำโขงและเรือโดยสารให้มีประสิทธิภาพเป็นเส้นทางหลัก จากจีน, พม่า, ลาว, ไทย, กัมพูชา, เวียดนาม

3. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางอากาศ

ภายในประเทศ

เปิดเส้นทางบิน ชัยภูมิ-กรุงเทพฯ / ชัยภูมิ-อุดร / ชัยภูมิ-สุราษฎร์ / อุดร-เชียงใหม่ / อุดร-หาดใหญ่ (เชื่อมทะเลน้อยสงขลา) / อุดร-หัวหิน (เชื่อมสามร้อยยอดประจวบฯ) / อุดร-สุราษฎร์ (เชื่อมเขาสมิง จ.สุราษฎร์) / ชัยภูมิ-กรุงเทพฯ (เชื่อมบางปูสมุทรปราการ) / อุดร-นครสวรรค์ (เชื่อมบึงบอระเพ็ด นครสวรรค์) / อุดร-แม่ฮ่องสอน (เชื่อมปางอุ๋งแม่ฮ่องสอน)

ภายนอกประเทศ

เปิดเส้นทางบิน อุดร-กัมพูชา (เชื่อมทะเลสาบแกมพูชา) / อุดร-พม่า (เชื่อมทะเลสาบอินเล-พม่า) / อุดร-จีน เชื่อมโยง การท่องเที่ยวสู่ พม่า จาก ห้วยผ่านกาญจนบุรี มะริด-ราชบุรี เพื่อไปยังเกาะกง กัมปงโสม กัมพูชา และ เวียดนามตอนใต้ ทางรถยนต์

ภาคใต้

เชื่อมโยง การท่องเที่ยวจาก พม่า, ลาว, กัมพูชา

1. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางน้ำ

สร้างการเดินทางทางน้ำชายฝั่ง เชื่อมอ่าวไทยและอันดามัน ตลอดจนระหว่าง สุราษฎร์ธานี-พังงา / ชุมพร-ระนอง

2. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางบก

พัฒนาทางรถยนต์ สุราษฎร์ธานี-ตะกั่วป่า

3. การเชื่อมโยงด้านการเดินทาง ทางอากาศ

ภายในประเทศ

เปิดเส้นทางบิน สุราษฎร์และภูเก็ต ไปยัง อีสาน นครราชสีมา / ชัยภูมิ และ สุภาคเหนือที่ แม่สอด / สุโขทัย

ภายนอกประเทศ

เปิดเส้นทางบิน สุราษฎร์ธานีและภูเก็ต - ย่างกุ้ง / มณฑลเลย์ - พุกาม / สุราษฎร์และภูเก็ต - หลวงพระบาง / สุราษฎร์และภูเก็ต - นครวัด

4. การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อขยายตลาดและรักษาให้ประเทศเป็นศูนย์กลาง

1.) ช่องทีวีการท่องเที่ยวอาเซียนในมุมมองเส้นทางต่างๆที่เสนอไปข้างต้น แห่งต่างๆเน้นการเสาะหาค้นพบรูปแบบใหม่ที่ดึงดูด สร้างสรรค์ สนุกสนาน อันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ

2.) Free copy and Free map calendar รวมภาพ วันเวลา กิจกรรม เทศกาลทั้งปี ต่างๆในอาเซียน แนะนำเส้นทาง อัปเดตใหม่ทุก 1 เดือน เพื่อสะดวก และทันต่อเหตุการณ์ ส่งไปตามสนามบินและแหล่งท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ

3.) YouTube/ Web blog / Face book/ Instagram update/ Line channel (Create sticker ASEAN traveling Thailand) เรื่องราว Real time รวมภาพบันทึกการท่องเที่ยว ตามงานต่างๆ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจร่วมกัน ในการให้ความประทับใจในกิจกรรมที่แตกต่าง นั้นๆ

4.) ภาพยนตร์ /ละคร /สารคดี บอกเล่า เรื่องราวที่ต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีในการเดินทางมาเริ่มต้นท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ยกตัวอย่าง เช่น เรื่องเล่า ตำนานประเพณีต่างๆ เสริมสร้างภาพลักษณ์ และจินตนาการที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวตัวอย่างที่เห็นได้ชัด ในการใช้สื่อ เพื่อการท่องเที่ยวคือ เกาหลี ส่งเสริมเรื่องอาหาร และประวัติศาสตร์ บำบ๋า ยาทยา สิงคโปร์ ส่งเสริมเรื่องอาหาร ประเพณี วัฒนธรรม ศิลปะ ลักษณะนิสัยได้อย่างแนบเนียน

5.) หนังสือท่องเที่ยว / หนังสือภาพประกอบ / นิทาน / คอมมิค หรือการ์ตูน / สื่อ Animation เผยแพร่ ตำนานของแต่ละพื้นที่ ภาษา Thai/Eng เพื่อปลูกฝังเยาวชนรุ่นใหม่ และเป็นสื่อกลางที่ง่าย และ กระจายได้รวดเร็วแก่นักท่องเที่ยวทั่วไป จากการดูภาพ ให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องเล่า ประเพณีของตนเอง ที่สำคัญคือต้องมีคุณภาพที่ดี ในระดับสากล และมีพื้นฐาน จากเรื่องจริง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การเข้ามามีบทบาทของ Walt Disney และ การเข้ามาครองพื้นที่ในตลาดไทย ของญี่ปุ่นโดยง่าย คือ การใช้สื่อการ์ตูน

ภาพที่ 6-4 โปรเจกต์ภาพประกอบเรื่องราว “เด็กหญิงไหมบ้านเขว้า”



5. การพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง

- 1.) ปรับปรุงระดับความปลอดภัย และความสะดวกสบายของการเดินทาง สู่ ที่พัก ให้เป็นมาตรฐาน การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้พอดีกับสถานที่ (carrying capacity)
- 2.) ส่งเสริมความพร้อมแก่นักท่องเที่ยว ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว จากนานาชาติ ทั้ง มรรยาท ภาษา และ ทักษะในการให้บริการ
- 3.) การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ถึงความปลอดภัย ในการร่วมเทศกาล การสร้างกิจกรรมที่สามารถเข้าร่วมได้ไม่ว่าศาสนาใด เพศอะไร เน้นความเข้าใจที่ชัดเจน งดงาม และรื่นเริง ของแต่ละกิจกรรม
- 4.) เจ้าหน้าที่รัฐ สถานพยาบาล บุคลากร ต้องมีความพร้อมและศักยภาพ ในการดูแลรักษา ในระดับ International
- 5.) พัฒนาพื้นที่ ความสะอาด ป้ายบอกทาง เพื่อเน้นการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
- 6.) การสื่อสารมวลชน ควรผลิตสื่อ ละคร ที่ ส่งเสริมภาพลักษณ์ วัฒนธรรม อันดีงาม รื้อฟื้น คติ ความคิดเสริมสร้างให้ ผู้บริโภค มีจิตสำนึก ถึงรากเหง้า ประเพณี อันดีงาม ทั้ง เรื่อง การแต่งกาย อาหาร ศิลปะ ภาษาพูดที่มีชั้นเชิง มรรยาท เพื่อ ปลุกฝังภาพลักษณ์ที่ดีงาม แต่ได้หลงลืมไป ในปัจจุบัน พัฒนาคุณภาพ ให้สมจริงสร้างเสน่ห์ให้กับ อาเซียน และ ประเทศไทย
- 7.) กระจายกำลังนักท่องเที่ยว สถาปนิก นักคิดสร้างสรรค์ ครีเอทีฟ นักการตลาด ลงส่วนภูมิภาคต่างๆ พัฒนาศักยภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ ของฝาก ของใช้ อาหาร เครื่องดื่ม ปรับภูมิทัศน์ ของแต่ละพื้นที่โดยใช้หลัก การอนุรักษ์ที่ยั่งยืน เพื่อสิ่งแวดล้อม และที่สำคัญ เป็น งานออกแบบที่มีคุณภาพ รักษา ความเป็น Brand Identity ของแต่ละพื้นที่ ให้มีเอกลักษณ์ สร้างจุดขาย ที่มีคุณภาพ ในระดับสากล
- 8.) พัฒนาป้ายบอกเส้นทาง และ อัตลักษณ์เมือง พัฒนา Brand Identity ทั่วประเทศ เหนือ กลาง ใต้ ตะวันออก ตะวันตก อีสาน โดยเริ่มจาก จุดเชื่อมต่อ ไปยังจังหวัดต่างๆ ไปยังรอยต่อสู่ภูมิภาคต่าง โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ทำให้เด่นชัดและทันสมัย ไม่ขัดต่อทัศนียภาพ รักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสากล โดยใช้ ครีเอทีฟ ภูมิสถาปัตย์ และศิลปิน ที่มีคุณภาพ ทั้งรุ่นเก่า และใหม่ ร่วมสร้างงานให้เกิดผลงาน และ เป็น สัญลักษณ์ทั้งงดงาม แห่งพื้นที่นั้นๆ โดยพิจารณาตามสภาพแวดล้อม และความเหมาะสมของเมืองนั้นๆ

6. ขั้นตอนการผลักดันนโยบายสู่การปฏิบัติ

- 6.1 สรุปผลจากการประชุมระดมสมอง และนำเสนอแผนการขับเคลื่อนให้สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวฯ เพื่อลงมติรับหลักการ และระดมหาความร่วมมือจากภาคีรัฐเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการรับฟังสาธารณะ
- 6.2 นำข้อเสนอสู่รัฐบาลในช่องทางต่างๆ เพื่อให้คณะรัฐมนตรีรับทราบ และให้การสนับสนุนในหลักการ

6.3 ร่างแผนงาน-โครงการเพื่อเรียงลำดับความสำคัญของการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางตามแนวทางที่นำเสนอ เพื่อขอบรรจุลงในแผนการใช้จ่ายงบประมาณเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ในแผนการผลักดันภายใต้กรอบของความร่วมมือในอนุภูมิภาค และกำหนดผู้ที่เป็นเจ้าภาพในการลงทุน ภายในประเทศ และ ร่วมกับเพื่อนบ้านโดยการรับความช่วยเหลือจากรัฐบาลไทยและ / หรือ องค์กรระหว่างประเทศ

6.4 สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวฯ ให้มีการกำกับติดตามผล และประเมินผลสัมฤทธิ์ รายงานต่อรัฐบาล ในฐานะ ผู้แทนผู้รับประโยชน์

การประชุมสัมมนาผลงานการวิจัยผลกระทบ สรุปได้ว่า

“เมื่อมีการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัดของประเทศไทย กับประชาคมอาเซียน พบว่า “การท่องเที่ยวไทยยังมีศักยภาพ แต่ต้องกำหนดอัตลักษณ์ให้โดดเด่นชัดเจน แตกต่างจากตลาดเพื่อนบ้านที่เกิดขึ้นใหม่และพัฒนาแล้วได้แก่ สิงคโปร์ และมาเลเซีย การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของประเทศไทยในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง และ เขตชายแดนที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อการบริหารจัดการที่ดีขึ้น ตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนุภูมิภาค โดยเฉพาะ พม่า กัมพูชา ลาว เวียดนาม มีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกันทั้งในด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ ศาสนา และวัฒนธรรม การวางกลยุทธ์การตลาดให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคถือเป็นจุดเริ่มต้นของการนำประเทศไทยเข้าสู่อนาคต AEC”

* หากดำเนินนโยบายเชิงปฏิบัติ ผลการพยากรณ์ รายรับรวมจากการท่องเที่ยวจะเพิ่มจาก 0.8 1.1 1.3 และ 1.9 ล้านล้านบาท (ในราคาประจำปี) จากปี 2012 2015 2017 และ 2020 ตามลำดับ จากการปรับความสามารถในการแข่งขัน เทียบกับ ภูมิภาค ที่ขยายตัวตามปกติ 0.8 1.0 1.2 และ 1.6 ล้านล้านบาท (ในราคาประจำปี) หรือเพิ่มประมาณ 1-3 แสนล้านบาทจากการลงทุน ปรับปรุงอัตลักษณ์ ฯลฯ ตามที่นำเสนอ ดังที่แสดงในการศึกษา

* หมายเหตุ ดูรายละเอียดจากบทที่ 3 หน้า 55-58

ภาพที่ 6-5 แผนที่ประกอบอธิบาย ระบบเชื่อมโยงไทยสู่ อนุภูมิภาค





เอกสารอ้างอิง

- [1] <http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism>
- [2] <http://th.wikipedia.org>
- [3] <http://www.tourism.australia.com>
- [4] <http://worldeconomicforum.com>
- [5] <http://www.weforum.org>
- [6] <http://www.tourism.go.th>
- [7] <http://ประชาคมอาเซียน.net>
- [8] <http://www.thai-aec.com>
- [9] <http://sportasean2012.blogspot.com>
- [10] <http://www.sdm.dmr.go.th>
- [11] <http://www.innnews.co.th>
- [12] <http://travel.mthai.com/world-travel/51789.html>
- [13] <http://www.kapook.com>
- [14] <http://www.thaifranchisecenter.com/AEC/language.php>
- [15] <http://www.baanjomyut.com>
- [16] <http://www.asean.org>
- [17] <http://www.mfa.go.th/asean>
- [18] <http://www.muaythai2000.com>
- [19] <http://www.dinotopia.com>
- [20] Dinotopia series by James Gurney ISBN 0-7513-7023-1
- [21] <http://www.ftipc.or.th>
- [22] <http://www.monocle.com>



1. รายละเอียดข้อมูลต่างประเทศ ในการพยากรณ์มูลค่าการท่องเที่ยว

วันพักเฉลี่ยรายประเทศ 2011- 2020				
ประเทศ (หน่วย: วัน)	2011	2015	2017	2020
Malaysia	4.78	3.89	3.51	3.01
China	7.61	8.57	9.09	9.93
Japan	7.65	6.23	5.62	4.82
Russia	13.29	14.96	15.87	17.34
Korea	7.3	5.95	5.37	4.60
India	6.9	5.62	5.07	4.35
Laos	6.17	6.94	7.37	8.05
Australia	12.78	10.41	9.39	8.05
United_Kingdom	17.35	14.13	12.75	10.93
United_States	14.01	11.41	10.30	8.83
Singapore	5.39	4.39	3.96	3.40
Germany	17.09	13.92	12.56	10.77
France	16.37	13.33	12.03	10.32
Vietnam	6.04	6.80	7.21	7.88
Hong_Kong_SAR	5.95	4.85	4.37	3.75
Indonesia	5.98	4.87	4.40	3.77
Sweden	18.55	15.11	13.64	11.69
Philippines	7.8	6.35	5.73	4.92
Cambodia	7.84	8.82	9.36	10.23
Netherlands	15.71	12.80	11.55	9.90
Canada	16.31	13.28	11.99	10.28
Italy	15.56	12.67	11.44	9.81
Switzerland	16.11	13.12	11.84	10.15
Denmark	14.38	11.71	10.57	9.06
Finland	14.91	12.14	10.96	9.40
Norway	14.92	12.15	10.97	9.40
Israel	15.04	12.25	11.06	9.48
Myanmar	7.68	8.64	9.17	10.02
New_Zealand	12.63	10.29	9.28	7.96
Spain	14.03	11.43	10.31	8.84
Austria	14.75	12.01	10.84	9.30
Belgium	15.58	12.69	11.45	9.82
Pakistan	7.43	6.05	5.46	4.68
South_Africa	11.2	9.12	8.23	7.06
Bangladesh	6.68	5.44	4.91	4.21
Kuwait	9.63	7.84	7.08	6.07
Sri_Lanka	6.48	5.28	4.76	4.08
Nepal	8.15	6.64	5.99	5.14
Brazil	11.51	9.37	8.46	7.25
Egypt	8.4	6.84	6.17	5.29
Saudi_Arabia	9.41	7.66	6.92	5.93
Argentina	11.91	9.70	8.75	7.51
Brunei	5.8	4.72	4.26	3.66
เฉลี่ย	11.00	9.31	8.61	7.70

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันรายประเทศ (2011-2020)				
ประเทศ (หน่วย: วัน)	2011	2015	2017	2020
Malaysia	4180.24	4524.826	4707.629	4995.774
China	4470.78	4839.316	5034.824	5342.996
Japan	4472.44	4841.113	5036.694	5344.98
Russia	4296.53	4650.702	4838.591	5134.751
Korea	4670.19	5055.164	5259.392	5581.309
India	4932.55	5339.151	5554.852	5894.854
Laos	3109.55	3365.877	3501.858	3716.2
Australia	4853.81	5253.92	5466.178	5800.752
United_Kingdom	3714.86	4021.084	4183.536	4439.602
United_States	4457.17	4824.584	5019.497	5326.731
Singapore	4907.53	5312.068	5526.676	5864.953
Germany	3520.43	3810.627	3964.576	4207.24
France	3610.36	3907.97	4065.852	4314.714
Vietnam	4034.7	4367.289	4543.728	4821.84
Hong_Kong_SAR	4928.08	5334.312	5549.818	5889.512
Indonesia	4499.84	4870.772	5067.551	5377.725
Sweden	3619.9	3918.296	4076.595	4326.116
Philippines	4296.49	4650.659	4838.546	5134.703
Cambodia	3798.4	4111.51	4277.615	4539.44
Netherlands	3995.26	4324.598	4499.312	4774.706
Canada	4124.59	4464.589	4644.958	4929.267
Italy	3684.35	3988.059	4149.177	4403.139
Switzerland	3802.28	4115.71	4281.985	4544.077
Denmark	4233.5	4582.477	4767.609	5059.424
Finland	4068.7	4404.092	4582.017	4862.473
Norway	4052.2	4386.232	4563.435	4842.754
Israel	4023.82	4355.512	4531.475	4808.837
Myanmar	3935.37	4259.771	4431.866	4703.131
New_Zealand	4034.49	4367.062	4543.491	4821.589
Spain	3773.36	4084.406	4249.416	4509.514
Austria	3952.15	4277.934	4450.763	4723.185
Belgium	3633.12	3932.606	4091.483	4341.915
Pakistan	4112.65	4451.665	4631.512	4914.997
South_Africa	5003.27	5415.7	5634.495	5979.371
Bangladesh	4285.66	4638.936	4826.349	5121.76
Kuwait	4868.09	5269.377	5482.26	5817.818
Sri_Lanka	4629.48	5011.098	5213.546	5532.657
Nepal	3834.61	4150.705	4318.394	4582.714
Brazil	4448.45	4815.145	5009.677	5316.31
Egypt	4414	4777.856	4970.881	5275.139
Saudi_Arabia	5089.26	5508.779	5731.333	6082.137
Argentina	4290.19	4643.84	4831.451	5127.174
Brunei	4735.01	5125.327	5332.39	5658.775
เฉลี่ย	4218.55	4556.30	4750.77	5041.56

ผลพยากรณ์รายรับจากนักท่องเที่ยว				
กรณีฐาน (หน่วย: ล้านบาท)	2012	2015	2017	2020
Malaysia	49,585.67	58,332.14	64,805.15	75,563.45
China	99,702.85	165,634.19	231,876.53	381,033.56
Japan	45,461.87	46,731.89	47,543.50	48,795.06
Russia	79,030.29	116,133.64	151,519.33	227,767.18
Korea	38,622.85	47,633.26	54,344.18	65,524.20
India	33,502.74	51,852.41	69,295.35	107,336.52
Laos	19,170.87	34,967.00	50,743.13	86,053.14
Australia	55,937.10	60,932.47	64,304.45	69,545.56
United_Kingdom	54,345.90	61,636.11	68,120.90	81,967.64
United_States	46,435.94	48,518.20	49,706.62	51,320.68
Singapore	21,044.97	26,722.95	31,284.31	39,605.75
Germany	39,734.66	44,240.62	47,427.52	52,552.48
France	32,815.16	33,808.09	34,416.90	35,318.04
Vietnam	15,817.44	30,252.95	46,477.48	87,955.27
Hong_Kong_SAR	13,430.84	16,847.22	19,416.43	23,745.19
Indonesia	11,701.04	15,104.32	17,780.50	22,465.33
Sweden	22,810.40	26,378.88	28,816.12	32,610.22
Philippines	9,381.30	11,618.45	13,282.71	16,067.82
Cambodia	13,289.36	19,417.68	25,267.51	37,894.69
Netherlands	12,620.05	13,553.12	14,132.33	14,975.68
Canada	14,211.92	15,119.38	15,695.30	16,550.32
Italy	11,059.65	10,936.17	10,793.90	10,522.91
Switzerland	11,324.14	12,118.23	12,661.16	13,522.78
Denmark	9,858.38	10,042.88	10,122.12	10,197.48
Finland	8,738.14	9,507.60	9,992.49	10,695.70
Norway	8,659.92	8,747.05	8,759.45	8,733.93
Israel	7,575.63	8,795.53	9,681.43	11,118.36
New_Zealand	5,604.62	5,972.92	6,208.09	6,558.24
Spain	5,810.65	5,889.20	5,910.24	5,913.33
Austria	5,320.91	5,840.45	6,189.60	6,729.07
Belgium	5,185.95	5,484.11	5,677.97	5,969.64
Pakistan	2,131.81	3,047.10	3,846.72	5,426.75
South_Africa	4,099.39	4,832.61	5,379.49	6,297.00
Bangladesh	2,022.22	2,947.33	3,740.92	5,278.90
Kuwait	2,931.64	3,346.85	3,671.88	4,241.01
Sri_Lanka	2,131.87	2,907.03	3,515.17	4,577.91
Nepal	795.18	1,083.36	1,331.66	1,820.19
Brazil	1,488.83	1,776.48	1,996.58	2,373.04
Egypt	715.37	972.23	1,183.72	1,575.98
Saudi_Arabia	793.44	932.95	1,044.19	1,243.10
Argentina	880.77	749.92	843.73	983.91
Brunei	272.50	178.00	160.42	137.53
รวม	826,054.25	1,051,542.98	1,258,967.15	1,698,564.52

กรณีพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยว				
(หน่วย: ล้านบาท)	2012	2015	2017	2020
Malaysia	50,426.86	62,416.71	71,751.48	88,079.91
China	100,959.48	175,183.24	253,304.43	438,101.75
Japan	46,205.57	49,892.62	52,472.49	56,630.17
Russia	79,762.61	121,366.20	162,875.28	256,775.67
Korea	39,317.10	51,117.19	60,384.51	76,683.68
India	34,130.41	55,720.74	77,082.76	125,672.95
Laos	19,545.28	37,657.65	56,598.63	101,072.06
Australia	56,845.52	65,041.45	70,965.56	80,729.89
United_Kingdom	55,375.86	66,352.50	75,996.11	96,353.50
United_States	47,241.74	51,975.12	55,112.99	59,918.20
Singapore	21,424.26	28,679.93	34,763.17	46,348.29
Germany	40,441.60	47,458.03	52,679.70	61,488.03
France	33,314.78	35,956.07	37,786.39	40,710.77
Vietnam	16,084.98	32,375.93	51,478.63	102,596.44
Hong_Kong_SAR	13,674.28	18,086.50	21,584.21	27,801.91
Indonesia	11,890.71	16,130.67	19,643.17	26,129.47
Sweden	23,295.27	28,591.15	32,427.42	38,742.08
Philippines	9,556.15	12,491.41	14,792.22	18,850.65
Cambodia	13,407.11	20,264.02	27,110.87	42,627.46
Netherlands	12,855.79	14,581.34	15,759.13	17,610.21
Canada	14,453.96	16,179.55	17,377.92	19,288.64
Italy	11,240.89	11,675.44	11,910.63	12,205.44
Switzerland	11,508.91	12,937.80	13,975.43	15,700.20
Denmark	10,026.84	10,748.69	11,209.06	11,886.17
Finland	8,906.82	10,248.70	11,170.61	12,615.46
Norway	8,799.35	9,329.76	9,654.08	10,115.65
Israel	7,725.18	9,489.80	10,831.35	13,116.90
New_Zealand	5,623.29	6,323.46	6,810.56	7,587.44
Spain	5,052.62	5,482.31	5,747.57	6,129.10
Austria	6,709.95	7,450.16	7,992.54	8,897.11
Belgium	4,810.44	5,441.99	5,883.00	6,585.68
Pakistan	2,542.20	3,617.02	4,604.98	6,657.45
South_Africa	3,331.13	4,396.24	5,220.50	6,659.18
Bangladesh	2,489.90	3,563.30	4,537.14	6,529.18
Kuwait	2,077.36	2,733.45	3,252.89	4,180.58
Sri_Lanka	2,587.45	3,497.43	4,259.00	5,676.11
Nepal	926.44	1,275.48	1,589.69	2,235.67
Brazil	1,071.49	1,491.42	1,821.75	2,406.14
Egypt	910.98	1,211.03	1,473.52	1,989.22
Saudi_Arabia	831.25	1,026.05	1,185.88	1,481.37
Argentina	778.38	669.08	777.15	941.09
Brunei	272.50	180.93	164.39	142.67
รวม	838,432.70	1,120,307.55	1,386,018.80	1,965,949.53

2. ภาพการประชุมสัมมนา



การประชุมสัมมนา : ชัยภูมิ



การประชุมสัมมนา : Mukdahan



การประชุมสัมมนา : อุตรธานี



การประชุมสัมมนา : สุราษฎร์ธานี



การประชุมสัมมนา : แพร่



การประชุมและการเดินทาง : กรุงเทพฯแม่น้ำเจ้าพระยา

3. รายชื่อผู้ร่วมการประชุมสัมมนา

รายชื่อผู้ร่วมการประชุมสัมมนา : ชัยภูมิ

แบบจำลองของสถานะวิวัฒนาการเชิงเสถียร

โครงการ “การประเมินสัมพันธภาพผู้นำท้องถิ่นกับการพัฒนาชุมชน” ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
1	น.อ. สุวิธยา กอแก้ว	กองอำนวยการ		081-8550044
2	นางพริมา นพรัตน์	กองอำนวยการ		0899633720
3	นางกัญญา นพรัตน์	กองอำนวยการ		081-385-8892
4	นาย อธิวัฒน์	กองอำนวยการ		086-2489910
5	นาย/อานันท์ นพรัตน์	กองอำนวยการ		081-9760441
6	นาง อรุณรัตน์ นพรัตน์	กองอำนวยการ		08-7868-3223
7	นาย สุวิธยา นพรัตน์	กองอำนวยการ		
8	นาย สุวิธยา นพรัตน์	กองอำนวยการ		089-7946580
9	นาย สุวิธยา นพรัตน์	กองอำนวยการ		
10	นางสาววิรัช นพรัตน์	กองอำนวยการ	Porntavee.Sondhain@gmail	089-4279160
11	น.อ. สุวิธยา นพรัตน์	กองอำนวยการ		081-7181583
12	นางสาววิรัช นพรัตน์	กองอำนวยการ		081-8768029
13	น.อ. สุวิธยา นพรัตน์	กองอำนวยการ		081-0753331
14	นางสาววิรัช นพรัตน์	กองอำนวยการ		081-0678771
15	นางสาววิรัช นพรัตน์	กองอำนวยการ		086-8735275
16	นางสาววิรัช นพรัตน์	กองอำนวยการ		
17	นางสาววิรัช นพรัตน์	กองอำนวยการ	banjane-vae@kustnail.com	081-8793197

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
19	ผ.ส. วรรณรัตน์ พงษ์วัฒน์กุล	ผศ.ดร. วรรณรัตน์ พงษ์วัฒน์กุล	www.lornng.gong	089-7179179
20	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	101@hotmail.com	
21	ผ.ส. วรรณรัตน์ กิ่งเมือง	ผศ.ดร. วรรณรัตน์ กิ่งเมือง	luk.letnimit@gmail.com	099-6691899
22	ผ.ส. วรรณรัตน์ กิ่งเมือง	ผศ.ดร. วรรณรัตน์ กิ่งเมือง	putitinkas@gmail.com	084-9022122
23	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	munika.lern@holmail.com	084-0609460
24	ผ.ส. วรรณรัตน์ กิ่งเมือง	ผศ.ดร. วรรณรัตน์ กิ่งเมือง	attaya-dae@hotmail.com	081-7181964
25	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	HAKEBA@gmail.com	011-5470609
26	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	Lek.tanbat@gmail.com	081-5476423
27	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ		081-8748397
28	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	sukramut_1@hotmail.com	
29	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ		0818766054
30	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ		086-8736275
31	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ		
32	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ		081-967-0993
33	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	CHOSTA:JA@hotmail.com	081-470901
34	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ		081-5432923
35	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ		081-5932923
36	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ		0872517350
37	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ	นางสาว วิภาดา วัฒนศิริ		086-259-3058

1	ผ.อ. ศิวาน กอละวดี	ทนายอรรถสิทธิ์	-	081-8550044
2	นายสุวิภา นิลโคตร	อ. นิลโคตร		0979679720
3	นางสาววิภา นิลโคตร	นางสาววิภา นิลโคตร	SIRIchee@ur.ac.th	081-389-6892
4	นางสาววิภา นิลโคตร	นางสาววิภา นิลโคตร	hot-mail.com	086-2489110
5	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี		081-9760441
6	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี		08-7868-3223
7	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี		
8	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี		089-7946580
9	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	kun-nongdream@hotmail.com	083-7602439
10	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	porapavee.souchnai@gmail.com	089-427971
11	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	M.ivanova@hotmail.com	081-7181583
12	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	educationche@hotmail.com	081-8768029
13	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	pr.kea-cha@hotmail.com	081-0753331
14	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	-	081-0678771
15	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี		086-8735275
16	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นายอรรถสิทธิ์ กอละวดี		

รายชื่อผู้ร่วมการประชุมสัมมนา : มุกดาหาร

โครงการ "การประเมินต้นทุนผลได้ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อปรับทัศนคติของแหล่งท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก

- บริการท่องเที่ยว "

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
1	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	oagale-5490@hotmail.th	0831010220
2	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	Kan.diyadachai@gmail.com	086-710468
3	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	Wisit-kanthachai@gmail.com	085-683067
4	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	MTC@hotmail.th	086-7526751
5	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	PR-Mukda@hotmail.th	0898414583
6	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี		081-7392673
7	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี		081-9365462
8	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี		081-9656043-09
9	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	muldaharn@big.or.th	082135461
10	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี		087-717804
11	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี		0804145423
12	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	629116910@ur.ac.th	087-291-6915
13	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	korleg-ho@hotmail.com	081-3616155
14	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	title-new@hotmail.com	0891026846
15	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี		081-3698724
16	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี	นางอรรถสิทธิ์ กอละวดี		082135461

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
17	ร.อ.หญิง น.นงนุช น.นงนุช	กรมการแพทย์		099-619144
18	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000	mekdaphen@net.go.th	042-611306
19	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		069550529
20	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		081-2798413
21	พ.ร.อ.วิภาดาพร พ.ร.อ.วิภาดาพร	134		087-2199295
22	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		0424459122
23	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		040 4491226
24	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		04 94 342639
25	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		
26	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		084-4746243
27	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		0872327251
28	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		
29	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		0818326574
30	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		
31	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		0883316349
32	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		080-4177779
33	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000		083-1482640
34	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000	Somchit721@gmail.com	

- 35 ร.อ.อรรถ วัฒนชัย กรมศ. 240000 Kae.Khaishi@hotmail.com 094173456
- 36 ร.อ.อรรถ วัฒนชัย กรมศ. 240000 088 3263225
- 37 ร.อ.อรรถ วัฒนชัย กรมศ. 240000
- 38 ร.อ.อรรถ วัฒนชัย กรมศ. 240000
- 39 ร.อ.อรรถ วัฒนชัย กรมศ. 240000
- 40 ร.อ.อรรถ วัฒนชัย กรมศ. 240000

- 41 ร.อ.อรรถ วัฒนชัย กรมศ. 240000 081-0536804
- 42 ร.อ.อรรถ วัฒนชัย กรมศ. 240000 088 3263225
- 43 ร.อ.อรรถ วัฒนชัย กรมศ. 240000 085-5973504

44	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000	mukcepr@gmail.com	080 547
45	ร.อ.อรรถ วัฒนชัย	กรมศ. 240000	contana-ch7@hotmail.com	082
3				
4				

แบบฟอร์มลงทะเบียนการสัมมนา

โครงการ "การประเมินต้นทุนผลประโยชน์ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อปรับอัตลักษณ์
ท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก - บริการท่องเที่ยว"

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
1	นางสาวณิชา นิลนพ	คณ. อุดรธานี	YAPANADH @hotmail.com	096 0078232
2	นางสาวณิชา นิลนพ (นางสาวณิชา นิลนพ)	อ.อ.อ.อ.	My_Maria_Pras@Hotmail.com	086652
3	นาย ชัยสิทธิ์ สีบุญเรือง	อ.อ.อ.อ.		084770041
4	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	Shoopyza-ss@hotmail.com	099-215312
5	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		089-2244022
6	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		099-9567189
7	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	Tua_z@hotmail.com	019-7119193
8	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		081-2609740
9	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		
10	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	NAKHA 007@HOTMAIL.COM	085-949291
11	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	AI-Silk@hotmail.com	0822100200
12	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		081 8719509
13	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	พริตตี้ นิลนพ	082-0911771
14	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		081-601-2467
15	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		098-7444117
16	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		095-0075930

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	E-Mail	เบอร์โทรศัพท์
1	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		088-76402559
2	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		081 8726887
3	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		091-3906599
4	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	Chatchanaprasit@gmail.com	042-811005
5	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		089-8414593
6	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	redthaiwin@live.com	081-7116368
7	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	pruakawon@hotmail.com	093-7903162
8	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	msm-mad@hotmail.com	
9	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		094-3528892
10	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		087-17170216
11	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		085-0883033
12	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		081-849271
13	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.	SIKA BROS	KAN_DEMAZTER@GMAIL.COM
14	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		089-7015018
15	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		08-711111
16	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		08-711111
17	นางสาวณิชา นิลนพ	อ.อ.อ.อ.		081775771

แบบฟอร์มลงทะเบียนการสัมมนา					
โครงการ "การประเมินต้นทุนผลได้ของโครงการลงทุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์					
เพื่อปรับองค์ลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก-บริการท่องเที่ยว"					
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภูมิภาค"					
ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	ที่อยู่	E-mail	เบอร์โทรศัพท์
1	น.ส.ปัทมาพร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	Pdameds@gmail.com	090-394 3157
2	นางสาวพรทิพย์ สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		0892705330
3	นางพรนภัส สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	Phomlee-5949@i	08666365484
4	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		0893905030
5	นายสมชาย พงษ์สวัสดิ์	สภ.จ.ราชบุรี	103/145 ม. 3		081-5974400
6	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	hsrdog@hotmail.com	081 697669
7	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	KK Sam 99@gmail.com	081-87538
8	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	oviparut@yahoo.com	080 52899
9	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		
10	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		081-6254940
11	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	mitnraprinit@gmail.com	0816223300
12	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	Yasvapa-NR@hotmail.com	090-0603533
13	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	GK-005@hotmail.com	0894119729
14	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	anahung@hotmail.com	081-9437744
15	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	nat.wiponap@gmail.com	083-6389072
16	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	mod.love22@hotmail.com	0899304878
17	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		081-7886130
18	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	numphan_jeeds@hotmail.com	0830136661
19	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	Nutchary-Nutt@hotmail.com	082-8150561
20	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	Adun - murtan@hotmail.com	086-9445089
21	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		081-6074973
22	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		085 983/688
23	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		0812701867
24	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		081-3965088
25	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	tonalstou@hotmail.com	099-3392166
26	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	G-92175@hotmail.com	0843619075
27	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	promchot-1@hotmail.com	081-8697431
28	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี	manoth333@hotmail.com	0805351143
29	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		090-0004362
30	นายวิจิตร สิบงาม	สภ.จ.ราชบุรี	1/1 ม. 9 ต.วัดมณี		

4. ภาพการเดินทางของนักวิจัย

ลาว : เวียงจันทน์ หลวงพระบาง / พม่า : ย่างกุ้ง มัณฑะเลย์ / เนปาล : กาฐมาณฑุ บิรคานา ดัมบูส โปคารา ปฏะปุระ / อินเดีย : สิกขิม ไจปุร์ เดลี



5. ภาพการสัมมนา ณ โรงแรมพูลแมน คิง เพาเวอร์ กรุงเทพฯ วันที่ 25 กย. 2556

เป็นการจัดร่วมระหว่าง ผู้วิจัย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีแขกพิเศษร่วมพูดคุยสัมมนา ดังนี้

- 1) คุณ ปิยะมาณ เตชะไพฑูริย์ ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย
- 2) คุณ รัฐติกร โลหะคุปต์ อดีตนายกสมาคมประมงจังหวัดตราด
- 3) คุณ ยวน เตียน รองผู้ว่าการท่องเที่ยวเกาะกง
- 4) คุณ อารียา ปราสาททองโอสถ ประธานที่ปรึกษาด้านการตลาด สายการบินบางกอกแอร์เวย์

อีกทั้งยังมีผู้ร่วมฟังการสัมมนา ที่มาจากกลุ่มองค์กรต่างๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีศักยภาพในหลายภาคส่วน สนใจเข้าร่วมการสัมมนาในครั้งนี้





รายนาม คณะผู้จัดทำ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติ ลิ้มสกุล

ผู้อำนวยการโครงการวิจัย

ผลกระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558 ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย : การสร้างเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภูมิภาค

คณะเศรษฐศาสตร์

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์

2. นายวิษณุ ภาวะสุทธิรักษ์

นักวิจัย : ครีเอทีฟ ออกแบบอัตลักษณ์ และ ผลิตภัณฑ์

3. น.ส. อรพิม วรโสพรรณ

ผู้ร่วมวิจัย : ครีเอทีฟ อาทไคเรเตอร์
Re-Branding design / Photographer /
Product designer / Illustrator /
Crafts handmade design

4. นาย ภาสกร ยุวรรณ

ดีไซน์เนอร์ ฝ่ายประสานงาน บริหารจัดการ

5. นาย นฤทร น้อยจินดา / นายเฉลา การค้า

ฝ่ายประสานงาน บริหารจัดการ

6. นายจักรพันธ์ สุวรรณพาณิชย์

ผู้แปลภาษาอังกฤษ

7. นายสรเสริญ เจริญทอง

ศิลปิน Pixel art

webIIprint^{com}

โรงพิมพ์ : บริษัท เว็บทูพริ้นท์ จำกัด

425/11 หมู่บ้านพาร์คแกลเลอรี

ซอยงามวงศ์วาน 47 แยก 39-1

แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กทม. 10210

www.webIIprint.com / facebook.com/webIIprint

Tel: 084-325-2326