สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัย

การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

โดย

สุเทพ พันประสิทธิ์

สุพรรัตน์ วงษ์ศรี

วรุณพันธ์ คงสม

สิงหาคม 2549

DRAFT

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและเพื่อนบ้านได้ดำเนินการจนแล้วเสร็จ โดยได้รับเงินทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และได้รับการส่งเสริมด้านเวลาและสิ่งอำนวยความสะดวก จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ รวมทั้งได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกทั้ง บริษัทการบินไทยจำกัดมหาชน สายการบินไทยแอร์เอเซีย ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ตลอดจนหน่วยงานที่อำนวยความสะดวกได้แก่ แขวงการทางอุดรธานี หนองคาย สระแก้ว ด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ

ในโอกาสนี้กระผมขอกราบขอบคุณอย่างสูงต่อสถาบันและบุคคลที่ให้ความเมตตาและกรุณา ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งงานวิจัยเรื่องนี้ได้ลุล่วงไปด้วยดี ได้แก่ ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริรัศมี ผู้ประสานงานชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รองศาสตราจารย์ฐกัด ศรีคำพร คุณอรรถพร สิงหกุล คุณไชยยง เจริญเมือง คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล รวมทั้งทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนให้ข้อคิดเห็นในการค้นคว้าวิจัยอันเป็นประโยชน์และวิทยาทานแก่คณะผู้วิจัย

(นายสุเทพ พันประสิทธิ์)

ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ชั้น 3 อาคารสำนักอธิการบดี 110/1-4 ถนนประชาชื่น หลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทร 0-2954-7300 ต่อ 187 มือถือ 0-6318-7540 โทรสาร 0-2580-0064

E-mail:sutep_p@hotmail.com

15 สิงหาคม 2549

เลขทะเบียน 0191463

วันลงทะเบียน 25 ส.ค. 2549

เลขเรียกหนังสือ 338.4791
ส781ก
[2549]

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง : การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและเพื่อนบ้าน

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)วิเคราะห์เส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำ และสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย 2) วิเคราะห์ผลจากการแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 3) ประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ 4) สำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยทำการศึกษาเอกสารต่างๆ เช่น สถิติข้อมูลของ ASEAN Statistical Yearbook Thailand Tourism Statistics และศึกษาพฤติกรรม ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 999 คน ประกอบกับการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และสายการบิน แล้วนำมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค เพื่อหาแนวทางการตลาดที่สอดคล้องกับภาครัฐและเอกชน ในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทั้งของไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

ผลการวิจัยพบว่าสถานการณ์ทางการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า สายการบินไทยแอร์เอเซีย มีอัตราการเติบโต 3.5 เท่า ส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 50 สายการบินนกแอร์ มีอัตราการเติบโต 0.67 เท่า ส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 27.78 และสายการบิน วัน ทู โก มีอัตราการเติบโต 1.67 เท่า ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 22.2 จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และสายการบิน พบว่าส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการมีสายการบินต้นทุนต่ำมีส่วนช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย และส่งผลให้โรงแรมมีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจการขนส่ง ร้อยละ 50 ของตัวอย่างเห็นว่าหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้กลุ่มลูกค้าอิสระมีจำนวนเพิ่มขึ้น แต่กลุ่มลูกค้าคนไทยมีจำนวนลดลง ส่วนคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสาร พบว่า สายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเซีย และสายการบินวัน ทู โก อยู่ในระดับดี สำหรับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ อยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์เส้นทางสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือกับประเทศเพื่อนบ้าน สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) การเชื่อมโยงเส้นทางไทย - กัมพูชา - เวียดนาม 2) การเชื่อมโยงเส้นทางไทย - ลาว - เวียดนาม 3) การเชื่อมโยงเส้นทางไทย - พม่า - ลาว - จีนตอนใต้ (ยูนนาน)

การวิจัยครั้งนี้พบว่า ประเทศไทยควรมีการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดที่เชื่อมต่อประเทศเพื่อนบ้านในภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ โดยให้เป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้ 1) ขยายอุตสาหกรรมการบินทั้งในและต่างประเทศ โดยผลิตบุคลากรทางการบิน ได้แก่ พนักงานต้อนรับทั้งภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน นักบิน วิศวกรและช่างเทคนิคทางการบิน นอกจากนั้นยังต้องมีการเพิ่มจำนวนเครื่องบินให้มากขึ้น 2) พัฒนาท่าอากาศยานสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ ให้มีมาตรฐานเทียบเท่ากับประเทศอื่นๆ 3) พัฒนาท่าอากาศยานเชียงราย อุดรธานี อุบลราชธานีและขอนแก่นให้เป็นท่าอากาศยานระหว่างประเทศเพื่อรองรับปริมาณผู้โดยสารและสายการบินในอนาคต และ 4) ส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้ว อุบลราชธานี อุดรธานี และขอนแก่น เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

DPU

Abstract

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

The research objectives are 1) To analyze the routes of Thai Low Cost Airlines and their marketing situations, 2) To analyze their pricing competition effects to the businesses in tourism industry, 3) To assess their customer servicing qualities, and 4) To survey the behavior and satisfaction of the passengers for their services. The methodologies are studying the primary and secondary data from various documents and surveying 999 sampling passengers in tourism industry and airline industry by depth interview then used swot analysis for the market strategy.

The research showed that the growth rate of Thai Air Asia, Nok Air and One To Go Air were 3.5 x , 0.67 x and 1.67 x respectively and the market share of Air Asia, Nok Air and One to Go Air were 50% , 27.7% and 22.2% respectively. Finding from the sampling depth interview, the low cost airlines helped to support tourism, airline, hotel and transportation industries. The quality services were good but the satisfaction was moderate. There were 3 good routes to cover northern, northeastern part of Thailand and her neighboring countries as follows : 1) Thailand – Cambodia – Vietnam 2) Thailand – Laos – Vietnam and 3) Thailand – Myanmar – Southern China (Yunan).

The recommendations are as follows :

1) Large scale tourism development in the northern and northeastern parts of Thailand in order to attract the international tourists.

2) Developing Sa Kaeo, Ubon Ratchatani, Udon Thani and Khon Kaen as tourism centers.

3) Expanding Chieng Rai, Udon Thanee, Ubon Ratchatani and Khon Kaen airports as international airport.

สรุปสำหรับผู้บริหาร

การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

1. ความสำคัญของธุรกิจสายการบินที่มีต่อการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการบินเป็นกิจการสาธารณูปโภคจะต้องให้มีบริการที่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะใช้บริการ การเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Skies) ให้มีการแข่งขันธุรกิจที่ประกอบกิจ การเชื่อมโยงการบินในภูมิภาค (Regional Air Linkage) และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ 3 ประเทศคือไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ที่มีเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำอยู่หลายบริษัท และการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคจากการดำเนินนโยบายรวมตัวกันของบริษัท มาเป็นการแข่งขันกันในด้านราคา ทำให้เกิดอรรถประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวหลายรูปแบบ คือ อรรถประโยชน์ทางสถานที่ (Place Utility) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ต่างๆ ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง และอรรถประโยชน์ทางเวลา (Time Utility) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น

2. เป้าหมายการวิจัย

เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการเชื่อมโยงของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยอันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศเพื่อนบ้านเพื่อการวางรากฐานประเทศไทยไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia

3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจากการขนส่งทางอากาศ โดยการเชื่อมโยงเส้นทางของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทยและแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศกัมพูชา พม่า ลาว จีนตอนใต้ เวียดนาม เพื่อการวางรากฐานประเทศไทยไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia ให้มีข้อมูลและข้อสรุปที่ชัดเจน จึงได้กำหนดให้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

3.1 เพื่อวิเคราะห์เส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำ และสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่เดินทางจากไทยและแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลก

3.2 เพื่อวิเคราะห์ผลจากการแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่มีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจรถทัวร์ และการรถไฟแห่งประเทศไทย

3.3 เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน อันได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัย

3.4 เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

4. สถานการณ์ตลาดสายการบินต้นทุนต่ำและเส้นทางการบินของประเทศไทย

4.1 วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย (One Two Go by Orient Thai)

4.2 ไทยแอร์เอเซีย (Thai Air Asia)

4.3 นกแอร์ (Nok Air)

การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดจาก BCG Model โดยใช้อัตราการเจริญเติบโตของเส้นทางการบิน ตั้งแต่เริ่มเปิดบริการจนถึงปีปัจจุบัน (สิงหาคม 2549) และส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำไทย ได้แก่ สายการบิน วัน ทู โก ไทยแอร์เอเซีย และ นกแอร์ ซึ่งสายการบิน วัน ทู โก เริ่มต้นมี 3 เส้นทาง ปัจจุบันมี 8 เส้นทาง อัตราเติบโตของเส้นทางการบิน 1.67 เท่า ส่วนแบ่งตลาด 22.22 (%) สายการบินไทยแอร์เอเชีย เปิดดำเนินการมี 4 เส้นทาง ปัจจุบันมี 18 เส้นทางการบิน มีอัตราการเติบโตของเส้นทางการบิน 3.5 เท่า มีส่วนแบ่งตลาด 50 (%) และสายการบินนกแอร์ เปิดดำเนินการมี 6 เส้นทาง ปัจจุบันมี 10 เส้นทางมีอัตราการเติบโตของเส้นทางการบิน 0.67 เท่า มีส่วนแบ่งตลาด 27.78 (%)

ผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งผู้โดยสารในประเทศปัจจุบัน ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง รวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดจะได้แก่

1. ธุรกิจสายการบินที่ให้บริการภายในประเทศอยู่ในปัจจุบัน อันได้แก่ การบินไทย และสายการบินเอกชนต่างๆ ที่ให้บริการในประเทศ

2. กิจการที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางบก อันได้แก่ การรถไฟแห่งประเทศไทย และธุรกิจรถทัวร์ปรับอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทขนส่ง จำกัด

5. แนวโน้มอนาคตการบินโลว์คอสต์

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับความต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในอนาคต ส่วนใหญ่ ร้อยละ 95.50ในอนาคตและผู้โดยสารชาวไทยมีความต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำต่อไปอีกแน่นอนร้อยละ 95.30 ไม่ใช้ มีเพียงร้อยละ 4.70ดังนั้นในอนาคตยังคงมีความต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในอัตราสูง

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

6.2 การเดินทางการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน จากการสำรวจผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า จังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางทางการบิน และการท่องเที่ยว กลุ่มแรกคือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ กลุ่มที่สองคือ พัทยา สมุย

6.3 เมืองที่ได้ไปชมในประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศที่เป็นศูนย์กลางการบินและท่องเที่ยว คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม และกัมพูชา จะเห็นได้ว่า ประเทศในภูมิภาคที่มีความต้องการเป็นศูนย์กลางทางการบินหรือการท่องเที่ยวของภูมิภาค ดังนโยบายควรชิงความได้เปรียบในความพร้อมทางด้านสนามบิน และการเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

6.4 เมื่อพิจารณาความสนใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สนใจมาก คือ เกาะทะเล อาหาร แหล่งซื้อของ ป่า ภูเขา ศิลปวัฒนธรรม สิ่งบันเทิงยามราตรี มรดกโลก โบราณสถาน ดังนั้น การเพิ่มเส้นทางการบินควรพิจารณาถึงจุดหมายปลายทางไปที่แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจมากดังกล่าวข้างต้น

6.5 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด คือ ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน ความสะดวกสบายในการเดินทาง และความสะดวกสบายของที่พัก ในส่วนที่ต้องพิจารณาพัฒนาให้ดีขึ้นคือ ความสะอาดของบ้านเมือง ความซื่อสัตย์ของร้านค้า และการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่

7. ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจการบิน

7.1 ต้องสร้างความเชื่อมั่นและภักดีในแบรนด์มากขึ้น มิใช่ให้ลูกค้าตระหนักว่า แบรนด์ของกิจการเป็นแค่ของราคาถูกเท่านั้น จะไม่สร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในระยะยาว กิจกรรมการสร้างตราสินค้า ประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสร้างความคุ้นเคย ภาพลักษณ์ และความมั่นใจในตราสินค้า จะต้องเกิดขึ้นกับสายการบินต้นทุนต่ำ แม้ว่าจะทำให้ต้นทุนและราคาสูงขึ้นบ้าง

7.2 การสร้างรายได้เสริม นอกเหนือจากบริการการบินอย่างเดียวเท่านั้น เนื่องจากการแข่งขันก็เริ่มสูง และส่วนต่างกำไรเริ่มลดลง ช่องทางต่างๆ ทั้งที่ทำมาแล้ว และกำลังจะทำเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการขายอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง ก็คงจะมีการสร้างรายได้มากขึ้น จะมีการขายของชำร่วย ของพรีเมียมที่เป็นตราของบริษัท เครื่องสำอาง และสินค้าในความนิยม รวมถึงมีการขายโฆษณาทั้งบนตัวเครื่อง และภายในเครื่องด้วย ซึ่งน่าจะสร้างรายได้ที่เป็นกอบเป็นกำกลับเข้ามามากขึ้น ทดแทนส่วนที่หดหายไปจากการแข่งขันที่รุนแรง โดยเป็นที่คาดการณ์ว่าสัดส่วนของรายได้เสริมที่มิได้มาจากการบริการทางการบิน น่าจะสูงขึ้น 20-30% จากรายได้ทั้งหมด

7.3 ความสะดวก ก็จะเป็นมูลค่าเพิ่มที่สายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งเน้นมากขึ้น เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จเช่นกัน ทั้งการเพิ่มช่องทางจำหน่ายขนาดเล็ก เช่น คิออส เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้นในแต่ละโลเคชัน เนื่องจากอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการค้าบ้านเรายังไม่สูงเท่าต่างประเทศ รวมถึงมีการเชื่อมโยงกับพันธมิตรไม่ว่าจะเป็นโรงแรมราคาประหยัด ที่พัก บริษัทรถยนต์ ทัวร์เอเย่นต์ ซึ่งนอกจากจะให้บริการที่ครบวงจรหลากหลายกับลูกค้าแล้ว ยังสามารถสร้างรายได้จากการขายข้ามสายผลิตภัณฑ์ (Cross-sell) อีกด้วย เนื่องจากจะได้รับคอมมิชชั่นจากการถ่ายโอนลูกค้าของสายการบินไปยังธุรกิจอื่นด้วย

7.4 การให้บริการในเส้นทางที่ยาวขึ้น เนื่องจากโดยทั่วไปมีความเชื่อกันว่า สายการบินต้นทุนต่ำนั้น จะเหมาะสมกับการให้บริการแค่เส้นทางสั้นไม่เกิน 3 ชั่วโมง เพราะมิฉะนั้น ผู้โดยสารจะไม่ได้รับความสะดวกสบายในการบินเท่าที่ควร แต่หากมองอีกมุมหนึ่ง จะพบว่า หากบินยาวขึ้น ผู้โดยสารก็อาจจะต้องการบริการมากขึ้น ก็น่าจะเป็นโอกาสของสายการบิน ที่จะ "ขาย" บริการเพิ่มเติม นับเป็นการสร้างรายได้เสริม เช่น มีการให้บริการทางด้านสื่อสารโทรคมนาคม ให้มีการดาวน์โหลดเกม หรือวิดีโอออนดีมานด์ แล้วเก็บค่าบริการ รวมถึงจะขายเครื่องดื่ม อาหาร ของขบเคี้ยว

7.5 เปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ น่าจะเกิดขึ้นอีกมาก เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่สูงมากในหลายเส้นทาง และควรจะเป็นเส้นทางที่มีเวลาการบินที่ยาวนานขึ้น โดยน่าจะเป็นการบินไปยังแหล่งท่องเที่ยว และศูนย์ธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นเพิ่มเติมจากแค่ในเส้นทางในประเทศ

7.6 เพิ่มบริการประเภทพรีเมี่ยมควบคู่ไปกับประเภทราคาประหยัดให้ผู้บริโภคเลือกใช้ได้ตามต้องการ กล่าวคือสายการบินต้นทุนต่ำจะเหมาะสำหรับผู้โดยสารที่เป็นนักเดินทางหรือนักธุรกิจที่เน้นความประหยัด และใช้เส้นทางบินระยะสั้น คือเส้นทางบินภายในประเทศหรือไปประเทศใกล้เคียง ในขณะที่สำหรับเส้นทางบินระยะไกลหรือแม้แต่เส้นทางบินระยะสั้นที่ผู้โดยสารยังต้องการบริการที่เน้นความสะดวกสบาย

7.7 กลยุทธ์ที่ให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน ทั้งลักษณะและคุณภาพที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจ

7.8 กลยุทธ์ปรับปรุงประสิทธิภาพบริการอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้โดยสารเพิ่มขึ้น

7.9 กลยุทธ์การเพิ่มบริการใหม่ให้มากขึ้น การบริการด้วยเครื่องบินใหม่ เทคโนโลยีใหม่ให้ผู้โดยสารสำนึกและจดจำในความคุ้มค่าของบริการที่มอบให้

7.10 การสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non Price Competition) ซึ่งหมายถึงการกระทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่ต้องการและดึงดูดใจลูกค้าโดยรวมถึงการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้า บริการที่จำหน่าย การเลือกช่องทางจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่าย ซึ่งธุรกิจการบินต้นทุนต่ำได้มีการพัฒนากระบวนการให้บริการแก่ผู้โดยสารในหลายด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างและลักษณะพิเศษแก่สายการบินตน เช่น นกแอร์ และ วัน ทู โก ทำให้ผู้โดยสารมีโอกาสที่มาเลือกพิจารณาถึงความสะดวกสบายที่จะได้รับ นอกเหนือจากการแข่งขันด้านราคา

7.10.1 การปรับปรุงบริการที่มีระดับความพึงพอใจไม่มาก

- การขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ
- ความสะดวกสบายของที่นั่ง
- ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ
- การบริการขายสินค้าบนเครื่องบิน
- ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักสัมภาระ

7.10.2 ราคาบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำกับสภาพความจริงที่ต้องการความเข้าใจของผู้บริโภค

- ค่าธรรมเนียมในบริการต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนเที่ยวบิน น้ำหนักสัมภาระ

7.10.3 การสำรองที่นั่งผ่าน Web site บางเวลามีปัญหา (Web site ล่ม) ไม่สามารถดำเนินการจนสมบูรณ์ได้

- ใช้เวลาการจองนาน
- การใช้บัตรเครดิต ไม่ได้รับการยืนยันการตรวจสอบ
- การใช้หลักฐานทางการเงินเพื่อลงบัญชี

8. การเชื่อมโยงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

8.1 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย กัมพูชาและลาวใต้

8.1.1 กลยุทธ์การขายร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

กลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภค แหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี เพราะประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนครวัด ลาวมีน้ำตก หลีผี

8.1.2 การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทางด่านอรัญประเทศและปากเซ

การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะงำ ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวร ต้องมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การเปิดประตูเปิดด่านช่องเม็กเข้าลาว ช่องสะงำเข้ากัมพูชา มีความเป็นไปได้สูงมาก โดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้า

8.1.3 การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

เป็นเรื่องที่ดีความพร้อมด้านถนนเริ่มจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผิวจราจรต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

8.1.4 กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน

ควรจัดให้มีแหล่งรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะงำหรือที่สามเหลี่ยมมรกต โขงเจียม สิรินธรพัฒนาสนามกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครธม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้ เพิ่มการขนส่งสาธารณการ ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น ช่องเม็กอำเภอสิรินธรของจังหวัดอุบลราชธานี

8.2 กลยุทธ์ในการเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอม ลาวใต้ และอีสานใต้

การเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอมในอีสานใต้อย่างปราสาทหิน พิมาย พนมรุ้ง เมืองต่ำ ศีขรภูมิ สระกำแพงใหญ่ กับการท่องเที่ยววัดพูของลาว และเขาพระวิหาร นครวัด ของกัมพูชา

8.2.1 ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน และเป็นประตูสู่ลาวใต้

ท่องเที่ยว คอนพะเพ็ง ไนแองการ่าแห่งเอเชีย วัดพู ปราสาทของมรดกโลก และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางรถยนต์กับจังหวัดเสียมเรียบประเทศกัมพูชา ชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลก นครวัด ผ่านช่องสะงำ จังหวัดศรีสะเกษ

8.2.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวสามฝ่าย ไทย ลาว และกัมพูชา

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

8.2.3 การจัดกิจกรรม Activity Trip

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

8.2.4 กลยุทธ์การพัฒนาความร่วมมือประเทศเพื่อนบ้านกลยุทธ์การพัฒนาความพร้อมของประเทศเพื่อนบ้าน

8.3 การเชื่อมโยงเส้นทางไทย ลาว และเวียดนาม

8.3.1 อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง

เชื่อมโยงลาวไปหลวงพระบาง" นั้นเป็นอดีตราชธานีของอาณาจักรล้านช้าง อายุกว่า 1,200 ปี เป็นเมืองที่องค์การยูเนสโกขึ้นทะเบียนเป็นเมืองมรดกของ

นครเวียงจันทน์ เป็นเมืองหลวงของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือเรียกว่า สปป. ลาว ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำโขงด้านตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งตั้งอยู่ตรงข้ามของอำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคายของไทยเมืองหลวงรูปพระจันทร์เสี้ยวแห่งนี้ ยังคงไว้ความสงบ

วังเวียง หรือ กุ้ยหลิน แห่งเมืองลาว เป็นเมืองเล็กๆที่เงียบสงบอยู่ทางตอนเหนือของนครเวียงจันทน์ ห่างจากนครเวียงจันทน์ เพียง 160 กิโลเมตร ตามถนนหมายเลข 13

8.3.2 อุบลราชธานี - จำปาศักดิ์ - วัดพู - ดอนพะเพ็ง - หลี่ผี

แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จะประกอบไปด้วย

- น้ำตกตาดหลี่ผี, คอนพะเพ็ง, ชมทางรถไฟที่สร้างขึ้นในสมัยฝรั่งเศส อยู่ในพื้นที่เขตเมืองโขง แขวงจำปาสัก
- ชมตาดผาส้วม ที่เมืองบาจงเจริญสุข
- ชมตาดฟาน ซึ่งเป็นตาดที่สูงที่สุด ซึ่งถูกโอบล้อมด้วยธรรมชาติ ของป่าเขาลำเนาไพร ที่เมืองปากช่อง
- ชมธรรมชาติของชีวิตสัตว์ เช่น ช้างที่บ้าน พะโพ โดยอนุญาตให้นักท่องไพรทั้งหลาย ได้ขี่ช้างชมธรรมชาติ ที่เมืองปะทุมพร
- ชมเขื่อนผลิตไฟฟ้า ซึ่งเป็นแหล่งที่ สวยงามอีกแห่งหนึ่ง ที่น้ำตกเซเซ็ด และน้ำตกห้วยเหาะ เขตเมืองปากช่อง
- ชมวิวทิวทัศบริเวณท่าแพ ท่าข้ามแม่น้ำโขง ระหว่างเมืองเก่า กับเมืองปากเซ

แหล่งวัฒนธรรม แขวงจำปาสักมีแหล่ง อารยธรรมหลายแห่งด้วยกัน ประกอบ ด้วย

- วัดพู ซึ่งเป็นเมืองโบราณของจำปาสัก
- พูอาสา ที่เมืองปะทุมพร
- เรือนหินแกะสลัก ที่เมืองสุขุมา

งานบุญประเพณี

- งานบุญแข่งเรือออกพรรษา ที่เซโดม เมืองปากเซ แขวงจำปาสัก
- งานบุญนมัสกาล ประสาทหินวัดพู ชมพิธีแห่นางสีดา ประจำปี
- งานบุญนมัสกาลอุมิง เรือนหิน ที่เมืองปะทุมพร

อาหาร และของที่ระลึก

- ผลไม้ปลอดสารพิษ ที่เมืองปากช่อง เมืองบาจรงเจริญสุข
- ปิ้งไก่, ข้าวหลาม, ต้มไก่ใส่ไข่มดแดง ในงานบุญวัดพู
- อาหารปลาสดๆ ที่ดอนโขง และที่คอนพะเพ็ง เขตเมืองโขง
- สิ้นผ้าไหม โดยฝีมือชาวบ้านอันปราณีต และลือชื่อ ที่บ้านสะพ่าย เมืองชนะสมบูรณ์

8.3.3 มุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบาว – เคเซนท์ - ดองฮา - กวางตรี - เว้ - ดานัง

เส้นทางการบินต้นทุนต่ำจากกรุงเทพฯ ไปที่สนามบินจังหวัดขอนแก่นแล้วสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ตามเส้นทางเชื่อมตะวันออก ตะวันตก (Eest West Corridor) ไปสู่จังหวัดมุกดาหารซึ่งจะเชื่อมไปสู่เมืองสะหวันเขต สปป.ลาว และ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

เวียดนามเป็นประเทศหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามจำนวนมาก ประกอบกับมีประเพณีและวัฒนธรรมที่เก่าแก่สืบทอดมาถึงปัจจุบัน ทำให้เป็นที่สนใจของชาวต่างชาติ รัฐบาลเวียดนามพยายามที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปในเวียดนามเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

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

การท่องเที่ยวตามเส้นทาง East West Corridor และเส้นทางหมายเลข 9 หรือ หรือทาง หลวงหมายเลข 9 เป็นเส้นทางสำคัญที่ใช้เป็นทางเดินเข้าสู่เวียดนาม ตอนกลางใกล้ที่สุด

8.3.4 ไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์

สายการบินไทยแอร์เอเซียเปิดเส้นทางการบินกรุงเทพฯ-กรุงฮานอย

- กรุงฮานอย มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานโฮจิมินห์ พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง เจดีย์เสาเดี่ยว การแสดงหุ่นกระบอกน้ำพื้นเมือง และอ่าวฮาลองเบย์
- Do Son มีบ่อนการพนันขนาดใหญ่ อยู่บริเวณชายฝั่งทะเลเมืองไฮฟอง

8.4 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทย – ลาว และเวียดนาม

8.4.1 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยง เชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

8.4.2 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่เวียงจันทน์ วังเวียง และหลวงพระบาง พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์ ซึ่งควรให้มีรถโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุดรธานี ถึงนครเวียงจันทน์

8.4.3 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่นไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเว้ ฮอยอันเมืองมรดกโลก

8.4.4 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตูสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ สมรภูมิอเมริกันวัดโบราณ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ์

8.4.5 ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน และใช้ช่องเม็กเป็นประตูสู่ลาวใต้ การท่องเที่ยว คอนพะเพ็ง ในแองการ่าแห่งเอเชีย วัดพู ปราสาทขอมมรดกโลก และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางรถยนต์กับจังหวัดเสียมเรียบประเทศกัมพูชา ชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลก นครวัด ผ่านช่องสะงำ จังหวัดศรีสะเกษ

8.5 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว ไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้ (ยูนนาน)

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในพม่าที่น่าสนใจ ได้แก่

อาณาจักรพุกาม อันเป็นดินแดน อารยธรรมของโลก

เมืองหงสาวดี เป็นเมืองประวัติศาสตร์ สมัยพระเจ้า บุเรงนอง

เมืองย่างกุ้ง เป็นเมืองหลวงซึ่งมี เจดีย์ชเวดากองอันยิ่งใหญ่

เมือง มัณฑะเลย์ เป็นเมืองหลวงเก่าที่มีเสน่ห์

เมือง มินกุน เป็นเมืองที่มีเจดีย์และระฆังยักษ์

จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ ได้แก่ พม่า และลาว นอกจากนี้ยังมีพรมแดนใกล้ชิดกับมณฑลยูนนานสาธารณรัฐประชาชนจีน จังหวัดจึงมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการติดต่อระหว่างเชียงใหม่ - เชียงราย - เชียงตุง - เชียงรุ้ง - หลวงพระบาง

นอกจากเส้นทางการคมนาคมทางบกแล้ว จังหวัดเชียงรายยังมีความพร้อมในด้านเส้นทางคมนาคม ทางอากาศ และทางน้ำ โดยขณะนี้จังหวัดได้มีท่าอากาศยานสากลและมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการและพร้อมจะรองรับเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่จากต่างประเทศเพื่อเชื่อมต่อไปยังเชียงตุง โดยเครื่องบินขนาดเล็กต่อไป

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

เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ได้รับการพัฒนาให้พร้อมทางด้านท่าเทียบเรือ ความสะดวกในการประกอบพิธีการเข้าเมือง และความปลอดภัย หากมีการพักค้างคืนระหว่างการเดินทางแล้วการติดต่อทางน้ำจะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งมากที่สุด

8.5.1 เส้นทาง เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง – เมืองลา (ต้าลั้ว) – เชียงรุ้ง (สิบสองปันนา) การเชื่อมทางทรัพยากรการท่องเที่ยวทางบก

โครงข่ายเส้นทาง แนวเหนือ-ใต้ (North South Corridor) เส้นทางเชื่อมโยง ไทย-พม่า-จีน

ระยะทาง เชียงรุ้ง (จีน) – เมืองลา (พม่า) ระยะทาง 131 กม.

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

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

8.5.2 เส้นทางอำเภอเชียงของ ห้วยทราย หลวงน้ำทา - บ่อเต้น (ชายแดนลาว - จีน) เมืองลา (จีน) เชียงรุ้ง (จินหง สิบสองปันนา) เดินทางโดยรถยนต์ผ่านทางอำเภอเชียงของ

ข้ามแม่น้ำโขง สู่เมืองห้วยทรายไปตามเส้นทางสู่ เมืองหลวงน้ำทา ในสารธารณรัฐประชาชนลาว ผ่านเมืองลา ไปสิ้นสุดที่เมืองจิงหง ประเทศจีน

8.5.3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำเชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง ทางแม่น้ำโขงหรือแม่น้ำลานช้างที่อยู่ในประเทศจีน ช่วงที่สามารถเดินเรือได้มีระยะทาง 260 กิโลเมตร มีเมืองท่าที่สำคัญคือ เมืองท่าซื่อเหมา และเมืองท่าจินหง (เชียงรุ้ง)

8.5.4 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง

8.6 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้

จากการสำรวจเส้นทางและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือ ควรใช้เส้นทางเพื่อเชื่อม ไทย พม่า และจีนตอนใต้ การเปิดเส้นทางเป็นสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่ง ด้วยการใช้ ศักยภาพของเชียงรายที่เหนือกว่าในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอันเนื่องจาก

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

8.6.2 ศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวสูง

8.6.2.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพียงพอต่อการส่งเสริม โดยมีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและวัฒนธรรม

8.6.2.2 ความได้เปรียบในเชิงบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการให้บริการและจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

8.6.2.3 เชียงรายมีสถานที่พักที่ได้มาตรฐานพอเพียงที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในราคาที่เหมาะสม

8.6.2.4 นอกจากนี้เชียงรายยังเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอแม่สาย

8.6.3 ความได้เปรียบในด้านการคมนาคมที่ถึงพร้อม

8.6.3.1 การคมนาคมทางบก เส้นทางในไทยมีความพร้อม ทีจะรับการขยายตัวในอนาคตได้มากกว่า อีกทั้งยังเป็นจุดที่สามารถเชื่อมกับถนนที่เชื่อมต่อกับประเทศพม่า ลาว และจีนได้สะดวก หากถนนในส่วนของประเทศเหล่านี้ได้รับการพัฒนาเมืองเชียงรายจะกลายเป็นจุดผ่านที่สำคัญของทั้งสินค้า และนักเดินทาง

8.6.3.2 การคมนาคมทางอากาศ ปัจจุบันสนามบินเชียงรายได้รับการปรับปรุงให้เป็นสนามบินนานาชาติ และมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการทุกวัน มีเที่ยวบินติดต่อได้ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศพม่า ลาว และจีนตอนใต้

8.6.3.3 การคมนาคมทางน้ำ โดยการล่องเรือทางลำน้ำโขง แม้ในปัจจุบันยังไม่คุ้มต่อการเดินเรือ เนื่องจากต้องใช้เรือขนาดเล็ก แต่หากได้รับการพัฒนาจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยว และ ขนถ่ายสินค้าที่สำคัญ

8.6.3.4 พิธีการทางศุลกากรที่ง่ายกว่า เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน

8.6.3.5 ความปลอดภัยในการพักค้างคืนก่อนท่องเที่ยวในพื้นที่สนใจสูง ทำให้การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวในฝั่งพม่า และลาวพักในเมืองเชียงราย ดูจะเป็นสิ่งที่ดีกว่าในสายตานักท่องเที่ยว

9. โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวของไทย

จากสถานการณ์และแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และหาแนวทางเร่งอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการขนส่งทางอากาศ ของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย สู่ประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านอันได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า จีนตอนใต้ และเวียดนาม ด้วยภาพความเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวจากการใช้การเชื่อมโยงของสายการบินต้นทุนต่ำ

DRAFT

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ

บทคัดย่อ (1)

Abstract (3)

สรุปสำหรับผู้บริหาร (5)

สารบัญ (17)

สารบัญตาราง (22)

สารบัญรูป (29)

บทที่ 1 บทนำ 1

ความสำคัญของปัญหา 1

เป้าหมายการวิจัย 5

วัตถุประสงค์ในการวิจัย 5

แนวคิดในการดำเนินงานวิจัย 7

วิธีดำเนินการวิจัย 8

บทที่ 2 สายการบินต้นทุนต่ำไทยและประเทศเพื่อนบ้าน 20

ความเป็นมา 20

สายการบินต้นทุนต่ำและเส้นทางการบินที่เปิดในประเทศไทย 25

การเปิดเส้นทางการบินต้นทุนต่ำ 31

การแข่งขันในธุรกิจการบิน 32

ประเทศเพื่อนบ้าน 34

การเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านของชาวไทย และชาวต่างประเทศ 54

ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน 61

บทที่ 3 การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลังการมีธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ 62

การวิเคราะห์ผลกระทบตลาดการท่องเที่ยวประเทศไทย 65

ผลกระทบธุรกิจนำเที่ยว ผลกระทบธุรกิจโรงแรม ที่พัก 70

DPU

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจโรงแรม	78
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้าหลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำ	80
สิ่งที่ต้องการเสนอแนะให้รัฐและหรือการท่องเที่ยวดำเนินการ	81
ผลกระทบต่อการขนส่ง	81
ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบหลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำ	83
บทที่ 4 คุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ	89
วิธีการประเมินคุณภาพบริการ	89
คุณภาพบริการจะพิจารณา 4 ด้านใหญ่	90
มาตรการด้านความปลอดภัยของสายการบิน	91
ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพบริการสายการบินต้นทุนต่ำ	93
การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของสายการบินต้นทุนต่ำ	107
ข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณภาพการบริการผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ	107
บทที่ 5 การสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย	108
วัตถุประสงค์ของการสำรวจ	108
วิธีการสำรวจ	108
ผลการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจ	112
ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทย	127
การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	157
การประเมินคุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน	162
ข้อเสนอแนะจากการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำไทย	163
บทที่ 6 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย กัมพูชา และลาวใต้	164
การเชื่อมโยงประเทศไทยและกัมพูชาทางการบิน	165
การขนส่งทางบกระหว่างไทยกับกัมพูชา	167

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ทางขนส่งทางรถไฟ	167
การขนส่งทางถนน	167
การท่องเที่ยวกัมพูชาผ่านทางจังหวัดชายแดนประเทศไทย	169
การท่องเที่ยวอุบลราชธานี – จำปาศักดิ์ (วัดพู – คอนพะเพ็ง – หลี่ผี)	175
ลาวตอนใต้ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	176
ข้อเสนอเพื่อพิจารณาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กัมพูชา และ ลาวตอนใต้	181
บทที่ 7 การเชื่อมโยงเส้นทางไทย ลาว และเวียดนาม	184
อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง	185
เชื่อมโยงไทย – ลาว – เวียดนาม (ขอนแก่น – มุกดาหาร – สะหวันเขต – ลาวบาว – เคเซนท์ – ดองฮา – กวางตรี – เว้ – ดานัง	191
การท่องเที่ยวไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์	201
ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทย – ลาว และเวียดนาม	204
บทที่ 8 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้ (เชียงรุ้ง)	205
เส้นทางการท่องเที่ยวเชียงราย พม่า ลาว จีน (เชียงรุ้ง)	205
การท่องเที่ยวพม่า	220
การคมนาคมการขนส่งของพม่า	221
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้	225
การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมเส้นทางผ่านพม่า และการส่งเสริมโดย เชื่อมเส้นทางผ่านลาว	227
บทที่ 9 การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย อุดรธานี และอุบลราชธานี : จังหวัดศูนย์การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน	228
เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	229
เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	240
เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี	254
ข้อเสนอแนวทางในการพัฒนากิจกรรมด้านการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดน	273

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 10 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	275
เป้าหมายการวิจัยและวัตถุประสงค์	275
วิธีดำเนินการวิจัย	275
สายการบินต้นทุนต่ำไทยและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน	276
การแข่งขันในธุรกิจการบิน	277
ประเทศเพื่อนบ้าน	278
ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน	278
แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่เป็นศูนย์การบินต้นทุนต่ำ : สิงคโปร์ และมาเลเซีย	279
การใช้บริการในอนาคตของผู้โดยสารในอัตราสูง	280
การแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ	280
คุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ	281
ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์ SWOT คุณภาพบริการ	282
ข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณภาพการบริการผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ	282
การสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย	283
ข้อเสนอแนะจากการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำไทย	283
การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย กัมพูชา และลาวตอนใต้	284
ข้อเสนอเพื่อพิจารณาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กัมพูชา และลาวใต้	284
การเชื่อมโยงเส้นทางไทย ลาว และเวียดนาม	286
ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทย – ลาว และเวียดนาม	288
การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว ไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้ (ยูนนาน)	288

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้	290
โอกาสทางการตลาดการเป็นประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้านหรือการเป็นศูนย์การท่องเที่ยวและศูนย์กลางทางการบินระหว่างภูมิภาค	292

ภาคผนวก

DRU

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1-1	สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติในอาเซียน	2
1-2	Top 10 tourist market at Bangkok Air [January-July] 2003,2004	4
1-3	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว	9
1-4	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน	11
1-5	ปัจจัยหลักของคุณภาพบริการของสายการบิน	12
2-1	Arrivals to Combodia January to October	36
2-2	Top 10 tourist Markets to Laos January – October	46
2-3	จำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าเวียดนาม ปี 2547	53
2-4	จำนวนและร้อยละของการเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน (ชาวไทย)	54
2-5	เมืองที่ได้ไปชมในประเทศเพื่อนบ้าน	55
2-6	ร้อยละของประสบการณ์การเดินทางในประเทศไทยเพื่อนบ้าน (ชาวไทย)	55
2-7	ร้อยละของความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย(ชาวไทย)	56
2-8	ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของชาวไทยในการท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวไทย	57
2-9	จำนวน และร้อยละ ของเมืองที่ได้การเดินทางและท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวต่างประเทศ)	57
2-10	จำนวน และร้อยละ ของเมืองที่ได้การเดินทางและท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน (ชาวต่างประเทศ)	58
2-11	ร้อยละของประสบการณ์การเดินทาง (ชาวต่างประเทศ)	59
2-12	ร้อยละของความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวต่างประเทศ)	59
2-13	ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวต่างประเทศ)	60
3-1	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย แยกตามสัญชาติ	66
3-2	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย แยกตามประเภทการเดินทาง	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
3-3	ค่าพยากรณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ และมาเลเซีย	69
3-4	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามประเภทของกิจการท่องเที่ยว	71
3-5	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามประเภทของการจัดนำเที่ยว	71
3-6	ร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้า	71
3-7	ร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามลักษณะตลาดของกลุ่มลูกค้า	72
3-8	ร้อยละของความนิยมของลูกค้าจำแนกตามประเภทการท่องเที่ยว	73
3-9	ร้อยละของพาหนะที่ใช้บริการนำเที่ยวให้ลูกค้า	73
3-10	ร้อยละของสาเหตุที่เลือกใช้พาหนะบริการนำเที่ยวให้ลูกค้า	74
3-11	ร้อยละของประเภทพาหนะที่ใช้บริการลูกค้าจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้	74
3-12	ร้อยละของการเลือกใช้สายการบินเพื่อใช้บริการลูกค้า	75
3-13	ร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบิน	75
3-14	ร้อยละของสายการบินที่ใช้บริการลูกค้าจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้	76
3-15	ร้อยละของธุรกิจนำเที่ยวของท่านร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ และโรงแรมที่ใช้บริการมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Campaign) ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ	76
3-16	ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำจัดแพคเก็จร่วมกับธุรกิจนำเที่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับต่าง ๆ	77
3-17	ร้อยละ ค่าเฉลี่ย S.D. และลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว	78
3-18	ร้อยละ ค่าเฉลี่ย S.D. และลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรม	79
3-19	ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับความคิดเห็นที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงกลุ่มลูกค้าหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ	80
3-20	ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับของสิ่งที่ต้องการเสนอแนะให้รัฐและหรือการท่องเที่ยวดำเนินการ	81
3-21	เส้นทางการเดินรถและสายการบินที่ให้บริการสู่จุดหมายปลายทางเดียวกัน	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
3-22	เปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารและระยะเวลาเดินทางของการขนส่งผู้โดยสารประเภทต่างๆ	86
4-1	ร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	93
4-2	ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของชาวไทยที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน	93
4-3	ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของต่างประเทศที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน	94
4-4	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการที่ได้รับ จำแนกตามสายการบิน	95
4-5	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำตามทัศนะของชาวไทย จำแนกตามสายการบิน	101
4-6	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำตามทัศนะของชาวต่างประเทศ จำแนกตามสายการบิน	103
4-7	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของสายการบินทั้ง 3 แห่ง	105
4-8	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพบริการของสายการบินทั้ง 3 แห่ง	106
5-1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้โดยสารชาวต่างประเทศจำแนกตามถิ่นพำนัก	109
5-2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้โดยสารชาวไทยจำแนกตามถิ่นพำนัก	110
5-3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย จำแนกตามคุณลักษณะ	112
5-4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ จำแนกตามคุณลักษณะ	115
5-5	จำนวนและร้อยละของสื่อโฆษณาที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ	117
5-6	จำนวนและร้อยละของแหล่งที่ซื้อตั๋วโดยสารและสำรองที่นั่ง	118
5-7	จำนวนและร้อยละระยะเวลาการซื้อตั๋วโดยสารหรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทาง	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
5-8	จำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการเดินทาง	119
5-9	จำนวนและร้อยละลักษณะการเดินทางโดยสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ	119
5-10	จำนวนและร้อยละความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ	120
5-11	จำนวนและร้อยละความถี่ของการใช้บริการสายการบินหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ	120
5-12	จำนวนและร้อยละการเดินทางก่อนมีสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ	121
5-13	จำนวนและร้อยละความต้องการใช้บริการสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำในอนาคต	121
5-14	จำนวนและร้อยละสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	122
5-15	จำนวนและร้อยละสื่อโฆษณาที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน	122
5-16	จำนวนและร้อยละการซื้อตั๋วโดยสารและ สำรองที่นั่ง	123
5-17	จำนวนและร้อยละระยะเวลาการซื้อตั๋วโดยสารหรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทาง	123
5-18	จำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการเดินทาง	124
5-19	จำนวนและร้อยละลักษณะการเดินทางโดยสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ	124
5-20	จำนวนและร้อยละความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนและหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ	125
5-21	จำนวนและร้อยละการเดินทางก่อนมีสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ	125
5-22	จำนวนและร้อยละความต้องการใช้บริการสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำในอนาคต	126
5-23	จำนวนและร้อยละสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	126
5-24	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
5-25	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อราคาบัตรโดยสารของสายการบิน ต้นทุนต่ำ	129
5-26	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสำรองที่นั่งของสายการบิน ผ่านเคาน์เตอร์ขายตั๋ว , Web Site และตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร	130
5-27	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน	130
5-28	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจชาวไทยจำแนกตามเพศ	131
5-29	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของชาวไทยจำแนกตามอายุ	132
5-30	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของชาวไทยจำแนกตามอาชีพ	137
5-31	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของชาวไทยจำแนกตามรายได้	146
5-32	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของชาวไทยจำแนกตามการศึกษา	151
5-33	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	157
5-34	แสดงค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวต่างประเทศ จำแนกตามลักษณะทางประชากร	159
5-35	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อราคาตั๋วโดยสารของสายการบิน ต้นทุนต่ำ	161
5-36	แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสำรองที่นั่งของสายการบิน ผ่านเคาน์เตอร์ขายตั๋ว , Web Site และตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสาร	162
6-1	การวิเคราะห์การเชื่อมโยงเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา	169
6-2	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดสระแก้วในการเป็นประตูสู่กัมพูชา	174
6-3	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานีในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและประตูสู่ลาวใต้	179

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
6-4	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดศรีสะเกษในการเป็นประตูสู่กัมพูชา	180
7-1	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุดรธานีในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว	187
7-2	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดหนองคายในการเป็นประตูสู่ลาว	188
7-3	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดขอนแก่น เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว	199
7-4	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดมุกดาหาร เป็นประตูสู่ลาวและเวียดนาม	200
8-1	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดเชียงราย ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว	219
9-1	ราคาเฉลี่ยรวมภาษีและค่าชดเชยราคาน้ำมันเชื้อเพลิงของเส้นทางสายการบินต้นทุนต่ำ ช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2548 สายการบิน เส้นทาง ราคาเฉลี่ยโลว์คอสต์แอร์ไลน์ในไทย ของการบินไทย(นกแอร์) – โอเรียนไทยฯ - ไทยแอร์เอเชีย	228
9-2	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร (One Stop Service Center)	232
9-3	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ	233
9-4	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด หรือที่เรียกว่า “สี่เหลี่ยมวัฒนธรรมล้านนา”)	236
9-5	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season	237
9-6	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน	237

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
9-7	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดเชียงรายในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว	238
9-8	สถิติเที่ยวบินและจำนวนผู้โดยสารขึ้น - ลง	243
9-9	กลยุทธ์: การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร (One Stop Service Center)	247
9-10	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ	248
9-11	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด	250
9-12	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season	251
9-13	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน	251
9-14	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุดรธานี การเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว	253
9-15	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร (One Stop Service Center)	264
9-16	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ	266
9-17	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด	268
9-18	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season	269
9-19	กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน	269
9-20	การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและประตูสู่ลาวใต้	270

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
2-1	เส้นทางการบินของไทยแอร์เอเชีย ปี 2549	29
2-2	เส้นทางการบินของนกแอร์ ปี 2549	31
2-3	เปรียบเทียบสถานการณ์ทางการตลาดของ วันทูโก ไทยแอร์เอเชีย และนกแอร์	33
2-4	แผนที่ของราชอาณาจักรกัมพูชา	35
2-5	แผนที่ประเทศ สหภาพพม่า	38
2-6	แผนที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	47
2-7	แผนที่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	51
3-1	เส้นทางการบินแอร์เอเชีย มาเลเซีย ไทย และอินโดนีเซีย	63
3-2	เส้นทางการบินไทเกอร์แอร์ของประเทศสิงคโปร์ที่เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน	64
3-3	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวอิสระตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง	84
3-4	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวมาเป็นคณะตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง	84
3-5	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทยตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง	85
3-6	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง	85
5-1	แสดงสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของการท่าอากาศยาน	162
6-1	เส้นทางการบินของสายการบินกัมพูชา Royal Khmer Airlines	166
6-2	เส้นทางคมนาคมขนส่งทางถนนที่สำคัญ	168
6-3	เส้นทางการท่องเที่ยวไทย-กัมพูชา	170
6-4	วงจรการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา ตามเส้นทางวัฒนธรรมขอม	172
6-5	แผนที่เส้นทางการเชื่อมโยงจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา-ลาวใต้	173
6-6	เส้นทางการบิน อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน ศรีสะเกษเป็นประตูสู่กัมพูชา	175
6-7	แผนที่ท่องเที่ยวลาวตอนใต้	178

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่		หน้า
7-1	เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ – อุดรธานี , กรุงเทพฯ - เวียงจันทน์	185
7-2	เส้นทางการบินของสายการบินลาว	189
7-3	เส้นทางการบิน ขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบิน มุกดาหารเป็นประตูสู่ลาว เวียดนาม	191
7-4	แผนที่เส้นทาง East – West – Corridor มุกดาหาร ลาวบาว ดองฮา ดานัง (เวียดนาม)	192
7-5	เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ - ฮานอย	201
7-6	เส้นทางการบินสายการบินแห่งชาติเวียดนาม	203
8-1	เส้นทางการบิน เชียงรายเป็นศูนย์การท่องเที่ยวลำน้ำโขง จีน ลาว	207
8-2	เส้นทางการบิน เชียงรายประตูสู่พม่า ลาว จีนตอนใต้ (การเดินทางโดยรถยนต์)	211
8-3	เส้นทางการบิน เชียงรายประตูสู่พม่า ลาว จีนตอนใต้ (การเดินทางโดยรถยนต์และเรือ)	215
8-4	เส้นทางการบิน เชียงราย – เชียงของ – บ่อแก้ว – หลวงพระบาง	217
8-5	เส้นทางการบินพม่า Myanmar Airways International	221
8-6	เส้นทางการบินในประเทศพม่าและไทย สายการบินแอร์มัณฑเลย์	223
8-7	เส้นทางการบินในประเทศ สายการบินย่างกุ้งแอร์เวย์	224
9-1	เส้นทางการบินต้นทุนต่ำที่สนามบินนานาชาติจังหวัดเชียงราย	229
9-2	การอาณาเขตของจังหวัดเชียงราย	230
9-3	เส้นทางการบิน สนามบินจังหวัดอุบลราชธานี , กรุงเทพฯ - เวียงจันทน์	240
9-4	แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	241
9-5	เส้นทางการท่องเที่ยวอุบลราชธานี – กัมพูชา เสียมเรียบ ลาว จำปาศักดิ์	254
9-6	อาณาเขตจังหวัดอุบลราชธานี	255
10-1	จังหวัดเชียงรายประตูสู่พม่า ลาว และจีนตอนใต้	292
10-2	ศักยภาพจังหวัดอุดรธานีกับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว	293
10-3	ศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานีกับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว	293

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก้าวเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมที่ดีของประเทศให้เผยแพร่ปรากฏให้เห็นแก่ชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่บัญชีเดินสะพัดและดุลการชำระเงินของประเทศอยู่ในอันดับต้น ๆ ของประเทศ ในช่วงปี 2544-2547 มีรายได้จากการท่องเที่ยวเสมือนว่าการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของประเทศที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้กว่าปีละ 300,000 ล้านบาท และมีส่วนช่วยกระตุ้นการผลิตสินค้าและบริการในสาขาที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ อีกด้วย

เป้าหมายตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยปี 2548 ซึ่งมีการวางรากฐานประเทศไทยไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia ซึ่งมีเป้าหมายทางการตลาดต่างประเทศ 13.38 ล้านคน อัตราเพิ่มร้อยละ 11.50 รายได้ 450,000 ล้านบาท อัตราเพิ่มร้อยละ 17.19 และตลาดในประเทศ 76.25 ล้าน Trips อัตราเพิ่มร้อยละ 2.65 รายได้หมุนเวียน 347,300 ล้านบาท อัตราเพิ่มร้อยละ 7.67 โดยมีกลุ่มเป้าหมายเชิงภูมิศาสตร์ในการเร่งการเติบโต ในกลุ่มตลาด ญี่ปุ่น จีน เกาหลี ฮ่องกง ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย อินโดจีน นิวซีแลนด์ อังกฤษ อิตาลี รัสเซีย สเปน ฟินแลนด์ เยอรมัน ฝรั่งเศส สวิสเซอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา ถึงแม้ว่าตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอาเซียนนั้นชะลอตัวลงเล็กน้อยทุกประเทศ อันเกิดจากสงครามอิรัก ปัญหาโรคซาร์ ปัญหาไข้หวัดนก อย่างไรก็ดีสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศไทย สิงคโปร์และมาเลเซีย ยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ในอันดับต้นของกลุ่มอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย 10,500,000 คน ไทย 9,703,000 คน สิงคโปร์ 6,125,480 คน รวม 26,328,480 คน เป็นร้อยละ 70.22 ของกลุ่ม ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะทำให้อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นไปตามเป้าหมายทางการตลาดของประเทศไทยที่ตั้งเอาไว้

ตารางที่ 1-1 สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติในอาเซียน

สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติในอาเซียน			
Member Countries	**2003***	**2002**	**+ / -**
บรูไน	1,057,348	1,116,925	(5.33)
กัมพูชา	701,014	786,524	(10.87)
อินโดนีเซีย	4,400,000	4,913,835	(10.46)
ลาว	465,470	735,662	(36.73)
มาเลเซีย	**10,500,000**	**13,292,010**	**(21.01)**
พม่า	205,610	217,212	(5.34)
ฟิลิปปินส์	1,907,226	1,932,677	(1.32)
สิงคโปร์	**6,125,480**	**7,567,110**	**(19.05)**
ไทย	**9,703,000**	**10,799,067**	**(10.15)**
เวียดนาม	2,428,735	2,627,988	(7.58)
รวม	37,493,883	43,989,010	(14.77)

ที่มา : เอกสารการประชุมของกรมเอเชียตะวันออก กระทรวงต่างประเทศ

ความสำคัญของธุรกิจสายการบินที่มีต่อการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต้องอาศัยการลำเลียงขนส่งเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารหรือนักท่องเที่ยวจากสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพำนักอาศัยเป็นการชั่วคราวหรือเพื่อพักผ่อนหรือประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ รวมทั้งเพื่อความผ่อนคลาย ธุรกิจการคมนาคมและขนส่งจึงเป็นธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงนอกเหนือจากธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจการคมนาคมและขนส่งไม่ว่าจะเป็นการขนส่งทางบก ทางน้ำ หรืออากาศ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามจำนวนของนักท่องเที่ยวในแต่ละปี จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจการคมนาคมและขนส่งกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาอาศัยกัน โดยเฉพาะการเดินทางระหว่างประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องอาศัยธุรกิจการขนส่งทางอากาศหรือธุรกิจการบินอย่างมิอาจหลีกเลี่ยงได้ เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโต

ขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้เกิดการเดินทางมากขึ้น และก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการขนส่งทางอากาศที่ต้องอาศัยอุตสาหกรรมหรือธุรกิจการบินเพื่อขนส่งนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งมีความสำคัญต่อการนำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศมาสู่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง ดังนั้น ถ้าหากธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวมากเท่าใด ย่อมส่งผลต่อการส่งเสริมโอกาสการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ปัจจุบันจากนโยบายของภาครัฐที่กำหนดให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสร้างรายได้แก่ประเทศ การจะบรรลุเป้าหมายได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยธุรกิจสายการบินเป็นเครื่องมือสนับสนุน เนื่องจากอุตสาหกรรมทั้ง 2 ประเภทมีความสัมพันธ์กันในทางเดียวกัน การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการ ท่องเที่ยวเป็นผลจากการขยายตัวของจำนวนนัก ท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย และผลจากการขยายตัวของธุรกิจสายการบินรัฐบาลจึงมีนโยบายที่จะใช้ธุรกิจสายการบินเป็นกลไกในการส่งเสริมและกระตุ้นการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วยแต่ทั้งนี้ควรพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจมีต่อกิจการธุรกิจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

อุตสาหกรรมการบินเป็นกิจการสาธารณูปโภคจะต้องให้มีบริการที่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะใช้บริการ การเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Skies) ให้มีการแข่งขันธุรกิจที่ประกอบกิจการเชื่อมโยงการบินในภูมิภาค (Regional Air Linkage) และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ ประเทศในอาเซียนคือไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ที่มีเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำอยู่หลายบริษัท และการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคจากการดำเนินนโยบายรวมตัวกันของบริษัท มาเป็นการแข่งขันกันในด้านราคา ทำให้เกิดอรรถประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวหลายรูปแบบ คือ อรรถประโยชน์ทางสถานที่ (Place Utility)นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ต่างๆด้วยต้นทุนที่ต่ำลง และอรรถประโยชน์ทางเวลา (Time Utility)นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น

การแข่งขันของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

การแข่งขันของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำกับการขนส่งทางรถไฟและรถทัวร์ในเส้นทางหรือจุดหมายปลายทางเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งเป็นการแข่งขันทางอ้อม เพราะการขนส่งแต่ละประเภทมีบริการที่แตกต่างกัน คือระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง คุณภาพการขนส่ง อุปกรณ์ที่ใช้ในการขนส่ง และค่าโดยสารต่างกัน ดังนั้นเมื่อธุรกิจสายการบินใช้วิธีแข่งกันลดราคาเพื่อเปิดตลาดกลุ่ม

ใหม่ย่อมดึงดูดผู้โดยสารจากการขนส่งประเภทอื่นให้เปลี่ยนมาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เพราะบริการของธุรกิจการบินสามารถสร้างอรรถประโยชน์ในด้านความสะดวก ความรวดเร็ว และประหยัดเวลาในการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวของทั้ง 3 ประเทศ จากร้อยละ 70 ถึง 80 ของผู้โดยสารทางการบินต่าง ๆ เป็นนักท่องเที่ยวหรือเดินทางเพื่อจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการแข่งขันของธุรกิจการบิน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อตลาดการท่องเที่ยว ทั้งผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการ กลยุทธ์กำหนดราคาค่าโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ธุรกิจ การบินใช้ในการแข่งขันในปัจจุบัน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการบินอื่น ๆ ต้อง ปรับราคาเพื่อมิให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้บริการของสายการบินของคู่แข่ง ผลกระทบจากธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่ใช้ราคาเป็นจุดขายแก่ผู้ใช้บริการผลกระทบในอุตสาหกรรมของธุรกิจสายการบินเองและผลกระทบที่เกิดกับตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทย สิงคโปร์ และมาเลเซียย่อมเกิดขึ้น ทั้งส่วนที่เป็นผลดีกับตลาดและผลเสียกับตลาดการท่องเที่ยว สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนก็คือทางด้านราคาที่ธุรกิจสายการบินได้จัดโปรโมชั่น จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในช่วงเดือน มกราคม ถึง เดือน กรกฎาคม 2547 เปรียบเทียบกับปี 2546 ร้อยละ25.75 และนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์เดินทางเข้าประเทศไทยช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มถึงร้อยละ43.99

ตารางที่ 1-2 Top 10 tourist market at Bangkok Air [January-July] 2003,2004

ประเภท	2004	Share %	2003	Share %	Change %
ญี่ปุ่น	539,144	11.89	459,936	12.74	+17.32
เกาหลี	378,797	8.35	301,212	8.35	+25.76
จีน	364,948	8.05	256,968	7.13	+42.02
อังกฤษ	326,916	7.21	283,579	7.86	+15.28
สหรัฐอเมริกา	310,244	6.84	238,988	6.63	+29.82
สิงคโปร์	**220,205**	**4.86**	**152,933**	**4.24**	**+43.99**
ฮ่องกง	218,033	4.81	201,334	5058	+8.29
ไต้หวัน	213,283	4.70	176,693	4.90	+20.71
เยอรมันนี	191,185	4.22	167,589	4.65	+14.08
อินเดีย	171,374	3.78	117,245	3.25	+46.17
รวมทั้งหมด	**4,534,863**	**100**	**3,606,282**	**100**	**+25.75**

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

ลักษณะตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเป็นธุรกิจที่อยู่ในตลาดผู้ขายน้อยราย การดำเนินนโยบายของธุรกิจทางด้านราคาเพื่อธุรกิจหนึ่งลดราคาธุรกิจอื่น ๆ ในตลาดจะรีบลดราคาลงตามทั้งนี้เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ถ้าธุรกิจในตลาดเหล่านี้ดำเนินนโยบายแข่งขันกันย่อมเกิดสงครามราคา (Price War) เมื่อเกิดสงครามราคาธุรกิจแต่ละรายพยายามตั้งราคาขายให้ต่ำเพื่อเพิ่มปริมาณการขายการทำราคาให้ต่ำและยังคงมีกำไรปกติ (Normal Profit) แล้วธุรกิจต้องลดต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำลง การลดต้นทุนย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการ ส่งผลต่อค่าจ้างแรงงาน และส่งผลต่อความพอใจส่วนเกินของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนของอุปสงค์ต่อเนื่องถึงอุปสงค์การซื้อสินค้าการท่องเที่ยวในตลาดการท่องเที่ยวส่งผลต่อกำไรส่วนเกินของธุรกิจซึ่งเป็นสิ่งที่คณะวิจัยสนใจศึกษาถึงผลกระทบทั้งที่เป็นผลดีต่อตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์และผลกระทบอื่น ๆ ที่มีต่อธุรกิจในตลาดการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม และเมืองเชียงรุ้ง มณฑลยูนนานในตอนใต้ของจีน

1.2 เป้าหมายการวิจัย

เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยการเชื่อมโยงของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยอันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศเพื่อนบ้านเพื่อการวางรากฐานประเทศไทยไปสู่การเป็น Tourism Capital of Asia

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

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

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

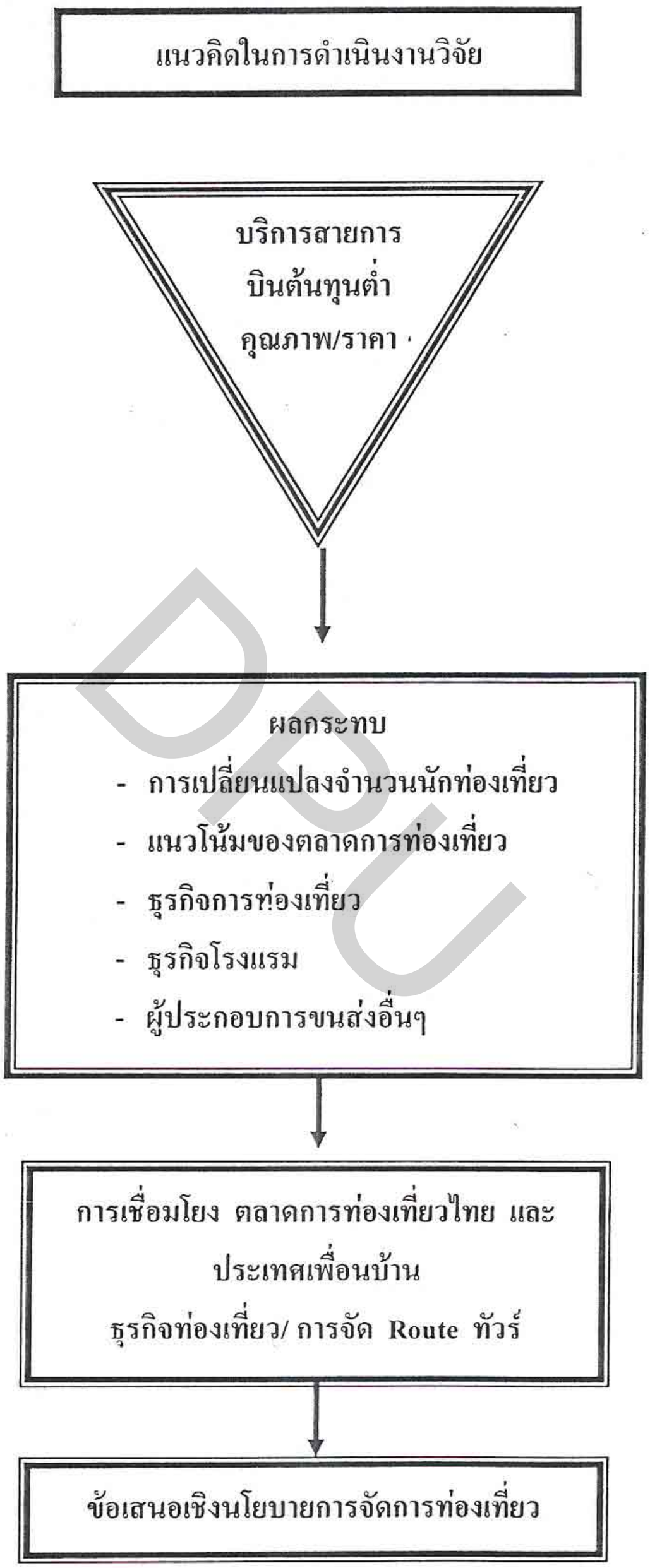
1.3.2 เพื่อวิเคราะห์ผลหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่มีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจรถทัวร์ และการรถไฟแห่งประเทศไทย

1.3.3 เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน อันได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัย

1.3.4 เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

DPU

1.4 แนวคิดในการดำเนินงานวิจัย



DRAFT

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จำแนกออกเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.5.1 การวิเคราะห์เส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำ และสถานการณ์ทางการตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ในประเทศไทย และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลก

ภาระงานในส่วนนี้จะครอบคลุมกิจกรรมการประมวลแผน และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศเพื่อนบ้านซึ่งประกอบด้วยศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว สถานการณ์ทางการตลาดและสภาวะการท่องเที่ยวหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ โดยการประมวลข้อมูลจากรายงานประจำปี รายงานสถิติของ ASEAN Statistical Yearbook , International Financial Statistics ,World Tourism Statistics การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการขนส่งทางอากาศ บริษัทท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย กรมอาเซียน กระทรวงต่างประเทศ รายงานสถิติ และสื่อประชาสัมพันธ์ด้านตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนกลยุทธ์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซียจากรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการสืบค้นจาก Web site ของธุรกิจสายการบินทุนต่ำในประเทศเพื่อนบ้าน

1.5.2 การศึกษาเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่มีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจการขนส่งอื่นๆ

1.5.2.1 การศึกษาผลของการเปิดบริการสายการบินต้นทุนต่ำและยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการบิน ท่าอากาศยาน และการท่องเที่ยวของประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซียซึ่งเป็นศูนย์การบินต้นทุนต่ำจากรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบินและการสืบค้นจาก Web site ของธุรกิจสายการบินทุนต่ำในประเทศเพื่อนบ้าน

1.5.2.2 ผลกระทบของการแข่งขันของธุรกิจสายการบินที่มีต่อนักท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจะทำการศึกษาจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากร ประกอบด้วยผู้บริหารและหรือผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจจองตั๋ว และธุรกิจโรงแรม

กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการ โดยจะทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Specified Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร/ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ตารางที่ 1-3 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

ประเภทของกิจการ	จำนวน
บริษัทนำเที่ยว	120
ธุรกิจจำหน่าย/จองตั๋วและที่พัก	30
โรงแรมที่พัก	30
รวม	**180**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด

1.5.2.2 การวิเคราะห์ผลกระทบตลาดการท่องเที่ยว

การศึกษาและวิเคราะห์ของส่วนนี้ จะเป็นการวิเคราะห์เพื่อให้สามารถสรุปแนวโน้มก่อนและหลังการมีสายการบินต้นทุนต่ำ ข้อมูลหลักที่จะนำมาพิจารณาในการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

- จำนวนผู้ใช้บริการกลุ่มเป้าหมาย
- อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนผู้โดยสาร(%)

อันดับแรกเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวและแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยว สำหรับวิธีการประมาณค่าแนวโน้มของอุปสงค์การท่องเที่ยวเพื่อนำค่าแนวโน้มที่ได้มาเปรียบเทียบกันระหว่างปีที่ก่อนและหลังการมีสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้สูตร

กรณี Linear Regression

$$D = aX - B$$

กรณี Quadratic Regression

$$D = aX^2 - bX + C$$

กรณี Cubic Regression

$$D = aX^3 - bX^2 + cX + d$$

โดยที่ B,C,d = ค่าคงที่

D = จำนวนผู้โดยสารปีที่พยากรณ์

a ,b = แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นแต่ละปี

X = Period = ปีที่ก่อนและหลังเปิดดำเนินการของสายการบินต้นทุนต่ำ

1.5.3 ผลกระทบธุรกิจท่องเที่ยว และการขนส่งแบบอื่นๆ

1.5.3.1 การศึกษาและวิเคราะห์ของส่วนนี้ จะเป็นการประมวลข้อมูลจากรายงานสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำมาผนวกในเชิงการวิเคราะห์เพื่อให้สามารถสรุปสัดส่วนของการเดินทางของนักท่องเที่ยวทางอากาศ ข้อมูลหลักที่จะนำมาพิจารณาในการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้ จำนวนผู้เดินทางโดยเครื่องบิน จำนวนผู้เดินทางโดยรถไฟ จำนวนผู้เดินทางโดยรถประจำทาง จำนวนผู้เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนการเดินทางแบบต่างๆ เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาหาค่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำ ถ้าส่วนแบ่งของจำนวนผู้เดินทางโดยเครื่องบินเปลี่ยนแปลงย่อมแสดงถึงผลของการมีสายการบินต้นทุนต่ำกระทบต่อส่วนแบ่งทางการตลาดการขนส่ง

ขนส่ง

1.5.3.2 การสัมภาษณ์ กลุ่มผู้บริหารและหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ประชากร ประกอบด้วยผู้บริหารและหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว(ที่พัก/สายการบิน/รถทัวร์/รถไฟ)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการ โดยจะทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Specified Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร/ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนักวิจัยเก็บข้อมูลผู้บริหารด้วยการสัมภาษณ์

1.5.4 การบริการของท่าอากาศยานในประเทศไทย

ภาระงานในส่วนนี้จะครอบคลุมกิจกรรม ดังนี้

1. การประมวลประเมินท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริการของผู้โดยสาร

2. พิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน รายละเอียดตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1-4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องคุณภาพการบริการ	ระดับคุณภาพ					ไม่มี
	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย	
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)
1) การตกแต่งสถานที่ ณ ท่าอากาศยานเหมาะสม สวยงาม 2) ความสะดวกสบายของที่พักผู้โดยสาร 3) อุปกรณ์ในการบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวก ทันสมัย 4) ความแออัด 5) ความรวดเร็วของบริการของสนามบิน 6) ความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย 7) อื่น ๆ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว						
รวม						

1.5.5 การประเมินคุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

ศึกษาเกี่ยวกับมาตรการตรวจสอบคุณภาพ ความปลอดภัยของสภาพเครื่องบิน นักบิน และระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ การศึกษาคุณภาพการขนส่งผู้โดยสารตามโครงการสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อรับทราบข้อมูลในทางปฏิบัติของโครงการเกี่ยวกับข้อปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสารในประเด็นระเบียบข้อบังคับที่สายการบินพึงปฏิบัติ คุณสมบัติของนักบิน คุณสมบัติของพนักงานต้อนรับ ระบบควบคุมคุณภาพเครื่องบิน และคุณภาพบริการ เมื่อได้ข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์คุณภาพบริการในด้านความสะดวกและปลอดภัยกับมาตรฐานที่บริษัทสายการบินกำหนดไว้และนำมาวิเคราะห์ข้อดีและข้อจำกัด (SWOT Analysis) ของการจัดบริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำจากนั้นนำมาสร้างเครื่องมือประเมินการให้ความสำคัญของผู้โดยสารในเรื่องคุณภาพการบริการแล้วถ่วงด้วย (ค่าน้ำหนัก)

ตารางที่ 1-5 ปัจจัยหลักของคุณภาพบริการของสายการบิน

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความสะดวกของการใช้บริการ					
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน					
ความปลอดภัยในการเดินทาง					
ความคุ้มค่าการใช้บริการ(ราคากับบริการที่ได้รับ)					

ข้อการพิจารณาในแต่ละด้าน

- ความสะดวก วัดจากสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการ
- ความรวดเร็ว/การตรงต่อเวลา เวลาที่ให้บริการที่ต้นทางและปลายทาง / ตรงต่อเวลา ณ จุดบริการ
- ความคุ้มค่า เปรียบเทียบราคากับคุณภาพในการให้บริการ
- ความปลอดภัย พิจารณาจากค่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของบริษัทการบินปกติ

การพิจารณาคุณภาพรวมได้จากค่าประเมินของคุณภาพบริการด้านต่าง ๆ ถ่วงน้ำหนักด้วยค่าความสำคัญในเรื่องคุณภาพของผู้โดยสารรวมกัน เป็นค่าคุณภาพรวม

1.5.6 การสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

การสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของนักทัศนาจรและนักท่องเที่ยว และผู้เดินทางมาประเทศไทยในด้านระยะทาง ระยะเวลาการพำนัก ความถี่ในการใช้บริการสายการบิน ประสบการณ์การมาประเทศไทย รวมทั้งความพึงพอใจในบริการ การรับรู้ และความสนใจในสินค้าไทย รวมทั้งการรับรู้และความสนใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ประชากร : กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้เดินทางเข้า/ออกประเทศไทย จำแนกกลุ่มตามถิ่นพำนักนักชาวต่างชาติและชาวไทย

$$n = \frac{N}{1 + d^2N} = 1{,}000{,}000/1+.05*.05[1{,}000{,}000]$$

$$= 400$$

n = จำนวนตัวอย่าง

d = ระดับนัยสำคัญ(0.05)ความเชื่อมั่น 95 %

N = ฐานลูกค้าของธุรกิจสายการบิน 1,000,000 คน (ข้อมูลสิ้นสุด ณ วันที่ 20 พฤศจิกายน 2547)

จากจำนวนผู้โดยสารตามฐานข้อมูลลูกค้าของธุรกิจสายการบินนำมาหาจำนวนผู้โดยสารโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ได้19,050 คนแล้วทำการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 ของจำนวนผู้โดยสารโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์19,050คนจำนวนรวม 993 คนและจัดแบ่งโดยโควต้าจำแนกผู้โดยสารชาวต่างประเทศและชาวไทยจำแนกตามถิ่นพำนัก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จากทบทวนวรรณกรรมด้านประกันคุณภาพแล้วนำมาสร้างเป็นตัวแปรและกรอบคำถาม ซึ่งประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด ทำการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (ชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สกว.) และนำมาแปลเป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีนและนำไปทดสอบใช้แบบสอบถาม (pre-test)

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนักวิจัยและผู้ช่วยเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว ด้วยการสัมภาษณ์โดยจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการประจำ ผู้ใช้ครั้งแรก และการใช้บริการในอนาคต และจะทำการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

ประเด็นในการศึกษา

1. พฤติกรรมการเดินทาง
   - 1.1 วัตถุประสงค์ของการเดินทาง
     - 1.1.1 การท่องเที่ยว
     - 1.1.2 การประชุม/ดูงาน/ติดต่อการค้า
     - 1.1.3 กลับบ้าน/เยี่ยมญาติ
   - 1.2 รูปแบบการเดินทาง
     - 1.2.1 ทัวร์เหมา (Package tour) ชื่อบริษัททัวร์.....
     - 1.2.2 เดินทางโดยอิสระ (F.I.T)

ชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.3 ปัจจัยเหตุของการใช้บริการของสายการบิน สะดวก ประหยัด ปลอดภัย

1.4 ความถี่ของการใช้บริการก่อนมี สายการบินต้นทุนต่ำ.....ครั้งต่อปี

1.5 ความถี่ของการใช้บริการหลังมี สายการบินต้นทุนต่ำ.....ครั้งต่อปี

1.6 เวลาที่ต้องการใช้

1.7 วันที่ต้องการใช้บริการ เสาร์ อาทิตย์ ฯลฯ

1.8 ความต้องการใช้บริการในอนาคต

2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ไปชมในประเทศไทย สิงคโปร์ และประเทศเพื่อนบ้าน

- กรุงเทพมหานครฯ(Bangkok) จังหวัดภูเก็ต หาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดอุบลราชธานี
- สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ อื่นๆ

3. พาหนะที่ใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

4. การให้ความสำคัญของผู้โดยสารในเรื่องคุณภาพการบริการ

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	มี					ไม่มี (0)
	มาก (5)	ค่อนข้างมาก (4)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างน้อย (2)	น้อย (1)	
ความสะดวกของการใช้บริการ						
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน						
การบริการบนเครื่องบิน						
ความปลอดภัยในการเดินทาง						

5. ถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว

- (เอเชียตะวันออก) จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เอเชียอื่นๆ
- (ยุโรป) ฝรั่งเศส อังกฤษ ยุโรปอื่นๆ
- อเมริกา เอเชียใต้ (โอซีเนีย) ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ตะวันออกกลาง และอัฟริกา

6. อาชีพ

7. สถานภาพการสมรส

- อื่นๆ

8. อายุ

9. ระดับการศึกษา

10. รายได้
11. ประสบการณ์การเดินทางมายังประเทศไทย ครั้งแรก ครั้งที่ 2 หรือมากกว่า
    - ระยะเวลาในการพำนัก
    - ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว/คน/วัน
    - ผลกระทบจากเหตุการณ์วิกฤต
12. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในไทย และประเทศเพื่อนบ้าน
13. ความพึงพอใจในการรับบริการของผู้โดยสาร

ความพึงพอใจ
ด้านบริการ
ด้านราคาตั๋วโดยสาร
ด้านการสำรองที่นั่ง
ด้านการส่งเสริมการขาย
อื่นๆ

14. ความสนใจในผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว

ความสนใจ
สถานที่มรดกโลก ประวัติศาสตร์
ความหลากหลายของธรรมชาติ
ศิลปวัฒนธรรม
กิจกรรม ผจญภัย กีฬา ประเพณี
แหล่งซื้อของ
อาหาร
สิ่งบันเทิงยามราตรี,คาสิโน
MICE

DPU

15. ความพึงพอใจในการมาประเทศไทย

การได้รับบริการ
ความรวดเร็วในการเดินทาง
การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่
ความซื่อสัตย์ร้านค้า
ความสะดวกสบายของที่พัก
ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน
ความสะอาดของบ้านเมือง
ความคุ้มค่าในการใช้จ่าย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการพรรณนาด้วยค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และค่าสถิติอื่นๆ ตามความเหมาะสม สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ใช้มาตรวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ	พอใจมากที่สุด	แทนด้วยค่า 5
ระดับ	พอใจมาก	แทนด้วยค่า 4
ระดับ	พอใจปานกลาง	แทนด้วยค่า 3
ระดับ	พอใจน้อย	แทนด้วยค่า 2
ระดับ	พอใจน้อยที่สุด	แทนด้วยค่า 1

วิธีวัดระดับความพึงพอใจจะพิจารณาจาก

(1) ร้อยละของนักท่องเที่ยว/พนักงานที่มีความพึงพอใจในแต่ละระดับ

(2) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว

(3) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจ

เกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจ

4.21 – 5.00	พอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	พอใจมาก
2.61 – 3.40	พอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	พอใจน้อย
1.00 - 1.80	พอใจน้อยที่สุด

1.5.7 การประเมิน SWOT

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

จุดแข็ง / จุดอ่อน

1) มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก

2) มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร

3) มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว และภัตตาคาร

4) เอกลักษณ์ของที่ระลึก มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ

5) มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ

โอกาส / อุปสรรค

1) นโยบายของรัฐส่งเสริม

2) มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว

3) สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ (ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)

4) สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ

5) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง

เกณฑ์การประเมินมีคะแนนเฉลี่ยแต่ละประเด็นเกิน 3.00 มีศักยภาพสูง (จุดแข็ง) โอกาสสูง มีคะแนนเฉลี่ยแต่ละประเด็นต่ำกว่า 3 มีศักยภาพไม่สูง (จุดอ่อน) โอกาสไม่สูง (อุปสรรค) ผู้ประเมิน 5 คน เป็นผู้ประเมิน ได้แก่ นักวิจัย 3 คน ประเมินจากสถานที่จริงแล้ว web site ของจังหวัดและธุรกิจนำเที่ยวของจังหวัด 1- 2 บริษัท และนายช่างแขวงของกรมทางหลวงหรือเจ้าพนักงานพาณิชย์ 1 - 2 คน ประเมินที่สถานที่จริง

1.5.8 การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดในประเด็นกลยุทธ์ 5 ประเด็นคือ

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดในการตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

3. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดและประเทศเพื่อนบ้าน

4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด ในการผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการและกิจกรรม ใช้มาตรวัดระดับความเป็นไปได้ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับเป็นไปได้มาก (มีประเด็นระบุไว้ในแผนฯจังหวัดมีโครงการและงานรองรับ)	แทนด้วยค่า 5
ระดับเป็นไปได้ค่อนข้างมาก (มีประเด็นระบุไว้ในแผนฯจังหวัดมีเป้าหมายมีโครงการ	แทนด้วยค่า 4
ระดับเป็นไปได้ปานกลาง (มีประเด็นระบุไว้ในนโยบายของจังหวัด)	แทนด้วยค่า 3
ระดับเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย (มีประเด็นระบุไว้ในส่วนหนึ่งของแผนอื่นของจังหวัด)	แทนด้วยค่า 2
ระดับเป็นไปได้น้อย (ไม่มีประเด็นระบุไว้ในแผนใดๆ ของจังหวัด)	แทนด้วยค่า 1

เกณฑ์การวัดระดับความเป็นไปได้

4.21 – 5.00	เป็นไปได้มาก
3.41 – 4.20	เป็นไปได้ค่อนข้างมาก
2.61 – 3.40	เป็นไปได้ปานกลาง
1.81 – 2.60	เป็นไปได้ค่อนข้างน้อย
1.00 - 1.80	เป็นไปได้น้อย

1.5.9 การจัดสัมมนากลุ่มแบบบูรณาการเพื่อหาข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการท่องเที่ยว

การดำเนินงานส่วนนี้เป็นกิจกรรมของแผนงานขั้นต่อไป เมื่อการดำเนินงานตามโครงการระยะ 6 เดือนแรก ได้บรรลุผลในเนื้อหาสาระและเป้าประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ และประเด็นการวิจัยมีข้อมูลเชิงประจักษ์ที่บ่งชี้สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เพื่อสังเคราะห์ให้เกิดแนวทางร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องที่เป็นรูปธรรมและนำไปสร้างกิจกรรมของแผนงานที่สืบเนื่องในขั้นต่อไปของโครงการก็จะเป็นการเตรียมการและเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินงานในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้ การจัดเตรียมแผนการตลาด เพื่อให้เกิดการรับรู้และความสนใจและพร้อมที่จะเข้ามาใช้บริการ โดยมุ่งที่จะให้มีความเข้าใจอันดีต่อผู้ประกอบการในลักษณะประสานผลประโยชน์ร่วมกัน โดยนักวิจัยและผู้เกี่ยวข้องด้วยการจัดสัมมนากลุ่ม แล้วนำข้อคิดเห็นมาวิเคราะห์ SWOT เพื่อวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของไทยจากสถานการณ์และแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และหาแนวทางเร่งอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการขนส่งทางอากาศของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย สู่ไทย และเชื่อมโยงไปแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ กัมพูชา ลาว เวียดนาม พม่า และจีนตอนใต้ (เชียงรุ้ง)

บทที่ 2
สายการบินต้นทุนต่ำไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

2.1 ความเป็นมา

ผลพลวงจากนโยบายการเปิดน่านฟ้าและการบินเสรีของประเทศไทยกับการเกิดสายการบินต้นทุนต่ำไทย

นโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรีและการบินเสรี หมายถึง ข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐในการอนุมัติบริการแบบไม่จำกัดของสายการบินต่างๆ ทั้งด้านการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า ทำให้เครื่องบินสามารถบินไป-กลับเหนือน่านฟ้าของประเทศอื่นได้ปราศจากเงื่อนไขหรือข้อกำหนดทั้งในเรื่องความถี่ของเที่ยวบิน ความจุของเครื่องบิน และชนิดของเครื่องบิน ซึ่งภาครัฐมีความประสงค์ที่จะใช้นโยบายเปิดน่านฟ้าและการบินเสรีเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันกำลังเป็นที่สนใจจากนานาประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐฯ และยุโรปมีการใช้นโยบายการบินเสรีมากขึ้น อาทิ การยกเลิกการควบคุมด้าน ความจุของ สินค้า/ผู้โดยสาร ความถี่ของเที่ยวบิน การลดบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการกำหนดค่าธรรมเนียมต่างๆ รวมถึงการลดกฎเกณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น สำหรับประเทศไทย ล่าสุดได้ลงนามข้อตกลง “น่านฟ้าเสรี” ในธุรกิจขนส่งสินค้ากับสหรัฐฯ กับอินเดียเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมถึงการเปิดน่านฟ้าเสรีด้าน air cargo กับประเทศอาเซียน ได้แก่ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ บรูไน กัมพูชา ซึ่งคาดว่าจะช่วยลดต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของผู้ส่งออกในแต่ละประเทศที่เข้าร่วมได้ ส่วนด้านการท่องเที่ยวคาดว่าจะช่วยให้ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวอินเดีย ซึ่งไทยจะเปิดให้เที่ยวบินของอินเดียทำการบินมาไทยวันละ 2 เที่ยว และสามารถลงจอดยังสนามบินภูมิภาคได้คาดว่านโยบายการเปิดเสรีน่านฟ้าและการบินเสรีจะได้รับความนิยมและขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งในลักษณะของการลงนามในข้อตกลงกับประเทศใหม่ๆ และการทบทวนข้อตกลงเดิมที่เคยทำมาแล้ว รวมถึงจะมีการจัดทำข้อตกลงในลักษณะเป็นกลุ่มประเทศในอนาคต เหล่านี้จะช่วยอำนวยให้ธุรกิจสายการบินต้นทุนตำของไทยมีการขยายตัวเพิ่มตามไปด้วย ทั้งจำนวนสายการบิน จำนวนเที่ยวบิน และจำนวนผู้โดยสาร รวมถึงส่งผลให้อัตราค่าโดยสารมีราคาถูกลงเนื่องจากภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น จากนโยบายดังกล่าวทำให้สายการบินของประเทศอื่นๆ ต้องการขยายจำนวนเที่ยวบินเข้ามาประเทศไทยมากขึ้น (ทั้งการขนส่งสินค้าและการขนส่งผู้โดยสาร) เห็นได้จากสายการบินนานาชาติ 85 แห่งที่เปิดเส้นทางบินมาประเทศไทยขออนุญาตทำการบินเข้าประเทศในตารางบินช่วงฤดูหนาว (ปลายเดือนตุลาคม –มีนาคม ซึ่งถือเป็นฤดูท่องเที่ยว) มีจำนวนเที่ยวบินหรือ

มีความถี่ของเที่ยวบินรวมกัน 772 เที่ยวบิน/สัปดาห์ โดยแบ่งเป็นเที่ยวบินขนส่งผู้โดยสาร 693 เที่ยวบิน เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มี 672 เที่ยวบิน/สัปดาห์ และยังมีการขยายเที่ยวบินมาไทยมากขึ้นสำหรับสายการบินที่ทำการบินอยู่เดิม รวมถึงการมีสายการบินใหม่ๆ เข้ามาขอเปิด เส้นทางบินเข้าไทยเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 6 สายการบิน

นอกจากนี้ กระทรวงคมนาคมยังได้กำหนดสิทธิการบินในลักษณะเปิดเสรีขนส่งทางอากาศโดยมีจุดประสงค์ให้สายการบินนานาชาติสามารถเข้ามาขยายจุดให้บริการในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้น และให้เป็นไปตามแนวทางการค้าเสรี อาทิ ขยายเพดานความจุ/ความถี่ของเที่ยวบินโดยสาร การกำหนดเส้นทางบินแบบเปิดเพื่อส่งเสริมให้สายการบินจากต่างประเทศเปิดเส้นทางมายังประเทศไทยได้ในสนามบินภูมิภาค การผ่อนคลายให้สายการบินนานาชาติ สามารถใช้สิทธิขนส่งการจราจรเสรีภาพที่ 5 (fifth freedom) ได้ (หมายถึง สิทธิของสายการบินของประเทศที่ 1 เน้นการขนส่งผู้โดยสาร สินค้า และไปรษณีย์ภัณฑ์ในเชิงการค้าจากประเทศที่ 2 ไปยังประเทศที่ 3 หรือจากประเทศที่ 3มายังประเทศที่ 2) ซึ่งจะมีส่วนสนับสนุนให้สายการบินต่างชาติที่บินมายังไทยขนส่ง ผู้โดยสารจากไทยไปยังประเทศที่3 มากขึ้น อีกทั้งเป็นการจูงใจให้สายการบินนานาชาติเปิดเส้นทางบินมาไทยมากขึ้น ตลอดจนเป็นการส่งเสริมการ เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาคนี้ ในขณะเดียวกัน การใช้นโยบายการบินเสรีในประเทศจะส่งผลให้เกิดสายการบินใหม่ๆ

นโยบายศูนย์กลางการบิน (HUB) ในภูมิภาค

ระดับที่ 1 ดำเนินบทบาทสนับสนุนการขนส่งระดับท้องถิ่น (Local) ภายในประเทศเป็น กล่าวคือ เป็นการรองรับการขนส่งสินค้าที่เป็นผลจากกิจกรรมการผลิตและการบริโภคภายในประเทศ โดยกรณีนี้ ท่าอากาศยานจะทำหน้าที่เพียงเป็นประตูเชื่อมต่อให้กับการนำเข้าและส่งออกสินค้าทางอากาศระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก สินค้าที่เกี่ยวข้องกับบทบาทนี้ประกอบด้วยสินค้าที่มีแหล่งกำเนิด (Origin) หรือสินค้าที่มีปลายทาง (Destination)ในประเทศไทยเท่านั้น

ระดับที่ 2 ดำเนินบทบาทที่เรียกว่า **"ประตูการขนส่ง" (Gateway)** เป็นบทบาทที่สนามบินจะเป็นประตูทางผ่านของการขนส่งสินค้าทางอากาศให้กับเพื่อนบ้านที่อยู่โดยรอบ (Hinterland) ที่ยังขาดความพร้อมในการขนส่งสินค้าทางอากาศ ได้แก่ ประเทศเพื่อนบ้านในแถบอินโดจีนเพื่อเชื่อมโยงกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก โดยสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบทบาทนี้ประกอบด้วยสินค้าที่มีแหล่งกำเนิด หรือปลายทางอยู่ในประเทศเพื่อนบ้านแถบอินโดจีน

ระดับที่ 3 เป็นบทบาทที่เรียกว่า **"ศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศ" (Hub)** เป็นการดำเนินบทบาทของการเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าทางอากาศอย่างเต็มรูปแบบ กรณีนี้ท่าอากาศยานนานาชาติจะรองรับสินค้าเปลี่ยนถ่ายลำเชื่อมโยงการขนส่งสินค้าทางอากาศระหว่างภูมิภาคสำคัญ

อื่นๆ ทั่วโลก เช่น ยุโรป และอเมริกา เป็นต้น และกับประเทศต่าง ๆ ที่อยู่ในภูมิภาคนี้ เช่น เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ เอเชียใต้ และอาจรวมถึงประเทศจีน ตอนใต้ เป็นต้น

รัฐบาลมีนโยบายที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาค ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเติบโตขึ้น โดยเฉพาะการสนับสนุนให้เชียงใหม่เป็นตัวอย่างศูนย์กลางการบินของเอเชียและเป็นศูนย์กลางการบินในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง เชื่อมโยงกับเมืองหลักและเมืองรองของประเทศในภูมิภาคนี้ ซึ่งมติ ครม. เมื่อ 7 ตุลาคม 2546 กำหนดให้ ทอท. ดำเนินการพัฒนาสนามบินเชียงใหม่และภูเก็ตสู่ความเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาค และจากการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ สศช. พบว่า เชียงใหม่เป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมาก สนามบินเชียงใหม่จึงเป็นจุดที่มีจำนวนผู้โดยสารหรือนักท่องเที่ยวมากและมีเครือข่ายเชื่อมโยงไปยังต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน (ไทเป) สิงคโปร์ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางในด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของภาคเหนือ จึงมีความเหมาะสมที่จะเป็นจุดบินเชื่อมต่อไปยังสถานที่ต่างๆ ด้วยเช่นกัน นโยบายดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อาทิ มีการเปิดให้สายการบินต่างๆ จากต่างประเทศบินตรงสู่เชียงใหม่ ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นตลาดหลักของเชียงใหม่ ได้แก่ อังกฤษและยุโรป อเมริกา เอเชียโดยเฉพาะญี่ปุ่นและจีน การขยายสนามบินและขยายเส้นทางบินไปยังต่างประเทศ ของการบินของภาคเหนือไปพร้อมๆ กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพื่อเป็นการสนับสนุน นโยบายศูนย์กลางการบินของภูมิภาค ดังนั้น ในส่วนของการสนับสนุนโดยภาครัฐ ที่ประชุม ครม. จึงมีมติเห็นชอบเมื่อ 23 กันยายน 2546 ให้มีการจัดตั้งบริษัทธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำจำกัดตามข้อเสนอของกระทรวงคมนาคม วงเงินลงทุนเบื้องต้น 100 ล้านบาท โดยสำนักงานพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ถือหุ้น 70% กองทัพอากาศ 30% ส่วนรัฐบาลจะสนับสนุนงบประมาณจำนวน 70 ล้านบาท เพื่อให้บริการด้านการซ่อมบำรุงเครื่องบินของประเทศ นอกจากนี้กระทรวงคมนาคม ยังมีนโยบายให้กรมการขนส่งทางอากาศดำเนินการผลักดันให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคทั้งในด้านการขนส่งผู้โดยสาร สินค้า การฝึกอบรมนักบิน การซ่อมบำรุง ซึ่งต้องดำเนินการปรับปรุงในหลายๆด้านเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการบิน อาทิ การขจัดอุปสรรคปัญหาในการออกใบอนุญาตบุคลากรด้านการบิน การจดทะเบียนเครื่องบินเพื่อประกอบธุรกิจการบิน รวมถึงการปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อรองรับการเปิดเสรีการบินและการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นต้น

การจัดตั้งสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) สายการบินรูปแบบใหม่ที่มาแรงปัจจุบันมีสายการบินซึ่งรูปแบบการทำธุรกิจแตกต่างจากสายการบินอื่น กล่าวคือ เน้นความประหยัดเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน ด้วยการลดบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่จำเป็นลง และมีการตั้งราคาค่าโดยสารต่ำเมื่อเทียบกับสายการบินทั่วไปที่เน้นความสะดวกสบาย หรูหรา แต่มีอัตราค่า

โดยสารที่สูงกว่า สายการบินดังกล่าว คือสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) หรือ สายการบินราคาประหยัด (Budget Regional Airline) ซึ่งได้รับผลกระทบน้อยที่สุดในช่วงตกต่ำของธุรกิจสายการบินต้นทุนตำโลกเมื่อ 2 ปีที่ผ่านมา สายการบินต้นทุนต่ำมีการเปิดดำเนินงานมานานแล้วในสหรัฐฯ และยุโรป และมีผลกำไรจากการดำเนินงานดีเนื่องจากต้นทุนการบริหารและบริการต่ำแม้ว่าราคาค่าโดยสารจะต่ำกว่าสายการบินทั่วไปก็ตาม ทำให้การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำเป็นไปอย่างรวดเร็ว

การแข่งขันของสายการบินรูปแบบดังกล่าวในปัจจุบันจึงมีความรุนแรงขึ้น ตัวอย่างสายการบินต้นทุนต่ำที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ สายการบิน Southwest Airlines ในสหรัฐฯ Ryanair ในยุโรป เป็นต้น โดยลักษณะสำคัญของสายการบินต้นทุนต่ำ มีดังนี้

หลักการดำเนินงาน : เน้นความประหยัดด้วยการลดต้นทุนในด้านต่างๆ อาทิ จำนวนพนักงานภาคพื้น (ground staff) พนักงานซ่อมบำรุง (aircraft maintenance staff) พนักงานเช็คอิน จำนวนพนักงานจึงน้อยกว่าสายการบินทั่วไป และสามารถทำสัญญาจ้างเป็นปีต่อปีได้ จึงทำให้ไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินเดือนและสวัสดิการให้พนักงานในอัตราที่สูง ไม่มีสำนักงานที่ใหญ่โตหรูหราองค์กรจึงมีขนาดเล็กและมีความคล่องตัวสูง

ด้านการบริการ : ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม หรือหากมีก็จะเป็นของขบเคี้ยวเล็กน้อยและเครื่องดื่ม (เนื่องจากเป็นการบินระยะสั้น) จึงไม่มีส่วนครัว ซึ่งสามารถทำเป็นที่นั่งสำหรับผู้โดยสารเพิ่มได้ ไม่มีบริการหนังสือและวารสารต่างๆ รวมถึงสิ่งให้ความบันเทิง อาทิ เพลง ภาพยนตร์ เป็นต้น ไม่มีบริการจัดส่งกระเป๋าและสัมภาระหากผู้โดยสารเดินทางต่อจากเส้นทางบินและจุดหมายปลายทางของเที่ยวบิน (no baggage transfer service) และไม่มีการบริการเชื่อมต่อระหว่างสายการบินให้แก่ผู้โดยสารและมีบริการเพียงชั้นประหยัด (Economy Class) ไม่มีชั้น 1 (First Class) และชั้นนักธุรกิจ (Business Class)ลักษณะเครื่องบิน : ส่วนใหญ่จะใช้เครื่องบินแบบเดียวกันหมด (single aircraft type) ทำให้สามารถจัดซื้ออะไหล่ได้ในราคาต่ำหากสั่งซื้อจำนวนมาก และเป็นเครื่องบินที่เหมาะสมกับการบินช่วงเวลาสั้น ระยะห่างระหว่างที่นั่ง(seat pitch) ประมาณ 28-29 นิ้ว ในขณะที่สายการบินทั่วไปมีระยะห่างประมาณ 31-33 นิ้ว

การบินและสนามบิน : สามารถใช้สนามบินระดับรองได้ (secondary airports) เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายให้กับสนามบิน จำนวนความถี่ของเที่ยวบินมากและตรงต่อเวลาสูง ระยะเวลาในการจอดที่สนามบินไม่นานเนื่องจากไม่ต้องทำความสะอาดเครื่องมากนักเพราะไม่มีส่วนครัว จำนวนเที่ยวบินจึงมีมากทำให้มีการใช้งานเครื่องบินประจำวันสูง(daily utilization) และบินตรงจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่งโดยไม่มีจุดต่อหรือแวะจอดที่ใด ส่วนใหญ่จะทำการบินเส้นทางภายในประเทศ

ก่อน ถ้าสำเร็จอาจขยายบริการเที่ยวบินไปภูมิภาคใกล้เคียง แต่จะไม่ทำการบินข้าม ทวีปเนื่องจากเสียค่าใช้จ่ายสูง

บัตรโดยสาร : บัตรโดยสารจะเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-ticket สามารถทำการซื้อผ่านอินเตอร์เน็ต ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายด้านการพิมพ์บัตรลงได้ โดยมารับบัตรที่สนามบิน แต่จะไม่สามารถจองที่นั่งได้จะเป็นแบบใครมาก่อนได้ก่อน (first come first serve) ราคาจึงถูกกว่าสายการบินทั่วไปราว 30-50% ในเส้นทางบินเดียวกัน และไม่มีการจำหน่ายบัตรโดยสารผ่านตัวแทนจำหน่าย หรือเอเยนต์จึงสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านค่าคอมมิชชั่นได้ ผู้โดยสารไม่สามารถยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงวัน/เวลาการเดินทางได้ยกเว้นยอมจ่ายเงินเพิ่ม และไม่สามารถคืนบัตรโดยสารได้ทำให้มีการยกเลิกการเดินทางน้อย

ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปมีโอกาสเดินทางในประเทศด้วยเครื่องบินมากขึ้น ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ภายในประเทศ รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับการยกระดับสนามบินภูมิภาคขึ้นมาเป็นศูนย์กลางการบินตามนโยบายศูนย์กลางการบินในภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ อุบลราชธานี ภูเก็ต ภาครัฐจึงเร่งผลักดันสายการบินต้นทุนต่ำให้เติบโตโดยเร็ว

ซึ่งทั้งหมดนี้มีผลกระทบอย่างสำคัญของการท่องเที่ยวเอเชียในสามสี่ปีที่ผ่านมา ในเรื่องการผ่อนปรนกฎเกณฑ์การบิน ซึ่งแต่เดิมสายการบินประจำชาติ เป็นผู้ผูกขาดไม่ว่าในเรื่องเส้นทางบิน ราคา ฯลฯ

การเปลี่ยนแนวคิดจากการคุ้มครองสายการบินประจำชาติ สู่การเปิดเสรีการบินในเอเชีย เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค ผ่านการแข่งขันเป็นไปอย่างเชื่องช้า จนกระทั่งหลังเหตุการณ์ 11 กันยายน 2001 เมื่อผู้โดยสารจากยุโรป และอเมริกาเหนือ ลดน้อยลง จึงหันมามองการบินในกลุ่มประเทศเอเชียด้วยกัน

ในที่สุดก็เกิด Low-Cost Airlines ขึ้น เช่น AirAsia ของมาเลเซีย Tiger Airlines ของสิงคโปร์ De Ccan Air ของอินเดีย ส่วนเวียดนาม และอินโดนีเซีย ก็เตรียมการเปิดเช่นเดียวกัน

สำหรับประเทศไทย Low-Cost Airlines ที่มีอยู่ในปัจจุบันก็ได้แก่ Thai AirAsia (บริษัทลูกของ Air Asia ของมาเลเซีย ซึ่งกลุ่มชินคอร์ปอเรชั่นถือหุ้น Thai AirAsia อยู่ประมาณร้อยละ 50 หรือมากกว่านั้น) ปัจจุบันขายหุ้นให้กับกองทุนเทมาเสกซ์แห่งประเทศสิงคโปร์ Diet Jets ของ PB-Air (ของกลุ่มบริษัทบุญรอดบริวเวอรี่) One-Two-Go (บริษัทลูกของ Thai Orient) และ Nok Air (บริษัทลูกของการบินไทยที่การบินไทยถือหุ้น)

สายการบินเหล่านี้เกิดขึ้นเพราะคาดการณ์จำนวนคนเอเชียที่เป็นคนชั้นกลาง มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในอินเดียและจีน (นับรวมกันประมาณ 600-800 ล้านคน ใน

ประชากร 2,300 ล้านคน) ตลาดของการบินในภูมิภาคเอเชียขยายตัวประมาณร้อยละ 6 ต่อปี จากการศึกษาพบว่าเมื่อคนเริ่มมีเงินก็เริ่มคิดถึงการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

ลักษณะของธุรกิจการบินต้นทุนต่ำ

ลักษณะของสายการบินต้นทุนต่ำ	ไทยแอร์เอเชีย	นกแอร์	วัน ทู โก
(ก) ไม่เสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม	✓	✓	-
(ข) ใช้เครื่องบินแบบเดียว	✓	✓	✓
(ค) ใช้สนามบินรองแห่งอื่นที่อยู่ใกล้ ๆ สนามบินหลัก	-	-	-
(ง) จองและขายตั๋วทางอินเทอร์เน็ต	✓	✓	✓
(จ) ไม่มีที่นั่งชั้น 1	-	✓	-

การใช้เครื่องบินแบบเดียวทำให้ประหยัดค่าดูแลรักษา แต่ที่สำคัญคือต้องบินให้ได้มากเที่ยวที่สุดในแต่ละวัน ช่วงเวลาที่ขึ้นลงและเปลี่ยนผู้โดยสารแต่ละเที่ยวบินต้องสั้นที่สุด ซึ่งหากใช้สนามบินรองที่ไม่มีเครื่องบินขึ้นลงมากก็จะช่วยได้มาก สนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำยังไม่ได้รับการตอบสนองจากรัฐบาลไทยยังต้องใช้สนามบินที่เกี่ยวกับการบินปกติ

ประเด็นที่ภาครัฐต้องดูแลและควบคุมก็คือความปลอดภัย จุดอ่อนก็คืออายุเครื่องบิน การดูแลรักษาเครื่องบิน ที่ต้องพึ่งบริษัทอื่น การใช้อะไหล่เครื่องบินปลอม การดูแลกำกับมาตรฐานสมรรถนะของนักบิน และกติกาการแข่งขันที่อยู่ในกรอบโดยเน้นความปลอดภัยเป็นหลัก

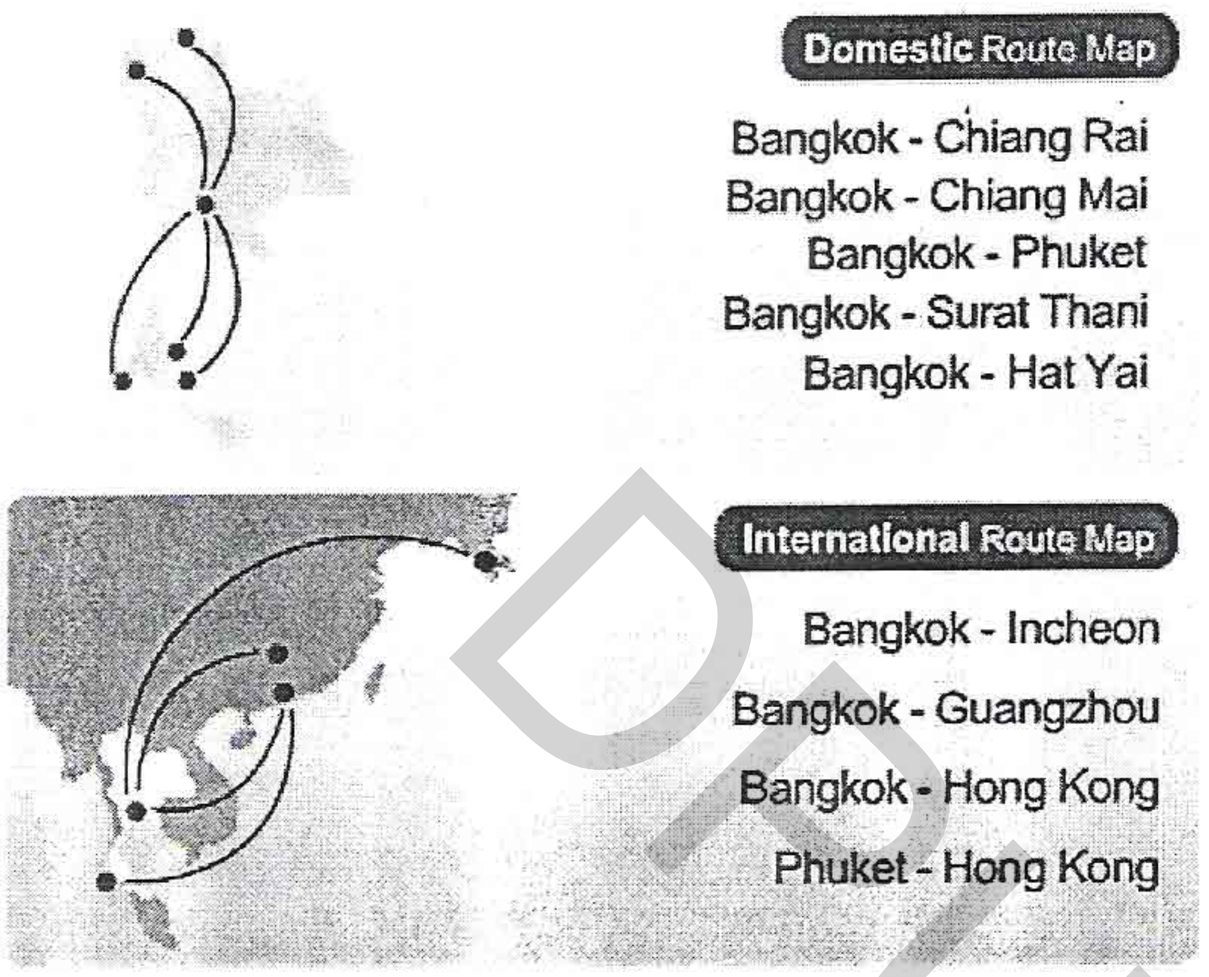
2.2 สายการบินต้นทุนต่ำและเส้นทางการบินที่เปิดในประเทศไทย

2.2.1 วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย (One Two Go by Orient Thai)

วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย เป็นสายการบินแบบประหยัดรายแรกของไทย ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นในการให้บริการที่แตกต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำทั่วไปในภูมิภาคเอเชีย โดยลักษณะของการนำเสนอราคาในรูปแบบราคาเดียวสำหรับทุกเส้นทาง (ภายในโซนเดียวกัน) พร้อมบริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง ดังนั้นด้วยราคาที่เข้าใจง่าย พร้อมบริการระดับเดียวกับสายการบินมาตรฐานทั่วโลก วันทูโก จึงเป็นเป็นสายการบินที่ทำให้การเดินทางโดยเครื่องบินเป็นเรื่องง่าย ๆ และความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการเดินทางโดยเครื่องบิน

วันทูโก ให้บริการในรูปแบบราคาประหยัดภายใต้การบริหารงานโดยสายการบินโอเรียนท์ไทยแอร์ไลน์เป็นสายการบินต้นทุนต่ำโดยมีความมุ่งหวังที่จะแข่งกับแอร์เอเซีย และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการเป็นสายการบินของคนไทยเพื่อคนไทย One Two Go ใช้เครื่อง Boeing 757-200s ซึ่งมีความจุประมาณ 200 ที่นั่ง

มีเส้นทางหลัก คือ กรุงเทพฯ–เชียงใหม่ และอีก 3 เส้นทาง คือ กรุงเทพฯ–เชียงราย และกรุงเทพฯ–หาดใหญ่ กรุงเทพฯ- สุราษฎร์ธานีโดยราคาบัตรโดยสารจะถูกกว่าของการบินไทย 30%



วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย ใช้เครื่องบิน ที่มา : เว็บไซต์ วัน ทู โก

- โบอิ้ง 747-SR จำนวนเครื่อง : 1 ลำ ความจุผู้โดยสาร : ชั้นธุรกิจ 16 ที่นั่ง /ชั้นประหยัด 446 ที่นั่ง เครื่องยนต์ : Pratt & Whitney JT 7 ความเร็วบิน : เร็วกว่าเสียง 0.85 เท่า / 560 ไมล์ต่อชั่วโมง เพดานบิน : 41,000 ฟุต (12,400 เมตร) ระยะบิน : 5,600 ไมล์ทะเล (8,960 กิโลเมตร)

- โบอิ้ง 747-LR จำนวนเครื่อง : 5 ลำ ความจุผู้โดยสาร : ชั้นธุรกิจ 16 ที่นั่ง /ชั้นประหยัด 440 ที่นั่ง เครื่องยนต์ : Pratt & Whitney JT 9D/7A ความเร็วบิน : เร็วกว่าเสียง 0.85 เท่า / 560 ไมล์ต่อชั่วโมง เพดานบิน : 41,000 ฟุต (12,400 เมตร) ระยะบิน : 6,800 ไมล์ทะเล (10,900 กิโลเมตร) โบอิ้ง 757-200 จำนวนเครื่อง : 3 ลำ ความจุผู้โดยสาร : ชั้นประหยัด 216 ที่นั่ง เครื่องยนต์ : Rolls-Royce RB211 ความเร็วบิน : เร็วกว่าเสียง 0.80 เท่า / 450 ไมล์ต่อชั่วโมง เพดานบิน : 42,000 ฟุต (12,700 เมตร) ระยะบิน : 2,800 ไมล์ทะเล (4,480 กิโลเมตร)

- MD-82 จำนวนเครื่อง : 4 ลำ ความจุผู้โดยสาร : ชั้นประหยัด 176 ที่นั่ง เครื่องยนต์ : Pratt & Whitney JT 8D-217A/C ความเร็วบิน : เร็วกว่าเสียง 0.76 เท่า / 430 ไมล์ต่อชั่วโมง เพดานบิน : 37,000 ฟุต (11,200 เมตร) ระยะบิน : 2,200 ไมล์ทะเล (3,520 กิโลเมตร)

ราคาบัตรโดยสาร

ราคาบัตรโดยสารใหม่ เริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 28 ตุลาคม 2548 เป็นต้นไป โดยยึดจากวันเดินทางเป็นหลัก

โซน 1: สำหรับเส้นทางการบินของจังหวัดเชียงใหม่ และ ภูเก็ต ราคาบัตรโดยสารต่อเที่ยวคือ 1,250* บาท

โซน 2: สำหรับเส้นทางการบินของจังหวัดหาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี และ เชียงราย ราคาบัตรโดยสารต่อเที่ยวคือ 1,500* บาท

ราคานี้สำหรับเฉพาะการเดินทางในวันธรรมดาเท่านั้น สำหรับวันเทศกาลหรือวันหยุดพิเศษที่กำหนดไว้ ราคาบัตรโดยสารจะถูกปรับขึ้นอีกที่นั่งละ 400 บาท

หมายเหตุ :

*ราคาโปรโมชั่นพิเศษนี้ สำหรับตั๋วเที่ยวเดียว ไม่รวมค่าภาษีสนามบิน 50 บาท และเงินชดเชยค่าน้ำมัน 300 บาท

*เส้นทางการบินจังหวัดเชียงราย ได้ย้ายจาก Zone 1 มาอยู่ในกลุ่มของ Zone 2 ผู้โดยสารที่ใช้บริการบัตร Access Card ของ Zone 1 รุ่นเดิม ยังสามารถใช้บัตรในการเดินทางในเส้นทางการบินของจังหวัดเชียงรายได้

2.2.2 ไทยแอร์เอเซีย (Thai Air Asia)

แอร์เอเซียมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศมาเลเซีย มีการขยายฐานธุรกิจโดยการร่วมทุนกับชินคอร์ปเปิดสายการบินในประเทศไทยโดยใช้ชื่อว่า *บริษัท แอร์เอเซีย เอวิเอชั่น จำกัด* และใช้ Boeing 737-300 เพียงรุ่นเดียว มีความจุ 148 ที่นั่ง แอร์เอเซียมีการเปิดเส้นทางการบินทั้งในประเทศมาเลเซียและไทย รวมทั้งเส้นทางการบินระหว่างประเทศ เช่น ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชา จีน มาเก๊า พม่า ไทยแอร์เอเซียมีการร่วมทุนกับประเทศสิงคโปร์

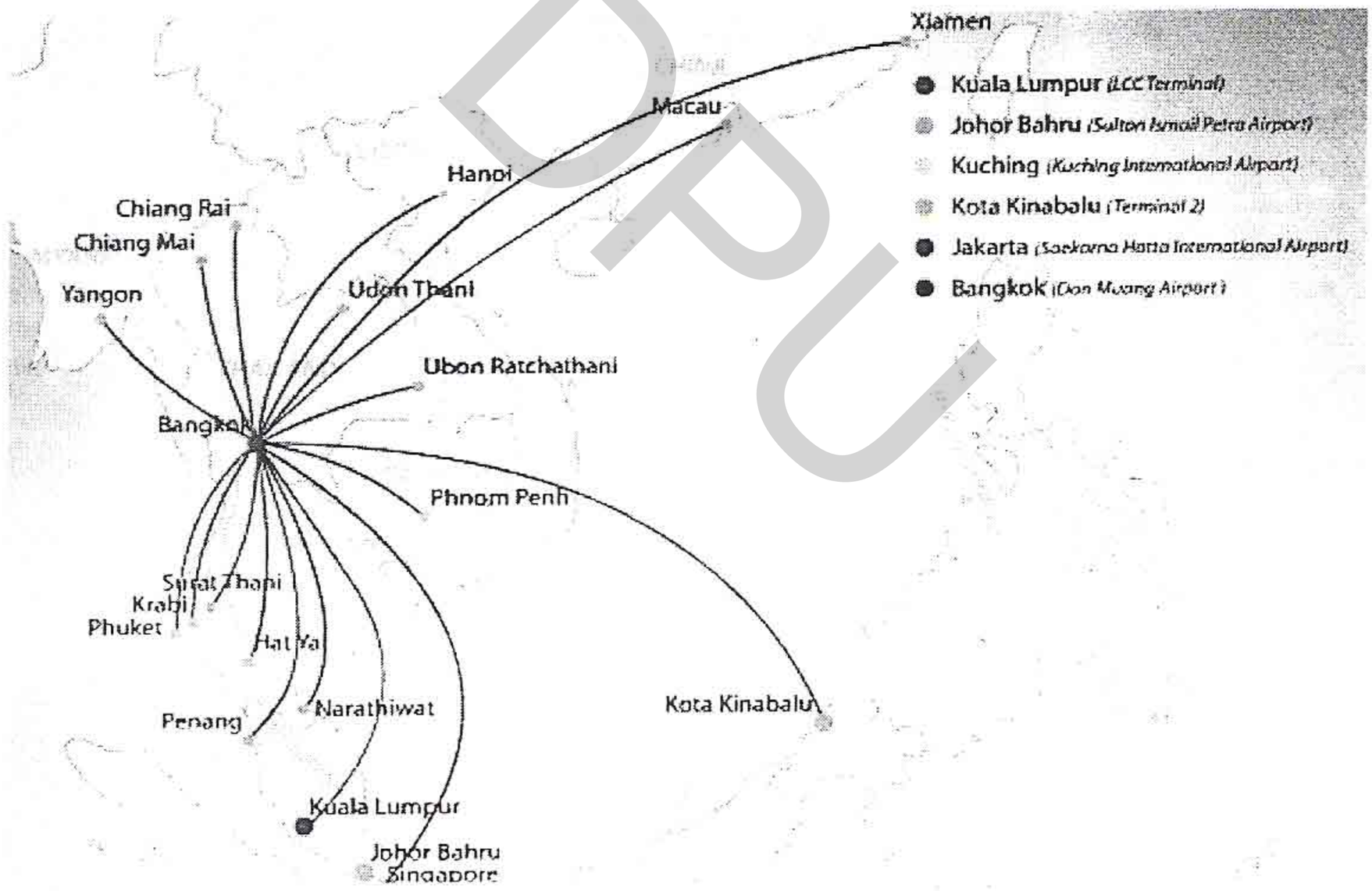
ในส่วนของแอร์เอเซียประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ยกเว้นภาษีรายได้นิติบุคคลร้อยละ 30 และอากรนำเข้าเครื่องจักรต่างๆ ที่ใช้ประกอบการเป็นเวลา 8 ปี เพื่อส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้การลงทุนของแอร์เอเซียในประเทศไทยจะก่อให้เกิดการจ้างแรงงานไทย 279 คน ส่วนราคาบัตรโดยสารเครื่องบินที่ขายจะถูกกว่าท้องตลาดร้อยละ 20-50 สายการบินมีการเปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนมกราคม ปี 2547 ที่ผ่านมาด้วยการกำหนดราคาเริ่มต้นที่ 99 บาท ซึ่งได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นจำนวนมาก ราคาดังกล่าวนี้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสนามบิน ค่าประกัน FT น้ำมัน และค่าธรรมเนียมในการออกบัตรโดยสาร

แอร์เอเซียคาดว่าจะคุ้มทุนภายในระยะเวลา 8-10 เดือน และได้วางแผนขยายเส้นทางการบินเป็น 3 ระยะ คือ ในระยะแรกเป็นการเปิดตัวเส้นทางการบิน 4 เส้นทาง ระยะที่ 2 จะเพิ่มเส้นทางการบินที่มีศักยภาพทั้งในและนอกประเทศโดยเริ่มบินไปยังพม่า จีน และเวียดนาม ส่วนในระยะที่ 3 จะเปิดเที่ยวบินที่ไม่มีใครบินมาก่อน แต่จะมีราคาสูงกว่าปกติ สำหรับเส้นทางการบินปัจจุบัน (สิงหาคม 2549) มี 18 เส้นทาง

- สิงคโปร์ ⟶ กรุงเทพมหานคร
- กัวลาลัมเปอร์ ⟶ กรุงเทพฯ
- ปีนัง ⟶ กรุงเทพฯ
- โกตาคินาบาลู ⟶ กรุงเทพฯ
- มาเก๊า ⟶ กรุงเทพฯ
- เซี๊ยะเหมิน ⟶ กรุงเทพฯ
- กรุงเทพฯ ⟶ พนมเปญ
- กรุงเทพฯ ⟶ ฮานอย
- กรุงเทพฯ ⟶ ย่างกุ้ง
- กรุงเทพฯ ⟶ เชียงราย
- กรุงเทพฯ ⟶ หาดใหญ่
- กรุงเทพฯ ⟶ นราธิวาส
- กรุงเทพฯ ⟶ ภูเก็ต
- กรุงเทพฯ ⟶ อุบลราชธานี
- กรุงเทพฯ ⟶ อุดรธานี
- กรุงเทพฯ ⟶ ขอนแก่น
- กรุงเทพฯ ⟶ กระบี่
- กรุงเทพฯ ⟶ สุราษฎร์ธานี

DPU

แอร์เอเซียเลือกใช้เครื่องบินในการให้บริการ 2 แบบ คือ โบอิ้ง 737-300 และ แอร์บัส 320 โปอิ้ง 737 - 300 ความจุผู้โดยสาร 148 ที่นั่ง (ชั้นโดยสารระดับเดียว) เครื่องยนต์ CFM56 - 3 series; แรงขับเคลื่อน 22,000 ตัน ความเร็ว 495 ไมล์ต่อชั่วโมง (792 กิโลเมตรต่อชั่วโมง) หรือเร็วกว่าเสียง 0.785 เท่า เพดานบิน 35,000 ฟุต (10,668 เมตร) ระยะการบิน 2,595 ไมล์ (4,175 กิโลเมตร) ความกว้างของปีก 94 ฟุต 9 นิ้ว (28.9 เมตร) ความยาวของเครื่องบิน 109 ฟุต 7 นิ้ว (33.4 เมตร) ความสูงของหางเครื่องบิน 36 ฟุต 6 นิ้ว (11.1 เมตร) เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกัปตัน 2 คน ลูกเรือ 3 คน แอร์บัส 320 ความจุผู้โดยสาร 180 ที่นั่ง (ชั้นโดยสารระดับเดียว) เครื่องยนต์ CFM56 - 5 series; แรงขับเคลื่อน 27,000 ตัน ความเร็ว 250kt/300 kt หรือเร็วกว่าเสียง 0.78 เท่า เพดานบิน 39,000 ฟุต ระยะการบิน 2,500 ไมล์ ความกว้างของปีก 111 ฟุต 10 นิ้ว (34.1 เมตร) ความยาวของเครื่องบิน 123 ฟุต 3 นิ้ว (37.57 เมตร)ความสูงของหางเครื่องบิน 38 ฟุต 7 นิ้ว (11.76 เมตร)เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกัปตัน 2 คน ลูกเรือ 4 คน



รูปที่ 2-1 เส้นทางการบินของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ปี2549 ที่มา : เว็บไซต์ไทยแอร์เอเชีย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

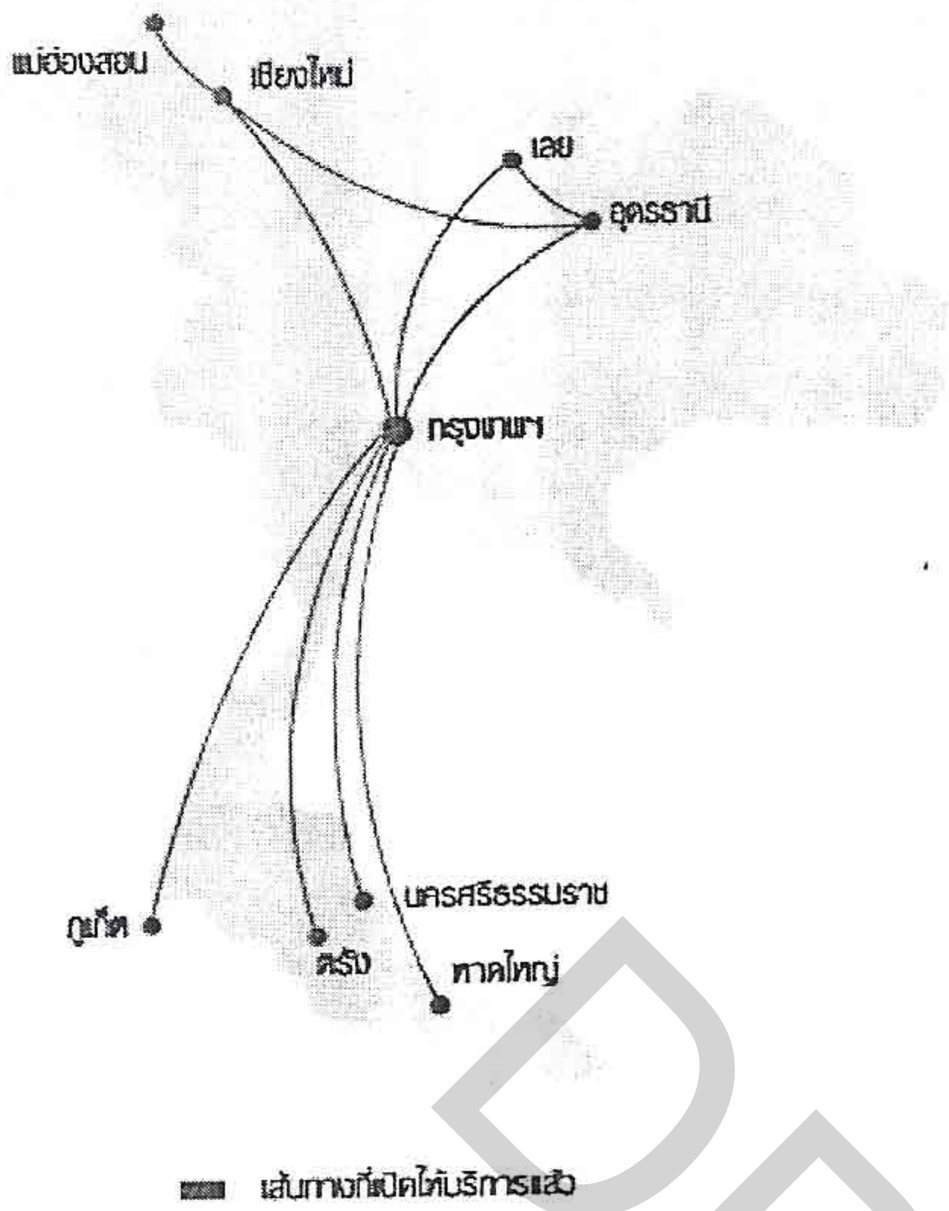
2.2.3 นกแอร์ (Nok Air)

การบินไทย ผู้ถือหุ้นสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้ชื่อว่า *นกแอร์ (Nok Air)* ซึ่งมีผู้ร่วมทุน คือ การบินไทย ทิพย์ประกันภัย และสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีเงินทุนจดทะเบียน ประมาณ 500 ล้านบาท นกแอร์เริ่มดำเนินการในไตรมาสที่ 2 ของปี 2547 โดยใช้เครื่องบิน B737-400s จำนวน 3 ลำ (เช่าจากการบินไทย) และเริ่มต้นให้บริการใน 6 เส้นทางหลักในประเทศ คือ ภูเก็ต เชียงใหม่ อุดรธานี ขอนแก่น พิษณุโลก และหาดใหญ่ ส่วนเส้นทางระหว่างประเทศซึ่งจะเป็นเส้นทางที่ใช้เวลาบินภายใน 3 ชั่วโมงจากกรุงเทพฯ มีกำหนดเปิดดำเนินการในปี 2548

บริษัทโบอิ้ง737 - 400 (150 ที่นั่ง) เครื่องยนต์ : CFM 56-3C-1- จำนวนที่นั่งผู้โดยสาร : 150 (12C + 138Y) ขนาด - ความยาวของเครื่องบิน : 35.23 เมตร ความยาวของปีก : 28.89 เมตร- ความสูง : 11.12 เมตร สมรรถนะ แรงขับเครื่องยนต์ : 22,000 ปอนด์ ระยะทางบินไกลสุด : 2,200 ไมล์ทะเล ความเร็วในการเดินทาง : 250 น็อต / 0.74 มัค พิสัยบินสูงสุด : 37,000 ฟุต ขนาดที่นั่ง - ที่นั่งนกพลัส : ช่วงระยะห่างระหว่างที่นั่ง 33 นิ้ว : กว้าง 19.6 นิ้ว : ยา17.24 นิ้วที่นั่งปกติ : ช่วงระยะห่างระหว่างที่นั่ง เฉลี่ย 32 นิ้ว : กว้าง 16.5 นิ้ว : ยาว 17.8 นิ้ว

นกแอร์ คือ สายการบินราคาประหยัด บริหารงานโดย บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด ซึ่งมีบริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ร่วมกับผู้ถือหุ้นอื่นๆ “ นกแอร์ ” เป็นชื่อง่ายๆ สั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ เป็นชื่อที่สื่อถึงความเป็นมิตร และเป็นสัญลักษณ์แห่งอิสรภาพการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นชื่อที่ย้ำความเป็นไทยอย่างแท้จริง

นกแอร์มุ่งมั่นที่จะเป็นกลไกสำคัญในการทำให้การเดินทางทางเครื่องบิน ไม่เป็นสิ่งที่หรูหราราคาแพงสำหรับคนไทยอีกต่อไป ประชาชนคนไทยจะต้องมีคุณภาพชีวิตที่ดีทัดเทียมนานาประเทศ และมีความอบอุ่นในครอบครัวมากขึ้น เพราะไปมาหาสู่กันได้ง่ายและประหยัด โอกาสอันดีที่จะได้ค้นพบประเทศไทยอันสวยงาม โดยปราศจากข้อจำกัดด้านการเดินทางทางเครื่องบิน ในราคาที่สูงเกินกว่าจะใช้บริการได้ ปัจจุบัน (สิงหาคม 2549) มีเส้นทางการบิน 10 เส้นทาง



เส้นทางการบินที่ให้บริการ

กรุงเทพ – เชียงใหม่
เชียงใหม่ – อุดรธานี
เชียงใหม่ – แม่ฮ่องสอน
กรุงเทพ – อุดรธานี
กรุงเทพ – ภูเก็ต
กรุงเทพ – หาดใหญ่
กรุงเทพ – นครศรีธรรมราช
กรุงเทพ – สตูล
กรุงเทพ – เลย
อุดรธานี – เลย

รูปที่ 2-2 เส้นทางการบินของสายการบินนกแอร์ ปี 2549 ที่มา : เว็บไซต์นกแอร์

แนวทางการตลาดของสายการบินนกแอร์ เน้นให้ความสำคัญเรื่องการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้โดยสารที่เป็นลูกค้า ผู้โดยสารของนกแอร์จะได้รับคุณค่าในการบริการเกินความคาดหมาย และคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย

2.3 การเปิดเส้นทางการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

สืบเนื่องจากการเปิดเสรีการบินของประเทศซึ่งได้เริ่มมาตั้งแต่ พ.ศ.2531 ประเทศไทยได้มีการผ่อนคลายกฎระเบียบและข้อจำกัดความจุและความถี่ของเที่ยวบิน และเปิดเสรีมากขึ้นเป็นลำดับตั้งแต่ปี พ.ศ.2539 เป็นผลให้สายการบินต่างประเทศได้รับอนุญาตให้ทำการบินมากขึ้น การเปิดเสรีในประเทศ รัฐบาลไทยได้ดำเนินการเปิดเสรีทางการบินภายในประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2541 และ 2543 ทุกสายการบินเอกชนของไทยได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการได้ทุกเส้นทางการบิน ยกเว้น กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ กรุงเทพฯ – ภูเก็ต กรุงเทพฯ – หาดใหญ่ และหลังเดือนกันยายน พ.ศ.2543 ได้เปิดเสรีทุกเส้นทาง

สำหรับเส้นทางการบินระหว่างประเทศตั้งแต่ พ.ศ.2541 – 2544 รัฐบาลได้เปิดให้สายการบินเอกชนของไทย สามารถให้บริการการบินแบบประจำในเส้นทางการบินระหว่างประเทศเฉพาะเส้นทางที่มิได้บริการโดยสายการบินแห่งชาติ ซึ่งประกอบด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งเป็นสายการบินที่กำหนดสายที่สองภายใต้ข้อกำหนดในการทำข้อเสนอเพื่อจัดตั้งสายการบินสายที่สอง นับตั้งแต่เดือนกันยายน 2544 เป็นต้นไป สายการบินต้นทุนต่ำของไทยสามารถให้บริการเส้นทางระหว่างประเทศได้ทุกเส้นทาง ซึ่งการเปิดเสรีอย่างนี้ย่อมมีผลต่อสิทธิการบิน ความถี่ และความจุของเที่ยวบิน

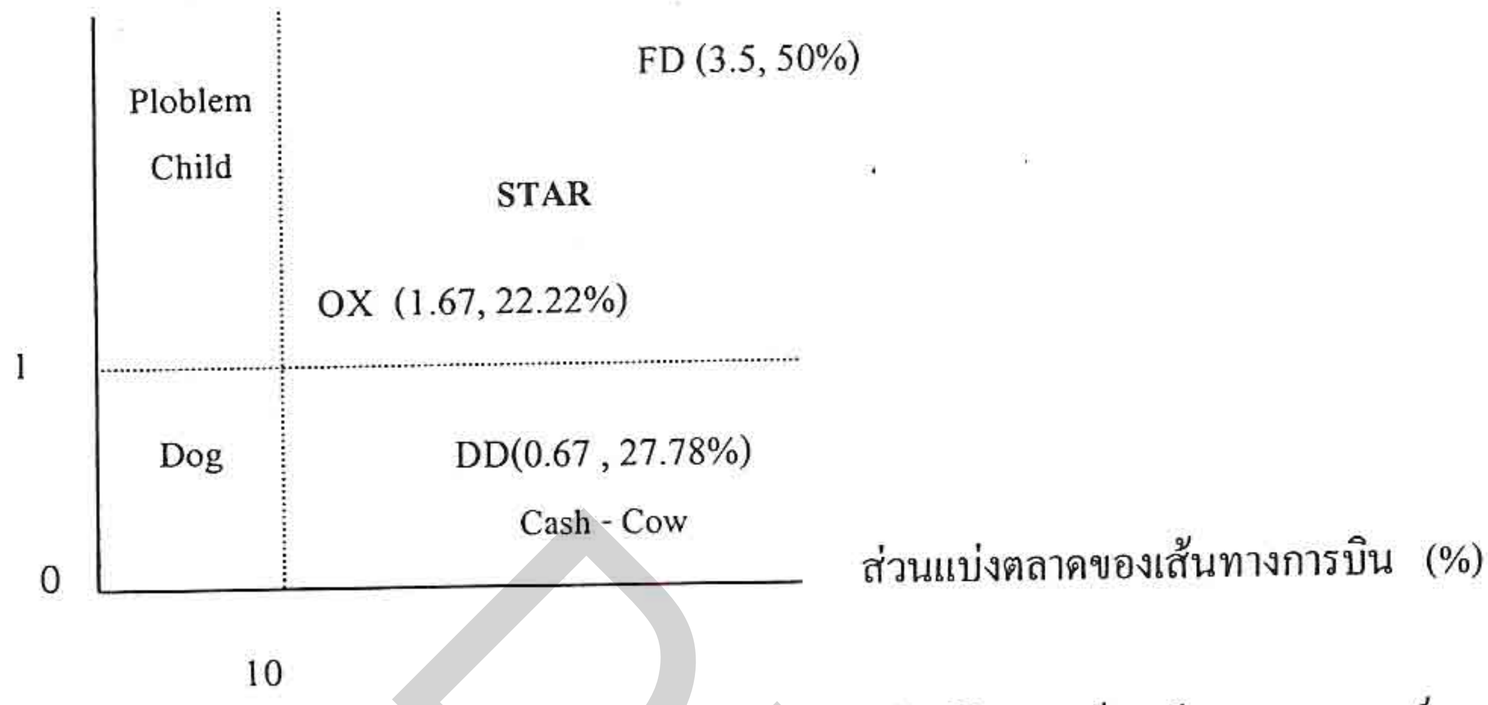
2.4 การแข่งขันในธุรกิจการบิน

สายการบินต้นทุนต่ำต้องแข่งขันสายการบินชั้นนำในเรื่องราคา ความถี่ของเที่ยวบิน การบริการ ชื่อเสียงของสายการบิน สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้โดยสาร การให้บริการ ปัจจุบันเส้นทางการบินไปประเทศเพื่อนบ้านมีการแข่งขันค่อนข้างสูงของสายการบินต้นทุนต่ำไทย คือ ไทยแอร์เอเชีย และสายการบินต้นทุนต่ำต่างประเทศเช่น เส้นทางกรุงเทพฯ ฮานอย มีสายการบินต้นทุนต่ำ ไทเกอร์แอร์ ของประเทศสิงคโปร์ เส้นทางกรุงเทพฯ พนมเปญ มีสายการบินต้นทุนต่ำแอร์เอเชีย ของประเทศมาเลเซีย เป็นต้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวย่านศูนย์การท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย และสิงค์โปร์ ซึ่งสภาวะการแข่งขันจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในแต่ละเส้นทางการบิน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับสายการบินคู่แข่ง และกฎระเบียบควบคุมการประกอบธุรกิจการบินของแต่ละประเทศ รวมทั้งความสัมพันธ์เฉพาะของผู้นำประเทศ

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

การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดจาก BCG Model โดยใช้อัตราการเจริญเติบโตของเส้นทางการบิน ตั้งแต่เริ่มเปิดบริการจนถึงปีปัจจุบัน (สิงหาคม 2549) และส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำไทย ได้แก่ สายการบิน วัน ทู โก ไทยแอร์เอเชีย และ นกแอร์ ซึ่งสายการบินวัน ทู โก เริ่มต้นมี 3 เส้นทาง ปัจจุบันมี 8 เส้นทาง อัตราเติบโตของเส้นทางการบิน 1.67 เท่า ส่วนแบ่งตลาด 22.22 (%) สายการบินไทยแอร์เอเชีย เปิดดำเนินการมี 4 เส้นทาง ปัจจุบันมี

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



รูปที่ 2-3 เปรียบเทียบสถานการณ์ทางการตลาดของ วันทูโก ไทยแอร์เอเซีย และนกแอร์

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดปัจจุบันทั้ง 3 ธุรกิจสายการบินอยู่ในสถานะที่มีศักยภาพสูง (STAR) และ (CASH – COW) แต่ธุรกิจสายการบินเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงและอ่อนไหวมาก ดังนั้นจึงต้องระมัดระวังและป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากสภาวการณ์ต่อไปนี้

1) ลดปัญหาจากค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น

ธุรกิจการบินต้นทุนต่ำมีค่าใช้จ่ายคงที่สูง เช่น ค่าเสื่อมราคาเครื่องบิน ค่าเช่าเครื่องบิน ค่าใช้จ่ายจ้างบุคลากร ค่าซ่อมบำรุง ค่าบริการอำนวยการบินของท่าอากาศยาน ค่าใช้จ่ายเหล่านี้เป็นต้นทุนคงที่ (Fixed Cost : TFC) ขณะที่รายได้จะแปรผันตรงกับจำนวนผู้โดยสาร ดังนั้นการลดลงของรายได้เฉลี่ย (Arrange Revenue : AR) จะส่งผลต่อกำไรของธุรกิจอย่างมาก ดังนั้นธุรกิจจะต้องมีมาตรการที่ต้องเพิ่มจำนวนผู้โดยสาร และอัตราการบรรทุกให้มากขึ้น คือ ต้องเพิ่มหรือรักษาให้อัตราการขนส่งผู้โดยสารแต่ละเส้นทางการบินให้ใกล้ 100 เปอร์เซ็นต์ โดยจัดแพคเก็จร่วมกันโรงแรมหรือบริษัทนำเที่ยว

2) ลดผลกระทบจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

ผู้โดยสารของสายการบิน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทย ดังนั้นธุรกิจของสายการบินจึงขึ้นอยู่กับความมีเสถียรภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งอาจได้รับผลจากเหตุการณ์วิกฤตจากเศรษฐกิจของประเทศ นักท่องเที่ยวในตลาดของไทย หรือการแข็งค่าของเงินบาท ทัศนคติที่ไม่ดีสำหรับประเทศไทย ตลอดจนการเพิ่มภาระ

0191483

การใช้จ่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทยสูงขึ้น เกิดเหตุการณ์ไม่สงบทางภาคใต้ 3 จังหวัด การแพร่ระบาดโรคในอาเซียน ดังนั้นรัฐบาลจะต้องสร้างภาพลักษณ์ของประเทศที่ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยว และสร้างเหตุการณ์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาประเทศไทยมาก ๆ และบ่อย ๆ

3) เพิ่มรายได้จากกิจกรรมอื่นที่ส่งเสริมการขนส่ง เช่น การโฆษณาบนเครื่องบิน การขายสินค้าที่ระลึก สินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน การบริการขนส่งต่อเนื่องในท้องถิ่น

2.5 ประเทศเพื่อนบ้าน

ประเทศไทยมีแนวพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 4 ประเทศ ได้แก่ พรมแดนด้านพม่า (เมียนมาร์) ยาว 2,202 กิโลเมตร พรมแดนด้านลาว 1,750 กิโลเมตร พรมแดนด้านกัมพูชายาว 798 กิโลเมตร พรมแดนด้านมาเลเซีย 576 กิโลเมตร โดยที่แนวพรมแดนส่วนใหญ่ยึดเอาแนวสันปันน้ำของภูเขา ทางน้ำหรือลำน้ำบริเวณแนวกลางของร่องน้ำที่ไหลแรงที่สุด เรียกว่า ร่องน้ำลึก ยกเว้นพรมแดนในแม่น้ำโขงที่ฝรั่งเศสให้ถือเอาเกาะแก่งเป็นของลาวทั้งหมด แม้ว่าจะอยู่ ใกล้ฝั่งไทย (ยกเว้น 8 เกาะ) ได้แก่

1. แนวพรมแดนระหว่างไทย-สหภาพพม่า หรือเมียนมาร์ ความยาว 2,202 กิโลเมตร ทอดไปตามร่องน้ำลึกของแม่น้ำ รวก แม่น้ำสาย ทิวเขาแดนลาว แม่น้ำสาละวิน แม่น้ำเมย ทิวเขาถนนธงชัย ทิวเขาตะนาวศรี และแม่น้ำกระบุรี (ปากจั่น) อยู่ในเขตพื้นที่ จ.เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง

2. แนวพรมแดนระหว่างไทย-สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ความยาว 1,750 กิโลเมตร ทอดไปตามร่องน้ำลึก ของแม่น้ำโขงตอนบน แม่น้ำเหืองงา แม่น้ำเหือง และแม่น้ำโขงตอนล่าง และทอดไปตามสันปันน้ำในทิวเขาหลวงพระบาง ทางตอนเหนือ และสันปันน้ำในทิวเขาภูแดนลาวทางตอนใต้ อยู่ในเขต จ.เชียงราย พะเยา น่าน อุตรดิตถ์ พิษณุโลก เลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อุบลราชธานี

3. แนวพรมแดนระหว่างไทย-ราชอาณาจักรกัมพูชา ความยาวประมาณ 798 กิโลเมตร นับจากอ่าวไทยทอดไปตามทิวเขา บรรทัด แม่น้ำไพลิน (หรือห้วยเขมร) คลองลึก คลองด่าน คลองน้ำใส ที่ราบแนวเส้นตรงคลองปากอ้าว (ปากอ่าว) และทิว เขาพนมดงรัก ในเขต จ.ตราด จันทบุรี สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

4. แนวพรมแดนระหว่างไทย-สหพันธรัฐมาเลเซีย ความยาว 576 กิโลเมตร ทอดไปตามสันปันน้ำของทิวเขาสันกาลาคีรี ร่องน้ำลึกของแม่น้ำโก-ลก ในเขต จ.สตูล สงขลา ยะลา และนราธิวาส แนวพรมแดนแสดงความเป็นอธิปไตยเหนือพื้นที่ บริเวณนั้น แนวพรมแดนทางธรรมชาติ เหมาะ

ศูนย์สนเทศและหอสมุด
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สำหรับกีดขวาง ช่วยในการป้องกันข้าศึกรุกราน แต่ขัดขวางด้านการ คมนาคม ติดต่อค้าขายและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างมิตรประเทศ ในปัจจุบันนี้แนวพรมแดนจัดว่าเป็นแหล่งเศรษฐกิจ ที่สำคัญของประเทศ เพราะเปิดตลาดทำการค้าขายกันหลายแห่งกลายเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะมีจุดชมวิวที่ สวยงามด้วย บางแห่งมีประวัติความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ โดยทั่วไปเป็นจุดที่อยู่ตรงช่องเขาหรือมีแม่น้ำ กั้น แต่ถ้านับตามสายวัฒนธรรมและความร่วมมือกัน จะนับรวมประเทศสิงคโปร์และเวียดนามเป็นประเทศเพื่อนบ้านด้วย

แนวคิดในการวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดที่สายการบินลักษณะนี้บินตรงและสามารถเชื่อมโยงและส่งกับการท่องเที่ยวในประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม และเมืองเชียงรุ้ง ได้แก่จังหวัดที่มีศักยภาพเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเช่น เชียงราย อุดรธานี อุบลราชธานี

2.5.1 ราชอาณาจักรกัมพูชา Kingdom of Cambodia

นโยบายการท่องเที่ยว

รัฐบาลกัมพูชามีนโยบายดูแลรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศ อำนวยความสะดวกให้แก่นักลงทุนด้านท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศ เข้ามาลงทุนมากยิ่งขึ้น อนุรักษ์วัฒนธรรมแห่งชาติ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในกัมพูชาเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้อย่างสำคัญของประเทศกัมพูชา



รูปที่ 2-4 แผนที่ของราชอาณาจักรกัมพูชา ที่มา : www.mof.go.th

ตารางที่ 2-1 Arrivals to Combodia January to October

By Air	2004	%	2005	%	% Δ
Phnom Penb	250,431	30.62	333,296	29.70	33.09
Sieam Reap	225,703	27.59	343,632	30.63	52.25
By hand & Boat	282,229	34.50	379,715	33.84	34.54
Phreah Bihear	59,587	72.80	65,387	5.83	9.73
Total	**817,950**	**100.00**	**1,122,030**	**100.00**	**37.18**

Source : Ministry of Tourism , Combodia

Top Visitor	Korea	176,817
	Japan	107,291
	USA	87,469
	Thailand	47,945
	Vietnam	39,751
	France	54,832
	UK	54,469

เมืองหลวง - กรุงพนมเปญ (Phnom Penh)

เขตการปกครอง - มี ๔ กรุง ได้แก่ กรุงพนมเปญ กรุงไพลิน กรุงแกบ กรุงพระสีหนุ และ 20 จังหวัด ได้แก่ กระแจะ เกาะกง กันดาล กัมปงจาม กัมปงชนัง กัมปงทม กัมปงสะปือ กัมปอต ตาแก้ว รัตนคีรี พระวิหาร พระตะบอง โพธิสัต บันเตียเมียนเจย เปรเวง มณฑลคีรี สตึงเตรง สวายเรียง เสียมราฐ อุดรมีชัย ภาษา - ภาษาราชการ ได้แก่ ภาษาเขมร ส่วนภาษาที่ใช้งานทั่วไป ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส เวียดนาม จีน และไทย ศาสนาประจำชาติ - พุทธศาสนานิกายเถรวาท (มี 2 นิกายย่อย ได้แก่ ธรรมยุติและมหานิกายโดยมีสมเด็จพระสังฆราช 2 องค์) ศาสนาอิสลาม (หรือเขมรจามซึ่งมีประมาณ 200,000 คน) และศาสนาคริสต์อีกเล็กน้อย

การเดินทางเข้าประเทศ

ผู้ประสงค์จะเดินทางเข้าประเทศกัมพูชาจะต้องขอวีซ่าจากสถานทูตกัมพูชาในต่างประเทศ หรือจะขอวีซ่าที่ท่าอากาศยานเมื่อเดินทางไปถึงก็ได้เช่นเดียวกัน โดยทางกัมพูชาจะออกวีซ่าให้กับผู้เดินทางเข้าประเทศชั่วคราว 2 ชนิด คือ วีซ่าสำหรับนักธุรกิจ และวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยว

2.5.2 ประเทศ สหภาพพม่า (Union of Myanmar)

ที่ตั้ง ทิศตะวันตกเฉียงใต้ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ระหว่างที่ราบสูงธิเบตและคาบสมุทรมลายู มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศต่าง ๆ ดังนี้

ทิศตะวันออก ติดกับลาว และไทย

ทิศเหนือ และทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ติดกับทิเบต และแคว้นยูนานของจีน

ทิศใต้ ติดกับอ่าว เบงกอล ทะเลอันดามัน และไทย

ทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ติดกับอินเดียและบังคลาเทศ

ทิศตะวันออกเฉียงใต้ ติดกับไทย

พื้นที่ 676,577 ตารางกิโลเมตร (ใหญ่กว่าประเทศไทยประมาณ 1/5 เท่า) มีพื้นที่น้ำ 3.06%

ประชากร 50 ล้านคน (พ. ศ.2546) มีอัตราการเพิ่มประชากร ร้อยละ 1.07 และมีความหนาแน่นร้อยละ 63.7 คน ต่อตารางกิโลเมตร

เชื้อชาติ ประมาณ 135 เชื้อชาติ ประกอบด้วยเชื้อชาติพม่าประมาณร้อยละ 68 ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 32 เป็นเชื้อชาติอื่น ๆ ได้แก่ ฉาน (Shan) 9% กะเรน (Karen) 7% ละคิ่น (Rakhine) 4% จีน (Chinese) 3% มอญ (Mon) 2% อินเดียน (Indian) 2% และ อื่น ๆ 5%

เมืองสำคัญ

กรุงพินมะนา Pyinmana เป็นเมืองหลวงศูนย์ราชการของประเทศ

กรุงย่างกุ้ง (Yangon) : เมืองหลวงเก่าของประเทศและเป็นเมืองศูนย์กลางการค้าที่จะกระจายสินค้าไปสู่ภาคต่าง ๆ ของประเทศ โดยมีแม่น้ำย่างกุ้งเป็นแม่น้ำสำคัญในการขนถ่ายสินค้า

มัณฑะเลย์ : ศูนย์กลางธุรกิจการค้าในประเทศทางตอนบน

เมียวดี : เมืองค้าขายสินค้าชายแดนกับไทย ตรงข้ามอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ท่าขี้เหล็ก : เมืองค้าขายสินค้าชายแดนกับไทย ตรงข้ามอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

เกาะสอง : เมืองค้าขายสินค้าชายแดนกับไทย ตรงข้ามจังหวัดระนอง

มูเซ : เมืองค้าขายสินค้าชายแดนกับจีน ตรงข้ามเมืองลุยสีของจีน

ภูมิประเทศ ร้อยละ 50 เป็นภูเขาปกคลุมด้วยป่าไม้ ร้อยละ 19 เป็นพื้นที่เกษตรกรรม (ประมาณ 80 ล้านไร่) มีเทือกเขายาวจากเหนือจรดใต้ คือเทือกเขา Western Yoma Pegu Yoms และเทือกเขา Shan Plateau ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำสำคัญ 3 สายของพม่า ได้แก่ อิระวดี Irrawaddy) ซิส แตง (Sittang) และ สาละ วิน (Salawin)

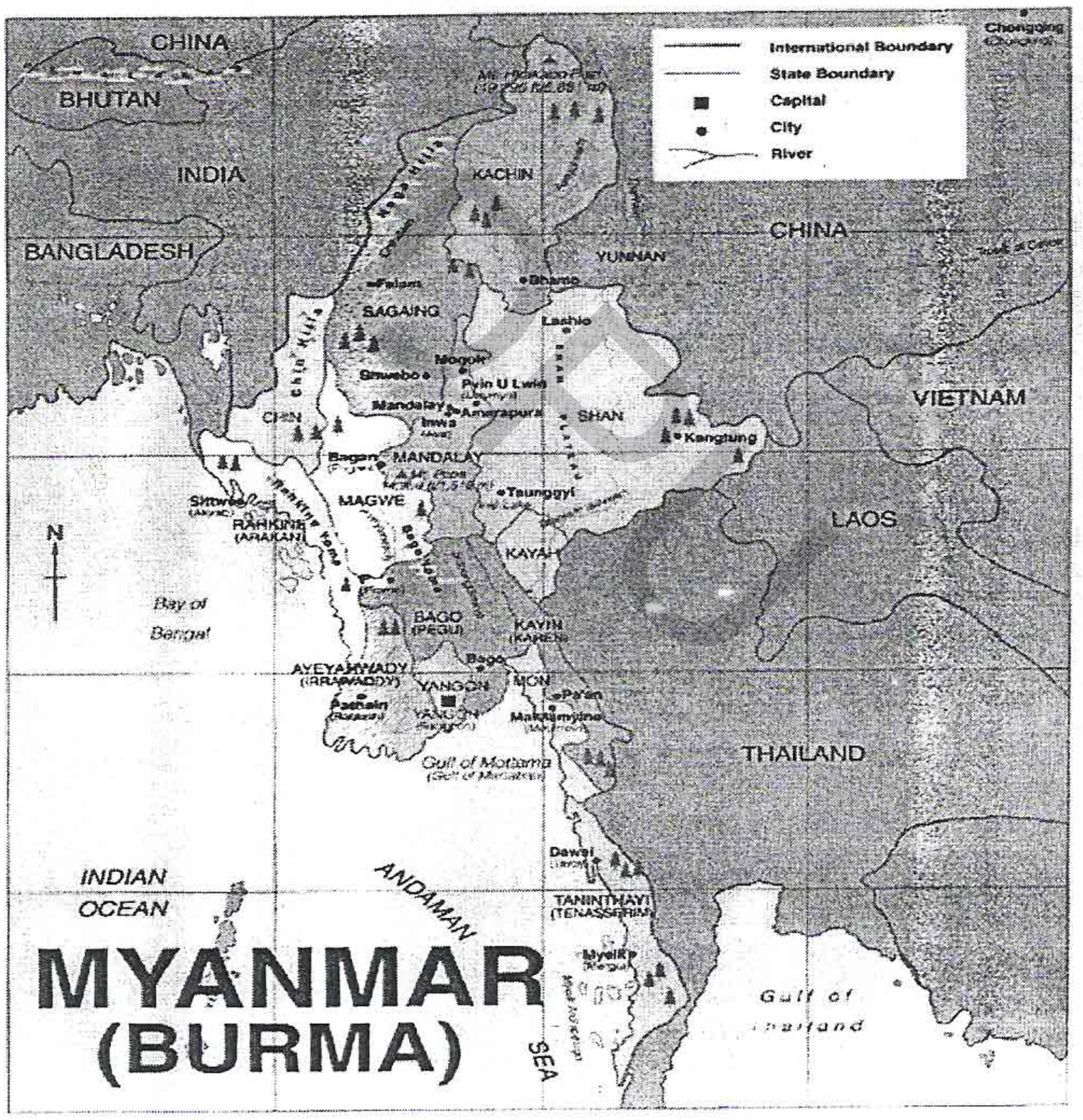
สภาพภูมิอากาศ ร้อนชื้น อุณหภูมิเฉลี่ย 32 องศาเซลเซียส มี 3 ฤดู คือ

ฝน (พฤษภาคม – กันยายน)

หนาว (ตุลาคม – กุมภาพันธ์) ร้อน (มีนาคม – พฤษภาคม) เวลาแตกต่างจากประเทศไทย ช้ากว่าครึ่งชั่วโมง

ภาษา ภาษาราชการคือ พม่า ภาษาที่ใช้ติดต่อธุรกิจและการค้าคือ ภาษาพม่า และภาษาอังกฤษ โดยร้อยละ 85 ใช้ภาษาพม่า นอกจากนั้นร้อยละ 15 พูดภาษาฉาน กระเหรี่ยง มอญ และจีนกลาง

ศาสนา ร้อยละ 89.5 นับถือศาสนาพุทธนิกายหินยาน หรือเถรวาท ร้อยละ 4 นับถือศาสนาอิสลาม, ร้อยละ 4 นับถือศาสนาคริสต์ ร้อยละ 1 นับถือ Animist Beliefs และอื่น ๆ อีกร้อยละ 2



รูปที่ 2-5 แผนที่ประเทศ สหภาพพม่า ที่มา : www.mof.go.th

ข้อมูลเมืองที่สำคัญ ของสหภาพพม่า

1. รัฐมอญ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 4,747.8 ตารางไมล์ และมีประชากรที่ประกอบไปด้วยคนมอญ พม่า กะเหรี่ยง ยะไข่ ชิน คะฉิ่น ไทใหญ่ และปะโอ ภาษาที่ใช้คือภาษามอญและภาษาพม่า รัฐมอญแบ่งออกเป็น 2 จังหวัด คือ เมาะละแหม่ง และท่าตอน ประกอบไปด้วย 10 อำเภอ (Township) และ 450 ตำบล และหมู่บ้าน

พื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยป่าอุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลและป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ พื้นที่เพาะปลูกมีประมาณ 3 ล้านเอเคอร์ (1 เอเคอร์ = 2 ไร่ครึ่ง) ส่วนใหญ่เป็นที่นาสำหรับปลูกข้าว พื้นที่ 600,000 เอเคอร์ เป็นพื้นที่ทำนาปี ซึ่งให้ผลผลิตข้าวประมาณ 35.4 ล้านกระบุงต่อปี ส่วนนาปรังนั้นจะเพาะปลูกในพื้นที่มากกว่า 700,000 เอเคอร์ และให้ผลผลิตปีละ 4.8 ล้านกระบุง นอกจากข้าวก็เป็นพืชผลทางเกษตรอื่น ๆ พืชที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งคือยางพารา ซึ่งมีพื้นที่ปลูกประมาณ 150,000 เอเคอร์ พืชอื่น ๆ ที่ปลูกในรัฐมอญ ได้แก่ ข้าวโพด ถั่วลิสง ดอกทานตะวัน ธัญพืช มันสำปะหลัง อ้อย มะพร้าว ต้นปาล์ม (น้ำมัน) โคคัว เม็ดมะม่วงหิมพานต์ และผลไม้นานาชนิดที่มีชื่อ ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ สับปะรด น้อยหน่า และอโวคาโด เป็นต้น

นอกจากพื้นที่การเกษตรแล้ว ผลิตภัณฑ์จากทะเลเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีค่าของรัฐมอญ หมู่บ้านต่าง ๆ บนเกาะบิล (Bill Island) และหมู่บ้านในเขต ตันบูซายัต (Thanbyuzayat) ก็มีชื่อเสียงในการผลิตปลาแห้งและน้ำปลา นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์จากทะเลอีกมากมาย เป็นต้น

รัฐมอญอุดมไปด้วยสินแร่ เช่น แอนติ โมนี antimony) และแกรนิต (granite) มีเหมืองแร่ที่อำเภอปวง (Paung township) มุดอน (Mudon) มอบพา ลิน (Mappalin) และซินเยก (Zingyaik)

อุตสาหกรรมของรัฐที่รัฐมอญ ได้แก่ โรงงานกระดาษชิตตาง (Sittaung) โรงงานน้ำตาล ปิลิม โรงงานผลิตจาน โรงงานยางพาราที่ ตันบูซายัต โรงงานผลิตยางรถยนต์ที่ท่าตอน โรงงานผลิตไฟฟ้าจากถ่านหินใกล้เมืองเมาะ ลำใย (Mawlamyine) และท่าเรือที่เมืองเมาะ ลำใย

2. รัฐกะเหรี่ยง มีพื้นที่ประมาณ 11,731 ตารางไมล์ และประชากรที่ประกอบไปด้วยคนกะเหรี่ยง พม่า มอญ ไทใหญ่ ปะโอ และยะไข่ รัฐกะเหรี่ยงมี 3 จังหวัด (District) คือ ผาอัน (Hpa-an) กอกา เรก (Kawkarek) และเมียวดี (Myawady) 7 อำเภอ และ 410 ตำบล และหมู่บ้าน เมืองหลวงของรัฐกะเหรี่ยง ได้แก่ ผาอัน

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่อุดมสมบูรณ์และอุดมไปด้วยป่าไม้ พื้นที่เพาะปลูกประมาณ 700,000 เอเคอร์ ใช้เป็นพื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปีประมาณ 300,000 เอเคอร์ ซึ่งให้ผลผลิตประมาณ 14.5 ล้านกระบุงต่อปี มีพื้นที่การเกษตรบนภูเขาประมาณ 10,000 เอเคอร์ และสวนผลไม้อีกประมาณ 5,000 เอเคอร์ พื้นที่ในเขตรัฐกะเหรี่ยงมีฝนตกในปริมาณที่มาก จึงไม่จำเป็นต้องสร้างเขื่อนแต่อาศัยน้ำฝนแทน

ผลผลิตที่สำคัญได้แก่ ข้าว ถั่ว และธัญพืชอื่น ๆ งา อ้อย ยางพารา กาแฟ มะพร้าว และผลไม้อื่น ๆ

สินแร่ที่สำคัญ ได้แก่ เหล็ก ดีบุก ทองแดง สังกะสี ถ่านหิน และแอนติ โมนี (antimony)

3. รัฐคะยาห์ มีพื้นที่ประมาณ 4,530 ตารางไมล์ ประชากรประกอบด้วย คะยาห์ กะเหรี่ยงปะดอง ปะเย (Paye) และชนเผ่ากลุ่มต่าง ๆ อีกมากมาย ความหนาแน่นของประชากรคือ 53 คนต่อตารางไมล์ รัฐคะ ยาห์เป็นรัฐที่ค่อนข้างเล็ก ประกอบด้วย 2 จังหวัด คือ ลอยก่อ (Loi Kaw) และ บอว์เล็ก (Bawlake) 7 อำเภอ และ 106 ตำบล และหมู่บ้าน พื้นที่ของรัฐทั้งที่ราบและภูเขา

พื้นที่เพาะปลูกประมาณ 90,000 เอเคอร์ เป็นนาข้าวประมาณ 40,000 เอเคอร์ อีก 40,000 เอเคอร์ เป็นพื้นที่ทำสวน ทำไร่ และอีก 20,000 เอเคอร์ เป็นพื้นที่เกษตรบนที่สูง พื้นที่ส่วนใหญ่ที่ทำการเกษตร มีระบบส่งน้ำชลประทาน ข้าวเป็นผลิตผลทางเกษตรที่สำคัญ นอกจากนี้ยังมีข้าวฟ่าง ข้าวโพด งา ถั่วลิสง กระเทียม และผักชนิดต่าง ๆ สินแร่ ได้แก่ วุลแฟรม และ เชลแลค ผลิตภัณฑ์โลหะผสมที่เหมือง ม่อซิ อลาบาสเตอร์ (Alabaster) จากภูเขาซักยิน (Sakyin) ใกล้จังหวัดลอยก่อ โดยมีอำเภอดี มอโช (Dimawsho) เป็นศูนย์กลางการขนส่ง อลาบาสเตอร์จากโรงงานที่ลอยก่อไปยังโรงงานผลิตเครื่องใช้ต่าง ๆ นอกจากสินแร่แล้วยังมีไม้มีค่า อาทิ ไม้สัก และไม้เนื้อแข็งราคาแพงอื่น ๆ อีกมากมาย

4. รัฐฉาน เป็นรัฐที่มีขนาดใหญ่ที่สุด และมีประชากรมากที่สุด มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 60,155 ตารางไมล์ ประชากรในรัฐฉานประกอบไปด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย อาทิเช่น ไทใหญ่ พม่า คะ ฉิ่น ว้า โกกัง มูเซอ ลีซอ เป็นต้น

รัฐฉานประกอบไปด้วย จังหวัดที่สำคัญได้แก่ ตองยี ลอยเห ลิม ลาเฉียว มูเซ จอกเม กุนหลง ลกไก่ เชียงตุง เมืองสาน เมืองพยาค และท่าขี้เหล็ก ประกอบไปด้วย 54 อำเภอ และ 193 ตำบล เมืองหลวงของรัฐ ได้แก่ ตองยี

พื้นที่รัฐฉานเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์ และยังมีป่าไม่อีกมากมายในขณะที่พื้นที่เพาะปลูกมีมากเช่นกัน ประมาณ 1.5 ล้านเอเคอร์ แบ่งเป็นพื้นที่ปลูกข้าวประมาณ 500,000 เอเคอร์ พื้นที่ปลูกพืชอื่น ๆ ประมาณ 200,000 เอเคอร์ และอีก 8,000 เอเคอร์ สำหรับการเกษตรบนที่สูง พื้นที่สำหรับการทำไร่ ทำสวน ประมาณ 200,000 เอเคอร์ ผลผลิตที่สำคัญได้แก่ ข้าว ข้าวสาลี ข้าวโพด อ้อย ถั่ว ธัญพืช หอมแดง กระเทียม งา ถั่วลิสง ทานตะวัน ใบชา ใบยาสูบ กาแฟ ผลไม้ เมืองหนาว และผักนานาชนิด

สินแร่ที่สำคัญ อาทิเช่น ทังสะ เตน เงิน ดีบุก สังกะสี ซึ่งพบส่วนใหญ่ที่เขตบอด วิน (Bawdwin) ยานาดา- เตงจี (Yanada-theingi) และ บอว์แชง (Bawshaing) เหล็กพบมากที่ปินเปด (Pinpet) โหปอง (Hopong) ทางตะวันออกของตองยี นอกจากนี้ยังมีแมงกานีส และ อัญมณีอีกมากมาย เช่น เพชร พลอยแดง หยก ฯลฯ นอกจากสินแร่แล้ว ยังมีเหมืองแร่ที่ทำการถลุงแร่เหล่านี้อีกหลายแห่ง เช่น เพชร พลอยแดง หยก ฯลฯ นอกจากสินแร่แล้ว ยังมีเหมืองแร่ที่ทำการถลุงแร่เหล่านี้อีกหลายแห่ง เช่น บอด วิน และน้ำทุ (Namtu) เป็นแหล่งผลิตดีบุก และเมืองที่สำคัญ เมืองลางเคอ (Langkho) เป็นเมืองผลิตใบยาสูบ และเส้นยาสูบชั้นเลิศ มีโรงงานกระดาษ โรงงานทอผ้า โรงงานผลิตใบชา และอุตสาหกรรมขนาดย่อมอีกมากมาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมจากภาคเกษตร

5. รัฐคะฉิ่น มีพื้นที่ประมาณ 33,903 ตารางไมล์ เต็มไปด้วยภูเขา มีอาณาเขตติด กับธิเบต จีน และอินเดีย ยอดเขารอบเมืองปูเตา มีหิมะปกคลุมอยู่ตลอด ภูมิอากาศส่วนใหญ่มีอากาศเย็นและอุณหภูมิที่พอดี ยกเว้นพื้นที่ลุ่มแม่น้ำอิระวดี ซึ่งเป็นที่ตั้งของเมืองหลวงชื่อ มิตจินา ที่มีชื่อเสียงด้านทองและหยก ประชากรส่วนใหญ่ของรัฐนี้ประกอบด้วยเชื้อชาติคะฉิ่น ซึ่งแบ่งเป็นชนเผ่ากลุ่มย่อย ๆ ที่สำคัญ 4 กลุ่ม คือ จิงเป่า (Jinghpaw) อาชิ (Atshi) ลาชิ (Lashi) และมารู (Maru) สามกลุ่มหลังอยู่ใกล้ชายแดนจีน และมีภาษาใช้เป็นของตนเอง ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในดินแดนที่เป็นภูเขา และพื้นที่เนินเขา ทำการเพาะปลูกข้าวแบบไร่หมุนเวียน และอุตสาหกรรมไม้กำลังได้รับความนิยม โดยมีความต้องการไม้สักจากจีนและไทย

โดยภาพรวมแล้วจะเห็นได้ว่า พื้นที่ของรัฐทั้ง 5 นี้ เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตร นอกจากนั้นยังอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นไม้มีค่า แร่ธาตุ อัญมณี ผลิตผลจากป่า และผลิตผลจากทะเล ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรเหล่านี้ยังมีเปอร์เซ็นต์น้อย และยังเป็นพื้นที่ที่มีอนาคตในแง่การลงทุนในรัฐทั้ง 5 นี้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และสร้างโอกาสทางด้านเศรษฐกิจให้ประชาชนในบริเวณนี้ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในอนาคต

การคมนาคมทางบก การคมนาคมทางถนน

การคมนาคมทางบกของพม่าได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นในระยะที่ผ่านมา ถนนทั่วประเทศมีความยาวทั้งสิ้นประมาณ 27,840 กิโลเมตร ถนนในกรุงย่างกุ้ง และมัณฑะเลย์ สามารถเชื่อมโยงไปยังเมืองต่างๆ โดยถนนส่วนใหญ่ยังไม่ลาดยางและมีช่องทางเดียว

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

เส้นทางต่อจากกรุงย่างกุ้งไปยังบังคลาเทศ อินเดีย และขึ้นเหนือไปเมือง มัณฑะเลย์– ลาเจียง – คุนหมิง (จีนตอนใต้)

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

เส้นทางเมียวดี (พม่า) – แม่สอด – ตาก – สุโขทัย – พิษณุโลก – ขอนแก่น – มุกดาหาร – สุวรรณเขต (ลาว) – ดงฮา – ดานัง (เวียตนาม)

สำหรับการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศไทยและพม่าสามารถทำได้โดยการผ่านจุดผ่านแดนถาวรตามแนวชายแดนไทย – พม่า ได้ 7 จังหวัด คือ ตาก เชียงราย ระนอง แม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ กาญจนบุรี และประจวบคีรีขันธ์

การคมนาคมทางรถไฟ

พม่ามีเส้นทางรถไฟเป็นระยะทาง 5,790 กิโลเมตร สามารถรับผู้โดยสารและขนส่งถึงเมืองสำคัญได้หลายแห่ง ได้แก่

1. ทิศเหนือ ได้แก่ Myeikyna , Lashio และ Mandalay
2. ทิศใต้ ได้แก่ Mawlamyine, และ Yai

การคมนาคมทางน้ำ

เส้นทางสัญจรทางน้ำในประเทศมีความยาวทั้งสิ้น 8,000 กิโลเมตร นับว่าเป็นวิธีสัญจรไปมาของประชาชนและการขนส่งสินค้าที่สำคัญ เส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สำคัญของพม่า ได้แก่

ท่าเรือย่างกุ้ง สามารถรับเรือที่มีระวางตั้งแต่ 15,000 ตันขึ้นไป

ท่าเรือเมาะละแหม่ง (Moulamein) มีระยะห่างจากแม่สอดของไทย 170 กิโลเมตร แต่ท่าเรือนี้ไม่สามารถรองรับเรือเดินสมุทรได้

ท่าเรือ แอมเฮิรสท์ (Amhurst) หรือ ไจกะมี (Kyaikami) เป็นท่าเรือเก่าสมัยอังกฤษปกครองพม่า ท่าเรือนี้ติดต่อกับไทยทางฝั่งเจดีย์สามองค์ จังหวัดกาญจนบุรี

ท่าเรือ จ๊อกพยิว (Kyaukpyu) เป็นท่าเรือที่ใช้ทำการค้าระหว่างจีนกับพม่า และพม่าใช้ท่าเรือนี้เชื่อมต่อไปสู่มหาสมุทรอินเดียและยุโรป

ท่าเรือทีละวา (Thilawa) เป็นท่าเรือที่อยู่ใกล้นิคมอุตสาหกรรมย่างกุ้ง (ห่างจากกรุงย่างกุ้งเป็นระยะทาง 13 กิโลเมตร) มีความลึกขนาด 10,000 ตัน อยู่ห่างจากอำเภอแม่สอดของไทยเป็นระยะทาง 508 กิโลเมตร

นอกจากนี้ยังมีท่าเรืออื่น ๆ อีก อาทิเช่น ท่าเรือ Sittwe, Kyaukpyu และ Thandwe ในรัฐ Rakkhine และท่าเรือ Mawlamyine ในรัฐ Mon เป็นต้น

สำหรับหน่วยงานที่กำกับดูแลท่าเรือของพม่า คือ Myanmar Port Authority และหน่วยงานที่กำกับดูแลเรื่องการขนส่งสินค้า คือ Shipping Agency Department

บริษัทเดินเรือของพม่า คือ Myanmar Five Star Line เป็นของรัฐ ซึ่งผูกขาดการให้บริการด้วยเรือขนส่งสินค้า 25 ลำ ตรงไปยังหลายประเทศ ได้แก่ อินเดีย บังคลาเทศ ไทย มาเลเซีย จีน ฮ่องกง เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และสหราชอาณาจักร การขนส่งสินค้าไปยังสหรัฐฯ และแคนาดา จะต้องมีการถ่ายโอนสินค้าโดย Myanmar Five Star Line และถ้าโอนสินค้าต่อไปยัง Nippon Liner Service จากสิงคโปร์ไปยังออสเตรเลีย และเส้นทางอื่นต่อไป นอกจากนี้ยังมีบริษัทขนส่งของต่างชาติอีก 3 บริษัท คือ China Overseas Co (COSCO), Mitsui OSK Line และ Nippon Yusen Kaisha Line (NYK)

<u>การคมนาคมทางอากาศ</u>

ปัจจุบันพม่ามีท่าอากาศยานทั้งสิ้น 6 – 7 แห่ง เป็นท่าอากาศยานนานาชาติ 4 แห่ง คือ ท่าอากาศยาน Migaladon ซึ่งอยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของกรุงย่างกุ้ง ท่าอากาศ ยานมัณฑะเลย์ Pagan / Nyaung – Oo และ Heho มีเที่ยวบินไปยังกรุงเทพฯ สิงคโปร์ ดัคคาร์ (บังคลาเทศ) คุณหมิง (จีนตอนใต้) ฮานอย (ผ่าน คุนหมิง) พนมเปญ (กัมพูชา) และอินเดีย

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

สำหรับการบินไทยมีเที่ยวบินไปย่างกุ้งทุกวัน สายการบินที่สำคัญของพม่าคือ Myanmar Airways International (UB) เป็นของรัฐบาล บินจากกรุงย่างกุ้งไปฮ่องกง สิงคโปร์ ดัคคาร์ กัวลาลัมเปอร์ คุนหมิง และกรุงเทพฯ สายการบินภายในประเทศอีก 2 สายการบินคือ Air Mandalay เป็นการร่วมทุนของรัฐและเอกชน และ Myanmar Airways เป็นของรัฐบาลจะบินใน

ช่วงฤดูการท่องเที่ยวคือ ตุลาคม – มีนาคม นอกนี้ พม่ายังมีสนามบินภายในประเทศมากถึง 63 แห่ง

<u>การสื่อสารโทรคมนาคม</u>

Myanmar Posts and Telecommunication (MPT) เป็นหน่วยงานของรัฐที่ผูกขาดการให้บริการด้านการไปรษณีย์และโทรคมนาคมของประเทศ การพัฒนาระบบโทรคมนาคมเป็นไปอย่างเชื่องช้า เนื่องจากการปิดประเทศและการขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ ในปัจจุบันมีสำนักงานไปรษณีย์ 1,239 แห่ง สำนักงานการโทรสาร 419 แห่ง ชุมสายเทเล็กซ์ 195 แห่ง เครื่องโทรสาร ทั่วประเทศ 2,157 เครื่อง สำหรับบริการด้านโทรศัพท์คู่สายโทรศัพท์ที่ต่อกับเครื่องรับโทรศัพท์ 234,053 หมายเลขทั่วประเทศ ปัจจุบันพม่ามีโทรศัพท์ใช้คิดเป็น 4.98 เครื่องต่อประชากร 1,000 คน และมีแผนจะเพิ่มจำนวนขึ้นอีกร้อยละ 17 ต่อปี สำหรับการติดต่อทางไกลกับต่างประเทศ ปัจจุบันติดต่อได้ 14 ประเทศ แต่ประชาชนในชนบทของพม่ายังห่างไกลจากระบบสื่อสารเป็นอย่างมาก

<u>ความสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว</u>

ไทยและพม่าเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันทั้งระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เงื่อนไขและทัศนคติทางการเมือง แต่ทั้งสองประเทศมีวัฒนธรรม ระเบียบแบบแผนประเพณีที่ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนับถือศาสนาพุทธ เช่นเดียวกัน ประกอบกับการ ลงนามข้อตกลงทางวัฒนธรรมไทย-พม่า มีการแลกเปลี่ยนคณะนาฏศิลป์ของทั้งสองฝ่าย และให้ความร่วมมือในการบูรณปฏิสังขรณ์โบราณสถาน และโบราณวัตถุในพม่า นอกจากนี้ กระทรวงต่างประเทศได้อัญเชิญผ้าพระกฐินพระราชทานจากประเทศไทยไปที่วัดพุทธในพม่าทุกปี ตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นมา จึงเปรียบเสมือนการเปิดประตูแห่งการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม เพราะพม่ามีความสวยงามของโบราณสถาน และโบราณวัตถุ นอกจากนี้พม่ายังมีแหล่งธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และสวยงาม ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

สำหรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าพม่าในปี 2546 – ไตรมาสแรกของปี 2547 อยู่ที่ประมาณ 290,000 คน ลดลงเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ผลกระทบจากสถานการณ์โรค SARS การขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย และการรณรงค์ไม่ให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกเดินทางไปพม่าอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากมาตรการกดดันพม่าทางเศรษฐกิจของประเทศตะวันตก นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวในพม่าขยายตัวได้อย่างจำกัด และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากประเทศไทย

2.5.3 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ที่ตั้ง

- อยู่ระหว่างละติจูดที่ 14-23 องศาเหนือ และลองติจูดที่ 100-108 องศาตะวันออก เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกทะเล
- ทิศเหนือ ติดกับสาธารณรัฐประชาชนจีน แนวเขตแดนยาว 505 กิโลเมตร
- ทิศใต้ ติดกับราชอาณาจักรกัมพูชา แนวเขตแดนยาว 435 กิโลเมตร
- ทิศตะวันออก ติดกับสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม แนวเขตแดนยาว 2,069 กิโลเมตร
- ทิศตะวันตก ติดกับราชอาณาจักรไทย แนวเขต่แดนยาว 1,810 กิโลเมตร และสหภาพพม่า แนวเขตแดนยาว 236 กิโลเมตร

พื้นที่

91,429 ตารางไมล์ หรือ 236,800 ตารางกิโลเมตร

- พื้นที่ส่วนใหญ่ร้อยละ 90 เป็นเขาและที่ราบสูง ยอดเขาที่สูงที่สุดคือ ภูเบี้ย อยู่ในแขวงเชียงขวาง สูง 2,820 เมตร ลาวมีพื้นที่เพาะปลูกเพียง 50,000 ตารางกิโลเมตร หรือร้อยละ 21.11 ของพื้นที่ทั้งหมด

ภูมิอากาศ

- ลาวมีสภาพภูมิอากาศแบบเขตร้อน มีฝนตกชุกระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกันยายน อุณหภูมิเฉลี่ยที่เวียงจันทน์ 25 องศาเซลเซียส (มกราคม) และ 36-37 องศาเซลเซียส (เมษายน) ปริมาณฝนเฉลี่ย 1,715 มิลลิเมตร ต่อปี

เมืองและแขวงสำคัญ

- เวียงจันทน์ เป็นเมืองหลวงของประเทศ และเป็นเขตการปกครองพิเศษ เรียกว่า กำแพงนครเวียงจันทน์ อยู่ตรงข้ามจังหวัดหนองคาย มีประชากร 606,000
- แขวงสะหวันนะเขต มีประชากรมากที่สุดในประเทศ อยู่ตรงข้ามจังหวัดมุกดาหาร ประชากร 690,000 คน
- แขวงจำปาสัก มีประชากรมากเป็นอันดับสาม มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดอุบลราชธานี ประชากร 500,000 คน
- แขวงคำม่วน มีประชากร 280,000 คน และมีป่าไม้และแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์

สังคม

ประชากร 5.92 ล้านคน (ปี 2546) ประกอบด้วยลาวเทิง ลาวสูง และลาวลุ่ม แยกออกได้ประมาณ 68 ชนเผ่า

- ลาวเทิง คิดเป็นร้อยละ 34 ของประชากรทั้งหมด ได้แก่ ชนเผ่าข่า ภูไท และลาวพวน

- ลาวสูง คิดเป็นร้อยละ 9 ของประชากรทั้งหมด ได้แก่ ม้ง (หรือแม้ว) และชาวเขาเผ่าต่างๆ

- ลาวลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 56 ของประชากรทั้งหมด ได้แก่ ชนเผ่าอ้ายลาว เช่น ชาวเวียงจันทน์ ชาวหลวงพระบาง

ศาสนา

- ร้อยละ 75 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 16-17 นับถือผี ที่เหลือเป็นคริสต์ (ประมาณ 100,000 คน) และมุสลิม (ประมาณ 300 คน) ชาวมุสลิมในลาวมักเป็นคนอินเดีย ปากีสถาน บังกลาเทศ ที่เข้าไปค้าขาย หรืออาศัยในลาวชั่วคราว

ตารางที่ 2-2 Top 10 tourist Markets to Laos January – October

Country	2005	2004	Change %
Thailand	494,707	385,710	+28
Vietnam	126,557	101,719	+24
USA	36,316	28,804	+26
China	31,787	26,647	+19
France	28,245	22,198	+27
UK	24,756	22,304	+11
Japan	19,194	16,852	+14
Australia	16,086	11,771	+37
Germany	12,601	10,908	+16
Canada	9,980	7,292	+26
Total	**884,464**	**704,054**	**+26**

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยว

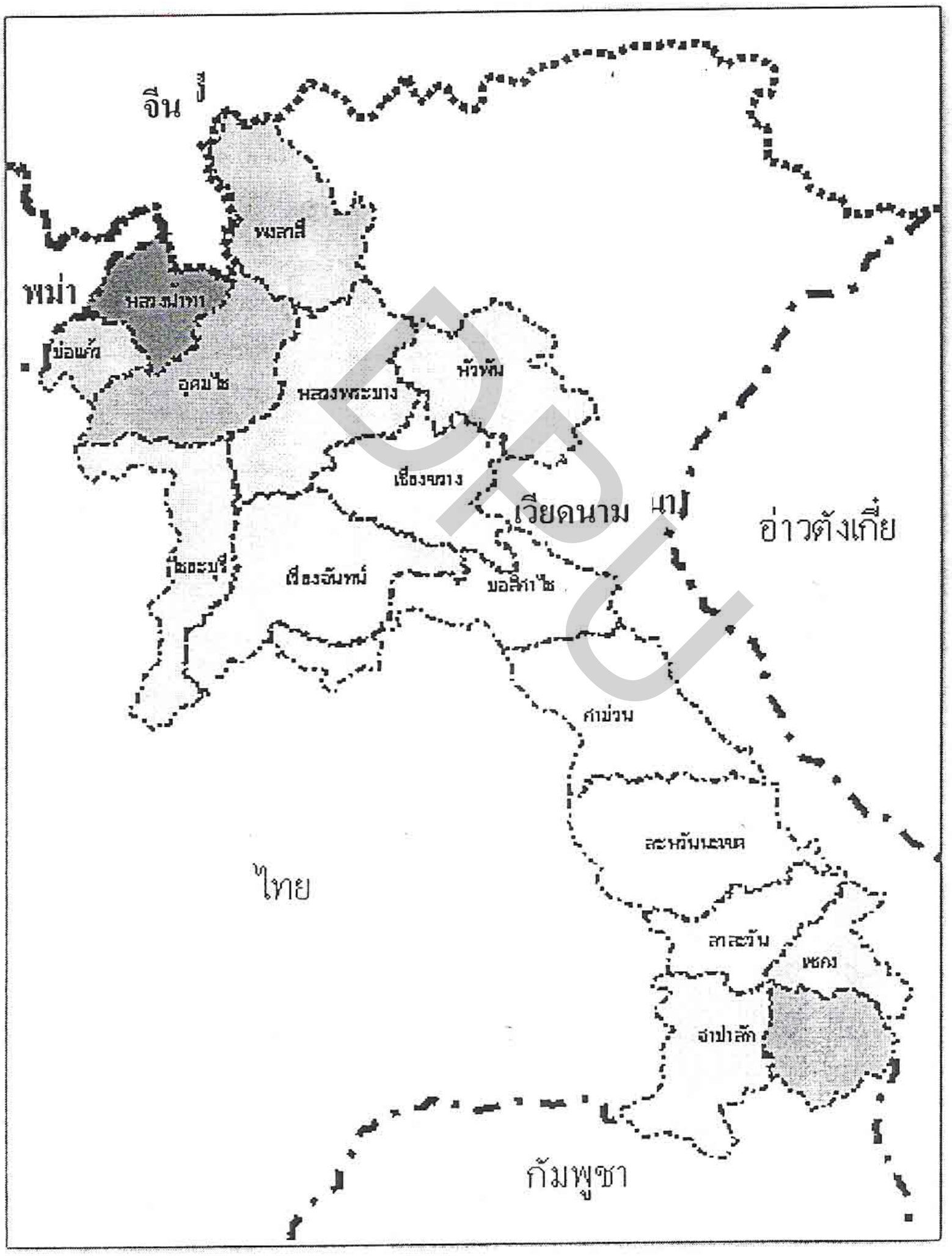
ททท. กับองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติลาวได้ลงนามในแผนงานความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว แผนดังกล่าวกำหนดให้มีการแลกเปลี่ยนการเยือนของคณะผู้บริหารการท่องเที่ยวของทั้งสองฝ่าย การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุน และการตลาดการท่องเที่ยวระหว่างกัน

แผนงานความร่วมมือฯ มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยและลาว และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปสู่ประเทศที่สามในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงและดินแดนมหัศจรรย์สุวรรณ และ

ชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สามเหลี่ยมมรกต นอกจากนี้ ททท. ได้จัดทำการศึกษาโอกาสการลงทุนด้านโรงแรมและการท่องเที่ยวของแขวงหลวงพระบางและแขวงจำปาสัก และได้จัดทำการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณพื้นที่ป่าหินและพื้นที่ต่อเนื่องในแขวงคำม่วนมอบให้ฝ่ายลาวใช้ประโยชน์ ล่าสุด กระทรวงการต่างประเทศได้จัดสรรงบประมาณจำนวน 2 ล้านบาท ปรับปรุงศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวกัมพูชา-ลาว-ไทย เพื่อเป็นศูนย์เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวในเขตสามเหลี่ยมมรกต

สามเหลี่ยมมรกต



รูปที่ 2-6 แผนที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มา ; www.mof.go.th

2.5.4 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (The Socialist Republic of Vietnam) หรือเรียกสั้นๆ ว่า "เวียดนาม" มีพื้นที่ประมาณ 331,689 ตารางกิโลเมตร เรียงเป็นรูปตัว S ตามแนวฝั่งตะวันตกของทะเลจีนใต้จากเส้นละติจูด 23° 22' เหนือ ถึง 8° 30' เหนือ และลองติจูด 109° 29' ตะวันออก ถึง 102° 10' ตะวันออก ทิศเหนือจรดจีน ทิศตะวันตกจรดลาว ทิศตะวันตกเฉียงใต้จรดกัมพูชา ทิศตะวันออกจรดทะเลจีนใต้ และทิศตะวันออกเฉียงใต้จรดอ่าวไทย ความยาวจากเหนือจรดใต้ 1,650 กิโลเมตร ขนานไปตามแนวยาวของคาบสมุทรอินโดจีน นอกจากนี้ยังมีไหล่เขาและหมู่เกาะต่างๆ อีกนับพันเกาะเรียงรายตั้งแต่อ่าวตังเกี๋ยไปจนถึงอ่าวไทย

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ

เนื่องจากแผ่นดินของเวียดนามมีความยาวมาก ทำให้ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศแตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยอาจแบ่งได้เป็น 3 ส่วนคือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้

1.1.1 ภาคเหนือ

ภูมิประเทศประกอบด้วยภูเขาสูงมากมาย โดยเฉพาะเทือกเขาฟานซีปาน (Fansipan) ซึ่งสูงถึง 3,143 เมตร สูงที่สุดในอินโดจีน มีแม่น้ำสำคัญคือ แม่น้ำกุง (Cung) ซึ่งไหลไปบรรจบกับแม่น้ำแดงเป็นดินดอนสามเหลี่ยมที่อุดมสมบูรณ์ (Red River Delta) เหมาะแก่การเพาะปลูกและยังเป็นที่ตั้งของเมืองฮานอย (Ha Noi) อันเป็นเมืองหลวง นอกจากนี้ ยังมีที่ราบลุ่ม Cao Bang และ Vinh Yen อ่าว Halong Bay และมีชนกลุ่มน้อยหลากหลาย และเนื่องจากพื้นที่บางส่วนอยู่ใน เขตอากาศหนาว ซึ่งได้รับอิทธิพลกระแสลมแรงพัดจากขั้วโลก ทำให้มีสภาพภูมิอากาศหนาวเย็น ภูมิอากาศในเขตภาคเหนือแบ่งออกได้เป็น 4 ฤดู คือ

ฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม - เมษายน) มีฝนตกปรอยๆ และความชื้นสูง อุณหภูมิประมาณ 17° C - 23° C

ฤดูร้อน (พฤษภาคม - สิงหาคม) อากาศร้อนและมีฝน อุณหภูมิประมาณ 30° C - 39° C เดือนที่ร้อนที่สุดคือ มิถุนายน

ฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน - พฤศจิกายน) อุณหภูมิ 23° C - 28° C

ฤดูหนาว (ธันวาคม - กุมภาพันธ์) อากาศจะหนาวเย็นที่สุดในรอบปี คือ ประมาณ 7° C - 20° C แต่ในบางครั้งอุณหภูมิอาจลดลงถึง 0° C เดือนที่หนาวเย็นที่สุดคือ มกราคม

<u>เมืองสำคัญทางภาคเหนือ</u> ได้แก่

ฮานอย (Ha Noi) เป็นเมืองหลวง มีพื้นที่ประมาณ 921 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 2.2 ล้านคน ตั้งอยู่บริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำแดง โดยมีแม่น้ำมากมายไหลผ่าน ได้แก่ The Duong, The Cau, The Ca Lo, The Day, The Nhue, The Tich, The To Lich และ The Kim Nguu นอกจากนี้ ฮานอยยังเป็นศูนย์กลางการบริหารประเทศและเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าทางภาคเหนือ

ไฮฟอง (Hai Phong) มีพื้นที่ 1,50 3 ตารางกิโลเมตร มีประชากรราว 1.7 ล้านคน เป็นเมืองท่าสำคัญในภาคเหนือและเป็นเขตอุตสาหกรรมหนัก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเคมี ต่อเรือ และวัสดุก่อสร้าง มีท่าเรือสำคัญคือ Hai Phong Port และมีสนาม่บิน Cat Bi Airport

กว๋างนินห์ (Quang Ninh) มีพื้นที่ 5, 899 ตารางกิโลเมตร มีประชากรประมาณ 1 ล้านคน กว๋างนินห์เป็นเมืองท่าทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของเวียดนาม มีท่าเรือสำคัญได้แก่ Hon Gai Port นอกจากนี้ ยังเป็นจังหวัดที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรมากมาย อาทิ ป่าไม้ และเป็นแหล่งถ่านหินที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ

เซินลา (Son La) มีพื้นที่ 14, 055 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 9 แสนคน โดยพื้นที่กว่า ร้อยละ 80 เป็นภูเขา ซึ่งเหมาะแก่การทำฟาร์มโคนม มีสินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ ชา ดำ

ลายเจิว (Lai Chau) มีพื้นที่ 7, 365 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 2 แสนคน มีสนามบินคือ Dien Bien Phu Airport

เตวียนกวาง (Tuyen Quang) มีพื้นที่ 5,8 68 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 7 แสนคน เป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยป่าไม้ และไม้มีค่าต่างๆ รวมถึงพืชสมุนไพรกว่า 1,000 ชนิด

หลาวกาย (Lao Cai) มีพื้นที่ 8,0 57 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 6 แสนคน มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์และไม้หายากหลายชนิด อาทิ Po Mu (Fukiena), Lat Hoa (Chukrasia Tabulario Cho Chi) รวมถึงพืชสมุนไพรและสัตว์หายากอื่นๆ เช่น กวาง หมูป่า เสือ เป็นต้น

1.1.2 ภาคกลาง

ภาคกลางของเวียดนามยังมีชนกลุ่มน้อยอาศัยอยู่มากมาย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูงซึ่งเต็มไปด้วยหินภูเขาไฟ หาดทราย เนินทราย และทะเลสาบ สภาพภูมิอากาศค่อนข้างร้อนตลอดปี และมีเพียง 2 ฤดูคือ

ฤดูฝน (พฤษภาคม - ตุลาคม) เดือนที่อากาศร้อนที่สุดคือ มิถุนายน-กรกฎาคม อุณหภูมิเกือบ 40° C

ฤดูแล้ง (ตุลาคม- เมษายน) เดือนที่อากาศเย็นที่สุดคือ มกราคม อุณหภูมิเกือบ 20°C

เมืองสำคัญทางภาคกลาง ได้แก่

เว้ (Hue) มีพื้นที่ 5,009 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 1 ล้านคน เป็นเมืองสำคัญทางประวัติศาสตร์และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเวียดนาม

กว๋างนัม - ดานัง (Quang Nam - Da Nang) มีพื้นที่ 11, 664 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 2 ล้านคน เป็นศูนย์กลางธุรกิจ การท่องเที่ยว และเป็นเมืองท่าสำคัญ โดยมีสนามบินคือ Da Nang Airport และมีท่าเรือคือ Da Nang Port

1.1.3 ภาคใต้

แม้ว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ยังคงเป็นที่ราบสูง แต่ก็มีที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง (Mekong River Delta หรือที่รู้จักกันในชื่อ กู๋ลองยาง - Cuu Long Giang) อันอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งเพาะปลูกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของกรุงโฮจิมินห์ ซิตี้ (Ho Chi Minh City) หรืออดีต ไซ่ง่อน (Saigon) ภูมิอากาศของภาคใต้ค่อนข้างร้อน อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 27˚ C มี 2 ฤดู เช่นเดียวกับภาคกลาง คือ

ฤดูฝน ช่วงเดือนพฤษภาคม-พฤศจิกายน เดือนที่อากาศร้อนที่สุดคือ เมษายน อุณหภูมิประมาณ 39˚ C

ฤดูแล้ง ช่วงเดือนพฤศจิกายน-เมษายน เดือนที่อากาศเย็นที่สุดคือ มกราคม อุณหภูมิประมาณ 26˚ C

ภาคใต้มีเมืองสำคัญ ได้แก่

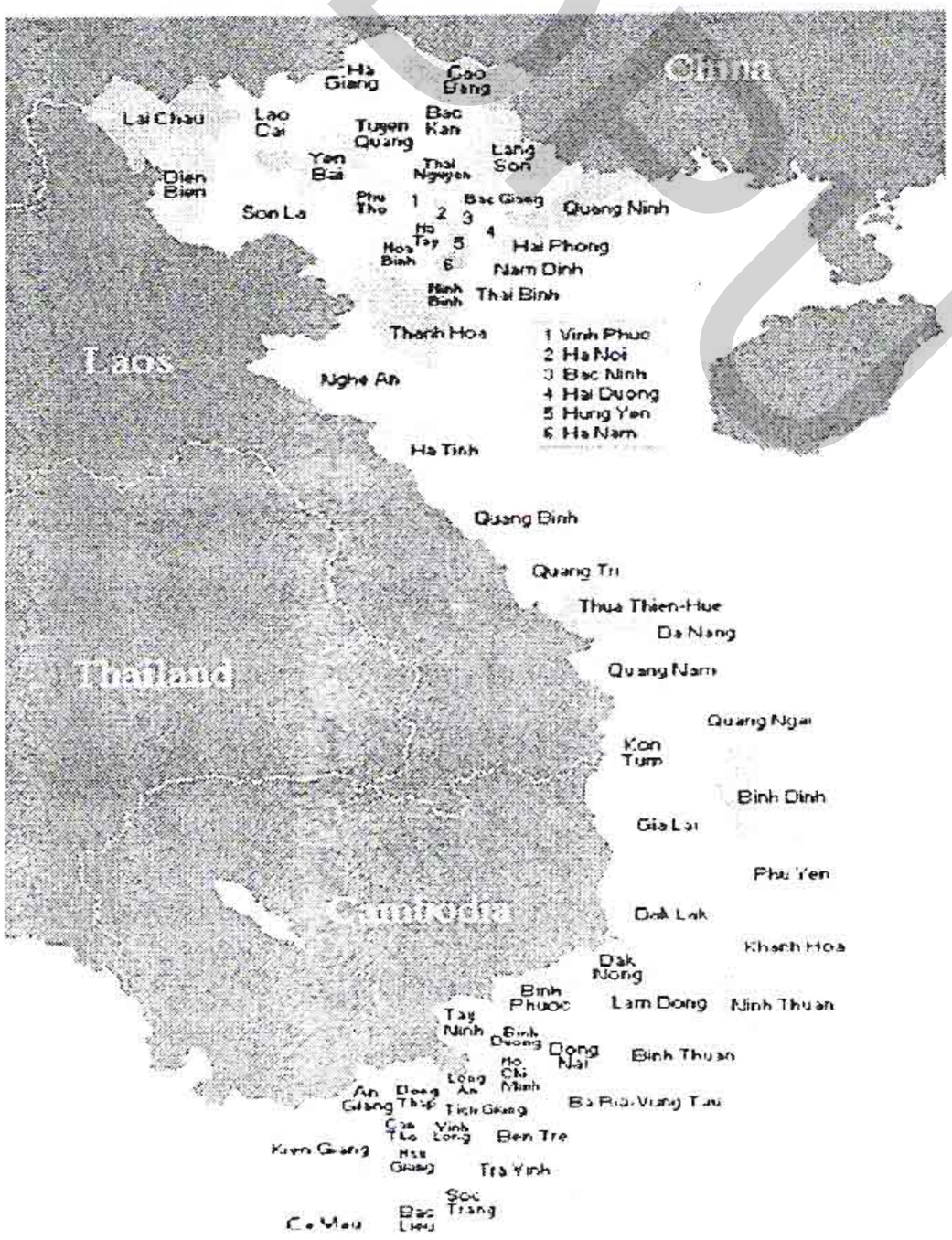
โฮจิมินห์ ซิตี้ (Ho Chi Minh City) มีพื้นที่ 2, 095 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 5.4 ล้านคน เป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้า การนำเข้าส่งออก และเป็นเมืองท่าสำคัญ โดยมีสนามบินนานาชาติ Tan Son Nhat Airport และมีท่าเรือ Saigon Port เมืองโฮจิมินห์ ซิตี้ ได้รับฉายาว่า "ไข่มุกแห่งเอเชียตะวันออก "

เกิ่นเธอ (Can Tho) มีพื้นที่ 1,390 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 1.1 ล้านคน เป็นเมืองอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารที่สำคัญ และเป็นแหล่งปลูกข้าวที่ใหญ่ที่สุดของเวียดนาม

เตี่ยงยาง (Tien Giang) มีพื้นที่ 2,3 67 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 1.6 ล้านคน เนื่องจากเตี่ยงยางตั้งอยู่ในบริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง ซึ่งมีดินอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกพืชเขตร้อน จึงเป็นแหล่งผลิตข้าวและผลไม้ต่างๆ อาทิ ทุเรียน มะม่วง รวมถึงผลไม้เมืองร้อนชนิดอื่นๆ

บาเรีย - วุ้งเต่า (Ba Ria - Vung Tau) มีพื้นที่ 1,9 7 5 ตารางกิโลเมตร มี ประชากร 8 แสนคน เป็นเมืองที่มีการผลิตน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ โดยเวียด นามสามารถผลิตน้ำมันได้มากที่สุดในคาบสมุทรอินโดจีน แหล่งผลิตสำคัญอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงใต้ของเมือง เรียกว่า "Bac Ho" หรือ "White Tiger"

เนื่องจากเวียดนามมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่หลากหลาย จึงทำให้เวียดนามมีทรัพยากรธรรมชาติมากมาย มีแม่น้ำไหลผ่านหุบเขาและที่ราบมากกว่า 2,800 สาย โดยเป็นแม่น้ำที่มีความยาวมากกว่า 10 กิโลเมตรกว่า 2,300 สาย มีพื้นที่ป่าเขตร้อนมากถึงร้อยละ 40 ของพื้นที่ประเทศ รวมถึงป่าชายเลนที่มีพื้นที่ประมาณ 200,000 ‘เฮกตาร์ (1.25 ล้านไร่) มีรุกขชาติมากกว่า 7,000 ชนิด แบ่งเป็น 239 สายพันธุ์ เป็นแหล่งกำเนิดน้ำมันยางไม้และพืชสมุนไพรมากมาย ที่ราบสูงเหมาะแก่การปลูกพืชเขตหนาว เช่น กาแฟ ใบชา ปอ และในบริเวณที่ ราบลุ่มเหมาะแก่การปลูกพริกไทย ยางพารา ข้าว นอกจากนี้ ยังมีสัตว์ป่ามากมาย เป็นสัตว์เลี้ยง ลูกด้วยนมมากกว่า 270 ชนิด สัตว์เลื้อยคลาน 180 ชนิด นก 1,000 ชนิด และปลา 1,000 ชนิด โดยเป็นสายพันธุ์เดียวกับสัตว์ในอ่าวเบงกอล และคาบสมุทรมลายู



รูปที่ 2-7 แผนที่สาธารณรัฐเวียดนาม ที่มา ; www.mof.go.th

การท่องเที่ยวเวียดนาม

เวียดนามเป็นประเทศหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามจำนวนมาก ประกอบกับมีประเพณีและวัฒนธรรมที่เก่าแก่สืบทอดมาถึงปัจจุบัน ทำให้เป็นที่สนใจของชาวต่างชาติ รัฐบาลเวียดนามพยายามที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปในเวียดนามเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้ ปัจจุบัน ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศให้เวียดนาม โดยเมื่อปี 2546 มีรายได้จากธุรกิจท่องเที่ยว 1.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณร้อยละ 3.5 ของ GDP ก่อให้เกิดการจ้างงาน 1.8 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนมากกว่า ร้อยละ 3.5 ของกำลังแรงงานทั้งหมด

<u>แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ</u> ได้แก่

- กรุงฮานอย มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานโฮจิมินห์ พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง เจดีย์เสาเดี่ยว การแสดงหุ่นกระบอกน้ำพื้นเมือง และอ่าวฮาลองเบย์
- Do Son มีบ่อนการพนันขนาดใหญ่ อยู่บริเวณชายฝั่งทะเลเมืองไฮฟอง
- เมืองเว้ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานของกษัตริย์เหงียน และเจดีย์โบราณ
- เมืองดาลัด แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ คือ พระราชวังฤดูร้อนของกษัตริย์องค์สุดท้ายของเวียดนาม วัด Chua Lin Phuoc และสวนดอกไม้เมืองหนาวขนาดใหญ่
- โฮจิมินต์ ซิตี้ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ อุโมงค์ใต้ดิน กู่จี ที่ใช้สู้รบกับสหรัฐฯ ในสงครามเวียดนาม ทำเนียบประธานาธิบดี และแหล่งสินค้าพื้นเมือง

นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในเวียดนามจำนวนมาก ในช่วงปี 2542-2545 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 50 และในปี 2545 มีจำนวน 2.6 ล้านคน แต่ปี 2546 ลดลงเหลือ 2.4 ล้านคน เนื่องจากได้รับผลกระทบจากโรค SARS ในช่วงต้นปี สำหรับปี 2547 มีชาวต่างชาติเดินทางเข้าเวียดนามทั้งสิ้น 2.9 ล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวเกือบ 1.6 ล้านคน ผู้เดินทางเข้าเวียดนามเป็นชาวจีนถึงร้อยละ 26.6 รองลงมาคือ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลีใต้ ตามลำดับ

ตารางที่ 2-3 จำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าเวียดนาม ปี 2547

สัญชาติ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
1. จีน	778,431	26.6
2. สหรัฐฯ	272,473	9.3
3. ญี่ปุ่น	267,210	9.1
4. ไต้หวัน	256,906	8.8
5. เกาหลีใต้	232,995	8.0
6. ออสเตรเลีย	128,661	4.4
7. ฝรั่งเศส	104,025	3.6
8. กัมพูชา	90,838	3.1
9. สหราชอาณาจักร	71,016	2.4
10. อื่นๆ	725,321	24.8
รวม	**2,927,876**	**100.0**

ที่มา : http://www.vietnamtourism.com/index/e_index.asp

ด้านนักท่องเที่ยวในประเทศก็ขยายตัวอย่างรวดเร็วเช่นกัน จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศในช่วงปี 2546 มีจำนวน 13 ล้านคน เนื่องจากประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่การเดินทางออกนอกประเทศของเวียดนามค่อนข้างน้อย แต่ละปีชาวเวียดนามเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพียง 1.5-1.7 ล้านคน และประมาณร้อยละ 20 ของจำนวนนักท่องเที่ยวเหล่านี้เดินทางท่องเที่ยวในเอเชีย

ในปี 2547 เวียดนามได้อนุมัติโครงการลงทุนจากต่างชาติที่เข้ามาประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวจำนวน 22 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนประมาณ 209 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากนี้เวียดนามยังได้ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เน้นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศ และมีโครงการพัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้ด้านภาษามากขึ้นทั้งภาษาอังกฤษ และจีน อย่างไร ก็ตาม การขออนุญาตลงทุนด้านโรงแรมค่อนข้างยุ่งยาก และต้องขออนุมัติจากนายกรัฐมนตรีโดยตรง นอกจาก นี้ค่าใช้จ่ายด้าน ที่ดินก็สูง ประกอบกับเวียดนามยังไม่อนุญาตให้เปิดเที่ยวบินตรงไปยังเกาะหรือแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล

อนึ่ง การสำรวจของ Political and Economic Risk Consultancy (PERC) สถาบันจัดอันดับความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและการเมือง ได้สำรวจความคิดเห็นจากผู้บริหารของ 90 บริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านโรงแรมและท่องเที่ยว ในปี 2545 พบว่า เวียดนามเป็นประเทศที่ปลอดภัย ที่สุดในเอเชียและแปซิฟิก สำหรับเดินทางท่องเที่ยว

2.6 การเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านของชาวไทย และชาวต่างประเทศ

ตารางที่ 2-4 จำนวนและร้อยละของการเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน (ชาวไทย)

เมืองที่ได้ไปชมในประเทศไทย (457 คน)	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	305	66.74
ภูเก็ต	272	59.52
หาดใหญ่	249	54.49
เชียงใหม่	295	64.55
พัทยา	166	36.32
สมุย	148	32.39
อุบลราชธานี	98	21.44
อื่น ๆ	16	3.50

เมืองที่ได้ไปชมในประเทศไทย อันดับ 1 มีผู้มีประสบการณ์มากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 66.74 ภูเก็ต อันดับ 2 ร้อยละ 59.2 อันดับ 3 หาดใหญ่ ร้อยละ 54.49 อันดับ 4 เชียงใหม่ ร้อยละ 64.55 จากตารางพบว่า เมืองที่เป็นศูนย์กลาง (Hub) จะมีผู้โดยสารเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่าเมืองที่มิใช่ศูนย์กลาง

ตารางที่ 2-5 เมืองที่ได้ไปชมในประเทศเพื่อนบ้าน

เมืองที่ได้ไปชมในประเทศเพื่อนบ้าน (301 คน)	จำนวน	ร้อยละ
สิงคโปร์	202	67.11
ร่างกุ้ง	21	6.98
พนมเปญ	27	8.97
ฮานอย	43	14.29
เวียงจันทน์	82	27.24
กัวลาลัมเปอร์	141	46.84
อื่นๆ	35	11.63

เมืองที่ผู้โดยสารชาวไทยมีประสบการณ์ไปเยี่ยมชมมาจำนวนมากที่สุดคือ สิงคโปร์ ร้อยละ 67.11 รองลงมา คือ กรุงกัวลาลัมเปอร์ 46.84 นครเวียงจันทน์ ร้อยละ 27.24 กรุงฮานอย ร้อยละ 8.97 และน้อยที่สุดคือ กรุงพนมเปญ เมืองหลวงของประเทศกัมพูชา

ตารางที่ 2-6 ร้อยละของประสบการณ์การเดินทางในประเทศไทยเพื่อนบ้าน (ชาวไทย)

ประเทศ	ไม่เคย	ครั้งแรก	2 - 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
ลาว	61.60	14.70	13.90	9.80
กัมพูชา	80.50	11.20	5.80	2.50
พม่า	75.10	11.80	9.80	3.30
มาเลเซีย	47.80	17.30	19.40	15.50
สิงคโปร์	42.00	22.90	20.10	15.00
เวียดนาม	79.70	9.80	8.10	2.40
จีนตอนใต้	70.20	15.70	9.40	4.70
อื่น ๆ	48.70	29.30	12.20	9.80

จากตารางจะเห็นได้ว่าชาวไทยไปประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ เกินกว่า 3 ครั้ง มากที่สุด รองลงมาเคยไปประเทศลาว มากกว่า 3 ครั้ง ร้อยละ 9.8 จีนตอนใต้ ร้อยละ 4.7 พม่า ร้อยละ 3.3 กัมพูชา ร้อยละ 2.5 และเวียดนาม ร้อยละ 2.4

ตารางที่ 2-7 ร้อยละของความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวไทย)

ความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	สนใจมาก	สนใจ	ไม่สนใจ
มรดกโลก โบราณสถาน	38.60	56.80	4.60
เกาะ ทะเล	64.50	33.50	2.00
ป่า ภูเขา	44.80	47.60	7.60
ศิลปวัฒนธรรม	35.40	57.20	7.40
ผจญภัย	26.40	48.50	25.10
กีฬา	21.00	52.80	26.20
แหล่งซื้อของ	39.80	44.90	15.30
อาหาร	41.20	47.20	11.60
สมุนไพร	23.20	54.10	22.70
สิ่งบันเทิงยามราตรี	17.10	35.90	47.00
คาสิโน	9.70	24.20	66.10
ประชุมนิทรรศการ ดูงาน	16.90	60.10	23.00
ศึกษาต่อ	22.00	54.30	23.70
สุขภาพ สปา นวด	28.40	52.70	18.90
อื่น ๆ	9.00	61.10	29.90

ความสนใจ ความประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยของชาวไทย พบว่า ชาวไทยสนใจมากที่สุด คือ การท่องเที่ยว เกาะทะเล ร้อยละ 64.50 ดังนั้น การเชื่อมโยงของการบินต้นทุนต่ำ จึงควรมุ่งเน้นที่ท่องเที่ยวทะเลในประเทศไทย รองลงมา สนใจและประทับที่ท่องเที่ยวป่าและภูเขา ร้อยละ 44.8 มรดกโลก อาหาร ร้อยละ 41.20 แหล่งซื้อของ (Shopping) ร้อยละ 39.8 โบราณสถาน ร้อยละ 38.6 ศิลปวัฒนธรรม ร้อยละ 35.4 สุขภาพ สปา นวด ร้อยละ 28.40 สมุนไพร ร้อยละ 23.20 การศึกษาร้อยละ 22.00 กีฬาร้อยละ 21.00 สิ่งบันเทิงยามราตรี ร้อยละ 17.1 และ คาสิโน ร้อยละ 9.70

ตารางที่ 2-8 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของชาวไทยในการท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวไทย)

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\overline{X}$	S.D.	ลำดับ
ความสะดวกสบายในการเดินทาง	11.80	44.70	40.90	2.10	0.50	3.65	0.73	2
การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่	7.30	39.70	44.00	7.60	1.40	3.44	0.79	4
ความซื่อสัตย์และบริการของร้านค้า	8.10	25.40	47.30	16.80	2.40	3.20	0.90	6
ความสะดวกสบายของที่พัก	8.10	44.20	44.60	2.60	0.50	3.57	0.70	3
ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน	13.00	46.60	37.80	2.40	0.20	3.70	0.73	1
ความสะอาดของบ้านเมือง	7.10	26.70	48.90	14.70	2.60	3.21	0.87	5

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ชาวไทยพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชนสูงที่สุด ร้อยละ 13.00 รองลงมา พึงพอใจมากที่สุด ในเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทาง ร้อยละ 11.8 ความสะดวกสบายของที่พักให้ความพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 8.10 พึงพอใจในการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่มากที่สุด ร้อยละ 7.30 ความสะอาดของบ้านเมือง ร้อยละ 7.10 และความซื่อสัตย์ของบริการร้านค้า 8.10

ตารางที่ 2-9 จำนวน และร้อยละ ของเมืองที่ได้การเดินทางและท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวต่างประเทศ)

เมืองที่ได้ไปชมในประเทศไทย (500 คน)	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	472	94.40
ภูเก็ต	246	49.20
หาดใหญ่	85	17.00
เชียงใหม่	209	41.80
พัทยา	176	35.20
สมุย	107	21.40
อุบลราชธานี	37	7.40
อื่น ๆ	88	17.60

ประสบการณ์ของผู้โดยสารชาวต่างประเทศในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย จังหวัดที่เคยไปเที่ยวเรียงลำดับมากไปหาน้อย คือ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 94.40 ภูเก็ต ร้อยละ 49.2 เชียงใหม่ ร้อยละ 41.80 พัทยา ร้อยละ 35.2 หาดใหญ่ ร้อยละ 17.0 สมุย ร้อยละ 21.40 อุบลราชธานี ร้อยละ 7.4 อื่น ๆ ร้อยละ 17.60

ตารางที่ 2-10 จำนวน และร้อยละ ของเมืองที่ได้การเดินทางและท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน (ชาวต่างประเทศ)

เมืองที่ได้ไปชมในประเทศเพื่อนบ้าน (400 คน)	จำนวน	ร้อยละ
สิงคโปร์	271	67.75
ร่างกุ้ง	33	8.25
พนมเปญ	91	22.75
ฮานอย	119	29.75
เวียงจันทน์	91	22.75
กัวลาลัมเปอร์	234	58.50
อื่นๆ	74	18.50

ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพื่อบ้านของผู้โดยสารชาวต่างประเทศ เรียงลำดับดังต่อไปนี้ สิงคโปร์ ร้อยละ 67.75 กัวลาลัมเปอร์ ร้อยละ 58.50 ฮานอย ร้อยละ 29.75 เวียงจันทน์ และพนมเปญ ร้อยละ 22.75 ย่างกุ้ง ร้อยละ 8.25 อื่น ๆ ร้อยละ 17.60

DPU

ตารางที่ 2-11 ร้อยละของประสบการณ์การเดินทาง (ชาวต่างประเทศ)

ประเทศ	ไม่เคย	ครั้งแรก	2 - 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
ไทย	3.40	28.70	19.70	48.20
ลาว	75.00	13.10	7.50	4.40
กัมพูชา	67.90	19.40	8.10	4.60
พม่า	83.90	8.60	3.20	4.30
มาเลเซีย	34.30	17.40	15.60	32.70
สิงคโปร์	28.50	18.60	15.00	37.90
เวียดนาม	61.30	24.10	8.50	6.10
จีนตอนใต้	63.40	12.10	10.80	13.70
อื่น ๆ	40.80	11.00	10.60	37.60

ชาวต่างประเทศที่เคยมาประเทศไทยและเพื่อนบ้าน มากกว่า 3 ครั้ง มากที่สุด เรียงลำดับ คือ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย จีนตอนใต้ เวียดนาม กัมพูชา ลาว พม่า

ตารางที่ 2-12 ร้อยละของความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวต่างประเทศ)

ความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	สนใจมาก	สนใจ	ไม่สนใจ
มรดกโลก โบราณสถาน	26.00	54.00	20.00
เกาะ ทะเล	58.50	36.20	5.30
ป่า ภูเขา	38.80	48.50	12.70
ศิลปวัฒนธรรม	34.40	52.40	13.20
ผจญภัย	30.70	46.70	22.60
กีฬา	19.30	41.80	38.90
แหล่งซื้อของ	41.90	44.70	13.40
อาหาร	55.90	35.00	9.10
สมุนไพร	15.40	33.50	51.10
สิ่งบันเทิงยามราตรี	32.10	41.90	26.00
คาสิโน	7.70	15.30	77.00

ตารางที่ 2-12 (ต่อ)

ความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	สนใจมาก	สนใจ	ไม่สนใจ
ประชุมนิทรรศการ ดูงาน	8.50	32.20	59.30
ศึกษาต่อ	9.40	36.30	54.30
สุขภาพ สปา นวด	30.00	45.20	24.80
อื่น ๆ	21.80	37.80	40.40

ความสนใจและประทับใจ แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยของชาวต่างประเทศ พบว่า ชาวต่างประเทศ พบว่า ชาวต่างชาติสนใจมาก แหล่งท่องเที่ยวเรียงลำดับดังต่อไปนี้ เกาะและทะเล ร้อยละ 58.5 อาหารไทย ร้อยละ 55.9 แหล่งซื้อของร้อยละ 41.9 แหล่งท่องเที่ยวป่าและภูเขา ร้อยละ 38.8 ศิลปวัฒนธรรม ร้อยละ 34.40 สิ่งบันเทิงยามราตรี ร้อยละ 32.1 การผจญภัย ร้อยละ 30.7 สุขภาพ สปา นวด ร้อยละ 30.0 การกีฬา ร้อยละ 19.3 สมุนไพรไทย ร้อยละ 15.4 การศึกษา ร้อยละ 9.4 ประชุมนิทรรศการดูงาน ร้อยละ 8.5 คาสิโน ร้อยละ 7.7 อื่นๆ ร้อยละ 21.80

ตารางที่ 2-13 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวต่างประเทศ)

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\overline{X}$	S.D.	ลำดับ
ความสะดวกสบายในการเดินทาง	22.60	45.00	27.50	3.60	1.30	3.84	0.86	2
การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่	15.40	39.10	35.30	8.00	2.20	3.58	0.92	4
ความซื่อสัตย์และบริการของร้านค้า	13.10	32.30	39.80	10.90	3.90	3.40	0.98	5
ความสะดวกสบายของที่พัก	20.60	44.80	30.70	2.80	1.10	3.81	0.83	3
ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน	43.50	39.50	13.30	2.90	0.80	4.22	0.84	1
ความสะอาดของบ้านเมือง	9.70	21.30	46.30	16.20	6.50	3.11	1.01	6

ความพึงพอใจของชาวต่างประเทศจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย เรียงลำดับได้ดังนี้ ความพึงพอมากที่สุด ได้แก่ ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน ระดับมาก (4.22) ความสะดวกในการเดินทาง (3.84) ความสะดวกสบายของที่พัก (3.81) การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ (3.58) ความซื่อสัตย์ของร้านค้า (3.40) และความสะอาดของบ้านเมือง (3.11)

2.7 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

2.7.2 การเดินทางการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน จากการสำรวจผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า จังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางทางการบิน และการท่องเที่ยว กลุ่มแรกคือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ กลุ่มที่สองคือ พัทยา สมุย

2.7.3 เมืองที่ได้ไปชมในประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศที่เป็นศูนย์กลางการบินและท่องเที่ยว คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม และกัมพูชา จะเห็นได้ว่า ประเทศในภูมิภาคที่มีความต้องการเป็นศูนย์กลางทางการบินหรือการท่องเที่ยวของภูมิภาค ดังนโยบายควรชิงความได้เปรียบในความพร้อมทางด้านสนามบิน และการเชื่อมโยงสู่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

2.7.4 เมื่อพิจารณาความสนใจของชาวต่างประเทศที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สนใจมาก คือ เกาะทะเล อาหาร แหล่งซื้อของ ป่า ภูเขา ศิลปวัฒนธรรม สิ่งบันเทิงยามราตรี มรดกโลก โบราณสถาน ดังนั้น การเพิ่มเส้นทางการบินควรพิจารณาถึงจุดหมายปลายทางไปที่แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจมากดังกล่าวข้างต้น

2.7.5 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด คือ ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน ความสะดวกสบายในการเดินทาง และความสะดวกสบายของที่พัก ในส่วนที่ต้องพิจารณาพัฒนาให้ดีขึ้นคือ ความสะอาดของบ้านเมือง ความซื่อสัตย์ของร้านค้า และการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

บทที่ 3

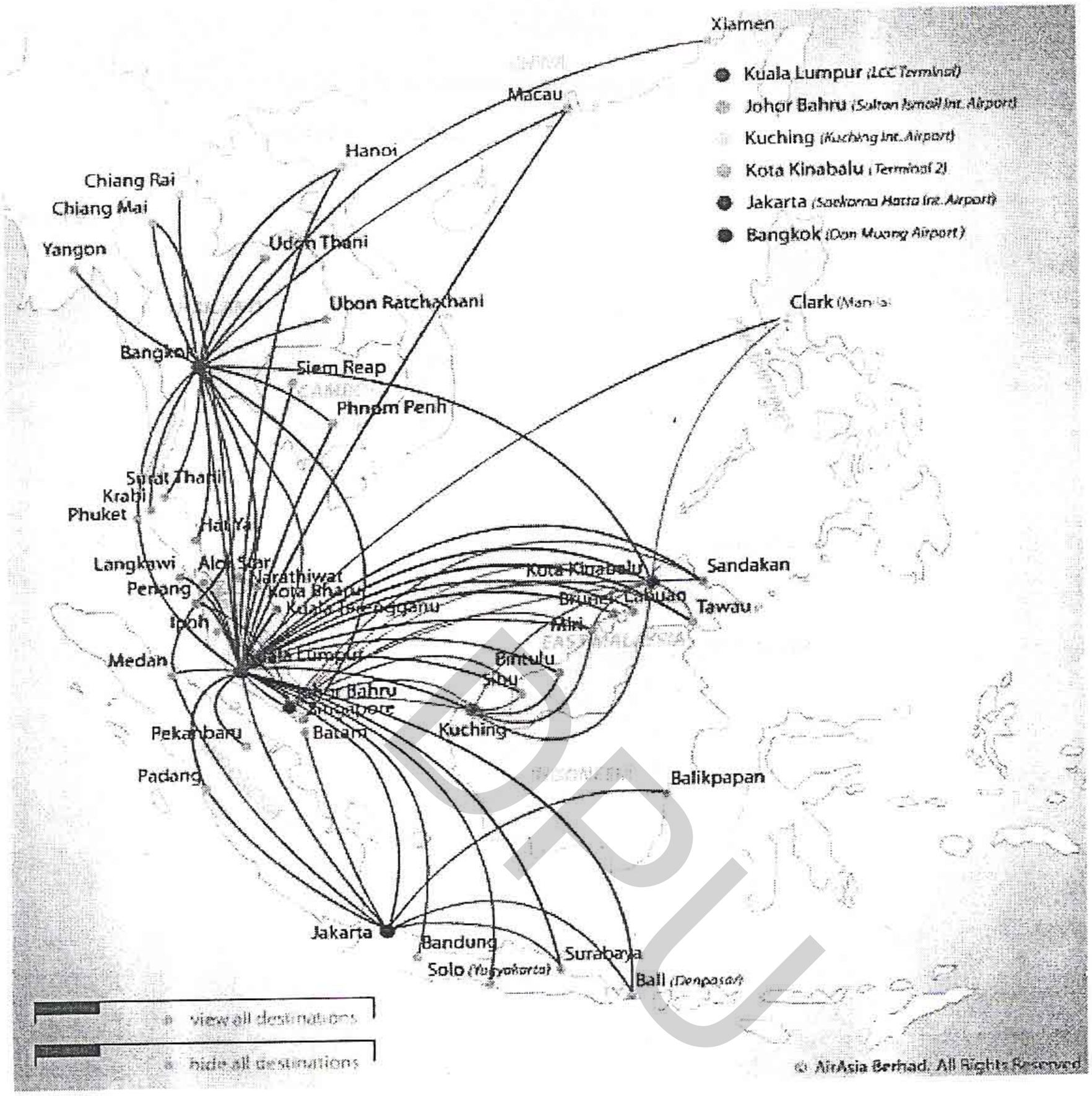
การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลังการมีธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

การศึกษาบทนี้เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบหลังการมีธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่มีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจขนส่งอื่นๆ

ธุรกิจสายการบินนั้นถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญองค์ประกอบหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้วยมีรูปแบบการขนส่งผู้โดยสารที่สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และมีประสิทธิภาพ แต่หลังจากมีสายการบินขนาดเล็กที่ให้บริการแบบต้นทุนต่ำทั้งเก่าและใหม่ต่างเกิดขึ้นอย่างมากมายในยุโรปและ เอเชีย เนื่องจากต้องใช้เงินในการทำตลาดและส่งเสริมการขาย แต่ยังคงได้รายได้ลดลงจากการลดราคาบัตรโดยสารเครื่องบินเพื่อจูงใจผู้โดยสาร ในช่วงนี้สายการบินแบบต้นทุนต่ำได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั้งจากผู้ลงทุนและผู้ใช้บริการเพราะค่าโดยสารเครื่องบินประหยัดกว่า รวมทั้งเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

จากการศึกษาทบทวนประเทศที่มีสายการบินต้นทุนต่ำใกล้บ้านอย่างเช่นประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ที่มีสายการบิน เส้นทางการบิน สนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ และมีเป้าหมายเป็นศูนย์กลางทางการบินแห่งเอเชีย เช่นเดียวกับประเทศไทย หลังมีธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

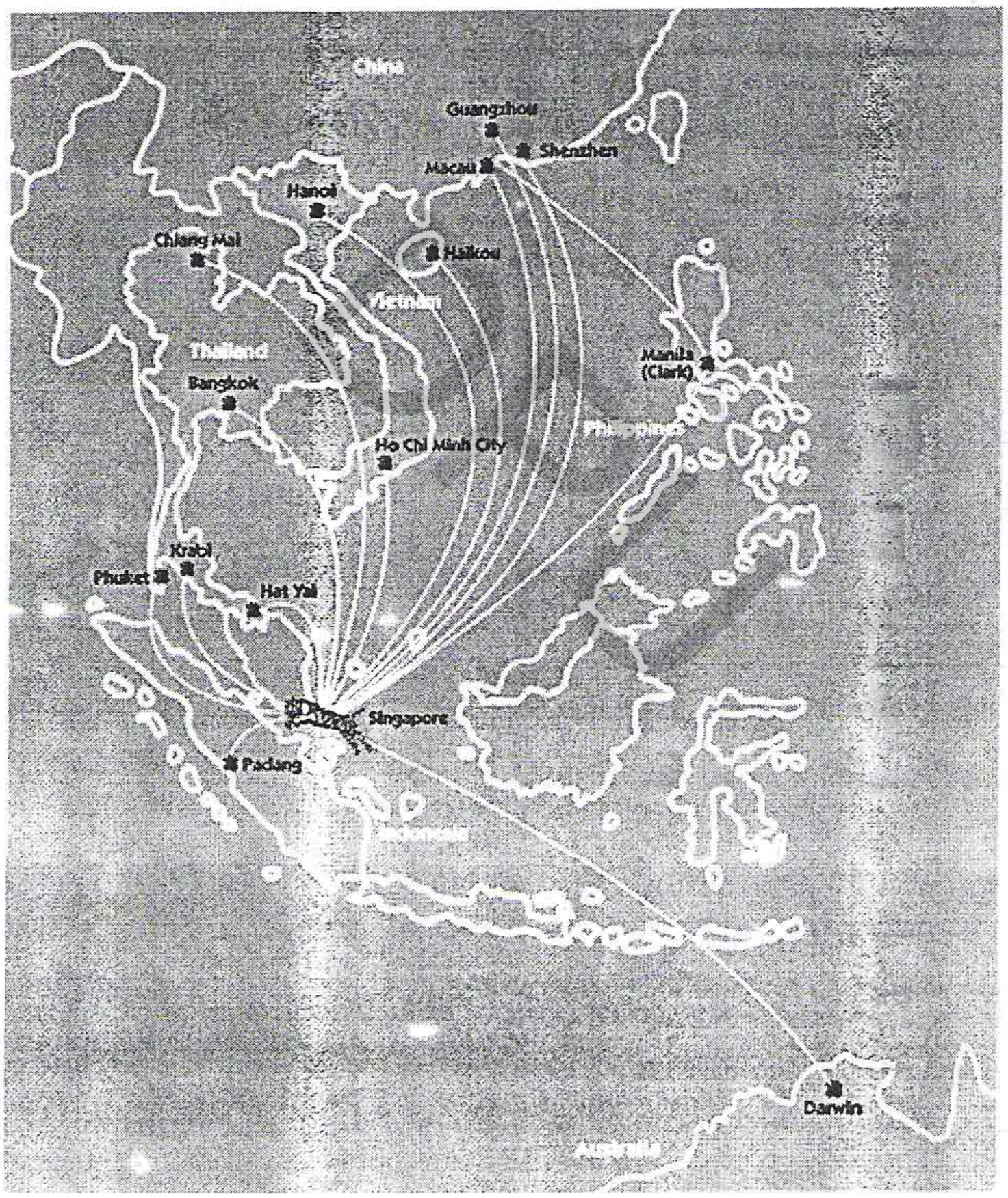
สำหรับประเทศมาเลเซียภายหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำแอร์เอเชีย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มจากปี 2003 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 10.58 ล้าน คนมีรายได้จากการท่องเที่ยว 21,291.1 ล้านบาทในปี 2004 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 15.70 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 29,651.4 ล้านบาทการใช้ยุทธศาสตร์การบินต้นทุนต่ำประสานกับแหล่งการท่องเที่ยวต่างๆทั้งในประเทศมาเลเซียและประเทศในอาเซียน โดยมีสายการแอร์เอเชียซึ่งมีเส้นทางการบินที่มากที่สุดในภูมิภาคนี้และยังมีการร่วมลงทุนกับประเทศไทย อินโดนีเซียในการลงทุนประกอบธุรกิจสายการบินและมีนโยบายส่งเสริมให้เป็นศูนย์การบินในแต่ละภูมิภาค (ดูรูปที่ 3-1) และสร้างสนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำโดยเฉพาะเพื่อลดค่าใช้จ่ายในสนามบินของธุรกิจสายการบิน



รูปที่ 3-1 เส้นทางการบินแอร์เอเชีย มาเลเซีย ไทย และอินโดนีเซีย ที่มา ; www.airasia.co.th

ประเทศสิงคโปร์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวจึงสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมหาศาล และยังเป็นประเทศของศูนย์กลาง หรือฮับ ในภาคอุตสาหกรรมการบินโดยใช้แหล่งช็อปปิ้งที่โด่งดังเป็นกลยุทธ์ อย่างถนนออร์ชาร์ดเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เพราะถนนเส้นยาวที่รายล้อมด้วยห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น พารากอน, เซ็นเตอร์พ้อยท์, ทาคาชิมาย่า เป็นต้น รวมถึงโรงแรม และสถานที่ทางราชการ เมื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบช็อปปิ้ง สตรีตพัฒนามากขึ้น หลายๆ ประเทศต่างนำคอนเซ็ปต์นี้มาเป็นกลยุทธ์หลักเช่นกัน อย่างประเทศไทยเอง ที่ภาครัฐเริ่มเห็นถึงความสำคัญกับเรื่องนี้เมื่อ 1-2 ปีที่ผ่านมา การผลักดันโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น จึงเดินตามหลังสิงคโปร์เมื่อจุดดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวในประเทศใกล้เคียงเริ่มพัฒนาและไม่ได้แตกต่างจากประเทศสิงคโปร์ ช่วงปีที่ผ่านมาแผนการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ จึงไม่ใช่แค่การหยุดนิ่งชูความเป็นเมืองแห่งการช็อปปิ้งเท่านั้น นั่นเพราะการดึงให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามา

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



รูปที่ 3-2 เส้นทางการบินของประเทศสิงคโปร์ที่เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน ที่มา : เว็บไซต์ไทเกอร์แอร์

ผลได้ที่จะเกิดกับการท่องเที่ยวไทย สิงคโปร์และมาเลเซียเป็น กลุ่มเป้าหมายหลัก โดยเฉพาะมาเลเซียที่แต่ละปีเข้าเที่ยวไทยสูง 1.3 ล้านคน ขณะที่ ไทเกอร์แอร์ สายการบินจากสิงคโปร์จะเปิดเที่ยวบินตรงมาภูเก็ต หาดใหญ่ เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ทั้งสองประเทศเป็นตลาดท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้ๆ สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยได้ในช่วงสุดสัปดาห์ และในช่วงเทศกาลต่าง ๆ รวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่สามารถเดินทางกลับมาได้อีกหลาย ๆ ครั้ง เนื่องจากการเดินทางที่สะดวกทั้งทางรถยนต์และเครื่องบิน โดยช่วงสุดสัปดาห์หรือวันหยุดติดต่อกันหลายวันนักท่องเที่ยวมาเลเซียจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ที่เป็นคาราวาน ตลาดมาเลเซีย ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงมาก และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยเป็นจำนวนสูงถึงปีละ 1.3 ล้านคน โดยมีอัตราพักเฉลี่ยประมาณ 5 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 3,800 บาท/วัน/คน ซึ่งสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ที่เข้ามาในภูเก็ต หาดใหญ่ ส่วนตลาดสิงคโปร์เป็นตลาดที่สำคัญเช่นกัน ขณะนี้มีสายการบินราคาถูกจะบินตรงเข้ามาที่จังหวัดภูเก็ต กระบี่ เชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น

3.1 การวิเคราะห์ผลกระทบตลาดการท่องเที่ยวประเทศไทย

<u>วิธีการศึกษา</u>

การศึกษาและวิเคราะห์ในส่วนนี้ จะเป็นการประมวลข้อมูลจากรายงานสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำมาผนวกในเชิงการวิเคราะห์ ข้อมูลหลักที่จะนำมาพิจารณาในการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้ 1) จำนวนผู้เดินทางโดยเครื่องบิน 2) การเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนการเดินทางแบบต่างๆ

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวและแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยว สำหรับวิธีการประมาณค่าแนวโน้มของอุปสงค์การท่องเที่ยวจะใช้ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย แยกตามสัญชาติ (รายละเอียดในตารางที่ 3.1) และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย แยกตามประเภทการเดินทาง (รายละเอียดในตารางที่ 3.2) นำมาคำนวณหาค่าแนวโน้มดังกล่าว โดยนำค่าแนวโน้มที่ได้มาเปรียบเทียบกันระหว่างปีก่อนและหลังการมีสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้สูตรการคำนวณแบบเส้นตรง (Linear Regression) และQuadratic Regression เนื่องจากได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่าวิธี Cubic Regression

กรณี Linear Regression

$$D = aX + B$$

กรณี Quadratic Regression

$$D = aX^2 + bX + C$$

กรณี Cubic Regression

$$D = aX^3 + bX^2 + cX + d$$

โดยที่ B, C, d = ค่าคงที่

D = จำนวนนักท่องเที่ยว

a ,b = แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นแต่ละปี

X = Period = ปีที่ก่อนและหลังเปิดดำเนินการของสายการบินต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 3-1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย แยกตามสัญชาติ

หน่วย : พันคน

สัญชาติ	ปี					
	2542	2543	2544	2545	2546	2547
มาเลเซีย	1,009.8	1,111.7	1,185.9	1,354.3	1,332.4	1,404.9
ญี่ปุ่น	1,059.9	1,202.2	1,177.6	1,042.3	1,239.4	1,212.2
ฮ่องกง	244.4	244.0	245.2	411.2	335.8	489.2
สิงคโปร์	528.9	563.7	531.8	515.6	546.8	578.0
สหรัฐอเมริกา	461.7	518.1	527.8	514.9	555.4	627.5
ไต้หวัน	528.3	706.5	738.6	501.6	674.4	540.8
เยอรมัน	389.5	390.0	403.0	386.5	411.0	455.2
ฝรั่งเศส	255.2	256.9	251.7	237.7	271.4	274.0
ออสเตรเลีย	283.5	314.5	350.3	291.9	351.5	399.3
อังกฤษ	515.2	619.7	600.4	736.5	704.4	757.3
ประเทศอื่น ๆ	3,374.9	3,651.6	4,120.2	4,089.5	4,450.5	4,999.0
รวม	8,651.3	9,578.8	10,132.5	10,082.1	10,873.0	11,737.4

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3-2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย แยกตามประเภทการเดินทาง

สัดส่วนแยกตามประเภทการเดินทาง (%)	ปี					
	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ทางอากาศ	84.0	84.3	84.0	75.2	72.7	97.2
ทางบก	13.3	13.1	13.3	22.7	25.4	16.7
ทางน้ำ	2.7	2.6	2.7	2.1	1.9	2.4

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หมายเหตุ : ไม่รวมนักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทางเข้าประเทศไทย 90 วัน และผู้ที่เดินทางข้ามแดน รวบรวมโดย : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย เพื่อหาแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศูนย์สายการบินต้นทุนต่ำและสัดส่วนการเดินทางเข้าประเทศไทยโดยสายการบิน พบว่าแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศูนย์สายการบินสายการบินต้นทุนต่ำมาเลเซียและสิงคโปร์เพิ่มมากขึ้นดังสมการต่อไปนี้

1) แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดินทางมาประเทศไทย วิเคราะห์ Linear Regression

1.1) แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดินทางมาประเทศไทยก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

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

$$(t = 0.92) \quad (t = 15.20)$$

$R^2 = 0.760$ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.2) แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดินทางมาประเทศไทยหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

$$D_{m2} = 63.5X + 1160.6$$

$$(t = 2.51) \quad (t = 16.81)$$

$R^2 = 0.875$ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

2) แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ เดินทางมาประเทศไทย

2.1) แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ เดินทางมาประเทศไทยก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ วิเคราะห์ Quadratic Regression

$D_{s1} = 4.8X + 527.1$

(t = 2.18) (t = 72.79)

$R^2 = 0.614$ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2.2) แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ เดินทางมาประเทศไทยหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ วิเคราะห์ Quadratic Regression

$D_{s2} = 19.14X + 694.6$

F-Ratio = 14.12

$R^2 = 0.85$ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีเพิ่มขึ้นจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำเมื่อพิจารณาสมการที่ 1 และ 2 นักท่องเที่ยวสัญชาติมาเลเซียมีอัตราเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 25.3 เป็นร้อยละ 63.51 และสมการที่ 3 และ 4 นักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์มีอัตราการเปลี่ยนแปลงจาก ร้อยละ 4.8 เป็นเพิ่มขึ้น ในอัตราร้อยละ 19.14

3) แนวโน้มของสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศ วิเคราะห์ Linear Regression

3.1) แนวโน้มของสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

$D_{A1} = -5.7X + 88.6$

(t = 3.11) (t = 22.55)

$R^2 = 0.79$ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.2) แนวโน้มของสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

$D_{A2} = 11X + 59.7$

(t = 1.41) (t = 3.54)

$R^2 = 0.66$ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

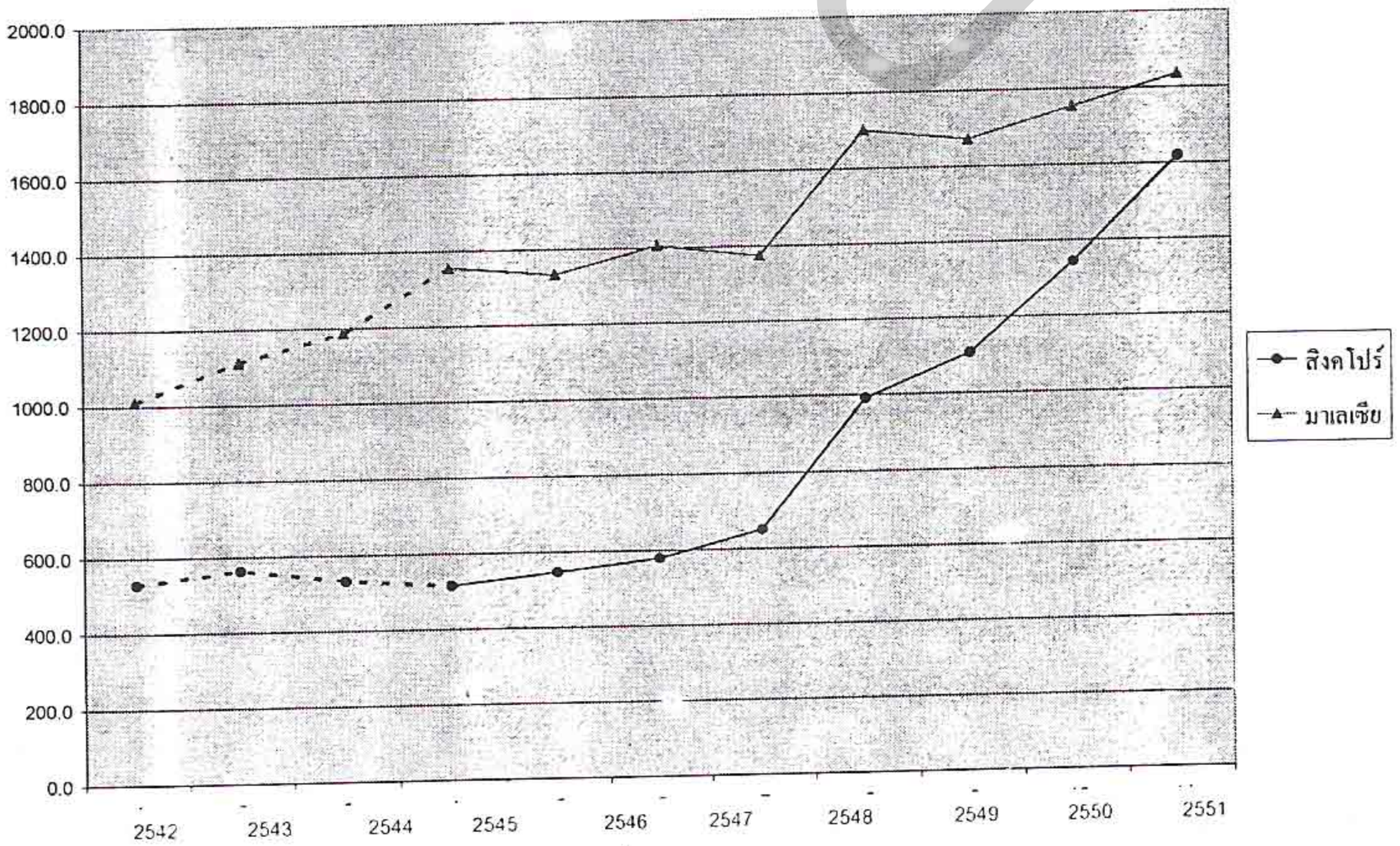
สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางทางอากาศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นหลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการ มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 การพยากรณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์และมาเลเซีย

ตารางที่ 3-3 ค่าพยากรณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ และมาเลเซีย

หน่วย : พันคน

ปี	สิงคโปร์	มาเลเซีย
2542	528.9	1009.8
2543	563.7	1111.7
2544	531.8	1185.9
2545	515.6	1354.3
2546	546.8	1332.4
2547	578.0	1404.9
2548	650.5	1373.9
2549	991.5	1700.8
2550	1106.3	1672.6
2551	1343.4	1753.3
2552	1618.8	1834.1

ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ ปี 2542 - 2546 หลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ ปี 2547 – 2549



------ ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ ปี 2542 - 2546

——— หลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ ปี 2547 – 2549

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศูนย์สายการบินสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมาเลเซียที่มีเส้นทางการบินเข้าประเทศไทยที่กรุงเทพฯ ภูเกต และเชียงใหม่และสิงคโปร์มีสายการบินต้นทุนต่ำ ไทเกอร์แอร์และเจตสตาร์เส้นทางการบินเข้าประเทศไทยที่กรุงเทพฯ ภูเกต กระบี่ หาดใหญ่ และเชียงใหม่ จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามค่าพยากรณ์ตารางที่ 3-3

3.2 ผลกระทบธุรกิจนำเที่ยว ผลกระทบธุรกิจโรงแรม ที่พัก

<u>วิธีการศึกษา</u>

โดยจะทำการศึกษาจากความคิดเห็นของผู้บริหารและหรือผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการ โดยจะทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Specified Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร/ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด

<u>ผลการศึกษา</u>

ตอนที่ 1 <u>ข้อมูลลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง</u>

จากการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร/ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 192 คน พบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 44.20 เป็นบริษัทนำเที่ยว รองลงมา ร้อยละ 18.75 เป็นบริษัททัวร์รายย่อย และร้อยละ 16.52 เป็นเคาน์เตอร์จำหน่าย/จองตั๋วและที่พัก (รายละเอียดในตารางที่ 3-3) เมื่อจำแนกตามประเภทของการจัดนำเที่ยว ร้อยละ 38.92 เป็นบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ 36.22 เป็นบริษัทนำเที่ยวในประเทศ และร้อยละ 24.86 เป็นบริษัทนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ (รายละเอียดในตารางที่ 3-4) และส่วนใหญ่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร้อยละ 64.29 และเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 35.71 สำหรับลูกค้าชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิค และกลุ่มประเทศยุโรป (รายละเอียดในตารางที่ 3-5) สำหรับลักษณะตลาดของกลุ่มลูกค้า ร้อยละ 76.93 เป็นกลุ่มตลาดปานกลางถึงตลาดลูกค้าชั้นดี ส่วนกลุ่มตลาดประหยัดและกลุ่มท่องเที่ยวอิสระรวมกัน ร้อยละ 23.07 (รายละเอียดในตารางที่ 3-6) แสดงว่าลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มท่องเที่ยวที่เดินทางโดยใช้บริการสายการบินปกติมากกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 3-4 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามประเภทของกิจการท่องเที่ยว

ประเภทของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทท่องเที่ยวรายใหญ่	15	8.04
บริษัทท่องเที่ยวรายย่อย	36	18.75
บริษัทนำเที่ยว	85	44.20
บริษัทรับช่วงพาเที่ยว	5	2.68
เคาน์เตอร์จำหน่าย/จองตั๋วและที่พัก	32	16.52
โรงแรมที่พัก	19	9.81
รวม	**192**	**100.00**

ตารางที่ 3-5 จำนวนร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามประเภทของการจัดนำเที่ยว

ประเภทของกิจการนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
จัดนำเที่ยวต่างประเทศ Out bound	75	38.92
จัดนำเที่ยวในประเทศ In bound	70	36.22
In bound & Out bound	48	24.86
รวม	192	**100.00**

ตารางที่ 3-6 ร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	**35.71**
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	**64.29**
กลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิค	22.67
กลุ่มประเทศยุโรป	22.98
กลุ่มประเทศอเมริกาเหนือ	9.63
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	3.42
อื่น ๆ	5.59

ตารางที่ 3-7 ร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามลักษณะตลาดของกลุ่มลูกค้า

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

ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวดังกล่าว พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 35.78 นิยมท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล รองลงมา ร้อยละ 17.89 นิยมการซื้อของ ส่วนอันดับ 3 ร้อยละ 12.14 นิยมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการมาประชุม ดูงาน การศึกษาสัมมนา(รายละเอียดในตารางที่ 3-7) สำหรับพาหนะที่ใช้ในการบริการนำเที่ยวให้ลูกค้า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 30.03 ใช้รถทัวร์ รองลงมา ร้อยละ 29.74 ใช้เครื่องบิน และอันดับ 3 ร้อยละ 22.74 ใช้รถตู้ (รายละเอียดในตารางที่ 3-8) ส่วนสาเหตุที่เลือกใช้พาหนะดังกล่าว ส่วนใหญ่ ร้อยละ 56.11 เลือกเพราะความสะดวก รองลงมา เลือกใช้เพราะ ประหยัด และปลอดภัย ตามลำดับ (รายละเอียดในตารางที่ 3-9) สำหรับการเลือกใช้ประเภทพาหนะในการบริการแก่ลูกค้า ส่วนใหญ่เน้นที่ความสะดวกของลูกค้า ยกเว้นการเลือกใช้บริการรถไฟเท่านั้นที่คำนึงถึงการประหยัด (รายละเอียดในตารางที่ 3-10)

ตารางที่ 3-8 ร้อยละความนิยมของลูกค้าจำแนกตามประเภทการท่องเที่ยว

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

ตารางที่ 3-9 ร้อยละของพาหนะที่ใช้บริการนำเที่ยวให้ลูกค้า

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

ตารางที่ 3-10 ร้อยละของสาเหตุที่เลือกใช้พาหนะบริการนำเที่ยวให้ลูกค้า

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

ตารางที่ 3-11 ร้อยละของประเภทพาหนะที่ใช้บริการลูกค้าจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้

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

DPU

<u>ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้สายการบิน</u>

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับการเลือกใช้สายการบินเพื่อให้บริการลูกค้า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.06 เลือกใช้บริการสายการบินไทย รองลงมาเป็นสายการบิน วันทูโก ร้อยละ 20.54 อันดับที่ 3 เป็นสายการบินไทยแอร์เอเชีย ร้อยละ 19.77 และสายการบินนกแอร์ ร้อยละ 11.63 (รายละเอียดในตารางที่ 3-11) ปัจจัยเหตุที่เลือกใช้สายการบินอันดับแรก คือ ความสะดวกสบายที่จะได้รับจาก สายการบิน ร้อยละ 32.85 รองลงมาร้อยละ 31.40 คือปัจจัยทางด้านความปลอดภัย ทางด้านความประหยัด และบริการอื่น ๆ มีร้อยละ 18.84 และ 16.91 ตามลำดับ (รายละเอียดในตารางที่ 3-12) สำหรับเหตุผลที่ใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 39.39 เลือกใช้เพราะราคาประหยัด รองลงมา ร้อยละ 33.33 เพราะ

ความสะดวก ส่วนเหตุผลในการเลือกใช้บริการของการบินไทย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 36.13 เพราะความสะดวกและปลอดภัย สำหรับการเลือกใช้บริการนกแอร์ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 37.50 เลือกใช้เพราะความสะดวก เช่นเดียวกับสายการบินวันทูโก ผู้โดยสารให้เหตุผลด้านความสะดวกมากที่สุด ร้อยละ 35.56 (รายละเอียดในตารางที่ 3-13) แสดงให้เห็นว่าการใช้บริการสายการบินของธุรกิจนำเที่ยวเน้นไปที่ความสะดวกของลูกทัวร์และความต้องการของลูกทัวร์

ตารางที่ 3-12 ร้อยละของการเลือกใช้สายการบินเพื่อใช้บริการลูกค้า

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

ตารางที่ 3-13 ร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบิน

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

DPU

ตารางที่ 3-14 ร้อยละสายการบินที่ใช้บริการลูกค้าจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้

สายการบินที่ใช้บริการลูกค้า	เหตุผลที่เลือกใช้				รวม
	ประหยัด	ปลอดภัย	สะดวก	อื่นๆ	
การบินไทย	7.74	*36.13*	*36.13*	20.00	100.00
นกแอร์	25.00	27.50	*37.50*	10.00	100.00
แอร์เอเชีย	*39.39*	16.67	33.33	10.61	100.00
วันทูโก	17.78	15.56	*35.56*	31.11	100.00
รวม	**18.30**	**27.78**	***35.62***	**18.30**	**100.00**

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องกับสายการบินต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 3-15 ร้อยละของธุรกิจนำเที่ยวของท่านร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ และโรงแรมที่ใช้บริการมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Campaign) ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ

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

การจัดโปรแกรมร่วมกันของธุรกิจนำเที่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำปัจจุบันยังมีค่อนข้างน้อย มีธุรกิจนำเที่ยวที่ให้บริการกับสายการบินต้นทุนต่ำเพียงร้อยละ 27.57 ส่วนใหญ่ยังไม่ได้ให้บริการร่วมกัน ร้อยละ 72.43

การส่งเสริมการตลาดร่วมกันของธุรกิจโรงแรมกับสายการบินต้นทุนต่ำก็เช่นกันมีความร่วมมือจำนวนน้อย ร้อยละ 17.34 ไม่มีการร่วมมือถึงร้อยละ 82.66

ตารางที่ 3-16 ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำจัดแพคเก็จร่วมกับธุรกิจนำเที่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับต่าง ๆ

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

ธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่ได้จัดแพคเก็จร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำจะใช้บริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว มากกว่าธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นพันธมิตรร่วมจัดแพคเก็จ ธุรกิจนำเที่ยวที่จักแพคเก็จร่วมจะมีอัตราเข้าพักที่โรงแรมระดับ 3 ดาว ร้อยละ 39.7 มากกว่าธุรกิจนำเที่ยวที่ไม่ได้ร่วมแพคเก็จจะพักในโรงแรม 4 ดาว ร้อยละ 34.1 และกลับกันกับธุรกิจที่ไม่ได้เป็นพันธมิตรในแพคเก็จจะพักในโรงแรมระดับ 5 ดาว และ 4 ดาว ร้อยละ 23.5 และร้อยละ 40.0 ซึ่งกว่าธุรกิจนำเที่ยวที่มีแพคเก็จร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำที่พักโรงแรมระดับ 5 ดาว ร้อยละ 15.1 และ ร้อยละ 34.2 ในโรงแรมระดับ 4 ดาว จะเห็นได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวที่มีแพคเก็จกับสายการบินต้นทุนต่ำจะเลือกพักโรงแรมที่มีระดับราคาไม่สูงมาก อันได้แก่ โรงแรมระดับ 4 – 5 ดาว เป็นการจัดแพคเก็จที่เน้นราคาประหยัดมากกว่าความหรูหรา

ตอนที่ 2 ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจโรงแรม

ตารางที่ 3-17 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย S.D. และลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ลำดับ
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ธุรกิจนำเที่ยวของท่านเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น	7.22	*47.78*	31.11	12.22	1.67	3.47	0.86	3
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น	8.84	*53.04*	21.55	13.26	3.31	3.51	0.95	2
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ธุรกิจนำเที่ยวของท่านใช้สายการบินต้นทุนต่ำในการให้บริการลูกค้ามากขึ้น	8.99	*49.44*	22.47	17.98	1.12	3.47	0.93	3
การมีสายการบินต้นทุนต่ำ มีส่วนส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	13.64	*60.80*	19.89	5.11	0.57	3.82	0.75	1
การมีสายการบินต้นทุนต่ำส่งผลให้ท่านต้องเพิ่มหรือเปลี่ยนแปลงโปรแกรมนำเที่ยว	8.72	*43.02*	29.65	18.02	0.58	3.41	0.90	5
ภาพรวม	**9.48**	***50.81***	**24.93**	**13.32**	**1.45**	**3.54**	**0.88**	

การมีสายการบินต้นทุนต่ำมีผลถึงธุรกิจนำเที่ยว โรงแรมที่พักอย่างไร จากการสำรวจความเห็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ส่วนใหญ่เห็นด้วยที่ธุรกิจนำเที่ยวเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น จะทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเพิ่มขึ้น ในภาพรวมเห็นด้วยการมีสายการบินต้นทุนต่ำจะส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และเห็นด้วยที่มีสายการบินต้นทุนต่ำแล้วต้องเพิ่มและเปลี่ยนโปรแกรมการนำเที่ยวให้สอดรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการนำเที่ยว

ตารางที่ 3-18 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรม

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรม	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ลำดับ
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้โรงแรมมีลูกค้าเพิ่มขึ้น	11.05	57.56	25.58	5.81	0.00	3.74	0.73	1
การมีสายการบินต้นทุนต่ำส่งผลให้โรงแรมมีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	10.92	58.05	24.14	6.90	0.00	3.73	0.75	2
ภาพรวม	**10.98**	**57.80**	**24.86**	**6.36**	**0.00**	**3.73**	**0.74**	

จากการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักและธุรกิจนำเที่ยว ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการมีสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้ธุรกิจโรงแรมมีลูกค้าเพิ่มขึ้น เห็นด้วย ร้อยละ 57.56 และมีลูกค้าโรงแรมที่เป็นนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เห็นด้วย ร้อยละ 58.05 ดังนั้นจากผลที่ดังกล่าวสรุปได้ว่าทั้งธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจโรงแรมที่พักได้รับผลดีจากการที่รัฐบาลมีนโยบายให้เปิดเสรีการบินและมีสายการบินต้นทุนต่ำเข้ามาให้บริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้าหลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 3-19 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับ ความคิดเห็นที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงกลุ่มลูกค้าหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

กลุ่มลูกค้า	ความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ลำดับ
	เพิ่มขึ้นมาก	เพิ่มขึ้นบ้าง	ไม่แน่ใจ	ลดลงบ้าง	ลดลงมาก			
1.นักท่องเที่ยวชาวไทย								
1.1 ท่องเที่ยวอิสระ	27.91	49.42	20.35	1.74	0.58	4.02	0.78	1
1.2 ท่องเที่ยวเป็นคณะ	20.96	40.12	33.53	5.39	0.00	3.77	0.84	2
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ								
2.1 ท่องเที่ยวอิสระ	17.26	45.24	34.52	2.98	0.00	3.77	0.77	2
2.2 ท่องเที่ยวเป็นคณะ	11.25	39.38	43.75	4.38	1.25	3.55	0.80	4
3. นักธุรกิจ	11.72	27.59	51.72	5.52	3.45	3.39	0.89	7
4. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	13.84	30.19	48.43	4.40	3.14	3.47	0.90	5
5. นักเรียน/นักศึกษา	13.07	26.14	51.63	5.23	3.92	3.29	0.92	7
6. อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เกษียณ	0.00	40.00	60.00	0.00	0.00	3.40	0.55	6
ภาพรวม	**14.50**	**37.26**	**42.99**	**3.70**	**1.54**	**3.59**	**0.81**	

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและโรงแรมที่พักพบว่ากลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวอิสระชาวไทยเพิ่มขึ้นเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่ม/คณะ และนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศ อันดับที่ 4 เป็นการท่องเที่ยวเป็นคณะชาวต่างประเทศ สำหรับผู้เดินทางกลุ่มข้าราชการ เยี่ยมญาติ นักเรียน นักศึกษา และนักธุรกิจอยู่ในอันดับ 5-6 และ 7 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 สิ่งที่ต้องการเสนอแนะให้รัฐและหรือการท่องเที่ยวดำเนินการ

ตารางที่ 3-20 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และลำดับของสิ่งที่ต้องการเสนอแนะให้รัฐและหรือการท่องเที่ยวดำเนินการ

ความต้องการ	ต้องการอย่างยิ่ง	ต้องการ	ไม่แน่ใจ/ปานกลาง	ไม่ต้องการ	ไม่ต้องการอย่างยิ่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ลำดับ
1. การสนับสนุนจากรัฐ จังหวัดและสังคม	34.38	53.13	7.03	5.47	0.00	4.16	0.78	3
2. พัฒนาความสามารถบุคลากรเพื่อขยายกิจการ	28.46	56.15	9.23	6.15	0.00	4.07	0.79	5
3. ความสามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าทาง INTERNET	39.23	41.54	13.85	5.38	0.00	4.15	0.85	4
4. โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	39.53	48.84	6.98	4.65	0.00	4.23	0.78	1
5. โครงการขยายตลาดการท่องเที่ยว	37.69	46.15	11.54	4.62	0.00	4.17	0.81	2
6. โครงการลงทุน/พัฒนาที่พัก	30.00	51.54	12.31	6.15	0.00	4.05	0.82	7
7. โครงการลงทุน/พัฒนาร้านอาหาร	30.77	51.54	11.54	6.15	0.00	4.07	0.82	5
ภาพรวม	**34.29**	**49.84**	**10.35**	**5.51**	**0.00**	**4.13**	**0.81**	

ธุรกิจนำเที่ยวและโรงแรมที่พักมีความต้องการให้รัฐหรือการท่องเที่ยวสนับสนุน อันดับแรก คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อันดับ 2 โครงการขยายตลาดการท่องเที่ยว (รายละเอียดในตารางที่ 3-18)

3.3 ผลกระทบต่อการขนส่ง

<u>วิธีการศึกษา</u>

โดยจะทำการศึกษาจากความคิดเห็นของผู้บริหารและหรือผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่ง

กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการ โดยจะทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Specified Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร/ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร/ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่ง จำนวน 10 ราย พบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 90 เป็นบริษัทขนส่งโดยสารทั่วไป รองลงมา ร้อยละ 10 เป็นบริษัทขนส่งโดยสารทั่วไปและเหมารอบการเดินทาง (รูปที่ 3-1) เมื่อจำแนกตามรูปแบบการบริหาร ร้อยละ 80 เจ้าของดำเนินงานเองอิสระ ที่เหลืออีก ร้อยละ 10 เป็นสาขาของบริษัท และรัฐวิสาหกิจ (รูปที่ 3-2) สำหรับลักษณะของลูกค้า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 50 เป็นกลุ่มอิ่สระ(ทั่วไป) รองลงมา ร้อยละ 30 เป็นกลุ่มตลาดปานกลาง (เป็น package tour แบบธรรมดา) (รูปที่ 3-3)

ตารางที่ 3-21 เส้นทางการเดินรถและสายการบินที่ให้บริการสู่จุดหมายปลายทางเดียวกัน

เส้นทางเดินรถ	สายการบินต้นทุนต่ำ
กรุงเทพฯ-กระบี่	ไทยแอร์เอเชีย
กรุงเทพฯ-ขอนแก่น	ไทยแอร์เอเชีย
กรุงเทพฯ-ขอนแก่น, อุดรธานี,หนองคาย	ไทยแอร์เอเชีย , นกแอร์
กรุงเทพฯ-เชียงใหม่	ไทยแอร์เอเชีย , นกแอร์ , วัน ทู โก
กรุงเทพฯ-เชียงราย	ไทยแอร์เอเชีย , วัน ทู โก
กรุงเทพฯ-ภูเก็ต	ไทยแอร์เอเชีย , นกแอร์ , วัน ทู โก
กรุงเทพฯ-หนองคาย	ไทยแอร์เอเชีย , นกแอร์ , วัน ทู โก
กรุงเทพฯ-หาดใหญ่ สงขลา	ไทยแอร์เอเชีย , นกแอร์ , วัน ทู โก
กรุงเทพฯ-สุราษฎร์ธานี	ไทยแอร์เอเชีย , นกแอร์ , วัน ทู โก
กรุงเทพฯ-อุบลราชธานี	ไทยแอร์เอเชีย

เส้นทางเดินรถที่สำรวจความคิดเห็นของผู้จัดการฝ่ายการเดินรถสถานีขนส่งหมอชิตใหม่ และสายใต้ตลิ่งชัน โดยกำหนดตามเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำในเมืองหลักของการท่องเที่ยว และเมืองที่สามารถเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้ จำนวน 10 เส้นทาง เมื่อเมษายน 2548

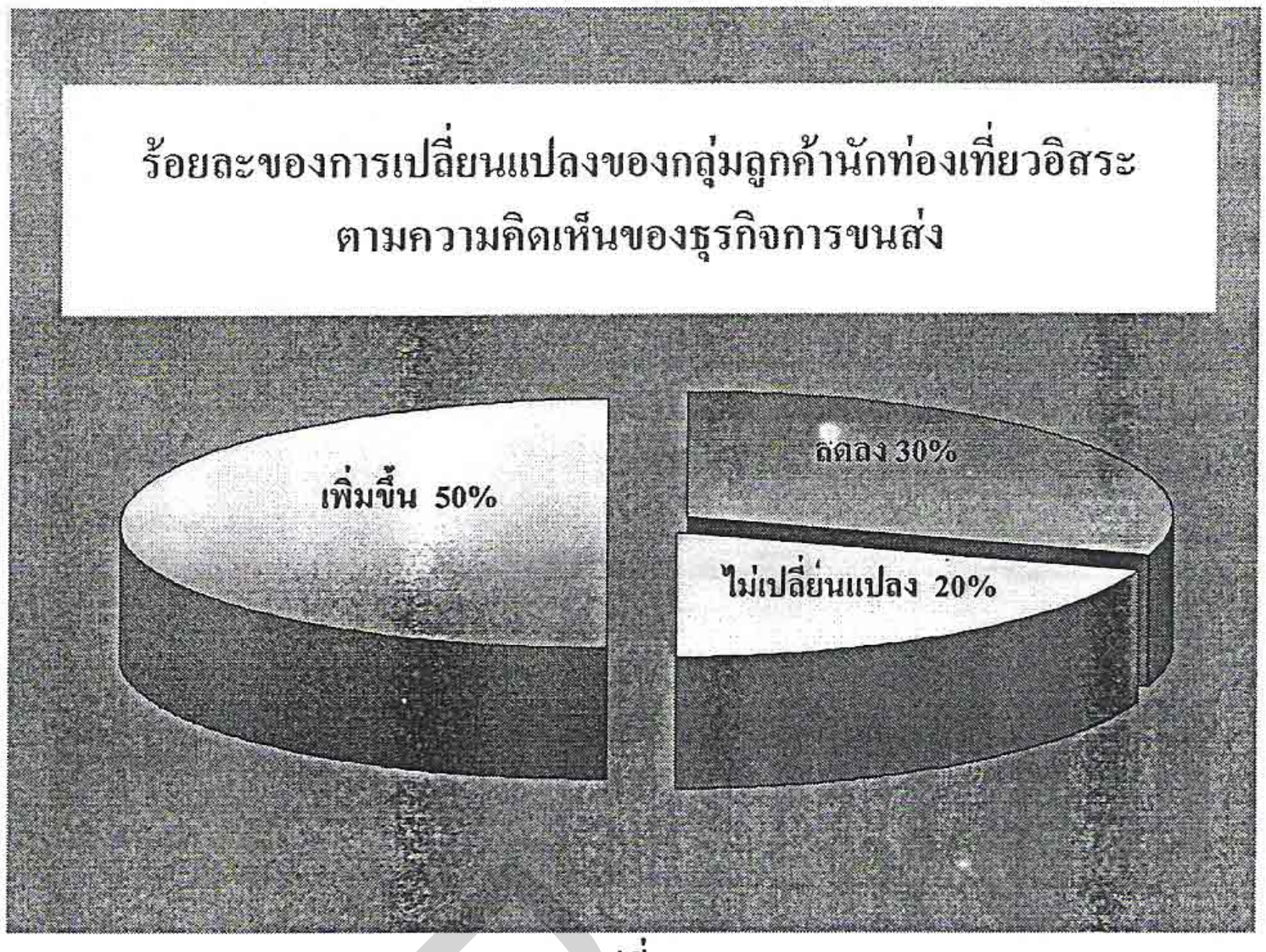
กลุ่มลูกค้าที่ธุรกิจขนส่งเห็นว่าเพิ่มขึ้นหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ และเห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ลดลงคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นคณะ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังเห็นว่าไม่เปลี่ยนแปลง

กิจกรรมทางการตลาดท่องเที่ยวที่เสนอให้หน่วยงานของรัฐบาลช่วยเหลือ

1. จัดให้มีกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้มีที่พัก อาหาร ราคาประหยัด
2. ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงคุณภาพรถโดยสารด้านการบริการ
3. ปรับค่าโดยสารขึ้นตามราคาน้ำมัน
4. ช่วยโฆษณาทางโทรทัศน์ และการให้ข่าวสารทางหนังสือพิมพ์
5. ช่วยโฆษณาในการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะเพิ่มจำนวนผู้ที่จะใช้บริการรถประจำทาง
6. ช่วยโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดและเชื่อมโยงกับบริการขนส่ง
7. ให้แต่ละจังหวัดจัดกิจกรรมที่โดดเด่นเพื่อเพิ่มกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบหลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำ

จากการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร/ผู้ประกอบการธุรกิจการขนส่ง พบว่าหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 50 เห็นว่ากลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวอิสระ(ทั่วไป) มีจำนวนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 30 เห็นว่า มีจำนวนลดลง และ ร้อยละ 20 เห็นว่าไม่มีผลกระทบต่อจำนวนกลุ่มลูกค้าดังกล่าว



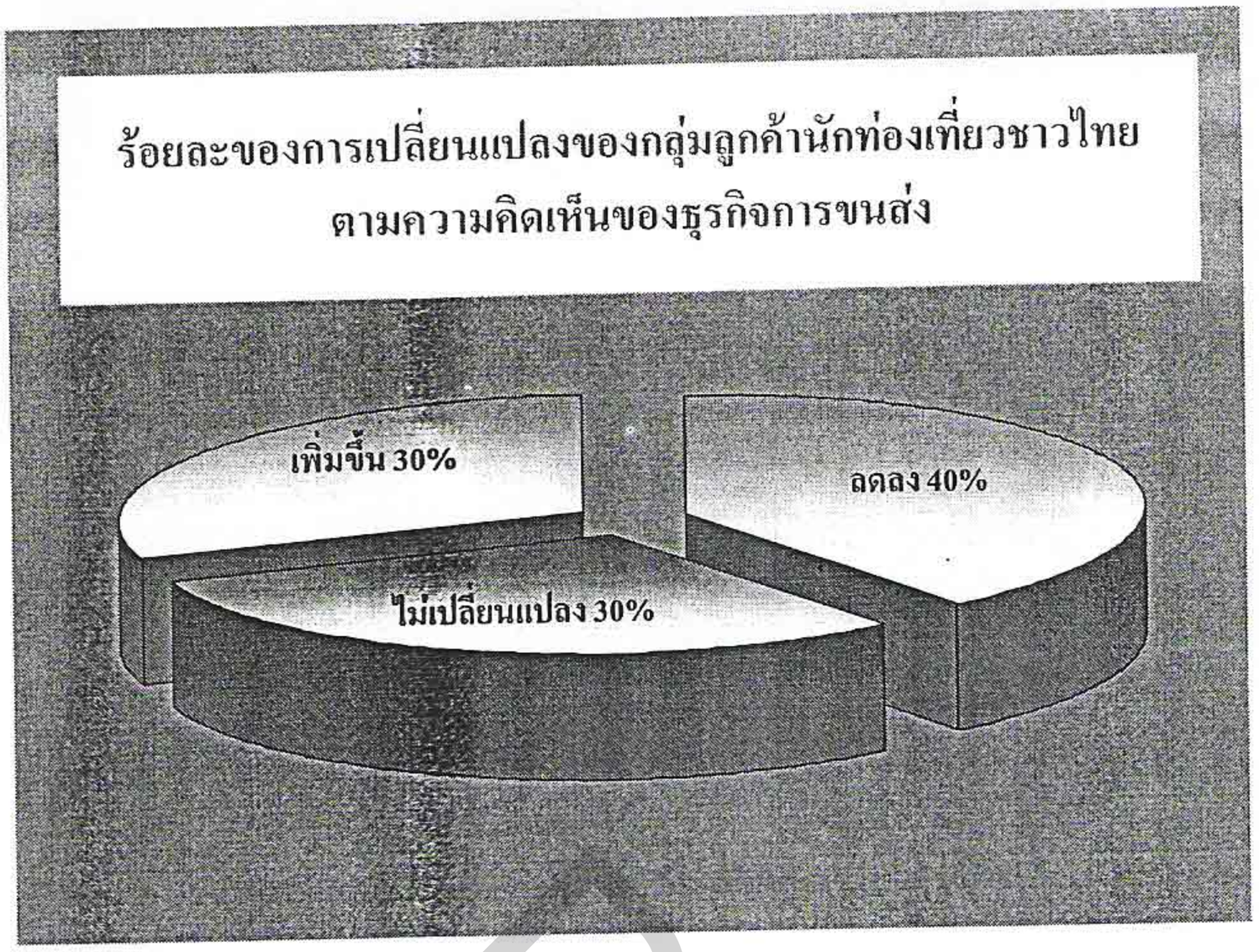
รูปที่ 3-3

สำหรับจำนวนกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวมาเป็นคณะ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 70 เห็นว่าไม่มีผลกระทบต่อจำนวนกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

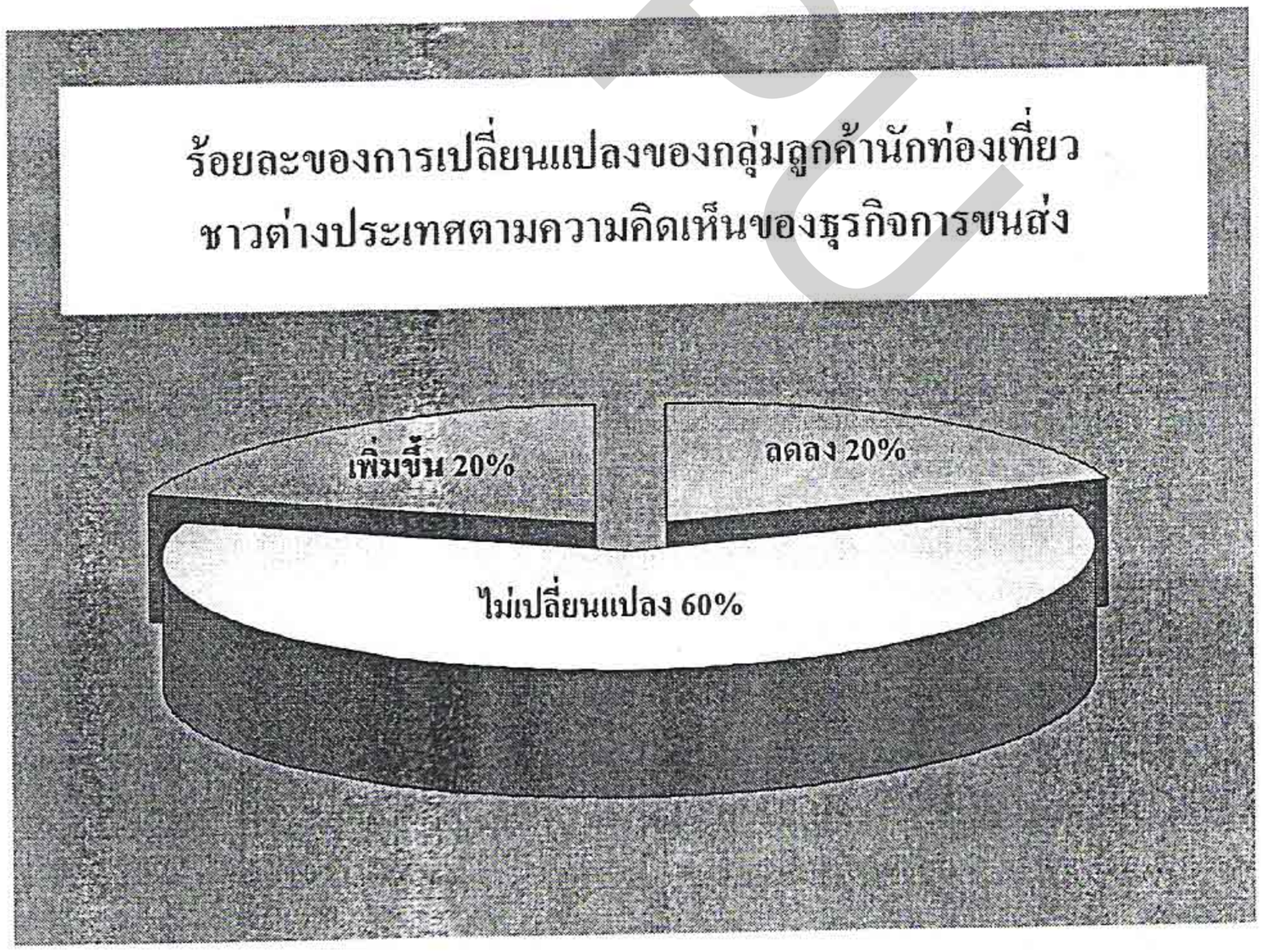


รูปที่ 3-4

เมื่อดูการเปลี่ยนแปลงจำนวนกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่าร้อยละ 40 เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวนลดลง


ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย
ตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง
เพิ่มขึ้น 30%
ลดลง 40%
ไม่เปลี่ยนแปลง 30%

รูปที่ 3-5


ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง
เพิ่มขึ้น 20%
ลดลง 20%
ไม่เปลี่ยนแปลง 60%

รูปที่ 3-6

ตารางที่ 3-22 เปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารและระยะเวลาเดินทางของการขนส่งผู้โดยสารประเภทต่างๆ

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

*ยังไม่รวมค่าภาษีและประกันภัย และเงินชดเชยค่าน้ำมัน

จากผลการวิจัยข้างต้นและข้อมูลในตารางที่ 3-19 พบว่า สายการบินต้นทุนต่ำสามารถดึงลูกค้าจากสายการบินปกติและลูกค้าจากการเดินทางแบบอื่นๆไปได้ เนื่องจากตลาดหลักของธุรกิจสายการบินประเภทนี้ คือผู้ที่ไม่เคยเดินทางด้วยเครื่องบินมาก่อน ซึ่งปกติจะเดินทางโดยรถไฟ หรือรถทัวร์ เมื่อราคาของสายการบินต้นทุนต่ำนั้นมีราคาใกล้เคียงกัน กับราคาค่ารถไฟหรือรถทัวร์ จึงทำให้เกิดการทดแทนตลาดโดยหันมาใช้การเดินทางโดยเครื่องบิน

ประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านได้มีการขยายการดำเนินงานสายการบินต้นทุนต่ำกันมากขึ้นและในช่วงที่ผ่านมา กระแสการแข่งขันก็ยังคงมุ่งเน้นที่ราคาเป็นหลัก เพื่อดึงลูกค้าในการสร้างฐานธุรกิจให้กับกิจการ สำหรับแนวโน้มทางการแข่งขันคงต้องมีการปรับรูปแบบบ้าง เนื่องจากสงครามราคาในระยะยาวย่อมไม่ได้ให้คุณกับใคร จะพบว่า จริงๆ แล้ว ปัจจัยแห่งความสำเร็จในธุรกิจนี้ มิได้อยู่แค่ต้นทุนและราคาต่ำอย่างเดียว ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงมีทั้งความปลอดภัย ความไว้วางใจได้และความสะดวกในการบริการเป็นหลัก ธุรกิจจึงควรปรับกลยุทธ์การจัดการ คือ ในการวิเคราะห์แนวโน้มของสายการบินต้นทุนต่ำ ควรทดลองดูว่ากลยุทธ์ใดจะถูกนำมาใช้ในการแข่งขันแล้วความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ย่อมจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งผู้โดยสารในประเทศปัจจุบัน ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง รวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดจะได้แก่

1. ธุรกิจสายการบินที่ให้บริการภายในประเทศอยู่ในปัจจุบัน อันได้แก่ การบินไทย และสายการบินเอกชนต่างๆที่ให้บริการในประเทศอยู่ในขณะนี้ เช่น วัน ทู โก แอร์ไลน์, บางกอก แอร์เวย์ส, พีบี แอร์, ภูเก็ต แอร์ไลน์, แอร์ อันดามัน ทั้งนี้ ยกตัวอย่างเช่นในกรณีของการบินไทย ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติด้วยนั้น ปัจจุบันมีอัตราค่าโดยสารมาตรฐานที่สูงกว่าสายการบินต้นทุนต่ำถึง 2 เท่า ดังนั้น ผู้ประกอบการสายการบินในประเทศได้ให้บริการแบบสายการบินต้นทุนต่ำ จึงต้องรีบเปิดตัวบริการสายการบินต้นทุนต่ำของตนสู่ตลาดทันที ซึ่งแม้กลยุทธ์การตลาดเพื่อโปรโมทบริการใหม่นี้อาจหมายถึงการขาดทุนในระยะแรกก็ตาม ทั้งนี้สายการบินวัน ทู โกแอร์ไลน์ ได้จัดตั้งสายการบินต้นทุนต่ำในเครือชื่อ วัน-ทู-โก (One-Two-Go) ให้บริการในเส้นทางท่องเที่ยวเมืองหลัก การบินไทย ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติด้วยนั้น ปัจจุบันได้เปิดการบินต้นทุนต่ำนกแอร์ให้บริการในเส้นทางที่การบินไทยทนภาวะการขาดทุนไม่ไหว

2. กิจการที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางบก อันได้แก่ การรถไฟแห่งประเทศไทย และธุรกิจรถทัวร์ปรับอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทขนส่ง จำกัด ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบจากการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเช่นกัน โดยคาดว่าจะมีผู้โดยสารทางบกส่วนหนึ่งที่ แต่เดิมนิยมโดยสารรถไฟหรือรถทัวร์ปรับอากาศ อาจจะหันไปให้บริการทางอากาศของสายการบินต้นทุนต่ำแทน เนื่องจากความแตกต่างของราคาระหว่างการเดินทางทางบกกับการเดินทางด้วยเครื่องบินจะลดลง ทั้งนี้อัตราค่าโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ยกตัวอย่างในกรณีเส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่จะอยู่ที่ประมาณ 1,000 บาทต่อเที่ยว ซึ่งต่ำกว่าค่าโดยสารรถไฟตู้นอนปรับอากาศชั้นหนึ่งที่ราว 1,200 บาทต่อเที่ยว และแม้ว่าค่าโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำที่ประมาณ 1,000 บาทต่อเที่ยวนี้จะสูงกว่าค่าโดยสารรถไฟตู้นอนปรับอากาศชั้นสองหรือค่าโดยสารรถทัวร์ปรับอากาศ (วีไอพี 24 ที่นั่ง) มีราคาประมาณ 600-700 บาทต่อเที่ยวในเส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่เหมือนกันก็ตาม แต่ระยะเวลาที่ใช้เดินทางนั้นเทียบกันไม่ได้เลยระหว่างประมาณ 1 ชั่วโมงของการนั่งเครื่องบิน เทียบกับกว่า 10-11 ชั่วโมงหากเดินทางด้วยรถไฟหรือรถทัวร์ ดังนั้นจุดเด่นด้านความรวดเร็วด้วยราคาที่ไม่แพงนักอาจจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้คนจำนวนไม่น้อยหันไปใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ อย่างไรก็ตามสายการบินก็มีข้อจำกัดที่สามารถให้บริการเฉพาะเส้นทางระหว่างจังหวัดหลักๆที่มีสนามบินเท่านั้น ในขณะที่รถไฟและรถทัวร์ยังคงเป็นระบบขนส่งพื้นฐานสำหรับผู้โดยสารในประเทศเพราะสามารถเข้าถึงพื้นที่ต่างๆของประเทศได้มากกว่า

การปรับตัวด้านการท่องเที่ยวของไทย จากผลการศึกษาที่พิสูจน์ว่าการมีสายการบินต้นทุนต่ำมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในประเทศเพื่อนบ้านและจำนวนนักท่องเที่ยว และความเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่พบว่าการมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบอิสระเพิ่มมากขึ้น สำหรับผลในด้านลบที่มีต่อธุรกิจขนส่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าความเป็นจริงของการมีสายการต้นทุนต่ำไม่ได้มีผลต่อจำนวนผู้โดยสารแม้ว่าอัตราค่าโดยสารจะแตกต่างกันมากหรือน้อยเพราะกลุ่มผู้โดยสารมีลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมแตกต่างกันแสดงว่ามีกลุ่มเป้าหมายคนละกลุ่มกัน ดังนั้นประเด็นจึงต้องมุ่งไปที่การประสานนโยบายและแผนการคมนาคมการขนส่งกับการท่องเที่ยวอย่างไรจึงเป็นปัจจัยหลักที่คิดจะเดินทางมาเที่ยวในไทย มีจุดเด่นเอื้ออำนวยการจูงใจนักท่องเที่ยวหลายประการอาทิ

1) การสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ใช้การบินต้นทุนต่ำ ขยายขอบเขตพื้นที่ท่องเที่ยว ด้วยการร่วมทำตลาดกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ร่วมมือกันส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในภูมิภาค ระหว่างไทยกับกัมพูชา ลาว พม่า เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ภูมิภาคและก่อผลเศรษฐกิจ รวมถึงทำตลาดกับประเทศเอเชียด้วยกัน เช่น ไทยกับจีนและเวียดนามร่วมมือกันส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเทศระยะยาว

2) การเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร นำเที่ยวและบริการ ขนส่ง ก่อเกิดการค้า การลงทุนและจ้างงาน จากปัจจัยที่กล่าวข้างต้น ที่ส่งผลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเติบโตต่อเนื่อง ทั้งด้านรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว

3) ที่สำคัญอีกประการคือ การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญส่งเสริมและกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก้าวหน้า สร้างรายได้ และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจประเทศเติบโตต่อเนื่อง

4) สร้างจุดขายสำคัญจากเอกลักษณ์ไทย ความเป็นไทย วิถีชีวิตคนไทย อาหารและผลไม้ไทย เป็นดินแดนท่องเที่ยวที่ปลอดภัย เป็นต้น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ท่องเที่ยวไทย ให้เป็นที่ประจักษ์ตลาดโลก มุ่งตลาดเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน ฮ่องกง เกาหลีใต้ จีน อินเดีย ตะวันออกกลาง และตลาดยุโรปตาม เป้าหมายจะพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นศูนย์กลาง หรือเป็นผู้นำในเอเชีย (Tourism Capital of Asia)

บทที่ 4
คุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

4.1 วิธีการประเมินคุณภาพบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการขนส่งผู้โดยสาร จะประกอบด้วย 1) ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร 2) ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของผู้โดยสาร 3) ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารหลังใช้บริการแล้วในประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการประเมินคุณภาพบริการเพื่อประเมินคุณภาพด้านต่าง ๆ ดังนี้

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

เกณฑ์ใช้ประเมินตามมาตรวัดคุณภาพ 5 ระดับคือ

ดีเยี่ยม	คะแนน	5
ดีมาก	คะแนน	4
ดี	คะแนน	3
พอใช้	คะแนน	2
ต่ำ	คะแนน	1

เกณฑ์การประเมินตามค่าเฉลี่ยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

4.21 – 5.00	ดีเยี่ยม
3.41 – 4.20	ดีมาก
2.61 – 3.40	ดี
1.81 – 2.60	พอใช้ (ค่อนข้างดี)
1.00 – 1.80	ต่ำ (ควรได้รับการพัฒนา)

DPU

ภาระงานและกิจกรรมของงานส่วนนี้เป็นการประเมินบริการของธุรกิจสายการบินที่สนามบินกรุงเทพฯ(ดอนเมือง)ระหว่างประเทศและภายในประเทศ สนามบินอุดรธานี สนามบินอุบลราชธานี จะครอบคลุมถึงการศึกษาความเหมาะสมที่เป็นทางเชิงกายภาพของสายการบินต้นทุนต่ำ และในด้านบริการทางการบิน โดยคำนึงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญ ได้แก่ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทั้งอุบัติภัย ภัยธรรมชาติ ความสะดวกสบายในการเดินทาง การเข้าถึงบริการ และความพร้อมในด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการของท่าอากาศยาน ระยะทางและความตรงเวลาการเดินทางจากเมืองต้นทางถึงปลายทาง วิเคราะห์ความสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการคมนาคมได้มากที่สุด หรือเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน

4.2 คุณภาพบริการจะพิจารณา 4 ด้านใหญ่ คือ

4.2.1 ความสะดวกของการใช้บริการ ซึ่งจะหมายรวมถึงการเข้าถึงบริการด้านความสะดวกไม่ยุ่งยากในการซื้อตั๋ว และการเข้า Check in การติดต่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ การรับฟังผู้ใช้บริการ ความเชี่ยวชาญ การมีอัธยาศัยนอบน้อม มีไมตรีจิต สุภาพ เป็นกันเอง ให้เกียรติ มีน้ำใจ จริงใจ และความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือ

4.2.2 การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน ความรวดเร็วด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ในความเชี่ยวชาญ

4.2.3 การมีสภาวะที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัย ความมีมาตรฐาน ความปลอดภัยการรักษาความปลอดภัยของสายการบิน จะต้องครอบคลุมทั้งเครื่องบินผู้โดยสารและสัมภาระที่บรรทุกไปกับเครื่องบิน โดยต้องมีการกำหนดมาตรฐานรักษาความปลอดภัยของสนามบินและการประสานงานของสนามบินและสายการบินให้เป็นไปตามข้อกำหนดของพระราชบัญญัติการเดินอากาศ พ.ศ.2497 และตามข้อเสนอแนะของ ICAO (International Civil Vacation Organization)

4.2.4 ความคุ้มค่าของราคากับบริการที่ได้รับ หมายถึง ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในความคุ้มค่าของราคากับบริการที่ผู้โดยสารได้รับต่ออัตราส่วนของราคาของธุรกิจสายการบิน

4.3 มาตรการด้านความปลอดภัยของสายการบิน

สายการบินต้นทุนต่ำในทวีปเอเชีย ที่ตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออกไป แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่าจะตัดทอนค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาเครื่องบินออกไปด้วย กรมการบินพลเรือนจะคอยตรวจสอบมาตรฐานของสายการบินอย่างใกล้ชิด และจะไม่อนุญาตให้เครื่องบินเครื่องใดได้ขึ้นบินอย่างเด็ดขาด หากมาตรฐานข้อใดข้อหนึ่งต่ำกว่าระดับที่กรมการบินพลเรือนกำหนดไว้

4.3.1 มาตรการด้านความปลอดภัยของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

สายการบินแอร์เอเชียและบริษัทจีอี เอนจิน เซอร์วิส์ (GE Engine Services) ซึ่งเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ได้ตกลงทำสัญญาร่วมทุนมูลค่ากว่าหนึ่งล้านเหรียญดอลล่าร์สหรัฐฯ ในการบำรุงดูแลรักษาเครื่องยนต์ที่ติดตั้งในเครื่องบินทั้งหมดของแอร์เอเชีย ในระยะเวลา 5 ปี ซึ่งส่งผลให้เครื่องบินของแอร์เอเชียที่พร้อมให้บริการผู้โดยสารนั้น เป็นที่เชื่อถือไว้วางใจและมั่นใจได้ในความปลอดภัย

นอกจากนี้ แอร์เอเชียยังได้เข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัทวอลโวแอร์โร (Volvo Aero) ซึ่งเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับมานาน ในการเช่าซื้อเครื่องยนต์และชิ้นส่วนของเครื่องบินของแอร์เอเชียในมูลค่ากว่าหนึ่งล้านเหรียญสหรัฐฯ

บริษัทแอร์ไลน์ โรเทเบิลส์ จำกัด (Airline Rotables Limited) ได้บรรลุข้อตกลงกับแอร์เอเชียในอันที่จะให้บริการด้านการจัดการชิ้นส่วนหมุนเวียน และให้บริการสนับสนุนกับเครื่องบินของแอร์เอเชีย ความร่วมมือดังกล่าวมีมูลค่ากว่า 7.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

สายการบินแอร์เอเชียมีการตรวจเช็คสภาพเครื่องบิน (line check) ทุกครั้งเมื่อมีการจอดรอให้ผู้โดยสารเปลี่ยนเครื่อง หรือเมื่อมีการจอดพักค้างคืน ณ ท่าอากาศยาน โดยมีการบำรุงรักษาเครื่องส่วนล่าง (A check) เดือนละหนึ่งครั้ง

ส่วนการบำรุงรักษาครบเครื่องแบบ C check และ D check ในโรงซ่อมเครื่องบินจะทำเป็นประจำทุกๆ 6-7 ปี ซึ่งใช้ระยะเวลาประมาณ 10-21 วัน โดยจะมีการตรวจสอบชิ้นส่วนต่างๆ ของเครื่องบินอย่างละเอียดถี่ถ้วน ผู้ที่ทำการตรวจสภาพเครื่องบิน (line check) คือ ช่างของสายการบินแอร์เอเชียเองที่ผ่านการฝึกอบรมด้านการบำรุงรักษามาเป็นอย่างดี ส่วนผู้ที่ทำการตรวจเช็คภายในโรงซ่อมเครื่องบินนั้น จะมาจากบริษัท ST Aero ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นสายการบินที่ดีที่สุดสายการบินหนึ่งของโลก

กรมการบินพลเรือนแห่งประเทศมาเลเซีย ได้ยอมรับถึงมาตรฐานชั้นสูงในด้านการบำรุงรักษาของแอร์เอเชีย ทีมวิศวกรและได้รับมาตรฐานระดับ JAR OPS1 หรือเป็นที่รู้จักกันว่า M1

ภายในเวลาเพียง 9 เดือน ซึ่งถือว่าไม่เลวนัก ถ้าเทียบกับตามปกติแล้วที่มักจะใช้เวลาถึง 2 ปีกว่าจะได้รับมาตรฐานระดับนี้

มาตรฐานในด้านการบำรุงรักษาของแอร์เอเชีย มีสูงมากจนกระทั่งกลายเป็นความคาดหวังมากกว่าที่จะเห็นเป็นข้อกำหนดขั้นพื้นฐาน

นักบินที่ผ่านการฝึกอบรมและทำงานด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ

4.3.2 มาตรการด้านความปลอดภัยของสายการบินนกแอร์

นกแอร์คำนึงถึงความปลอดภัยในการปฏิบัติการบินเป็นเรื่องสำคัญที่สุด และเป็นหัวใจสำคัญในการทำธุรกิจ กัปตันเป็นนักบินฝีมือเยี่ยมจาก บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน) ซึ่งมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี และมีชั่วโมงบินมากกว่า 10,000 ชั่วโมง อีกทั้งได้รับการฝึกอบรมตามมาตรฐานขั้นสูงอย่างต่อเนื่อง ตามที่การบินไทยให้การสนับสนุน จนได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการจาก FAA ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่เป็นที่ยอมรับที่สุดในโลกอีกด้วย นอกจากนี้กัปตันของเรายังมีความคุ้นเคยกับเส้นทางการบิน สภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศอย่างดีเยี่ยม

มาตรฐานการซ่อมบำรุงอากาศยานและมาตรฐานการซ่อมบำรุงทุกขั้นตอนของนกแอร์เป็นมาตรฐานเดียวกันกับการบินไทย ซึ่งเป็นระบบที่มีมาตรฐานการซ่อมบำรุงที่เป็นสากล และนอกจากการบินไทยจะทำการซ่อมและบำรุงรักษาเครื่องบินของการบินไทยและนกแอร์เองแล้ว ยังได้รับความไว้วางใจจากสายการบินต่างชาติที่มีชื่อเสียงอีกหลายราย ทั้งนี้เนื่องมาจากมาตรฐานของการบินไทยนั้นได้การรับรองมาตรฐานจากกรมการขนส่งทางอากาศแห่งประเทศไทย (Department of Civil Aviation หรือ DCA) และองค์การขนส่งทางอากาศของต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ องค์การบริหารการบินแห่งสหรัฐอเมริกา (US Federal Aviation Administration หรือ FAA) และองค์การร่วมบริหารการบินแห่งยุโรป (Europe's Joint Aviation Authority หรือ JAA) ตลอดจนการรับรองคุณภาพ ISO 9002 ด้านการบริหารจัดการระบบที่มีคุณภาพ และยังได้ ISO 14000 ในการรับรองด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม อีกด้วย เพราะนกแอร์คำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ ทั้งแบบ Boeing 747-400, AIRBUS A300, และ 737-400 เป็นอย่างดีเยี่ยม

ในส่วนของลูกเรือ นกแอร์ได้คัดสรรพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอย่างเข้มงวดภายใต้มาตรฐานเดียวกับการบินไทย หลังจากนั้นลูกเรือทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมจากการบินไทย ทำให้สามารถดูแลด้านความปลอดภัยให้กับผู้โดยสารได้ในระดับมืออาชีพ

ในด้านการบริการ สิ่งที่นกแอร์ให้ความสำคัญที่สุดในการคัดสรรพนักงานต้อนรับ คือ พนักงานต้องเป็นผู้ที่รักงานบริการ มีบุคลิกที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ร่าเริง มีความขยัน ฉลาดเฉลียว ภาษาอังกฤษคล่องแคล่ว และเป็นมิตรกับทุกคน

4.4 ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพบริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 4-1 ร้อยละของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาค่าโดยสาร	385	49.42
ความสะดวกในการจองตั๋ว	109	13.99
เวลาที่ใช้ในการเดินทาง	131	16.82
ความมั่นใจในความปลอดภัย	96	12.32
การบริการที่ได้รับ	52	6.68
อื่น ๆ	6	0.77

จากการสำรวจผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 49.42 เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ คือราคาค่าโดยสาร รองลงมา ร้อยละ 16.82 คือเวลาที่ใช้ในการเดินทาง จากผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำตรงกับมโนทัศน์ของผู้โดยสารที่เน้นความรวดเร็วและราคาประหยัด (ดูตารางที่ 4-1)

ตารางที่ 4-2 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของชาวไทยที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน

หัวข้อ	ระดับความสำคัญ					$\overline{X}$	S.D.	ลำดับ
	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย			
ความสะดวกของการใช้บริการ	8.60	32.50	49.40	7.80	1.70	3.39	0.82	3
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	17.90	17.40	28.70	21.90	14.10	3.03	1.29	4
ความปลอดภัยในการเดินทาง	19.10	29.50	45.10	5.00	1.30	3.60	0.90	1
ความคุ้มค่าการใช้บริการ (ราคากับบริการที่ได้รับ)	11.00	32.50	47.70	5.80	3.00	3.43	0.87	2

จากการสำรวจความคิดเห็นชาวไทยที่มีต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการของสาย พบว่า ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการของสายการบิน อันดับ 1 คือในเรื่องความปลอดภัย อันดับ 2 ความคุ้มค่าในการใช้บริการ อันดับ 3 ความสะดวกในการให้บริการ อันดับ 4 การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน (ดูตารางที่ 4-2)

ตารางที่ 4-3 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นของชาวต่างประเทศที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน

หัวข้อ	ระดับความสำคัญ					$\overline{X}$	S.D.	ลำดับ
	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย			
ความสะดวกของการใช้บริการ	12.70	42.40	40.70	3.30	0.90	3.63	0.78	3
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	11.10	29.20	33.80	18.30	7.60	3.18	1.09	4
ความปลอดภัยในการเดินทาง	14.90	41.60	39.00	4.50	0.00	3.67	0.78	2
ความคุ้มค่าการใช้บริการ (ราคากับบริการที่ได้รับ)	27.30	42.90	27.30	1.80	0.70	3.94	0.82	1

จากการสำรวจความคิดเห็นชาวไทยที่มีต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการของสาย พบว่า ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการของ สายการบิน อันดับที่ 1 คือความคุ้มค่าการใช้บริการ พบว่า (ราคากับบริการที่ได้รับ) อันดับ 2 เป็นเรื่องความปลอดภัย อันดับ 3 ความสะดวกในการใช้บริการ และอันดับ 4 การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน (ดูตารางที่ 4-3)

ตารางที่ 4-4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพบริการที่ได้รับ จำแนกตามสายการบิน

ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	สายการบิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In	JETSTAR	3.00	0.00	1.226	0.291
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.40	0.55		
	นกแอร์	3.44	0.79		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.41	0.79		
	วัน ทู โก	3.23	0.57		
	ไทเกอร์แอร์	3.00	0.71		
	การบินปกติ	3.50	0.71		
	รวม	3.39	0.77		
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ	JETSTAR	3.67	0.58	1.413	0.208
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.60	0.55		
	นกแอร์	3.65	0.73		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.42	0.74		
	วัน ทู โก	3.39	0.65		
	ไทเกอร์แอร์	3.40	0.55		
	การบินปกติ	3.50	0.71		
	รวม	3.47	0.73		
การติดต่อสื่อสาร	JETSTAR	3.67	0.58	1.516	0.171
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.80	0.45		
	นกแอร์	3.46	0.76		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.30	0.73		
	วัน ทู โก	3.16	0.65		
	ไทเกอร์แอร์	3.00	0.00		
	การบินปกติ	3.40	0.55		
	รวม	3.33	0.73		

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	สายการบิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร	JETSTAR	3.00	0.00	1.500	0.176
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.00	0.71		
	นกแอร์	3.36	0.83		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.12	0.82		
	วัน ทู โก	3.00	0.84		
	ไทเกอร์แอร์	3.00	0.71		
	การบินปกติ	3.50	0.71		
	รวม	3.16	0.82		
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	JETSTAR	2.67	0.58	1.953	0.071
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.40	0.55		
	นกแอร์	3.26	0.82		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.06	0.77		
	วัน ทู โก	2.86	0.86		
	ไทเกอร์แอร์	3.00	0.71		
	การบินปกติ	3.50	0.71		
	รวม	3.08	0.79		
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	JETSTAR	3.67	0.58	1.900	0.079
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.60	0.55		
	นกแอร์	3.56	0.75		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.31	0.76		
	วัน ทู โก	3.25	0.75		
	ไทเกอร์แอร์	3.00	0.00		
	การบินปกติ	3.40	0.89		
	รวม	3.36	0.76		

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	สายการบิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความพึงพอใจของท่านกับการ เข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	JETSTAR	3.00	0.00	3.387	0.003
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	2.00	1.41		
	นกแอร์	3.33	0.82		
	ไทยแอร์เอเซีย	2.96	0.94		
	วัน ทู โก	2.95	0.57		
	ไทเกอร์แอร์	2.80	1.30		
	การบินปกติ	3.80	0.45		
	รวม	3.04	0.90		
บริการอื่นๆที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ	JETSTAR	0.00	0.00	0.773	0.544
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.00	1.00		
	นกแอร์	3.32	0.93		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.27	1.02		
	วัน ทู โก	4.00	1.00		
	ไทเกอร์แอร์	2.50	0.71		
	การบินปกติ	-	-		
	รวม	3.28	0.99		
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร	JETSTAR	3.00	0.00	1.459	0.191
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.00	0.00		
	นกแอร์	3.30	0.83		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.14	0.81		
	วัน ทู โก	2.86	0.87		
	ไทเกอร์แอร์	3.20	0.84		
	การบินปกติ	3.20	0.84		
	รวม	3.15	0.82		

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	สายการบิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา	JETSTAR	3.00	0.00	1.380	0.221
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.00	0.00		
	นกแอร์	3.38	0.67		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.22	0.73		
	วัน ทู โก	3.05	0.75		
	ไทเกอร์แอร์	3.20	0.55		
	การบินปกติ	3.40	0.84		
	รวม	3.24	0.72		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน	JETSTAR	3.00	0.00	0.927	0.475
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.00	0.71		
	นกแอร์	3.35	0.70		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.20	0.72		
	วัน ทู โก	3.12	0.63		
	ไทเกอร์แอร์	3.00	0.00		
	การบินปกติ	3.40	0.55		
	รวม	3.22	0.70		
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย	JETSTAR	3.00	0.00	1.431	0.201
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	2.80	0.45		
	นกแอร์	3.22	0.79		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.00	0.00		
	วัน ทู โก	2.89	0.62		
	ไทเกอร์แอร์	2.80	0.84		
	การบินปกติ	3.01	0.79		
	รวม	3.04	0.78		

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	สายการบิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	JETSTAR	3.50	0.71	2.672	0.015
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.40	0.89		
	นกแอร์	3.74	0.75		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.46	0.71		
	วัน ทู โก	3.59	0.58		
	ไทเกอร์แอร์	3.60	0.89		
	การบินปกติ	4.50	0.71		
	รวม	3.53	0.72		
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	JETSTAR	3.00	0.00	3.261	0.004
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.20	0.84		
	นกแอร์	3.68	0.81		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.36	0.74		
	วัน ทู โก	3.52	0.70		
	ไทเกอร์แอร์	3.20	0.84		
	การบินปกติ	4.50	0.71		
	รวม	3.44	0.77		
ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการ(ขาย)บนเครื่องบิน	JETSTAR	2.50	0.71	1.779	0.102
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	2.60	0.55		
	นกแอร์	3.14	0.82		
	ไทยแอร์เอเซีย	2.90	0.83		
	วัน ทู โก	2.80	0.67		
	ไทเกอร์แอร์	2.80	0.45		
	การบินปกติ	3.50	0.71		
	รวม	2.94	0.81		

จากตารางที่ 4-4 พบว่าความพึงพอใจในเรื่องของการเข้า check-in แต่ละสายการบินไม่มีความแตกต่างกัน และสายการบินนกแอร์ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มสายการบินต้นทุนต่ำ (3.44) รองลงมาคือ สายการบินไทยแอร์เอเซีย สำหรับความมีอัธยาศัยในการต้อนรับ สายการบินนกแอร์

มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด รองลงมา คือ สายการบินแอร์เอเชีย (มาเลเซีย) สำหรับความพึงพอใจที่มีต่อด้านการติดต่อสื่อสาร แต่ละสายการบินไม่มีความแตกต่างกัน โดยสายการบินแอร์เอเชีย (มาเลเซีย) ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.80) ส่วนสายการบินต้นทุนต่ำของไทย ได้แก่ นกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย รวมถึง วัน ทู โก ได้คะแนนต่ำกว่าจึงเป็นสิ่งที่แสดงเห็นถึงศักยภาพทางด้านการสื่อสาร (ภาษาต่างประเทศ) ที่ควรได้รับการพัฒนา ในส่วนความพึงพอใจที่มีต่อความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสารนั้น สายการบินต้นทุนต่ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าสายการบินปกติ แต่ไม่มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 สำหรับด้านความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่สายการบินมีไว้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าสายการบินปกติเช่นกัน แต่ไม่มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำไม่ได้มีเป้าหมายในการใช้บริการของสิ่งอำนวยความสะดวกที่สายการบินจัดไว้ให้ ส่วนความพึงพอใจเกี่ยวกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบินของแต่ละสายการบินมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 โดยสายการบินแอร์เอเชีย (มาเลเซีย) มีระดับความพึงพอใจสูงสุด และความพึงพอใจที่มีต่ออัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน ในแต่ละสายการบินไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 โดยสายการบิน Jetstar มีระดับความพึงพอใจในด้านนี้สูงสุด ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อบริการอื่น ๆ ในแต่ละสายการบิน ไม่มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของสายการบินวัน ทู โกมีค่าสูงกว่าสายการบินอื่น ๆ สำหรับความพึงพอใจในด้านความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสารนั้น แต่ละสายการบินไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 ความพึงพอใจส่วนนี้สายการบินปกติได้รับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมา คือ สายการบินนกแอร์ สำหรับความพึงพอใจในด้านความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับผู้โดยสารของแต่ละสายการบินไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 โดยสายการบินไทเกอร์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชียตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจในภาพรวมของบริการภาคพื้นดิน สายการบินไทเกอร์แอร์ มีระดับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมา คือ สายการบินนกแอร์ และความพึงพอใจที่มีต่อความสะดวกสบายของที่นั่งของแต่ละสายการบินไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสายการบินนกแอร์มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ความพึงพอใจที่มีต่ออัธยาศัยการต้อนรับและการดูแลเอาใจใส่ของพนักงานบนเครื่องบินของแต่ละสายการบินไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 โดยสายการบินปกติมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด และความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าที่ขายบนเครื่องบิน ในแต่ละสายการไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับความสำคัญที่ 0.05 โดยสายการบินปกติมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด

ตารางที่ 4-5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำตามทัศนะของ ชาวไทย จำแนกตามสายการบิน

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	สายการบิน	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ความสะดวกของการใช้บริการ	JETSTAR	4.00	1.41	1.537	0.164
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.80	0.84		
	นกแอร์	3.40	0.87		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.39	0.81		
	วัน ทู โก	3.29	0.67		
	ไทเกอร์แอร์	3.60	0.55		
	การบินปกติ	4.00	1.41		
	รวม	3.39	0.82		
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	JETSTAR	3.00	1.41	2.287	0.035
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	2.80	0.45		
	นกแอร์	3.40	1.05		
	ไทยแอร์เอเซีย	2.94	1.36		
	วัน ทู โก	2.93	1.30		
	ไทเกอร์แอร์	2.40	0.89		
	การบินปกติ	4.00	1.41		
	รวม	3.03	1.29		
ความปลอดภัยในการเดินทาง	JETSTAR	3.00	1.41	1.086	0.370
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.00	0.71		
	นกแอร์	3.67	0.85		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.59	0.91		
	วัน ทู โก	3.67	0.87		
	ไทเกอร์แอร์	3.60	0.89		
	การบินปกติ	3.50	0.71		
	รวม	3.60	0.90		

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	สายการบิน	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ความคุ้มค่าการใช้บริการ (ราคากับบริการที่ได้รับ)	JETSTAR	4.50	0.71	1.302	0.255
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.40	0.55		
	นกแอร์	3.52	0.86		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.38	0.87		
	วัน ทู โก	3.52	0.86		
	ไทเกอร์แอร์	3.60	1.52		
	การบินปกติ	2.50	0.71		
	รวม	3.43	0.87		

จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวไทย พบว่า คุณภาพการบริการด้านความสะดวกของบริการ สายการบินต้นทุนต่ำกับสายการบินปกติไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อเปรียบเทียบภายในกลุ่มสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย พบว่า สายการบินนกแอร์ มีค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการด้านนี้สูงสุด (3.40) รองลงมาคือ สายการบินไทยแอร์เอเชีย (3.39) และวัน ทู โก (3.29)สำหรับการตรงต่อเวลาตามตารางการบิน มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำด้วยกัน และสายการบินปกติ และเมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าสายการบินนกแอร์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.40) รองลงมาคือ สายการบินไทยแอร์เอเชีย (2.94) และสายการบินวัน ทู โก (2.93) ส่วนด้านความปลอดภัยในการเดินทาง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำด้วยกันและสายการบินปกติ และเมื่อพิจารณาความคุ้มค่า โดยการเปรียบเทียบราคาค่าตั๋วเครื่องบินกับบริการที่ได้รับผู้โดยสารมีความรู้สึกไม่แตกต่างกันระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินปกติ และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณภาพระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำด้วยกัน สายการบินนกแอร์มีค่าเฉลี่ย 3.52 สายการบินวัน ทู โก มีค่าเฉลี่ย 3.52 และสายการบินไทยแอร์เอเชีย 3.38 แต่เมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินปกติแล้วสายการบินต้นทุนต่ำจะมีความคุ้มค่าสูงกว่า (ดูตารางที่ 4-5)

ตารางที่ 4-6 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำตามทัศนะของ ชาวต่างประเทศ จำแนกตามสายการบิน

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	สายการบิน	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ความสะดวกของการใช้บริการ	JETSTAR	3.91	0.64	5.168	0.000
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.54	0.84		
	นกแอร์	3.85	0.73		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.67	0.73		
	วัน ทู โก	4.00	1.41		
	ไทเกอร์แอร์	3.11	0.93		
	การบินปกติ	3.76	0.66		
	รวม	3.63	0.78		
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	JETSTAR	3.88	0.61	6.121	0.000
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.05	1.14		
	นกแอร์	3.67	0.83		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.09	1.11		
	วัน ทู โก	3.50	2.12		
	ไทเกอร์แอร์	2.75	1.10		
	การบินปกติ	3.80	0.68		
	รวม	3.19	1.09		
ความปลอดภัยในการเดินทาง	JETSTAR	4.00	0.62	1.481	0.183
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.58	0.83		
	นกแอร์	3.66	0.76		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.67	0.79		
	วัน ทู โก	4.00	1.41		
	ไทเกอร์แอร์	3.58	0.82		
	การบินปกติ	3.93	0.62		
	รวม	3.68	0.78		

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	สายการบิน	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ความคุ้มค่าการใช้บริการ (ราคากับบริการที่ได้รับ)	JETSTAR	3.82	0.81	2.070	0.056
	แอร์เอเซีย (มาเลเซีย)	3.97	0.88		
	นกแอร์	4.10	0.74		
	ไทยแอร์เอเซีย	3.99	0.80		
	วัน ทู โก	4.50	0.71		
	ไทเกอร์แอร์	3.60	0.89		
	การบินปกติ	4.06	0.77		
	รวม	3.95	0.82		

จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวต่างประเทศ พบว่า คุณภาพการบริการด้านความสะดวกของการใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำกับสายการบินปกติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบภายในกลุ่มสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย พบว่า สายการบินวันทูโก มีค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการด้านนี้สูงสุด รองลงมาคือ สายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเซีย ตามลำดับ สำหรับการตรงต่อเวลาตามตารางการบิน มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำด้วยกัน และสายการบินปกติ และเมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าสายการบินนกแอร์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สายการบินวันทูโก และสายการบินไทยแอร์เอเซีย ตามลำดับ ส่วนด้านความปลอดภัยในการเดินทาง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำด้วยกันและสายการบินปกติ และเมื่อพิจารณาความคุ้มค่า โดยการเปรียบเทียบราคาค่าตั๋วเครื่องบินกับบริการที่ได้รับ ผู้โดยสารมีความรู้สึกไม่แตกต่างกันระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินปกติ (ดูตารางที่ 4-6)

ตารางที่ 4-7 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นชาวไทย ที่มีต่อคุณภาพบริการของสายการบินทั้ง 3 แห่ง

คุณภาพบริการ	สายการบิน		
	นกแอร์ (DD)	ไทยแอร์เอเซีย(FD)	วัน ทู โก (OX)
ความสะดวกของการใช้บริการ (X_1)	3.85	3.67	4.00
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน(X_2)	3.67	3.09	3.50
ความปลอดภัยในการเดินทาง(X_3)	3.66	3.67	4.00
ความคุ้มค่าการใช้บริการ(ราคากับบริการที่ได้รับ)(X_4)	4.10	3.99	4.50

เมื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาหาคะแนนคุณภาพ โดยนำค่าเฉลี่ยมาใส่ใน Model ที่ได้จากการให้น้ำหนักความสำคัญในแต่ละด้าน (ตามผลการเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยประสิทธิภาพ จากมาก (4) ไปหาน้อย (1))

Model : $2X_1 + 1X_2 + 3X_3 + 4X_4 = X/10$

ช่วงคะแนน	ระดับคุณภาพ
4.21 – 5.00	ดีเยี่ยม
3.41 – 4.20	ดีมาก
2.61 – 3.40	ดี
1.81 – 2.60	พอใช้ (ค่อนข้างดี)
1.00 - 1.80	ต่ำ (ควรได้รับการพัฒนา)

เมื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาใส่ใน Model พบว่า

คุณภาพของ สายการบินนกแอร์ (DD) = 3.87 (อยู่ในระดับดีมาก)

คุณภาพของ สายการบินไทยแอร์เอเซีย (FD) = 3.74 (อยู่ในระดับดีมาก)

คุณภาพของ สายการบินวัน ทู โก (OX) = 4.15 (อยู่ในระดับดีมาก)

ตารางที่ 4-8 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นชาวต่างประเทศที่มีต่อคุณภาพบริการของสายการบินทั้ง 3 แห่ง

คุณภาพบริการ	สายการบิน		
	นกแอร์ (DD)	ไทยแอร์เอเซีย (FD)	วัน ทู โก (OX)
ความสะดวกของการใช้บริการ (X_1)	3.40	3.39	3.29
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน(X_2)	3.40	2.94	2.93
ความปลอดภัยในการเดินทาง(X_3)	3.67	3.59	3.67
ความคุ้มค่าการใช้บริการ(ราคากับบริการที่ได้รับ)(X_4)	3.52	3.38	3.52

เมื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาหาคะแนนคุณภาพ โดยนำค่าเฉลี่ยมาใส่ใน Model ที่ได้จากการให้น้ำหนักความสำคัญในแต่ละด้าน (ตามผลการเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยประสิทธิภาพ จากมาก (4) ไปหาน้อย (1)

Model : $2X_1 + X_2 + 4X_3 + 3X_4 = X/10$

เมื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาใส่ใน Model พบว่า

คุณภาพของ สายการบินนกแอร์ (DD) = 3.54 (อยู่ในระดับดีมาก)

คุณภาพของ สายการบินไทยแอร์เอเซีย (FD) = 3.42 (อยู่ในระดับดีมาก)

คุณภาพของ สายการบินวัน ทู โก (OX) = 3.47 (อยู่ในระดับดีมาก)

DPU

4.5 การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของสายการบินต้นทุนต่ำ

S : - ราคาประหยัด - การตรวจสภาพเครื่องบินเสมอทำให้เพิ่มความปลอดภัย - สามารถบรรทุกผู้โดยสารได้จำนวนมาก - พนักงานมีประสบการณ์และวัยวุฒิและคุณวุฒิที่เหมาะสม	W : - ไม่ค่อยมีสิ่งอำนวยความสะดวก - ไม่สามารถไปถึงยังจุดรับส่งที่ทุกคนพอใจได้ (ไม่สามารถรับส่งในบางจังหวัด) - ไม่สามารถกำหนดที่นั่งได้ - เครื่องบินเป็นเครื่องบินขนาดเล็กทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูง
O : - การขยายเส้นทางการบินไปประเทศเพื่อนบ้าน - สามารถเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างได้โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่ม เช่น เพิ่มบริการแบบนกพลัส - ต้องร่วมมือกันประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับทราบถึงการให้บริการมากยิ่งขึ้น - แนวโน้มการใช้บริการเพิ่มขึ้น	T : - การปรับปรุงให้ได้มาตรฐานของเครื่องบิน ทำได้ยากเพราะบริการเป็นเครื่องที่ใช้งานมานานแล้ว - ไม่สามารถเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆได้ในอัตราค่าบริการปัจจุบัน - ไม่มีสนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ

4.6 ข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณภาพการบริการผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

4.6.1 กลยุทธ์ที่ให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน ทั้งลักษณะและคุณภาพที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจ

4.6.2 กลยุทธ์ปรับปรุงประสิทธิภาพบริการอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้โดยสารเพิ่มขึ้น

4.6.3 กลยุทธ์การเพิ่มบริการใหม่ให้มากขึ้น การบริการด้วยเครื่องบินใหม่ เทคโนโลยีใหม่ให้ผู้โดยสารสำนึกและจดจำในความคุ้มค่าของบริการที่มอบให้

4.6.4 กลยุทธ์ในการประเมินคุณภาพบริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อทราบและรักษามาตรฐานบริการอยู่เสมอ

4.6.5 กลยุทธ์อื่น ๆ ที่แต่ละสายการบินจะพิจารณาค่าคุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้โดยสารแล้วต้องนำไปพิจารณาปรับปรุงบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

บทที่ 5
การสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสาร ที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

การสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non Price Competition) ซึ่งหมายถึงการกระทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่ต้องการและดึงดูดใจลูกค้าโดยรวมถึงการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้า บริการที่จำหน่าย การเลือกช่องทางจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่าย ซึ่งธุรกิจการบินต้นทุนต่ำได้มีการพัฒนากระบวนการให้บริการแก่ผู้โดยสารในหลายด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างและลักษณะพิเศษแก่สายการบิน เช่น นกแอร์ ระบุที่นั่งได้ และ วัน ทู โก บริการอาหารว่างและเครื่องดื่ม ทำให้ผู้โดยสารมีโอกาสที่มาเลือกพิจารณาถึงความสะดวกสบายที่จะได้รับ นอกเหนือจากการแข่งขันด้านราคา

5.1 วัตถุประสงค์ของการสำรวจ

5.1.1 เพื่อพิจารณาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

5.1.2 เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ใช้พิจารณาคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำตามทัศนะของผู้โดยสาร

5.1.3 เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

5.1.4 เพื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ อันได้แก่ นกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย วัน ทู โก รวมทั้งความพึงพอใจในท่าอากาศยานไทย

5.1.5 เพื่อศึกษาการเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อบ้าน รวมทั้งความสนใจและความพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย (ผลการวิจัยนำเสนอในบทที่ 2)

5.2 วิธีการสำรวจ

การสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของผู้เดินทางมาประเทศไทย จำแนกตามถิ่นพำนักทั้งชาวต่างประเทศ และชาวไทย โดยเน้นพฤติกรรม ความถี่ในการใช้บริการสายการบิน ประสบการณ์

การมาประเทศไทย รวมทั้งความพึงพอใจในบริการ การรับรู้ และความสนใจในการท่องเที่ยวไทย รวมทั้งการรับรู้และความสนใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน

5.2.1 จำนวนตัวอย่าง

จากจำนวนผู้โดยสารตามฐานข้อมูลลูกค้าของธุรกิจสายการบินนำมาหาจำนวนผู้โดยสารโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ได้ 19,050 คนแล้วทำการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 ของจำนวนผู้โดยสารโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 19,050 คน จำนวนรวม 999 คนและจัดแบ่งโดยโควต้าจำแนกผู้โดยสารชาวต่างประเทศและชาวไทยจำแนกตามถิ่นพำนัก ดังนี้

ตารางที่ 5-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้โดยสารชาวต่างประเทศจำแนกตามถิ่นพำนัก

ถิ่นพำนัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
THAILAND (ชาวต่างประเทศ)	58	11.30
SINGAPORE	82	16.10
INDONESIA	18	1.60
CHINA	24	4.70
MALAYSIA	52	10.20
KOREA	11	0.20
TAIWAN	12	0.40
EUROPE	57	11.20
JAPAN	13	0.60
ENGLAND	49	9.60
U.S.A.	45	8.80
AUSTRALIA/NEW ZEALAND	37	7.30
OTHERS	52	18.00
รวม	**510**	**100.00**

DPU

ตารางที่ 5-2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้โดยสารชาวไทยจำแนกตามถิ่นพำนัก

ถิ่นพำนัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
กรุงเทพ	164	34.00
ภูเก็ต	44	9.10
หาดใหญ่	88	18.20
เชียงใหม่	29	6.00
เชียงราย	24	5.00
อุบลราชธานี	28	5.80
อุดรธานี	36	7.50
ขอนแก่น	17	1.40
นราธิวาส	12	0.40
อื่น ๆ (ชาวไทยถิ่นพำนักในต่างประเทศ)	41	12.60
รวม	**483**	**100.00**

จำนวนที่สัมภาษณ์จริงผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างประเทศรวม 999 คน

5.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จากทบทวนวรรณกรรมด้านประกันคุณภาพแล้วนำมาสร้างเป็นตัวแปรและกรอบคำถาม ซึ่งประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด ทำการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (ชุดโครงการแผนและนโยบายอุตสาหกรรมท่องเที่ยว : สกว.) และนำมาแปลเป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีนและนำไปทดสอบใช้แบบสอบถาม (pre-test)

5.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนักวิจัยและผู้ช่วยเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว ด้วยการสัมภาษณ์ โดยจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการจำแนกตามถิ่นพำนัก และจะทำการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

5.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการพรรณนาด้วยค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และค่าสถิติอื่นๆ ตามความเหมาะสม สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

5.2.5 มาตรวัดระดับความพึงพอใจ

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ใช้มาตรวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ	พอใจมากที่สุด	แทนด้วยค่า 5
ระดับ	พอใจมาก	แทนด้วยค่า 4
ระดับ	พอใจปานกลาง	แทนด้วยค่า 3
ระดับ	พอใจน้อย	แทนด้วยค่า 2
ระดับ	พอใจน้อยที่สุด	แทนด้วยค่า 1

5.2.6 ประเด็นที่ใช้อภิปรายการวัดระดับความพึงพอใจจะพิจารณาจาก

(1) ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในแต่ละระดับ

(2) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว

(3) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจ

5.2.7 เกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจ

4.21 – 5.00	พอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	พอใจมาก
2.61 – 3.40	พอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	พอใจน้อย
1.00 - 1.80	พอใจน้อยที่สุด

DPU

5.3 ผลการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจ

ตารางที่ 5-3 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย จำแนกตามคุณลักษณะ

คุณลักษณะผู้ตอบ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	212	43.50
หญิง	275	56.50
อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	24	5.00
20 – 29 ปี	138	28.80
30 – 39 ปี	165	34.40
40 – 49 ปี	97	20.20
50 ปีขึ้นไป	56	11.70
อาชีพ		
ธุรกิจส่วนตัว	159	32.90
ผู้บริหารระดับสูง	19	3.90
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	8	1.70
เจ้าหน้าที่รัฐบาล	99	20.50
นักศึกษา	44	9.10
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	123	25.40
งานบ้าน / แม่บ้าน	15	3.10
ปลดเกษียณ	7	1.40
อื่น ๆ	10	2.10
สถานภาพ		
โสด	234	49.80
สมรส	236	50.20

DRAFT

ตารางที่ 5-3 (ต่อ)

คุณลักษณะผู้ตอบ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้		
น้อยกว่า 240,000 บาท	128	27.60
240,000 - 400,000 บาท	135	29.10
400,001 - 800,000 บาท	95	20.50
800,001 - 1,200,000 บาท	44	9.50
1,200,001 - 1,600,000 บาท	32	6.90
มากกว่า 1,600,000 บาท	30	6.50
การศึกษา		
มัธยมศึกษา	64	13.40
ปริญญาตรี	294	61.80
ปริญญาโท	79	16.60
ปริญญาเอก	9	1.90
อื่นๆ	30	6.30

จากตารางที่ 5 3 พบว่า จำนวนผู้โดยสารชาวไทยที่ถูกเลือกทั้งหมด 487 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 56.50 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 43.50 เป็นเพศชาย

สำหรับอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 34.40 มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี ซึ่งเป็นผู้โดยสารอยู่ในวัยทำงานต้องการการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และท้าทาย รองลงมา อายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี ร้อยละ 28.80 ซึ่งอยู่ในวัยนักศึกษาจนถึงการเริ่มต้นของการทำงานต้องการประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ อันดับที่ 3 เป็นช่วงอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 20.20 ซึ่งเป็นกลุ่มของวัยทำงานที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จและอันดับที่ 4 เป็นอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11.70 เป็นกลุ่มที่เกษียณอายุการทำงาน ต้องการการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและ อันดับสุดท้ายเป็นช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 5.00 ซึ่งเป็นกลุ่มวัยนักเรียน นักศึกษา โดยเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน

สำหรับถิ่นพำนัก พบว่า ส่วนใหญ่มีถิ่นพำนักในกรุงเทพฯ ร้อยละ 34.00 รองลงมาร้อยละ 18.20 มาจากหาดใหญ่ และมาจากภูเก็ต ร้อยละ 9.10

DPU

สำหรับอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 32.90 อาจเนื่องมาจากการประกอบธุรกิจและหรือการท่องเที่ยวโดยต้องการเดินทางที่ประหยัดเวลา รองลงมา อาชีพลูกจ้าง-พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.40 อันดับสามเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐบาล ร้อยละ 20.50 ร้อยละ 9.10 เป็นนักศึกษา และแม่บ้าน 3.10 สำหรับผู้มีอาชีพเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง และผู้เกษียณอายุ ร้อยละ 1.7 และ 1.4 ตามลำดับ

สำหรับสถานภาพการสมรส พบว่า สถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 50.20 มากกว่าผู้เป็นโสด ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 49.80

สำหรับรายได้ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 240,000 ถึง 400,00 บาท ร้อยละ 29.10 และน้อยกว่า 240,000 บาทต่อปี ร้อยละ 27.60 ซึ่งจัดเป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง และกลุ่มที่รายได้ 400,001 – 800,000 บาทต่อปี จัดเป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง ร้อยละ 20.50 แสดงให้เห็นว่าสายการบินต้นทุนต่ำสอดรับกับคนที่มีรายได้ปานกลางจนถึงกลุ่มผู้มีรายได้ต่อปีค่อนข้างสูง

สำหรับระดับการศึกษาของผู้โดยสารชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.80 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท ร้อยละ 16.60 ระดับมัธยมและปริญญาเอกมีร้อยละ 13.40 และ ร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 5-4 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ จำแนกตามคุณลักษณะ

คุณลักษณะผู้ตอบ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	336	65.60
หญิง	176	34.40
อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	18	3.60
20 – 29 ปี	181	36.30
30 – 39 ปี	147	29.50
40 – 49 ปี	75	15.00
50 ปีขึ้นไป	78	15.60
ถิ่นพำนัก		
THAILAND	58	11.37
SINGAPORE	82	16.10
INDONESIA	18	3.52
CHINA	24	4.70
MALAYSIA	52	10.20
KOREA	11	2.15
TAIWAN	12	2.35
EUROPE	57	11.20
JAPAN	13	2.54
ENGLAND	49	9.60
U.S.A.	45	8.82
AUSTRALIA/NEW ZEALAND	37	7.30
OTHERS	52	10.19

DRAFT

ตารางที่ 5-4 (ต่อ)

คุณลักษณะผู้ตอบ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ธุรกิจส่วนตัว	87	17.10
ผู้บริหารระดับสูง	47	9.20
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	148	29.00
เจ้าหน้าที่รัฐบาล	26	5.10
นักศึกษา	49	9.60
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	61	12.00
งานบ้าน / แม่บ้าน	9	1.80
ปลดเกษียณ	31	6.00
อื่น ๆ	52	10.20
สถานภาพ		
โสด	308	60.90
สมรส	198	39.10
รายได้		
น้อยกว่า 240,000 บาท	91	18.80
240,000 - 400,000 บาท	47	9.70
400,001 - 800,000 บาท	58	12.00
800,001 - 1,200,000 บาท	72	14.90
1,200,001 - 1,600,000 บาท	65	13.50
มากกว่า 1,600,000 บาท	150	31.10
การศึกษา		
มัธยมศึกษา	110	21.70
ปริญญาตรี	224	44.30
ปริญญาโท	99	19.60
ปริญญาเอก	14	2.80
อื่นๆ	59	11.70

DPU

ผู้โดยสารชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่ประมาณสองในสามหรือ ร้อยละ 66 เป็นเพศชาย และส่วนใหญ่ ร้อยละ 36 อายุระหว่าง 20 ถึง 29 ปี รองลงมา ร้อยละ 30 อายุระหว่าง 30 ถึง 39 ปี สำหรับถิ่นพำนัก ส่วนใหญ่ ร้อยละ 16 มีถิ่นพำนักที่ประเทศสิงคโปร์ รองลงมา ร้อยละ 11 มีถิ่นพำนักที่ประเทศไทย และประเทศในทวีปยุโรป ตามลำดับ สำหรับอาชีพ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 29 เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง รองลงมา ร้อยละ 17 ธุรกิจส่วนตัว และส่วนใหญ่ ร้อยละ 61 สถานภาพโสด สำหรับรายได้ต่อปี ส่วนใหญ่ ร้อยละ 31 มีรายได้ต่อปี มากกว่า 1,600,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 19 มีรายได้ต่อปี น้อยกว่า 240,000 บาท และระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ ร้อยละ 44 อยู่ในระดับปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 22 อยู่ในระดับมัธยมศึกษา (ดูตารางที่ 5-4)

5.3.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการและการเดินทางของผู้โดยสารชาวไทย

ตารางที่ 5-5 จำนวนและร้อยละของสื่อโฆษณาที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

ประเภทสื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	260	53.83
วิทยุ	23	4.76
ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน	101	20.91
INTERNET	185	38.30
BILL BOARD	41	8.49
นิตยสารท่องเที่ยว, หนังสือพิมพ์	180	37.27
ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์	68	14.08
อื่น ๆ	2	0.41

จากการสำรวจพฤติกรรมเกี่ยวกับสื่อโฆษณาที่ทำให้ผู้โดยสารชาวไทยรู้จักสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.80 รับทราบมาจากสื่อโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 38.30 รับทราบจากสื่ออินเตอร์เน็ต จะเห็นได้ว่า สื่อที่แสดงให้เห็นภาพทำให้ผู้โดยสารได้รับข่าวสารจากสายการบินมากกว่าสื่อที่ให้การได้ยินอย่างเดียว เช่น สื่อวิทยุ ซึ่งมีการรับรู้เพียง ร้อยละ 4.76 (ดูตารางที่ 5-5)

ตารางที่ 5-6 จำนวนและร้อยละของแหล่งที่ซื้อตั๋วโดยสารและสำรองที่นั่ง

แหล่งที่ซื้อตั๋วโดยสารและสำรองที่นั่ง	จำนวน	ร้อยละ
เคาน์เตอร์ขายตั๋วโดยสารของสายการบิน	148	30.71
ตัวแทนจำหน่ายของสายการบิน	102	21.16
ร้าน 7- eleven	9	1.87
ตัวแทนจำหน่ายขายตั๋วโดยสาร	69	14.32
บริษัททัวร์	13	2.70
Web Site ของสายการบิน	200	41.49
อื่น ๆ	8	1.66

พฤติกรรมการจองตั๋วเครื่องบินของผู้โดยสารชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่ จองจาก Web site ของสายการบิน ร้อยละ 41.49 รองลงมา ซื้อตั๋วและสำรองที่นั่งจากเคาน์เตอร์ขายตั๋วของสายการบินที่ตั้งบริการในสถานที่ต่าง ๆ อันดับ 3 ร้อยละ 30.71 จองจากตัวแทนจำหน่าย อันดับ 4 ร้อยละ 21.16 จองจากบริษัททัวร์ อันดับ 5 ร้อยละ 2.7 จองที่ร้าน 7-eleven

ตารางที่ 5-7 จำนวนและร้อยละระยะเวลาการซื้อตั๋วโดยสารหรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทาง

ระยะเวลาการซื้อตั๋วโดยสารหรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 สัปดาห์	299	62.60
2 – 3 สัปดาห์	113	23.60
ประมาณ 1 เดือน	48	10.00
มากกว่า 1 เดือน	18	3.80

พฤติกรรมการจองตั๋วกับระยะเวลาในการจองส่วนใหญ่ ร้อยละ 62.60 จะใช้ระยะเวลาการจองตั๋วไม่เกิน 1 สัปดาห์ ซึ่งแสดงถึงผู้โดยสารต้องจ่ายค่าตั๋วเครื่องบินในราคาเต็มของเส้นทางการบินที่จอง รองลงมา ร้อยละ 23.60 ใช้ระยะเวลาการจองตั๋วประมาณ 2 – 3 สัปดาห์ ในกรณีนี้ผู้โดยสารอาจจะได้ส่วนลดราคาในบางเส้นทางในเที่ยวไปหรือกลับ เช่น เส้นทางการบินอุดรธานี ขอนแก่น อุบลราชธานี แต่ถ้าเป็นเส้นทางเชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ จะไม่ได้ส่วนลดของราคา อันดับที่ 3 ร้อยละ 3.80 คือ การจองระยะเวลา 1 เดือนก่อนวันเดินทาง ผู้โดยสารจะได้ส่วนลดในบางเส้นทางมากขึ้น และถ้าจองก่อนเป็นเวลานานมากกว่า 1 เดือนก่อนวันเดินทาง ซึ่งจะได้ส่วนลดในราคาโปรโมชั่น เช่น 499 บาท หรือ 999 บาท ต่อเที่ยว เป็นต้น

ตารางที่ 5-8 จำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจ	146	30.29
ท่องเที่ยว	124	25.73
ธุรกิจและท่องเที่ยว	120	24.90
เยี่ยมญาติ	165	34.23
อื่น ๆ	58	12.03

วัตถุประสงค์ของการเดินทางของผู้โดยสารชาวไทย พบว่า ร้อยละ 80.19 วัตถุประสงค์การเดินทางเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการทำธุรกิจ และร้อยละ 34.23 เดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ

ตารางที่ 5-9 จำนวนและร้อยละลักษณะการเดินทางโดยสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ

ลักษณะการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	364	75.40
ไปกับครอบครัว	73	15.10
ไปกับหมู่คณะ	37	7.70
อื่นๆ	9	1.90

ลักษณะการเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 75.40 เดินทางโดยลำพัง รองลง ร้อยละ 15.10 เดินทางพร้อมกับครอบครัว และร้อยละ 7.70 ไปกับหมู่คณะ

DRAFT

ตารางที่ 5-10 จำนวนและร้อยละความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

ความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
หนึ่งครั้ง	62	12.90
2 – 5 ครั้ง	190	39.50
มากว่า 5 ครั้ง	229	47.60

ผู้โดยสารชาวไทย สวนใหญ่ ร้อยละ 47.60 ใช้บริการ่สายการบินก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ มากกว่า 5 ครั้งต่อปี รองลงมา ร้อยละ 39.50 ใช้บริการสายการบิน 2–5 ครั้ง ต่อปี และร้อยละ 12.90 ใช้บริการสายการบิน หนึ่งครั้งต่อปี แสดงว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่ใช้การเดินทางโดยเครื่องบินเป็นประจำอยู่แล้วก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 5-11 จำนวนและร้อยละความถี่ของการใช้บริการสายการบินหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

ความถี่ของการใช้บริการสายการบินหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
หนึ่งครั้ง	38	8.10
2 – 5 ครั้ง	174	36.90
มากว่า 5 ครั้ง	245	51.90
อื่น ๆ	15	3.20

พฤติกรรมการใช้บริการสายการบินหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ใช้บริการสายการบินถี่ขึ้น คือ เดินทางมากกว่า 5 ครั้งต่อปี ร้อยละ 51.90 เพิ่มจากก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 5-12 จำนวนและร้อยละการเดินทางก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

การเดินทางก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	153	32.35
สายการบินปกติ	279	58.99
รถทัวร์	177	37.42
รถไฟ	121	25.58
อื่น ๆ	5	1.06

ก่อนจะมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำผู้โดยสารชาวไทย ส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.99 ใช้บริการสายการบินปกติมาก รองลงมา ร้อยละ 37.42 ใช้บริการรถทัวร์ และร้อยละ 25.58 ใช้บริการรถไฟ

ตารางที่ 5-13 จำนวนและร้อยละความต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในอนาคต

ความต้องการใช้บริการสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	430	95.30
ไม่ใช้	21	4.70

ในอนาคตผู้โดยสารมีความต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำต่อไปอีกแน่นอนร้อยละ 95.30 ไม่ใช้ มีเพียงร้อยละ 4.70

DRU

ตารางที่ 5-14 จำนวนและร้อยละสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

สิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาค่าโดยสาร	385	49.42
ความสะดวกในการจองตั๋ว	109	13.99
เวลาในการเดินทาง	131	16.82
ความมั่นใจในความปลอดภัย	96	12.32
การบริการที่ได้รับ	52	6.68
อื่น ๆ	6	0.77

สิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำคือ ราคามากที่สุด ร้อยละ 49.42 รองลงมา ร้อยละ 16.82 คือการใช้เวลาในการเดินทาง อันดับที่ 3 ร้อยละ 13.99 คือ ความสะดวกในการจองตั๋ว และร้อยละ 12.32 มีความมั่นใจในความปลอดภัยในการเดินทาง และร้อยละ 6.68 ความสนใจในบริการที่ได้รับเป็นอันดับท้ายสุด

5.3.2 ผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ตารางที่ 5-15 จำนวนและร้อยละสื่อโฆษณาที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน

สื่อโฆษณาที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	58	11.37
วิทยุ	16	3.14
ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน	166	32.55
อินเตอร์เน็ต	233	45.69
BILL BOARD	22	4.31
นิตยสารท่องเที่ยว, หนังสือพิมพ์	43	8.43
ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์	36	7.06
อื่น ๆ	77	15.10

จากการสำรวจชาวต่างประเทศเกี่ยวกับสื่อโฆษณาที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.69 ได้รับสื่อโฆษณาจาก อินเตอร์เน็ต รองลงมา ร้อยละ 32.55 ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน

ตารางที่ 5-16 จำนวนและร้อยละการซื้อตั๋วโดยสารและ สำรองที่นั่ง

การซื้อตั๋วโดยสารและ สำรองที่นั่ง	จำนวน	ร้อยละ
เคาน์เตอร์ขายตั๋วโดยสารของสายการบิน	25	4.91
ตัวแทนจำหน่ายของสายการบิน	55	10.81
ร้าน 7- eleven	3	0.59
ตัวแทนจำหน่ายขายตั๋วโดยสาร	110	21.61
บริษัททัวร์	43	8.45
Web Site ของสายการบิน	295	57.96
อื่น ๆ	40	7.86

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อตั๋วโดยสารและสำรองที่นั่ง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 57.96 ซื้อตั๋วโดยสารและสำรองที่นั่ง จาก web site ของสายการบิน รองลงมา ร้อยละ 21.61 จากตัวแทนจำหน่ายขายตั๋วโดยสาร

ตารางที่ 5-17 จำนวนและร้อยละระยะเวลาการซื้อตั๋วโดยสารหรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทาง

ระยะเวลาการซื้อตั๋วโดยสารหรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 สัปดาห์	124	24.50
2 – 3 สัปดาห์	157	31.00
ประมาณ 1 เดือน	111	21.90
มากกว่า 1 เดือน	115	22.70

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 31 ซื้อตั๋วโดยสารและสำรองที่นั่ง 2 ถึง 3 สัปดาห์ก่อนวันเดินทาง รองลงมา ร้อยละ 24.50 ซื้อตั๋วโดยสารและสำรองที่นั่ง ไม่เกิน 1 สัปดาห์ก่อนวันเดินทาง

ตารางที่ 5-18 จำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจ	55	10.78
ท่องเที่ยว	313	61.37
ธุรกิจและท่องเที่ยว	98	19.22
เยี่ยมญาติ	70	13.73
อื่น ๆ	6	1.18

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 61.37 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง คือ ท่องเที่ยว รองลงมา ร้อยละ 19.22 คือ ธุรกิจและท่องเที่ยว

ตารางที่ 5-19 จำนวนและร้อยละลักษณะการเดินทางโดยสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ

ลักษณะการเดินทางโดยสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	184	36.00
ไปกับครอบครัว	146	28.60
ไปกับหมู่คณะ	152	29.70
อื่นๆ	29	5.70

ลักษณะการเดินทางพบว่า มีการเดินทางโดยลำพัง ร้อยละ 75.4 รองลงมา ไปกับครอบครัว ร้อยละ 28.60

ตารางที่ 5-20 จำนวนและร้อยละความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนและหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

ความถี่ของการใช้บริการสายการบิน	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ		
หนึ่งครั้ง	176	35.00
2 – 5 ครั้ง	201	40.00
มากว่า 5 ครั้ง	126	25.00
ความถี่ของการใช้บริการสายการบินหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ		
หนึ่งครั้ง	71	14.30
2 – 5 ครั้ง	236	47.50
มากว่า 5 ครั้ง	173	34.80
อื่น ๆ	17	3.40

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนและหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ก่อนและหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่ ร้อยละ 40 และ 47.50 ใช้บริการสายการบิน 2 ถึง 5 ครั้งต่อปี แต่ความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนและหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำยังมีความแตกต่างบ้าง กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบผู้ใช้บริการสายการบินมากกว่า 5 ครั้ง หลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ จะมีผู้ใช้บริการสายการบินร้อยละ 34.80 ซึ่งสูงกว่าก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งมีเพียงร้อยละ 25 เท่านั้น

ตารางที่ 5-21 จำนวนและร้อยละการเดินทางก่อนมีสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ

การเดินทางก่อนมีสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	111	21.94
สายการบินปกติ	365	72.13
รถทัวร์	50	9.88
รถไฟ	80	15.81
อื่น ๆ	6	1.19

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับวิธีการเดินทางก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 72.13 เดินทางโดยสายการบินปกติ รองลงมา ร้อยละ 21.94 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และร้อยละ 15.81 เดินทางโดยรถไฟ

ตารางที่ 5-22 จำนวนและร้อยละความต้องการใช้บริการสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำในอนาคต

ความต้องการใช้บริการสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	470	95.50
ไม่ใช้	22	4.50

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับความต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในอนาคต ส่วนใหญ่ ร้อยละ 95.50 ในอนาคตยังคงต้องการใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 5-23 จำนวนและร้อยละสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

สิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาค่าโดยสาร	427	85.40
ความสะดวกในการจองตั๋ว	85	17.00
เวลาในการเดินทาง	39	7.80
ความมั่นใจในความปลอดภัย	31	6.20
การบริการที่ได้รับ	4	0.80
อื่น ๆ	15	3.00

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 85.40 เห็นว่าราคาค่าโดยสารเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ รองลงมา ร้อยละ 17 คือ ความสะดวกในการจองตั๋ว

5.4 ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทย

ตารางที่ 5-24 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ

การบริการ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การบริการในการเข้า Check - In								
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In	6.30	36.50	48.60	7.10	1.50	3.39	0.77	4
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ	6.70	40.20	47.30	5.20	0.60	3.47	0.73	2
การติดต่อสื่อสาร	4.00	34.80	53.20	6.30	1.70	3.33	0.73	6
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร	3.00	29.50	52.20	10.80	4.50	3.16	0.82	12
การบริการก่อนเดินทาง Departure Lounge								
การอำนวยความสะดวก	2.50	24.60	54.90	14.60	3.40	3.08	0.79	14
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	4.70	38.30	46.60	9.30	1.10	3.36	0.76	5
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	3.60	25.30	49.40	15.10	6.60	3.04	0.90	15
บริการอื่นๆที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ	13.40	22.10	48.40	11.40	4.70	3.28	0.99	8
การบริการในการรับ-ส่งสัมภาระผู้โดยสาร								
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร	3.70	26.50	54.80	10.70	4.30	3.15	0.82	13
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา	2.60	31.00	55.60	9.10	1.70	3.24	0.72	9
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน	2.40	28.50	60.30	6.60	2.20	3.22	0.70	11
การบริการบนเครื่องบิน (IN FLIGHT SERVICE)								
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย	3.60	18.20	59.80	15.40	3.00	3.04	0.78	15
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	6.00	47.90	40.50	4.70	0.90	3.53	0.72	1
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	6.90	39.20	46.40	6.20	1.30	3.44	0.77	3
ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน	2.80	17.10	56.20	19.10	4.80	2.94	0.81	17
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน	3.90	29.90	59.70	5.00	1.50	3.30	0.69	7
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมของสายการบิน	2.40	28.50	61.20	6.00	1.90	3.23	0.68	10

ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อด้านความรวดเร็วในการเข้า Check - In ส่วนใหญ่พอใจปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 85.10 การมีอัธยาศัยในการต้อนรับของพนักงานภาคพื้นดิน ผู้โดยสารพอใจปานกลางถึงมาก ร้อยละ 87.50 การติดต่อสื่อสารของพนักงานผู้โดยสารพอใจปานกลางถึงมาก ร้อยละ 88.00

ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระของผู้โดยสาร พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีความพึงพอใจปานกลางถึงมาก ร้อยละ 81.70

ความพึงพอใจก่อนเดินทางขึ้นเครื่องบินในเรื่องการอำนวยความสะดวก ผู้โดยสารได้รับความพึงพอใจระดับปานกลางถึงมาก ร้อยละ 79.40 สำหรับอัธยาศัยของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก ร้อยละ 84.90 ในเรื่องการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน ได้รับความพึงพอใจปานกลางถึงมาก ร้อยละ 74.7

ความพึงพอใจเกี่ยวกับการขนส่งสัมภาระ ผู้โดยสารมีความกระตือรือร้น ความระมัดระวังผู้โดยสารพึงพอใจปานกลางถึงมาก ร้อยละ 80.6 และ 81.3 ตามลำดับ

ความพึงพอใจโดยรวมของการบริการภาคพื้นดิน ผู้โดยสารพึงพอใจปานกลางถึงมากที่สุด ร้อยละ 91.3

ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อบริการบนเครื่องบินในส่วนต่าง ๆ ได้แก่ ขนาดของที่นั่ง มีความพึงพอใจปานกลางถึงมาก ร้อยละ 77.8 ในด้านอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน มีความพึงพอใจ ปานกลางถึงมาก ร้อยละ 89.4 ด้านการดูแลของพนักงาน มีความพึงพอใจปานกลางถึงมาก ร้อยละ 85.6 ด้านการขายสินค้าบนเครื่อง มีความพึงพอใจปานกลางถึงมาก ร้อยละ 73.3 สำหรับความพึงพอใจโดยรวมบนเครื่องบิน ผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจระดับปานกลางถึงมาก ร้อยละ 89.6 และความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ร้อยละ 89.70

พิจารณาทางด้านลำดับ พบว่า ผู้โดยสารพึงพอใจอันดับ 1 คือ อัธยาศัยไมตรีของพนักงานบนเครื่อง อันดับ 2 อัธยาศัยไมตรีของพนักงาน Check – In ลำดับ 3 การดูแลของพนักงาน อันดับ 4 ความรวดเร็วของการ Check – In และลำดับ 5 อัธยาศัยของพนักงานภาคพื้นดิน

สิ่งที่ต้องปรับปรุงจากลำดับท้ายขึ้นมาคือ ลำดับ 17 การขายของบนเครื่อง ลำดับ 15 การเข้าคิว และขนาดที่นั่ง ลำดับ 14 สิ่งอำนวยความสะดวก ลำดับ 13 การระมัดระวังสัมภาระ

ตารางที่ 5-25 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อราคาบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

ราคาบัตร	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	10.70	42.90	39.30	6.30	0.80	3.56	0.80	2
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับสายการบินภายในประเทศ	9.40	46.30	38.30	4.70	1.30	3.58	0.78	1
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับสายการบินระหว่างประเทศ	9.10	45.00	37.80	6.80	1.30	3.54	0.80	3
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมต่อเส้นทางบินที่ให้บริการ	7.80	41.00	44.20	5.90	1.10	3.49	0.77	4
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ	6.10	32.90	52.10	7.40	1.50	3.35	0.77	5
ราคาบัตรโดยสารที่ซื้อผ่านตัวแทนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ	3.60	32.90	52.40	8.60	2.50	3.27	0.77	6
ค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆ มีราคาเหมาะสม	3.00	22.30	52.10	17.60	5.00	3.01	0.85	7

ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้โดยสารชาวไทยเห็นด้วยมากกับราคาบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำมีความเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ราคาบัตรเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินในประเทศและระหว่างประเทศ และเหมาะสมกับเส้นทางการบินที่ให้บริการ ประเด็นที่ผู้โดยสารเห็นด้วยปานกลาง คือ ราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับคุณภาพบริการที่ได้รับ ราคาบัตรที่ซื้อจากตัวแทนเหมาะสม ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ มีความเหมาะสม (ดูตารางที่ 5-25)

DPU

ตารางที่ 5-26 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสำรองที่นั่งของสายการบิน ผ่านเคาน์เตอร์ขายตั๋ว , Web Site และตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร

การสำรองที่นั่ง	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ขั้นตอนในการสำรองที่นั่ง ผ่านWeb Site สะดวกและรวดเร็ว	21.30	49.60	23.80	3.10	2.20	3.85	0.87	1
ขั้นตอนในการสำรองที่นั่ง ผ่านตัวแทนจำหน่าย สะดวกและรวดเร็ว	9.30	44.10	40.20	4.10	2.30	3.54	0.81	2

ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการสำรองที่นั่งมีความเห็นด้วยมาก ในขั้นตอนการสำรองผ่าน Website ของสายการบินสะดวกและรวดเร็ว และขั้นตอนในการสำรองผ่านตัวแทนจำหน่ายสะดวกและรวดเร็ว

ตารางที่ 5-27 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ความสะดวกของการใช้บริการ	8.60	32.50	49.40	7.80	1.70	3.39	0.82	3
การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน	17.90	17.40	28.70	21.90	14.10	3.03	1.29	4
ความปลอดภัยในการเดินทาง	19.10	29.50	45.10	5.00	1.30	3.60	0.90	1
ความคุ้มค่าการใช้บริการ(ราคากับบริการที่ได้รับ)	11.00	32.50	47.70	5.80	3.00	3.43	0.87	2

การให้ความสำคัญในคุณภาพบริการของสายการบิน อันดับที่ 1 คือเรื่องความปลอดภัยในการเดินทาง เห็นด้วยปานกลางถึงมากที่สุด ร้อยละ 93.7 อันดับที่ 2 คือ ความคุ้มค่ากับการใช้บริการของบริการที่ได้รับเปรียบเทียบกับราคาที่เต็มใจจะจ่าย เห็นด้วยปานกลางถึงมากที่สุด ร้อยละ 91.2 อันดับที่ 3 ความสะดวกของการใช้บริการเห็นด้วยปานกลางถึงมากที่สุด ร้อยละ 90.5 อันดับที่ 4 คือ การตรงต่อเวลาตามตารางการบิน เห็นด้วยปานกลางถึงมากที่สุด ร้อยละ 80.4

ตารางที่ 5-28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	เพศ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	t	Sig.
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In	ชาย	3.37	0.79	-0.622	0.534
	หญิง	3.41	0.75		
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ	ชาย	3.49	0.73	0.393	0.695
	หญิง	3.46	0.72		
การติดต่อสื่อสาร	ชาย	3.30	0.76	-0.751	0.453
	หญิง	3.35	0.71		
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร	ชาย	3.10	0.82	-1.364	0.173
	หญิง	3.20	0.82		
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	ชาย	2.98	0.80	-2.484	0.013
	หญิง	3.16	0.77		
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	ชาย	3.33	0.76	-0.669	0.504
	หญิง	3.38	0.76		
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	ชาย	3.01	0.92	-0.688	0.492
	หญิง	3.07	0.89		
บริการอื่นๆที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ	ชาย	3.20	0.89	-0.780	0.437
	หญิง	3.33	1.06		
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร	ชาย	3.15	0.82	0.035	0.972
	หญิง	3.14	0.83		
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา	ชาย	3.23	0.73	-0.215	0.830
	หญิง	3.24	0.72		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน	ชาย	3.19	0.72	-0.923	0.357
	หญิง	3.25	0.68		
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย	ชาย	2.97	0.79	-1.842	0.066
	หญิง	3.10	0.76		
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	ชาย	3.51	0.75	-0.516	0.606
	หญิง	3.55	0.70		
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	ชาย	3.43	0.80	-0.188	0.851
	หญิง	3.45	0.74		

ตารางที่ 5-28 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	เพศ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	t	Sig.
ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน	ชาย	2.92	0.83	-0.494	0.622
	หญิง	2.96	0.80		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน	ชาย	3.28	0.71	-0.489	0.625
	หญิง	3.31	0.68		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมของสายการบิน	ชาย	3.18	0.72	-1.361	0.174
	หญิง	3.27	0.65		

ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทย จำแนกตามเพศ พบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาย และหญิง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ $\alpha = 0.05$ ในประเด็นดังต่อไปนี้ ความรวดเร็วในการ Check – in อัธยาศัยในการต้อนรับ การติดต่อสื่อสาร ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนัก การระมัดระวังในการขนสัมภาระและบริการอื่น ๆ สำหรับความพึงพอใจที่แตกต่างกันระหว่างผู้โดยสารชายและหญิงคือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ การกระตือรือร้นในการแก้ปัญหา ที่นั่งสะดวกสบาย อัธยาศัยของพนักงานบนเครื่อง สินค้าที่มีบริการขายบนเครื่อง การดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน บริการโดยรวมบนเครื่องบินและบริการโดยรวมของสายการบิน

ตารางที่ 5-29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของชาวไทยจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In	ไม่เกิน 20 ปี	3.54	0.93	2.375	0.051
	20 - 29 ปี	3.54	0.75		
	30 - 39 ปี	3.30	0.75		
	40 - 49 ปี	3.30	0.83		
	50 ปีขึ้นไป	3.38	0.69		
	รวม	3.39	0.77		

ตารางที่ 5-29 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ	ไม่เกิน 20 ปี	3.78	0.60	1.655	0.159
	20 - 29 ปี	3.50	0.81		
	30 - 39 ปี	3.47	0.68		
	40 - 49 ปี	3.42	0.72		
	50 ปีขึ้นไป	3.34	0.68		
	รวม	3.47	0.72		
การติดต่อสื่อสาร	ไม่เกิน 20 ปี	3.58	0.58	1.251	0.288
	20 - 29 ปี	3.32	0.71		
	30 - 39 ปี	3.36	0.74		
	40 - 49 ปี	3.29	0.73		
	50 ปีขึ้นไป	3.21	0.77		
	รวม	3.33	0.73		
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร	ไม่เกิน 20 ปี	3.33	0.92	2.310	0.057
	20 - 29 ปี	3.27	0.81		
	30 - 39 ปี	3.15	0.77		
	40 - 49 ปี	3.10	0.86		
	50 ปีขึ้นไป	2.90	0.92		
	รวม	3.16	0.83		
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	ไม่เกิน 20 ปี	3.17	0.70	0.097	0.983
	20 - 29 ปี	3.10	0.79		
	30 - 39 ปี	3.07	0.74		
	40 - 49 ปี	3.08	0.79		
	50 ปีขึ้นไป	3.08	0.93		
	รวม	3.09	0.78		

ตารางที่ 5-29 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	ไม่เกิน 20 ปี	3.46	0.78	0.571	0.684
	20 - 29 ปี	3.32	0.81		
	30 - 39 ปี	3.41	0.70		
	40 - 49 ปี	3.37	0.74		
	50 ปีขึ้นไป	3.26	0.83		
	รวม	3.36	0.76		
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	ไม่เกิน 20 ปี	3.04	1.04	1.636	0.164
	20 - 29 ปี	3.08	0.88		
	30 - 39 ปี	2.92	0.97		
	40 - 49 ปี	3.10	0.83		
	50 ปีขึ้นไป	3.25	0.74		
	รวม	3.05	0.90		
บริการอื่นๆที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ	ไม่เกิน 20 ปี	3.31	0.75	0.290	0.884
	20 - 29 ปี	3.21	1.13		
	30 - 39 ปี	3.36	0.92		
	40 - 49 ปี	3.10	0.79		
	50 ปีขึ้นไป	3.28	1.18		
	รวม	3.26	0.99		
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร	ไม่เกิน 20 ปี	3.33	0.70	2.361	0.053
	20 - 29 ปี	3.23	0.85		
	30 - 39 ปี	3.06	0.79		
	40 - 49 ปี	3.01	0.90		
	50 ปีขึ้นไป	3.33	0.63		
	รวม	3.14	0.82		

ตารางที่ 5-29 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา	ไม่เกิน 20 ปี	3.17	0.56	0.526	0.717
	20 - 29 ปี	3.30	0.75		
	30 - 39 ปี	3.22	0.69		
	40 - 49 ปี	3.21	0.69		
	50 ปีขึ้นไป	3.16	0.79		
	รวม	3.23	0.72		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน	ไม่เกิน 20 ปี	3.48	0.79	2.096	0.080
	20 - 29 ปี	3.32	0.71		
	30 - 39 ปี	3.20	0.73		
	40 - 49 ปี	3.13	0.60		
	50 ปีขึ้นไป	3.12	0.73		
	รวม	3.23	0.70		
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย	ไม่เกิน 20 ปี	3.39	0.84	2.383	0.051
	20 - 29 ปี	2.95	0.78		
	30 - 39 ปี	3.00	0.78		
	40 - 49 ปี	3.06	0.72		
	50 ปีขึ้นไป	3.19	0.66		
	รวม	3.04	0.76		
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	ไม่เกิน 20 ปี	3.65	0.57	1.073	0.369
	20 - 29 ปี	3.55	0.72		
	30 - 39 ปี	3.50	0.67		
	40 - 49 ปี	3.62	0.73		
	50 ปีขึ้นไป	3.40	0.75		
	รวม	3.54	0.70		

ตารางที่ 5-29 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	ไม่เกิน 20 ปี	3.52	0.73	0.760	0.552
	20 - 29 ปี	3.46	0.76		
	30 - 39 ปี	3.42	0.73		
	40 - 49 ปี	3.52	0.77		
	50 ปีขึ้นไป	3.31	0.78		
	รวม	3.44	0.75		
ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน	ไม่เกิน 20 ปี	3.13	1.06	0.592	0.669
	20 - 29 ปี	2.97	0.81		
	30 - 39 ปี	2.89	0.74		
	40 - 49 ปี	2.97	0.80		
	50 ปีขึ้นไป	3.00	0.89		
	รวม	2.95	0.81		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน	ไม่เกิน 20 ปี	3.55	0.74	1.840	0.120
	20 - 29 ปี	3.39	0.67		
	30 - 39 ปี	3.25	0.62		
	40 - 49 ปี	3.25	0.78		
	50 ปีขึ้นไป	3.20	0.69		
	รวม	3.30	0.69		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมของสายการบิน	ไม่เกิน 20 ปี	3.43	0.79	1.212	0.305
	20 - 29 ปี	3.30	0.64		
	30 - 39 ปี	3.18	0.70		
	40 - 49 ปี	3.18	0.67		
	50 ปีขึ้นไป	3.24	0.71		
	รวม	3.23	0.68		

ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทย จำแนกตามอายุ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ในประเด็นดังต่อไปนี้ การมีอัธยาศัยของพนักงาน การติดต่อสื่อสาร ความยืดหยุ่นน้ำหนักสัมภาระ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ การเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบินบริการอื่น ๆ ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ ความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือของพนักงานบริการภาคพื้นดินโดยรวม การดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน สินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน บริการโดยรวมบนเครื่องบิน และบริการโดยรวมของสายการบิน

ระดับความพึงพอใจที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อคำนึงถึงอายุคือ ความรวดเร็วในการเข้า Check – In ผู้โดยสารที่อายุสูงขึ้นมีระดับความพึงพอใจลดลง และขนาดที่นั่งสะดวกสบาย ผู้โดยสารกลุ่มอายุสูงกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มผู้โดยสารที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (ดูตารางที่ 5-29)

ตารางที่ 5-30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ ต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In	ธุรกิจส่วนตัว	3.30	0.71	1.507	0.152
	ผู้บริหารระดับสูง	3.21	0.71		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.14	0.69		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.39	0.93		
	นักศึกษา	3.61	0.75		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.47	0.75		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.08	0.49		
	ปลดเกษียณ	3.50	0.55		
	อื่นๆ	3.60	0.52		
	รวม	3.39	0.77		

ตารางที่ 5-30 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ	ธุรกิจส่วนตัว	3.46	0.71	0.580	0.795
	ผู้บริหารระดับสูง	3.58	0.96		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.43	0.79		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.42	0.72		
	นักศึกษา	3.51	0.70		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.46	0.75		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.50	0.65		
	ปลดเกษียณ	3.50	0.55		
	อื่นๆ	3.90	0.57		
	รวม	3.47	0.73		
การติดต่อสื่อสาร	ธุรกิจส่วนตัว	3.31	0.65	0.147	0.997
	ผู้บริหารระดับสูง	3.26	0.73		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.43	0.98		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.31	0.77		
	นักศึกษา	3.41	0.69		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.34	0.78		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.31	0.95		
	ปลดเกษียณ	3.33	0.82		
	อื่นๆ	3.40	0.52		
	รวม	3.33	0.73		

DPU

ตารางที่ 5-30 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร	ธุรกิจส่วนตัว	3.14	0.89	0.371	0.936
	ผู้บริหารระดับสูง	3.06	0.64		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	2.86	1.07		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.15	0.85		
	นักศึกษา	3.20	0.76		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.18	0.81		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.00	0.50		
	ปลดเกษียณ	3.33	0.52		
	อื่นๆ	3.40	0.84		
	รวม	3.16	0.83		
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	ธุรกิจส่วนตัว	3.12	0.78	0.779	0.622
	ผู้บริหารระดับสูง	3.05	0.78		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.29	0.76		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	2.96	0.81		
	นักศึกษา	3.05	0.83		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.11	0.78		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.25	0.62		
	ปลดเกษียณ	3.50	1.05		
	อื่นๆ	2.90	0.88		
	รวม	3.08	0.79		

DPU

ตารางที่ 5-30 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	ธุรกิจส่วนตัว	3.38	0.80	0.808	0.596
	ผู้บริหารระดับสูง	3.17	0.86		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.43	0.79		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.31	0.71		
	นักศึกษา	3.30	0.82		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.38	0.74		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.54	0.66		
	ปลดเกษียณ	3.50	0.55		
	อื่นๆ	3.80	0.63		
	รวม	3.36	0.76		
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	ธุรกิจส่วนตัว	3.09	0.88	0.650	0.735
	ผู้บริหารระดับสูง	2.84	0.69		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.14	0.90		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	2.96	0.98		
	นักศึกษา	3.00	0.96		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.03	0.90		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.38	0.65		
	ปลดเกษียณ	3.33	1.03		
	อื่นๆ	3.20	0.92		
	รวม	3.04	0.90		

ตารางที่ 5-30 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
บริการอื่น ๆ ที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ	ธุรกิจส่วนตัว	3.12	1.06	0.911	0.500
	ผู้บริหารระดับสูง	3.00	1.41		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.40	0.55		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.55	0.78		
	นักศึกษา	3.21	0.98		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.31	1.15		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	2.67	0.58		
	ปลดเกษียณ	-	-		
	อื่นๆ	3.80	0.84		
	รวม	3.28	1.00		
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร	ธุรกิจส่วนตัว	3.07	0.80	0.723	0.671
	ผู้บริหารระดับสูง	3.32	0.75		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.33	1.37		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.19	0.70		
	นักศึกษา	3.21	0.97		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.09	0.87		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.25	1.06		
	ปลดเกษียณ	3.33	0.52		
	อื่นๆ	3.50	0.53		
	รวม	3.14	0.82		

DPU

ตารางที่ 5-30 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา	ธุรกิจส่วนตัว	3.20	0.79	0.525	0.838
	ผู้บริหารระดับสูง	3.26	0.65		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.50	1.38		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.23	0.64		
	นักศึกษา	3.19	0.70		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.26	0.72		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.46	0.52		
	ปลดเกษียณ	3.33	0.52		
	อื่นๆ	3.50	0.53		
	รวม	3.24	0.72		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน	ธุรกิจส่วนตัว	3.19	0.71	1.832	0.069
	ผู้บริหารระดับสูง	3.11	0.46		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.00	1.10		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.11	0.73		
	นักศึกษา	3.47	0.74		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.25	0.66		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.36	0.50		
	ปลดเกษียณ	3.33	0.52		
	อื่นๆ	3.70	0.48		
	รวม	3.22	0.70		

ตารางที่ 5-30 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย	ธุรกิจส่วนตัว	3.01	0.76	0.658	0.729
	ผู้บริหารระดับสูง	2.95	0.91		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.33	1.03		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.02	0.79		
	นักศึกษา	2.98	0.94		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.05	0.75		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.31	0.48		
	ปลดเกษียณ	3.33	0.52		
	อื่นๆ	3.30	0.67		
	รวม	3.04	0.78		
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	ธุรกิจส่วนตัว	3.43	0.74	0.883	0.531
	ผู้บริหารระดับสูง	3.74	0.65		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.33	1.37		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.57	0.72		
	นักศึกษา	3.54	0.74		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.61	0.68		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.62	0.51		
	ปลดเกษียณ	3.50	0.55		
	อื่นๆ	3.60	0.70		
	รวม	3.54	0.72		

ตารางที่ 5-30 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	ธุรกิจส่วนตัว	3.35	0.80	0.760	0.638
	ผู้บริหารระดับสูง	3.63	0.76		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.17	1.33		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.48	0.74		
	นักศึกษา	3.46	0.84		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.49	0.72		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.67	0.65		
	ปลดเกษียณ	3.50	0.55		
	อื่นๆ	3.50	0.71		
	รวม	3.44	0.77		
ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน	ธุรกิจส่วนตัว	2.85	0.81	0.686	0.704
	ผู้บริหารระดับสูง	2.94	0.54		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	2.50	1.22		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	2.95	0.87		
	นักศึกษา	3.00	0.95		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.02	0.77		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.08	0.51		
	ปลดเกษียณ	3.00	0.89		
	อื่นๆ	3.10	0.74		
	รวม	2.94	0.81		

DRAFT

ตารางที่ 5-30 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน	ธุรกิจส่วนตัว	3.17	0.72	2.032	0.041
	ผู้บริหารระดับสูง	3.32	0.48		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	2.67	1.03		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.30	0.68		
	นักศึกษา	3.35	0.70		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.42	0.68		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.38	0.51		
	ปลดเกษียณ	3.33	0.52		
	อื่นๆ	3.60	0.52		
	รวม	3.30	0.69		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมของสายการบิน	ธุรกิจส่วนตัว	3.13	0.69	1.257	0.264
	ผู้บริหารระดับสูง	3.32	0.48		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง	3.00	1.10		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	3.21	0.71		
	นักศึกษา	3.34	0.79		
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.35	0.63		
	งานบ้าน/แม่บ้าน	3.15	0.38		
	ปลดเกษียณ	3.40	0.55		
	อื่นๆ	3.30	0.82		
	รวม	3.23	0.68		

ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทย เมื่อคำนึงถึงอาชีพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ในประเด็นดังต่อไปนี้คือ ความรวดเร็วในการเข้า Check – In อัธยาศัยในการต้อนรับ การติดต่อสื่อสาร ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน บริการอื่น ๆ ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ ความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาบริการรวมของภาคพื้นดิน ขนาดที่นั่งสะดวกสบาย การดูแลเอาใจใส่ บริการขายสินค้าบนเครื่องบิน และบริการโดยรวมของสายการบิน

ระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ คือ บริการโดยรวมบนเครื่องบิน กลุ่มอาชีพที่มีระดับความพึงพอใจมากคือ กลุ่มลูกจ้างพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่รัฐบาล นักศึกษา แม่บ้าน เกษียณอายุ และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

ตารางที่ :5-31 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยจำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	รายได้ต่อปี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.50	0.77	0.975	0.433
	240,000 - 400,000 บาท	3.37	0.78		
	400,001 - 800,000 บาท	3.35	0.84		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.23	0.68		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.41	0.67		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.39	0.79		
	รวม	3.39	0.77		
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.51	0.73	0.629	0.678
	240,000 - 400,000 บาท	3.47	0.73		
	400,001 - 800,000 บาท	3.45	0.76		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.53	0.67		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.34	0.60		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.31	0.66		
	รวม	3.46	0.72		
การติดต่อสื่อสาร	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.32	0.71	0.383	0.860
	240,000 - 400,000 บาท	3.35	0.76		
	400,001 - 800,000 บาท	3.30	0.73		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.37	0.54		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.19	0.75		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.41	0.78		
	รวม	3.33	0.72		

ตารางที่ 5-31 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	รายได้ต่อปี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.20	0.85	1.417	0.217
	240,000 - 400,000 บาท	3.16	0.74		
	400,001 - 800,000 บาท	3.24	0.86		
	800,001 - 1,200,000 บาท	2.98	0.92		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.20	0.81		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	2.86	0.79		
	รวม	3.15	0.82		
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.12	0.78	0.693	0.629
	240,000 - 400,000 บาท	3.12	0.76		
	400,001 - 800,000 บาท	2.99	0.85		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.09	0.75		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.09	0.78		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	2.90	0.90		
	รวม	3.08	0.79		
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.36	0.77	0.565	0.727
	240,000 - 400,000 บาท	3.41	0.77		
	400,001 - 800,000 บาท	3.33	0.80		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.42	0.66		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.32	0.54		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.17	0.85		
	รวม	3.36	0.76		
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.01	0.93	0.236	0.947
	240,000 - 400,000 บาท	3.03	0.99		
	400,001 - 800,000 บาท	3.03	0.89		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.05	0.72		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.19	0.64		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.11	0.92		
	รวม	3.04	0.90		

ตารางที่ 5-31 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	รายได้ต่อปี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
บริการอื่นๆที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.13	0.95	0.575	0.719
	240,000 - 400,000 บาท	3.39	1.09		
	400,001 - 800,000 บาท	3.24	1.01		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.63	0.92		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.40	0.84		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.13	1.02		
	รวม	3.27	1.00		
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.22	0.74	0.905	0.477
	240,000 - 400,000 บาท	3.14	0.87		
	400,001 - 800,000 บาท	3.04	0.85		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.02	0.78		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.29	0.78		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.08	0.89		
	รวม	3.14	0.82		
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.26	0.71	0.578	0.717
	240,000 - 400,000 บาท	3.25	0.78		
	400,001 - 800,000 บาท	3.19	0.63		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.12	0.75		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.37	0.61		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.15	0.91		
	รวม	3.23	0.73		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.29	0.74	1.408	0.220
	240,000 - 400,000 บาท	3.19	0.70		
	400,001 - 800,000 บาท	3.26	0.65		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.14	0.68		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.25	0.57		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	2.92	0.84		
	รวม	3.21	0.70		

ตารางที่ 5-31 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	รายได้ต่อปี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.07	0.74	1.364	0.237
	240,000 - 400,000 บาท	3.04	0.80		
	400,001 - 800,000 บาท	2.90	0.79		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.12	0.74		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.25	0.57		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	2.89	0.93		
	รวม	3.03	0.77		
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.48	0.77	2.022	0.074
	240,000 - 400,000 บาท	3.58	0.71		
	400,001 - 800,000 บาท	3.54	0.62		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.62	0.70		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.63	0.66		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.15	0.82		
	รวม	3.52	0.72		
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.37	0.79	2.462	0.032
	240,000 - 400,000 บาท	3.46	0.80		
	400,001 - 800,000 บาท	3.53	0.69		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.55	0.71		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.59	0.67		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	3.04	0.81		
	รวม	3.44	0.76		
ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน	น้อยกว่า 240,000 บาท	2.93	0.79	2.808	0.016
	240,000 - 400,000 บาท	2.96	0.80		
	400,001 - 800,000 บาท	3.10	0.82		
	800,001 - 1,200,000 บาท	2.90	0.88		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	2.90	0.70		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	2.44	0.80		
	รวม	2.94	0.81		

ตารางที่ 5-31 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	รายได้ต่อปี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.27	0.70	3.181	0.008
	240,000 - 400,000 บาท	3.36	0.73		
	400,001 - 800,000 บาท	3.37	0.64		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.25	0.71		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.26	0.51		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	2.81	0.62		
	รวม	3.29	0.69		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมของสายการบิน	น้อยกว่า 240,000 บาท	3.26	0.63	0.990	0.423
	240,000 - 400,000 บาท	3.23	0.75		
	400,001 - 800,000 บาท	3.26	0.69		
	800,001 - 1,200,000 บาท	3.24	0.70		
	1,200,001 - 1,600,000 บาท	3.16	0.51		
	มากกว่า 1,600,000 บาท	2.96	0.71		
	รวม	3.23	0.68		

ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยเมื่อคำนึงถึงรายได้ประเด็นที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ คือประเด็นดังต่อไปนี้ ความรวดเร็วในการเข้า Check – In อัธยาศัยในการต้อนรับ การติดต่อสื่อสาร ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน การเข้าคิวเมื่อขึ้นเครื่อง ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ ความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา บริการโดยรวมภาคพื้นดิน ขนาดที่นั่งสะดวกสบาย และบริการโดยรวมของสายการบิน

ประเด็นที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ คือ การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานบนเครื่องบิน กลุ่มผู้โดยสารที่มีระดับความพึงพอใจมาก คือ กลุ่มที่มีรายได้ต่อปี 240,000 ถึง 1.6 ล้านบาท และกลุ่มที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 240,000 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 1.6 ล้านบาท (ดูตารางที่ 5-30)

ประเด็นสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน กลุ่มที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ กลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อปีน้อยกว่า 240,000 ถึง 1.6 ล้านบาท กลุ่มที่มีระดับความพึงพอใจใน

ประเด็นนี้ค่อนข้างน้อยคือ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 1.6 ล้านบาทต่อปี ความพึงพอใจโดยรวมของบริการบนเครื่องบิน กลุ่มที่มีความพึงพอใจปานกลาง คือ กลุ่มที่มีรายได้ต่อปีน้อยกว่า 240,000 ถึง 1.6 ล้าน และกลุ่มที่มีความพอใจค่อนข้างน้อยคือ กลุ่มที่ระดับรายได้สูงกว่า 1.6 ล้านบาทต่อปี (ดูตารางที่ 5-31)

ตารางที่ 5-32 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยจำแนกตามการศึกษา

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In	มัธยมศึกษา	3.36	0.68	2.336	0.055
	ปริญญาตรี	3.43	0.78		
	ปริญญาโท	3.34	0.71		
	ปริญญาเอก	2.63	1.30		
	อื่นๆ	3.40	0.67		
	รวม	3.39	0.77		
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ	มัธยมศึกษา	3.63	0.61	4.577	0.001
	ปริญญาตรี	3.44	0.74		
	ปริญญาโท	3.38	0.65		
	ปริญญาเอก	3.13	0.64		
	อื่นๆ	3.90	0.66		
	รวม	3.48	0.71		
การติดต่อสื่อสาร	มัธยมศึกษา	3.41	0.75	2.373	0.052
	ปริญญาตรี	3.33	0.68		
	ปริญญาโท	3.32	0.76		
	ปริญญาเอก	2.88	0.83		
	อื่นๆ	3.64	0.62		
	รวม	3.35	0.70		

ตารางที่ 5-32 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร	มัธยมศึกษา	3.18	0.77	3.056	0.017
	ปริญญาตรี	3.22	0.77		
	ปริญญาโท	2.87	0.88		
	ปริญญาเอก	3.29	0.76		
	อื่นๆ	3.28	0.98		
	รวม	3.16	0.81		
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	มัธยมศึกษา	3.41	0.70	5.099	0.000
	ปริญญาตรี	3.04	0.79		
	ปริญญาโท	2.96	0.79		
	ปริญญาเอก	2.63	0.92		
	อื่นๆ	3.38	0.62		
	รวม	3.09	0.78		
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	มัธยมศึกษา	3.61	0.74	5.376	0.000
	ปริญญาตรี	3.34	0.73		
	ปริญญาโท	3.21	0.74		
	ปริญญาเอก	3.00	0.76		
	อื่นๆ	3.77	0.68		
	รวม	3.37	0.75		
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	มัธยมศึกษา	3.25	0.78	5.205	0.000
	ปริญญาตรี	3.06	0.89		
	ปริญญาโท	2.81	0.95		
	ปริญญาเอก	2.13	1.25		
	อื่นๆ	3.33	0.76		
	รวม	3.05	0.90		

ตารางที่ 5-32 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
บริการอื่นๆที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ	มัธยมศึกษา	3.09	0.53	0.488	0.745
	ปริญญาตรี	3.25	1.06		
	ปริญญาโท	3.31	0.79		
	ปริญญาเอก	3.00	0.00		
	อื่นๆ	3.60	1.26		
	รวม	3.25	0.98		
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร	มัธยมศึกษา	3.37	0.77	2.290	0.059
	ปริญญาตรี	3.13	0.82		
	ปริญญาโท	2.99	0.73		
	ปริญญาเอก	3.17	0.75		
	อื่นๆ	3.36	0.99		
	รวม	3.15	0.81		
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา	มัธยมศึกษา	3.40	0.70	2.459	0.045
	ปริญญาตรี	3.23	0.72		
	ปริญญาโท	3.12	0.73		
	ปริญญาเอก	3.00	1.00		
	อื่นๆ	3.52	0.59		
	รวม	3.24	0.72		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน	มัธยมศึกษา	3.41	0.73	4.163	0.003
	ปริญญาตรี	3.23	0.66		
	ปริญญาโท	3.07	0.74		
	ปริญญาเอก	2.57	1.13		
	อื่นๆ	3.44	0.65		
	รวม	3.22	0.70		

ตารางที่ 5-32 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย	มัธยมศึกษา	3.26	0.76	3.311	0.011
	ปริญญาตรี	3.00	0.78		
	ปริญญาโท	2.91	0.70		
	ปริญญาเอก	2.86	0.69		
	อื่นๆ	3.37	0.69		
	รวม	3.04	0.77		
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	มัธยมศึกษา	3.67	0.57	2.473	0.044
	ปริญญาตรี	3.53	0.69		
	ปริญญาโท	3.39	0.80		
	ปริญญาเอก	3.38	0.92		
	อื่นๆ	3.81	0.74		
	รวม	3.54	0.71		
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	มัธยมศึกษา	3.54	0.66	2.454	0.045
	ปริญญาตรี	3.43	0.73		
	ปริญญาโท	3.32	0.85		
	ปริญญาเอก	3.43	0.98		
	อื่นๆ	3.81	0.79		
	รวม	3.45	0.76		
ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน	มัธยมศึกษา	3.07	0.74	3.044	0.017
	ปริญญาตรี	2.91	0.82		
	ปริญญาโท	2.78	0.79		
	ปริญญาเอก	3.14	0.69		
	อื่นๆ	3.35	0.80		
	รวม	2.94	0.81		

ตารางที่ 5-32 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	F	Sig.
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน	มัธยมศึกษา	3.44	0.63	2.678	0.031
	ปริญญาตรี	3.29	0.68		
	ปริญญาโท	3.14	0.69		
	ปริญญาเอก	3.14	0.69		
	อื่นๆ	3.56	0.70		
	รวม	3.30	0.68		
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมของสายการบิน	มัธยมศึกษา	3.32	0.66	1.766	0.135
	ปริญญาตรี	3.25	0.65		
	ปริญญาโท	3.09	0.75		
	ปริญญาเอก	3.00	0.82		
	อื่นๆ	3.41	0.57		
	รวม	3.24	0.67		

ระดับความพึงพอใจเมื่อคำนึงถึงระดับการศึกษาของผู้โดยสารชาวไทย พบประเด็นที่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ คือ ความรวดเร็วในการ Check – In การติดต่อสื่อสาร ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ ภาพรวมของบริการของสายการบิน

ประเด็นที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันคือ ความมีอัธยาศัยในการต้อนรับ กลุ่มผู้โดยสารระดับมัธยมศึกษาและปริญญาตรีมีความพึงพอใจค่อนข้างมาก แต่กลุ่มผู้โดยสารที่อยู่ในระดับปริญญาโทขึ้นไปมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร ทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง แต่ระดับปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุด (2.87)

สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ และอัธยาศัยของพนักงานต้อนรับ กลุ่มผู้โดยสารระดับมัธยมศึกษามีความพึงพอใจมาก กลุ่มอื่น ๆ มีความพึงพอใจปานกลาง

การเข้าคิวขึ้นเครื่องบินทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจปานกลาง แต่ระดับการศึกษาสูงขึ้น ค่าระดับความพึงพอใจลดลง (ดูตารางที่ 5-32)

ความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา ขนาดที่นั่งสะดวกสบาย สินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน ทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจปานกลาง แต่ระดับการศึกษาสูงขึ้นระดับความพึงพอใจลดลง

อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน กลุ่มที่มีความพึงพอใจมาก ได้แก่ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และปริญญาตรี ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ความพึงพอใจโดยรวมของบริการบนเครื่องบิน กลุ่มผู้โดยสารระดับมัธยมศึกษามีความพึงพอใจมาก และกลุ่มการศึกษาระดับอื่น ๆ มีความพึงพอใจปานกลาง

DPU

5.5 การสำรวจความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวต่างประเทศที่มีต่อบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 5-33 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ

การบริการ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การบริการในการเข้า Check - In								
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In	15.30	38.90	35.50	8.70	1.60	3.58	0.91	5
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ	16.50	42.00	35.00	5.90	0.60	3.68	0.84	1
การติดต่อสื่อสาร	13.10	44.10	37.30	4.50	1.00	3.64	0.80	3
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร	12.50	31.20	40.30	9.10	6.90	3.33	1.03	13
การบริการ ณ ที่พักผู้โดยสาร ก่อนเดินทาง Departure Lounge								
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	10.20	33.80	47.30	5.50	3.20	3.42	0.87	11
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	12.20	45.00	37.10	5.00	0.70	3.63	0.79	4
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	6.70	30.80	43.70	13.10	5.70	3.20	0.95	14
บริการอื่นๆที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ	6.30	23.60	55.40	8.90	5.80	3.16	0.89	15
การบริการในการรับ-ส่งสัมภาระผู้โดยสาร								
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร	8.60	34.90	48.60	6.70	1.20	3.43	0.79	10
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา	10.90	35.20	45.60	6.80	1.50	3.47	0.83	9
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน	10.10	38.40	45.90	4.60	1.00	3.52	0.78	7

DPU

ตารางที่ 5-33 (ต่อ)

การบริการ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การบริการบนเครื่องบิน (IN FLIGHT SERVICE)								
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย	5.30	21.80	49.50	17.80	5.60	3.04	0.91	16
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	10.70	49.30	34.30	5.40	0.30	3.65	0.75	2
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	10.60	42.10	38.50	8.00	0.80	3.54	0.82	6
ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน	4.90	18.90	52.70	17.80	5.70	2.99	0.89	17
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน	7.20	32.50	49.20	9.80	1.30	3.35	0.80	12
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมของสายการบิน	8.40	37.00	51.30	2.80	0.50	3.50	0.71	8

จากการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ ที่มีต่อบริการต่างๆ ของสายการบินทั้ง 4 ด้าน อันได้แก่ ด้านการบริการในการเข้า Check – in ด้านการบริการ ณ ที่พักโดยสารก่อนเดินทาง (Departure Lounge) ด้านการบริการในการรับ – ส่งสัมภาระผู้โดยสาร และด้านการบริการบนเครื่องบิน (In Flight Service) พบว่า ด้านการบริการในการเข้า Check – in ส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และความพึงพอใจลำดับแรกในการบริการด้านนี้ ได้แก่ ความมีอัธยาศัยในการต้อนรับ (มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68) รองลงมา ได้แก่ การติดต่อสื่อ (มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.64) สำหรับด้านการให้บริการ ณ ที่พักผู้โดยสารก่อนวันเดินทาง (Departure Lounge) นั้น มีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง และความพึงพอใจลำดับแรก ได้แก่ ความมีอัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน (มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.63) รองลงมา ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการส่วนด้านการบริการในการรับ – ส่ง สัมภาระผู้โดยสาร อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ส่วนความพึงพอใจโดยรวมด้านการบริการบนเครื่องบิน(in flight service) อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง สำหรับความพึงพอใจโดยรวมของสายการบินอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความมีอัธยาศัยในการต้อนรับในการเข้า check in ความมีอัธยาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และการติดต่อสื่อสารในการเข้า check in (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5-33)

ตารางที่ 5-34 แสดงค่าระดับนัยสำคัญที่ได้จากการคำนวณที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวต่างประเทศ จำแนกตามลักษณะทางประชากร

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	ลักษณะทางประชากร				
	เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้	การศึกษา
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In	0.319	0.015*	0.068	0.016*	0.508
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ	0.395	0.001*	0.180	0.016*	0.403
การติดต่อสื่อสาร	0.461	0.065	0.010*	0.263	0.617
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร	0.501	0.026*	0.628	0.393	0.426
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ	0.638	0.207	0.156	0.908	0.986
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	0.738	0.131	0.788	0.035*	0.822
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	0.816	0.303	0.277	0.704	0.893
บริการอื่นๆที่ท่านจะเสนอให้สายการบินบริการ	0.943	0.200	0.201	0.328	0.279
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสาร	0.955	0.382	0.482	0.437	0.411
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา	0.869	0.130	0.938	0.524	0.794
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการภาคพื้นดินโดยรวมของสายการบิน	0.754	0.157	0.791	0.678	0.319
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย	0.540	0.152	0.645	0.194	0.319
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	0.431	0.400	0.630	0.017*	0.479
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	0.392	0.141	0.331	0.157	0.396
ความพึงพอใจกับสินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน	0.359	0.637	0.681	0.910	0.773
ท่านรู้สึกอย่างไรกับการบริการโดยรวมบนเครื่องบิน	0.112	0.149	0.343	0.840	0.141

หมายเหตุ * มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริการต่างๆ กับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างประเทศ พบว่า เพศ และระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ระดับความพึงพอใจเมื่อคำนึงถึงอายุของผู้โดยสารชาวต่างประเทศ พบประเด็นที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ คือ ความรวดเร็วในการเข้า Check – In ความมีอัธยาศัยในการต้อนรับ โดยผู้โดยสารที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

และผู้โดยสารที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจค่อนข้างมาก โดยผู้โดยสารที่มีอายุมากขึ้นจะมีความ พึงพอใจสูงขึ้น สำหรับความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระ ผู้โดยสารที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และอายุ 30 ถึง 49 ปี มีความพึงพอใจปานกลาง ส่วนผู้โดยสารที่มีอายุ 20 – 29 ปี และ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจค่อนข้างมาก

ระดับความพึงพอใจเมื่อคำนึงถึงอาชีพของผู้โดยสารชาวต่างประเทศ พบประเด็นที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ คือ การติดต่อสื่อสาร ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ผู้โดยสารที่มีอาชีพแม่บ้านหรือทำงานบ้าน มีความพึงพอใจในด้านนี้สูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ ส่วนผู้โดยสารที่มีอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ

ระดับความพึงพอใจเมื่อคำนึงถึงรายได้ของผู้โดยสารชาวต่างประเทศ พบประเด็นที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ คือ ความรวดเร็วในการเข้า check-in ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจค่อนข้างมาก โดยผู้โดยสารที่มีรายได้สูงขึ้นจะมีความพึงพอใจมากขึ้นตามลำดับ ประเด็นต่อไป คือ ความมีอัธยาศัยในการต้อนรับ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจค่อนข้างมากเช่นกัน โดยผู้โดยสารที่มีรายได้ต่อปีมากกว่า 1,600,000 บาท มีระดับความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ และด้านอัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน กลุ่มที่มีรายได้ต่อปี 1,200,001 – 1,600,000 บาท มีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ในด้านอัธยาศัยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจค่อนข้างมาก ยกเว้นกลุ่มที่มีรายได้ต่อปี 240,000 – 400,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5-35 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อราคาตั๋วโดยสารของสายการบิน ต้นทุนต่ำ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาบัตร	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	24.70	47.70	24.10	3.10	0.40	3.93	0.80	1
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับสายการบินภายในประเทศ	24.70	45.10	26.40	3.40	0.40	3.90	0.82	2
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับสายการบินระหว่างประเทศ	24.50	41.60	26.60	5.60	1.70	3.82	0.93	3
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมต่อเส้นทางบินที่ให้บริการ	16.10	43.80	34.00	5.40	0.70	3.69	0.83	4
ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ	12.60	43.00	38.60	5.10	0.70	3.62	0.79	5
ราคาบัตรโดยสารที่ซื้อผ่านตัวแทนมีความเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ	9.80	31.60	50.10	6.60	1.90	3.41	0.83	6
ค่าธรรมเนียมในการบริการต่างๆ มีราคาเหมาะสม	9.60	25.60	49.70	11.40	3.70	3.26	0.91	7

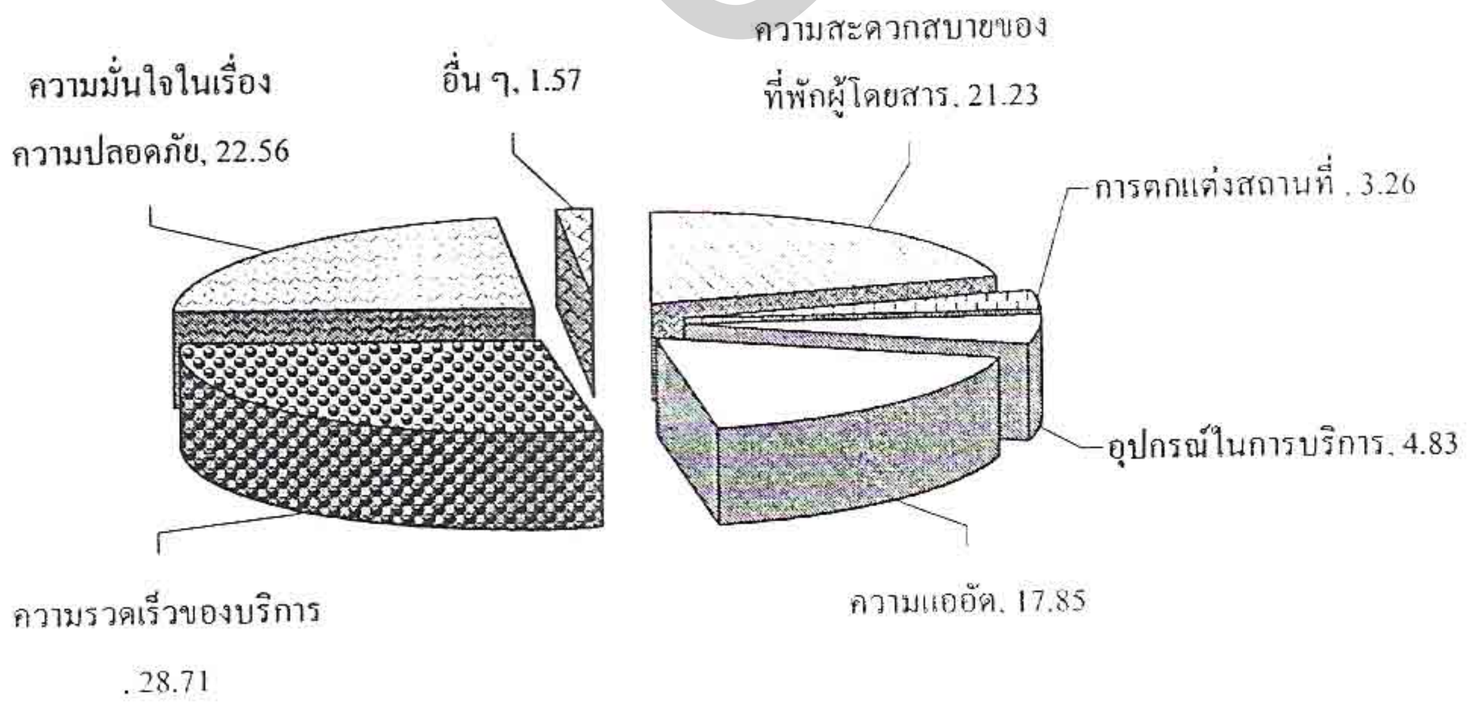
ความคิดเห็นที่มีต่อราคาตั๋วโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้โดยสารชาวต่างประเทศเห็นด้วยระดับมาก และมากที่สุด ในประเด็นราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ร้อยละ 72.4 ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับสายการบินภายในประเทศ ร้อยละ 69.9 ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับสายการบินต่างประเทศ ร้อยละ 66.1 ราคาบัตรมีความเหมาะสมกับเส้นทางการบินที่ให้บริการร้อยละ 59.9 ราคาบัตรโดยสารมีความเหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ ร้อยละ 55.60 เห็นด้วยระดับปานกลาง ราคาบัตรโดยสารที่ผ่านตัวแทนมีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการที่ได้รับร้อยละ 81.60 ค่าธรรมเนียมในการบริการต่าง ๆ มีราคาเหมาะสม ร้อยละ 75.3 (ดูตารางที่ 5-34)

ตารางที่ 5-36 แสดงร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสำรองที่นั่งของสายการบิน ผ่านเคาน์เตอร์ขายตั๋ว , Web Site และตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสาร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสำรองที่นั่ง	ระดับความคิดเห็น					$\bar{x}$	S.D	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ขั้นตอนในการสำรองที่นั่ง ผ่านWeb Site สะดวกและรวดเร็ว	30.20	50.30	15.40	3.40	0.70	4.06	0.81	1
ขั้นตอนในการสำรองที่นั่ง ผ่านตัวแทนจำหน่าย สะดวกและรวดเร็ว	13.00	34.00	44.40	5.80	2.80	3.49	0.89	2

ความคิดเห็นที่มีต่อการสำรองที่นั่งผ่าน Web Site สะดวกและรวดเร็ว ผู้โดยสารเห็นด้วยมาก และมากที่สุด ร้อยละ 80.5 และขั้นตอนในการสำรองที่นั่งผ่านตัวแทนจำหน่ายสะดวกรวดเร็ว เห็นด้วยปานกลางถึงมาก ร้อยละ 78.40 (ตารางที่ 5-35)

5.6 คุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน



รูปที่ 5-1 แสดงสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของการท่าอากาศยาน

ความสะดวกสบายของที่พักผู้โดยสารของสนามบิน ทำให้ผู้โดยสารพึงพอใจมากที่สุด ร้อยละ 21.23

สถานที่ตกแต่งท่าอากาศยานเหมาะสมสวยงาม ส่วนใหญ่ผู้โดยสารมีความพอใจน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ มากที่สุด ร้อยละ 3.26

อุปกรณ์ช่วยอำนวยความสะดวกเช่น รถเข็น บันไดเลื่อน ลิฟต์ ให้ความพึงพอใจไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งอื่น ๆ สนามบินอุดรธานี มากที่สุด ร้อยละ 4.83

ความแออัดของการจราจรในสนามบินและนอกสนามบินมีอิทธิพลมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารมาก ร้อยละ 17.85

ความรวดเร็วของการใช้เวลาที่สนามบิน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุดของสนามบิน มากที่สุด ร้อยละ 28.71

ความปลอดภัยที่สนามบินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมาก รองจากการใช้เวลาที่สนามบิน เป็นสนามบินที่ผู้โดยสารรู้สึกปลอดภัยมาก ร้อยละ 22.50

5.7 ข้อเสนอแนะจากการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำไทย

5.7.1 การปรับปรุงบริการที่มีระดับความพึงพอใจไม่มาก

- การขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ
- ความสะดวกสบายของที่นั่ง
- ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ
- การบริการขายสินค้าบนเครื่องบิน
- ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักสัมภาระ

5.7.2 ราคาบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำกับสภาพความจริงที่ต้องอธิบายให้ผู้ซื้อมีความเข้าใจ

- ค่าธรรมเนียมในบริการต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนเที่ยวบิน น้ำหนักสัมภาระ

5.7.3 การสำรองที่นั่งผ่าน Web site บ้างเวลามีปัญหา (Web site ล่ม) ไม่สามารถดำเนินการจนสมบูรณ์ได้

- ใช้เวลาการจองนาน
- การใช้บัตรเครดิต ไม่ได้รับการยืนยันการตรวจสอบ
- การใช้หลักฐานทางการเงินเพื่อลงบัญชี

บทที่ 6
การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย กัมพูชาและลาวใต้

การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน จำแนกออกเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การวิเคราะห์เส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำประเทศไทยในการเดินทางไป แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้านอันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศเพื่อนบ้าน ในบทนี้เป็นกรณีของการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยและกัมพูชาและลาวตอนใต้ ซึ่งในปัจจุบัน (พ.ศ.2548) สายการบินไทยแอร์เอเชียได้เปิดเส้นทางการบินจากกรุงเทพฯ สู่อุบลราชธานี และประเทศเพื่อนบ้านไปที่กรุงพนมเปญ เมืองหลวงของประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชามีดินแดนที่เป็นมรดกโลกด้านอารยธรรมของขอมโบราณซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งมหัศจรรย์หนึ่งในเจ็ดแห่งของโลก อุดมสมบูรณ์ด้วยศิลปะ วัตถุโบราณสถานที่ทรงคุณค่ายิ่งของมรดกโลก ที่ชาวโลกนับร้อยล้านคนคลั่งไคล้อยากไปสัมผัสอย่างใกล้ชิดมานานแสนนาน ในแต่ละปีมีผู้เดินทางมาเยือนกัมพูชาเพิ่มขึ้นทุกปี ประเทศไทยมีทำเลที่ได้เปรียบมีเส้นทางที่เป็นประตูสู่กัมพูชา ทางด่านอรัญประเทศ และด่านตาพระยา นอกจากนั้นทางเลือกในการสัมผัสบรรยากาศแบบขอมโบราณ สามารถเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำไปที่จังหวัดอุบลราชธานีและเดินเข้า กัมพูชาผ่าน ไปจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อชมความงามธรรมชาติที่ผามออีแดงประตูสู่เขาพระวิหาร และสามารถเข้าไปสู่นครวัด นครธม ของกัมพูชาได้ โดยผ่านช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ และมีอีกหลายแนวทางในการส่งเสริมให้ประเทศทั้งสองได้มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ควรมีการศึกษาส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทยและกัมพูชาให้สอดคล้องและส่งเสริมซึ่งกันและกันโดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย มีโบราณสถานและวัฒนธรรมคล้ายขอมโบราณ นอกจากนั้นยังมีธรรมชาติที่งดงามยิ่งนัก ช่องจอมตัดผ่านทิวเขาพนมดงรักจากคำปราสาท จังหวัดสุรินทร์เข้าไปยังเมืองศรีโสภณ ช่องทางชายแดนทางด้านจังหวัดบุรีรัมย์เป็นทางติดต่อระหว่างกับชาวกัมพูชามีหลายทางเชื่อมเมืองต่างๆ ของกัมพูชา

6.1 การเชื่อมโยงประเทศไทยและกัมพูชาทางการบิน

การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของกัมพูชา ภูมิประเทศที่น่าสนใจ และความมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เจริญรุ่งเรืองมาแต่โบราณ เสียมราฐ ซึ่งเป็นที่ตั้งของนครวัดและนครธมที่เลื่องชื่อกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ จัดเป็นเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้กัมพูชามากเป็นอันดับสอง รองจากอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลประโยชน์ที่ไทยได้รับทางตรง คือการเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อเมืองท่องเที่ยวดังกล่าวของกัมพูชา ผ่านเส้นทางทางบกและอากาศ (โดยสายการบิน Thai Air Asia ระหว่างกรุงเทพฯ – กรุงพนมเปญและสายการบิน Bangkok Airways ระหว่างกรุงเทพฯ-เสียมราฐ) นอกจากนี้ นักธุรกิจไทยเข้าไปบุกเบิกธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม สปา นวดแผนไทย ร้านอาหาร ซึ่งมีโอกาสจะเติบโตได้ในกัมพูชาโดยเฉพาะในเมือง เสียมราฐ ที่ยังมีความต้องการการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคอีกมาก การกำหนดยุทธศาสตร์ในการใช้จุดเด่นและความสวยงามของกัมพูชา ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้เดินทางมาเยี่ยมชมทั้งสองประเทศในคราวเดียวกัน

ปัจจุบันประเทศกัมพูชามีสนามบินนานาชาติจำนวน 2 สนามบิน และสนามบินในประเทศจำนวน 4 สนามบิน ได้แก่

สนามบินนานาชาติของกัมพูชา ได้แก่ สนามบินนานาชาติโปเชนตง ตั้งอยู่ ณ กรุงพนมเปญ โดยมีเที่ยวบินไปกลับจากกรุงเทพฯ ไปกรุงพนมเปญทุกวัน และสนามบินนานาชาติเสียมเรียบ ในจังหวัดเสียมเรียบ(แหล่งท่องเที่ยวนครวัด นครธม)

สนามบินภายในประเทศ ได้แก่ สนามบินที่เมืองเสียมเรียบ สนามบินกัมปงโสม สนามบินเกาะกง สนามบินรัตนคีรี สนามบินสตรึงเตรง สนามบินกระแจะ สนามบินพระตระบอง สนามบินมณฑลคีรี



รูปที่ 6 – 1 เส้นทางการบินของสายการบินกัมพูชา ที่มา : Royal Khmer Airlines

สายการบินในกัมพูชาสายการบินภายในประเทศ ได้แก่ Royal Khmer Airlines ,President Airlines, Siem Peap Airways และ Mekong Airlines และ สายการบินนานาชาติ ได้แก่ Thai Air Asia ,Thai Airways, Bangkok Airways, Viet Nam Airways, Lao Air, Mandarin Airlines, Eva Airways และ Changhai Airlines

ปัจจุบันเส้นทางการบินต้นทุนต่ำจากกรุงเทพฯ ไปกรุงพนมเปญ ซึ่งสามารถเดินทางไปที่นครวัด เมืองเสียมราฐ ระยะทางประมาณ 300 กิโลเมตร หรืออาจเดินทางโดยเรือเร็วในทะเลสาบ (โตเลสาป) และจากนั้นสามารถเดินทางโดยรถยนต์เข้าทางชายแดนด้านจังหวัดสระแก้วหรือศรีสะเกษได้

6.2 การขนส่งทางบกระหว่างไทยกับกัมพูชา

ประกอบด้วยทางรถไฟและทางถนน โดยสามารถขนส่งสินค้าระหว่างไทยและกัมพูชา ผ่านจุดผ่อนปรนตามแนวชายแดนไทย กัมพูชา ในจังหวัดสระแก้ว ตราด สุรินทร์ อุบลราชธานี และจันทบุรี

6.3 ทางขนส่งทางรถไฟ

ก่อนปี 2518 เส้นทางรถไฟในกัมพูชามีความยาวทั้งสิ้นเพียง 1,370 กิโลเมตร โดยเป็นเส้นทางที่เชื่อมพนมเปญกับชายแดนไทยและกัมปงโสม ต่อมาในปี 2521 ได้มีการสร้างทางรถไฟสายที่เชื่อมสถานี Samrong กับ กัมปงสะบือ เส้นทางรถไฟสาย พนมเปญ - กัมปงโสม และ สายพนมเปญ-พระตระบอง ได้รับการบูรณะซ่อมแซมในเดือนพฤศจิกายน 2522 และ กุมภาพันธ์ 2523 ตามลำดับ

เส้นทางรถไฟสายสำคัญในกัมพูชา มีระยะทางทั้งสิ้น 621 กิโลเมตร

เส้นทางรถไฟสายพนมเปญ – กัมปงโสม (สีหนุวิลล์) ระยะทาง 385 กิโลเมตร

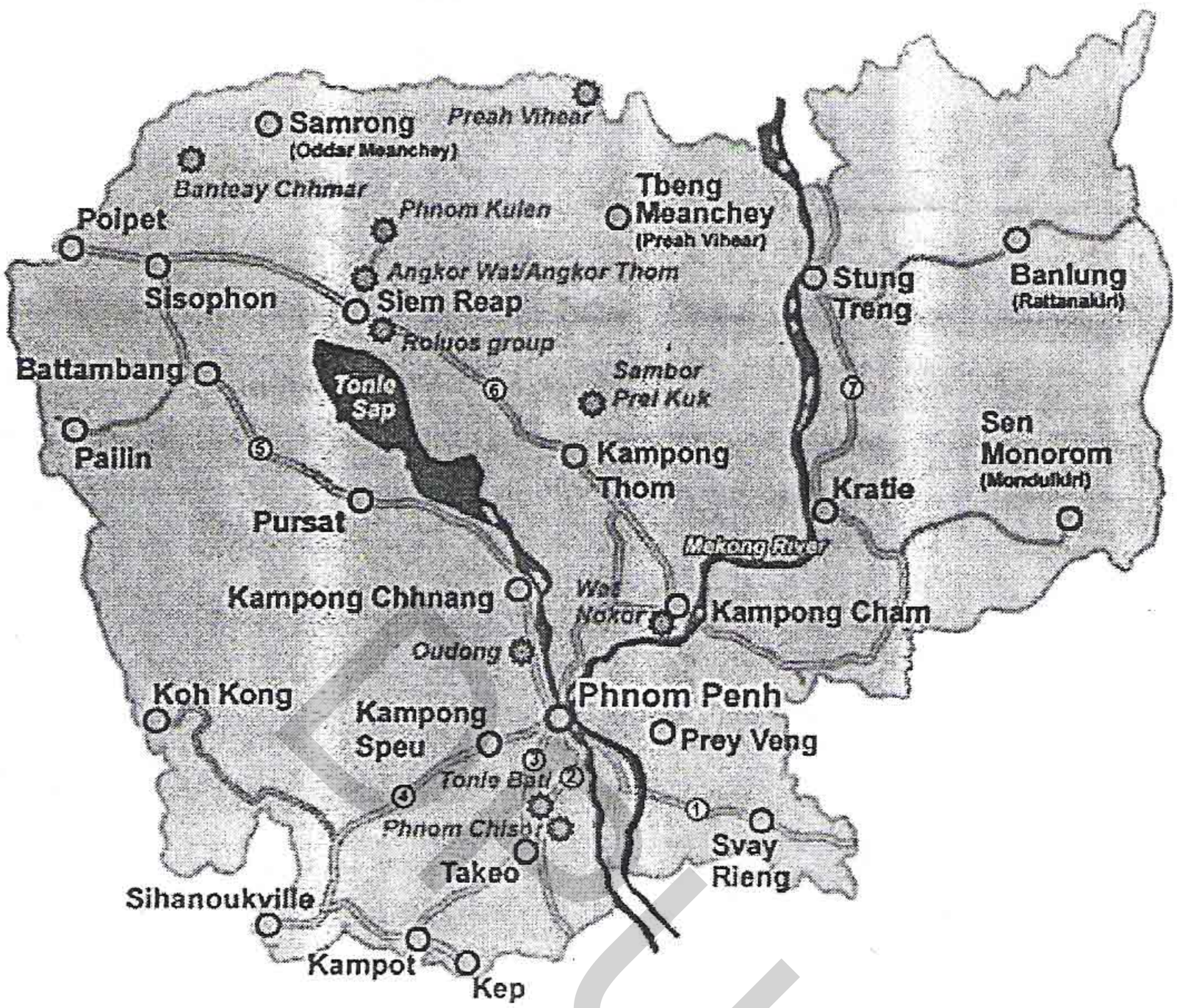
เส้นทางรถไฟสายพนมเปญ – ปอยเปต ระยะทาง 264 กิโลเมตร

อย่างไรก็ตามปัจจุบันเส้นทางรถไฟสายเหนือ (สายพนมเปญ – ปอยเปต) อยู่ในสภาพที่แย่มากและในช่วงระหว่างศรีโสภณและปอยเปตใกล้ชายแดนไทยอยู่ในสภาพเสียหาย จนไม่สามารถวิ่งได้ ขณะที่เส้นทางสายใต้ (พนมเปญ – กัมปงโสม) อยู่ในสภาพที่พอใช้งานได้แต่โครงสร้างพื้นฐานยังมีความเสี่ยงต่อการใช้งาน

6.4 การขนส่งทางถนน

เส้นทางถนนในกัมพูชาได้ถูกทำลายไปอย่างมากในช่วงกลางปี 2513 – 2521 ในปัจจุบันกัมพูชามีถนนทั่วประเทศรวมระยะทางทั้งสิ้น 35,769 กิโลเมตร แบ่งออกเป็นทางหลวงขนาด 2 ช่องมีได้เป็นเครือข่ายถนนใช้งานได้ในกัมพูชาประกอบด้วย 4,165 กิโลเมตรทั่วประเทศ ประกอบด้วย 3,165 กิโลเมตรผ่านในต่างจังหวัด โดยถนนหลักจะผ่านเมืองสำคัญๆ และตัดผ่าน กรุงพนมเปญ ถนนส่วนใหญ่สร้างขึ้นโดยฝรั่งเศสในช่วงปี 2463 – 2473 แต่อยู่สภาพทรุดโทรม เนื่องจากการสู้รบภายในประเทศ และขาดการซ่อมบำรุง จึงเป็นอุปสรรคอย่างยิ่งในการเดินทางและขนส่งสินค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูฝน ถนนดินที่เป็นลูกรังไม่สามารถใช้การได้เลย

ปัจจุบัน (2548) รัฐบาลกัมพูชาได้ซ่อมแซมถนนเส้นทางสายสำคัญ เช่น ทางหลวงหมายเลข 1 2 3 4 5 6 และ 7 เป็นต้น



รูปที่ 6 – 2 เส้นทางคมนาคมขนส่งทางถนนที่สำคัญ ที่มา : www.mof.go.th

ถนนหมายเลข 1 เป็นเส้นทางที่เชื่อมจากกรุงพนมเปญเข้าสู่นครโฮจิมินห์ของเวียดนาม

ถนนหมายเลข 4 เป็นเส้นทางการค้าที่ใช้ขนส่งสินค้าจากท่าเรือกัมปงเข้าสู่กรุงพนมเปญ

ถนนหมายเลข 5 เป็นถนนตัดผ่านจากชายแดนไทยที่อำเภออรัญประเทศผ่านเมืองสำคัญๆ ของกัมพูชาและเข้าสู่กรุงพนมเปญ

ถนนหมายเลข 7 เป็นถนนสายสำคัญที่ใช้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวและเส้นทางการค้าโดยตัดจากกรุงพนมเปญเข้าสู่เมืองกัมปงจาม

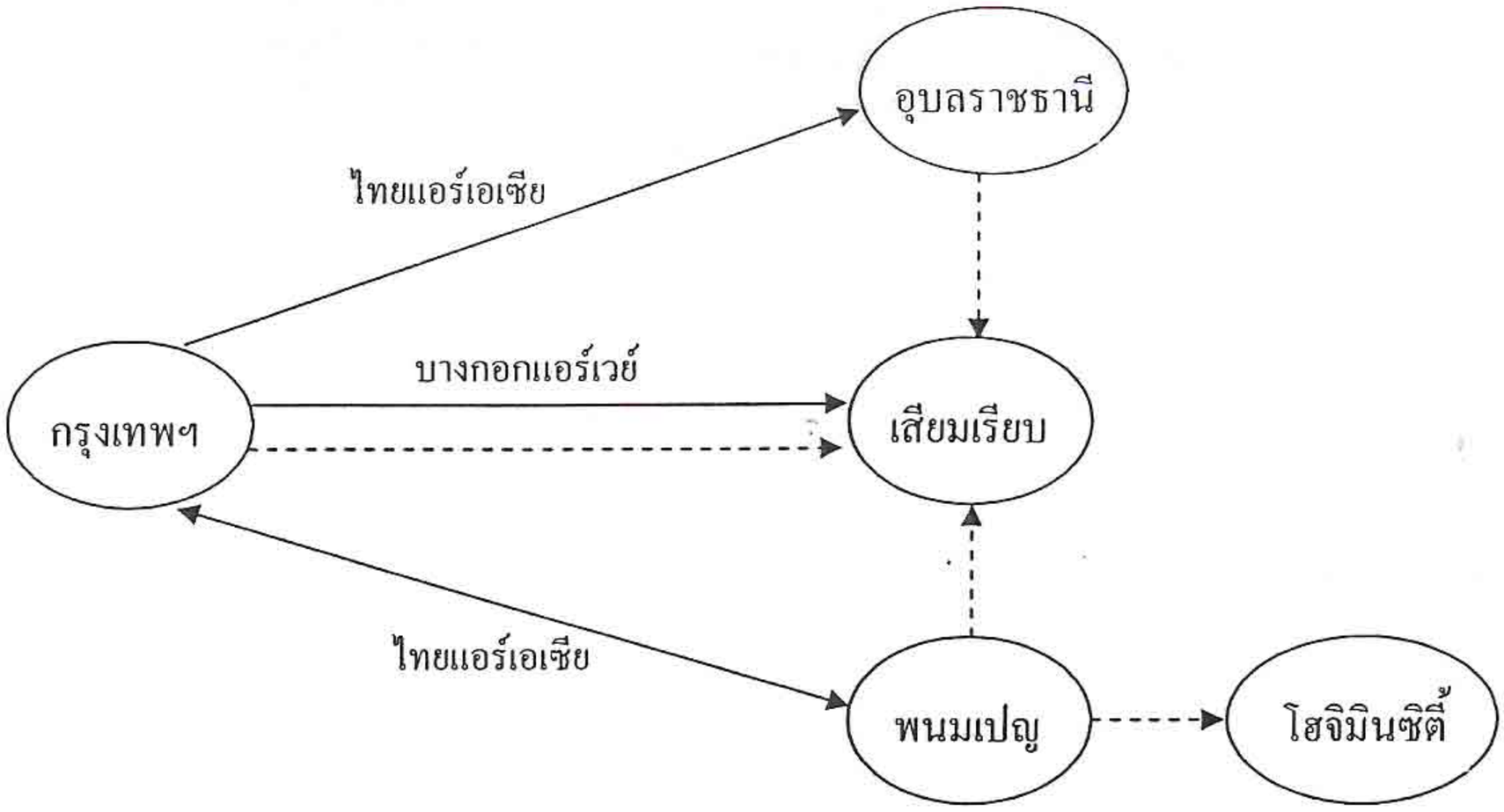
ถนนหมายเลข 13 เป็นถนนสายเอเชียที่เชื่อม 4 ประเทศ จากลาวสู่จังหวัดอุบลราชธานีของไทย ผ่านสู่เมืองสตรึงเตร็งของกัมพูชา และเข้าสู่นครโฮจิมินห์ของเวียดนาม

6.6 การท่องเที่ยวกัมพูชาผ่านทางจังหวัดชายแดนประเทศไทย

จังหวัดชายแดนไทยที่ติดกัมพูชามีความได้เปรียบของเส้นทางการท่องเที่ยวจากประเทศไทยไปสู่เมืองเสียมราฐที่มีแหล่งท่องเที่ยวนครวัดและนครธม สิ่งมหัศจรรย์ของโลก ในประเทศกัมพูชา ซึ่งมีระยะทางใกล้กว่าการเดินทางทางบกจากประเทศอื่นๆ และจากกรุงพนมเปญเมืองหลวงของกัมพูชาและจากจังหวัดชายแดนไทยได้หลายเส้นทาง ดังตารางที่ 6-1

ตารางที่ 6-1 การวิเคราะห์การเชื่อมโยงเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

จุดพัก/เส้นทาง	ปัจจุบัน พ.ศ.2548		เป้าหมายเวลาการเดินทางหลังปรับปรุงเส้นทางเสร็จ พ.ศ.2551
	ระยะทาง (ก.ม.)	เวลาการเดินทาง (ช.ม.)	
1. จุดพักกรุงเทพฯ ⟶ อรัญประเทศ	287	4	3.5
อรัญประเทศ ⟶ ศรีโสภณ ⟶ เสียมราฐ	154	6-7	3-4
2. จุดพักสุรินทร์⟶ช่องจอม	75	1.5	1.5
ช่องจอม⟶กระลาน⟶เสียมราฐ	130	5-6	3
3. จุดพักสุรินทร์⟶ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ⟶อัลลองเวง⟶เสียมราฐ	135	5-6	3
4. จุดพักศรีสะเกษ⟶ช่องสะงำ	110	2	2
ช่องสะงำ⟶อัลลองเวง⟶เสียมราฐ	135	5-6	3
5. จุดพักอุบลราชธานี⟶ช่องสะงำ	155	2.5	2.5
ช่องสะงำ⟶ อัลลองเวง⟶เสียมราฐ	135	5-6	3



รูปที่ 6-3 เส้นทางการท่องเที่ยว ไทย-กัมพูชา

เส้นทางการท่องเที่ยวจากอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว สู่เสียมราฐ

อรัญประเทศ / ปอยเปต ⟶ ศรีโสภณ ⟶ เสียมราฐ ⟶ โตเลสาบ ⟶ ปราสาทบันทายศรี ⟶ ปราสาทแม่บุญ ⟶ ปราสาทแปรรูป ⟶ ปราสาทตาพรหม ⟶ ปราสาทตาแก้ว ⟶ ปราสาทพระขรรค์ ⟶ กลุ่มปราสาทพระนคร ⟶ นครธม ⟶ ปราสาทบายน ⟶ ปราสาทลานช้าง ⟶ ปราสาทบาปรวน ⟶ ปราสาทวิมานอากาศ ⟶ นครวัด ⟶ บาราย

เส้นทางการท่องเที่ยวจากช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ / โอเสม็ด สู่เสียมราฐ

ช่องจอม / โอเสม็ด ⟶ อัลลองเวง ⟶ กบาลสะเปียน ⟶ บันทายศรี ⟶ เสียมราฐ ⟶ กลุ่มปราสาทพระนคร ⟶ นครธม ⟶ ปราสาทบายน ⟶ ปราสาท ⟶ บาปวน ⟶ ปราสพิมาย ⟶ ปราสาทวิมานอากาศ ⟶ ปราสาทลานช้าง ⟶ ลานพระ ⟶ เจ้าขี้เรื้อน ⟶ ปราสาทตาพรหม ⟶ นครวัด ⟶ โตเลสาบ

เส้นทางการท่องเที่ยวจากช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ สู่เสียมราฐ

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

เส้นทางการท่องเที่ยวศรีสะเกษ สู่ปราสาทเขาพระวิหาร

ศรีสะเกษ ⟶ วัดล้านขวด ⟶ ผามออีแดง ⟶ อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร ⟶ ปราสาทเขาพระวิหาร

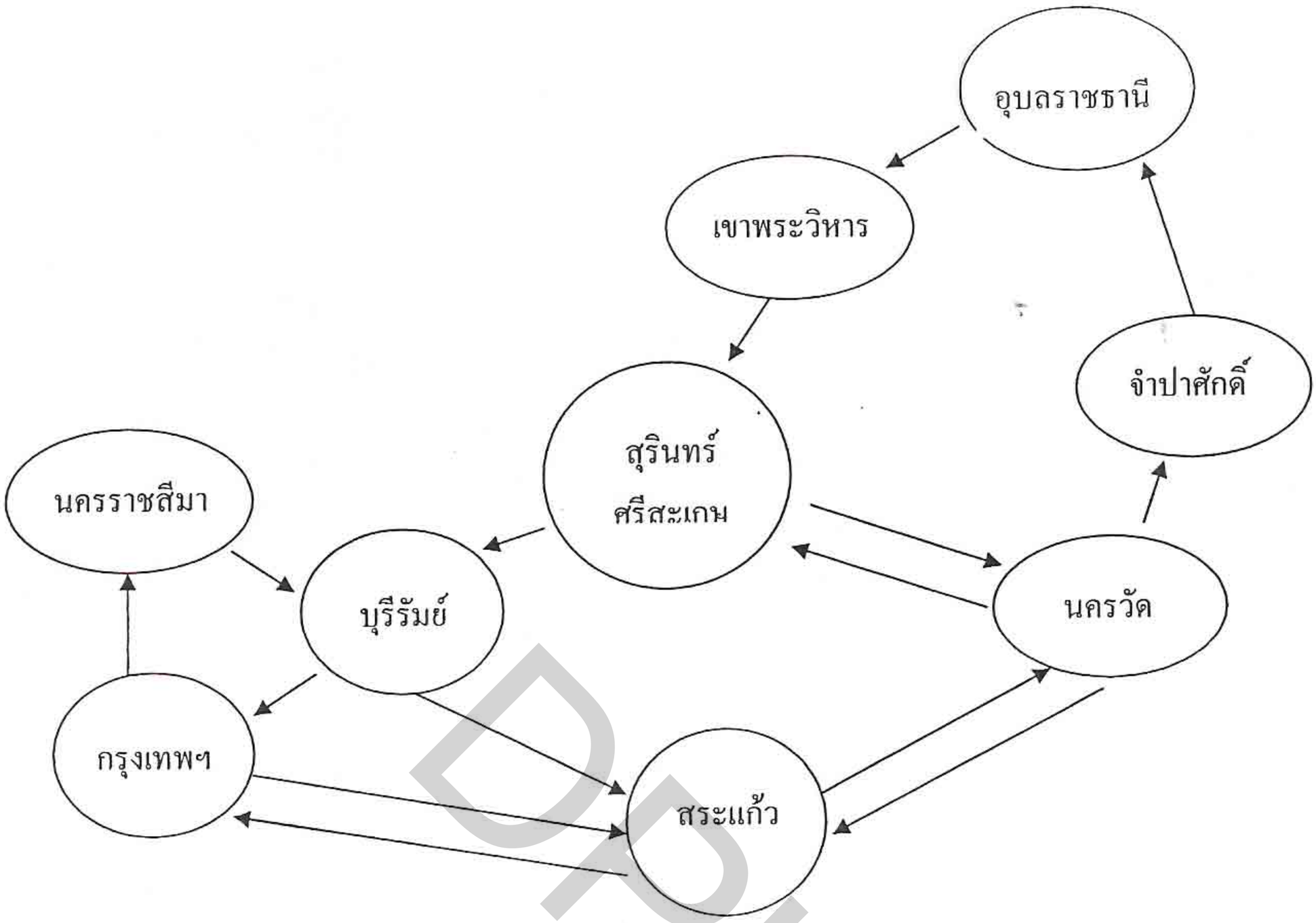
เส้นทางการท่องเที่ยวกรุงเทพฯ สู่บันเตียเมียนเจย

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

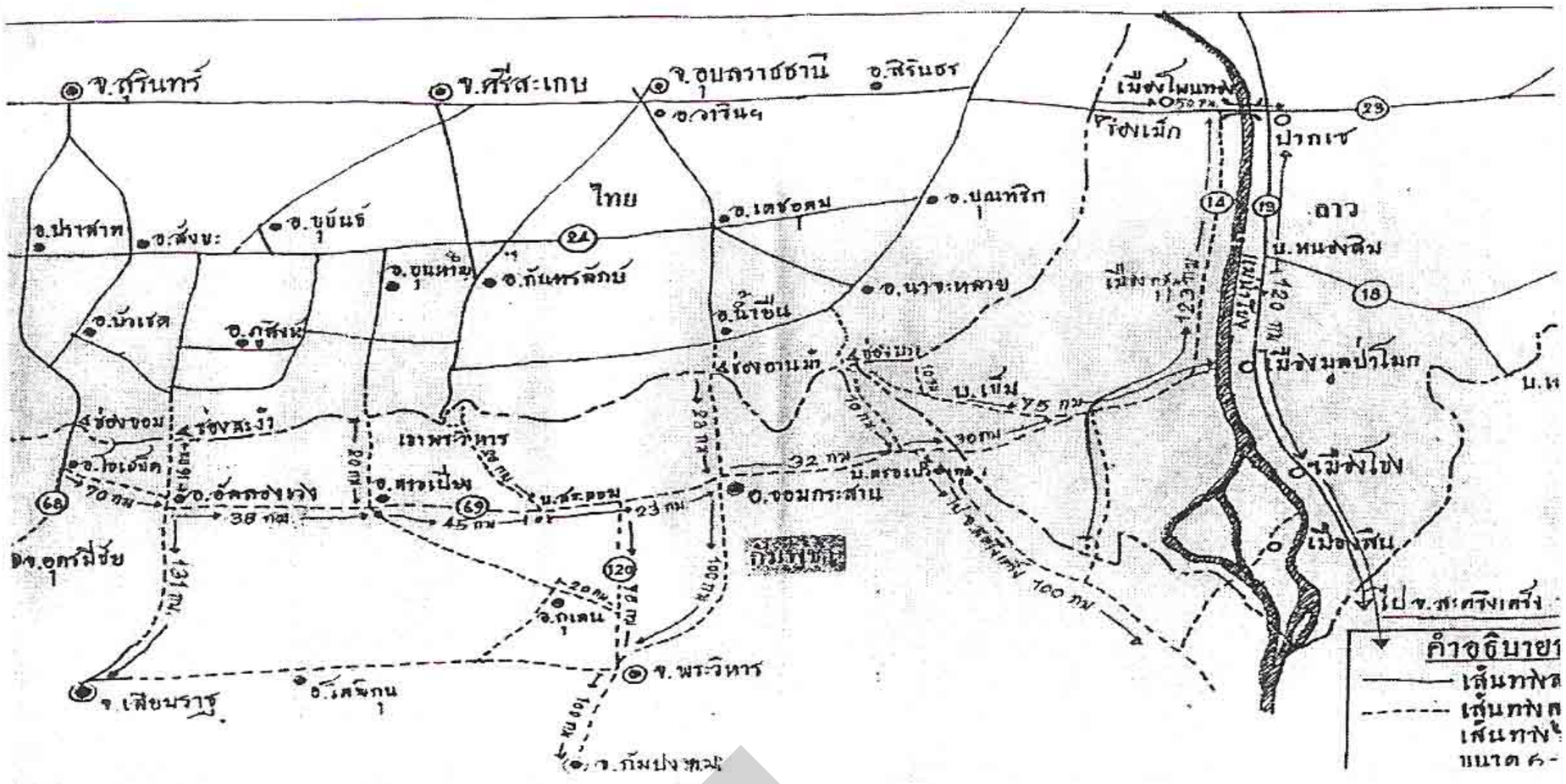
เส้นทางการท่องเที่ยวปราสาทขอมสามชาติ (ไทย-กัมพูชา-ลาว)

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

DPU



รูปที่ 6-4 วงจรการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา ตามเส้นทางวัฒนธรรมขอม



รูปที่ 6-5 แผนที่เส้นทางการเชื่อมโยงจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา- ลาวใต้

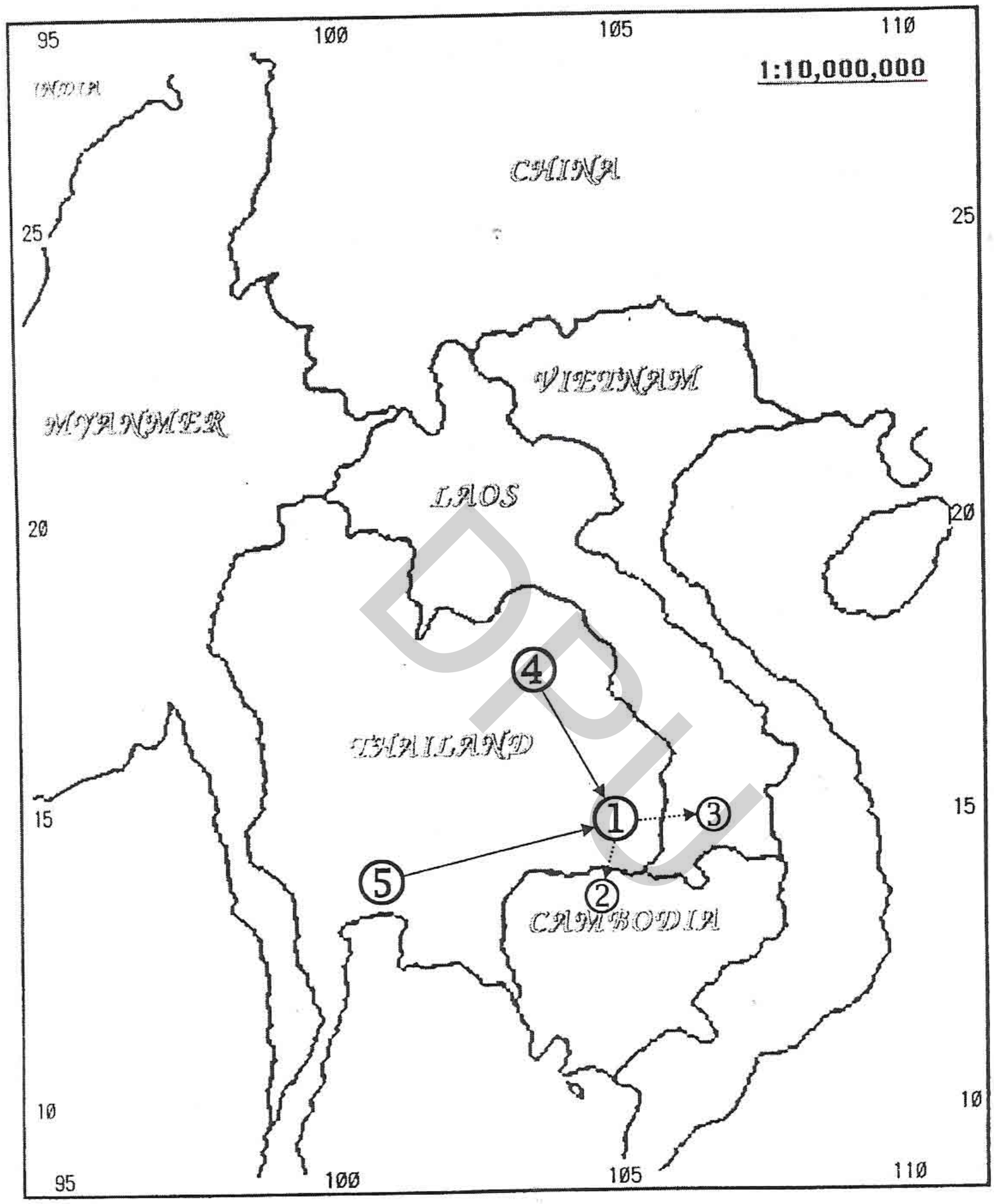
DPU

ตารางที่ 6-2 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดสระแก้วในการเป็นประตูสู่กัมพูชา

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.00
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	4.00
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	2.40
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	2.40
รวม	**3.20**
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	3.60
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	3.80
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	4.20
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.00
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	3.50
รวม	**3.81**

จากตารางที่ 6-2 จังหวัดสระแก้วมีค่าการประเมิน SWOT ในปัจจัยด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตรมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พักและภัตตาคาร ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมโอกาสการลงทุนทางท่องเที่ยวสูง สามารถเชื่อมโยงไปกัมพูชาสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ และความสามารถขยายตลาดในวงกว้าง ผลการประเมินโดยรวมจังหวัดศักยภาพปานกลาง แต่มีโอกาสสูงในการพัฒนาเป็นประตูสู่กัมพูชาเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของนครวัด นครธม ในเมืองเสียมเรียบที่ใกล้ที่สุด จึงสมควรส่งเสริมให้จังหวัดสระแก้วเชื่อมโยงทางด่านอรัญประเทศเป็นประตูสู่กัมพูชา

6.6 การท่องเที่ยวอุบลราชธานี - จำปาศักดิ์ (วัดพู - คอนพะเพ็ง - หลี่ผี)



① อุบลราชธานี ② นครวัด - กัมพูชา ——► การเดินทางโดยการบิน

③ จำปาศักดิ์ – ลาว ④ อุดรธานี ·····► การเดินทางโดยรถยนต์

⑤ กรุงเทพฯ

รูปที่ 6 - 6 เส้นทางการบิน อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน ศรีสะเกษเป็นประตูสู่กัมพูชา

อำเภอสิรินธร เป็นอำเภอหนึ่งในจำนวน 20 อำเภอ 5 กิ่งอำเภอ ของจังหวัดอุบลราชธานี ที่ได้รับการแบ่งเขตการปกครอง ตามหลักการแบ่งอำนาจ เพื่อบริหารราชการแผ่นดิน อันก่อให้เกิดประโยชน์แก่การปกครอง การให้บริการของรัฐ ความสะดวกของประชาชน และส่งเสริมให้ท้องที่มีความเจริญยิ่งขึ้น ประการสำคัญ อำเภอสิรินธร ได้รับการ ประกาศจัดตั้งขึ้นเป็นกรณีพิเศษ เพื่อเฉลิมพระเกียรติแด่ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในวโรกาสที่ทรงมี พระชนมายุครบ 36 พรรษา ในปี พ.ศ.2534 โดยมีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเป็นอำเภอสิรินธร ตั้งแต่วันที่ 3 มกราคม 2535 และที่สร้างความปีติโสมนัส และสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ ตลอดจนความเป็นสิริมงคลแก่ประชาชน ชาวจังหวัดอุบลราชธานีมากที่สุด คือ สมเด็จพระเทพ-รัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้ทรงพระราชทาน พระราชานุญาต ให้ใช้พระนามาภิไธย ของพระองค์เป็นชื่ออำเภอ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2535 และ พร้อมกันนี้ พระองค์ยังได้ทรง พระกรุณาเสด็จพระราชดำเนิน เปิดที่ว่าการอำเภอสิรินธร เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2535 ทางทิศตะวันออกติดกับ เมืองโพนทอง แขวงจำปาสัก (สปป.ลาว.)

6.7 ลาวตอนใต้ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

แขวงจำปาสัก เป็นแขวงของ สปป.ลาว ที่อยู่ทางใต้ของประเทศ โดยด้านทิศตะวันออกของแขวง จะติดกับจังหวัดอุบลราชธานี

แขวงจำปาสัก ซึ่งมีสภาพภูมิประเทศ เป็นป่าเขา อาณาเขตทั้งสองประเทศติดกันเป็นพื้นดิน ซึ่งในการเดินทาง เข้า-ออก จะต้องผ่านทางด่านช่องเม็ก ที่อำเภอสิรินธร ดังนั้น ผู้ที่คิดจะเดินทางเพื่อเข้าชม ความ งามทางธรรมชาติ ของแขวงจำปาสัก ท่านจะต้องติดต่อ เพื่อขออนุญาตเดินทางเข้าประเทศ สปป.ลาว ได้ที่ สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี ศาลากลางจังหวัด

เพื่อให้การเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น จึงขอนำเสนอข้อมูล ซึ่งเป็นรายละเอียดของแขวงจำปาสัก รวมทั้ง แหล่งท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก พอสังเขป ดังนี้

แขวงจำปาสัก เป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ ทาง ด้าน ธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งถ้าดูตามแผนที ในเขต การปกครองของประเทศแล้ว ดินแดนแขวงจำปาสัก จะตั้งอยู่ทางภาคใต้สุดของประเทศ สปป. ลาว ที่มีชายแดน ติดกับหลายแขวงด้วยกัน รวมทั้งประเทศไทย และประเทศ กัมพูชาประชาธิปไตยด้วย ตามรายละเอียดดังนี้

ทิศเหนือ และทิศตะวันออกเฉียงเหนือ จะติดกับ แขวงสาระหวัน สปป.ลาว

ทิศตะวันออก ติดกับ แขวงเซกอง และแขวง อัตตะบือ สปป.ลาว

ทิศใต้ ติดกับ ประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย

ทิศตะวันตก ติดกับ จังหวัดอุบลราชธานี ของประเทศไทย

แขวงจำปาสัก เป็นแขวงที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ มีพลเมืองประมาณ ห้าแสนกว่าคน มีเนื้อที่ ของแขวงประมาณ 15,410 ตารางกิโลเมตร

แขวงจำปาสัก นับว่าเป็นศูนย์กลางทางด้าน เศรษฐกิจ ใน 4 แขวงภาคใต้ ของ สปป.ลาว และ ยังมีบทบาทเชื่อมโยง ทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม กับหลาย ประเทศในภาคพื้นด้วย โดยที่ตั้งและ ภูมิประเทศ มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรม แขวงจำปาสัก ได้มีการตั้งสมยานามว่าเป็นดินแดน "ช้างป่างานิล" ซึ่งเป็นดินแดนวัตถุโบราณ มีปูชนียสถาน อันลือชื่อหลายแห่ง ด้วยกัน

แหล่งท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วย

1. น้ำตกตาดหลี่ผี, คอนพะเพ็ง, ชมทางรถไฟที่สร้างขึ้นในสมัยฝรั่งเศส อยู่ในพื้นที่เขตเมืองโขง แขวงจำปาสัก
2. ชมตาดผาส้วม ที่เมืองบาจรงเจริญสุข
3. ชมตาดฟาน ซึ่งเป็นตาดที่สูงที่สุด ซึ่งถูกโอบล้อมด้วยธรรมชาติ ของป่าเขาลำเนาไพร ที่เมืองปากช่อง แขวงจำปาศักดิ์
4. ชมธรรมชาติของชีวิตสัตว์ เช่น ช้างที่บ้าน พะโพ โดยอนุญาตให้นักท่องไพรทั้งหลาย ได้ขี่ช้างชมธรรมชาติ ที่เมืองปะทุมพร
5. ชมเขื่อนผลิตไฟฟ้า ซึ่งเป็นแหล่งที่ สวยงามอีกแห่งหนึ่ง ที่น้ำตกเซเซ็ด และน้ำตกห้วยเหาะ เขตเมืองปากช่อง
6. ชมวิวทิวทัศบริเวณท่าแพ ท่าข้ามแม่น้ำโขง ระหว่างเมืองเก่า กับเมืองปากเซ แขวงจำปาศักดิ์

แหล่งวัฒนธรรม แขวงจำปาสักมีแหล่ง อารยธรรมหลายแห่งด้วยกัน ประกอบ ด้วย

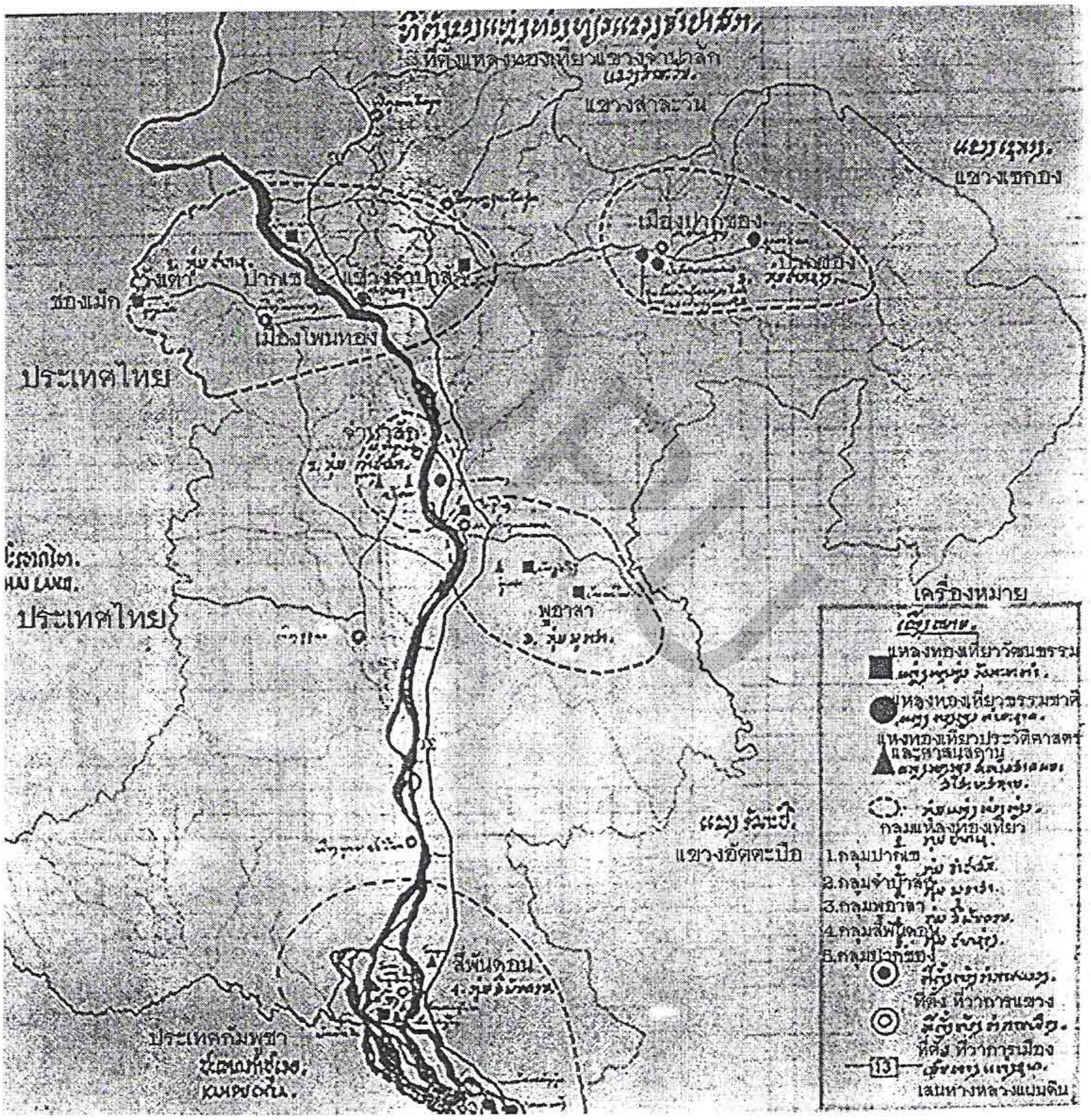
1. วัดพู ซึ่งเป็นเมืองโบราณของจำปาสัก
2. พูอาสา ที่เมืองปะทุมพร
3. เรือนหินแกะสลัก ที่เมืองสุขุมา

งานบุญประเพณี

1. งานบุญแข่งเรือออกพรรษา ที่เซโดม เมืองปากเซ แขวงจำปาสัก
2. งานบุญนมัสกาล ประสาทหินวัดพู ชมพิธีแห่นางสีดา ประจำปี
3. งานบุญนมัสกาลอุมิง เรือนหิน ที่เมืองปะทุมพร

อาหาร และของที่ระลึก

1. ผลไม้ปลอดสารพิษ ที่เมืองปากช่อง เมืองบาจรงเจริญสุข
2. ปิ้งไก่, ข้าวหลาม, ต้มไก่ใส่ไข่มดแดง ในงานบุญวัดพู
3. อาหารปลาสดๆ ที่ดอนโขง และที่คอนพะเพ็ง เขตเมืองโขง
4. สิ้นผ้าไหม โดยฝีมือชาวบ้านอันประณีต และลือชื่อ ที่บ้านสะพ่าย เมืองชนะสมบูรณ์



รูปที่ 6 - 7 แผนที่ท่องเที่ยวลาวตอนใต้

ช่องเม็กประตูสู่อินโดจีน ช่องเม็กเป็นจุดผ่านแดนไทย-ลาว ตั้งอยู่ในเขตอำเภอสิรินธร ห่างจากตัวจังหวัดราว 90 กิโลเมตร เป็นพื้นที่ชายแดนติดต่อระหว่างไทยกับลาว ซึ่งเป็นจุดผ่านแดนจุดเดียวในภาคอีสาน ที่สามารถเดินทางไป ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยทางพื้นดิน ในขณะที่จุดอื่นจะต้องข้ามลำน้ำโขง และเป็นที่สิ้นสุดของทางหลวงหมายเลข 217 จากอุบลราชธานี ถนนสายนี้เชื่อมกับถนนในเขตลาว เข้าไปสู่เมืองปากเซ ด้วยระยะทางอีก 38 กิโลเมตร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงสายเอเซีย บริเวณช่องเม็กมีด่านตรวจคนเข้าเมือง ด่านศุลกากร พรมแดน และร้านขายสินค้าที่นำเข้ามาจากลาว และหากข้ามไปทางฝั่งลาว จะมีร้านค้าปลอดภาษี (ของบริษัท ดาวเรือง อิมปอร์ตเอ็กปอร์ต) ไว้คอยบริการนักเดินทาง/นักท่องเที่ยวอยู่ ช่องเม็กนับเป็นด่านชายแดน ที่เป็นเสมือนประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีความสำคัญยิ่ง เพราะเป็นเส้นทางสู่เมืองปากเซ ซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง ที่ยังคงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชาวลาว ที่เต็มไปด้วยสีสัน และยังสามารถเดินทางต่อไปยังน้ำตกหลี่ผี และน้ำตกคอนพะเพ็ง อันเป็นน้ำตกที่แม่น้ำโขงทั้งสาย ไหลต่างระดับกันลงมาเป็นน้ำตกที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย

ตารางที่ 6 - 3 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและประตูสู่ลาวใต้

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	3.40
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	4.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พักพัก ธุรกิจนำเที่ยว และภัตตาคาร	4.40
4. เอกลักษณ์ของที่ระลึก มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เมือง/จังหวัด/ประเทศ	4.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	4.00
รวม	**4.00**
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.00
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.40
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	4.00
รวม	**4.28**

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูง มีโครงสร้างพื้นฐานที่พัก ภัตตาคาร ที่มีความพร้อมสูง มีสนามบินที่พร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางทางการบินในแถบอีสานใต้ และเชื่อมโยงด้านอินโดจีน โอกาสลงทุนในด้านท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงเป็นประตูสู่ลาวใต้ อันได้แก่ มรดกโลกวัดพู น้ำตกคอนพะเพ็ง ที่มีรายได้ตลอดปี หาดทรายธรรมชาติที่คอนโขง อากาศเย็นสบายที่ปากช่อง ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกาและโอเชียเนียที่ต้องการการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติป่าเขาพักผ่อนกับธรรมชาติชายหาด

ตารางที่ 6 - 4 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดศรีสะเกษ เป็นเป็นประตูสู่กัมพูชา

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	2.40
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	3.60
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	3.00
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	4.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	2.40
รวม	**3.08**
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	2.80
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	3.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	3.20
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	2.80
รวม	**3.36**

ศรีสะเกษมีศักยภาพสูงทางด้านวัฒนธรรมประเพณี มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร เป็นจังหวัดที่มีโอกาสสูงที่สามารถเชื่อมโยงไปนครวัดนครธม ที่ใกล้ประเทศไทยที่สุดทางด่านถาวรช่องสะงำที่เปิดใหม่พร้อมที่จะพัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขอม ซึ่งมีปราสาทสระกำแพงใหญ่ และสระกำแพงน้อย ปราสาทเขาพระวิหาร (อยู่ในเขตแดนกัมพูชา) และมีความพร้อมทางการพัฒนาเป็นประตูสู่กัมพูชาได้อีกเส้นทางหนึ่ง

6.6 ข้อเสนอเพื่อพิจารณาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กัมพูชา และลาวตอนใต้

6.6.1 กลยุทธ์การขายร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

กลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภคแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี เพราะประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนครวัด ลาวมีน้ำตก หลีผี ขายได้ทุกวัน และขายได้ทั้งปี เสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำและโปรแกรมการท่องเที่ยว

6.6.2 การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทางด่านอรัญประเทศและปากเซ

การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะงำ ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวรตั้งแต่วันที่ 11 พฤศจิกายน 2546 ต้องมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การเปิดประตูเปิดด่านช่องเม็กเข้าลาว มีความเป็นไปได้สูงมากโดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้าในระบบตู้คอนเทรนเนอร์

6.6.3 การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

เป็นเรื่องที่ดีความพร้อมด้านถนนเริ่มจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผิวจราจรต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

6.6.4 กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน

ควรจัดให้มีแหล่งรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะงำหรือที่สามเหลี่ยมมรกต โขงเจียม สิรินธรพัฒนาสนามกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครธม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้ เพิ่มการขนส่งสาธารณการ ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น ช่องเม็กอำเภอสิรินธรของจังหวัดอุบลราชธานี

6.6.5 กลยุทธ์ในการเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอม ลาวใต้ และอีสานใต้

การเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอมในอีสานใต้อย่างเช่นปราสาทหิน พิมาย พนมรุ้ง เมืองต่ำ ศีขรภูมิ สระกำแพงใหญ่ กับการท่องเที่ยววัดพูของลาว และเขาพระวิหาร นครวัด ของกัมพูชา

6.6.6 ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน และเป็นประตูสู่ลาวใต้

ท่องเที่ยว คอนพะเพ็ง ไนแองการ่าแห่งเอเชีย วัดพู ปราสาทของมรดกโลก และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางรถยนต์กับจังหวัดเสียมเรียบประเทศกัมพูชา ชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลก นครวัด ผ่านช่องสะงำ จังหวัดศรีสะเกษ

6.6.7 การส่งเสริมการท่องเที่ยวสามฝ่าย ไทย ลาว และกัมพูชา

ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในไทย และกัมพูชาและลาวใต้ ผ่านกรอบความร่วมมือภูมิภาค อาทิในอดีต ECS (Economic Cooperation Strategy) GMS (Greater Mekong Subregion) และ Emerald Triangle หรือที่รู้จักในชื่อภาษาไทยคือ ความร่วมมือในกรอบสามเหลี่ยมมรกต ซึ่งเป็นกรอบความร่วมมือย่อยใน ECS ที่ดูแลเรื่องการท่องเที่ยวเป็นหลัก พัฒนาการ และความเคลื่อนไหวอื่นๆ ที่รวมถึงการให้ความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรกัมพูชาทั้งในภาครัฐบาลและภาคเอกชน เพื่อยกระดับให้กัมพูชาเป็น partner ทางด้านธุรกิจที่ดี มีคุณภาพ พูดถึงเรื่อง ECS ให้มีความร่วมมือมากขึ้นในการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างกัน เพื่อลดช่องว่าง เสริมความแข็งแกร่งของกันและกัน และเป็นการแก้ปัญหาข้ามชาติไปอย่างยั่งยืนด้วยโครงการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ที่เป็นสาขาหลัก 1 ใน 5 ของ ECS มีผลเป็นรูปธรรม

6.6.8 การจัดกิจกรรม Activity Trip

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

6.6.9 กลยุทธ์การพัฒนาความร่วมมือประเทศเพื่อนบ้านกลยุทธ์การพัฒนาความพร้อมของประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนาความร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทย-กัมพูชา-ลาว-พม่า เนื่องจากไทยมีประสบการณ์และความถนัดในสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับโครงการ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไทยสามารถใช้ทักษะด้านนี้ถ่ายทอดและช่วยเหลือลาว กัมพูชา ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตน ที่สำคัญ แรงงานลาว กัมพูชายังมีราคาไม่สูงนักและมีคุณภาพ นักธุรกิจที่ต้องการจะเข้าไปลงทุนในด้านการท่องเที่ยวในลาว กัมพูชา โดยเฉพาะในโครงการที่มีลักษณะเน้นใช้แรงงาน ก็สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมนุษย์ของกัมพูชา และลาวได้ ซึ่งก็เท่ากับเป็นการสร้างงาน และรายได้ให้กับชาวลาว กัมพูชาไปในตัวด้วย ยิ่งไปกว่านั้นโครงการความร่วมมือนี้ จะช่วยลดระดับช่องว่างการพัฒนาระหว่างไทย-กัมพูชา สร้างความเข้าใจอันดีต่อกันฉันบ้านพี่เมืองน้อง นับว่าเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่มุ่งสร้างสรรค์ความเจริญร่วมกันอย่างยั่งยืน

บทที่ 7
การเชื่อมโยงเส้นทางไทย ลาว และเวียดนาม

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนลาวมีเขตแดนติดกับประเทศไทย มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นดุจมิตรประเทศทั้งคนไทยและคนลาว รู้สึกเป็นพี่เป็นน้องกัน การเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศลาวในสภาพสังคมวัฒนธรรมที่ไม่แตกต่างกันมากนักกับคนไทยในจีนภาคเหนือหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แหล่งท่องเที่ยวในประเทศลาวจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติที่ยังคงความบริสุทธิ์อยู่มากมาย ทั้งคอนพะเพ็ง หลี่ผี ตาดฟาน วังเวียง คอนโขง อีกสิ่งที่โดดเด่นระดับโลกก็คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็คือ หลวงพระบางที่เป็นมรดกโลกที่มีความเงียบสงบท่ามกลางธรรมชาติที่น่าพักผ่อน นอกจากนั้นประเทศ สปป. ลาวยังเป็นประตูไปสู่ประเทศเวียดนาม ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เก่าแก่โดดเด่นอย่างเช่น ฮอยอัน เมืองมรดกโลก และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อย่างเช่น ฮาลองเบย์ ดังนั้น การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในทางเลือกตามเส้นทางของสายการบินต้นทุนต่ำไปสู่เมืองมรดกโลกของทั้งสองประเทศ

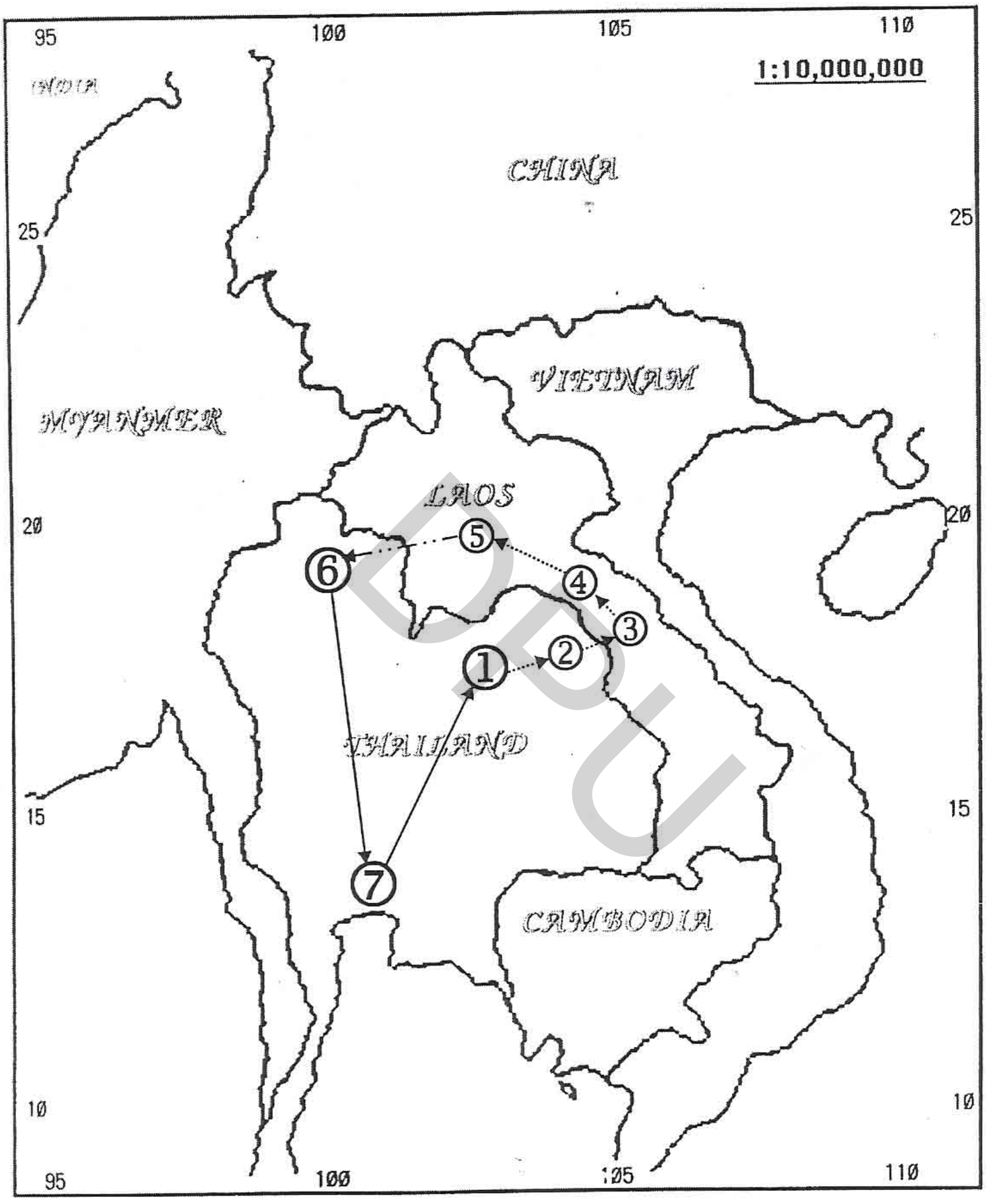
ในปัจจุบันยังไม่มีสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากประเทศไทยไปประเทศลาวโดยตรง ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวควรใช้จังหวัดที่มีจุดหมายปลายทางนี้ใกล้เคียงและมีศักยภาพในการส่งเสริมเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในประเทศลาวและอาจเชื่อมโยงผ่านลาวไปประเทศเวียดนามตอนกลางดังเส้นทางที่ได้นำเสนอในบทนี้

7.1 อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง

7.2 ขอนแก่น - มุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบาว - เคเซนท์ - ดองฮา - กวางตรี - เว้ - ดานัง

7.3 ไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์

7.1 อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง



① อุดรธานี ② หนองคาย ——→ การเดินทางโดยการบิน

③ นครเวียงจันทน์ ④ วังเวียง ·····→ การเดินทางโดยรถยนต์

⑤ หลวงพระบาง ⑥ เชียงราย –·–·→ การเดินทางโดยเรือ

⑦ กรุงเทพฯ

รูปที่ 7-1 เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ – อุดรธานี , กรุงเทพฯ – เวียงจันทน์

ประเทศลาว มีมรดกโลกเมืองหลวงพระบางนั้นเป็นอดีตราชธานีของอาณาจักรล้านช้าง อายุกว่า 1,200 ปี เป็นเมืองที่องค์การยูเนสโกขึ้นทะเบียนเป็นเมืองมรดกของโลก เช่นเดียวกับสุโขทัย ฮอยอัน ในประเทศเวียดนาม และเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา ปัจจุบัน การคมนาคมสะดวก นักเดินทางจำนวนมากมุ่งสู่ประเทศนี้ ซึ่งไปได้หลายเส้นทาง ที่นิยมกันมากก็คือ จุดผ่านแดนที่ จ. หนองคาย หลวงพระบางเป็นเมืองสวยงามล้อมรอบด้วยขุนเขาใหญ่น้อย มีแม่น้ำโขง (คนลาวเรียก "ของ") และแม่น้ำคานไหลผ่าน มีประชากรราว 3 แสนคน ในตัวเมืองมีคนอาศัยอยู่แค่ 4 หมื่น แม้จะเป็นเมืองเล็กแต่ด้วยความเป็นเมืองท่องเที่ยว จึงมีเกสต์เฮาส์จำนวนมาก ที่ลงทะเบียนถูกต้องประมาณ 70-80 ห้อง ส่วนใหญ่ดัดแปลงจากบ้านเดิม ตกราคาคืนละ 5-15 ดอลลาร์ ส่วนโรงแรมมีไม่ถึง 10 แห่ง หากเป็นโรงแรมห้าดาวตกคืนละร้อยกว่าดอลลาร์ ถ้าทั่วไป ประมาณ 40-50 ดอลลาร์

นครเวียงจันทน์ เป็นเมืองหลวงของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือ เรียกว่า สปป. ลาว ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำโขงด้านตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งตั้งอยู่ตรงข้ามของอำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคายของไทยเมืองหลวงรูปพระจันทร์เสี้ยวแห่งนี้ ยังคงไว้ความสงบ เมื่อเทียบกับเมืองหลวงที่สับสนหลายแห่งในเอเซีย บรรยากาศความรุ่งโรจน์ที่เสื่อมสลายลงเรื่อยๆ เน้นให้เสน่ห์อันเรียบง่ายของเวียงจันทน์ แม้ลาวจะเปลี่ยนไปมากตลอด 25 ปีที่ตกอยู่ในการปกครองแบบคอมมิวนิสต์ แต่รักษาจิตวิญญาณ ของเมืองโบราณยังอยู่ตามวิถีของลาวช่วงหลายศตวรรษที่ผ่านมา เวียงจันทน์มักต้องรับศึกต้อง ตกเป็น เมืองขึ้นของต่างชาติตลอดเวลา ไม่ว่าเป็นไทย เวียดนาม พม่า เขมร รวมทั้งฝรั่งเศส และ อเมริกา แต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ ไว้อย่างเหนียวแน่น ทั้งด้านความศรัทธาของพุทธศาสนาซึ่งอยู่ในหัวใจของชนชาวลาว ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดูอย่างดีงามผสมผสานอย่างเรียบง่ายคล้ายคลึงกับอีสานบ้านเรา จึงทำให้นักท่องเที่ยวไทยมีความรู้สึกอบอุ่นเหมือนอยู่เมืองไทยนี้เอง และ อีกอย่างหนึ่งเวียงจันทน์ เป็นแหล่ง จำหน่ายสินค้า ด้านหัตถกรรม ผ้าฝ้ายทอมือ รวมทั้ง เครื่องเงินที่มีราคาถูก ให้คนไทยได้ซื้อหาเป็นของฝาก กับบ้าน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยว เดินทางผ่านสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว สามารถท่องเที่ยวแบบ ไปเช้า-เย็นกลับ หรือ แบบ ค้างแรม 1-2 คืน โดยไม่ต้องใช้หนังสือเดินทาง เพียงแต่ทำใบผ่านแดนเท่านั้น สามารถติดต่อได้ที่ บริษัทท่องเที่ยวด้านฝั่งจังหวัด หนองคาย สะดวก สบาย

วังเวียง หรือ กุ้ยหลิน แห่งเมืองลาว เป็นเมืองเล็กๆที่เงียบสงบอยู่ทางตอนเหนือของนครเวียงจันทน์ ห่างจากนครเวียงจันทน์ เพียง 160 กิโลเมตร ตามถนนหมายเลข 13 วังเวียง สวรรค์บนดิน ที่มีความสวยงามแบบอมตะ และมนต์เสน่ห์ที่ยากจะหาชมได้ในปัจจุบัน ด้วยความเงียบสงบ และ บรรยากาศ แบบ สบายๆ ที่นักท่องเที่ยวทุกมุมโลก ต่างนิยมมาท่องเที่ยว เมืองวังเวียงแห่งนี้ หรือ เปรียบได้ว่า เป็น ถนน ข้าวสาร ของเมืองลาว อีกแห่งก็ว่าซึ่งเป็นสถานที่ชุมนุม หรือ นัดหมาย ของนักท่องเที่ยว แบบ Backpacker จากทั่วทุกมุมโลกที่ต้องการท่องเที่ยวแบบผจญภัย และแบบ

พักผ่อน แบบ ไม่เร่งรีบ และที่สำคัญ เมืองวังเวียงแห่งนี้ สถานที่พัก และ อาหาร ราคาถูกย่อมเยาไม่แพงอย่างที่คิด จึงไม่แปลกใจเลยว่า ที่วังเวียงเป็นแหล่งรวม นักท่องเที่ยว แบบ Backpacker วังเวียงเป็นแหล่งที่ เทือกเขาหินปูน และ เต็มไปด้วยถ้ำที่สวยงามอยู่มาก ปัจจุบันอุดรธานีเป็นจังหวัดที่มีสายการบินต้นทุน ต่ำสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางบกตามเส้นทางอุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง ซึ่งเป็นโปรแกรมทัวร์ที่มีเสน่ห์ดึงดูดความสนในให้ท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตารางที่ 7-1 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุดรธานี การเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว

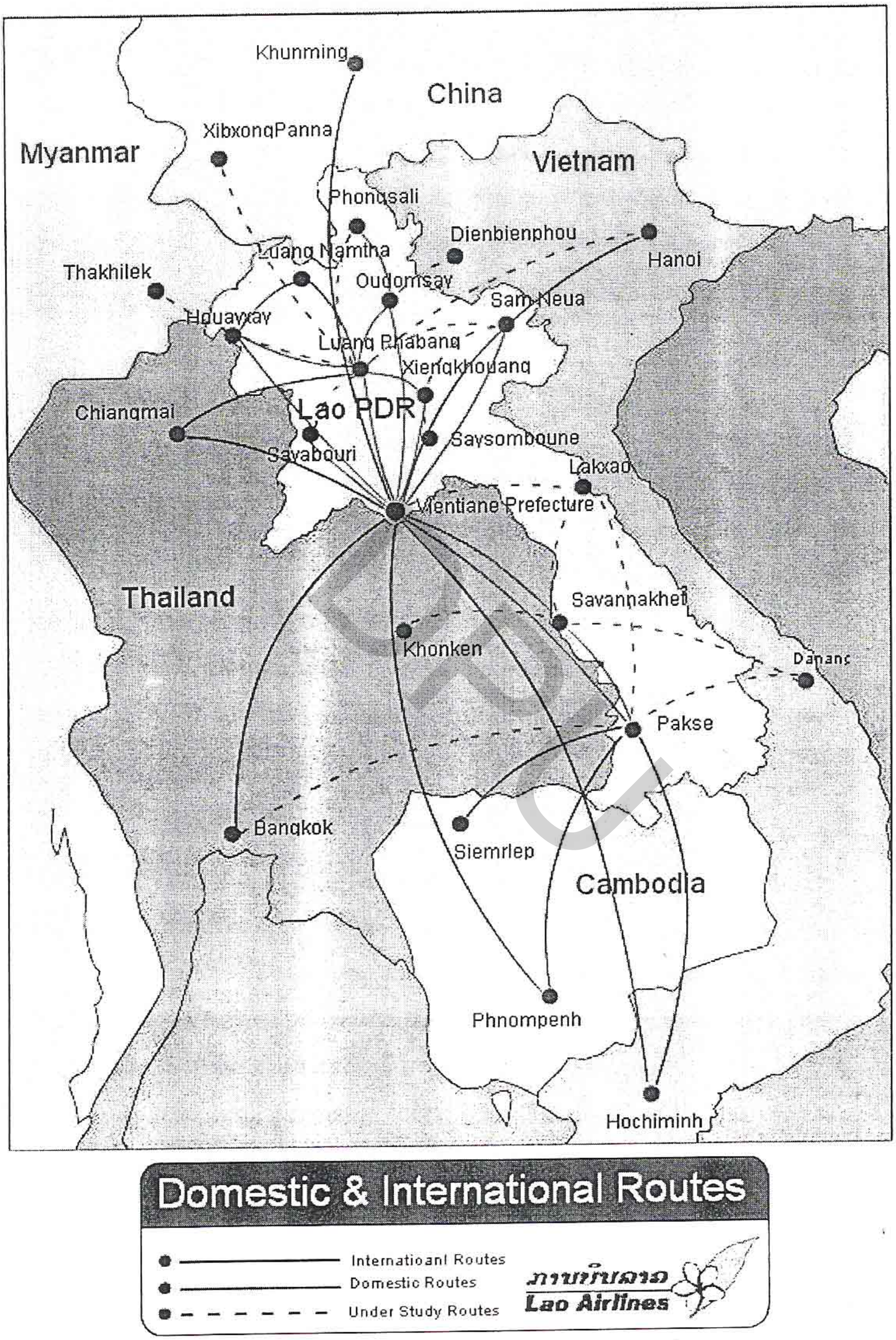
จุดแข็ง / จุดอ่อน	**ศักยภาพ**
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	4.20
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	3.60
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	3.60
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	3.00
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ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

จังหวัดอุดรธานีมีศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว Tourism Hub เพราะมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นมีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตรสูง มีความพร้อมด้วยโครงสร้างพื้นฐานมีที่พักและภัตตาคาร และมีสนามบินนานาชาติ และมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ และการขยายตลาดทางการท่องเที่ยวให้กว้างขวางขึ้นจากการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากจังหวัดสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ วังเวียง และหลวงพระบาง

ตารางที่ 7-2 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดหนองคาย การเป็นประตูสู่ลาว

จุดแข็ง / จุดอ่อน	ศักยภาพ
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก	2.40
2. มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร	3.20
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก และภัตตาคาร	3.60
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ	2.40
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ	3.60
รวม	**3.04**
โอกาส / อุปสรรค	
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริม	4.20
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว	4.00
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)	4.80
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างที่ท่องเที่ยว การจัดงานต่างๆระดับนานาชาติ	4.40
5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง	4.00
รวม	**4.28**

จังหวัดหนองคายมีพรมแดนติดกับลาวอยู่คนละฝั่งแม่น้ำโขงมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว และมีศักยภาพของโครงสร้างพื้นฐานสูง มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร มีความได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง และมีโอกาสการพัฒนามาเป็นประตูสู่ลาวสูง มีโอกาสการลงทุนด้านการท่องเที่ยวสูง สามารถเชื่อมโยงและพัฒนาไปสู่ระดับนานาชาติสูง และสามารถขยายตลาดการท่องเที่ยวเป็นวงกว้าง ดังนั้นจึงสมควรส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่สาธารณรัฐประชาชนลาว สปป.ลาว มีเป้าหมายในการพัฒนาการคมนาคมทางอากาศลาวหลายเส้นทางดังรูปที่ 7 – 2 จะมีการเพิ่มเส้นทางการบินมายังประเทศไทยหลายจังหวัดและเมืองอื่นๆในประเทศเพื่อนบ้าน จุดที่น่าพิจารณา คือ ที่แขวงสะหวันเขตที่จะมีการบินมาเชื่อมมาที่จังหวัดขอนแก่นของไทย



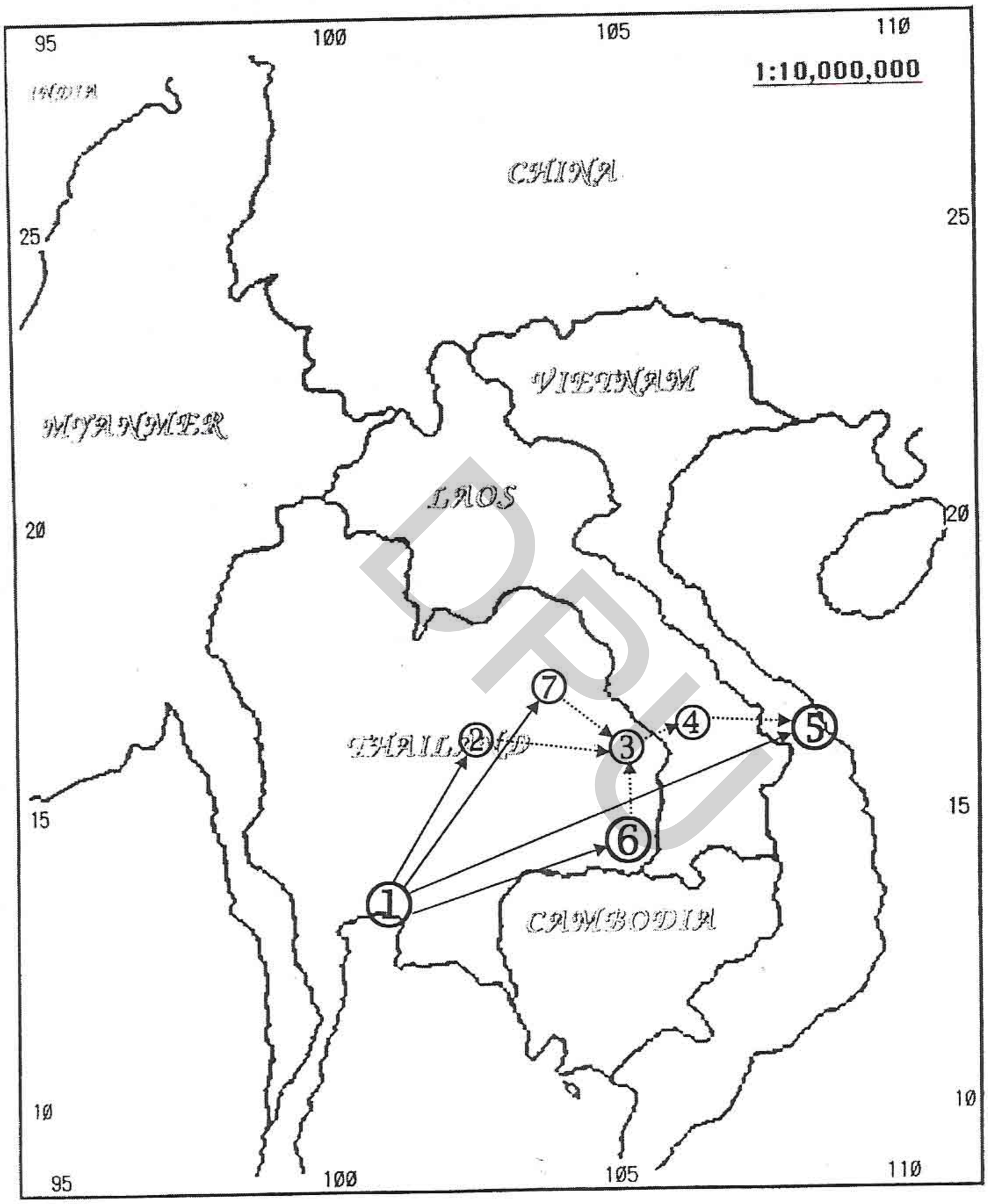
รูปที่ 7 – 2 เส้นทางการบินประเทศลาว ที่มา : สายการบินลาว

สนามบินในประเทศ จะมีตามเมืองหลัก ๆ ได้แก่ ห้วยไซ หลวงพระบาง หลวงน้ำทา อุดมไซ ปักเซ พงสาลี เชียงขวาง ไชยสมบูรณ์ เวียงจันทน์ สะหวันนะเขต ไชยะบุรี การบินภายในประเทศ มีความสะดวกและราคาถูก เที่ยวบินภายในประเทศส่วนใหญ่จะผ่านเวียงจันทน์ การให้บริการการบินของสปป.ลาวมักจะไม่ตรงตามตารางเวลา มีการล่าช้าบ่อย จะเป็นเที่ยวบินระหว่างเวียงจันทน์ – หลวงพระบาง วันละ 3 เที่ยว ใช้เวลาประมาณ 40 นาที สปป.ลาวเก็บภาษีสนามบินในประเทศ 1,000 กีบ

สปป.ลาวมีสนามบินนานาชาติเพียงแห่งเดียวคือ สนามบินวัดไต ที่เวียงจันทน์ สนามบินนี้สามารถเชื่อมโยงไปยังเมืองใหญ่ในเอเชียตะวันออกจำนวนม่าก แม้ว่าจะมีการลดเที่ยวบินจำนวนมากจากวิกฤตการทางเศรษฐกิจการเงินเมื่อปี 2540 แต่ในขณะนี้ก็ยังมีเที่ยวบินสู่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ฮานอย โฮจิมินห์ซิตี้ พนมเปญ คุนหมิง และอื่น ๆ เที่ยวบินสู่ กรุงเทพฯ และพนมเปญ บ่อยมากกว่าเทียวบินอื่น ๆ

ไทยและ สปป.ลาว ได้เปิดเจรจาสิทธิทางการบินระหว่างกัน โดยทั้งสองฝ่ายสามารถทำการบินออกจากจุดใด ๆ ของตนไปยังจุดใด ๆ ของอีกฝ่ายได้อย่างเสรี และสามารถใช้ชื่อเที่ยวบินร่วมกันระหว่างสายการบินของประเทศเดียวกัน เช่นสายการบินไทยกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส ใช้ชื่อเที่ยวบินร่วมกัน บินไปยัง สปป.ลาว และสายการบินของแต่ละฝ่ายสามารถใช้ชื่อเที่ยวบินร่วมกันบินไปยัง สปป.ลาวหรือไทย เป็นต้น การเปิดกว้างของเส้นทางบินครั้งนี้จะทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น สายการบินของสปป.ลาว คือสายการบินลาว (Lao Airline) มีเที่ยวบินประจำไปยังเมืองสำคัญของประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ฮานอย โฮจิมินห์ซิตี้ พนมเปญ สปป.ลาวเก็บภาษีสนามบินระหว่างประเทศ 10 ดอลลาร์สรอ. สายการบินต่างประเทศที่มีเที่ยวบินไปลงเวียงจันทน์ เช่น สายกาบิน Silk Air. Air Vietnam, Royal Air Cambodge, China Airline เป็นต้น

7.2 เชื่อมโยงไทย – ลาว – เวียดนาม (ขอนแก่น - มุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบาว – เคเซนท์ - ดองฮา - กวางตรี - เว้ - ดานัง)



① กรุงเทพฯ ② ขอนแก่น ⟶ การเดินทางโดยการบิน

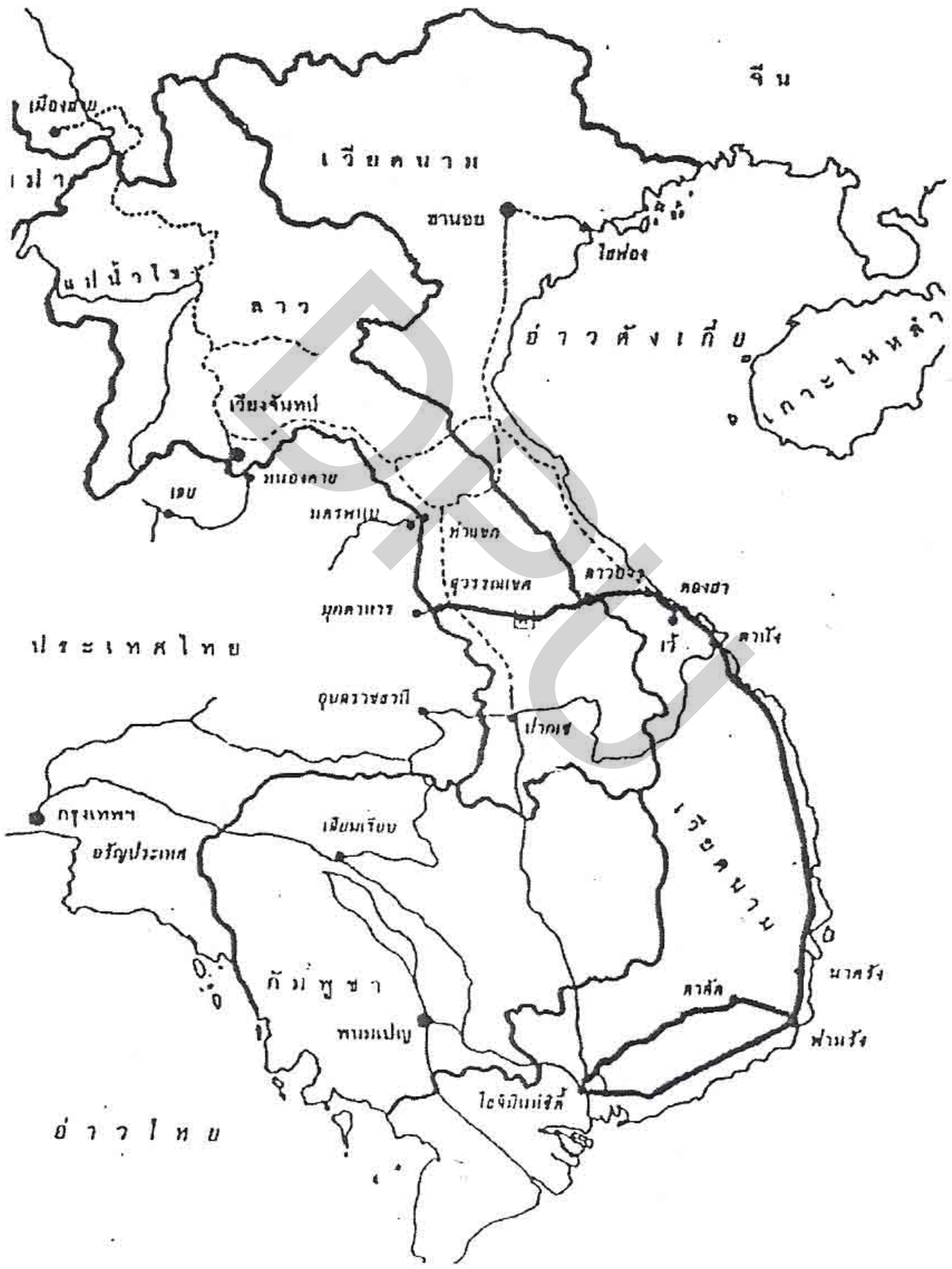
③ มุกดาหาร ④ สะหวันเขต ⋯⋯▸ การเดินทางโดยรถยนต์

⑤ เว้ดานัง ⑥ อุบลราชธานี

⑦ อุดรธานี

รูปที่ 7-3 เส้นทางการบิน ขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบิน มุกดาหารเป็นประตูสู่ลาว เวียดนาม

เส้นทางการบินต้นทุนต่ำจากกรุงเทพฯ ไปที่สนามบินจังหวัดขอนแก่นแล้วสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ตามเส้นทางเชื่อมตะวันออก ตะวันตก (Eest West Corridor) ไปสู่จังหวัดมุกดาหารซึ่งจะเชื่อมไปสู่แขวงสะหวันเขต สปป.ลาว และเดินทางทางรถยนต์ไปถึงเวียดนามตอนกลาง เมืองดองฮา ดานัง และเว้



รูปที่ 7-4 แผนที่เส้นทางEast -West-Corridor มุกดาหาร ลาวบาว ดองฮา ดานัง (เวียดนาม)

แขวงสะหวันเขตและพิพิธภัณฑ์สะหวันเขต

สะหวันเขต มีพื้นที่ 22,080 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 700,000 คน ความหนาแน่นของประชากร 25 คนต่อตารางกิโลเมตร และแบ่งเป็น 15 เมือง (ตำบล) ในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา พื้นที่เป็นที่ราบมากกว่าภูเขาป่าไม้ยังหนาแน่น เมืองเซโปน เป็นที่สังเกตว่าแหล่งที่พบกระดูกไดโนเสาร์ อยู่ในเส้นตะติจูดเดียวกันกับแหล่งที่พบไดโนเสาร์ ในเขตอำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น

พิพิธภัณฑ์ แสดงนิทรรศการแขวงสะหวันเขต เดิมเป็นเรือนรับรองของเจ้าแขวงฝรั่งต่อมาใช้เป็นเรือนรับรองของเจ้ามหาชีวิต

นอกจากพิพิธภัณฑ์เมืองแล้ว สวนอาหารกะปอมยักษ์เป็นที่น่าเข้าไปชมหุ่นกะปอมยักษ์ซึ่งปั้นไว้หลายตัว กะปอมยักษ์หรือไดโนเสาร์ ดูจะเป็นจุดเด่นที่ชาวเมืองสะหวันเขตตั้งใจให้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ในระยะหลังนักท่องเที่ยวก็ไม่ค่อยตื่นเต้นเท่าไรนัก โดยเฉพาะในภาคอีสาน นักธรณีวิทยาพบทรากฟอสซิลไดโนเสาร์หลายแห่ง เช่น ที่ภูเวียง จ.ข่อนแก่น ภูคุ่มข้าว อำเภอสหัสขันธ์ จ.กาฬสินธุ์ แต่ละแห่งจัดทำพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง มีมัคคุเทศก์อธิบายให้ฟัง แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ จึงเป็นที่สนใจเฉพาะกลุ่ม เช่นเดียวกับกลุ่มที่สนใจศึกษาลักษณะบ้านเรือน ที่อยู่อาศัยของชนเผ่าต่าง ๆ หรือ บ้านเรือนยุคสมัยต่าง ๆ ซึ่งในสะหวันเขตมีอาคารเก่าซึ่งได้รับอิทธิพลทางสถาปัตยกรรมฝรั่งเศส ในชุมชน 4 –5 หลัง โดยเฉพาะในเขตโรงพยาบาลสะหวันเขต ยังอนุรักษ์ไว้ 3 หลัง แหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งอยู่นอกเมืองสะหวันเขต 15 กิโลเมตร พระธาตุอิงอัง เป็นพระธาตุสำคัญที่ย้อนยุค ไปถึงพุทธศตวรรษที่ 15 – 16 ซึ่งเป็นพุทธสถานหรืออาจเป็นเทวสถาน แต่ถูกดัดแปลงเป็นพุทธสถาน ในเวลาต่อมา มีการบูรณะซ่อมแซมหลายครั้ง เป็นพระธาตุก่อด้วยอิฐและลาแลง ตามตำนานในอุรังคธาตุ กล่าวอ้างถึงการเสด็จโปรดสัตว์ของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าหลายแห่ง ตามเมืองและสถานที่แถบลุ่มแม่น้ำโขง "อิงอัง" หมายถึง การเสด็จประทับนั่งพิงต้นรังเมื่อเสด็จมาถึงบริเวณนี้

การท่องเที่ยวตามเส้นทาง East West Corridor หรือทางหลวงหมายเลข 9 เป็นเส้นทางสำคัญที่ใช้เป็นทางเดินเข้าสู่เวียดนาม ตอนกลางใกล้ที่สุด ถนนสายนี้ผ่านเมืองสะหวันเขตที่หลักกิโลเมตรที่ 26 เดินทางผ่านเมืองต่างๆ จนถึงเขตชายแดนลาว - เวียดนาม และแหล่งท่องเที่ยวเวียดนามตอนกลาง

ระยะทางที่ผ่านเมืองต่าง ๆ คือ

ช่องสะหวันเขต - เซโน เมืองอุทุพร	30	กิโลเมตร
ช่องอุทุมพร - ดงเห็น อาจสะพังทอง	40	กิโลเมตร
ช่องอาจสะพังทอง - เมืองพิน	35	กิโลเมตร

ช่องเมืองพิน - เซโปน 30 กิโลเมตร

ช่องเมืองเซโปน - ลาวบาว 45 กิโลเมตร

ระยะทางประมาณ 180 กิโลเมตร เป็นถนนลาดยางระบบการจราจรสะดวก จะใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 2 ชั่วโมง กล่าวโดยหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เมืองต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นเมืองขึ้นกับสยาม

เส้นทางสะหวันเขต ไปด่านลาวบาวจะพบ มีโรงงานไม้ปาเก้ก่อนถึงเมืองอุทุมพร ซึ่งจะมีตลาดใหญ่ เรียกว่า ตลาดเซโน (ภาษาฝรั่งเศส) มีทางแยก 3 เส้นทาง ไปตามเมืองใหญ่ ๆ ของลาว สินค้าทันสมัยรวมทั้งยาแพทย์แผนใหม่ส่งมาจากไทยทั้งสิ้น ส่วนอาหารพื้นเมืองยังนิยมห่อด้วยใบตอง ใบบัว ใบเหียง แล้วผูกมัดด้วยตอกไม้ไผ่เส้นบาง ๆ ออกเดินทางจากตลาดเซโนไม่นานจะเห็นโรงเรียนชั้นประถม เป็นอาคารไม้ปลูกง่าย ๆ เช่นเดียวกับในชนบทไทย ส่วนเรือนที่อยู่อาศัยของชาวพื้นเมืองมีลักษณะเป็นเรือนเกยหลังคามุงแฝก ผู้มีฐานะยากจนจะปลูกเรือนเครื่องผูกยกพื้นสูงจากดินประมาณ 1 เมตร ที่บ้านพลาน เมืองพินเป็นเมืองใหญ่กว่าทุกเมืองที่ผ่านมา นักเดินทางมักแวะจอดรถยนต์ และรับประทานอาหารกลางวัน อาหารเย็นกันที่นี่มีโรงแรมของเอกชนที่พอจะใช้รับนักท่องเที่ยว มีอนุสรณ์สถาน แสดงการร่วมรบกับจักรวรรดินิยมในสงครามอินโดจีน เส้นทางที่ตรงไปยังเมืองเซโปนโดยรถยนต์ ๆ มีแม่น้ำเซโปนหรือตะโปน (ในเอกสารกองจดหมายเหตุแห่งชาติ) ไหลผ่าน หลังจากนั้นอีกไม่นาน จะเห็นบ้านเรือนเริ่มหนาแน่นขึ้นตามลำดับเมื่อเข้าเขตลาวบาว

ประเทศเวียดนาม (เคเซนห์ - ดองฮา - กวางตรี)

เมืองเคเซนท์ เป็นเมืองเล็ก ๆ อยู่ชายแดนติดพรมแดนลาว เป็นเมืองในเขตเมืองกวางตรี ซึ่งเป็นแหล่งสำคัญในสงครามเวียดนาม - อเมริกัน เส้นทางส่วนใหญ่จะเป็นถนนบนเทือกเขา สามารถมองเห็นบ้านเรือนตามไหล่เขา ซึ่งปลูกเป็นอาคารคอนกรีต หลังเล็ก ๆ เป็นอาคารชั้นเดียวตามลักษณะของครอบครัวเกษตรกร ลักษณะเด่น คือ บ้านแต่ละหลังจะทำเกษตรครบวงจร สามารถผลิตอาหารพึ่งตนเองได้ ส่วนที่เหลือจึงขายเป็นรายได้เล็กน้อยเก็บสะสมไว้ พื้นที่หมู่บ้านจึงเป็นไร่พืชผัก ปลูกข้าวเป็นสำคัญ เมืองเคเซนท์เป็นเมืองเล็ก ๆ ตั้งอยู่บนถนนหมายเลข 9 บริเวณด้านซ้ายมือเคยเป็นฐานทัพอเมริกัน 3 แห่ง ตามเนินเขาผ่านสะพานข้ามแม่น้ำดากรอง (DA KRONG RIVER) ผ่านเมืองคำโร (COMLO) เข้าสู่เมืองดองฮา (DONGGHA TOWN) ซึ่งอยู่บนเส้นทางหมายเลข 1 เมืองดองฮาจึงเป็นเมืองสุดท้ายของถนนหมายเลข 9 ส่วนเมืองกวางตรี นักทัศนาจรอาจเดินทางออกจากเมืองดองฮา เลี้ยวขวามือลงสู่ตอนล่างตามเส้นทางหมายเลข 1 เพื่อเดินทางต่อไปยังเมืองเว้ และเมืองดานัง หรือ อาจแยกจากเมืองเคเซนท์ก็ได้แต่ถนนไม่ดีนัก

เมืองดองฮาแต่เดิมเป็นเมืองเล็ก ๆ แต่เนื่องจากอยู่ไม่ห่างจากค่ายทหารสหรัฐอเมริกา และอยู่บนถนนหมายเลข 1 สามารถเชื่อมเวียดนามเหนือ - ใต้ ได้สะดวกโดยเฉพาะอยู่ไม่ไกลจากเส้นขนานที่ 17 ซึ่งสหรัฐอเมริกา ต้องป้องกันเวียตมินห์จากเวียดนามเหนือ จึงทำให้เมืองดองฮาถูกพัฒนาขึ้นเป็นศูนย์กลางทหารอเมริกัน อาคารหลายแห่งที่เป็นโรงพยาบาลทหาร เมื่อสิ้นสุดสงครามเวียดนามทางรัฐบาลได้ดัดแปลงเป็น โรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว ปรับปรุงห้องพักเตียงสำหรับนักท่องเที่ยวที่มักนิยมพักที่เมืองดองฮา ก่อนเดินทางไปเมืองเว้ หรือ ชมอนุสรณ์สงครามอเมริกัน ซึ่งสามารถใช้เวลาศึกษาเข้าชมไม่น้อยกว่า 10 แห่ง ภายใน 1 วัน หรือ 2 วัน

เมืองกวางตรีมี 8 อำเภอ และ 2 เมืองใหญ่ คือ เมืองดองฮาซึ่งอยู่ทางใต้และเมืองโอชาซึ่งอยู่ทางเหนือ อยู่ในเขตเส้นขนานที่ 17 สะพานเบนไห่ เป็นสะพานที่อยู่ในเขตนี้ ลำน้ำไม่ลึกมากประมาณ 4 เมตร ถือเป็นแม่น้ำที่เป็นเส้นขนานระหว่างพวกคอมมิวนิสต์ และ ฝ่ายรัฐบาลเวียดนามใต้

เส้นทางโฮจิมินห์

เป็นเส้นทางเชื่อมโยงถนนสายเล็ก ๆ อาจจะไปเที่ยวชมได้ถ้ามีมัคคุเทศก์ที่ชำนาญทางนำไป ส่วนของเส้นทางที่อยู่ใกล้ชายแดนประเทศลาวจะค่อนข้างถูกปกคลุมด้วยต้นไม้ แต่นักท่องเที่ยวจะประหลาดใจในความกว้างของทางและสภาพที่ยังดีของมัน ทางเส้นนี้รู้จักกันในนามว่าถนนไปสู่ชัยชนะของฮานอย

แหล่งท่องเที่ยวเมืองเว้

เมืองเว้เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในเวียดนามตอนกลาง ด้วยเป็นที่ตั้งเมืองหลวงของราชวงค์เหงียนมานานประมาณ 150 ปี มีพระราชวังที่สวยงามตามรูปแบบสถาปัตยกรรมตะวันออกที่ได้รับอิทธิพลจากจีน ถึงแม้พระราชวังแห่งนี้จะถูกทำลายด้วยสงครามหลายครั้งโดยเฉพาะ การกวาดล้างพวกเวียดกง โดยกองทัพอเมริกันและกองทัพรัฐบาลเวียดนามใต้ แต่บางส่วนของพระราชวังแห่งนี้ ได้รับการบูรณะซ่อมแซมจากองค์การยูเนสโกต่อมาพระราชวังแห่งนี้ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จึงนับว่าพระราชวังเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด

นอกจากพระราชวังแห่งเมืองนี้จะเป็นแหล่งที่สนใจ ของนักท่องเที่ยวแล้วบริเวณสุสานกษัตริย์ราชวงศ์หงียน ซึ่งอยู่ไม่ห่างจากพระราชวังก็เป็นที่สนใจเช่นเดียวกันเพื่อแสดงรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวจึงขอเสนอเรื่องราว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวดังนี้

พระราชวังจักรพรรดิ

เมืองเว้ในปัจจุบัน ปัจจุบันเมืองเว้เป็นเมืองหลวงของจังหวัด ตั้งอยู่บนฝั่งแม่น้ำหอม คนเวียดนามหลายคน รู้จักเมืองนี้ว่า เมืองแห่งความงาม (City of Beauty) การไปเยี่ยมชม Imperial City เป็นสิ่งที่พลาดไม่ได้ ช่างถ่ายรูปจะต้องถ่ายรูปเสาหินแดงและสีทองของพระราชวัง Thai Hoa เครื่องถมทองสลับดำ ซึ่งประดับสิ่งก่อสร้างหลายแห่งแผ่นจารึกวิหาร Temple of the Generations และรอยจารึกอันประรีตบนแจกันใหญ่ในบริเวณวัง The Mieu นักท่องเที่ยวจะตกใจเมื่อเห็นสิ่งงดงามมากมายที่ถูกทำลายในพระราชวังชั้นใน ล่องลงไปทางใต้ของแม่น้ำหอมจะเห็นที่ทำงานอันเก่าแก่ของทหารชาวฝรั่งเศส และโรงเรียนสตรี Khai Dinh และ Dong Khanh เมื่อผ่านเมืองอย่าลืมคุยกับชาวเมืองที่สุภาพและมีท่าทางเป็นมิตร ผู้ซึ่งยึดถือคำขวัญที่ว่า Thuy Chung หมายความว่า "ซื่อสัตย์ตลอดชีวิต" พระราชวังจักรพรรดิ (The Imperial City) ส่วนนี้ประกอบด้วยกำแพงเมือง Hoang Thanh และพระราชวังชั้นใน Farbidden Purpul City หรือ Tu Can Thinh และทางเข้าพระราชวัง Royal Citadel (Hoang Thanh) จะเห็นได้โดยมองหาเสาธงสูงทางด้านตะวันตกของแม่น้ำหอมราว ๆ 300 เมตร ลงไปทางใต้ของ

สุสานจักรพรรดิดึก

วัดที่สร้างเป็นอนุสรณ์ให้เป็นอนุสรณ์ให้แก่พระองค์สามารถไปชมได้อยู่ในเมืองเว้ โดยไปตามเส้นทางรถไฟจากโบสถ์ Phu Cam Catheral ไปตามถนน Doan Huu

สุสานจักรพรรดิเดียนฟุค

จักรพรรดิ Kien Phuc ซึ่งครองราชย์ในเดือนพฤศจิกายน 1883 เป็นบุตรบุญธรรมอีกคนของจักรพรรดิ Tu Duc

แหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองดานัง

ระยะทางเว้ - ดานัง ห่างกันประมาณ 110 กิโลเมตร มีชื่อเรียกทางราชการว่าจังหวัดกวางนำ - ดานัง มีเนื้อที่ 12,000 ตารางกิโลเมตร ประชากรประมาณ 2 ล้านคน ดานังเป็นเมืองสำคัญที่สุดในเวียดนามตอนกลางเป็นเมืองใหญ่เช่นเดียวกับโฮจิมินห์ซิตี้เป็นศูนย์กลางภาคใต้ เมืองฮานอยเป็นศูนย์กลางทางภาคเหนือของสาธารณรัฐประชาธิปไตยเวียดนาม

เมืองดานัง ซึ่งแต่เดิมเป็นเมืองท่าเรือชาวประมง เชื่อมต่อกับเมืองไฟโฟหรือ เมืองฮอยอัน มีความสำคัญมากที่สุดในช่วงสงครามอเมริกัน 25 ปีผ่านไป ดานังเป็นเมืองที่มีความพร้อมในการท่องเที่ยวพอสมควร โรงแรมถูกปรับปรุงใหม่ สังคมในดานังค่อนข้างเป็นตะวันตกมากกว่าสังคมในเมืองเว้ในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ พิพิธภัณฑ์เมืองดานัง ภูเขาหินอ่อนงูอันห์

ชายหาด ในเขต โรงแรมชาวอเมริกันที่อยู่ไม่ห่างจากเมืองดานังมากนัก และเมืองฮอยอันซึ่งเป็นเมืองโบราณท่าเรือสินค้าหลายยุคสมัย ที่เทศบาลเมืองนี้ยังอนุรักษ์ไว้อย่างมีชีวิต เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของเขตนี้ เพื่อความเข้าใจสาระของแหล่งท่องเที่ยวจึงขอสรุปความสำคัญ ดังนี้

พิพิธภัณฑ์เมืองดานัง (พิพิธภัณฑ์เผ่าจาม)

พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ภาษาเวียดนามเรียกว่า ฮัง (Hang) เป็นพิพิธภัณฑ์ทางประติมากรรมแสดงหลักฐานทางโบราณคดีของชนเผาจาม เหมาะที่จะใช้เป็นศูนย์กลางในการศึกษา

ห้องหมี่เซิน - ตราเกียว

เมืองตราเกียวอยู่ห่างจากเมืองดานัง ไปทางทิศใต้ประมาณ 60 กิโลเมตร เป็นศูนย์กลางหรือเมืองหลวงของอาณาจักรจามปา ในคริสต์ศตวรรษที่ 4 ที่นั่นมีโบราณ สถานอยู่เป็นจำนวนมาก มีชื่อเรียกว่า “สังคบุรี” เป็นสถานที่รับอารยธรรมอินเดีย

เมืองหมี่เซิน อยู่ห่างจากเมืองดานัง 70 กิโลเมตร แต่เดินทางโดยรถยนต์ แต่มีถนนรถยนต์เพียง 65 กม. ประมาณ 5 ก.ม. ต้องใช้รถมอเตอร์ไซด์ เป็นเมืองหลวงของจามปา ในคริสต์ศตวรรษที่ 13

เมืองโบราณฮอยอัน หรือ (Hoi An)

การเดินทาง Hoi An ไปด้วยรถปิคอัพจากดานังแนะนำไปให้ใช้รถปิคอัพดีกว่า เพราะว่าตำรวจในท้องเที่ยวบางครั้งก็ปรับนักท่องเที่ยวที่เดินตามทาง ที่นี่เป็นเส้นทางรถโดยสารหนึ่งซึ่งชาวต่างชาติต้องจ่ายค่าโดยสารสูงกว่าคนในท้องถิ่นถึง 3 เท่า ราคาทั่ว ๆ ไป 20,000 ดอง อาจจะไป Hoi An ได้อีกทางหนึ่งโดยรถปิคอัพจากหมู่บ้าน Non Nuoc ที่เชิงเขาหินอ่อนตามทางที่สร้างโดยทหารเกาหลี นับว่าคุ้มค่าที่จะไปเยี่ยม Hoi An มันเป็นที่ดีที่สุดในประเทศ โรงแรม Moin ที่เมืองเว้ มีบริการแท็กซี่ไปจนถึง Hoi An เป็นเงิน 85,000 ดองต่อคน Hoi An ในปัจจุบัน เมืองที่สงบนี้เหมาะสำหรับการหนีให้พ้นถนนอันจอแจของเมืองดานัง ชาวจีนซึ่งย้ายมาอยู่ที่นี่ในศตวรรษที่ 17 ได้ทิ้งสมาคมชาวจีนที่น่าสนใจไว้หลายแห่ง หอประชุมร้านค้าใหญ่ และวัดที่เก่าแก่

วัด Quan Cong สิ่งที่งดงามที่สุดของวัดนี้ซึ่งสร้างในปี 1953 ก็คือ รูปปั้น Quan Cong และองครักษ์ของเขา คือ นายพล Chau Xuong ที่นี่เราจะเห็นม้าเท่าตัวจริงทำกระดาษแข็งเป็นสัญลักษณ์ของพลังและความเป็นผู้ชาย นักถ่ายรูปปั้นปลาพ่นน้ำบนหลังคา วัดนี้ตั้งอยู่เลขที่ 24 ถนน Tran Phu

ร้านค้าของชาวจีน ตัวอย่างของร้านค้าที่ดีที่สุดตั้งอยู่ถนน Nguyen Thai Hoc และ Tran Phu ให้มองคานหลังคา ซึ่งแกะสลักระเบียงไม้ กระรอกที่ห้อยมาจากคานไม้ ภาพแกะสลักบนหลังผนังไม้กระดานสัญลักษณ์ Yin และ Yang บนกระเบื้องหลังคา และดวงตา ซึ่งคอยเฝ้ามองผีร้าย

ฮอยอันกับการท่องเที่ยว

ฮอยอันหรือห่อยแอน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อที่สุดในเขตดานัง รู้จักกันทั่วไปว่าเป็นเมืองโบราณที่ชุมชนท้องถิ่นอนุรักษ์ไว้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้ชาวเมือง ทั้งค่าเข้าชมเมือง และค่าเข้าชมบ้านโบราณ ซึ่งบางหลังสถาปนิคได้นำรูปแบบสถาปัตย์ของชาติเอเซียและยุโรป เข้ามาผสมกันอย่างกลมกลืน โรงแรมฮอยแอนเป็นโรงแรมชั้นดี

ศาลเจ้าฮกเกียน

บริเวณสถานที่ตั้งนี้หลังจากบุคคลผู้นำ 6 ครอบครัวมาถึงรุ่นที่ 24 ได้บันทึก ชื่อชายไว้ขวา ของผู้หญิงไว้ทางซ้าย ภาพเขียนแสดงฤดูทั้ง 4 ฤดู หรือจากฮกเกียน เข้ามาก็มีชาวดัช ญี่ปุ่น เวียดนาม ที่นี่มีบ้านหลายสไตล์

ผู้ที่จะสร้างบ้านแถบนี้ต้องขออนุญาตจากคณะกรรมการทางวัฒนธรรมของเมืองก่อนบ้านหลังนี้สำคัญที่สุดของชาวเวียดนาม ได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการวัฒนธรรมใน ค.ศ. 1985 โดยเมื่อ 200 ปี ที่แล้ว พ่อค้าชาวเวียดนามได้มาสร้าง ไว้ปัจจุบันเป็นรุ่นที่ 7 เจ้าของบ้านเป็นคนรุ่นใหม่ รวมสไตร์ของเวียดนาม ญี่ปุ่น และจีนสร้างด้วยไม้ขนุน ไม้มะฮอกกานี โคนเสาเป็นหินอ่อนมาจากภูเขาหินอ่อนไม่ไกลจาก Sa Huyun

Sa Huyun เมื่อ 5 ปีที่แล้ว ฮอยอันมีแต่ความเงียบในปี 1990 ได้มีการจัดประชุมสัมมนานานาชาติ เรื่อง เมืองโบราณฮอยแอน ที่เมืองดานัง หลังจากนั้นคนจึงรู้เรื่องฮอยอันดีขึ้น

เมืองนี้โดยเฉลี่ย มีนักท่องเที่ยวมาชมประมาณ 73 คนต่อวัน ในวันหยุดจะมีเป็นจำนวนร้อยคน

ตารางที่ 7-3 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดขอนแก่น เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

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

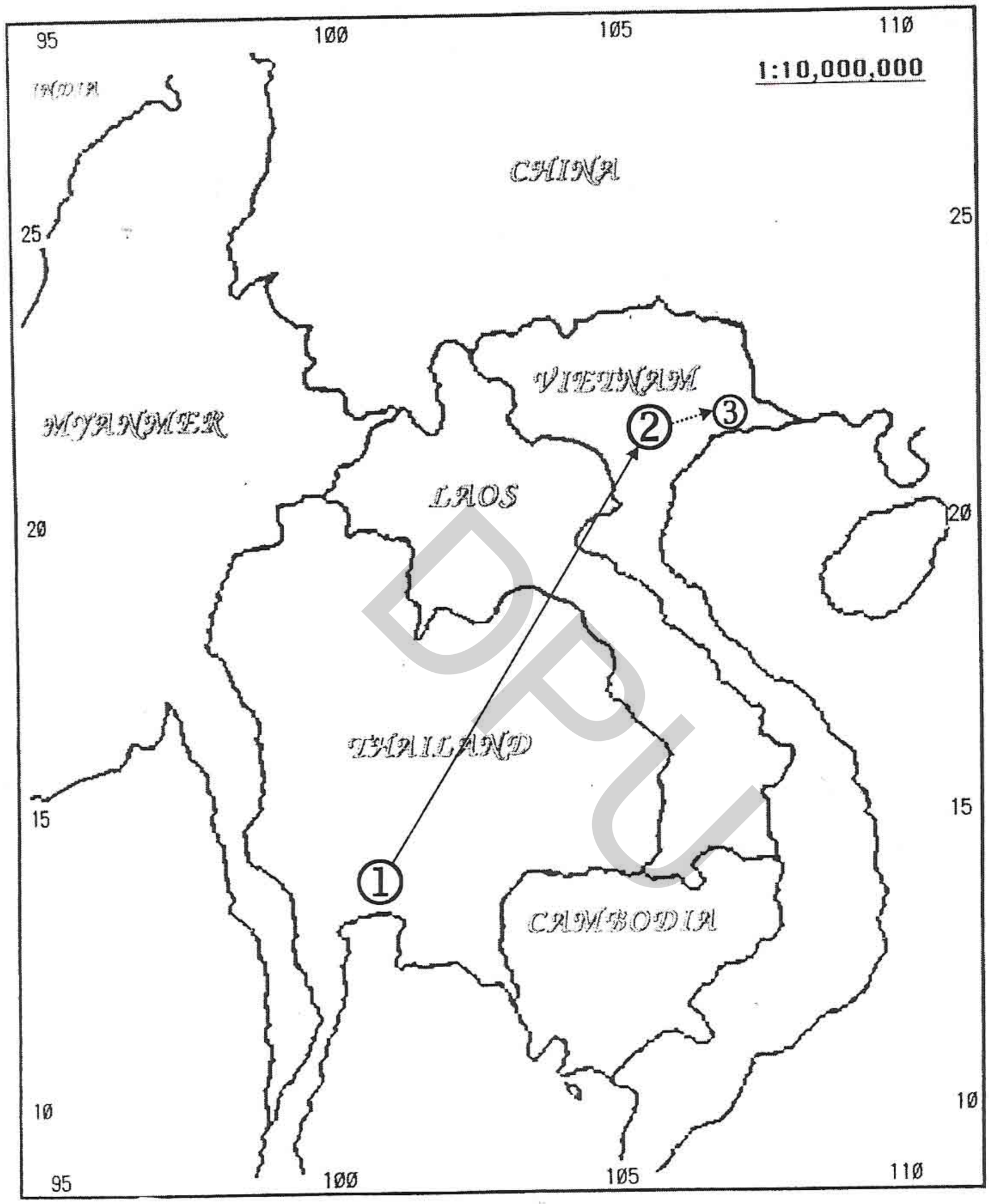
จังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางทางการบินของภาคอีสานกลาง มีโครงสร้างพื้นฐาน ที่พัก ภัตตาคาร มีความปลอดภัยประชาชนเป็นมิตร มีโอกาสสูงในการลงทุนด้านการท่องเที่ยว สามารถเชื่อมโยงทางรถยนต์ตามเส้นทาง East-West-Corridor จากพม่าไปเวียดนามตอนกลาง สามารถขยายตลาดทั้งสินค้าและการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 7-4 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดมุกดาหาร เป็นประตูสู่ลาวและเวียดนาม

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

จังหวัดมุกดาหารมีศักยภาพสูงในด้านความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตร และมีโอกาสในการลงทุนด้านการท่องเที่ยวสูง สามารถเชื่อมโยงไปสู่ลาวและเวียดนามตอนกลางซึ่งมีฮอยอันเมืองโบราณ มรดกโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับนานาชาติและสามารถขยายตลาดการท่องเที่ยวไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้นมุกดาหารเป็นจังหวัดที่ควรได้รับการส่งเสริมให้เป็นประตูสู่ลาวและเวียดนามตอนกลาง

7.3 การท่องเที่ยวไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์



① กรุงเทพฯ ② กรุงฮานอย ——► การเดินทางโดยการบิน

③ ฮาลองเบย์ ·····► การเดินทางโดยรถยนต์

รูปที่ 7-5 เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ - ฮานอย

สายการบินไทยแอร์เอเซียเปิดเส้นทางการบินกรุงเทพฯ-กรุงฮานอย

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

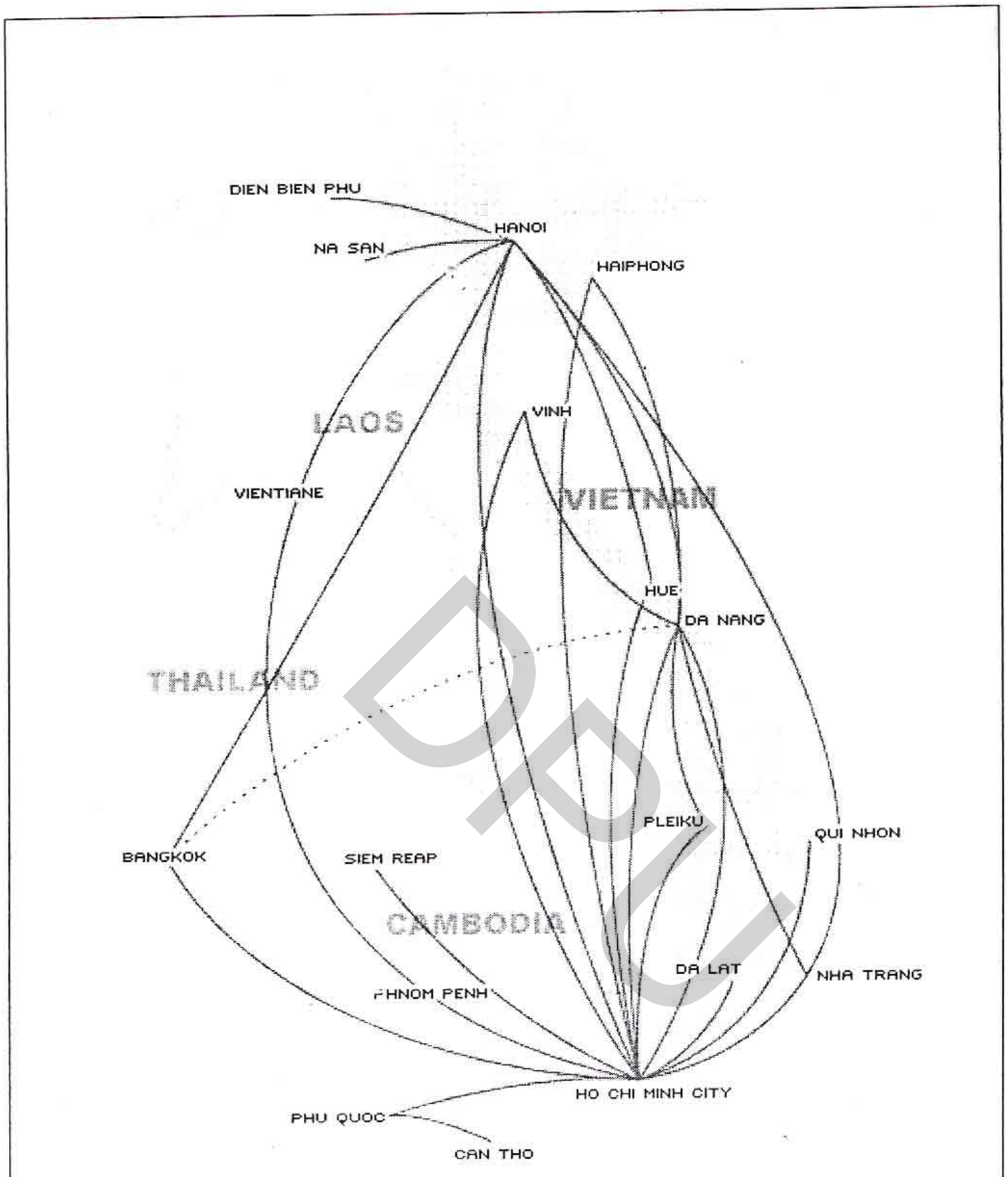
- กรุงฮานอย มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานโฮจิมินห์ พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง เจดีย์เสาเดี่ยว การแสดงหุ่นกระบอกน้ำพื้นเมือง และอ่าวฮาลองเบย์
- Do Son มีบ่อนการพนันขนาดใหญ่ อยู่บริเวณชายฝั่งทะเลเมืองไฮฟอง
- เมืองเว้ มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานของกษัตริย์เหงียน และเจดีย์โบราณ
- เมืองดาลัด แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ คือ พระราชวังฤดูร้อนของกษัตริย์องค์สุดท้ายของเวียดนาม วัด Chua Lin Phuoc และสวนดอกไม้เมืองหนาวขนาดใหญ่
- โฮจิมินต์ ซิตี้ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ อุโมงค์ใต้ดิน กู๋จี ที่ใช้สู้รบกับสหรัฐฯ ในสงครามเวียดนาม ทำเนียบประธานาธิบดี และแหล่งสินค้าพื้นเมือง

การคมนาคมการขนส่งทางอากาศของเวียดนาม

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

- Noi Bai International Airport ตั้งอยู่ทางตอนเหนือห่างจากกรุงฮานอย ประมาณ 30 กิโลเมตร ให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า มีเที่ยวบินตรงไปยังฮ่องกง กัวลาลัมเปอร์ ไทเป ดูไบ ปารีส เบอร์ลิน มอสโค มะนิลา และกรุงเทพฯ เป็นต้น
- Da Nang International Airport ตั้งอยู่ทางภาคกลาง ในอดีตเคยเป็นฐานทัพของสหรัฐฯ ปัจจุบันให้บริการการบินทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ
- Tan Son Nhat International Airport เป็นสนามบินใหญ่ที่สุดของประเทศ ตั้งอยู่ห่างจากโฮจิมินห์ ซิตี้ 7 กิโลเมตร แต่ปัจจุบันมีโครงการจะย้ายสนามบินห่างออกไปอีก 40 กิโลเมตร สามารถบินตรงไปยังเบอร์ลิน แฟรงค์เฟริต อัมสเตอร์ดัม ปารีส โซล โอซากา กวางเจา ไทเป ฮ่องกง กรุงเทพฯ สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ จาการ์ตา ซิดนีย์ มอสโค มะนิลา เป็นต้น และปัจจุบันมีโครงการพัฒนาอาคารผู้โดยสารให้สามารถรองรับผู้โดยสารได้ 8-10 ล้านคนต่อปี

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



รูปที่ 7 – 6 เส้นทางการบินภายในประเทศ ที่มา : สายการบินแห่งชาติเวียดนาม

ปัจจุบันเส้นทางการบินต้นทุนต่ำจากกรุงเทพฯ ไปกรุงฮานอย ซึ่งสามารถเดินทางโดยรถยนต์ต่อไปยังจังหวัดไฮฟองสู่อ่าวฮางลอง ซึ่งเป็นมรดกโลกของเวียดนาม ซึ่งมีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว

7.5 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทย – ลาว และเวียดนาม

7.5.1 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยงเชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

7.5.2 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่เวียงจันทน์ วังเวียง และหลวงพระบาง พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์ ซึ่งควรให้มีรถโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุดรธานี ถึงนครเวียงจันทน์

7.5.3 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่น ไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเว้ ฮอยอันเมืองมรดกโลก

7.5.4 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตูสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ สมรภูมิอเมริกัน วัดโบราณ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ์

7.5.6 เส้นทางท่องเที่ยว กทม.-กรุงพนมเปญ-นครโฮจิมินห์ เป็นเส้นทางที่มีศักยภาพสูง และน่าจะเป็นเส้นทางที่จะสร้างโอกาสการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยวให้แก่อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงนี้ สอดคล้องกับแนวคิด ACMECS ที่ส่งเสริมให้ไทย และประเทศเพื่อนบ้านบูรณาการเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน และเกื้อกูลต่อการเจริญเติบโตด้วยกัน

บทที่ 8
การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้ (เชียงรุ้ง)

ไทยและพม่าเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันทั้งระดับการพัฒนาทาง ทั้งสองประเทศมีวัฒนธรรม ระเบียบแบบแผน ประเพณีที่ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนับถือศาสนาพุทธ เช่นเดียวกันทางวัฒนธรรมไทย- พม่า ที่มีการแลกเปลี่ยนคณะนาฏศิลป์ของทั้งสองฝ่าย และให้ความร่วมมือในการบูรณปฏิสังขรณ์โบราณสถาน และโบราณวัตถุในพม่า นอกจากนี้ กระทรวงต่างประเทศได้อัญเชิญผ้าพระกฐินพระราชทานจากประเทศไทยไปที่วัดพุทธในพม่าทุกปี ตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นมา จึงเปรียบเสมือนการเปิดประตูแห่งการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม เพราะพม่ามีความสวยงามของโบราณสถาน และโบราณวัตถุ นอกจากนี้พม่ายังมีแหล่งธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และสวยงาม ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

8.1 เส้นทางการท่องเที่ยวเชียงราย พม่า ลาว จีน(เชียงรุ้ง)

ปัจจุบันยังไม่มีเส้นทางการบินต้นทุนต่ำบินเข้าประเทศพม่าทุกเมือง ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ ดังที่เสนอให้ใช้ศักยภาพของจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กระจายเส้นทางการท่องเที่ยวทางรถยนต์และทางน้ำในการท่องเที่ยวไทย ลาว พม่า จีนตอนใต้ 5 เส้นทางคือ

8.1.1 เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - ต้าลั้ว (จีน) - เชียงรุ้ง

8.1.2 เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต้น - เมืองลา (จีน) - จิงหง (เชียงรุ้ง)

8.1.3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง

8.1.4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง

8.1.5 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ - ย่างกุ้ง

จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ ได้แก่ พม่า และลาว นอกจากนี้ยังมีพรมแดนใกล้ชิดกับมณฑลยูนนานสาธารณรัฐประชาชนจีน จังหวัดจึงมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการติดต่อระหว่างเชียงใหม่ - เชียงราย - เชียงตุง - เชียงรุ้ง - หลวงพระบาง

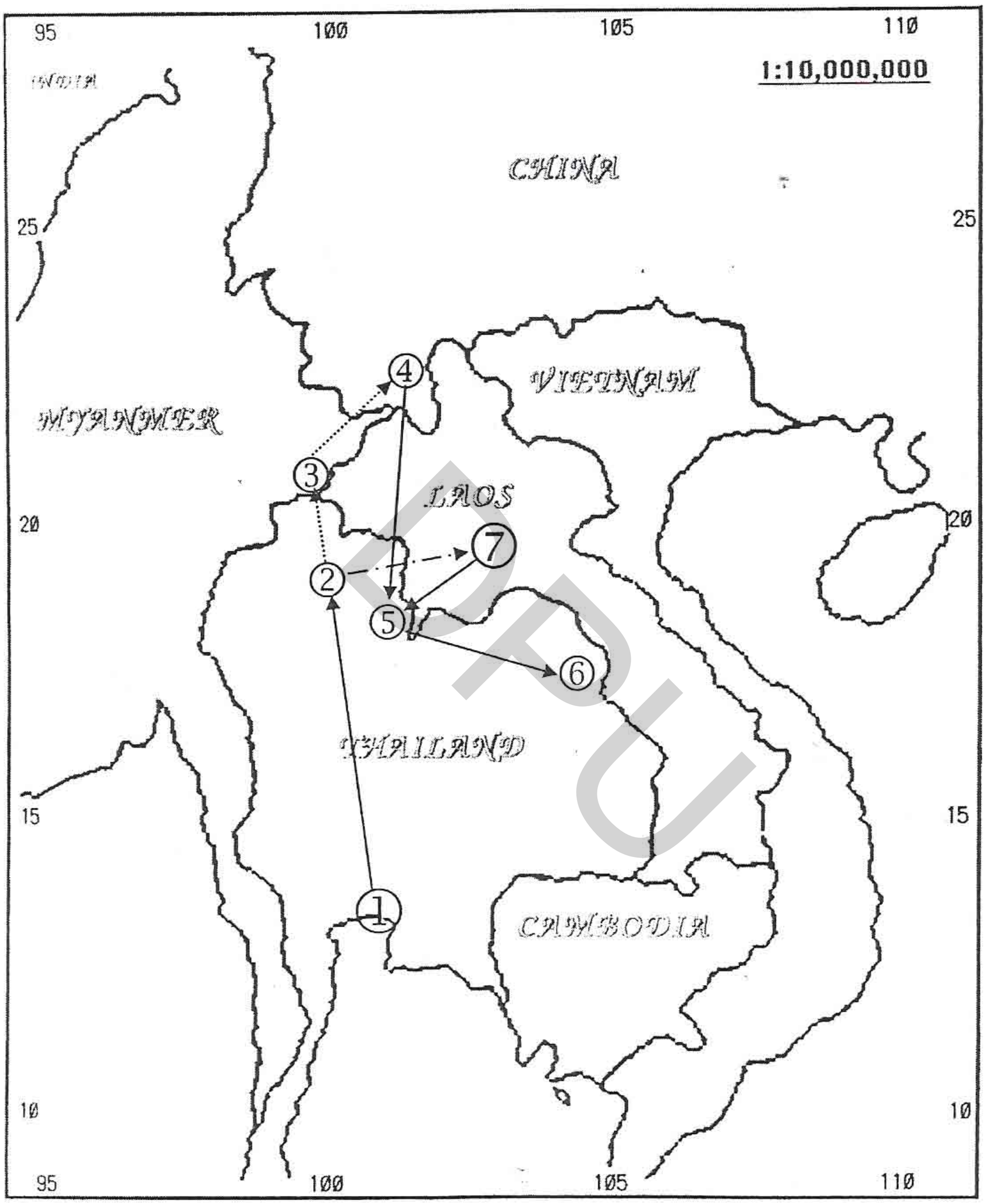
นอกจากเส้นทางการคมนาคมทางบกแล้ว จังหวัดเชียงรายยังมีความพร้อมในด้านเส้นทางคมนาคม ทางอากาศ และทางน้ำ โดยขณะนี้จังหวัดได้มีท่าอากาศยานสากลและมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการและพร้อมจะรองรับเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่จากต่างประเทศเพื่อเชื่อมต่อไปยังเชียงตุง โดยเครื่องบินขนาดเล็กต่อไป

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

เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ได้รับการพัฒนาให้พร้อมทางด้านท่าเทียบเรือ ความสะดวกในการประกอบพิธีการเข้าเมือง และความปลอดภัย หากมีการพักค้างคืนระหว่างการเดินทางแล้วการติดต่อทางน้ำจะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งมากที่สุด

DPU

8.1.1 เส้นทางการท่องเที่ยววนรอบ เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง – เมืองลา (ต้าลั้ว) – เชียงรุ้ง (สิบสองปันนา) การเชื่อมทางทรัพยากรการท่องเที่ยวทางบก



① กรุงเทพฯ ② เชียงราย ——→ การเดินทางโดยการบิน

③ เชียงตุง ④ เชียงรุ้ง ····→ การเดินทางโดยรถยนต์

⑤ เชียงใหม่ ⑥ อุดรธานี – – → การเดินทางโดยเรือ

⑦ หลวงพระบาง

รูปที่ 8-1 เส้นทางการบิน เชียงรายเป็นศูนย์การท่องเที่ยวลำน้ำโขง จีน ลาว

โครงข่ายเส้นทาง แนวเหนือ-ใต้ (North South Corridor) เส้นทางเชื่อมโยง ไทย-พม่า-จีน

ระยะทาง เชียงรุ้ง (จีน) – เมืองลา (พม่า) ระยะทาง 131 กม.

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

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

สภาพเมืองเชียงรุ้ง

เชียงรุ้งหรือจิ่งหง เป็นเมืองในจังหวัดสิบสองปันนาและอยู่ในมณฑลยูนนาน ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทลื้อ รัฐบาลจีนจึงให้เป็นเขตปกครองตนเอง ซึ่งสามารถเลือกผู้ว่าราชการจังหวัดของตนเองได้ เป็นเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีแม่น้ำโขงไหลผ่าน และมีสนามบินภายในประเทศรองรับผู้โดยสารที่เดินทางมาจากภายในและต่างประเทศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมู่บ้านไทลื้อซึ่งมีเอกลักษณ์และมีภาษาพูดที่ใกล้เคียงกับภาษาท้องถิ่นทางภาคเหนือของไทย แม่น้ำโขงที่ไหลผ่านเมืองเชียงรุ้ง บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ – ส่วนหนึ่งของความเชื่อของชาวเชียงรุ้ง การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวเชียงรุ้ง เจดีย์ Tazhuangmu ที่มีความเก่าแก่และเป็นที่เคารพนับถือ สภาพการทำการเกษตรที่พบเห็นได้ชานเมืองเชียงรุ้ง

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

สภาพเมืองลา เป็นเมืองชายแดนของพม่าที่ติดกับเมืองต้าลั่วของจีน เป็นเขตปกครองพิเศษที่ 4 ที่ทางการพม่าให้สิทธิในการปกครองตนเอง มีกองกำลังของตนเองแต่ไม่มีสิทธิในการดำเนินนโยบายกับต่างประเทศ เดิมเป็นฐานที่มั่นของพรรคคอมมิวนิสต์ พม่ามีแม่น้ำม้าเป็นแม่น้ำสายสำคัญที่ผ่านเมืองลาไปถึงเมืองเชียงตุง และในอดีตเป็นแหล่งที่มีการปลูกฝิ่นมากแต่ได้ถูกปราบปรามและได้มีการจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์ฝิ่นขึ้น ปัจจุบันเศรษฐกิจของเมืองลานอกจากจะขึ้นอยู่กับการเกษตรกรรมแล้ว รายได้ของเมืองนี้ยังได้มาจากนักท่องเที่ยวและการเปิดบ่อนคาสิโน ซึ่งมีอยู่

เป็นจำนวนมาก บรรยากาศในช่วงกลางคืนที่มีการเปิดบ่อนคาสิโนจึงคึกคัก เต็มไปด้วยผู้คนและร้านค้าต่างๆ ที่เปิดขายของในช่วงกลางคืน สำหรับช่วงเช้าจะมีบรรยากาศที่คึกคักของการซื้อขายของในตลาดเช้า ซึ่งของที่นำมาขายมีหลากหลายรวมถึงสัตว์ป่าหายากด้วย

เจดีย์ของเมืองลาที่ตั้งอยู่ใกล้กับบริเวณพรมแดน จีน – พม่า ความเชื่อที่ว่าพระพุทธรูปชี้ไปที่เมืองใด เมืองนั้นจะเจริญ ซึ่งจะพบได้ทั้งที่เมืองลาและเชียงตุง ทัศนียภาพของเมืองลายามพระอาทิตย์ตกดิน ซึ่งสามารถมองเห็นแม่น้ำม้าที่ไหลผ่านเมืองลาไปถึงเมืองเชียงตุง โบสถ์และเจดีย์ที่ตั้งตระหง่านในเมืองลา ซึ่งแสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ตลาดโต้รุ่งของเมืองลา ซึ่งเต็มไปด้วยร้านอาหารและของกินต่างๆ ตลาดเช้าของเมืองล่า ซึ่งมีการนำสินค้าต่างๆ มาจำหน่าย พระพุทธรูปปางไสยาสน์ ซึ่งเป็นที่เคารพของชาวเมืองลา พิพิธภัณฑ์ฝิ่น ซึ่งภายในมีภาพและเหตุการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับการปรามปรามฝิ่นของเมืองลา สภาพบ้านเรือนและวิถีชีวิตของคนชานเมืองลา

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

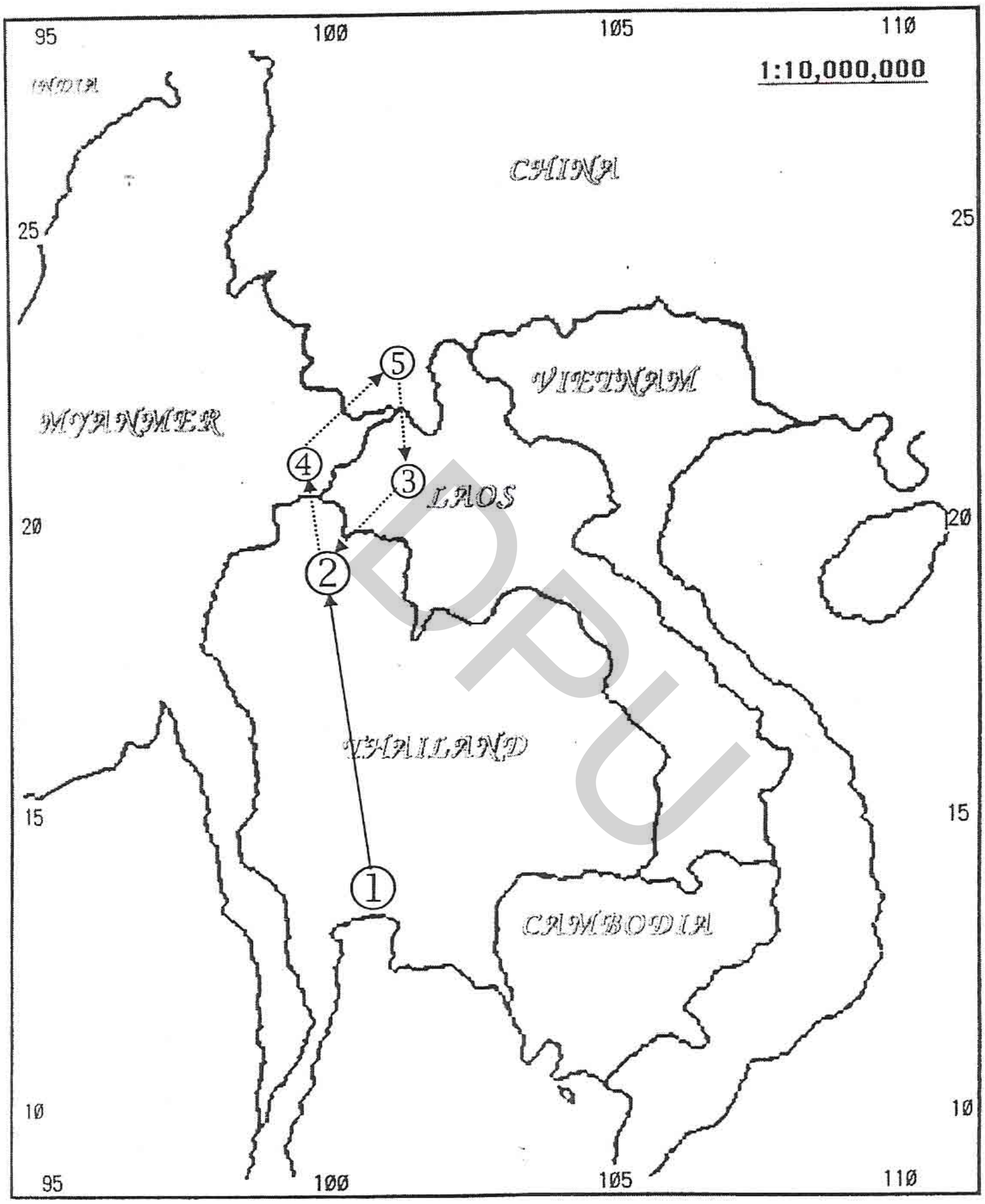
เชียงตุงในอดีตเป็นเมืองหลวงของเขตรัฐฉานตะวันออก เป็นชุมชนที่มีอายุกว่า 600 ปี มีวัฒนธรรมผสมผสานระหว่างพม่า ไต และไตเซ็น จึงมีวัดต่างๆ ที่สร้างตามแบบของแต่ละชนชาติ ภายหลังจากการตกอยู่ในการปกครองของอังกฤษ ทำให้เกิดสิ่งปลูกสร้างภายในตัวเมืองแบบอาณานิคมอังกฤษผสมผสานกับสิ่งปลูกสร้างท้องถิ่น เนื่องจากเชียงตุงเคยเป็นเมืองหลวงจึงมีสถานที่ประวัติศาสตร์ที่สามารถพบเห็นได้ เช่น วัดต่างๆ ซึ่งมีความสวยงาม ประตูเมืองที่ยังคงเหลืออยู่เพียงประตูเดียว และต้นยางใหญ่ ซึ่งมีอายุกว่า 250 ปี ตั้งอยู่บนเนินเขาใกล้คุ้มเจ้าฟ้าเชียงตุงและใต้ต้นยางนี้เคยเป็นสถานที่ประหารชีวิตนักโทษโดยการแขวนคอ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันเมืองเชียงตุงเป็นเมืองที่สงบเงียบ ประชาชนบางส่วนนั่งสวดมนต์ที่วัด และมีชนเผ่าต่างๆ อาศัยอยู่โดยรอบ มีการจัดงานวันปีใหม่ของชาวอาข่าบริเวณในเมือง สถานที่ที่ดูคึกคักของเมือง คือ ตลาด เช้า ซึ่งมีผู้คนทั้งชาวพม่าและชนเผ่ามานั่งรับประทานอาหารและเดินซื้อของ ส่วนในช่วงตอนกลางคืนจะเป็นช่วงที่เงียบไม่พบผู้คนมากนัก เพราะมีการจำกัดการใช้ไฟฟ้า จึงต้องมีการใช้เทียนและตะเกียงในช่วงเวลาที่ไม่มีไฟฟ้าใช้

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

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

สภาพถนนและด่านตรวจที่ออกจากเชียงตุงไปยังท่าขี้เหล็ก ด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) เมืองเชียงตุง ซึ่งรถตู้จะเสียค่าผ่านทางประมาณ 90 บาท สภาพทางระหว่างเชียงตุง – ท่าขี้เหล็ก สภาพร้านค้าและชุมชนระหว่างทาง สภาพถนนที่ลัดเลาะไปตามไหล่เขา การขนไม้ที่พบเห็นระหว่างทาง บริเวณที่ทำการด่านตรวจระหว่างทาง ด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) ท่าเดื่อ ซึ่งรถตู้จะเสียค่าผ่านทางประมาณ 45 บาท ร้านอาหารในเมืองท่าเดื่อ สภาพถนนที่ผ่านเมืองท่าเดื่อ บริเวณที่ทำการด่านระหว่างทาง ด่านเก็บค่าผ่านทาง (Toll Gate) หมากยาง ซึ่งรถตู้จะเสียค่าผ่านทางประมาณ 45 บาท สถาพถนนก่อนถึงท่าขี้เหล็ก ด่านท่าขี้เหล็กของพม่า ซึ่งตรง ข้ามกับด่านแม่สาย จังหวัดเชียงราย

8.1.2 เส้นทางการท่องเที่ยววนรอบ อำเภอเชียงของ ห้วยทราย หลวงน้ำทา - บ่อเต้น (ชายแดนลาว - จีน) เมืองลา (จีน) เชียงรุ้ง (จินหง สิบสองปันนา)



รูปที่ 8-2 เส้นทางการบิน เชียงรายประตูสู่พม่า ลาว จีนตอนใต้ (การเดินทางโดยรถยนต์)

เดินทางโดยรถยนต์ผ่านทางอำเภอเชียงของ ข้ามแม่น้ำโขง สู่เมืองห้วยทรายไปตามเส้นทางสู่ เมืองหลวงน้ำทา ในสารธารธารณรัฐประชาชนลาวผ่านเมืองลา ไปสิ้นสุดที่เมืองจิงหง ประเทศจีน ระยะทางประมาณ 483 กิโลเมตร (ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำ การสำรวจเส้นทางได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทแฮปปี้ทัวร์)

<u>สภาพถนนและภูมิประเทศตลอดเส้นทาง</u>

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

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

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

ช่วงที่สาม จากเมืองหลวงน้ำทา - บ่อเต้น (ชายแดนลาว - จีน) ระยะทาง 60 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมงครึ่ง เลียบตามลำน้ำลดเลี้ยวไปตามที่ราบและภูเขา เส้นทางลาดยาง

ช่วงที่สี่ บ่อเต้น - เมืองลา ระยะทาง 65 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง

ช่วงที่ห้า เมืองลา - จิงหง ระยะทาง 164 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง เส้นทางผ่านภูเขาและทุ่งนา

สำหรับถนนห้วยทราย - หลวงน้ำทา ฝรั่งเศส เป็นผู้ริเริ่มวางแนวถนนไว้ ต่อมาเมื่อราวปี พ.ศ. 2503 รัฐบาลลาวได้เปิดแนวเป็นถนนได้ดังที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ส่วนถนนช่วงระหว่างหลวงน้ำทา บ่อเต้น รัฐบาลจีนให้ความช่วยเหลือในการปรับปรุง

สภาพเศรษฐกิจของพื้นที่ตามเส้นทาง จากจุดเริ่มต้นที่บ้านห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว ซึ่งเป็นชุมชนขนาด 35,000 คน ตั้ง อยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขงตรงข้ามอำเภอเชียงของ มีสภาพเศรษฐกิจไม่คึกคักนัก สินค้าต่าง ๆ พึ่งพาจากไทย มีการคมนาคมติดต่อไปฝั่งไทยโดยแพขนาน ยานยนตร์ข้ามแม่น้ำโขง ซึ่งมีความกว้างประมาณ 600 เมตร ตลอดเส้นทาง 254 กิโลเมตร จากห้วยทราย - บ่อเต้น พื้นที่สองข้างทางส่วนใหญ่ 3 ใน 4 เป็นป่าเขา มีประชากรเบาบางส่วนใหญ่ มีอาชีพทำนาและเก็บของจากป่าไม่ปรากฏการทำกสิกรรมอย่างจริงจัง สภาพความเป็นอยู่ล้าสมัย พึ่งพาวัสดุจากธรรมชาติในการดำรงชีวิต ไม่มีไฟฟ้าและประปา สภาพป่าไม้ตามเส้นทางยังอุดมสมบูรณ์บางช่วงเป็นป่าดงดิบ แหล่งทรัพยากรสำคัญบนเส้นทาง คือ แร่ลิกไนต์ บริเวณตำบลเวียงภูคา

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

ปัจจุบันภายในตัวเมืองหลวงน้ำทา มีการก่อสร้างอาคารสถานบริการต่างๆ การปรับปรุงถนน เพื่อรองรับการพัฒนาอันเนื่องมาจากโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ เพราะความได้เปรียบทางสภาพภูมิศาสตร์ของเมืองหลวงน้ำทาที่จะเป็นศูนย์กลางทางคมนาคม ทั้งทางบก และทางอากาศ มีสนามบินที่สายการบินภายในประเทศลาว บินจากเวียงจันทน์มาลงทุกวัน จะมีเครื่องบินจากเมืองคุนมิงประเทศจีนบินตรงลงมายังเมืองหลวงน้ำทา

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

เมืองหลวงน้ำทา มีเส้นทางที่สามารถเดินทางเข้าไปยังประเทศจีนได้สองเส้นทาง คือ ทางหลวงน้ำทา - เมืองสิงห์ และเส้นทางหลวงน้ำทา - บ่อเต้น

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

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

ช่วงระหว่างหลวงน้ำทา - บ่อเต้น เส้นทางผ่านที่ราบและภูเขา สภาพถนนมีการลาดยางแต่ขาดการบำรุง รถยนต์สัญจรโดยอัตราความเร็ว 40-50 กิโลเมตร ต่อชั่วโมงปริมาณ รถสัญจรประมาณวันละ 100 คัน (สองทาง) โดยแยกเป็นรถขนส่งสินค้า ประมาณ 30 คัน รถทัศนาจรจากจีน 7-8 คัน นอกนั้นเป็นรถส่วนบุคคลก่อนถึงบ่อเต้น 18 กิโลเมตร เป็นหมู่บ้านนาเตย

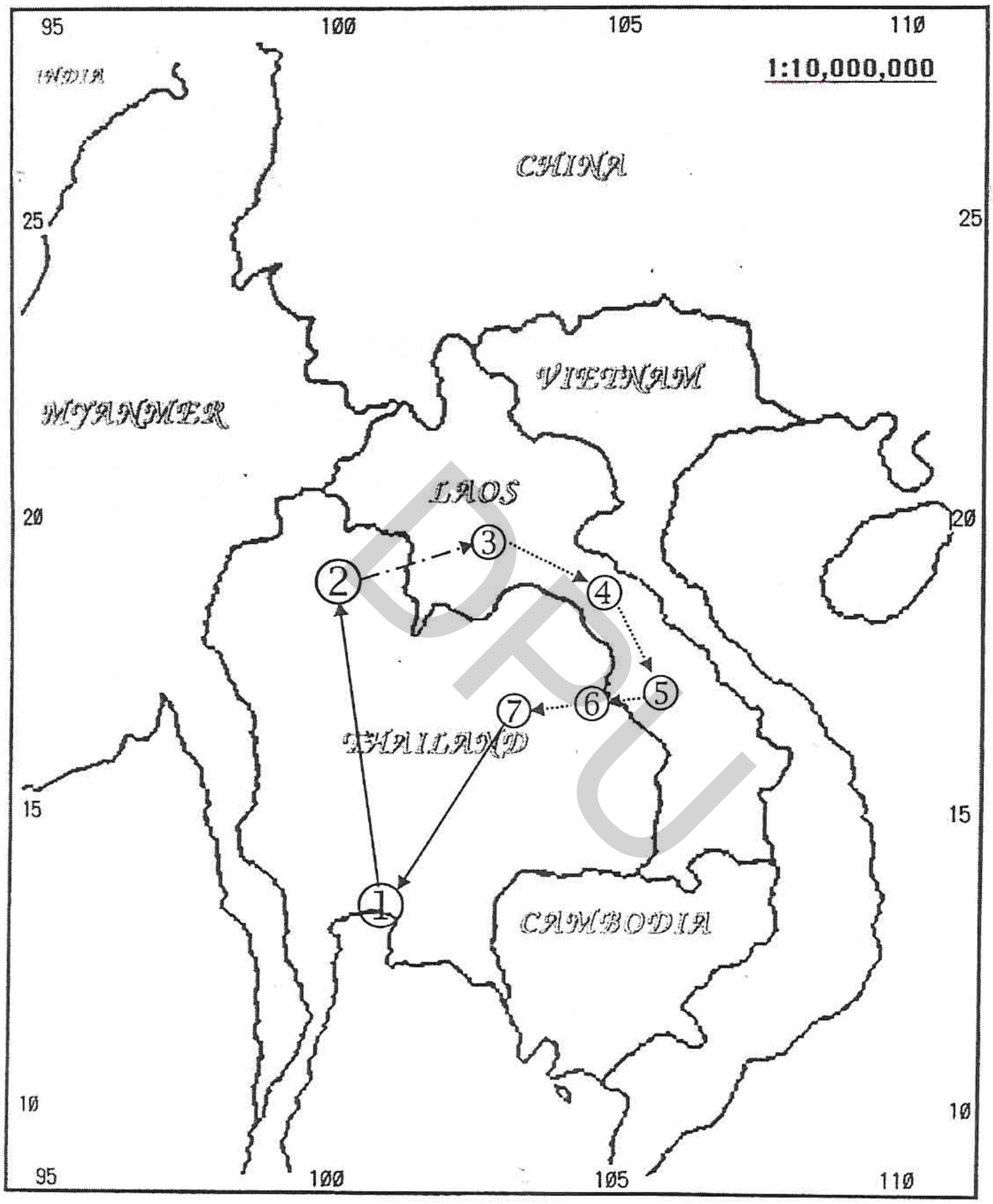
ทางน้ำแม่น้ำโขงหรือแม่น้ำลานช้างที่อยู่ในประเทศจีน ช่วงที่สามารถเดินเรือได้มีระยะทาง 260 กิโลเมตร มีเมืองท่าที่สำคัญคือ เมืองท่าซื่อเหมา และเมืองท่าจินหง (เชียงรุ้ง) ที่เมืองท่าซื่อเหมา มีหาด เสียงกันหลั่น ซึ่งได้รับการปรับปรุง สามารถรองรับการขนส่งท่าเรือได้ ส่วนเมืองท่าเชียงรุ้งอยู่ห่างจากตัวเมืองซึ่งเป็นเมืองหลวงของแคว้นสิบสองปันนา ไปทางทิศใต้ประมาณ 30 กิโลเมตร มีหาดตากับหลาน (หาดสมอใหญ่) ซึ่งมีความสวยงามคล้าย หางนกยูง มีรสวนธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นของสิบสองปันนา ห่างจากหาดตากับหลานไปทางทิศใต้ประมาณ 60 กิโลเมตร เป็นจุดเชื่อมกับแม่น้ำหลอซอไปทางทิศเหนืออีก 20 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของสวนพฤกษชาติเมืองเงิน ซึ่งเป็นศูนย์รวมของพันธุ์ไม้ เมืองร้อนต่าง ๆ จากทั่วโลก

แม่น้ำลานช้าง ช่วงที่ไหลเข้าไปถึงเขตติดต่อระหว่างพม่ากับลาว เป็นต้นไปเรียกว่าแม่น้ำโขง เมืองที่สำคัญของฝั่งแม่น้ำโขง ของฝั่งประเทศพม่า ประกอบด้วยเมืองเชียงหลาและหว่านเปิง ส่วนเมืองที่อยู่ด้านลาว คือเมืองเชียงกา เมืองปังเชียงก่อ เมืองมอ ต้นผึ้ง และห้วยทราย ส่วนที่อยู่ในประเทศไทย คือสามเหลี่ยมทองคำ เชียงแสน และเชียงของ โดยอำเภอเชียงของอยู่ ห่างจากเมืองท่าจินหง 402 กิโลเมตร และห่างจากเมืองซือเหมา 87 กิโลเมตร ได้รับการปรับปรุง ให้เป็นเส้นทางน้ำที่สมบูรณ์แบบ

สี่ชาติ ซึ่งประกอบด้วย จีน ไทย พม่า และลาว ได้ร่วมกันพัฒนาเส้นทางเดินเรือทางลำน้ำโขงจากเมืองท่าซือเหมา ประเทศจีนถึงผาได เขตกิ่งอำเภอเยงแก่น จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำ ในการขนส่งสินค้าและท่องเที่ยวของทั้ง 4 ประเทศ หลังจากการเจาะร่องน้ำเพื่อการเดินเรือขนาดแรงขับน้ำ และบรรทุกหนัก 1,000-2,000 ตัน พร้อมกันนี้จีนยังลงทุนสร้างเขื่อนในแม่น้ำลานช้าง เพื่อผลิตไฟฟ้าขายให้กับประเทศเพื่อนบ้าน และเป็นการเก็บกักน้ำในฤดูน้ำหลาก เพื่อการเดินเรือในฤดูแล้ง

การที่ภาคเอกชนเริ่มที่จะนำเรือโดยสาร (35ที่นั่ง)มาใช้บริการในเส้นทางเชียงแสน - เชียงรุ้งนั้น นับว่าเป็นการลงทุนที่น่าจะให้การสนับสนุนโดยภาครัฐ โดยเฉพาะการสร้างจุดท่าเรือ ถาวร (คนโดยสารและสินค้า) การผ่อนปรนวีซ่า การวิเคราะห์ความปลอดภัยของการเดินทางตลอดจนจุดแวะพัก ที่น่าจะพัฒนาโดยความร่วมมือระหว่าง จีน - พม่า - ลาว - ไทย เพื่อพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น ยุโรป อเมริกา เกหลี ตลอดจน จีน ไต้หวัน ฮ่องกง ให้หันมาใช้บริการด้านนี้ได้มากขึ้น

8.1.4 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางน้ำวนรอบ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง - วังเวียง — เวียงจันทน์ - หนองคาย — อุดรธานี



① กรุงเทพฯ ② เชียงราย ——► การเดินทางโดยการบิน

③ หลวงพระบาง ④ วังเวียง ·····► การเดินทางโดยรถยนต์

⑤ เวียงจันทน์ ⑥ หนองคาย –·–·► การเดินทางโดยเรือ

⑦ อุดรธานี

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

การเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำจากเชียงรายไปเมืองหลวงพระบางเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเช่นเดียวกับการเดินทางไปเมืองเชียงรุ้งซึ่งหลวงพระบางจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย ที่นิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือเพื่อการพักผ่อน นอกจากนั้น เส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำสามารถจัดการท่องเที่ยวแบบวนรอบจากเชียงราย หลวงพระบาง หลวงน้ำทา เชียงรุ้ง เมืองลา (พม่า) เชียงตุง ท่าขี้เหล็ก แม่สาย กลับมาที่จังหวัดเชียงราย หรือเส้นทางการท่องเที่ยวทางเรือจากเชียงรายวนรอบเชียงของ หลวงพระบาง วังเวียง เวียงจันทน์ หนองคาย อุดรธานี

8.1.5 เส้นทางสายการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ – ย่างกุ้ง

ปัจจุบันสายการบินไทยแอร์เอเชียเปิดเส้นทางการบินจากกรุงเทพมหานครสู่กรุงย่างกุ้ง ซึ่งมีโบราณสถานชะเวดากองนี้โอ่อ่าน่าตื่นตาตื่นใจ และเป็นที่สนใจของชาวต่างประเทศไม่น้อยไปกว่านครวัด นครธม

DPU

ตารางที่ 8-1 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดเชียงรายในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว

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

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในด้านการมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่งดงามหลากหลาย มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตรมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่พักภัตตาคาร มีวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ มีสนามบินนานาชาติ และมีโอกาสการพัฒนาสูงในด้านการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปสู่พม่า ลาว จีน ทางการบิน รถยนต์ และเรือ สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ สามารถขยายตลาดได้กว้างขวางมาก จึงสมควรส่งเสริมให้เชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว จีน

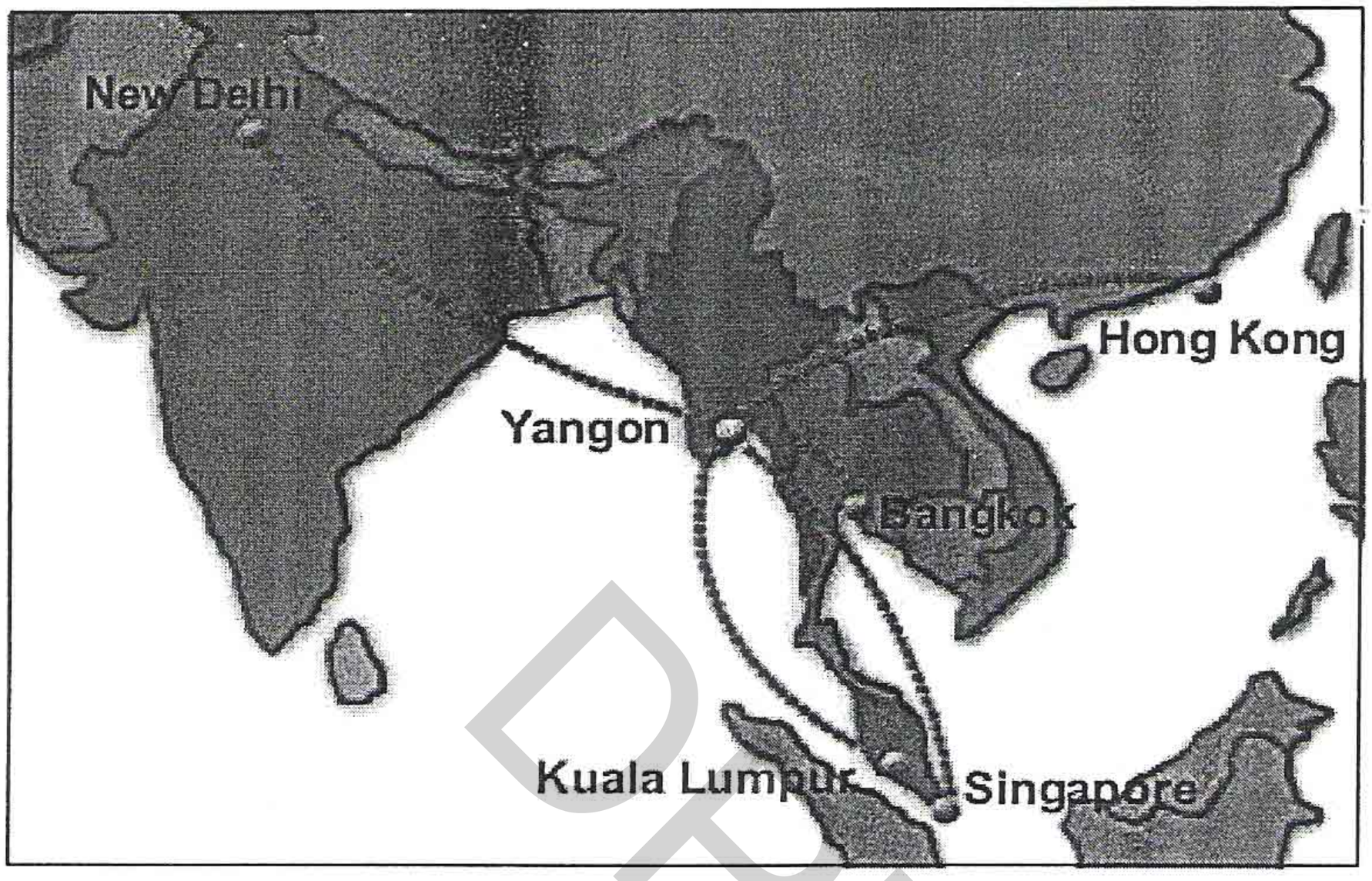
8.2 การท่องเที่ยวพม่า

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

แหล่งท่องเที่ยวในพม่า

ที่น่าสนใจ ได้แก่ อาณาจักรพุกาม อันเป็นดินแดน อารยธรรมของโลก
เมืองหงสาวดี เป็นเมืองประวัติศาสตร์ สมัยพระเจ้า บุเรงนอง
เมืองย่างกุ้ง เป็นเมืองหลวงซึ่งมี เจดีย์ชเวดากองอันยิ่งใหญ่
เมือง มัณฑะเลย์ เป็นเมืองหลวงเก่าที่มีเสน่ห์
เมือง มินกุน เป็นเมืองที่มีเจดีย์และระฆังยักษ์

8.3 การคมนาคมการขนส่งของพม่า การบินประเทศพม่าและเส้นทางการบินพม่า Myanmar Airways International



รูปที่ 8 – 5 เส้นทางการบินพม่า ที่มา : Myanmar Airways International

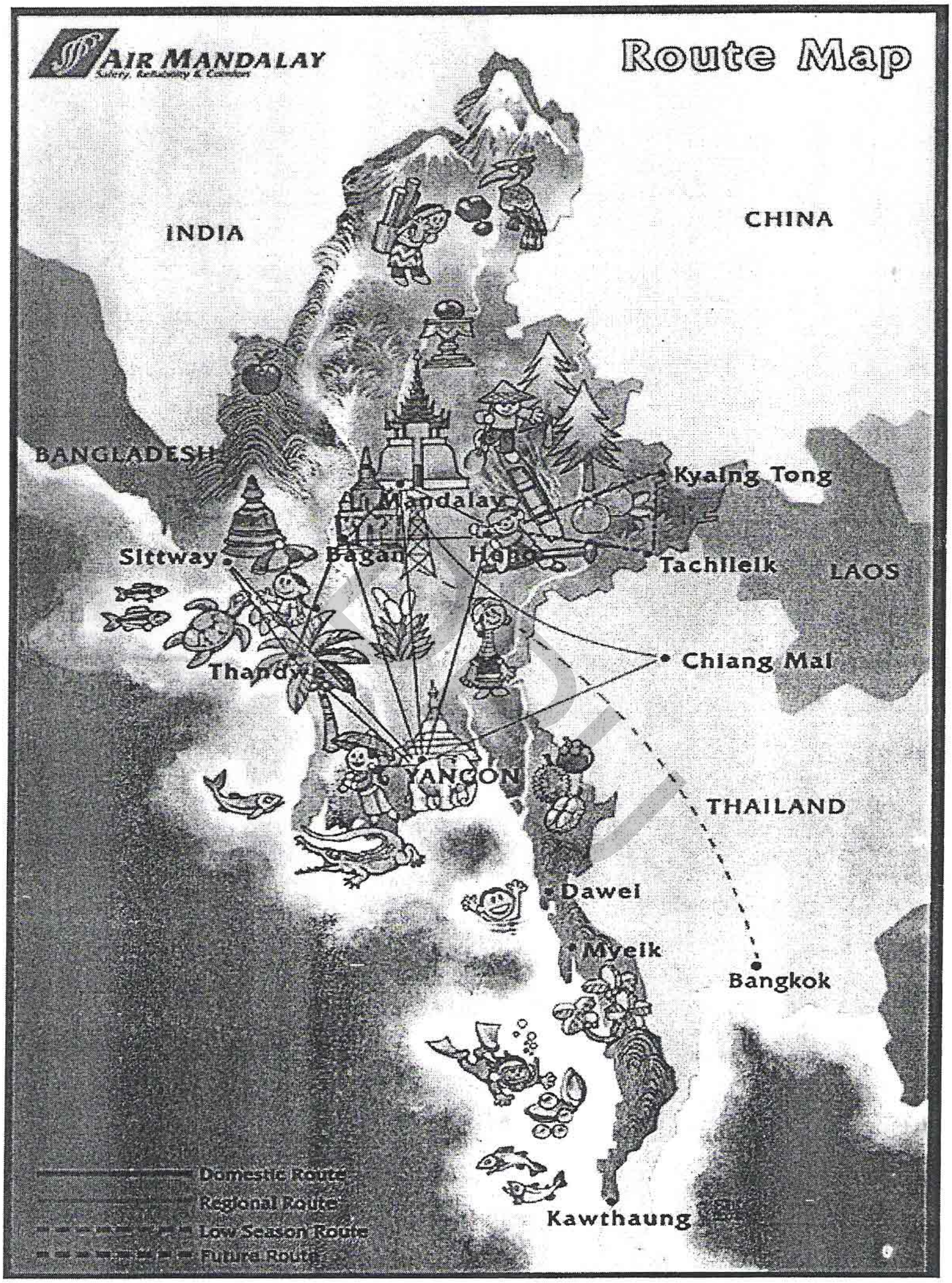
ปัจจุบันพม่ามีท่าอากาศยานทั้งสิ้น 6 – 7 แห่ง เป็นท่าอากาศยานนานาชาติ 4 แห่ง คือ ท่าอากาศยาน Migaladon ซึ่งอยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของกรุงย่างกุ้ง ท่าอากาศยานมัณฑะเลย์ Pagan / Nyaung – Oo และ Heho มีเที่ยวบินไปยังกรุงเทพฯ สิงคโปร์ ดัคคาร์ (บังคลาเทศ) คุนหมิง (จีนตอนใต้) ฮานอย (ผ่านคุนหมิง) พนมเปญ (กัมพูชา)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

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

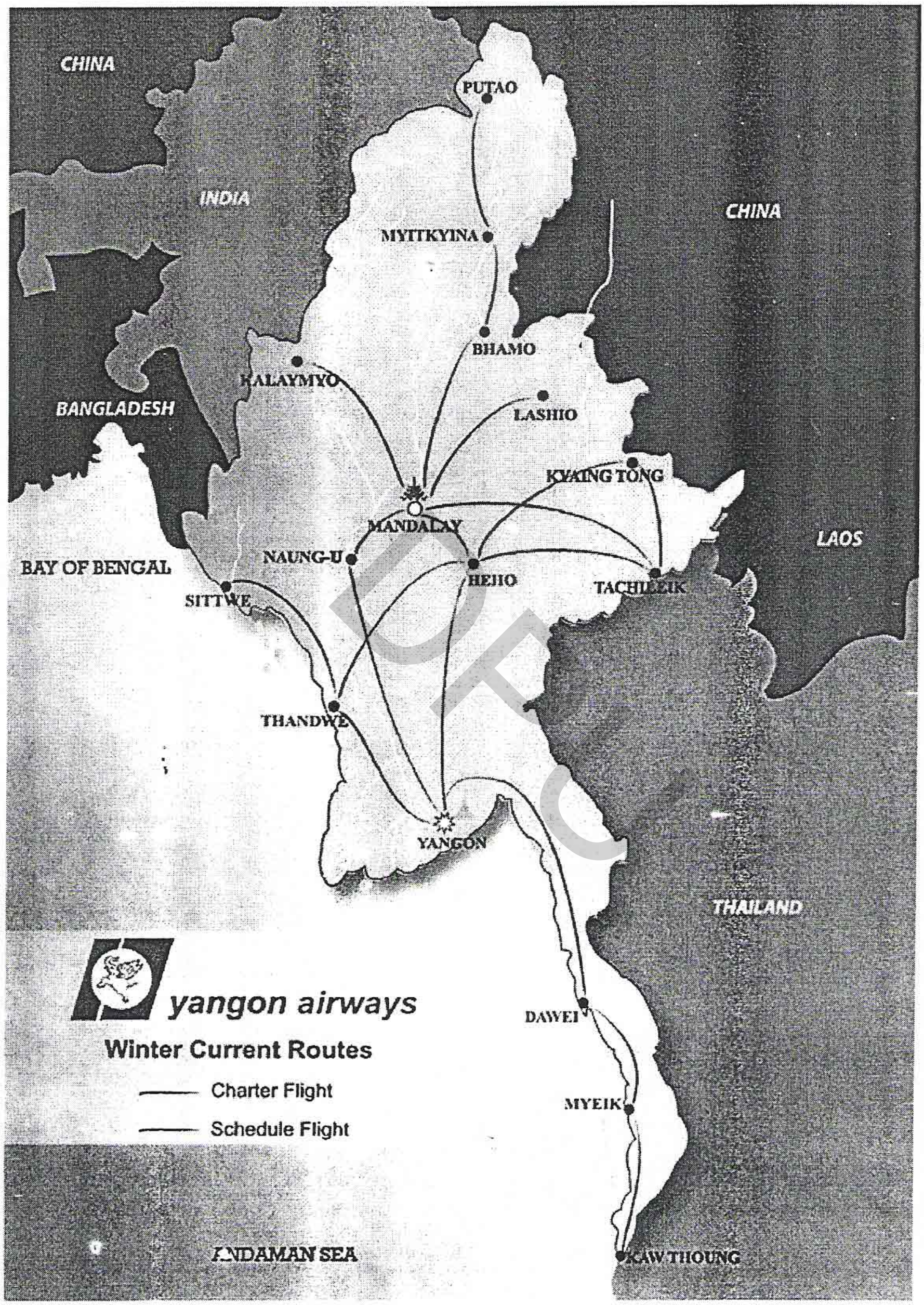
เส้นทางคมนาคมทางอากาศจากพม่าที่สำคัญ ได้แก่ ย่างกุ้ง – มัณฑะเลย์ – คุนหมิง – ฮานอย ย่างกุ้ง – เวียงจันทร์ – โฮจิ มินห์ ย่างกุ้ง – กรุงเทพฯ – พนมเปญ ย่างกุ้ง – บังคลาเทศ ย่างกุ้ง – อินเดีย

สำหรับการบินไทยมีเที่ยวบินไปย่างกุ้งทุกวัน สายการบินที่สำคัญของพม่าคือ Myanmar Airways International (UB) เป็นของรัฐบาล บินจากกรุงย่างกุ้งไปฮ่องกง สิงคโปร์ ดัคคาร์ กัวลาลัมเปอร์ คุนหมิง และกรุงเทพฯ

DPU



รูปที่ 8 – 6 เส้นทางการบินในประเทศพม่าและไทย ที่มา : สายการบินแอร์มัณฑเลย์



รูปที่ 8 – 7 เส้นทางการบินในประเทศพม่า ที่มา : สายการบินย่างกุ้งแอร์เวย์

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

การคมนาคมทางบกของพม่าได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นในระยะที่ผ่านมา ถนนทั่วประเทศมีความยาวทั้งสิ้นประมาณ 27,840 กิโลเมตร ถนนในกรุงย่างกุ้ง และมัณฑะเลย์สามารถเชื่อมโยงไปยังเมืองต่างๆ โดยถนนส่วนใหญ่ยังไม่ลาดยางและมีช่องทางเดียว

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

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

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

เส้นทางต่อจากกรุงย่างกุ้งไปยังบังคลาเทศ อินเดีย และขึ้นเหนือไปเมือง มัณฑะเลย์– ลาเจียง – คุนหมิง (จีนตอนใต้)

8.4 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้

จากการสำรวจเส้นทางและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือ ควรใช้เส้นทางเพื่อเชื่อม ไทย พม่า และจีนตอนใต้ การเปิดเส้นทางเป็นสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่ง ด้วยการใช้ ศักยภาพของเชียงรายที่เหนือกว่าในการเป็นศูนย์กลางอันเนื่องจาก

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

8.4.2 ศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวสูง

8.4.2.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพียงพอต่อการส่งเสริม โดยมีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและวัฒนธรรม

8.4.2.2 ความได้เปรียบในเชิงบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการให้บริการ และจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

8.4.2.3 เชียงรายมีสถานที่พักที่ได้มาตรฐานพอเพียงที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในราคาที่เหมาะสม

8.4.2.4 นอกจากนี้เชียงรายยังเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอแม่สาย

8.4.2.5 เชียงรายมีศักยภาพและมีโอกาสที่ร่วมลงทุนกับยูนนานได้ คือ ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ซึ่งยูนนานมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมาก อีกทั้งเป็นจุดที่ใกล้กับไทยมาก ค่าใช้จ่ายในด้านการเดินทางจึงถูกมาก แต่ปัจจุบันการจัดการด้านการท่องเที่ยวของยูนนานยังขาดความชำนาญ ซึ่งนักธุรกิจไทยสามารถสร้างโอกาสในการเข้าจัดการ เช่น ทำธุรกิจทัวร์ โดยเน้นกลุ่มผู้มีรายได้สูง จากตลาดนักท่องเที่ยวยุโรป สหรัฐอเมริกาได้ไม่ยาก

8.4.3 ความได้เปรียบในด้านการคมนาคมที่ถึงพร้อม

8.4.3.1 การคมนาคมทางบก เส้นทางในไทยมีความพร้อม ทีจะรับการขยายตัวในอนาคตได้มากกว่า อีกทั้งยังเป็นจุดที่สามารถเชื่อมกับถนนที่เชื่อมต่อกับประเทศพม่า ลาว และจีนได้สะดวก หากถนนในส่วนของประเทศเหล่านี้ได้รับการพัฒนาเมืองเชียงรายจะกลายเป็นจุดผ่านที่สำคัญของทั้งสินค้า และนักเดินทาง

8.4.3.2 การคมนาคมทางอากาศ ปัจจุบันสนามบินเชียงรายได้รับการปรับปรุงให้เป็นสนามบินนานาชาติ และมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการทุกวัน มีเที่ยวบินติดต่อได้ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศพม่า ลาว และจีนตอนใต้

8.4.3.3 การคมนาคมทางน้ำ โดยการล่องเรือทางลำน้ำโขง แม้ในปัจจุบันยังไม่คุ้มต่อการเดินเรือ เนื่องจากต้องใช้เรือขนาดเล็ก แต่หากได้รับการพัฒนาจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและขนถ่ายสินค้าที่สำคัญ

8.4.3.4 พิธีการทางศุลกากรที่ง่ายกว่า เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน

8.4.3.5 ความปลอดภัยในการพักค้างคืนก่อนท่องเที่ยวในพื้นที่สนใจสูง ทำให้การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวในฝั่งพม่า และลาวพักในเมืองเชียงราย ดูจะเป็นสิ่งที่ดีกว่าในสายตานักท่องเที่ยว

8.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมเส้นทางผ่านพม่า และการส่งเสริมโดยเชื่อมเส้นทางผ่านลาว

ไทย -สหภาพพม่า	ไทย –สปป. ลาว
<u>ข้อดี</u> - ทรัพยากรการท่องเที่ยวในเส้นทางรถยนต์มีมากกว่า - ท่าขี้เหล็กและแม่สายเป็นจุดแลกเปลี่ยนที่มีศักยภาพสูง <u>ข้อเสียเปรียบ</u> - ปัญหาในเรื่องนโยบายของพม่าที่ไม่ค่อยจะแน่นอน - ปัญหาชนกลุ่มน้อยในพื้นที่ชายแดนพม่ากับจีน	<u>ข้อดี</u> - รัฐบาลมีความแน่นอนในเรื่องของนโยบายในการเชื่อมเส้นทาง - มีหลวงพระบางเป็นเมืองมรดกโลก <u>ข้อเสียเปรียบ</u> - ทรัพยากรการท่องเที่ยวในเส้นทางมีน้อยกว่า - ไม่ผ่านเมืองหลวงพระบาง ซึ่งเป็นเมืองมรดกโลกของลาว

เนื่องจากประเด็นหลัก คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาเส้นทางโดยผ่านทางพม่านั้น น่าจะมีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวมากกว่า ส่วนเส้นทางผ่านประเทศลาวที่จะใช้ในการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้คงเป็นแหล่งท่องเที่ยวบริเวณริมฝั่งแม่น้ำโขงผ่านการเชื่อมเส้นทางโดยทางถนน ผ่านลาว น่าจะเหมาะสมทางด้านเศรษฐกิจการค้ามากกว่าที่จะอยู่ในรูปของทางผ่านของสินค้าระหว่างประเทศไทย และจีน

DPU

บทที่ 9
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย อุดรธานี และอุบลราชธานี
: จังหวัดศูนย์การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

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

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

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

ที่มา : เว็บไซต์ของสายการบินเดือนมกราคม – มีนาคม 2548

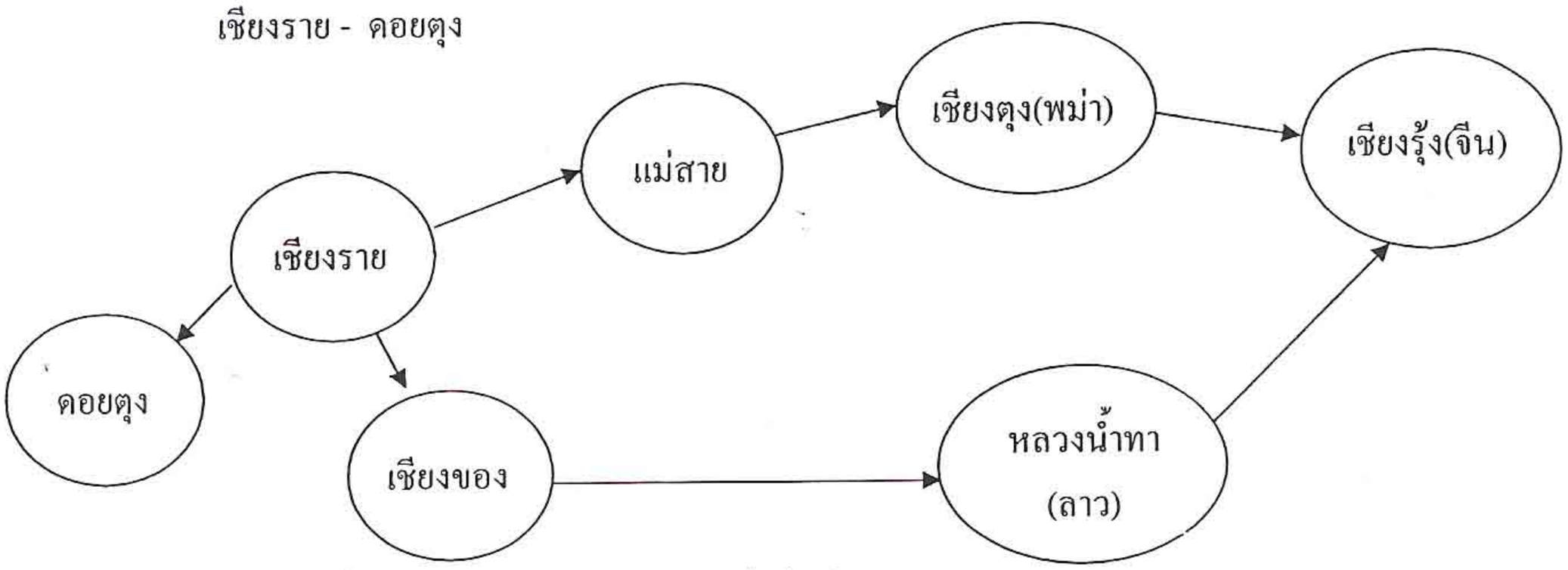
การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเอกสารจากการวิเคราะห์แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย อุดรธานี และอุบลราชธานี เฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและข้อมูลจากเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยช่วงเดือนสิงหาคม 2549 และ นำมาสังเคราะห์รวมกับข้อคิดเห็นจากการ ได้บรรลุผลในเนื้อหาสาระตามเป้าประสงค์ที่ได้ตั้งไว้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

(1) เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

เชียงราย – แม่สาย - พม่า - เชียงรุ้ง (จีน)

เชียงราย - เชียงของ - ลาว

เชียงราย - ดอยตุง



รูปที่ 9-1 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำที่สนามบินนานาชาติจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงราย

1.1 สภาพทั่วไป

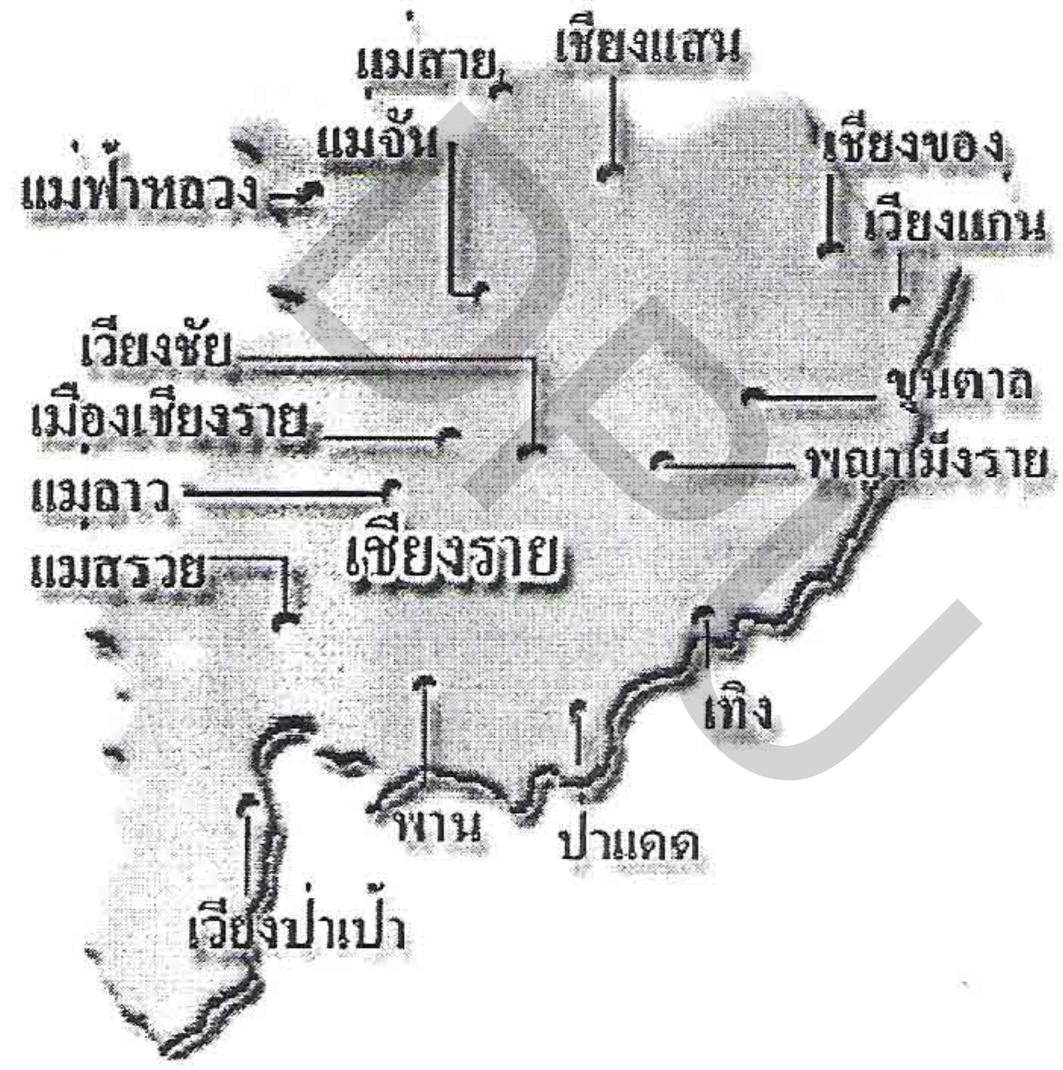
จังหวัดเชียงราย ตั้งอยู่ภาคเหนือของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพฯ 785 ก.ม. มีเนื้อที่ประมาณ 11,678.369 ตร.ก.ม. หรือประมาณ 7,298,981 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ประเทศสหภาพพม่า และประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจังหวัดพะเยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ประเทศสหภาพพม่า และจังหวัดเชียงใหม่



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

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

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

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

ภาคบริการ ร้อยละ 20.29 %

ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 4.89 %

การค้าส่งและค้าปลีก ร้อยละ 20.79 %

การเกษตร ร้อยละ 21.29 %

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

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

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางธรรมชาติ ได้แก่ วนอุทยานน้ำตกขุนกรณ์ อุทยานแห่งชาติดอยหลวง ดอยแม่สลอง หรือดอยสันติคีรี ถ้ำปุ่ม ถ้ำปลา ถ้ำเสาหินพญานาค วนอุทยานขุนน้ำนางนอน จุดชมวิว ดอยช้างมูบ ดอยเชียงเมี่ยงและสบรวก ดอยผาตั้ง ภูชี้ฟ้า

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนสถาน ได้แก่ วัดพระแก้ว วัดพระสิงห์ พระธาตุจอมทอง อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งรายมหาราช พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงแสน พระธาตุดอยตุง พระธาตุจอมแว่น พระธาตุจอมเวา วัดป่าสัก วัดพระเจ้าล้านทอง วัดพระธาตุผาเงา วัดเจดีย์เจ็ดยอด วัดเจดีย์หลวง

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและหัตถกรรม ได้แก่ โครงการพัฒนาดอยตุง ดอยแม่สลอง สวนแม่ฟ้าหลวง ศูนย์หัตถกรรมเวียงกาหลง ศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขา

การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ในประเด็นกลยุทธ์ 5 ประเด็นคือ

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

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

4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

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

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

ตารางที่ 9-2 (ต่อ)

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

ตารางที่ 9-3 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

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

ตารางที่ 9-3 (ต่อ)

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

ตารางที่ 9-3 (ต่อ)

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

DPU

ตารางที่ 9-4 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด หรือที่เรียกว่า "สี่เหลี่ยมวัฒนธรรมล้านนา")

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

DPU

ตารางที่ 9-5 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

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

ตารางที่ 9-6 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

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

ตารางที่ 9-6 (ต่อ)

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

ตารางที่ 9-7 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดเชียงรายในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว

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

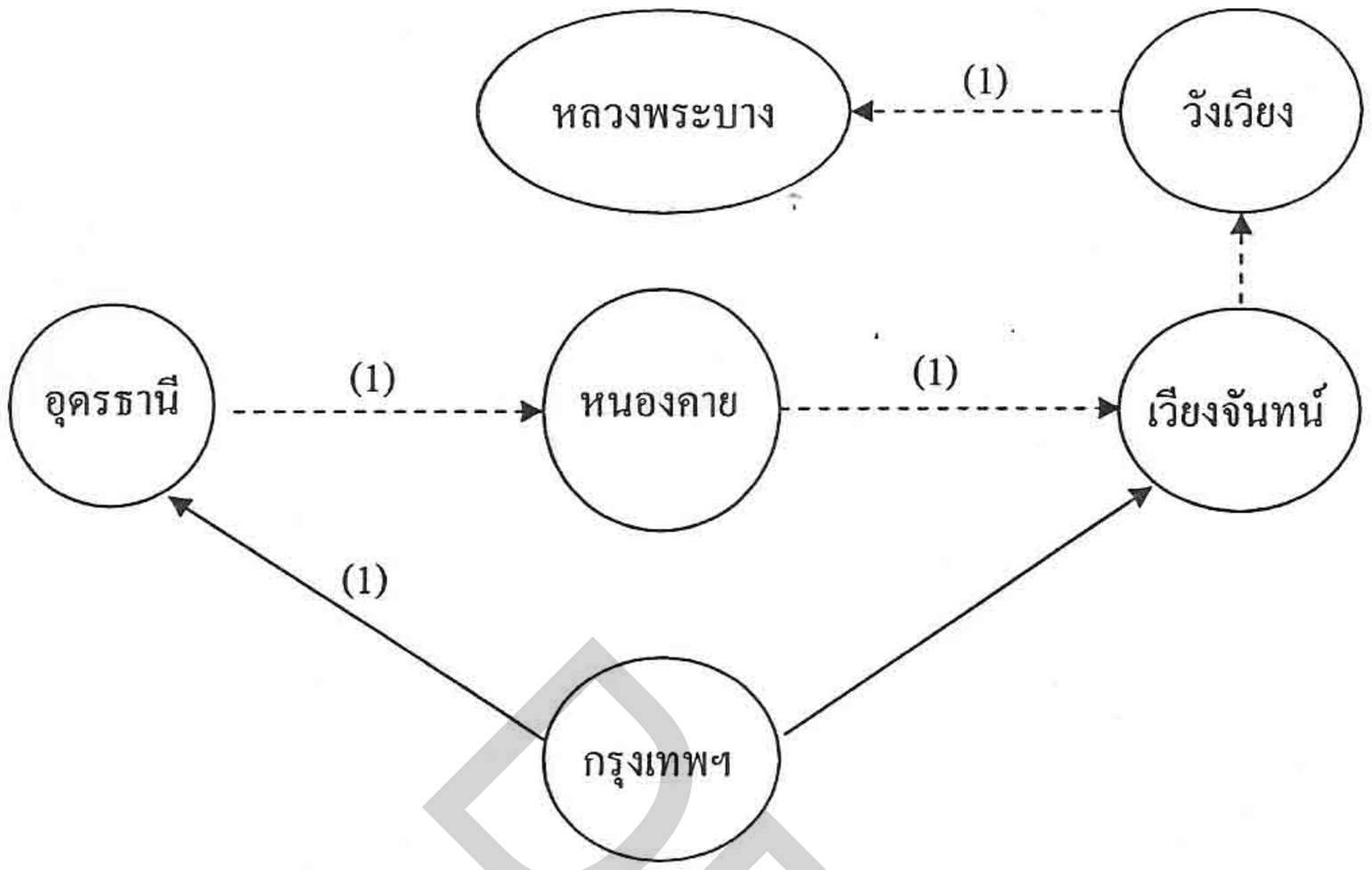
ตารางที่ 9-7 (ต่อ)

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

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในด้านการมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่งดงามหลากหลาย มีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตรมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่พักภัตตาคาร มีวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ มีสนามบินนานาชาติ และมีโอกาสการพัฒนาสูงในด้านการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปสู่พม่า ลาว จีน ทางการบิน รถยนต์ และเรือ สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ สามารถขยายตลาดได้กว้างขวางมาก จึงสมควรส่งเสริมให้เชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว จีน

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

(2) เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี



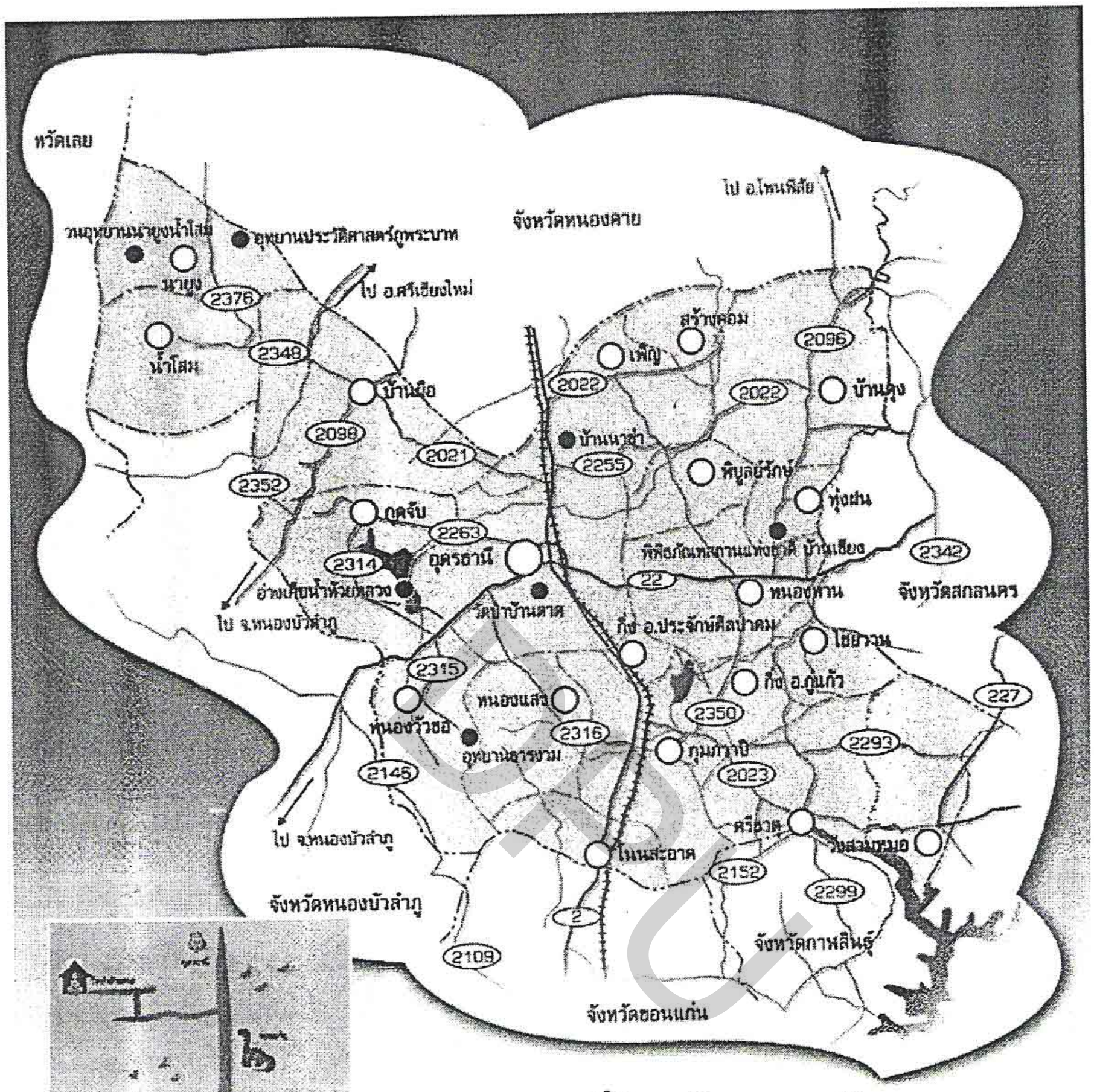
รูปที่ 9-3 เส้นทางการบิน สนามบินจังหวัดอุดรธานี , กรุงเทพฯ – เวียงจันทน์

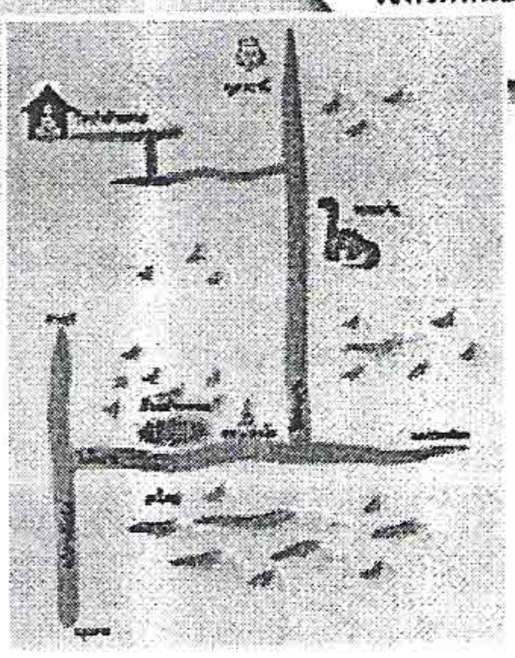
อุดรธานี เป็นจังหวัดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม และการท่องเที่ยวทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะภาพของการเป็นดินแดนแห่งวัดป่า ประตูสู่ประเทศลาว ดินแดนอินโดจีน และยังเป็นดินแดนที่มีอารยธรรมเก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีหัตถกรรมผ้าขิตที่มีชื่อเสียงอีกด้วย

จังหวัดอุดรธานีมีเนื้อที่ประมาณ ๑๑,๗๓๐ ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น ๑๘ อำเภอ ๒ กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง หนองวัวซอ หนองหาน บ้านผือ บ้านดุง กุมภวาปี โนนสะอาด เพ็ญ น้ำโสม กุดจับ ศรีธาตุ วังสามหมอ ทุ่งฝน สร้างคอม ไชยวาน หนองแสง นายูง พิบูลย์รักษ์ กิ่งอำเภอกู่แก้ว และกิ่งอำเภอประจักษ์ศิลปาคม

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดหนองคาย
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น และกาฬสินธุ์
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสกลนคร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดเลย และหนองบัวลำภู





แผนที่จังหวัดอุดรธานี
และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

○ อำเภอ ● แหล่งท่องเที่ยว

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

การเดินทาง

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ ไปตามทางหลวงหมายเลข ๑ (ถนนพหลโยธิน) ถึงสระบุรี บริเวณกิโลเมตรที่ ๑๐๗ แยกเข้าทางหลวงหมายเลข ๒ (ถนนมิตรภาพ) ผ่านนครราชสีมา ขอนแก่น ถึงอุดรธานี รวมระยะทางประมาณ ๕๖๔ กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง มีบริการรถโดยสารทั้งรถธรรมดา และรถปรับอากาศวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ-อุดรธานีทุกวัน รถออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกเฉียงเหนือ ถนนกำแพงเพชร (หมอชิต ๒) สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร. ๐ ๒๙๓๖-๒๘๕๒–๖๖ และที่สถานีขนส่งอุดรธานี โทร. ๐ ๔๒๒๒ ๑๔๘๙ www.transport.co.th

รถไฟ การรถไฟแห่งประเทศไทย จัดบริการรถไฟวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ-อุดรธานี ทุกวัน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หน่วยบริการเดินทาง การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร. ๑๖๙๐, ๐ ๒๒๒๐ ๔๓๓๔, ๐ ๒๒๒๐ ๔๔๔๔ www.railway.co.th

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

1. สายการบินบริษัทการบินไทย จำกัด โดยมีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ – อุดรธานี และอุดรธานี – กรุงเทพฯ

2. สายการบินบริษัทภูเก็ต แอร์ไลน์ จำกัด โดยมีเที่ยวบินจาก เชียงใหม่ - อุดรธานี และอุดรธานี – เชียงใหม่

3. สายการบิน Thai Air Asia แอร์ไลน์ โดยมีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ – อุดรธานี และอุดรธานี – กรุงเทพฯ

4. สายการบินนกแอร์ โดยมีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯ – อุดรธานี และอุดรธานี – กรุงเทพฯ

ตารางที่ 9-8 สถิติเที่ยวบิน และจำนวนผู้โดยสารขึ้น - ลง

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

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

*หมายเหตุ ปี 2549 การคาดการณ์จำนวนผู้โดยสารทั้งปี

ที่มา : ท่าอากาศยานอุดรธาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม

1. แหล่งจำหน่ายผ้าพื้นเมือง บ้านนาข่า ตำบลนาข่า อำเภอเมือง

2. งานมหกรรมโฮมพาแลง แดนผ้าหมี่ขิดจังหวัดอุดรธานี อำเภอเมือง จัดระหว่างวันที่ 1-15 ธันวาคม ของทุกปี

3. งานนมัสการพระพุทธบากบัวบก อำเภอบ้านผือ จัดบริเวณวัดพระพุทธบากบัวบก ในวันขึ้น 13-15 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี

4. งานฉลองเจ้าปู่ เจ้าย่า อำเภอเมือง จัดทุกๆ วันที่ 5 ธันวาคม ของทุกปี

5. งานประเพณีออกพรรษาแข่งเรือชิงถ้วยพระราชทาน อำเภอกุมภวาปี ช่วงออกพรรษาของทุกปี

6. งานเทศกาลโคมลมลอยฟ้า อำเภอพิบูลย์รักษ์ ในช่วงเดือนพฤศจิกายนของทุกปี

7. งานถนนอาหาร สงกรานต์เมืองอุดรธานี อำเภอเมือง จัดในช่วงวันสงกรานต์ของทุกปี บริเวณสวนสาธารณะ หนองประจักษ์ และถนนเทศา

8. งานประเพณีบุญบั้งไฟล้าน บ้านธาตุ อำเภอเพ็ญ จัดขึ้นวันที่ 15 ค่ำ เดือน 6

9. แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกอารยธรรม 5,000 ปี บ้านเชียง อำเภอหนองหาน เปิดให้ชมทุกวัน เวลา 08.00 – 17.00 น.

- งานเฉลิมฉลองแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกบ้านเชียง จัดในทุกวันศุกร์ – เสาร์- อาทิตย์ สัปดาห์ที่ 3 ของเดือนกุมภาพันธ์ทุกปี

เส้นทางเชื่อมการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง

1) อุดร - หนองบัวลำภู – เลย

จากวัดป่าบ้านตาด – ถ้ำผาสิงห์ -วัดถ้ำกลองเพล - อนุสาวรีย์สมเด็จพระนเรศวร - ถ้ำเอราวัณ - ภูกระดึงหรือ ภูหลวง - ภูเรือ – แก่งคุดคู้

2) อุดร – หาดโขงแก่งโขง

จากอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท - วัดป่าภูก้อน - วัดป่าบ้านเพิ่ม - หาดคัมภีร์ - แก่งคุดคู้ - น้ำตกตาดหมอก – น้ำตกธารทอง

3) อุดร – หนองคาย

จากวัดพระธาตุบังพวน - วัดพระธาตุองค์ตื้อ - เวียงคุก – สะพานมิตรภาพ - ท่าเสด็จ - ศาลาแก้วกู่

4) อุดร – หนองบัวลำภู – ขอนแก่น

วัดถ้ำกลองเพล - อุทยานแห่งชาติภูเก้า - ภูพานคำ - เขื่อนอุบลรัตน์ - วัดพระพุทธบาทภูพานคำ - วัดพระธาตุขามแก่น – น้ำตกธารงาม

5) อุดร – สกลนคร

บ่อสร้างเหวย - บ้านเชียง –คำชะโนด- วัดป่าอุดมสมพร - วัดถ้ำขาม - หนองหาน - วัดพระธาตุเชิงชุม - วัดป่าสุทธาวาส - พระตำหนักภูพานราชนิเวศ - น้ำตกปรีชาสุขสันต์ – เขื่อนน้ำอูน

6) อุดร – กาฬสินธุ์

วัดป่าบ้านตาด - วัดมหาธาตุเจดีย์ดอนแก้ว - วัดป่าแมว - วนอุทยานภูพระ - เขื่อนลำปาว – สวนสะออน – ไดโนเสาร์สหัสขันธ์ – บ้านโพนแพรวา

เส้นทางเชื่อมภูมิภาคและระหว่างเพื่อนบ้าน

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

1) เส้นทางสู่อารยธรรม สปป.ลาว - เวียงจันทน์ - หลวงพระบาง – น้ำงึม

2) เส้นทางสู่อารยธรรม สปป.ลาว - ไชยบุรี – หลวงพระบาง

3) เส้นทาง - อุดรธานี - เชียงใหม่ - หลวงพระบาง (ผ่านเชียงราย)

4) เส้นทาง - อุดรธานี - เชียงใหม่ – คุนหมิง

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

1) เส้นทางสู่อารยธรรม สปป.ลาว - บริคันไชย – คำม่วน

2) เส้นทางเหินฟ้าสู่ยูนนาน จีนตอนใต้

3) เส้นทางแรลลี่ - อุดรธานี - เลย - พิษณุโลก - ยูนนาน - เชียงของ - ลาว – จีน

4) เส้นทาง- อุดรธานี - สกลนคร - นครพนม - คำม่วน – เวียดนาม

การท่องเที่ยว เป็นจังหวัดศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี การจัดงานประเพณี ที่สำคัญ แหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา เช่น

- แหล่งอารยธรรมบ้านเชียง อำเภอหนองหาน ซึ่งองค์การยูเนสโก ได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง หลุมขุดค้น ที่วัดโพธิ์ศรีใน การทำภาชนะดินเผา มีการจัดงานมรดกโลกบ้านเชียงทุกปี
- พระพุทธบาทบัวบก อำเภอบ้านผือ ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาท และอุทยานประวัติศาสตร์ ภูพระบาท ซึ่งมีถ้ำ ลานหินที่สวยงาม ร่องรอยภาพเขียนโบราณ ประดิษฐานอยู่
- . วนอุทยานแห่งชาติน้ำตกยูงทอง อำเภอนายูง
- หนองประจักษ์ อำเภอเมือง สถานที่พักผ่อนและออกกำลังกายยามเย็น
- กล้วยไม้หอมอุดรซันไฌน์
- แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ป่าพันดอน-ปะโค (ภูฝอยลม) ศูนย์รวมพรรณไม้ น้ำตกฯ อ.หนองแสง

- วัดบ้านตาด อำเภอเมือง
- วัดป่าบ้านค้อ วัดโพธิ์ชัยศรี อำเภอบ้านผือ
- วัดป่าภูก้อน อำเภอนายูง
- งานถนนอาหารสงกรานต์เมืองอุดร
- งานประจำปีทุ่งศรีเมืองอุดรธานีผ้าหมี่ขิด
- คำชะโนด
- ถ้ำผาสิงห์
- โรงแรม ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และมาตรฐานหลายแห่ง สถานสันทนาการต่างๆ แหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ผ้าหมี่ขิด ผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ ผลิตภัณฑ์ประดับมุก

การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ในประเด็นกลยุทธ์ 5 ประเด็นคือ

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

3. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดอีสานเหนือ

4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอีสานตอนบนและประเทศเพื่อนบ้าน

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

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว (One Stop Service Center)	1. มีศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว		✓			
	1.2 มีผลงานวิจัยอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง	✓				
2. พัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	2.1 เพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์/อาสาสมัครเข้าฝึกอบรมและจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว	✓				
3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด -ผลักดันจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่3ประเทศ	3.1เพิ่ม ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น	✓				
	3.2 Road Show	✓				
	3.3 จัดแรลลี่ ประเทศ (ไทย, ลาว, จีน)	✓				
4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์อินโดจีน	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์เผยแพร่ OTOP ของจังหวัด		✓			
	4.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเข้าชม		✓			
	4.3 สำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยว		✓			

ตารางที่ 9-10 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

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

DPU

ตารางที่ 9-10 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	5.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและท้องถิ่นได้รับการพัฒนา	✓				
6. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ และเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงและเผยแพร่	✓				
7. อนุรักษ์พื้นที่ป่าคำชะโนด	7.1ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น	✓				
	7.2 กิจกรรมบุญให้เพิ่มมาก ขึ้น	✓				
8.ด้านวัฒนธรรม	8.1 จำประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาและเอกลักษณ์ไทยอีสาน	✓				

DPU

ตารางที่ 9-11 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

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

DPU

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

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

ตารางที่ 9-13 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง	✓				

ตารางที่ 9-13 (ต่อ)

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

จากแผนพัฒนาด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีกำหนดให้ การบริการเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างงาน สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน ภายใต้การบริหารจัด การอย่างยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและองค์กรท้องถิ่น อุดรธานีกลยุทธ์หลักของจังหวัดจึงเป็นการพัฒนา ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นให้มีคุณภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าการท่องเที่ยวและการบริการ ด้านการท่องเที่ยว ดำเนินมาตรการเชิงรุกในการรักษาตลาดเดิม และสร้างตลาดใหม่ การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการให้บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งในด้านบุคลากร โครงสร้างพื้นฐานและความปลอดภัย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่นและ

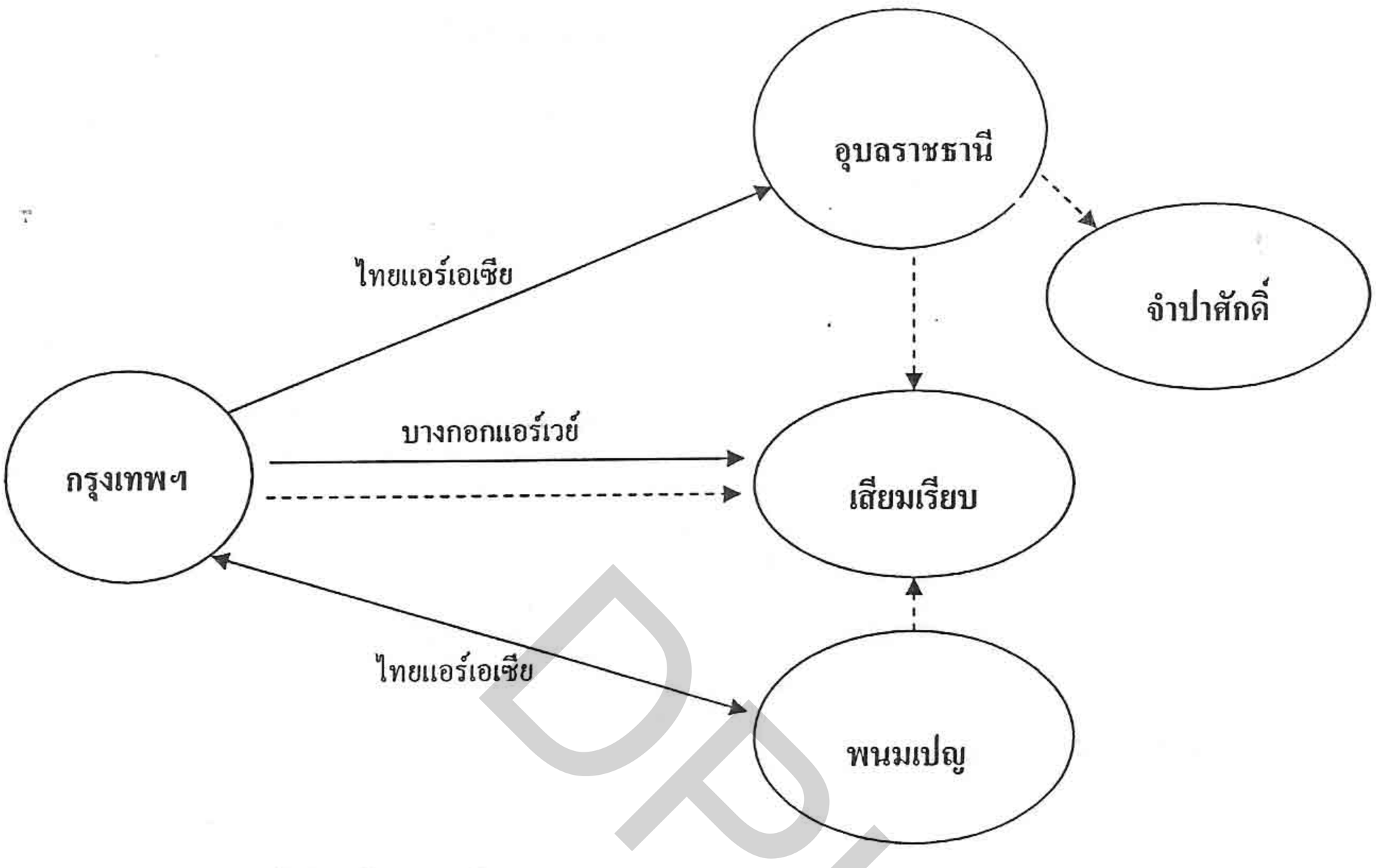
สถาบันการศึกษา ในการรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การส่งเสริม สนับสนุนภาคธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ โดยส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ความเชื่อมโยงธุรกิจ พัฒนาคุณภาพมาตรฐานการให้บริการ แสวงหาลู่ทางการตลาดใหม่ๆ ในกลุ่มธุรกิจต่างๆ เช่น บริการด้านสุขภาพ การประชุมสัมมนาจากในและต่างประเทศ การขนส่งทางอากาศ การศึกษา กีฬา

ตารางที่ 9-14 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุดรธานี การเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว

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

จังหวัดอุดรธานีมีศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว Tourism Hub เพราะมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นมีความปลอดภัยและประชาชนเป็นมิตรสูง มีความพร้อมด้วยโครงสร้างพื้นฐานมีที่พักและภัตตาคาร และมีสนามบินนานาชาติ และมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ และการขยายตลาดทางการท่องเที่ยวให้กว้างขวางขึ้นจากการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากจังหวัดสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ วังเวียง และหลวงพระบาง

(3) เส้นทางการบินต้นทุนต่ำกรณีการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี



รูปที่ 9-5 เส้นทางการท่องเที่ยวอุบลราชธานี – กัมพูชา เสียมเรียบ ลาว จำปาศักดิ์

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็น จังหวัดชายแดนสำคัญของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นเมืองเก่าที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมานับร้อยปี จึงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และศิลปกรรม

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 630 กิโลเมตร หรือตามทางรถไฟประมาณ 575 กิโลเมตร

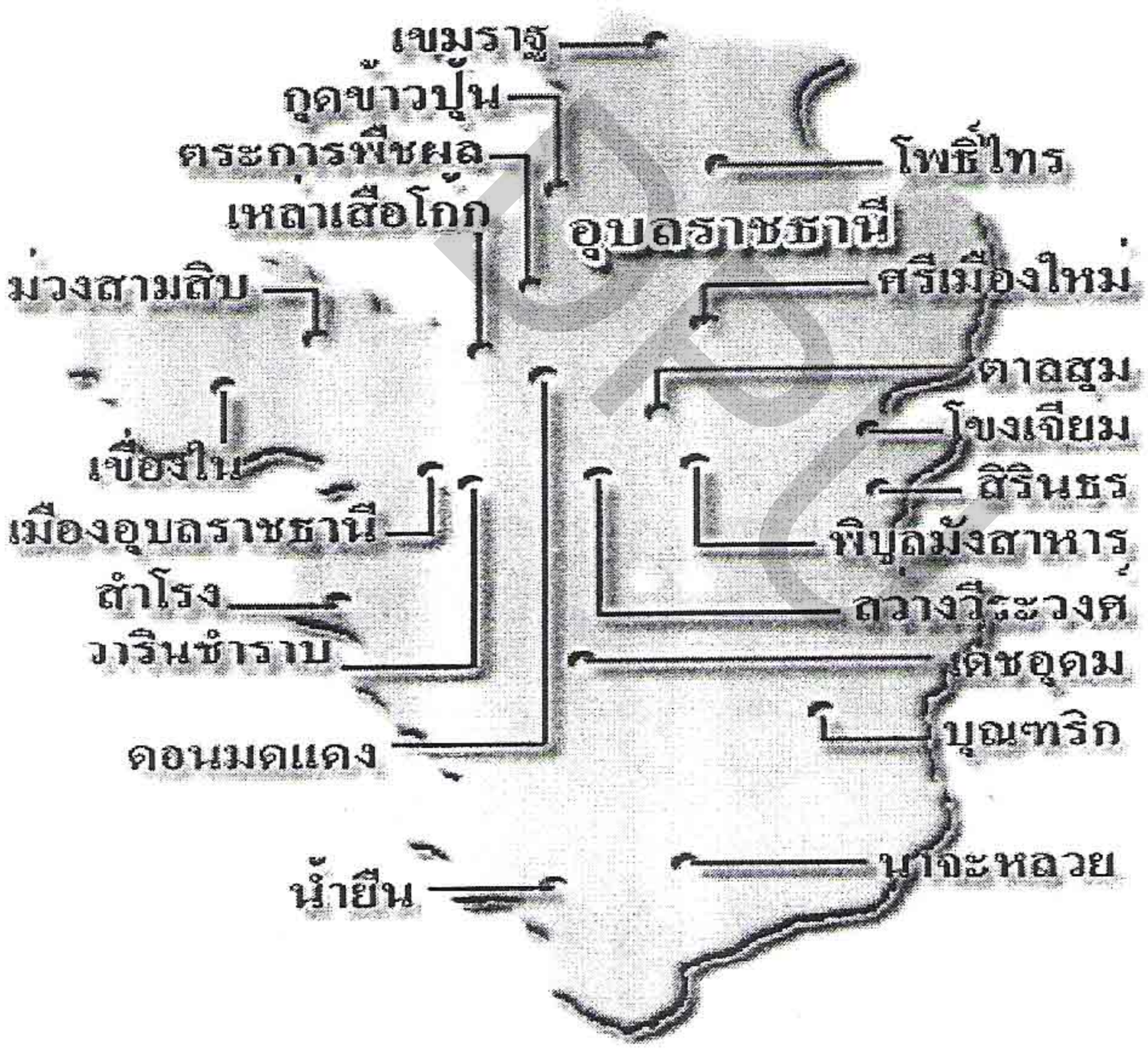
จังหวัดอุบลราชธานี มีเนื้อที่ประมาณ 16,112.650 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ19.069 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 9.16 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

แนวเขตพรหมแดน ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย รวมความยาวประมาณ 428 กิโลเมตร

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

- จุดที่ติดต่อกับกับประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย ระยะทางประมาณ 67 กิโลเมตร (ระหว่างอำเภอ น้ำยืน กับ จังหวัดเขาพระวิหาร ประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย)

จังหวัดอุบลราชธานี มีอำเภอทั้งสิ้น 20 อำเภอ กับอีก 5 กิ่งอำเภอ ประกอบด้วย



รูปที่ 9-6 อาณาเขตจังหวัดอุบลราชธานี

การเดินทาง ประกอบด้วย 3 เส้นทางหลัก ดังนี้

1. ทางรถยนต์ จะมีรถโดยสารปรับอากาศหลายบริษัท วิ่งระหว่าง {อุบลราชธานี-กรุงเทพฯ} {อุบลราชธานี-เชียงใหม่}{ อุบลราชธานี-อุดรธานี}{ อุบลราชธานี-สกลนคร} ซึ่งรถจะออกวิ่งวันละ

หลายๆ เที่ยว จากบริษัทขนส่ง จำกัด บริษัท นครชัยแอร์ บริษัทสหมิตรทัวร์ ฯลฯ และนอกจากนี้ ในจังหวัดอุบลราชธานี ยังจะมีบริษัทเอกชนที่ให้บริการรถทัวร์อีกหลายบริษัท อธิเช่น ศักดาการท่องเที่ยว, สุรชัยทัวร์ ฯลฯ

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

3. ทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี มีสนามบินพาณิชย์ 1 แห่ง เป็นสนามบินนานาชาติ โดยมีบริษัทการบินไทย จำกัด สายการบินไทยแอร์เอเชีย เป็นผู้ใช้สนามบิน โดยได้จัดเที่ยวบินเพื่อบริการ รับ-ส่ง ผู้โดยสาร วันละ 2 เที่ยว เช้ากับเย็น

ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ

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

ลักษณะภูมิสัณฐานของจังหวัดอุบลราชธานี แบ่งออกโดยสังเขป ดังนี้

ภูเขา/เทือกเขาที่สำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่

1. ทิวเขาพนมดงรัก หรือทิวเขาพนมดงแร็ก ซึ่งแปลว่า ภูเขาไม้คาน ประกอบด้วย หลายยอดเขาในส่วนของพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี จะเป็นส่วนของทิวเขาที่สูงที่สุด เช่น ยอดภูต่าง ต่อเนื่องกับเขตอำเภอบุณฑริกเป็นจุดที่สูงสุดประมาณ 784 เมตร รองลงมาคือยอดเขาภูโดมใหญ่ สูงประมาณ 753 เมตร อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขายอดโดม ลักษณะของทิวเขาตจะทอดยาวจนจดปากแม่น้ำมูล

2. ทิวเขาภูพานตะวันออก อยู่บริเวณทิวเขาทางตอนเหนือของจังหวัด เป็นบริเวณตอนปลายของทิวเขาภูพาน มีลักษณะที่ไม่ต่อเนื่องจึงเป็นภูเขาที่เชื่อมต่อกับเนินเขาและที่สูงลานหินโผล่สลับกับพื้นที่ราบที่ดอน ภูเขาและยอดเขาที่สำคัญได้แก่ ภูผาขาม ภูโหล่น ภูผาขาว ภูสะมุย ภูดงนาทาม ภูผาชัน ภูโลง และภูจันทร์แดง

3. ภูจองนายอย เป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาพนมดงรัก มีลักษณะสัณฐานคล้ายโดม หรือฝาชี ซึ่งเป็นสัณฐานของภูเขาไฟ ทั้ง ๆ ที่เป็นภูเขาหินชุดโคราช ทำให้เกิดกระบวนการไหลของลำธาร แตกกระจายเป็นลักษณะรัศมี ปัจจุบันเป็นอุทยานแห่งชาติภูจองนายอย ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ

4. ภูเขาไฟน้ำยืน มีลักษณะเป็นเนินเขาธารลาวา (Lava Flow) เป็นพื้นที่บริเวณเดียวของจังหวัดที่เป็นเนินภูเขาไฟ มียอดเนินเขาสูงประมาณ 258 เมตร ปัจจุบันเป็นเขตกสิกรรมพืชไร่ พืชสวน ไม้ผล ซึ่งมีอยู่ 2 แหล่งที่สำคัญ คือ เขตอำเภอน้ำยืน และเขตกิ่งอำเภอน้ำขุ่น อำเภอทุ่งศรีอุดม เขตรอยต่ออำเภอเดชอุดม

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

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

ทางรถยนต์ สามารถใช้เส้นทางติดต่อภายในจังหวัดและบริเวณจังหวัดใกล้เคียงตลอดจนถึงกรุงเทพฯ ระยอง เชียงใหม่ ได้อย่างสะดวกสบาย โดยรถยนต์ของบริษัทขนส่งจังหวัด และรถยนต์ปรับอากาศของบริษัทเอกชนอีกหลายบริษัท

การค้าชายแดน

จังหวัดอุบลราชธานี มีพื้นที่ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและราชอาณาจักรกัมพูชา ซึ่งมีข้อมูลการดำเนินงานจุดผ่านแดน ดังนี้

ก. การเปิดจุดผ่านแดนด้าน สปป.ลาว

1. จุดผ่านแดนถาวร จำนวน 2 แห่ง คือ

- จุดผ่านแดนช่องเม็ก อำเภอสิรินธร (ตรงข้ามกับวังเต่า) เมืองโพนทอง แขวงจำปาศักดิ์)
- จุดผ่านแดนปากแซง กิ่งอำเภอนาตาล อำเภอเขมราฐ (ตรงข้ามกับปากตะพาน เมืองละคอนเพ็ง แขวงสาละวัน

2. จุดผ่อนปรนการค้าชายแดน จำนวน 4 แห่ง คือ

- บ้านด่านเก่า อำเภอโขงเจียม (ตรงข้ามบ้านใหม่สีสัมพัน เมืองชะนะ สมบูน แขวงจำปาศักดิ์
- ช่องตาอู อำเภอบุณฑริก (ตรงข้ามบ้านเหียง เมืองกุสุมา แขวงจำปาศักดิ์)

- บ้านสองคอน อำเภอโพธิ์ไทร (ตรงข้ามกับบ้านหนองแสง เมืองละคอนเพ็ง แขวงสาละวัน)

- บริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอเขมราฐ (ตรงข้ามกับเมืองละคอนเพ็ง แขวงสาละวัน)

ข. จุดผ่านแดนด้านราชอาณาจักรกัมพูชา

มีเพียงจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน ช่องอานม้า อำเภอน้ำยืน (ตรงข้ามกับบ้านสะเดียลกวาง อำเภอจอมกระสาน จังหวัดพระวิหาร)

การท่องเที่ยวอุบลราชธานี

อุบลราชธานีเป็นจังหวัดใหญ่ชายแดนที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นเมืองเก่าที่เจริญมานับร้อยปี เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน และมีประเพณีทางพุทธศาสนาที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนอุบลราชธานีเสมอ ดังนี้

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

หาดวัดใต้ เป็นเกาะหาดทราย ตั้งอยู่กลางลำน้ำมูล ใกล้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี ในฤดูแล้งจะมีหาดทรายขาวเนียนน้ำใสสะอาดบนเกาะจะมีต้นไม้เขียวชอุ่มให้ความร่มเย็น นอกจากนั้นยังมีแพไม้ไผ่ให้บริการด้านอาหารชาวอุบลราชธานี และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนที่นี่จะนิยมมาเล่นน้ำในตอนเย็นจะมองเห็นพระอาทิตย์เคลื่อนลงสู่แม่น้ำดูสวยงามมาก

ศาลหลักเมืองอุบลราชธานี ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของทุ่งศรีเมือง และอยู่ด้านทิศเหนือของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ถนนศรีณรงค์

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

ทุ่งศรีเมือง เป็นลักษณะคล้ายสนามหลวง เป็นสถานที่พักผ่อนและออกกำลังกายและที่สำคัญมีอนุสาวรีย์พระประทุมวรราชสุริยวงศ์ (ท้ายคำผง) ซึ่งเป็นผู้สร้างเมืองอุบลราชธานี

วัดศรีอุบลรัตนาราม (วัดศรีทอง) ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี ถนนอุปราช สร้างเมื่อปีเถาะ พ.ศ. 2398 สร้างในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4

เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองคือ "พระแก้วบุษราคัม" เป็นพระพุทธปฏิมากรปรางมารวิชัยสมัยเชียงแสนแกะสลักจากแก้วบุษราคัม

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

วัดแจ้ง ตั้งอยู่บนถนนสรรพสิทธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ภายในวัดมีพระอุโบสถมีรูปทรงสวยงาม และมีงานจำหลักไม้ที่มีฝีมือแบบพื้นบ้านโดยแท้ อุโบสถวัดแจ้งเป็นโบราณสถานที่มีคุณค่าแห่งหนึ่งของจังหวัดอุบลราชธานี โดยได้รับเกียรติบัตรในงานนิทรรศการ "สถาปนิก 30" จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

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

วัดสุปัฏณารามวรวิหาร ถนนสมเด็จ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นวัดธรรมยุติ วัดแรกของจังหวัดอุบลราชธานี สร้างในสมัยรัชกาลที่ 4

วัดบ้านนาเมือง ติดกับสนามบินอุบลราชธานี มีพระอุโบสถสร้างเป็นรูปเรือหงส์และใช้เซรามิกในการตกแต่งอุโบสถ

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ตั้งอยู่บนถนนเขื่อนธานีตัดกับถนนอุปราชอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นที่ทำการศาลากลางจังหวัด ซึ่งนับได้ว่าเป็นพิพิธภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบแห่งหนึ่งเปิดทำการตั้งแต่วันพุธถึงวันอาทิตย์จาก 9.00 - 16.00 น.

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

วัดหนองป่าพง ตั้งอยู่ ต.โนนโหนน อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี ห่างจากตัวจังหวัดไปทาง อ.กันทรลักษ์ ตามทางหลวงหมายเลข 2178 ประมาณ 8 กิโลเมตร บริเวณวัดมีเนื้อที่ประมาณ 186 ไร่เศษ ในอดีตนั้นเคยเป็นวัดร้างและเป็นป่าช้ามาก่อนจนปี พ.ศ. 2497 หลวงปู่ชา (พระโพธิญาณเถระ) ได้บุกเบิกปรับปรุงให้เป็นที่ปฏิบัติธรรมและได้จัดตั้งขึ้นเป็นสำนักสงฆ์ และเป็นวัดในเวลาต่อมา ภายในบริเวณวัดเงียบ ร่มรื่น สวยงามเหมาะแก่การนั่งวิปัสสนากัมมัฏฐานและบำเพ็ญศาสนกิจ

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

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

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

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

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

ผาแต้ม ตั้งอยู่บริเวณอุทยานแห่งชาติผาแต้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 95 กิโลเมตร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาภูพานนับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีลักษณะเด่นที่ภาพเขียนสี ภูมิประเทศโดยรอบสวยงามด้านตรงข้ามเป็นประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะมองเห็นดวงอาทิตย์ขึ้นก่อนที่แห่งใดในประเทศไทยในบริเวณดังกล่าวด้วย

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

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

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

งานประเพณีและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

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

การทำบุญบั้งไฟ ประเพณีทำบุญบั้งไฟ คือบุญเดือนหก ทำขึ้นบูชาอารักษ์มเหศักดิ์หลักเมืองถือเป็นประเพณีขอฝนที่ได้ทำมาตั้งแต่บรรพกาล คำว่า "บั้งไฟ" หมายถึงกระบอกไม้ไผ่ที่นำมาบรรจุดินประสิวผสมกับถ่านไฟบดให้ละเอียดแล้วอัดลงในกระบอกไม้ไผ่ บั้งไฟมี 3 ขนาด คือ บั้งไฟน้อย บั้งไฟหมื่น บั้งไฟแสน การแห่บั้งไฟมักจะจัดเป็นขบวนฟ้อนรำ หรือเซิ้งซึ่งมีลีลาที่งดงามอ่อนช้อยตามประเพณีของหมู่บ้านนั้น ๆ

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

การทำบุญข้าวสาก นิยมทำกันในวันขึ้นสิบค่ำ เดือนสิบ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “งานบุญเดือนสิบ” ข้าวสากนั้นมาจากคำว่า "สลาก" เพราะบางเวลาถวายพระสงฆ์ไม่เจาะจงว่าถวายรูปใด จึงจัดทำเป็นสลากชื่อเจ้าภาพจับได้ของใครก็นำไปถวายตามนั้น

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

ไหลเรือไฟ เป็นประเพณีที่นิยมทำกันในวันออกพรรษา คือการปล่อยเรือไฟ ชาวอุบลฯ เรียกว่า "ไหลเฮือไฟ" คือการนำเอาท่อนกล้วย หรือท่อนไม้มาทำเป็นรูปเรือ เวลาประมาณทุ่มเศษ ก็จะนำมาจุดไฟ โดยใช้ขี้ไต้หรือน้ำมันยางแล้วปล่อยเรือให้ไหลไปตามน้ำจะมีการตีฆ้องตีกลองตามวัดต่างๆ พระสงฆ์ จะจัดทำเรือไฟขึ้นในวัดตรงหน้าโบสถ์ ต่อนกลางคืนจะนำดอกไม้ธูปเทียนมาจุดบูชา เป็นพุทธบูชา

ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นประเพณีทางพุทธศาสนาของชาวจังหวัดอุบลราชธานี โดยกำหนดให้จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 และแรม 1 ค่ำ เดือน 8 ของทุกปี มีการประกวดต้นเทียน สำหรับต้นเทียนที่ส่งเข้าประกวดมี 2 ประเภท คือ ประเภทติดพิมพ์ และประเภทแกะสลัก จะมีขบวนแห่อันวิจิตรตระการตา แล้วยังมีนางฟ้าประจำต้นเทียนจากคุ้มวัดต่าง ๆ อีกด้วย การจัดงานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษาได้รับการสนับสนุนและการส่งเสริมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้เป็นงานระดับประเทศ ซึ่งก็ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเที่ยวชมงานกันเป็นจำนวนมากทุกปี

โรงแรม/ที่พัก/ระยะเวลาพำนัก

จังหวัดอุบลราชธานี มีโรงแรมชั้นหนึ่งหลายแห่งด้วยกัน เช่น โรงแรมเนวาด้า แกรนด์ โรงแรมเนวาด้า อินท์ โรงแรมลายทอง โรงแรมทอแสง โรงแรมอุบลบุรี รีสอร์ท โรงแรมศรีกมล โรงแรมกรุงทอง โรงแรมปทุมรัตน์ โรงแรมมอนทาน่า โรงแรมราชธานี โรงแรมรีเจนท์ และนอกจากนี้ยังมี ทาวเฮ้าท์ และเซฟเฮ้าท์อีกมากมาย

- จำนวนโรงแรม 34 แห่ง ห้องพัก 1,850 ห้อง
- ระยะเวลาพำนัก 3:34/วัน/คน

อาชีพของผู้มาเยือน

- ชาวไทย : พนักงานบริษัท 28.93% ข้าราชการ 17.73% นักธุรกิจ 17.20%
- ชาวต่างประเทศ : นักธุรกิจ 19.61% ข้าราชการ 18.83%
- พนักงานบริษัท 14.64%

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว

ประเภทสถาปัตยกรรม และปฏิมากรรม เช่น วัดมหาวนาราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หอไตรวัดทุ่งศรีเมือง พระธาตุหนองบัว วัดศรีอุบลรัตนาราม ฯลฯ

ประเภทร่องรอยอารยธรรมโบราณ เช่น ภาพเขียนสีก่อนประวัติศาสตร์ผาแต้ม ผาหม่อน

ประเภทธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย ภูสมุย น้ำตกสร้อยสวรรค์ แก่งสะพือ แก่งตะนะ ป่าดงนาทาม

ประเภทหมู่บ้านศิลปวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านหัตถกรรมเครื่องทองเหลืองบ้านปะอาว ศูนย์ศิลปาชีพบ้านยางน้อย

ประเภทแม่น้ำ ได้แก่ แม่น้ำมูล แม่น้ำชี และแม่น้ำโขง

ประเภทการท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอินโดจีนได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา

สินค้าหัตถกรรมที่น่าสนใจ

ผ้ากาบบัวเป็นสินค้าหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองอุบลราชธานี เนื่องจากมีลวดลายสวยงามและเฉพาะตัว ถึงกับได้ได้รับคำชมจากพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ดังนั้น เพื่อมิให้ผ้าเมืองอุบลราชธานี ถูกลืมเลือนไปตามกาลเวลา จังหวัดจึงได้มีคณะทำงานพิจารณาลายผ้าพื้นเมืองในอดีตที่สวยงามจนได้ลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ที่ชื่อว่า "ผ้ากาบบัว"ผ้ากาบบัว เป็นชื่อผ้าในวรรณกรรมโบราณอีสาน อาจทอด้วยฝ้ายหรือผ้าไหม ประกอบด้วย เส้นยืนย้อมอย่างน้อยสองสี เป็นริ้วตามลักษณะ "ซิ่นทิว" สีของผ้ากาบบัวหรือกลีบบัวจะไล่อ่อนแก่จาก ขาว ชมพู เทา เขียว น้ำตาล นอกจากนี้ยังทอพุ่งด้วยไหมสีสันมับไม (ไหมปั่นเกลียวหางกระรอก) มัดหมี่และขิด แหล่งทอผ้ากาบบัว ได้แก่ ศูนย์ศิลปาชีพสมพรรัตน์ อำเภอบุณฑริก อำเภอสำโรง อำเภอทุ่งศรีอุดม และกิ่งอำเภอ นาเยีย

ผ้าไหมและผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติแหล่งทอ ได้แก่ อำเภอเขื่องใน อำเภอตระการพืชผล อำเภอโพธิ์ไทร อำเภอเขมราฐ อำเภอเดชอุดม อำเภอกุดข้าวปุ้น อำเภอโขงเจียม และกิ่งอำเภอนาตาล

เครื่องทองเหลืองเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่สืบทอดกันมาจากบรรพชนบ้านปะอาว อำเภอเมืองอุบลราชธานี เป็นหมู่บ้านที่ใช้วิชาหลอมโลหะสร้างผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม วิจิตรบรรจง จนเป็นที่ยอมรับและรู้จักกันอย่างกว้างขวางผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ได้แก่ ผอบ เต้าปูน ตะบันหมาก ขัน หัวไม้เท้า กระดึง ฯลฯ

การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ในประเด็นกลยุทธ์ 5 ประเด็นคือ

1. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

2. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

3. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

4. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี โดยเน้น Low Season

5. กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในบริเวณลาวใต้และเขมรสูง

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

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว (One Stop Service Center)	1. มีศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว		✓			
	1.2 มีผลงานวิจัยอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง	✓				
2. พัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	2.เพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์/อาสาสมัครเข้าฝึกอบรมและจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว	✓				

ตารางที่ 9-15 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด -ผลักดันจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่4ประเทศ	3.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น	✓				
	3.2 Road Show	✓				
	3.3 จัดแรลลี่ ประเทศ (ไทย, ลาว, เวียดนาม กัมพูชา)	✓				
4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์อุบลจำปาศักดิ์	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์เผยแพร่ OTOP ของจังหวัด		✓			
	4.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเข้าชม		✓			
	4.3 สำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยว		✓			

DRAFT

ตารางที่ 9-16 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

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

ตารางที่ 9-16 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	5.1ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและท้องถิ่นได้รับการพัฒนา	✓				
6. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ และเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงและเผยแพร่	✓				
7. เชื่อมโยงแก่งกับการท่องเที่ยวเขื่อนสิรินธร	7.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น	✓				
	7.2 สร้างความพอใจให้เพิ่มมาก ขึ้น	✓				
8.ด้านวัฒนธรรม	8.1ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาและเอกลักษณ์ไทยอีสาน	✓				

DRAFT

ตารางที่ 9-17 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

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

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

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

ตารางที่ 9-19 กลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

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

ตารางที่ 9-19 (ต่อ)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านลาวใต้และเขมรสูง	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้ง แลกเปลี่ยนกับประเทศลาว เวียดนาม กัมพูชา	✓				
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุบลจำปาศักดิ์ พระวิหารอัลลองเวง	4.1ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทาง เพิ่มขึ้น	✓				
	4.2สร้างกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองคู่มิตร	✓				

ตารางที่ 9-20 การประเมินจุดแข็ง และโอกาส ของศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและประตูสู่ลาวใต้

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

ตารางที่ 9-20 (ต่อ)

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

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสูง มีโครงสร้างพื้นฐานที่พัก ภัตตาคาร ที่มีความพร้อมสูง มีสนามบินที่พร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางทางการบินในแถบอีสานใต้ และเชื่อมโยงด้านอินโดจีน โอกาสลงทุนในด้านท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงเป็นประตูสู่ลาวใต้ อันได้แก่ มรดกโลกวัดพู น้ำตกคอนพะเพ็ง ที่มีรายได้ตลอดปี หาดทรายธรรมชาติที่คอนโขง อากาศเย็นสบายที่ปากช่อง ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกาและโอเชียเนียที่ต้องการการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติป่าเขาพักผ่อนกับธรรมชาติชายหาด

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

ธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย (เอดีบี) พัฒนาศักยภาพการพัฒนา สปป.ลาวในด้านการคมนาคม จากเหนือจดใต้ระยะทาง 680 กิโลเมตร เส้นทางรถไฟจึงเป็นปัจจัยหลักของการขนส่งมวลชนภายในประเทศ และสายการบินในประเทศและประเทศในแถบอาเซีย ทวิภาคีลงนามระหว่างเวียดนาม สปป.ลาว กัมพูชา และไทยที่ว่าด้วย กฎระเบียบการขนส่งทางบกผ่านแดนที่มีพื้นดินติดชิดกัน สินค้าจากท่าเรือน้ำลึกดานัง อาหารทะเล สินค้าอุปโภคบริโภคจากญี่ปุ่น จีน ฮ่องกง ไต้หวัน สามารถเดินทางขนส่งผ่านดานัง คอนตูม อัตตะปือ จำปาศักดิ์ และช่องเม็ก ระยะเพียง 290 กม. เท่านั้น เดินทางไม่ถึงครึ่งวัน

อุบลราชธานีศูนย์กลางการค้า การท่องเที่ยว การสื่อสารและคมนาคมในภูมิภาคแถบอินโดจีน อาหารทะเลเวียดนามเดินทางเข้าสู่ สปป.ลาวและไทยในด่านช่องเม็ก อาหารทะเลสดๆ จากทะเลจีนใต้ ทรัพย์ในดินสินในน้ำอุดมสมบูรณ์ การประมงที่เวียดนามให้ความสนใจในการต่อเรือประมงขนาดใหญ่ ส่งเสริมการประมงทะเลและน้ำจืด ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยังคงมีอยู่ ทฤษฎีพอเพียงกับประชากร 70 ล้านคน ที่รักษาความสมดุลทางนิเวศวิทยาและกายภาพ รักษาไว้หลังจากเปิดประเทศเสรี ได้กว่า 1 ทศวรรษ และพร้อมที่จะก้าวย่างสู่ระบบ ทุนนิยม ตามกระแสโลกและความต้องการของประชาชน เราต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่าการเจริญเติบโตในภูมิภาคนั้นต้องขยายเศรษฐกิจเติบโตไปด้วยกัน สปป.ลาว เวียดนาม กัมพูชา มีรายได้การลงทุนมากขึ้นในแถบภูมิภาคก็มีเม็ดเงินสะพัดตามทฤษฎี แรงกระเพื่อมของน้ำ อุบลราชธานีได้รับแรงกระเพื่อมจาก สปป.ลาว เวียดนาม และกัมพูชา กว่า 1 ทศวรรษที่ผ่านมาทาง ด่านช่องเม็กขนส่งสินค้าได้เปรียบดุลการค้า สปป.ลาว มูลค่ากว่า 3,200 ล้านบาทต่อปี สินค้าอุปโภค บริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม ต่างเป็นสินค้าส่งออกไป สปป.ลาวทั้งสิ้น

กัมพูชาสมาชิกอาเซียน ได้รับการพัฒนาประเทศตามลำดับ ได้ตามเสถียรภาพ สังคมและเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวนครวัด นครธม บันทายศรี ปราสาทบายน โตนเลสาบ ดึงดูดนักเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก เสียมราฐ โตวันโตคืน การท่องเที่ยว โรงแรมและการบริการมีมากกว่า 146 แห่ง อัครสถานหรูที่พักราคา 720 ยูเอสดอลลาร์ด้วยฝีมือมนุษย์ 1 สหัสวรรษล่วงเลยมาอย่างพิศวงยิ่ง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่รังสรรค์ขึ้นมาอย่างอลังการพระเจ้าชัยวรมันที่ 1-7 ที่มีความแกร่งกล้าในห้วงของยุคขอมเรืองอำนาจ สถาปัตยกรรม วิศวกรรมศาสตร์ ดาราศาสตร์ ศิลปศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วิจิตรศิลป์ วรรณคดีศาสตร์ เรขาคณิต ตลอดจนศาสนศาสตร์ แรงงานคนกว่า 1 ล้านคนที่ทุ่มเทสร้างศาสนสถานอันวิจิตรงดงาม ภาพลายนูน รูปแกะสลัก หินทรายสีชมพู ด้วยเครื่องมือจากธรรมชาติ ปราศจากไฟฟ้าและเครื่องจักรทุ่นแรง อาณาจักรขอมที่ใช้หินเป็นวัสดุในการก่อสร้างขึ้น กัมพูชาพัฒนาการคมนาคม การเติบโตทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นไปตามครรลองของระบบ

ประชาธิปไตยเมืองเสียมราฐ ของโบราณธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตของชาวเขมรยังดำเนินไป ตามธรรมชาติ เงียบสงบร่มเย็น

อุบลราชธานีเป็นหัวเมืองที่เจริญครบทุกอย่างในแถบอินโดจีน จุดกลยุทธ์ ความร่วมมือพหุภาคีระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน อุบลราชธานีเหมาะสมในสัมพันธภาพระหว่าง สปป.ลาว เวียดนาม กัมพูชามาอย่างต่อเนื่อง และสัมฤทธิ์ผลตามลำดับมาโดยตลอด

ข้อเสนอแนวทางในการพัฒนากิจกรรมด้านการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดน

กิจกรรมการตลาดการท่องเที่ยวนั้น ควรให้ความสำคัญในเรื่องการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาวิจัยตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวจากต่าง ประเทศ โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวที่คุณภาพ คือนำเงินมาใช้จ่ายในปะเทศไทยสูง

1. กิจกรรมการผลิตบริการท่องเที่ยว

ทั้ง 3 จังหวัดมีบริษัทนำเที่ยวไม่ว่าจะพิจารณาจากไกด์ โรงแรม หรือการบริการ ที่ถือว่าสมบูรณ์ และดีที่สุด มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก ทั้งที่เป็นธรรมชาติ ป่าภูเขา วัฒนธรรม โบราณสถาน และอื่น ๆ อีกมาก นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่ได้เปรียบ คือ อุปนิสัย และประเพณีที่ดีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงก็คือ บุคลากร ที่ทำงานด้านบริการ และมีส่วนเกี่ยวของกกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะอาชีพอิสระควรพยายามแบ่งส่วนกันทำ เพื่อให้เกิดความชำนาญงาน แต่ทั้งนี้จะต้องให้ความร่วมมือและประสานงานกันเป็นอย่างดี ในส่วนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้นจะต้องทำติดต่อกันและต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เน้นการอนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคและระดับจังหวัด ปรับปรุงรูปแบบและคุณภาพของสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนการจัดให้สถานีบริการผู้โดยสารทางอากาศในเมือง เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะต่อไป ในปัจจุบันได้เปรียบประเทศเพื่อนบ้านในส่วนที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมาก แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และโบราณสถาน ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของจังหวัด นอกจากนี้แล้วเรื่องอาหารและผลไม้ของจังหวัดเชียงรายก็ถือว่าเป็นจุดเด่นอีกประการหนึ่งด้วย

2. แก้ปัญหาและสร้างโอกาสทางการตลาด

ปัญหาทางการตลาด ได้แก่

1. ปัญหาเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมือง จะเห็นได้ว่าชาวต่างประเทศ มักจะมองเห็นว่าประเทศไทยขาดเสถียรภาพทางการเมือง อาจจะมีการปฏิวัติได้ทุกเวลา ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. ปัญหาทางด้านภาพพจน์ของอาชญากรรมและ ซึ่งอาจจะเป็นปัญหาใหญ่ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมองว่าขาดสวัสดิภาพ ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่ ปัญหา ยาเสพติดการลักขโมยและชิงทรัพย์ ซึ่งทำให้มีภาพพจน์ที่ไม่ดี

3. ปัญหาการขาดแคลนมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ดึงดูดใจ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์

โอกาสทางการตลาด ได้แก่

1. ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด ล้านนา อีสานเหนือ และอีสานใต้

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season สร้างกิจกรรมตามโอกาส

5. ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในบริเวณ ภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

บทที่ 10
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

10.1 เป้าหมายการวิจัยและวัตถุประสงค์

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

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

10.1.2 เพื่อวิเคราะห์ผลหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ ที่มีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจรถทัวร์ และการรถไฟแห่งประเทศไทย

10.1.3 เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน อันได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัย

10.1.4 เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

10.2 วิธีดำเนินการวิจัย

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

10.2.2 วิเคราะห์ผลกระทบของการแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

การศึกษาและวิเคราะห์ของส่วนนี้ จะเป็นการประมวลข้อมูลจากรายงานสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำมาผนวกในเชิงการวิเคราะห์เพื่อให้สามารถสรุปสัดส่วนของการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว และ การสัมภาษณ์ กลุ่มผู้บริหารและหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

10.2.3 การประเมินคุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

วิเคราะห์ข้อดีและข้อจำกัด ของการจัดบริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำจากนั้นนำมาสร้างเครื่องมือประเมินการให้ความสำคัญของผู้โดยสารในเรื่องคุณภาพการบริการแล้วถ่วงด้วย (ค่าน้ำหนัก)

10.2.4 การประเมิน SWOT

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

10.2.5 การประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัด

10.2.6 การจัดสัมมนากลุ่ม

10.3 สายการบินต้นทุนต่ำไทยและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

10.3.1 วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย (One Two Go by Orient Thai)

วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย เป็นสายการบินแบบประหยัดรายแรกของไทย ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นในการให้บริการที่แตกต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำทั่วไปในภูมิภาคเอเชีย โดยลักษณะของการนำเสนอราคาในรูปแบบราคาเดียวสำหรับทุกเส้นทาง (ภายในโซนเดียวกัน) พร้อมบริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง

10.3.2 ไทยแอร์เอเซีย (Thai Air Asia)

แอร์เอเซียมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศมาเลเซีย มีการขยายฐานธุรกิจโดยการร่วมทุนกับชินคอร์ปเปิดสายการบินในประเทศไทยโดยใช้ชื่อว่า *บริษัท แอร์เอเซีย เอวิเอชั่น จำกัด* และใช้ Boeing 737-300 เพียงรุ่นเดียว มีความจุ 148 ที่นั่ง แอร์เอเซียมีการเปิดเส้นทางการบินทั้งในประเทศมาเลเซียและไทย รวมทั้งเส้นทางการบินระหว่างประเทศ เช่น ไทย สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชา จีน มาเก๊า แอร์เอเซียจะมีการร่วมทุนกับประเทศสิงคโปร์ ซึ่งขณะนี้กองทุนเทมาเสกรัฐบาลสิงคโปร์เข้ามาร่วมลงทุนจุดเด่นเน้นราคาประหยัด

10.3.3 นกแอร์ (Nok Air)

การบินไทย ผู้ถือหุ้นสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้ชื่อว่า *นกแอร์ (Nok Air)* ซึ่งมีผู้ร่วมทุน คือ การบินไทย ทิพย์ประกันภัย และสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เริ่มต้นให้บริการใน 6 เส้นทางหลักในประเทศ คือ ภูเก็ต เชียงใหม่ อุดรธานี ขอนแก่น พิษณุโลก และหาดใหญ่ ส่วนเส้นทางระหว่างประเทศซึ่งจะเป็นเส้นทางที่ใช้เวลาบินภายใน 3 ชั่วโมงจากกรุงเทพฯ มีกำหนดเปิดดำเนินการในปี 2548

10.4 การแข่งขันในธุรกิจการบิน

สายการบินต้นทุนต่ำต้องแข่งขันสายการบินชั้นนำในเรื่องราคา ความถี่ของเที่ยวบิน การบริการ ชื่อเสียงของสายการบิน สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้โดยสาร การให้บริการ ปัจจุบันเส้นทางการบินไปประเทศเพื่อนบ้านมีการแข่งขันค่อนข้างสูงของสายการบินต้นทุนต่ำไทย คือ ไทยแอร์เอเชีย และสายการบินต้นทุนต่ำต่างประเทศเช่น เส้นทางกรุงเทพฯ ฮานอย มีสายการบินต้นทุนต่ำ ไทเกอร์แอร์ ของประเทศสิงคโปร์ เส้นทางกรุงเทพฯ พนมเปญ มีสายการบินต้นทุนต่ำ แอร์เอเชีย ของประเทศมาเลเซีย เป็นต้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและการเป็นย่านศูนย์การท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย และสิงค์โปร์ ซึ่งสภาวะการแข่งขันจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในแต่ละเส้นทางการบิน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับสายการบินคู่แข่ง และกฎระเบียบควบคุมการประกอบธุรกิจการบินของแต่ละประเทศ รวมทั้งความสัมพันธ์เฉพาะของผู้นำประเทศ

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

การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดจาก BCG Model โดยใช้อัตราการเจริญเติบโตของเส้นทางการบิน ตั้งแต่เริ่มเปิดบริการจนถึงปีปัจจุบัน (สิงหาคม 2548) และส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำไทย ได้แก่ สายการบิน วัน ทู โก ไทยแอร์เอเชีย และ นกแอร์ ซึ่งสายการบินวัน ทู โก เริ่มต้นมี 3 เส้นทาง ปัจจุบันมี 8 เส้นทาง อัตราเติบโตของเส้นทางการบิน 16.67 เท่า ส่วนแบ่งตลาด 22.22 (%) สายการบินไทยแอร์เอเชีย เปิดดำเนินการมี 4 เส้นทาง ปัจจุบันมี 18

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

10.5 ประเทศเพื่อนบ้าน

ประเทศเพื่อนบ้านแนวพรมแดนติดต่อกับประเทศไทยและเชื่อมโยงจากการวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ พม่า (เมียนมาร์) ด้านลาว ด้านกัมพูชา และเวียดนามโดยที่แนวการวิเคราะห์คือเส้นทางการบินไปที่สนามบินนานาชาติในจังจังหวัด เชียงราย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีพรมแดนสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวกับเพื่อนบ้านได้

10.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

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

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

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

10.6.5 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด คือ ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน ความสะดวกสบายในการเดินทาง และความสะดวกสบายของที่พัก

ในส่วนที่ต้องพิจารณาพัฒนา(ให้ดีขึ้น)คือ ความสะอาดของบ้านเมือง ความซื่อสัตย์ของร้านค้า และการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่

10.7 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่เป็นศูนย์การบินต้นทุนต่ำ : สิงคโปร์ และมาเลเซีย

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

ประเทศสิงคโปร์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวจึงสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมหาศาล และยังเป็นประเทศของศูนย์กลาง หรือฮับ ในภาคอุตสาหกรรมการบินของเอซียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย โดยมีแหล่งช็อปปิ้งที่โด่งดังสอดรับกับการพัฒนาสายการบินต้นทุนต่ำในหลายประเทศ การเปิดเส้นทางบินรูปแบบนี้ในสิงคโปร์จึงชัดเจนขึ้น จนปัจจุบันมีรวม 3 สายการบินโลว์คอสต์หลักๆ ได้แก่ แวร์ลูแอร์, ไทเกอร์แอร์ไลน์ และเจ็ตสตาร์เอเชีย โดยไม่รวมอีกหนึ่งสายการบินโลว์คอสต์จากไทย ในชื่อ ไทยแอร์เอเชีย จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2005 รวมที่ 8.8 ล้านราย หรือเพิ่มขึ้น 400,000 ราย จากปี 2004 จึงเป็นตัวเลขที่ขยับขึ้นด้วยผลจากการเปิดสายการบินต้นทุนต่ำ

จากการวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทย เพื่อหาแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศูนย์สายการบินต้นทุนต่ำและสัดส่วนการเดินทางเข้าประเทศไทยโดยสายการบิน พบว่าแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีศูนย์สายการบินสายการบินต้นทุนต่ำมาเลเซียและสิงคโปร์เข้ามาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

10.8 การใช้บริการในอนาคตของผู้โดยสารในอัตราสูง

จากการสำรวจสอบถามผู้โดยสารชาวไทยต้องการซื้อบริการในอนาคตสูงมากคิดเป็นร้อยละ 95.30 และชาวต่างประเทศ ร้อยละ 95.50

10.9 การแข่งขันด้านราคาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

ตลาดการบินยังคงเป็นของสายการบินปกติ ทั้งนี้การวางตำแหน่งทางการตลาดที่ไม่ถูกต้องและการกำหนดฐานลูกค้าที่ไม่ชัดเจนของสายการบินต้นทุนต่ำ ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากในธุรกิจการบินขณะนี้ ได้ทำให้สายการบินหลายรายหันมาปรับกลยุทธ์ธุรกิจตามกระแสนิยมสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง รวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด

10.9.1 ผลกระทบจากการแข่งขันด้านราคา Price Competition

10.9.1.1 ธุรกิจสายการบินที่ให้บริการภายในประเทศอยู่ในปัจจุบัน อันได้แก่ การบินไทย และสายการบินเอกชนต่างๆที่ให้บริการในประเทศอยู่ในขณะนี้ต่างต้องใช้กลยุทธ์ในการแบ่งกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดผู้โดยสารในประเทศและต่างประเทศ

10.10.1.2 กิจการที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางบก อันได้แก่ การรถไฟ และธุรกิจรถทัวร์ปรับอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทขนส่ง จำกัด ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบบ้างจากการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเช่นกัน โดยคาดว่าจะมีผู้โดยสารทางบกส่วนหนึ่งที่แต่เดิมนิยมโดยสารรถไฟหรือรถทัวร์ปรับอากาศ อาจจะหันไปให้บริการทางอากาศของสายการบินต้นทุนต่ำแทน เนื่องจากความแตกต่างของราคาและเวลาที่ใช้ระหว่างการเดินทาง

10.9.2 ข้อเสนอกลยุทธ์ในที่ควรใช้การแข่งขัน

10.9.2.1 การสร้างความเชื่อมั่นและภักดีในแบรนด์มากขึ้น สร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในระยะยาว กิจกรรมการสร้างตราสินค้า ประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสร้างความคุ้นเคย ภาพลักษณ์ และความมั่นใจในตราสินค้า จะต้องเกิดขึ้นกับสายการบินต้นทุนต่ำ แม้ว่าจะทำให้ต้นทุนและราคาสูงขึ้นบ้าง

10.9.2.2 การสร้างรายได้เสริม นอกเหนือจากบริการการบิน เพิ่มเติม การขายอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง มีการขายของชำร่วย ของพรีเมียมที่เป็นตราของบริษัท เครื่องสำอาง และสินค้าในความนิยม รวมถึงมีการขายโฆษณาทั้งบนตัวเครื่อง และภายในเครื่องด้วย

10.9.2.3 ความสะดวก ก็จะเป็นมูลค่าเพิ่มที่สายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งเน้นมากขึ้น เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จเช่นกัน ทั้งการเพิ่มช่องทางจำหน่ายขนาดเล็ก การเชื่อมโยงกับพันธมิตรไม่ว่าจะเป็นโรงแรมราคาประหยัด ที่พัก บริษัทรถยนต์ ทัวร์เอเย่นต์

10.9.2.4 การให้บริการในเส้นทางที่ยาวขึ้น เนื่องจากโดยทั่วไปมีความเชื่อกันว่า สายการบินต้นทุนต่ำนั้น จะเหมาะสมกับการให้บริการแค่เส้นทางเกิน 3 ชั่วโมง การบริการเพิ่มเติมทางด้านสื่อสารโทรคมนาคม ให้มีการดาวน์โหลดเกม หรือวิดีโอ ออน ดีมานด์

10.9.2.5 เปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ น่าจะเกิดขึ้นอีกมาก เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่สูงมากในหลายเส้นทาง และควรจะเป็นเส้นทางที่มีเวลาการบินที่ยาวนานขึ้น โดยน่าจะเป็นการบินไปยังแหล่งท่องเที่ยว และศูนย์ธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นเพิ่มเติมจากแค่บินในเส้นทางในประเทศ

10.9.2.6 เพิ่มบริการประเภท พรีเมี่ยม ควบคู่ไปกับประเภทราคาประหยัดให้ผู้บริโภคเลือกใช้ได้ตามต้องการ

10.10 คุณภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการขนส่งผู้โดยสาร จะประกอบด้วย 1) ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร 2) ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของผู้โดยสาร 3) ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารหลังเคยใช้บริการแล้ว

วัตถุประสงค์ของการประเมินคุณภาพบริการเพื่อประเมินคุณภาพด้านต่าง ๆ ดังนี้

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

10.11 ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์ SWOT คุณภาพบริการ

S : - ราคาประหยัด - การตรวจสภาพเครื่องบินเสมอทำให้เพิ่มความปลอดภัย - สามารถบรรทุกผู้โดยสารได้จำนวนมาก - พนักงานมีประสบการณ์และวัยวุฒิและคุณวุฒิที่เหมาะสม	W : - ไม่ค่อยมีสิ่งอำนวยความสะดวก - ไม่สามารถไปถึงยังจุดรับส่งที่ทุกคนพอใจได้ (ไม่สามารถรับส่งในบางจังหวัด) - ไม่สามารถกำหนดที่นั่งได้ - เครื่องบินเป็นเครื่องบินขนาดเล็กทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูง
O : - การขยายเส้นทางการบินไปประเทศเพื่อนบ้าน - สามารถเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างได้โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่ม เช่นเพิ่มบริการแบบนกพลัส - ต้องร่วมมือกันประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับทราบถึงการให้บริการมากยิ่งขึ้น - แนวโน้มการใช้บริการในอนาคตเพิ่มขึ้น	T : - การปรับปรุงให้ได้มาตรฐานของเครื่องบินทำได้ยากเพราะบริการเป็นเครื่องที่ใช้งานมานานแล้ว - ไม่สามารถเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้ในอัตราค่าบริการปัจจุบัน - ไม่มีสนามบินเฉพาะสำหรับสายการต้นทุนต่ำทำให้ต้นทุนการบริการสูงของสายการบินสูง

10.12 ข้อเสนอแนะที่มีต่อคุณภาพการบริการผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ

10.12.1 กลยุทธ์ที่ให้บริการแตกต่างจากคู่แข่งขัน ทั้งลักษณะและคุณภาพที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจ

10.12.2 กลยุทธ์ปรับปรุงประสิทธิภาพบริการอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้โดยสารเพิ่มขึ้น

10.12.3 กลยุทธ์การเพิ่มบริการใหม่ให้มากขึ้น การบริการด้วยเครื่องบินใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ให้ผู้โดยสารสำนึกและจดจำในความคุ้มค่าของบริการที่มอบให้

10.13 การสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

การสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (Non Price Competition) ซึ่งหมายถึงการกระทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่ต้องการและดึงดูดใจลูกค้าโดยรวมถึงการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้า บริการที่จำหน่าย การเลือกช่องทางจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่าย ซึ่งธุรกิจการบินต้นทุนต่ำได้มีการพัฒนากระบวนการให้บริการแก่ผู้โดยสารในหลายด้าน เพื่อสร้างความแตกต่างและลักษณะพิเศษแก่สายการบินตน เช่น นกแอร์ และ วัน ทู โก ทำให้ผู้โดยสารมีโอกาสที่มาเลือกพิจารณาถึงความสะดวกสบายที่จะได้รับ นอกเหนือจากการแข่งขันด้านราคา และผลการประเมินผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากและมากที่สุดเกือบทุกประเด็นของบริการด้านต่างๆ

10.14 ข้อเสนอแนะจากการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำไทย

10.14.1 การปรับปรุงบริการที่มีระดับความพึงพอใจ(ไม่มาก)

- การขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ
- ความสะดวกสบายของที่นั่ง
- ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ
- การบริการขายสินค้าบนเครื่องบิน
- ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักสัมภาระ

10.14.2 ราคาบัตรโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำกับสภาพความจริงที่ต้องการความเข้าใจของผู้บริโภค

- ค่าธรรมเนียมในบริการต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนเที่ยวบิน น้ำหนักสัมภาระ

10.14.3 การสำรองที่นั่งผ่าน Web site บางเวลามีปัญหา (Web site ล่ม) ไม่สามารถดำเนินการจนสมบูรณ์ได้

- ใช้เวลาการจองนาน
- การใช้บัตรเครดิต ไม่ได้รับการยืนยันการตรวจสอบ
- การใช้หลักฐานทางการเงินเพื่อลงบัญชี

10.15 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวไทย กัมพูชา และลาวตอนใต้

ประเทศกัมพูชามีดินแดนที่เป็นมรดกโลกด้านอารยธรรมของขอมโบราณ ประเทศไทยมีเส้นทางที่เป็นประตูสู่กัมพูชา ทางด่านอรัญประเทศ และด่านตาพระยา นอกจากนั้นทางเลือกในการสัมผัสบรรยากาศแบบขอมโบราณ สามารถเดินทางไปที่จังหวัดอุบลราชธานีไปจำปาศักดิ์ และจังหวัดศรีสะเกษเพื่อชมความงามธรรมชาติที่ผามออีแดง ประตูสู่เขาพระวิหาร และสามารถเข้าไปสู่นครวัด นครธม ของกัมพูชาได้ โดยผ่านช่องสะงำ อำเภอภูสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ และมีอีกหลายแนวทางในการส่งเสริมให้ประเทศทั้งสามได้มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด

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

10.16 ข้อเสนอเพื่อพิจารณาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กัมพูชาและลาวใต้

10.16.1 กลยุทธ์การขายร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

กลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภค แหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี เพราะประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนครวัด ลาวมีน้ำตก หลีผี ขายได้ทุกวัน และขายได้ทั้งปี เสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำและโปรแกรมการท่องเที่ยว

10.16.2 การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทางด่านอรัญประเทศและปากเซ

การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะงำ ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวร ต้องมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การเปิดประตูเปิดด่านช่องเม็กเข้าลาว ช่องสะงำเข้ากัมพูชา มีความเป็นไปได้สูงมาก โดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้า

10.16.3 การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

เป็นเรื่องที่ดีความพร้อมด้านถนนเริ่มจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผิวจราจรต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

10.16.4 กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน

ควรจัดให้มีแหล่งรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะงำหรือที่สามเหลี่ยมมรกต โขงเจียม สิรินธรพัฒนาสนามกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครธม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้ เพิ่มการขนส่งสาธารณการ ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น ช่องเม็กอำเภอสิรินธรของจังหวัดอุบลราชธานี

10.16.5 กลยุทธ์ในการเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอม ลาวใต้ และอีสานใต้

การเชื่อมโยงวัฒนธรรมขอมในอีสานใต้อย่างปราสาทหิน พิมาย พนมรุ้ง เมืองต่ำ ศีขรภูมิ สระกำแพงใหญ่ กับการท่องเที่ยววัดพูของลาว และเขาพระวิหาร นครวัด ของกัมพูชา

10.16.6 ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน และเป็นประตูสู่ลาวใต้

ท่องเที่ยวคอนพะเพ็ง ไนแองการ่าแห่งเอเชีย วัดพู ปราสาทของมรดกโลก และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางรถยนต์กับจังหวัดเสียมเรียบประเทศกัมพูชา ชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลกนครวัดผ่านช่องสะงำ จังหวัดศรีสะเกษ

10.16.7 การส่งเสริมการท่องเที่ยวสามฝ่าย ไทย ลาว และกัมพูชา

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

10.16.8 การจัดกิจกรรม Activity Trip

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

10.16.9 กลยุทธ์การพัฒนาความร่วมมือประเทศเพื่อนบ้านกลยุทธ์การพัฒนาความพร้อมของประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนาความร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทย-กัมพูชา-ลาว-พม่า โดยไทยมีประสบการณ์และความถนัดในสาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรมเป็นอย่างดีพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของกัมพูชา และลาวได้ และสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันฉันบ้านพี่เมืองน้อง นับว่าเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่มุ่งสร้างสรรค์ความเจริญร่วมกันอย่างยั่งยืน

10.17 การเชื่อมโยงเส้นทางไทย ลาว และเวียดนาม

10.17.1 อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง

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

นครเวียงจันทน์ เป็นเมืองหลวงของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำโขงด้านตะวันออก- เฉียงเหนือ ซึ่งตั้งอยู่ตรงข้ามของอำเภอ ศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคายของไทย ระยะทางจากหนองคายเพียง 14 กิโลเมตร

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

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

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

เมืองสะหวันเขตและพิพิธภัณฑ์สะหวันเขต

สะหวันเขต มีพื้นที่ 22,080 ตารางกิโลเมตร เมืองเซโปนที่มีแผนพัฒนาของลาวให้เป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจ และ พิพิธภัณฑ์ แสดงนิทรรศการของแขวงสะหวันเขต

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

เวียดนามเป็นประเทศหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามจำนวนมาก ประกอบกับมีประเพณีและวัฒนธรรมที่เก่าแก่สืบทอดมาถึงปัจจุบัน ทำให้เป็นที่สนใจของชาวต่างชาติ รัฐบาลเวียดนามพยายามที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปในเวียดนามเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้ ปัจจุบัน ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศให้เวียดนาม

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

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

10.17.2.1 การท่องเที่ยวตามเส้นทาง East West Corridor

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

10.17.2.2 ประเทศเวียดนาม (เคเซนห์ - ดองฮา - กวางตรี)

เมืองเคเซนท์ เป็นเมืองเล็ก ๆ อยู่ชายแดนติดพรมแดนลาว เป็นเมืองในเขตเมืองกวางตรี

เมืองเว้เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในเวียดนามตอนกลาง ด้วยเป็นที่ตั้งเมืองหลวงของราชวงศ์เหงียนมานานประมาณ 150 ปี

10.17.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเขตเมืองดานัง

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

เมืองดานัง ซึ่งแต่เดิมเป็นเมืองท่าเรือชาวประมง เชื่อมต่อกับเมืองไฟโฟหรือ เมืองฮอยอัน Hoi An ในปัจจุบัน เมืองที่สงบนี้เหมาะสำหรับการหนีให้พ้นถนนอันจอแจของเมืองดานัง สมาคมชาวจีนที่น่าสนใจไว้หลายแห่ง หอประชุมร้านค้าใหญ่ และวัดที่เก่าแก่

ฮอยอันหรือห่อยแอน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อที่สุดในเขตดานัง รู้จักกันทั่วไปว่าเป็นเมืองโบราณที่ชุมชนท้องถิ่นอนุรักษ์ไว้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

10.17.3 ไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์

สายการบินไทยแอร์เอเซียเปิดเส้นทางการบินกรุงเทพฯ-กรุงฮานอย

- กรุงฮานอย มีแหล่งท่องเที่ยว คือ สุสานโฮจิมินห์ พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง เจดีย์เสาเดี่ยว การแสดงหุ่นกระบอกน้ำพื้นเมือง และอ่าวฮาลองเบย์
- Do Son มีบ่อนการพนันขนาดใหญ่ อยู่บริเวณชายฝั่งทะเลเมืองไฮฟอง

10.18 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทย – ลาว และเวียดนาม

10.18.1 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยงเชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

10.18.2 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่เวียงจันทน์ วังเวียง และหลวงพระบาง พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์ ซึ่งควรให้มีรถโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุดรธานีถึงนครเวียงจันทน์

10.18.3 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่นไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเว้ ฮอยอันเมืองมรดกโลก

10.18.4 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตูสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ สมรภูมิอเมริกัน วัดโบราณ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ์

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

10.19 การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว ไทย (เชียงราย) พม่า ลาว และ จีนตอนใต้ (ยูนนาน)

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในพม่าที่น่าสนใจ ได้แก่

อาณาจักรพุกาม อันเป็นดินแดน อารยธรรมของโลก

เมืองหงสาวดี เป็นเมืองประวัติศาสตร์ สมัยพระเจ้า บุเรงนอง

เมืองย่างกุ้ง เป็นเมืองหลวงซึ่งมี เจดีย์ชเวดากองอันยิ่งใหญ่

เมือง มัณฑะเลย์ เป็นเมืองหลวงเก่าที่มีเสน่ห์

เมือง มินกุน เป็นเมืองที่มีเจดีย์และระฆังยักษ์

ปัจจุบันยังไม่มีเส้นทางการบินต้นทุนต่ำบินเข้าประเทศพม่าตอนเหนือ ดังนั้นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในเมืองต่าง ๆ ดังที่เสนอให้ใช้ศักยภาพของจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กระจายเส้นทางการท่องเที่ยวทางรถยนต์และทางน้ำในการท่องเที่ยวไทย ลาว พม่า จีนตอนใต้ + เส้นทางคือ

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

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

10.19.3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง

10.19.4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง

10.19.5 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ – ย่างกุ้ง

จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ ได้แก่ พม่า และลาว นอกจากนี้ยังมีพรมแดนใกล้กับมณฑลยูนนานสาธารณรัฐประชาชนจีน จังหวัดจึงมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการติดต่อระหว่างเชียงใหม่ - เชียงราย - เชียงตุง - เชียงรุ้ง - หลวงพระบาง

นอกจากเส้นทางการคมนาคมทางบกแล้ว จังหวัดเชียงรายยังมีความพร้อมในด้านเส้นทางคมนาคม ทางอากาศ และทางน้ำ โดยขณะนี้จังหวัดได้มีท่าอากาศยานสากลและมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการและพร้อมจะรองรับเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่จากต่างประเทศเพื่อเชื่อมต่อไปยังเชียงตุง โดยเครื่องบินขนาดเล็กต่อไป

การติดต่อทางแม่น้ำโขงเริ่มตั้งแต่แม่น้ำโขง (แม่น้ำลานช้าง) ในดินแดนสิบสองปันนามาถึงอำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งขณะนี้ อำเภอเชียงของเป็นด่านถาวร

เส้นทางคมนาคมทางน้ำ ได้รับการพัฒนาให้พร้อมทางด้านท่าเทียบเรือ ความสะดวกในการประกอบพิธีการเข้าเมือง และความปลอดภัย หากมีการพักค้างคืนระหว่างการเดินทางแล้วการติดต่อทางน้ำจะเป็นการจูงใจการท่องเที่ยวอีกแนวทางหนึ่ง

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

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

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

เดินทางโดยรถยนต์ผ่านทางอำเภอเชียงของ ข้ามแม่น้ำโขง สู่เมืองห้วยทรายไปตามเส้นทางสู่ เมืองหลวงน้ำทา ในสารธารธารณรัฐประชาชนลาวผ่านเมืองลา ไปสิ้นสุดที่เมืองจิงหง ประเทศจีน ระยะทางประมาณ 483 กิโลเมตร (ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำ การสำรวจเส้นทางได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทแฮปปี้ทัวร์

10.19.3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง

ทางน้ำแม่น้ำโขงหรือแม่น้ำลานช้างที่อยู่ในประเทศจีน ช่วงที่สามารถเดินเรือได้มีระยะทาง 260 กิโลเมตร มีเมืองท่าที่สำคัญคือ เมืองท่าซื่อเหมา และเมืองท่าจินหง (เชียงรุ้ง)

10.19.4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว – หลวงพระบาง

เส้นทางเรือในจัดการการท่องเที่ยวจาก ท่ารือ เชียงของ ผ่านแขวงบ่อแก้วเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศที่จะล่องเรือไปตามลำน้ำโขงไปเที่ยวเมืองหลวงพระบาง

10.19.5เส้นทางการบินต้นทุนต่ำระหว่าง กรุงเทพฯ – ย่างกุ้ง

สายการบินไทยแอร์เอเซียบินจากกรุงเทพฯไปเมืองย่างกุ้งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดอย่างมหาเจดีย์ชเวดากอง ที่ประดิษฐ์บรรจงด้วยทองคำและเจดีย์และวัดสำคัญ อื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกอยากไปเยี่ยมชม

10.20 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้

จากการสำรวจเส้นทางและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวไทย พม่า ลาว มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือ ควรใช้เส้นทางเพื่อเชื่อม ไทย พม่า และจีนตอนใต้ การเปิดเส้นทางเป็นสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่ง ด้วยการใช้ ศักยภาพของเชียงรายที่เหนือกว่าในการเป็นศูนย์กลางอันเนื่องจาก

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

10.20.2 การมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวสูง

10.20.2.1 เชียงรายทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่เพียงพอต่อการส่งเสริม โดยมีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ธรรมชาติและวัฒนธรรม

10.20.2.2 ความได้เปรียบในเชิงบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการให้บริการ และจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

10.20.2.3 เชียงรายมีสถานที่พักที่พร้อมและได้มาตรฐานพอเพียงที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในราคาที่เหมาะสม

10.20.2.4 นอกจากนี้เชียงรายยังเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอแม่สาย

10.20.2.5 เชียงรายมีศักยภาพและมีโอกาสที่ร่วมลงทุนกับยูนนานได้ คือ ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ซึ่งยูนนานมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมาก อีกทั้งเป็นจุดที่ใกล้กับไทยมาก ค่าใช้จ่ายในด้านการเดินทางจึงถูกมาก แต่ปัจจุบันการจัดการด้านการท่องเที่ยวของยูนนานยังขาดความชำนาญ ซึ่งนักธุรกิจไทยสามารถสร้างโอกาสในการเข้าจัดการ เช่น ทำธุรกิจทัวร์ โดยเน้นกลุ่มผู้มีรายได้สูง จากตลาดนักท่องเที่ยวยุโรป สหรัฐอเมริกาได้ไม่ยาก

10.20.3 มีความได้เปรียบในด้านการคมนาคมที่ถึงพร้อม

10.20.3.1 การคมนาคมทางบก เส้นทางในไทยมีความพร้อม ทีจะรับการขยายตัวในอนาคตได้มากกว่า อีกทั้งยังเป็นจุดที่สามารถเชื่อมกับถนนที่เชื่อมต่อกับประเทศพม่า ลาว และจีนได้สะดวก หากถนนในส่วนของประเทศเหล่านี้ได้รับการพัฒนาเมืองเชียงรายจะกลายเป็นจุดผ่านที่สำคัญของทั้งสินค้า และนักเดินทางท่องเที่ยว

10.20.3.2 มีศักยภาพการคมนาคมทางอากาศ ปัจจุบันสนามบินเชียงรายได้รับการปรับปรุงให้เป็นสนามบินนานาชาติ และมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการทุกวัน มีเที่ยวบินติดต่อได้ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศพม่า ลาว และจีนตอนใต้

10.20.3.3 มีศักยภาพการคมนาคมทางน้ำ โดยการล่องเรือทางลำน้ำโขง แม้ในปัจจุบันยังไม่คุ้มต่อการเดินเรือ เนื่องจากต้องใช้เรือขนาดเล็ก แต่หากได้รับการพัฒนาจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยว และ ขนถ่ายสินค้าที่สำคัญ

10.20.3.4 มีพิธีการทางการเข้าเมืองและศุลกากรที่มีประสิทธิภาพกว่า เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน

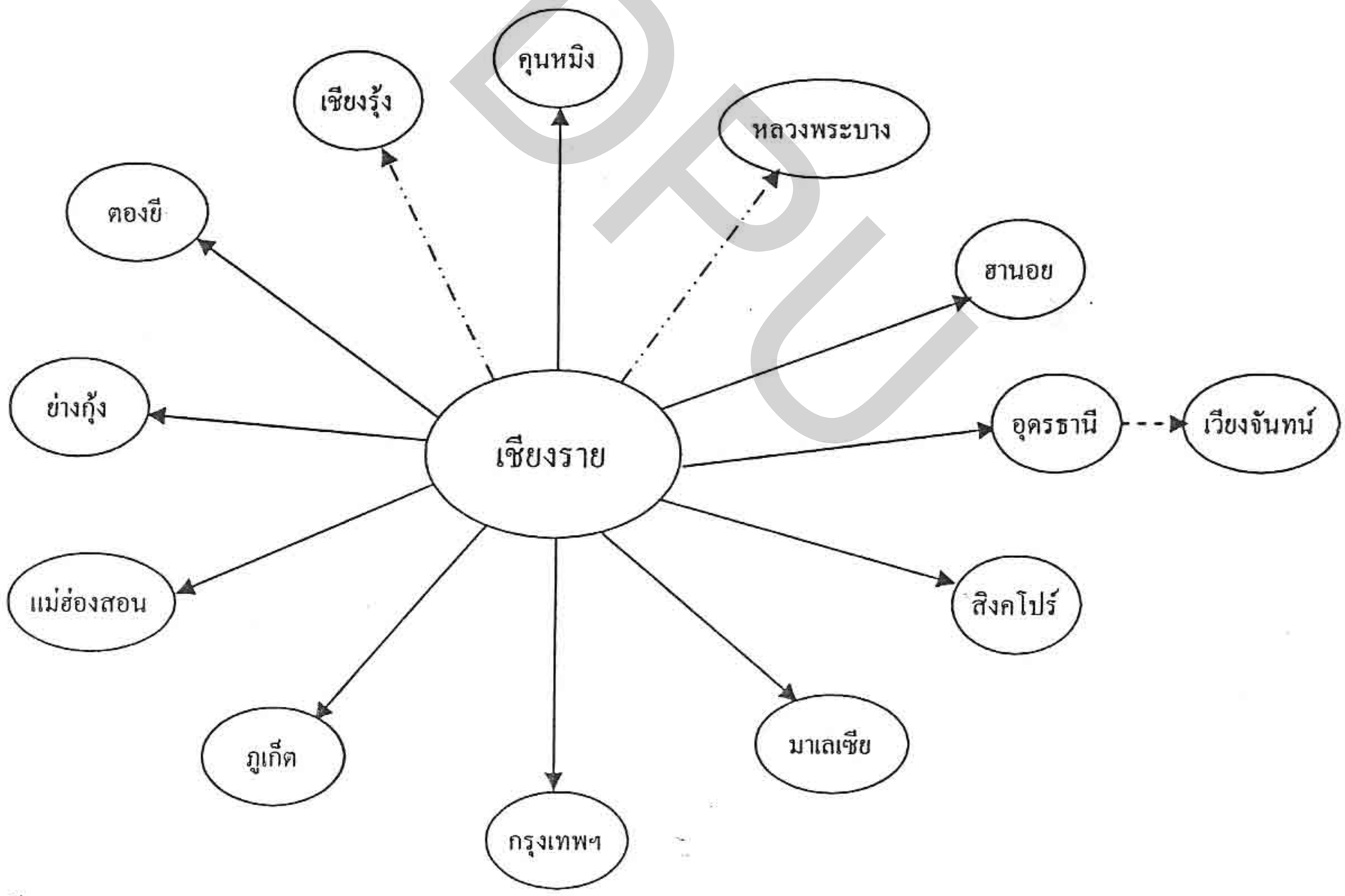
10.20.3.5 ความปลอดภัยในการพักค้างคืนก่อนท่องเที่ยวในพื้นที่สนใจสูง ทำให้การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวในฝั่งพม่า และลาว พักในเมืองเชียงราย ดูจะเป็นสิ่งที่ดีกว่าในสายตานักท่องเที่ยว

10.21 โอกาสทางการตลาดการเป็นประตูสู่ประเทศเพื่อนบ้านหรือการเป็นศูนย์การท่องเที่ยวและศูนย์กลางทางการบินระหว่างภูมิภาค

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

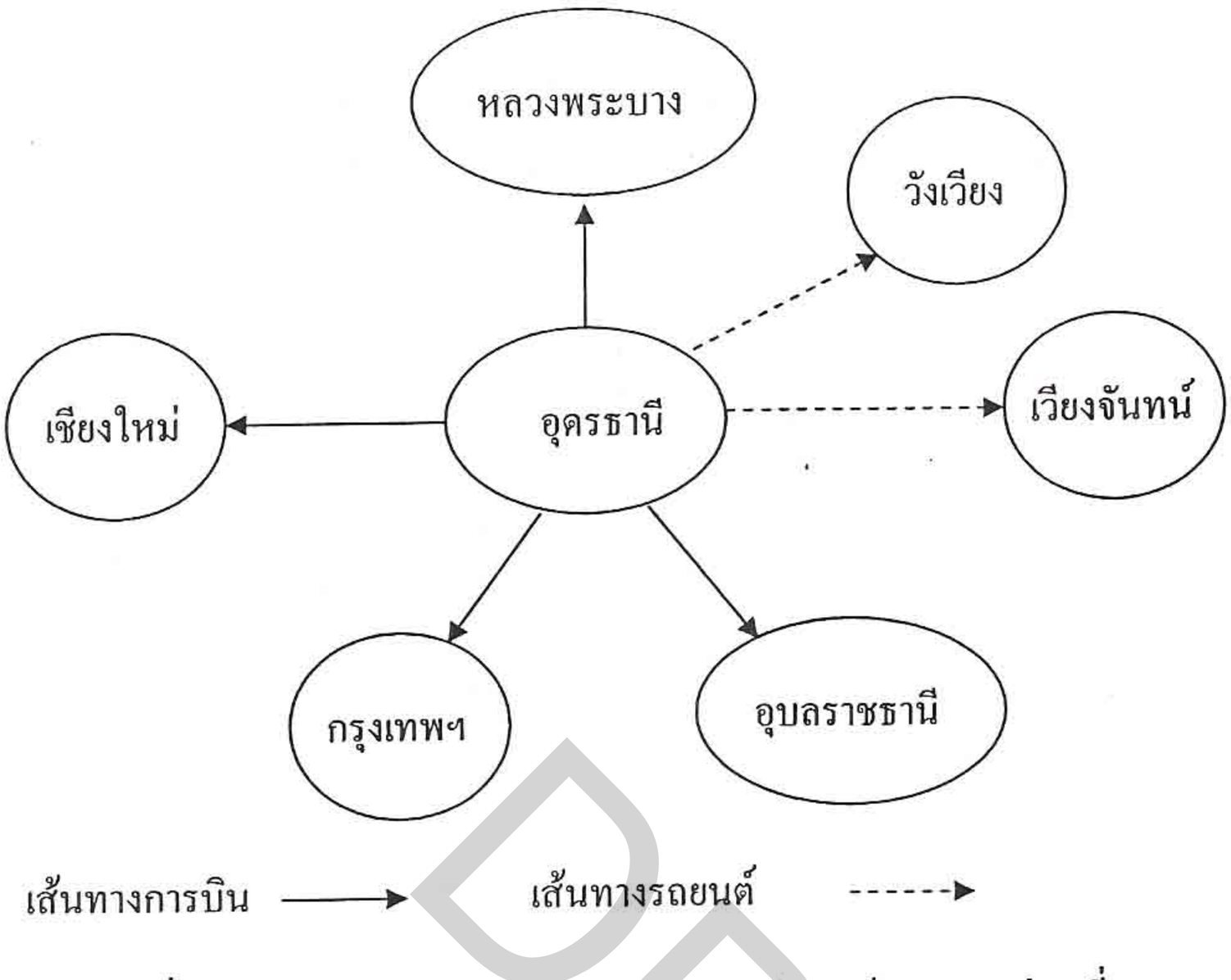
ด้วยศักยภาพความเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวจากการใช้การเชื่อมโยงของสายการบินต้นทุนต่ำของจังหวัดเชียงราย อุดรธานีและอุบลราชธานี

10.21.1 เชียงราย – พม่า ลาว เชียงรุ้ง (จีน)



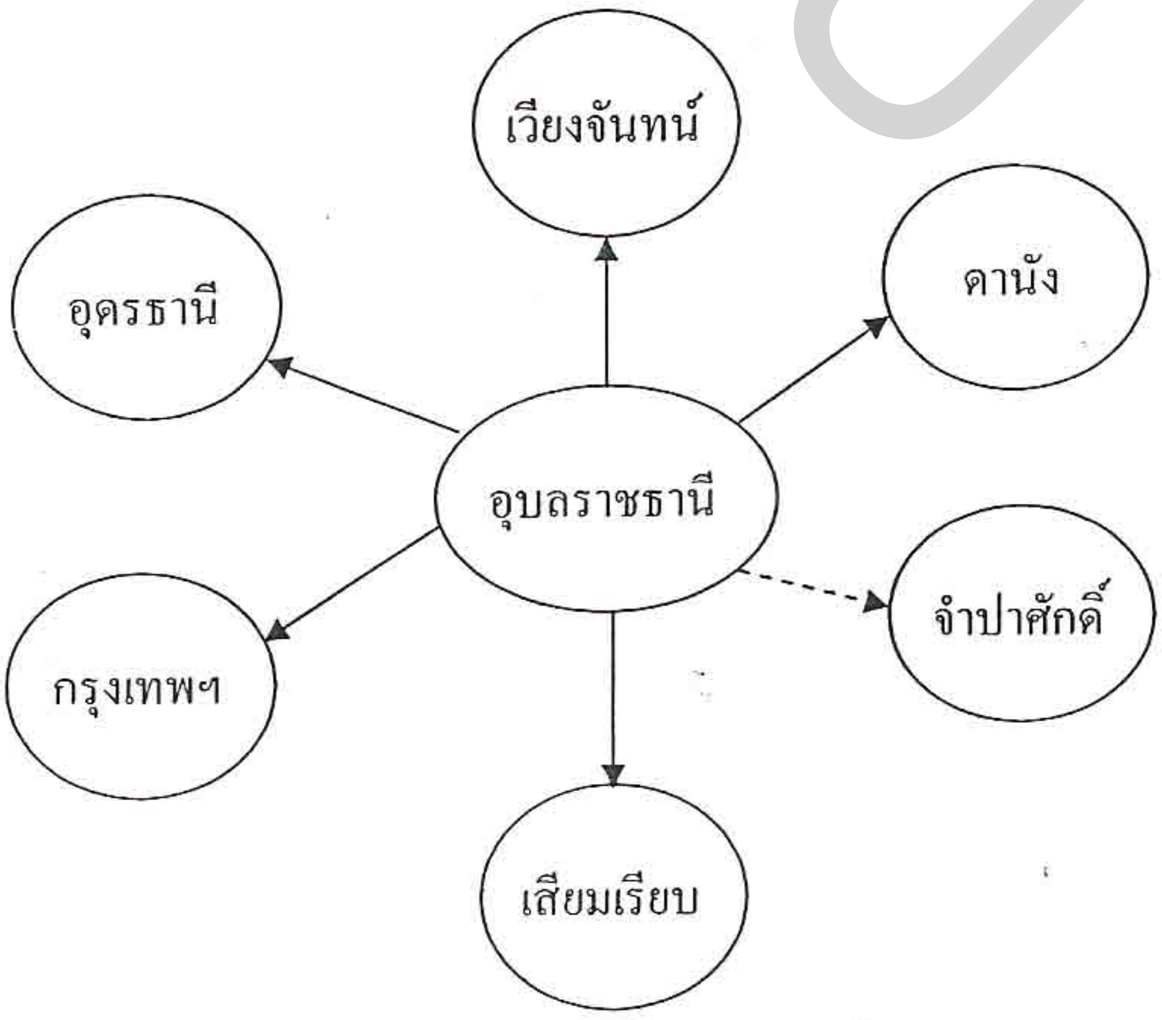
รูปที่ 10-1 จังหวัดเชียงรายประตูสู่พม่า ลาว และจีนตอนใต้

10.21.2 อุดรธานี – ลาว เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง



รูปที่ 10-2 ศักยภาพจังหวัดอุดรธานีกับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

10.21.3 อุบลราชธานี – กัมพูชา เสียมเรียบ ลาว จำปาสัก



รูปที่ 10-3 ศักยภาพจังหวัดอุบลราชธานีกับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

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

PPU

บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **โครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2546 ภาคใต้.** กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย, 2546.

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

_____. **สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2546.** กองสถิติวิจัย, 2546.

_____. **โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2546.** กองสถิติและวิจัย, 2546

จารี รัษฐปานะ . **การศึกษาเพื่อประเมินผลโครงการก่อสร้างสนามบินระนอง** . กรุงเทพฯ : สำนักนโยบาย และแผนการขนส่งและสื่อสาร , 2540

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

บริษัท ซี.เอส.เอ็น. แอนด์แอสโซซิเอท. **การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการตลาดนักท่องเที่ยวสตรีในไทย**. กรุงเทพฯ : บริษัท, 2539.

ประจักษ์ ศกุนตะลักษณ์ . **เศรษฐศาสตร์การขนส่ง** . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2539

ประเสริฐ ปกป้องศึก.**ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกฎหมายอากาศระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ : นักพิมพ์วิญญชน,2545

รังสรรค์ แขวงโสภา . **การขนส่งทั่วไป** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ , 2538

ประชุม สุวัตถีและคณะ . **การขนส่งเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวระหว่างเกาะชายฝั่งทะเลในอ่าวไทยและทะเลอันดามัน** กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2538

บุญเลิศ จิตตั้งวัตนา . **อุตสาหกรรมการบิน** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง , 2535

บัณฑิต จันทร์โรจนกิจ . **บริษัทการบินไทย จำกัด** . กรุงเทพฯ : สถาบันนโยบายศึกษา , 2535

บัณฑิต จันทร์โรจน์กิจ . **รัฐวิสาหกิจยุครัฐบาลนายอนันท์ ปันยารชุน** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2535

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

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

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

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

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

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

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

เอกสารอื่น ๆ

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

ซีอีโอ โพล่คุม "โลว์คอสต์" บินไทย พาที นำทัพฟ้า "ตลาดตั๋วเอื้ออาทร" **ประชาชาติธุรกิจ** (วันจันทร์ที่ 2 – วันพุธที่ 4 กุมภาพันธ์ 2547) : 40,39

โทนี่ เฟอร์นานเดส "เฟ้นจุดขายไทยแอร์ฯขึ้นนำตลาด" **ประชาชาติธุรกิจ** (วันพฤหัสบดีที่ 19 – วันอาทิตย์ 22 กุมภาพันธ์ 2547) : 24,40

"โอเรียนท์ไทยชะลอขายโลว์คอสต์ฯกลุ่มทุนบินในประเทศดึง ต่างชาติร่วม" **ประชาชาติธุรกิจ**" (วันจันทร์ ที่ 1 – พุธที่ 3 มีนาคม 2547) : 40,39

"นกแอร์เซอร์ไพรส์ แผนบิน ก.ค.นี้ ปล่อยแอร์เอเชียถล่มโอเรียนท์" **ประชาชาติธุรกิจ** (วันพฤหัสบดีที่ 17 – วันอาทิตย์ที่ 20 มิถุนายน 2547) :44,43

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

" ธุรกิจ แอร์ไลน์แข่งขันสร้างสีสันชิงแชร์ตลาด " **กรุงเทพธุรกิจ** (วันพฤหัสบดี 12กุมภาพันธ์ 2547) :38

ชนินยา สันสมภาค. "ยกแรกโลว์คอสท์...เฉือนกันที่ แบรนด์ "**กรุงเทพธุรกิจ** (วันจันทร์16 กุมภาพันธ์ 2547) :39

ธนวรรณ วินัยเสถียร. " ผ่ากลยุทธ์ 4 โลว์คอสท์ แอร์ไลน์เปิดยุทธศาสตร์ชิงน่านฟ้าไทย " **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่15-18กุมภาพันธ์ 2547) :26

" บูมท่องเที่ยววันธรรมดา-โลว์คอสท์ปลุกท่องเที่ยวไทยโกย 3.6 แสนล้าน " **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 5-7 กุมภาพันธ์ 2547) :26

" สนามบินภูธรพร้อมรับโลว์คอสท์แอร์ไลน์บูม " **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 18-21เมษายน 2547) :30

"แควนตัส-สิงคโปร์รุมชิงเค้กยึดเอเชียลุยขึ้นนำโลว์คอสท์" **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 18 เมษายน 2547) :23,24

เพ็ญรุ่ง ใยสาม เสน. "พาที สารสิน ทีเด็ด นกแอร์ ของแถมจากบินไทย" **ประชาชาติธุรกิจ** (วันจันทร์ที่ 16 – วันพุธ 18กุมภาพันธ์ 2547) : 40,39

"หมอเสริฐ ลดค่าตั๋วสู้บินถูก" **ผู้จัดการรายวัน** (วันเสาร์ -วันอาทิตย์ที่22-23พฤศจิกายน 2546) :1,2

"ชี้สิทธิการบินมรดกชาติ สับนโยบาย โลว์คอสต์" **สยามธุรกิจ** (วันที่ 23-29พฤศจิกายน 2546) :1,8

"5แอร์ไลน์ฟ้าปิดขาดทุนร่วมพันล้านรีบปรับตัวหนีตาย" **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 8-10 กรกฎาคม 2547) :1,2

"บขส.-รถไฟ ปรับยกใหญ่>รับมือโลว์คอสต์ ทั้งหั่นราคาถึงขั้นยกเลิกเส้นทาง" **ฐานเศรษฐกิจ** (วันที่ 14-17ธันวาคม2546) :28

"บขส. หวั่นโลว์คอสท์แย่งลูกค้าปักใต้" **สยามธุรกิจ** (วันที่ 23-29พฤศจิกายน 2546) :10

"รถทัวร์วูบ โลว์คอสท์แอร์ไลน์ชิงตลาด" **กรุงเทพธุรกิจ** (วันอังคารที่17กุมภาพันธ์ 2547) :39

เว็บไซต์ที่สืบค้น ระหว่าง พ.ศ.2548 – 2549

www.tat.or.th

www.gems – tourism.com

www.airasia.com

www.fly12go.com

www.nokair.com

www.visit-mekong.com

www.bot.or.th

www.moi.go.th

www.dpu.ac.th

www.mots.go.th

www.mof.go.th

www.visitsingrapore.com

www.tourism.gov.my

www.malaysia.com

www.aseansec.org

www.pata.org

DPU

ภาคผนวก

DRAFT

แบบสอบถามโครงการวิจัย

การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

เวลาที่ใช้บริการ.....วันที่ใช้บริการ ❍ 1) ศุกร์ ❍ 2) เสาร์ ❍ 3) อาทิตย์ ❍ 4) วันอื่นๆ.....

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

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย / ในช่อง μ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ❍ 1) ชาย ❍ 2) หญิง
2. อายุ ❍ 1) ไม่เกิน 20 ปี ❍ 2) 20-29 ปี ❍ 3) 30-39 ปี ❍ 4) 40-49 ปี ❍ 5) 50 ปีขึ้นไป
3. ถิ่นพำนัก

   ❍ 1)กรุงเทพฯ ❍ 2) ภูเกต ❍ 3) หาดใหญ่ ❍ 4) เชียงใหม่ ❍ 5) เชียงราย ❍ 6) อุบลราชธานี

   ❍ 7) อุดรธานี ❍ 8) ขอนแก่น ❍ 9) นราธิวาส ❍ 10) อื่น ๆ โปรดระบุ .....
4. สถานภาพสมรส ❍ 1) โสด ❍ 2) สมรส
5. อาชีพ

   ❍ 1) ธุรกิจส่วนตัว ❍ 2) ผู้บริหารระดับสูง ❍ 3) ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ❍ 4) เจ้าหน้าที่รัฐบาล ❍ 5) นักศึกษา

   ❍ 6) ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน ❍ 7) งานบ้าน/ แม่บ้าน ❍ 8) ปลดเกษียณ ❍ 9) อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้ต่อปี

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

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

   ❍ 5) 30,001-40,000 USD (1,200,001-1,600,000บาท) ❍ 6) มากกว่า 40,000 USD (มากกว่า1,600,000 บาท)
7. ระดับการศึกษา ❍ 1) มัธยมศึกษา ❍ 2) ปริญญาตรี ❍ 3)ปริญญาโท

   ❍ 4) ปริญญาเอก ❍ 5) อื่นๆ โปรดระบุ .....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการและการเดินทาง

1 สื่อโฆษณาใดที่ท่านได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน

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

❍ 6) นิตยสารท่องเที่ยว, หนังสือพิมพ์ ❍ 7)ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ ❍ 8)อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2 ส่วนใหญ่ท่านซื้อตั๋วโดยสารและ(สำรองที่นั่ง) จากที่ใด

❍ 1) เคาเตอร์ขายตั๋วโดยสารของสายการบิน ❍ 2) ตัวแทนจำหน่ายของสายการบิน ❍ 3) ร้าน 7- eleven

❍ 4) ตัวแทนจำหน่ายขายตั๋วโดยสาร ❍ 5) บริษัททัวร์ ❍ 6) Web Siteของสายการบิน ❍ 7) อื่น ๆ ระบุ.....

3. ส่วนใหญ่ท่านซื้อตั๋วโดยสารหรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทางนานเท่าใด

❍ 1) ไม่เกิน 1 สัปดาห์ ❍ 2) 2 – 3 สัปดาห์ ❍ 3) ประมาณ 1 เดือน ❍ 4) มากกว่า 1 เดือน

4. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❍ 1) ธุรกิจ ❍ 2) ท่องเที่ยว ❍ 3) ธุรกิจและท่องเที่ยว ❍ 4) เยี่ยมญาติ ❍ 5) อื่น ๆโปรดระบุ.....

5. ลักษณะการเดินทางโดยสายการบินโลว์คอสต์ของท่านเป็นอย่างไร

❍ 1) เดินทางคนเดียว ❍ 2)ไปกับครอบครัว ❍ 3)ไปกับหมู่คณะ ❍ 4) อื่นๆโปรดระบุ.....

6. ความถี่ของการใช้บริการสายการบินก่อนมีโลว์คอสต์กี่ครั้งต่อปี

❍ 1) หนึ่งครั้ง ❍ 2) 2 –5 ครั้ง ❍ 3) มากว่า 5 ครั้ง

7. ความถี่ของการใช้บริการสายการบินหลังมีโลว์คอสต์กี่ครั้งต่อปี

❍1) หนึ่งครั้ง ❍ 2) 2 –5ครั้ง ❍3) มากว่า5ครั้ง ❍4) อื่น ๆโปรดระบุ.....

8. ก่อนมีสายการบินโลว์คอสต์ท่านเดินทางโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

❍1) รถยนต์ส่วนตัว ❍ 2) สายการบินปกติ ❍3) รถทัวร์ ❍ 4) รถไฟ ❍ 5) อื่น ๆโปรดระบุ.....

9. ความต้องการใช้บริการในอนาคตสายการบินโลว์คอสต์

❍1) ใช้ เพราะ..... ❍ 2)ไม่ใช้เพราะ.....

10. สิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

❍1)ราคาค่าโดยสาร ❍ 2) ความสะดวกในการจองตั๋ว ❍ 3)เวลาในการเดินทาง

❍ 4)ความมั่นใจในความปลอดภัย ❍ 5) การบริการที่ได้รับ ❍ 6)อื่นๆ ระบุ.....

11.สิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของท่านในคุณภาพบริการของท่าอากาศยาน

❍1) ความสะดวกสบายของที่พักผู้โดยสาร ❍2) การตกแต่งสถานที่ ณ ท่าอากาศยาน เหมาะสม สวยงาม

❍3) อุปกรณ์ในการบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวก ทันสมัย ❍4) ความแออัดการติดต่อใช้บริการ

❍5) ความรวดเร็วของบริการที่สนามบิน ❍6) ความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย

❍ 7) อื่นๆ.....

ส่วนที่ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการบริการที่ได้รับต่อไปนี้ โดยมีระดับความพึงพอใจดังนี้

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

DRAFT

ส่วนที่ 4 ท่านเห็นอย่างไรกับราคาตั๋วโดยสารของสายการบิน ต้นทุนต่ำ

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

ส่วนที่ 5 ท่านเห็นอย่างไรกับการสำรองที่นั่งของสายการบิน ผ่านเคาเตอร์ขายตั๋ว , Web Site และตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสาร

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

ส่วนที่ 6. ท่านให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน

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

ส่วนที่ 7 การเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน (ตอบได้หลายข้อ)

1. เมืองที่ได้ไปชมในประเทศไทย

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

2. เมืองที่ได้ไปชมในประเทศเพื่อนบ้าน

❍ 1) สิงคโปร์ ❍ 2) ร่างกุ้ง ❍ 3) พนมเปญ ❍ 4) ฮานอย ❍ 5) เวียงจันทน์ ❍ 6) กัวลาลัมเปอร์ ❍ 7)อื่นๆ.....

3. ประสบการณ์การเดินทางมายังประเทศข้างล่างนี้

❍ 3.1 ไทย(ถามเฉพาะชาวต่างประเทศ) ..... ❍ 1)ไม่เคย ❍ 2) ครั้งแรก ❍ 3) 2 –3 ครั้ง ❍ 4) มากว่า 3 ครั้ง

❍ 3.2 ลาว..... ❍ 1)ไม่เคย ❍ 2) ครั้งแรก ❍ 3) 2 –3 ครั้ง ❍ 4) มากว่า 3 ครั้ง

❍ 3.3 กัมพูชา..... ❍ 1)ไม่เคย ❍ 2) ครั้งแรก ❍ 3) 2 –3 ครั้ง ❍ 4) มากว่า 3 ครั้ง

❍ 3.4 พม่า ..... ❍ 1)ไม่เคย ❍ 2) ครั้งแรก ❍ 3) 2 –3 ครั้ง ❍ 4) มากว่า 3 ครั้ง

❍ 3.5 มาเลเซีย ..... ❍ 1)ไม่เคย ❍ 2) ครั้งแรก ❍ 3) 2 –3 ครั้ง ❍ 4) มากว่า 3 ครั้ง

❍ 3.6 สิงคโปร์..... ❍ 1)ไม่เคย ❍ 2) ครั้งแรก ❍ 3) 2 –3 ครั้ง ❍ 4) มากว่า 3 ครั้ง

❍ 3.7 เวียตนาม..... ❍ 1)ไม่เคย ❍ 2) ครั้งแรก ❍ 3) 2 –3 ครั้ง ❍ 4) มากว่า 3 ครั้ง

❍ 3.8 จีนตอนใต้ ..... ❍ 1)ไม่เคย ❍ 2) ครั้งแรก ❍ 3) 2 –3 ครั้ง ❍ 4) มากว่า 3 ครั้ง

❍ 3.9 อื่นๆ..... ❍ 1)ไม่เคย ❍ 2) ครั้งแรก ❍ 3) 2 –3 ครั้ง ❍ 4) มากว่า 3 ครั้ง

DPU

4. ความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

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

ส่วนที่ 8 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

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

ปัญหาและข้อเสนอแนะ<u>ด้านการเดินทาง</u>ในประเทศไทย.....

.....

.....

ปัญหาและข้อเสนอแนะ<u>ด้านการท่องเที่ยว</u>ของประเทศไทย.....

.....

.....

********* ขอขอบคุณอย่างยิ่งที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม *********

DPU

Questionnaire

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

Flight_____ ❍ 1. Tour_____ ❍ 2. Foreign Independent Traveler (FIT)

Flight time_____ Day of flight ❍ 1. Friday ❍ 2. Saturday ❍ 3. Sunday ❍ 4. Other days _____

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

Instruction Please put a check ( ) in the box ❍

Part 1 Personal data

1. Gender ❍ 1) Male ❍ 2) Female

2. Age ❍ 1) Under 20 ❍ 2) 20-29 ❍ 3) 30-39 ❍ 4) 40-49 ❍ 5) 50 and over

3. Country of residence

❍ 1) Thailand ❍ 2) Singapore ❍ 3) Indonesia ❍ 4) China ❍ 5) Malaysia ❍ 6) Korea

❍ 7) Taiwan ❍ 8) Europe ❍ 9) Japan ❍ 10) England ❍ 11) U.S.A.

❍ 12) Australia/ New Zealand ❍ 13. Others (please specify)_____

4. Marital Status ❍ 1) Single ❍ 2) Married

5. Occupation

❍ 1) Private business ❍ 2) Executive ❍ 3) Professional ❍ 4) Government official

❍ 5) Student ❍ 6) Employee/ clerical worker ❍ 7) Housewife

❍ 8) Retired ❍ 9) Others (please specify)_____

6. Annual income

❍ 1) Under US$ 6000 ❍ 2) US$ 6000-10000 ❍ 3) US$ 10001-20000

❍ 4) US$ 20001-30000 ❍ 5) US$ 30001-40000 ❍ 6) US$ 40001 and over

7. Highest educational level

❍ 1) Secondary School ❍ 2) Bachelor Degree

❍ 3) Master Degree ❍ 4) Doctorate Degree ❍ 5) Others (specify)_____

Part 2 Travel Behaviour

1. From what media did you hear about this airline ?

❍ 1) Television ❍ 2) Radio ❍ 3) Friends/ Relatives ❍ 4) Internet ❍ 5) Billboard

❍ 6) Travel magazine ❍ 7) brochures/poster ❍ 8) Others (Specify)_____

2. Where do you usually buy airline tickets ?

❍ 1) airline counter at the airport ❍ 2) Airline's travel agent ❍ 3) Convenient store (7-11) ❍ 4) Travel agent

❍ 5) Tour company ❍ 6) Low-cost airline website ❍ 7) Others (Specify)_____

3. How far in advance do you normally make the reservation ?

❍ 1) Within 1 week ❍ 2) 2-3 weeks ❍ 3) One month ❍ 4) More than one month

4. What is usually the purpose of your trip ?

❍ 1) Business ❍ 2) Tourism ❍ 3) Business and tourism ❍ 4) Visiting friends and relatives

❍ 5) Others (Specify)_____

5. What is the nature of your trip with low-cost airline ?

❍ 1)Traveling alone ❍ 2) Traveling with family ❍ 3) Traveling in a group of friends

❍ 4) Others (Specify)_____

6. How often in a year did you fly **before the introduction of low-cost airlines** ?

   ○ 1) Once a year ○ 2) 2-5 times a year ○ 3) More than 5 times a year

7. How often do you fly **after the introduction of low-cost airlines** ?

   ○ 1) Once a year ○ 2) 2-5 times a year ○ 3) More that 5 times a year ○ 4) Others_____

8. **Before the introduction of low-cost airlines** what were the usual modes of travel ?

   ○ 1) Private car ○ 2) Airlines ○ 3) Tour coach ○ 4) Train ○ 5) Others (Specify) _____

9. Do you think you will fly with low-cost airlines in the future ?

   ○ 1) Yes because_____

   ○ 2) No because_____

10. What is the most important reason for your choosing to fly with low-cost airlines ?

    ○ 1) The air-fares ○ 2) The convenience in making reservation

    ○ 3) Flight time ○ 4) Flight safety

    ○ 5) In-flight service ○ 6) Others (Specify)_____

11. What will make you satisfied with the quality of the airport service ?

    ○ 1) Comfort during the services ○ 2) Decoration in the airport terminal ○ 3) Modern facilities

    ○ 4) Convenience and uncomplicated service ○ 5) Punctuality ○ 6) Airport safety

    ○ 7) Others _____

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. Provinces you have visited in Thailand.

   ❍ 1) Bangkok ❍ 2) Phuket ❍ 3) Had Yai ❍ 4) Chiang Mai ❍ 5) Pataya

   ❍ 6) Samui ❍ 7) Ubon Ratchathani ❍ 8) Others _____

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

   ❍ 1) Singapore ❍ 2) Yangon ❍ 3) Phanom Penh ❍ 4) Hanoi

   ❍ 5) Vientiane ❍ 6) Kuala Lumpur ❍7) Others _____

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

   ❍ 3.1 Thailand (Non-Thai only)..... ❍ 1) Never ❍ 2) First time ❍ 3) 2-3 times ❍ 4) More than 3 times

   ❍ 3.2 Lao P.D.R..... ❍ 1) Never ❍ 2) First time ❍ 3) 2-3 times ❍ 4) More than 3 times

   ❍ 3.3 Cambodia..... ❍ 1) Never ❍ 2) First time ❍ 3) 2-3 times ❍ 4) More than 3 times

   ❍ 3.4 Myanmar..... ❍ 1) Never ❍ 2) First time ❍ 3) 2-3 times ❍ 4) More than 3 times

   ❍ 3.5 Malaysia ..... ❍ 1) Never ❍ 2) First time ❍ 3) 2-3 times ❍ 4) More than 3 times

   ❍ 3.6 Singapore..... ❍ 1) Never ❍ 2) First time ❍ 3) 2-3 times ❍ 4) More than 3 times

   ❍ 3.7 Vietnam ..... ❍ 1) Never ❍ 2) First time ❍ 3) 2-3 times ❍ 4) More than 3 times

   ❍ 3.8 South of China..... ❍ 1) Never ❍ 2) First time ❍ 3) 2-3 times ❍ 4) More than 3 times

   ❍ 3.9 Others..... ❍ 1) Never ❍ 2) First time ❍ 3) 2-3 times ❍ 4) More than 3 times

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

4.1 Archaeological sites ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.2 Sun, sand , sea ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.3 Mountain, jungles ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.4 Arts and culture ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.5 Adventure tourism ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.6 Sport tourism ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.7 Shopping ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.8 Thai food ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.9 Thai herbal medicine ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.10 Night life ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.11 Casino..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.12 Meeting & convention..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.13 Education ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.14 Health tourism & spa ..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

4.15 Others..... ○ 1) Very interested ○ 2) Interested ○ 3) Not interested

Part 8. Your satisfaction regarding holidaying in Thailand

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

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

.....

.....

Problems and your suggestion regarding tourism in Thailand. .....

.....

.....

.....

****

尊敬的各位贵宾：

现在您手中的这份问卷是低成本优惠票价航线促进泰国与周边邻国旅游发展的分析调查表，这是泰国研究基金会与泰国博仁大学研究中心关于低成本优惠票价航线促进泰国旅游产业发展研究的重要依据之一。

诚请您利用宝贵时间填写此卷并借此表达您的意见和建议。深表感谢您所提供的信息协助我们圆满完成此项研究！

谢谢

泰国博仁大学研究中心

DPU

低成本优惠票价航线促进泰国与周边邻国旅游发展分析调查表

航班_____ ○ 1. 团队_____ ○ 2. 个人国外自助旅游

航班时间_____航班日期 ○ 1. 星期五 ○ 2. 星期六 ○ 3. 星期日 ○ 4. 其他 _____

您是第几次选择使用低成本优惠机票进行旅游的？ ○ 1. 第一次 ○ 2. 第二次 ○ 3. 多于两次.

答卷说明： 请将(/)划入您所选择答案前的○里

第一部分 个人资料

1. 性别 ○ 1) 男 ○ 2) 女

2. 年龄 ○ 1) 不超过 20 岁 ○ 2) 20-29 岁 ○ 3) 30-39 岁 ○ 4) 40-49 岁 ○ 5) 大于 50 岁

3. 居住国

○ 1) 泰国 ○ 2) 新加坡 ○ 3) 印度尼西亚 ○ 4) 中国大陆 ○ 5) 马来西亚 ○ 6) 韩国

○ 7) 台湾 ○ 8) 欧洲 ○ 9) 日本 ○ 10) 英国 ○ 11) 美国

○ 12) 澳大利亚/ 新西兰 ○ 13） 其他 (请填写)_____

4. 婚姻状况 ○ 1) 未婚/单身 ○ 2) 已婚

5. 职业

○ 1) 私营业主 ○ 2) 公司企业行政高层 ○ 3) 专家 ○ 4) 政府公务员

○ 5) 学生 ○ 6) 雇员/ 文职人员 ○ 7) 家庭主妇

○ 8) 退休人士 ○ 9) 其他 (请填写)_____

6. 年收入

○ 1) 低于 6000 美元 ○ 2) 6000-10000 美元 ○ 3) 10001-20000 美元

○ 4) 20001-30000 美元 ○ 5) 30001-40000 美元 ○ 6) 高于 40001 美元

7. 受教育程度

○ 1) 高中 ○ 2) 大学本科

○ 3) 硕士 ○ 4) 博士 ○ 5) 其他 (请填写)_____

第二部分 旅行方式

1. 您通过何种途径得知这种低成本优惠价航线？

○ 1) 电视 ○ 2) 收音机 ○ 3) 朋友/家属 ○ 4) 英特网 ○ 5) 露天广告牌

○ 6) 旅游杂志 ○ 7) 传单/海报 ○ 8) 其他 (请填写)_____

2. 您通常在何处购买机票？

○ 1) 机场售票处 ○ 2) 航空公司售票处 ○ 3) 便利店 (如 7-11) ○ 4) 机票代理商

○ 5) 旅行社 ○ 6) 英特网 ○ 7) 其他(请填写)_____

3. 您通常提前多久预定机票？

○ 1) 不超过一星期 ○ 2) 2-3 星期 ○ 3) 一个月 ○ 4) 早于一个月

DRAFT

4. 您通常的旅行目的是什么？

○ 1) 商务　○ 2) 旅游　○ 3) 商务和旅游　○ 4) 探亲访友

○ 5) 其他 (请填写)_____

5. 您在何种情况下选择购买低成本优惠机票？

○ 1)个人旅游　○ 2) 家庭旅游　○ 3) 团体旅游

○ 4) 其他 (请填写)_____

6. 在获知低成本优惠机票之前，您每年出国旅行多少次？

○ 1) 每年一次　○ 2) 每年 2 至 5 次　○ 3)每年多于 5 次

7. 在获知低成本优惠机票之后，您每年出国旅行多少次？？

○ 1) 每年一次　○ 2) 每年 2 至 5 次　○ 3) 每年多于 5 次　○ 4) 其他_____

8. 在获知低成本优惠机票之前，您通常采用何种方式出游？

○ 1) 自驾车　○ 2)飞机　○ 3) 空调旅游车　○ 4) 火车　○ 5) 其他 (请填写) _____

9. 您将会选择继续使用这种低成本优惠机票吗？

○ 1) 会的，因为_____

○ 2) 不会，因为_____

10. 您选择使用低成本优惠机票最重要的原因是什么？

○ 1) 票价　○ 2) 预定方便

○ 3) 飞行时间　○ 4) 飞行安全

○ 5) 机舱内服务　○ 6) 其他(请填写)_____

11. 哪种服务质量最令您满意？

○ 1) 旅途舒适　○ 2) 机场环境　○ 3) 现代化设备

○ 4) 办理手续方便快捷　○ 5) 准点起飞　○ 6) 飞行安全

○ 7) 其他_____

第三部分 请在下列表格中划出符合您满意程度的选项

服务种类	您的满意程度				
	最满意	很满意	满意	不太满意	不满意
1. 办理登机手续					
1.1 方便快捷					
1.2 服务热忱					
1.3 言行有礼					
1.4 灵活处置超重行李					
2. 候机厅服务					
2.1 环境幽雅，方便舒适					
2.2 工作人员彬彬有礼					
2.3 排队登机					
2.4 您所需要的其他服务……					

DRAFT

3. 行李托运					
3.1 小心轻放					
3.2 服务热忱，及时解决问题					
3.3 您对工作人员的印象如何					
4. 机舱内服务					
4.1 座椅舒适					
4.2 工作人员友好热情					
4.3 给予周到关怀与照顾					
4.4 机上出售的商品					
4.5 总的来说，对机舱内服务感觉如何					
4.6 总的来说，对此航班服务感觉如何					

第四部分　请将您对低成本优惠机票价格的满意程度划入所选答案的框内

票价	您的满意程度				
	最满意	很满意	满意	不太满意	不满意
1. 适应当前经济现状					
2. 与国内航线相比较是合适的					
3. 与国际航线相比较是合适的					
4. 与飞行距离相比较是合适的					
5. 与服务质量相比较是合适的					
6. 与购买机票时所受到的服务质量相比较是合适的					
7. 您对其他付费服务的满意程度如何					

第五部分　您通过英特网、售票处和旅行社预定机票的满意程度

机票预定	您的满意程度				
	最满意	很满意	满意	不太满意	不满意
1. 通过英特网预定机票方便快捷					
2. 通过售票处和旅行社预定机票方便快捷					

第六部分　您对低成本优惠票价航线服务质量的满意程度

服务质量	您的满意程度				
	最满意	很满意	满意	不太满意	不满意
1. 工作人员服务热忱					
2. 准点起飞					
3. 飞行安全					
4. 付出的费用与受到的服务相符					

DRAFT

第七部分 在泰国及其周边邻国旅行 (可选择多个答案.)

1. 您曾经去过泰国的哪些地方？

O 1) 曼谷 O 2) 普吉 O 3) 合艾 O 4) 清迈 O 5) 芭提雅

O 6) 苏眉 O 7) 乌汶 O 8) 其他 _____

2. 您曾经去过泰国周边邻国的哪些城市？

O 1) 新加坡（新加坡） O 2) 仰光（缅甸） O 3) 金边（柬埔寨） O 4) 河内（越南）

O 5) 万象（老挝） O 6) 吉隆坡（马来西亚） O7) 其他 _____

3. 您去过下列国家及地区多少次？

O 3.1 泰国(非泰国籍人士填写)..... O 1) 从来没有 O 2)第一次 O 3) 2-3 次 O 4) 多于 3 次

O 3.2 老挝..... O 1) 从来没有 O 2) 第一次 O 3) 2-3 次 O 4) 多于 3 次

O 3.3 柬埔寨..... O 1) 从来没有 O 2) 第一次 O 3) 2-3 次 O 4) 多于 3 次

O 3.4 缅甸..... O 1) 从来没有 O 2) 第一次 O 3) 2-3 次 O 4) 多于 3 次

O 3.5 马来西亚..... O 1) 从来没有 O 2) 第一次 O 3) 2-3 次 O 4) 多于 3 次

O 3.6 新加坡..... O 1) 从来没有 O 2) 第一次 O 3) 2-3 次 O 4) 多于 3 次

O 3.7 越南..... O 1) 从来没有 O 2) 第一次 O 3) 2-3 次 O 4) 多于 3 次

O 3.8 中国南部..... O 1) 从来没有 O 2) 第一次 O 3) 2-3 次 O 4) 多于 3 次

O 3.9 其他..... O 1) 从来没有 O 2) 第一次 O 3) 2-3 次 O 4) 多于 3 次

4. 您对泰国的哪些旅游项目有兴趣？

4.1 世界文化遗产和名胜古迹 .....O 1) 很有兴趣 O 2) 有兴趣 .O 3) 没有兴趣

4.2 自然风光 ....O 1) 很有兴趣 O 2) 有兴趣 O 3) 没有兴趣

4.3 文化艺术 .....O 1) 很有兴趣 O 2) 有兴趣..O 3) 没有兴趣

4.4 野外探险及传统节日.....O 1) 很有兴趣..O 2) 有兴趣..O 3) 没有兴趣

4.5 购物.....O 1) 很有兴趣 O 2) 有兴趣..O 3) 没有兴趣

4.6 泰国食物及泰国草药.....O 1) 很有兴趣..O 2) 有兴趣..O 3) 没有兴趣

4.7 夜生活.....O 1) 很有兴趣 O 2) 有兴趣 O 3) 没有兴趣

4.8 会议、展览及教育.....O 1) 很有兴趣 O 2) 有兴趣 O 3) 没有兴趣

4.9 保健、按摩及温泉.....O 1) 很有兴趣 O 2) 有兴趣..O 3) 没有兴趣

4.10 其他.....O 1) 很有兴趣 O 2) 有兴趣 O 3) 没有兴趣

第八部分 您在泰国旅游的满意程度

服务质量	您的满意程度				
	最满意	很满意	满意	不太满意	不满意
1. 旅途愉快安全					
2. 工作人员服务有礼，关怀备至					
3. 商店诚实守信					
4. 居住舒适方便					
5. 泰国人友好热情					
6. 城市环境幽雅清洁					

您对在泰国旅行方面有何意见和建议：.....

.....

.....

.....

.....

您对泰国旅游产业有何意见和建议：.....

.....

.....

.....

.....

.....

******感谢您填写此卷******

DRAFT

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

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

ปัจจัยในการวิเคราะห์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ/ปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
จุดแข็ง					
1. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่นหลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก					
2. ทรัพยากรมนุษย์มีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนา					
3. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก					
4. มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง/จังหวัด /ประเทศ					
5. มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินนานาชาติ					
6.อื่นๆ.....					

ปัจจัยในการวิเคราะห์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ/ปานกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
จุดอ่อน					
1. มีปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม					
2. ไม่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว					
3. การเอาเปรียบนักท่องเที่ยวของประชาชนและไม่เอื้ออาทรนักท่องเที่ยว					
4. การไม่ควบคุมและรักษาระดับมาตรฐานการให้บริการของที่พักและบริการสาธารณะ					
5. ขาดการส่งเสริม/การลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว					
6. อื่นๆ.....					

DPU

ปัจจัยในการวิเคราะห์	ระดับความคิดเห็น				
	มาก (5)	ค่อนข้างมาก (4)	ปานกลาง (3)	ค่อนข้างน้อย (2)	น้อย (1)
โอกาส					
1. ชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยว					
2. มีโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว					
3. สามารถเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ(ยกระดับมาตรฐาน สินค้าและบริการ สารสนเทศ การศึกษา)					
4. สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนาของรัฐเช่นการสร้างเขื่อน การขนส่ง การ					
5. การปรับตัวตามกระแสโลกเรื่องสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถขยายตลาดในวงกว้าง					
6. อื่น ๆ					
อุปสรรค					
1. ผลจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศถดถอย					
2. ผลของเหตุการก่อการร้ายสากล ความขัดแย้งระหว่างประเทศ และโรคระบาด					
3.มี กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่ไม่อำนวยความสะดวกหรือล้าสมัย					
4. มีข้อจำกัดทางความมั่นคงของรัฐเช่น การชุมนุมประท้วง เคอร์ฟิว ฯลฯ					
5.ความเสี่ยงจาก ภัยธรรมชาติที่มีผลกระทบตลาดในวงกว้าง					
6. อื่น ๆ					

ข้อเสนอแนะให้รัฐและจังหวัด

ดำเนินการ.....

.....

.....

DRAFT

จุดแข็ง/จุดอ่อน 2 จังหวัดเชียงราย

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1	1	2	2			5	3.80
2	1	4				5	4.20
3	2	3				5	4.40
4		3	2			5	3.60
5	2	3				5	4.40
รวม	6	15	4	0	0	25	4.08
ค่าเฉลี่ยรวม	30	60	12	0	0	4.08	

โอกาส/อุปสรรค

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1	1	4				5	4.20
2	2	3				5	4.40
3	4	1				5	4.80
4	4	1				5	4.80
5	1	4				5	4.20
รวม	12	13	0	0	0	25	4.48
ค่าเฉลี่ยรวม	60	52	0	0	0	4.48	

DRAFT

จุดแข็งจุดอ่อน 2 จังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1		3	1	1		5	3.40
2	1	4				5	4.20
3	2	3				5	4.40
4	1	3	1			5	4.00
5	1	3	1			5	4.00
รวม	5	16	3	1	0	25	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	25	64	9	2	0	4.00	

โอกาสอุปสรรค

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1	1	4				5	4.20
2	1	3	1			5	4.00
3	4	1				5	4.80
4	2	3				5	4.40
5	1	3	1			5	4.00
รวม	9	14	2	0	0	25	4.28
ค่าเฉลี่ยรวม	45	56	6	0	0	4.28	

DRAFT

จุดแข็ง/จุดอ่อน 2 จังหวัดอุดรธานี

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1	1	4				5	4.20
2	1	1	3			5	3.60
3		3	2			5	3.60
4		1	3	1		5	3.00
5	2	3				5	4.40
รวม	4	12	8	1	0	25	3.76
ค่าเฉลี่ยรวม	20	48	24	2	0	3.76	

โอกาส/อุปสรรค

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1	1	4				5	4.20
2	1	3	1			5	4.00
3		1	3	1		5	3.00
4	2	3				5	4.40
5		3	2			5	3.60
รวม	4	14	6	1	0	25	3.84
ค่าเฉลี่ยรวม	20	56	18	2	0	3.84	

จุดแข็ง/จุดอ่อน 2 จังหวัดหนองคาย

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1			2	3		5	2.40
2		1	4			5	3.20
3		3	2			5	3.60
4			3	1	1	5	2.40
5		3	2			5	3.60
รวม	0	7	13	4	1	25	3.04
ค่าเฉลี่ยรวม	0	28	39	8	1	3.04	

โอกาส/อุปสรรค

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1	1	4				5	4.20
2	1	3	1			5	4.00
3	4	1				5	4.80
4	2	3				5	4.40
5	1	3	1			5	4.00
รวม	9	14	2	0	0	25	4.28
ค่าเฉลี่ยรวม	45	56	6	0	0	4.28	

จุดแข็ง/จุดอ่อน 2 จังหวัดขอนแก่น

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1			5			5	3.00
2	1	4				5	4.20
3		5				5	4.00
4			5			5	3.00
5	2	3				5	4.40
รวม	3	12	10	0	0	25	3.72
ค่าเฉลี่ยรวม	15	48	30	0	0	3.72	

โอกาส/อุปสรรค

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1	1	4				5	4.20
2	1	3	1			5	4.00
3	2	1	1	1		5	3.80
4		3	2			5	3.60
5		2	2		1	5	3.00
รวม	4	13	6	1	1	25	3.72
ค่าเฉลี่ยรวม	20	52	18	2	1	3.72	

DRAFT

จุดแข็ง/จุดอ่อน 2 จังหวัดศรีสะเกษ

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1			2	3		5	2.40
2		3	2			5	3.60
3			5			5	3.00
4		5				5	4.00
5			2	3		5	2.40
รวม	0	8	11	6	0	25	3.08
ค่าเฉลี่ยรวม	0	32	33	12	0	3.08	

โอกาส/อุปสรรค

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1	1	4				5	4.20
2			4	1		5	2.80
3		4	1			5	3.80
4		3		2		5	3.20
5			4	1		5	2.80
รวม	1	11	9	4	0	25	3.36
ค่าเฉลี่ยรวม	5	44	27	8	0	3.36	

DPU

จุดแข็ง/จุดอ่อน 2 จังหวัดมุกดาหาร

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1			2	3		5	2.40
2	1	4				5	4.20
3			2	3		5	2.40
4			5			5	3.00
5			2	3		5	2.40
รวม	1	4	11	9	0	25	2.88
ค่าเฉลี่ยรวม	5	16	33	18	0	2.88	

โอกาส/อุปสรรค

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1	1	4				5	4.20
2	2	3				5	4.40
3	4	1				5	4.80
4	2	3				5	4.40
5	1	3	1			5	4.00
รวม	10	14	1	0	0	25	4.36
ค่าเฉลี่ยรวม	50	56	3	0	0	4.36	

DRAFT

จุดแข็ง/จุดอ่อน 2 จังหวัดสระแก้ว

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1			5			5	3.00
2	1	4				5	4.20
3		5				5	4.00
4			3	1	1	5	2.40
5			2	3		5	2.40
รวม	1	9	10	4	1	25	3.20
ค่าเฉลี่ยรวม	5	36	30	8	1	3.20	

โอกาส/อุปสรรค

ปัจจัย	5	4	3	2	1	รวม	ค่าเฉลี่ยรายข้อ
1		3	2			5	3.60
2	1	2	2			5	3.80
3	1	4				5	4.20
4	1	3	1			5	4.00
5	1	3	1		1	6	3.50
รวม	4	15	6	0	1	26	3.81
ค่าเฉลี่ยรวม	20	60	18	0	1	3.81	

DRAFT

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

(One Stop Service Center)

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

DRAFT

4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ชาล้านนา	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์เผยแพร่ OTOP ของจังหวัด 4.2 เพิ่มประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเข้าชม 4.3 สำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยว					

DRU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่งดอกไม้เมืองหนาวและเส้นทางดอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ 1.2 จำนวนเส้นทางดอกไม้งามที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่					
2. การท่องเที่ยวเยี่ยมชมเชิงเกษตรและแปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และโรงงานไวน์ ไร่ชา)	2.1 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่ 2.2 จัดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
3. เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัด	3.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น					
4. การจัดทำหมู่บ้านตัวอย่างในการทำ Home Stay/long Stay - บ้านพักในชุมชน - บ้านพักในหมู่บ้านชาวเขา -Thai Lanna Spa City	4.1 มีหมู่บ้านตัวอย่างในโครงการ Home Stay / /long Stay อย่างน้อยปีละ 2 แห่ง 4.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					

DRAFT

5. การแปลงสถานที่บ่มใบยาสูบให้เป็นที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว (Tobacco Resort)	5.1 จำนวนแห่งที่ได้รับการแปลงเป็นที่พัก					
6. ปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	6.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและท้องถิ่นได้รับการพัฒนา					
7. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ และเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	7.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงและเผยแพร่					
8. การอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำโลกแอ่งเชียงแสน	8.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8.2สร้างกิจกรรมนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น					
9.ด้านวัฒนธรรม	9.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาและเอกลักษณ์ล้านนา					
10. จัดสร้างสวนตุงและสวนโคมเฉลิมพระเกียรติ	10.1 ประชาสัมพันธ์ตุงและสวนโคมที่ได้รับการพัฒนา 10.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เข้าชม					

DRAFT

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด หรือที่เรียกว่า “สี่เหลี่ยมวัฒนธรรมล้านนา”)

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

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

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

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

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

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวครบวงจร

(One Stop Service Center)

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว (One Stop Service Center)	1. มีศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว 1.2 มีผลงานวิจัยอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง					
2. พัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	2.1 เพิ่มจำนวนมัคคุเทศก์/อาสาสมัครเข้าฝึกอบรมและจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว					
3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด -ผลักดันจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ - Road Show - แรลลี่3ประเทศ	3.เพิ่ม ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้น 3.2 Road Show 3.3 จัดแรลลี่ ประเทศ (ไทย, ลาว, จีน)					

DPU

4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์อินโดจีน	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์เผยแพร่ OTOP ของจังหวัด 4.2 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเข้าชม 4.3 สำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยว					

DRAFT

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพื้นที่สูงทุ่งดอกไม้และเส้นทางดอกไม้งาม	1.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและเผยแพร่ 1.2 ประชาสัมพันธ์เส้นทางดอกไม้งามที่ได้รับการพัฒนาและเผยแพร่					
2. การท่องเที่ยวเยี่ยมชมเชิงเกษตรและแปรรูปการเกษตร (สวนผลไม้และไร่กาแฟ)	2.1 ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและเผยแพร่ 2.2ประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร					
3. เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัด	3.1ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น					

DPU

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

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

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

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

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

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปาน กลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง					
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่แวะเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น					
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้ง แลกเปลี่ยนกับประเทศลาว เวียตนาม จีน					
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุดร หนองคาย เวียงจันทน์ วังเวียง หลวงพระบาง เชียงรุ้ง	4.1ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทางเพิ่มขึ้น 4.2 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 6 เมืองเพื่อนบ้าน					

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ตั้งศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยว

ครบวงจร (One Stop Service Center)

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

DPU

4.จัดตั้งพิพิธภัณฑ์อุบลจำปาศักดิ์	4.1 มีศูนย์พิพิธภัณฑ์เผยแพร่ OTOP ของจังหวัด 4.2 เประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเข้าชม 4.3 สำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยว					

DRAFT

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่หลากรูปแบบ

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

DPU

5. ปรับปรุงภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	5.1ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและท้องถิ่นได้รับการพัฒนา					
6. การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงอนุรักษ์ และเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	6.1 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการปรับปรุงและเผยแพร่					
7. เชื่อมโยงแก่งกับการท่องเที่ยวเขื่อนสิรินธร	7.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 7.2 สร้างความพอใจให้เพิ่มมาก ขึ้น					
8.ด้านวัฒนธรรม	8.1ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาและเอกลักษณ์ไทยอีสาน					

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด

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

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

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

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีโดยเน้น Low Season

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

DPU

แบบประเมินกลยุทธ์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี : ผลักดันการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอโครงการ	ข้อเสนอกิจกรรม	ระดับความเป็นไปได้				
		มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1. ปรับปรุงการออกเอกสารแทนหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่ม GMS	1.1 ระยะเวลาในการออกเอกสารลดลง					
2. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด	2.1 ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่แวะเที่ยวในจังหวัดเพิ่มขึ้น					
3. การเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนประเพณีและศิลปวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านลาวใต้และเขมรสูง	3.1 มีการจัดงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างน้อยปีละครั้ง แลกเปลี่ยนกับประเทศลาว เวียตนาม กัมพูชา					
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงเส้นทางอุบล จำปาศักดิ์ พระวิหาร อัลลองเวง	4.1ประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมในเส้นทาง เพิ่มขึ้น 4.2สร้างกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองคู่มิตร					

DPU

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดินทางมาประเทศไทย

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.872056	0.760482	0.640723	56.35559866

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดินทางมาประเทศไทยก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1287.967	84.72659		15.20145	0.041819
X	25.3	27.25093	0.680387	0.928409	0.523623

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดินทางมาประเทศไทยหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1160.6	69.02123		16.81512	0.003518
X	63.51	25.20299	0.872056	2.519939	0.127944

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ เดินทางมาประเทศไทย

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.783662	0.614127	0.485502	6.903211813

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ เดินทางมาประเทศไทยก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	527.05	7.24015		72.79546	5.71E-06
X	4.77	2.182987	0.783662	2.185079	0.116792

DPU

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ เดินทางมาประเทศไทยหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	475.8	43.87482		10.84449	0.058539
X	16.2	8.660254	0.881894702	1.870615	0.312536

แนวโน้มของสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศ

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.951902	0.906117	0.812234	2.57196423

แนวโน้มของสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	88.6	3.92874		22.55176	0.028211
X	-5.65	1.818653	-0.951901752	3.10669	0.198251

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816	.666	.331	11.02270

a Predictors: (Constant), Y
b Dependent Variable: X

แนวโน้มของสัดส่วนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศหลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ

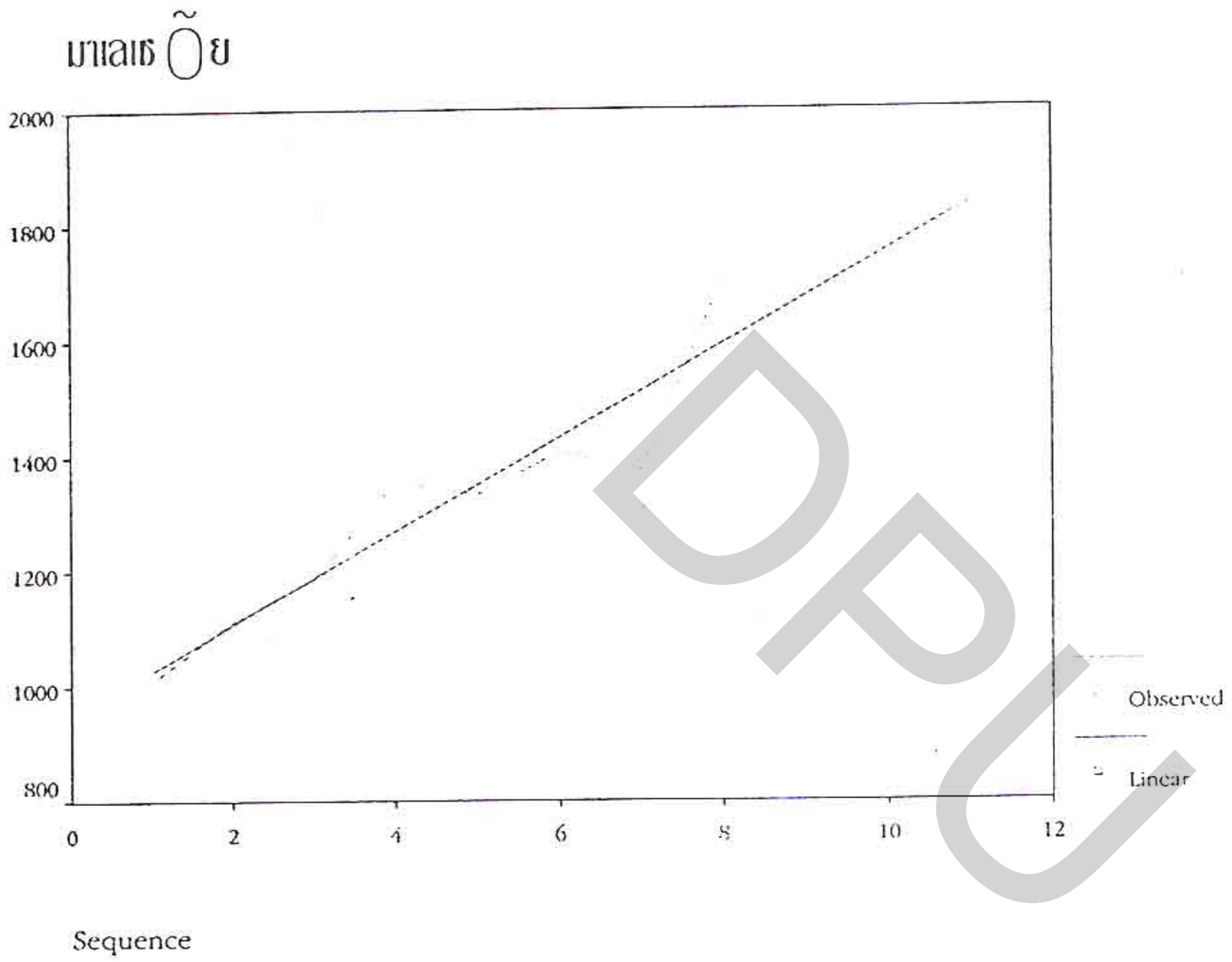
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	59.7	16.83746		3.545666	0.175003
X	11	7.794229	0.815935	1.411301	0.392446

Independent: Time

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

The following new variables are being created:

Name	Label
FIT_1	Fit for มาเลเซีย from CURVEFIT, MOD_2 LINEAR



DRAFT

```
* Curve Estimation.
PREDICT THRU YEAR 2009 .

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

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

Curve Fit

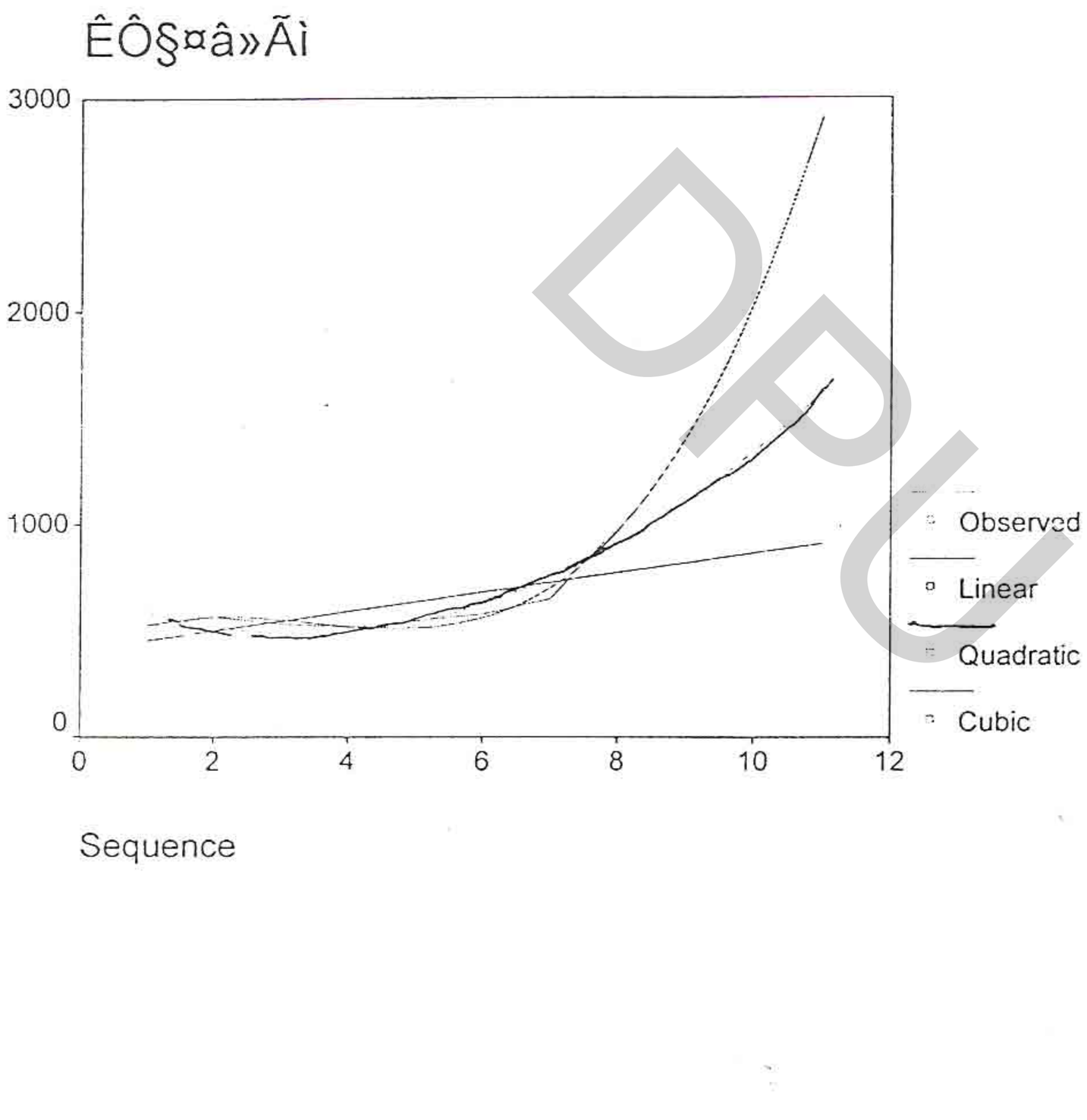
MODEL: MOD_6.

Independent: Time

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

The following new variables are being created:

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



DPU

บทความวิจัยเรื่อง

การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

อุตสาหกรรมการบินเป็นกิจการสาธารณูปโภคจะต้องให้มีบริการที่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะใช้บริการ การเปิดน่านฟ้าเสรี (Open Skies) ให้มีการแข่งขันธุรกิจที่ประกอบกิจ การเชื่อมโยงการบินในภูมิภาค (Regional Air Linkage) และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ 3 ประเทศคือไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ที่มีเส้นทางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำอยู่หลายบริษัท และการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคจากการดำเนินนโยบายรวมตัวกันของบริษัท มาเป็นการแข่งขันกันในด้านราคา ทำให้เกิดอรรถประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวหลายรูปแบบ คือ อรรถประโยชน์ทางสถานที่ (Place Utility) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ต่างๆ ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง และอรรถประโยชน์ทางเวลา (Time Utility) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต้องอาศัยการลำเลียงขนส่งเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารหรือนักท่องเที่ยวจากสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพำนักอาศัยเป็นการชั่วคราวหรือเพื่อพักผ่อนหรือประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ รวมทั้งเพื่อความผ่อนคลาย ธุรกิจการคมนาคมและขนส่งจึงเป็นธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงนอกเหนือจากธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจการคมนาคมและขนส่งไม่ว่าจะเป็นการขนส่งทางบก ทางน้ำหรืออากาศ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามจำนวนของนักท่องเที่ยวในแต่ละปี จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจการคมนาคมและขนส่งกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาอาศัยกันโดยเฉพาะการเดินทางระหว่างประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องอาศัยธุรกิจการขนส่งทางอากาศหรือธุรกิจการบินอย่างมิอาจหลีกเลี่ยงได้ เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้เกิดการเดินทางมากขึ้น และก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนตำเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการขนส่งทางอากาศที่ต้องอาศัยอุตสาหกรรมหรือธุรกิจการบินเพื่อขนส่งนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งมีความสำคัญต่อการนำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศมาสู่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง ดังนั้น ถ้าหากธุรกิจสายการบินต้นทุนตำสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวมากเท่าใด ย่อมส่งผลต่อการส่งเสริมโอกาสการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ปัจจุบันจากนโยบายของภาครัฐที่กำหนดให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลัก

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

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

2) เพื่อวิเคราะห์ผลหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airline) ที่มีต่อธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ที่พัก ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจรถทัวร์ และการรถไฟแห่งประเทศไทย

3) เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน อันได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัย

4) เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

2. สายการบินต้นทุนต่ำไทยและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

วันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย เป็นสายการบินแบบประหยัดรายแรกของไทย ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นในการให้บริการที่แตกต่างจากสายการบินต้นทุนต่ำทั่วไปในภูมิภาคเอเชีย โดยลักษณะของการนำเสนอราคาในรูปแบบราคาเดียวสำหรับทุกเส้นทาง (ภายในโซนเดียวกัน) พร้อมบริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง

(2) ไทยแอร์เอเซีย (Thai Air Asia)

แอร์เอเซียมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศมาเลเซีย มีการขยายฐานธุรกิจโดยการร่วมทุนกับชินคอร์ปเปิดสายการบินในประเทศไทยโดยใช้ชื่อว่า บริษัท แอร์เอเซีย เอวิเอชั่น จำกัด และใช้ Boeing 737-300 เพียงรุ่นเดียว มีความจุ 148 ที่นั่ง แอร์เอเซียมีการเปิดเส้นทางการบินทั้งในประเทศมาเลเซียและไทย รวมทั้งเส้นทางการบินระหว่างประเทศ เช่น ไทย สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชา จีน มาเก๊า แอร์เอเซียจะมีการร่วมทุนกับประเทศสิงคโปร์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการสรรหาผู้ลงทุนร่วม

(3) นกแอร์ (Nok Air)

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

3. การแข่งขันในธุรกิจการบิน

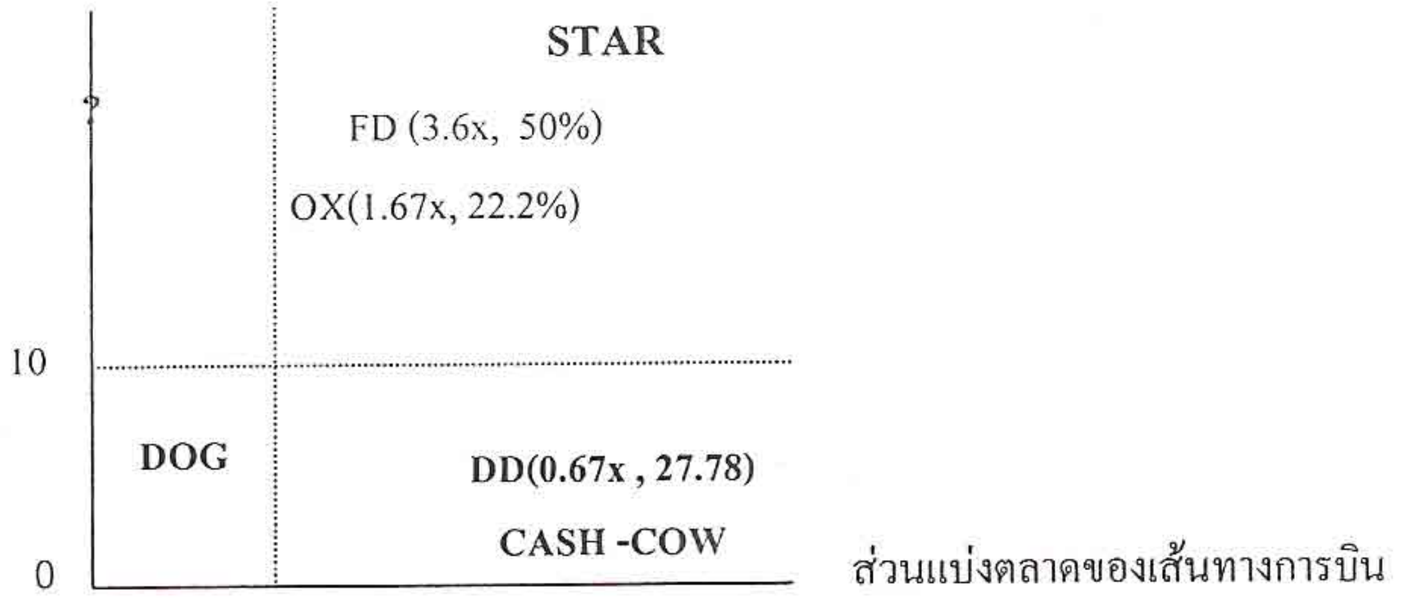
สายการบินต้นทุนต่ำต้องแข่งขันสายการบินชั้นนำในเรื่องราคา ความถี่ของเที่ยวบิน การบริการ ชื่อเสียงของสายการบิน สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้โดยสาร การให้บริการ ปัจจุบันเส้นทางการบินไปประเทศเพื่อนบ้านมีการแข่งขันค่อนข้างสูงของสายการบินต้นทุนต่ำไทย คือ ไทยแอร์เอเชีย และสายการบินต้นทุนต่ำต่างประเทศเช่น เส้นทางกรุงเทพฯ ฮานอย มีสายการบินต้นทุนต่ำ ไทเกอร์แอร์ ของประเทศสิงคโปร์ เส้นทางกรุงเทพฯ พนมเปญ มีสายการบินต้นทุนต่ำ แอร์เอเชีย ของประเทศมาเลเซีย เป็นต้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวย่านศูนย์การท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย และสิงค์โปร์ ซึ่งสภาวะการแข่งขันจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในแต่ละเส้นทางการบิน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับสายการบินคู่แข่ง และกฎระเบียบควบคุมการประกอบธุรกิจการบินของแต่ละประเทศ รวมทั้งความสัมพันธ์เฉพาะของผู้นำประเทศ

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

4. สถานการณ์ตลาดสายการบินต้นทุนต่ำและเส้นทางการบินของประเทศไทย

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

สายการบินนกแอร์ เปิดดำเนินการมี 6 เส้นทาง ปัจจุบันมี 10 เส้นทางมีอัตราการเติบโตของเส้นทางการบิน 0. 67มีส่วนแบ่งตลาด 27.78 (%)



รูปที่ 1 เปรียบเทียบสถานการณ์ทางการตลาดของ วันทูโก ไทยแอร์เอเซีย และนกแอร์

การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ย่อมจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งผู้โดยสารในประเทศปัจจุบัน ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง รวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด

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

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

2) การสร้างรายได้เสริม นอกเหนือจากบริการการบินอย่างเดียวเท่านั้น เนื่องจากการแข่งขันก็เริ่มสูง และส่วนต่างกำไรเริ่มลดลง ช่องทางต่างๆ ทั้งที่ทำมาแล้ว และกำลังจะทำเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการขายอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง ก็คงจะมีการสร้างรายได้มากขึ้น จะมีการขายของชำร่วยของพรีเมียมที่เป็นตราของบริษัท เครื่องสำอาง และสินค้าในความนิยม รวมถึงมีการขายโฆษณาทั้งบนตัวเครื่อง และภายในเครื่องด้วย ซึ่งน่าจะสร้างรายได้ที่เป็นกอบเป็นกำกลับเข้ามามากขึ้น ทดแทนส่วนที่หดหายไปจากการแข่งขันที่รุนแรง โดยเป็นที่คาดการณ์ว่าสัดส่วนของรายได้เสริมที่มิได้มาจากการบริการทางการบิน น่าจะสูงขึ้น 20-30% จากรายได้ทั้งหมด

3) ความสะดวก ก็จะเป็นมูลค่าเพิ่มที่สายการบินต้นทุนต่ำจะมุ่งเน้นมากขึ้น เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จเช่นกัน ทั้งการเพิ่มช่องทางจำหน่ายขนาดเล็ก เช่น คิออส เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้นในแต่ละโลเคชัน เนื่องจากอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการค้าบ้านเรายังไม่สูงเท่าต่างประเทศ รวมถึงมีการเชื่อมโยงกับพันธมิตรไม่ว่าจะเป็นโรงแรมราคาประหยัด ที่พัก บริษัทรถยนต์ ทัวร์เอเย่นต์ ซึ่งนอกจากจะให้บริการที่ครบวงจรหลากหลายกับลูกค้าแล้ว ยังสามารถสร้างรายได้จากการขายข้ามสายผลิตภัณฑ์ (Cross-sell) อีกด้วย เนื่องจากจะได้รับคอมมิชชั่นจากการถ่ายโอนลูกค้าของสายการบินไปยังธุรกิจอื่นด้วย

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

5) เปิดเส้นทางการบินใหม่ๆ น่าจะเกิดขึ้นอีกมาก เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่สูงมากในหลายเส้นทาง และควรจะเป็นเส้นทางที่มีเวลาการบินที่ยาวนานขึ้น โดยน่าจะเป็นการบินไปยังแหล่งท่องเที่ยว และศูนย์ธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นเพิ่มเติมจากแค่ในเส้นทางในประเทศ

6) เพิ่มบริการประเภทพรีเมี่ยมควบคู่ไปกับประเภทราคาประหยัดให้ผู้บริโภคเลือกใช้ได้ตามต้องการ กล่าวคือสายการบินต้นทุนต่ำจะเหมาะสำหรับผู้โดยสารที่เป็นนักเดินทางหรือนักธุรกิจที่เน้นความประหยัด และใช้เส้นทางบินระยะสั้น คือเส้นทางบินภายในประเทศหรือไปประเทศใกล้เคียง ในขณะที่สำหรับเส้นทางบินระยะไกลหรือแม้แต่เส้นทางบินระยะสั้นที่ผู้โดยสารยังต้องการบริการที่เน้นความสะดวกสบาย

ตลาดการบินยังคงเป็นของสายการบินปกติ ทั้งนี้การวางตำแหน่งทางการตลาดที่ไม่ถูกต้องและการกำหนดฐานลูกค้าที่ไม่ชัดเจนของสายการบินต้นทุนต่ำ จะทำให้การวางแผนกลยุทธ์

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

การกำเนิดของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ย่อมจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งผู้โดยสารในประเทศปัจจุบัน ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการที่จะได้รับผลกระทบโดยตรงรวมทั้งจะต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดจะได้แก่ :

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

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

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

5. ศักยภาพและโอกาสของในการเชื่อมโยงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

จากการศึกษาทบทวนประเทศที่มีสายการบินต้นทุนต่ำใกล้บ้านอย่างเช่นประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ที่มีสายการบิน เส้นทางการบิน สนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ และมีเป้าหมายเป็นศูนย์กลางทางการบินแห่งเอเชีย เช่นเดียวกับประเทศไทย หลังมีธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

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

ยุทธศาสตร์การบินต้นทุนต่ำประสานกับแหล่งการท่องเที่ยวต่างๆทั้งในประเทศมาเลเซียและประเทศในอาเซียน โดยมีสายการแอร์เอเชียซึ่งมีเส้นทางการบินที่มากที่สุดในภูมิภาคนี้ และยังมีการร่วมลงทุนกับประเทศไทย อินโดนีเซียในการลงทุนประกอบธุรกิจสายการบินและมีนโยบายส่งเสริมให้เป็นศูนย์การบินในแต่ละภูมิภาค และสร้างสนามบินสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำโดยเฉพาะเพื่อลดค่าใช้การใช้สนามบินของธุรกิจสายการบิน

ประเทศสิงคโปร์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวจึงสามารถดึงดูดเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมหาศาล และยังเป็นประเทศของศูนย์กลาง หรือฮับ ในภาคอุตสาหกรรมการบินโดยใช้แหล่งช็อปปิ้งที่โด่งดังเป็นกลยุทธ์ อย่างถนนออร์ชาร์ดเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เพราะถนนเส้นยาวที่รายล้อมด้วยห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่น พารากอน, เซ็นเตอร์พ้อยท์, ทาคาชิมาย่า เป็นต้น รวมถึงโรงแรม และสถานที่ทางราชการ เมื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบช็อปปิ้ง สตรีตพัฒนามากขึ้น หลายๆ ประเทศต่างนำคอนเซ็ปต์นี้มาเป็นกลยุทธ์หลักเช่นกัน อย่างประเทศไทยเอง ที่ภาครัฐเริ่มเห็นถึงความสำคัญกับเรื่องนี้เมื่อ 1-2 ปีที่ผ่านมา การผลักดันโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น จึงเดินตามหลังสิงคโปร์เมื่อจุดดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวในประเทศใกล้เคียงเริ่มพัฒนาและไม่ได้แตกต่างจากประเทศสิงคโปร์ ช่วงปีที่ผ่านมาแผนการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ จึงไม่ใช่แค่การหยุดนิ่งชูความเป็นเมืองแห่งการช็อปปิ้งเท่านั้น นั่นเพราะการดึงให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามา

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

ผลได้ที่จะเกิดกับการท่องเที่ยวไทย สิงคโปร์และมาเลเซียเป็น กลุ่มเป้าหมายหลักโดยเฉพาะมาเลเซียที่แต่ละปีเข้าเที่ยวไทยสูง 1.3 ล้านคน ขณะที่ ไทเกอร์แอร์ สายการบินจากสิงคโปร์จะเปิดเที่ยวบินตรงมาภูเก็ต หาดใหญ่ เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ทั้งสองประเทศเป็นตลาดท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้ๆ สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยได้ในช่วงสุดสัปดาห์ และในช่วงเทศกาลต่าง ๆ รวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่สามารถเดินทางกลับมาได้อีกหลาย ๆ ครั้ง เนื่องจากการเดินทางที่สะดวกทั้งทางรถยนต์และเครื่องบิน โดยช่วงสุดสัปดาห์หรือวันหยุดติดต่อกันหลายวันนักท่องเที่ยวมาเลเซียจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ที่เป็นคาราวาน ตลาดมาเลเซีย ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงมาก และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยเป็นจำนวนสูงถึงปีละ 1.3 ล้านคน ที่เข้ามาในภูเก็ต หาดใหญ่ ส่วนตลาดสิงคโปร์เป็นตลาดที่สำคัญเช่นกัน ขณะนี้มีสายการบินราคาถูกจะบินตรงเข้ามาที่จังหวัดภูเก็ต กระบี่ เชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น แนวทางและกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจากการเชื่อมโยงเส้นทางของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน ที่มี สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศกัมพูชา พม่า ลาว จีนตอนใต้ และเวียตนาม

5.1 ข้อเสนอกลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และประเทศเพื่อนบ้าน

5.1.1 กลยุทธ์การขายร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

กลยุทธ์การขายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gate way และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภคแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ดี เพราะประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนครวัด ลาวมีน้ำตก หลีผี ขายได้ทุกวัน และขายได้ทั้งปี เสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำและโปรแกรมการท่องเที่ยว

5.1.2 การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทางด่านอรัญประเทศและปากเซ

การเปิดจุดผ่านแดนช่องสะงำ ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวร ต้องมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การเปิดประตูเปิดด่านช่องเม็กเข้าลาว ช่องสะงำเข้ากัมพูชา มีความเป็นไปได้สูงมาก โดยการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้า

5.1.3 การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นตัวยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ผิวจราจรต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

5.1.4 กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน

ควรจัดให้มีแหล่งรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสะงำหรือที่สามเหลี่ยมมรกต โขงเจียม สิรินธรพัฒนาสนามกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพราะจะไปทำสร้างนครวัด-นครธม ให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนที่ลาว คอนพะเพ็ง ก็ไม่ได้เพิ่มการขนส่งสาธารณการ ก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น ช่องเม็กอำเภอสิรินธรของจังหวัดอุบลราชธานี

5.1.5 ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการบิน และเป็นประตูสู่ลาวใต้

ท่องเที่ยว คอนพะเพ็ง ไนแองการ่าแห่งเอเชีย วัดพู ปราสาทของมรดกโลก และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางรถยนต์กับจังหวัดเสียมเรียบประเทศกัมพูชา ชมสิ่งมหัศจรรย์ของโลกนครวัด ผ่านช่องสะงำ จังหวัดศรีสะเกษ

5.1.6 ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยงเชียงใหม่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์

5.1.7 ส่งเสริมให้จังหวัดหนองคายเป็นประตูสู่เวียงจันทน์ วังเวียง และหลวงพระบาง พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์ ซึ่งควรให้มีรถโดยสารสาธารณะเดินทางจากอุดรธานีถึงนครเวียงจันทน์

5.1.8 ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบินระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามเส้นทางเชื่อมโยงตะวันออกกับตะวันตก (East West Corridor) จากจังหวัดขอนแก่นไปทางตะวันออกที่เมืองดานังเว้ ฮอยอันเมืองมรดกโลก

5.1.9 ส่งเสริมให้จังหวัดมุกดาหารเป็นประตูสู่แขวงสะหวันเขต และเวียดนามตอนกลาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางหมายเลข 9 ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ สมรภูมิอเมริกัน วัดโบราณ เมืองเก่า พิพิธภัณฑ์

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

5.2 ข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงเส้นทางไทยไปประเทศเพื่อนบ้าน

เส้นทางการท่องเที่ยวนอกจากในจังหวัดเชียงราย อุดรธานี และอุบลราชธานีแล้วเสน่ห์ของจังหวัดของเรายังสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปประเทศเพื่อนบ้านได้หลากหลายส้นทางคือ

(1) เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง – เมืองลา (พม่า) – ต้าลั้ว (จีน) – เชียงรุ้ง

(2) เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต้น - เมืองลา (จีน) - จิงหง (เชียงรุ้ง)

(3) การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง

(4) การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง

(5) อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง

(6) ขอนแก่น - มุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบาว – เคเซนท์ - ดองฮา - กวางตรี - เว้ - ดานัง

(7) ไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์

(8) อุบลราชธานี - จำปาศักดิ์ - คอนพะเพ็ง - หลี่ผี

(9) อุบลราชธานี - ศรีสะเกษ - เสียมราฐ

6. โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวของไทย

โดยที่ธุรกิจสายการบินมีรูปแบบการขนส่งผู้โดยสารที่สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และมีประสิทธิภาพ การมีสายการบินขนาดเล็กที่ให้บริการแบบต้นทุนต่ำในการทำตลาดและส่งเสริมการขาย จากการลดราคาบัตรโดยสารเครื่องบินเพื่อจูงใจผู้โดยสาร ในช่วงนี้สายการบินแบบต้นทุนต่ำได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั้งจากผู้ลงทุนและผู้ใช้บริการเพราะค่าโดยสารเครื่องบินประหยัดกว่า รวมทั้งเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันจึงเป็นโอกาสทองทางการตลาดการท่องเที่ยวของไทยจากสถานการณ์และแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น การ

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

DPU

การวิเคราะห์เส้นทางการบินต้นทุนต่ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน

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

เป้าหมายการวิจัย

เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากการขนส่งทางอากาศ โดยการเชื่อมโยงของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำที่เดินทางจากไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย อันได้แก่ สิ่งมหัศจรรย์ของโลก มรดกโลกในประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อประเทศไทยไปสู่การเป็น **Tourism Capital of Asia**

วัตถุประสงค์

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

วัตถุประสงค์ (ต่อ)

3. เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำทั้งบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัย
4. เพื่อสำรวจพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ความเป็นมาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

(Low Cost Airline)

ลักษณะของสายการบินราคาต่ำ

- ไม่เสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่ม
- ใช้เครื่องบินแบบเดียว
- ใช้สนามบินรองแห่งอื่นที่อยู่ใกล้ ๆ สนามบินหลัก
- จองและขายตั๋วทางอินเตอร์เน็ต

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

สายการบินวันทูโก โดยสายการบินโอเรียนท์ไทย

(One Two Go by Orient Thai)

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

One-Two-GO by Orient Thai

สายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia)

เส้นทางการบินระหว่างประเทศ	เส้นทางการบินในประเทศ
สิงคโปร์ - กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ - เชียงใหม่
สิงคโปร์ - ภูเก็ต	กรุงเทพฯ - เชียงราย
สิงคโปร์ - เชียงใหม่	กรุงเทพฯ - หาดใหญ่
สิงคโปร์ - หาดใหญ่	กรุงเทพฯ - นราธิวาส
กัวลาลัมเปอร์ - หาดใหญ่	กรุงเทพฯ - ภูเก็ต
กัวลาลัมเปอร์ - เชียงใหม่	กรุงเทพฯ - สุราษฎร์ธานี
กัวลาลัมเปอร์ - ภูเก็ต	กรุงเทพฯ - อุบลราชธานี
ปีนัง - กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ - อุดรธานี
โกตาคินาบาลู - กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ - ขอนแก่น
มะนิลา - กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ - กระบี่
เซี้ยะเหมิน - กรุงเทพฯ	
พนมเปญ - กรุงเทพฯ	
ฮานอย - กรุงเทพฯ	

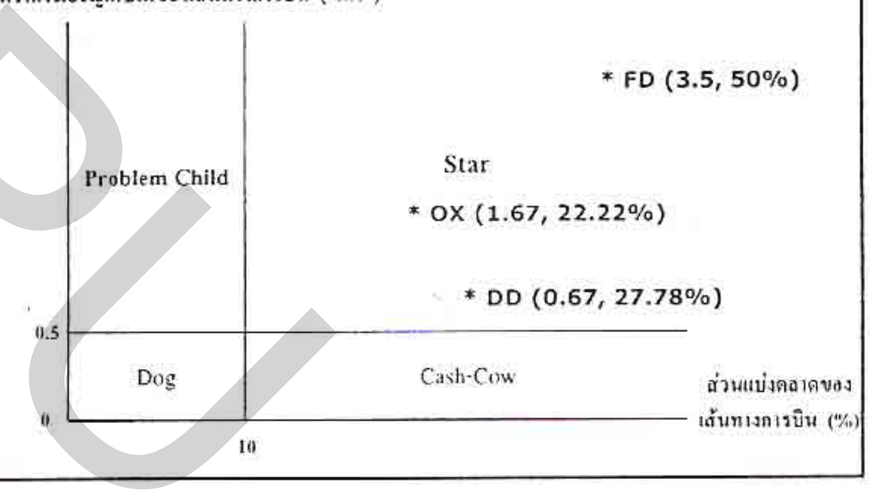
Air Asia Now Everyone Can Fly

สายการบินไทยแอร์เอเชีย ((Nok Air)

เส้นทางการบิน

กรุงเทพฯ – เชียงใหม่	กรุงเทพฯ — นครศรีธรรมราช
กรุงเทพฯ — อุดรธานี	กรุงเทพฯ — ตรัง
กรุงเทพฯ — ภูเก็ต	เชียงใหม่ — อุดรธานี
กรุงเทพฯ — หาดใหญ่	

การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดจาก BCG Model



ผลของการมี ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

อัตราค่าโดยสารและระยะเวลาเดินทางของการขนส่งผู้โดยสารประเภทต่างๆ

เส้นทาง	สายการบินต้นทุนต่ำ* (อัตราโดยเฉลี่ย)	สายการบินปกติ* (ชั้นประหยัด)	รถไฟปรับอากาศ (อัตราโดยเฉลี่ย)	รถโดยสาร/รถตัวร์ (ปรับอากาศ 24 ที่นั่ง / 32 ที่นั่ง)
กรุงเทพฯ-เชียงใหม่	900 -1,000 บาท 1 ชั่วโมง 10 นาที	2,170 บาท 1 ชั่วโมง 10 นาที	ชั้นหนึ่ง 1,223 บาท ชั้นสอง 681 บาท11 ชั่วโมง	470 บาท / 625 บาท 10 ชั่วโมง
กรุงเทพฯ-ภูเก็ต	1,200 บาท 1 ชั่วโมง 20 นาที	2,625 บาท 1 ชั่วโมง 20 นาที	ชั้นหนึ่ง 1,149 บาท ชั้นสอง 648 บาท 11 ชั่วโมง (ลงที่สุราษฎร์ธานี)	567 บาท / 755 บาท 13 ชั่วโมง
กรุงเทพฯ-หาดใหญ่	1,300 บาท 1 ชั่วโมง 30 นาที	2,990 บาท 1 ชั่วโมง 30 นาที	ชั้นหนึ่ง 1,364 บาท ชั้นสอง 745 บาท 14 ชั่วโมง	624 บาท / 830 บาท 13 ชั่วโมง

*ยังไม่รวมค่าภาษีและประกันภัย และเงินชดเชยน้ำมัน

DRAFT

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีศูนย์สายการบินต้นทุนต่ำ

- แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดินทางมาประเทศไทย

ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ	หลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ
$D_{m1} = 25.3x + 1287.9$	$D_{m2} = 65.5x + 1160.6$

- แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์เดินทางมาประเทศไทย

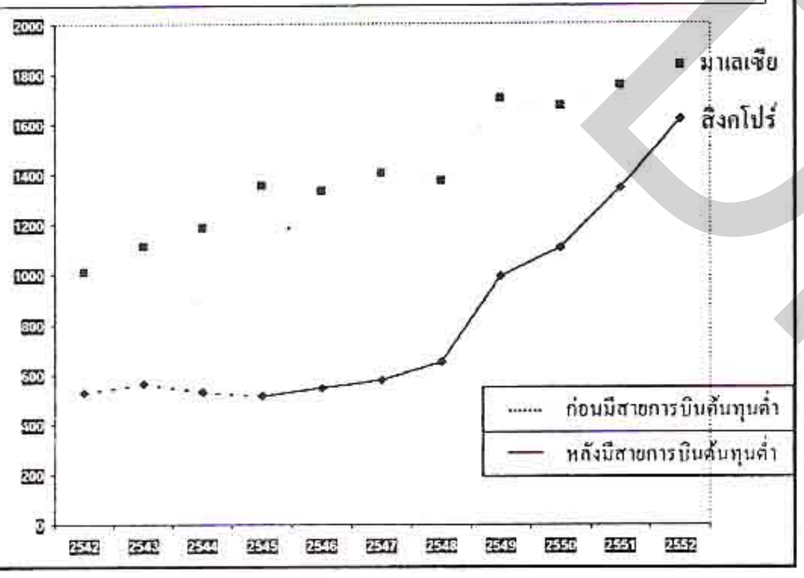
ก่อนมีสายการบินต้นทุนต่ำ	หลังมีสายการบินต้นทุนต่ำ
$D_{s1} = 4.8x + 527.1$	$D_{s2} = 16.2x + 475.8$

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีศูนย์สายการบินต้นทุน

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

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

ค่าพยากรณ์แนวโน้มนักท่องเที่ยวสัญชาติสิงคโปร์ และมาเลเซีย



สัมภาษณ์ธุรกิจนำเที่ยว

ร้อยละจำแนกตามประเภทของกิจการและโรงแรมที่พัก

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

ร้อยละของประเภทของกิจการนำเที่ยว

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

DPU

ร้อยละของประเภทกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มาจากกลุ่มประเทศ

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

ร้อยละของลักษณะตลาดของกลุ่มลูกค้า

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

ร้อยละของประเภทที่ลูกค้านิยมท่องเที่ยว

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

ร้อยละของพาหนะที่ใช้บริการนำเที่ยวให้ลูกค้า

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

ร้อยละของประเภทธุรกิจนำเที่ยวจำแนกตามพาหนะที่ใช้บริการลูกค้า

ประเภทธุรกิจ	พาหนะที่ใช้บริการลูกค้า (%)						
	รถทัวร์	รถตู้	รถยนต์	รถไฟ	เครื่องบิน	อื่นๆ	รวม
ธุรกิจนำเที่ยว Out bound	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	35.53	[illegible]	[illegible]
ธุรกิจนำเที่ยว In bound	**34.29**	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
ธุรกิจนำเที่ยว In bound & Out bound	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	40.00	[illegible]	[illegible]
รวม	**30.72**	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

ร้อยละของสาเหตุที่เลือกใช้พาหนะบริการนำเที่ยวให้ลูกค้าจากตารางที่ผ่านมา

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

ร้อยละของการเลือกใช้สายการบินเพื่อใช้บริการลูกค้า

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

ร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินในตารางที่ผ่านมา

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

ร้อยละของพาหนะส่วนใหญ่ที่ใช้บริการลูกค้าในการท่องเที่ยวจำแนกตามเหตุผลที่ใช้

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

ร้อยละของสายการบินส่วนใหญ่ที่ใช้บริการลูกค้าในการท่องเที่ยวจำแนกตามเหตุผลที่ใช้

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

ร้อยละของธุรกิจนำเที่ยว และโรงแรมที่ใช้บริการมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Campaign) ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ

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

ร้อยละธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำจัดแพคเก็จร่วมกับธุรกิจนำเที่ยวกับการใช้บริการโรงแรมระดับต่าง

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

ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
การมีสายการบินต้นทุนต่ำ มีส่วนส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	3.82
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น	3.51
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ธุรกิจนำเที่ยวของท่านเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น	3.47
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ธุรกิจ นำเที่ยวของท่านใช้สายการบินต้นทุนต่ำในการให้บริการลูกค้ามากขึ้น	3.47
การมีสายการบินต้นทุนต่ำส่งผลให้ท่านต้องเพิ่มหรือเปลี่ยนแปลงโปรแกรมนำเที่ยว	3.41
ภาพรวม	3.54

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

ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรม

ผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรม	ค่าเฉลี่ย
การมีสายการบินต้นทุนต่ำทำให้โรงแรมมีลูกค้าเพิ่มขึ้น	3.74
การมีสายการบินต้นทุนต่ำส่งผลให้โรงแรมมีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.73
ภาพรวม	3.73

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

ค่าเฉลี่ยของผลกระทบของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อธุรกิจโรงแรมจากการเปลี่ยนแปลงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างประเทศ นักธุรกิจ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้าน

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

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

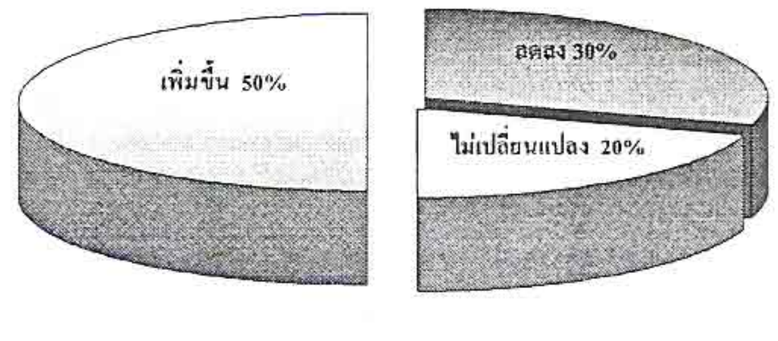
ค่าเฉลี่ยของสิ่งที่ต้องการเสนอแนะให้รัฐและหรือการท่องเที่ยวดำเนินการ

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

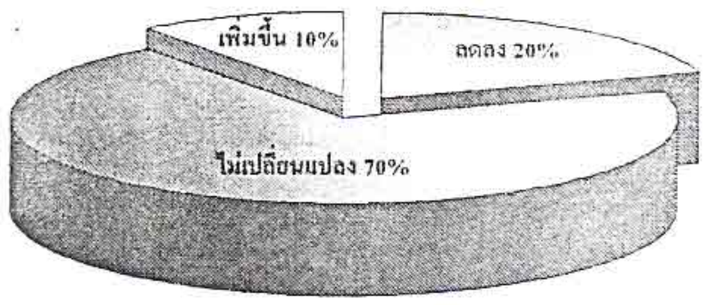
ระดับค่าเฉลี่ย	
1.00-1.80	น้อย
1.81-2.60	ค่อนข้างน้อย
2.61-3.40	ปานกลาง
3.41-4.20	ค่อนข้างมาก
4.21-5.00	มาก

สัมภาษณ์ธุรกิจขนส่ง

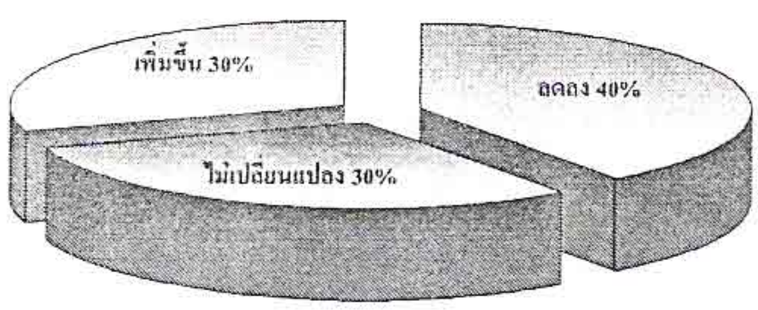
ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวอิสระตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



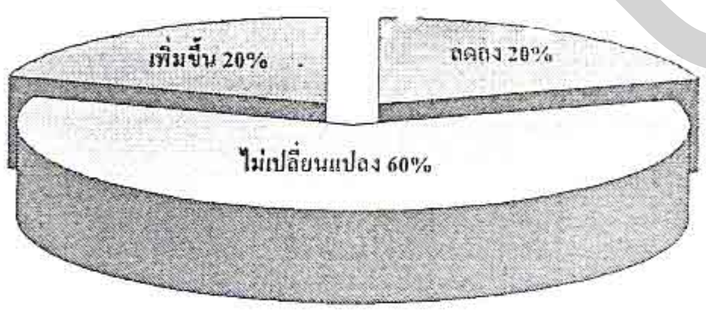
ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวมาเป็นคณะ
ตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย
ตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศตามความคิดเห็นของธุรกิจการขนส่ง



คุณภาพบริการ

ความคิดเห็นของชาวไทยที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการ
บริการของสายการบิน

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

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

ความคิดเห็นของชาวไทยที่มีต่อความสำคัญในเรื่องคุณภาพการ
บริการของสายการบิน

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

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

DPU

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณภาพของสายการบินทั้ง 3 แห่ง (ชาวไทย)

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

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคุณภาพของสายการบิน ทั้ง 3 แห่ง (ชาวต่างประเทศ)

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

เมื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาใส่ใน Model พบว่า

คุณภาพของ DD = 3.54 (อยู่ในระดับดีมาก)

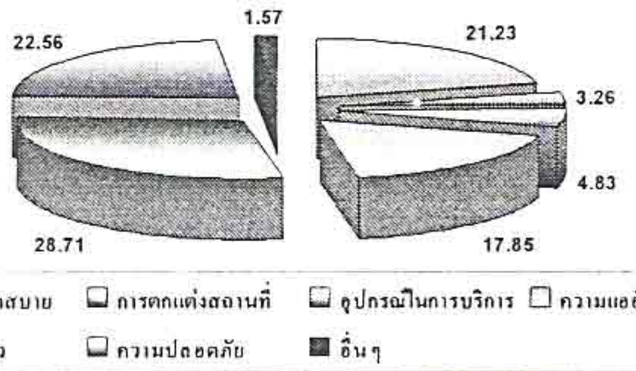
คุณภาพของ FD = 3.4 (อยู่ในระดับดีมาก)

คุณภาพของ OX = 3.47 (อยู่ในระดับดีมาก)

ร้อยละสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของการท่าอากาศยาน จำแนกตามจังหวัดที่พักอาศัย

จังหวัด	สิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของท่าอากาศยาน							รวม
	ความสะดวกสบาย	การตกแต่งสถานที่	อุปกรณ์ในการบริการ	ความเหมาะสม	ความรวดเร็ว	ความปลอดภัย	อื่น ๆ	
กรุงเทพฯ	19.51	1.76	5.xx	19.22	28.11	24.x	1.68	xx.xx
ภูเก็ต	20.xx	1.xx	0.00	18.xx	31.07	xx.xx	x.xx	xx.xx
หาดใหญ่	21.01	4.24	4.65	16.16	31.31	20.20	1.21	100.00
เชียงใหม่	19.31	6.07	0.97	11.67	30.07	31.78	0.97	100.00
อุบลราชธานี	25.53	2.84	0.00	17.45	15.26	21.28	17.45	100.00
สุราษฎร์ธานี	25.00	5.00	0.00	22.50	25.00	22.50	0.00	100.00
สงขลา	20.41	1.53	12.76	11.11	20.94	29.08	4.08	100.00
ขอนแก่น	27.43	0.00	7.14	21.43	21.43	24.27	0.29	100.00
นครศรีธรรมราช	25.00	0.00	0.00	25.00	25.00	25.00	0.00	100.00
อื่นๆ	24.30	5.61	2.80	16.82	20.56	30.84	0.00	100.00
รวม	21.23	3.26	4.83	17.85	28.71	22.56	1.57	100.00

ร้อยละคุณภาพบริการของการท่าอากาศยาน



การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

วิธีดำเนินการ

- ประชากร ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- การวัดระดับความพึงพอใจ ใช้มาตรวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ดังนี้

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

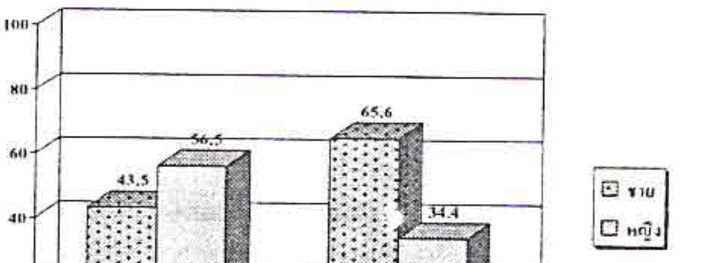
วิธีดำเนินการ(ต่อ)

- เกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจ
- ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ระดับความพึงพอใจ

4.21 — 5.00	พอใจมาก
3.41 — 4.20	พอใจค่อนข้างมาก
2.61 — 3.40	พอใจปานกลาง
1.81 — 2.60	พอใจค่อนข้างน้อย
1.00 — 1.80	พอใจน้อย

ผลการสำรวจ

ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย
และชาวต่างประเทศ

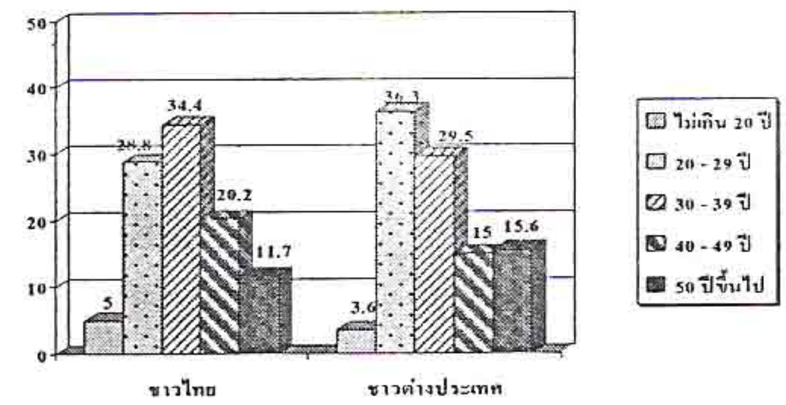


ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ
จำแนกตามถิ่นพำนัก

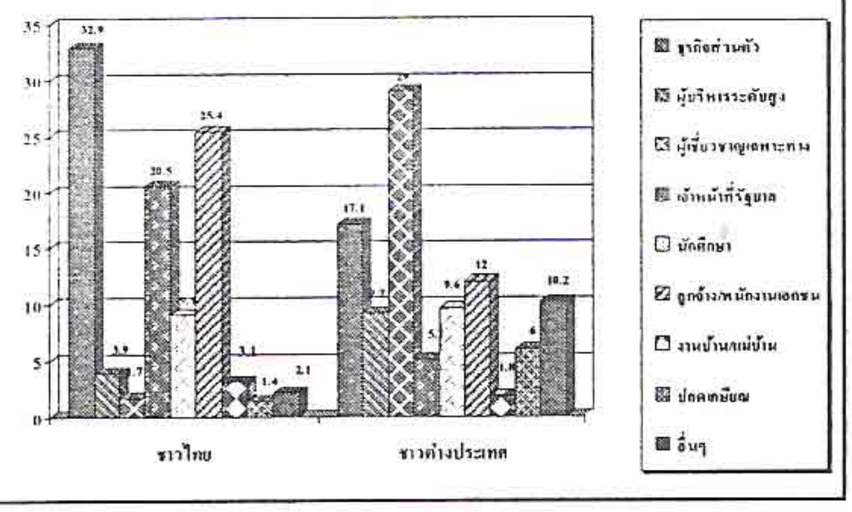
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย
และชาวต่างประเทศ จำแนกตามเพศ

DPU

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามอายุ



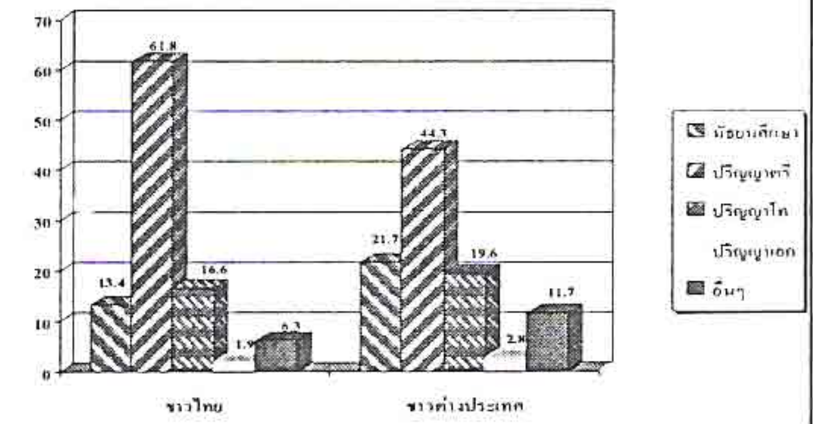
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามอาชีพ



จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามสถานภาพ

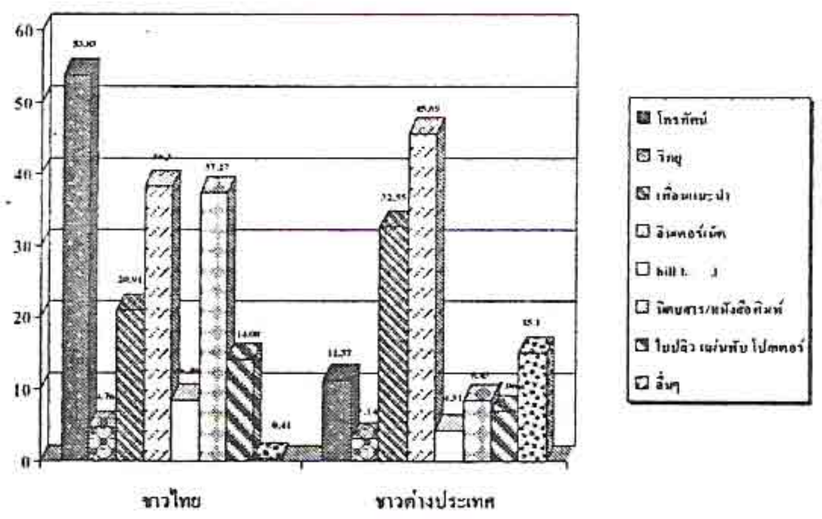
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามรายได้

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และชาวต่างประเทศ จำแนกตามการศึกษา

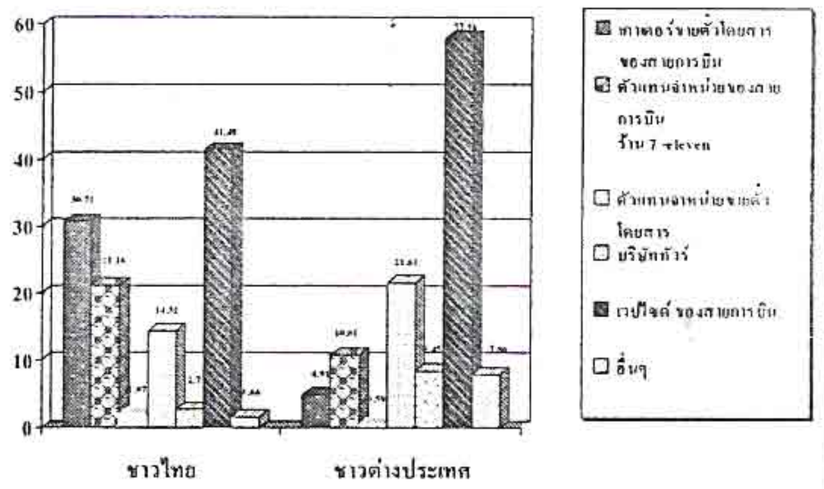


พฤติกรรมที่มีต่อการเดินทาง และการใช้บริการสายการบิน

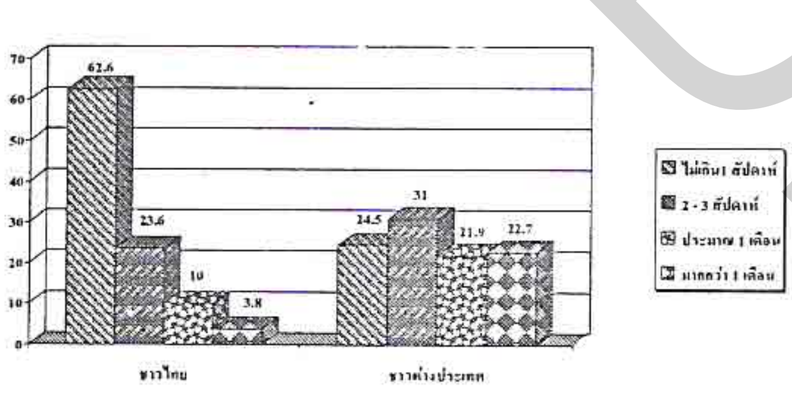
ร้อยละของสื่อโฆษณาที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน



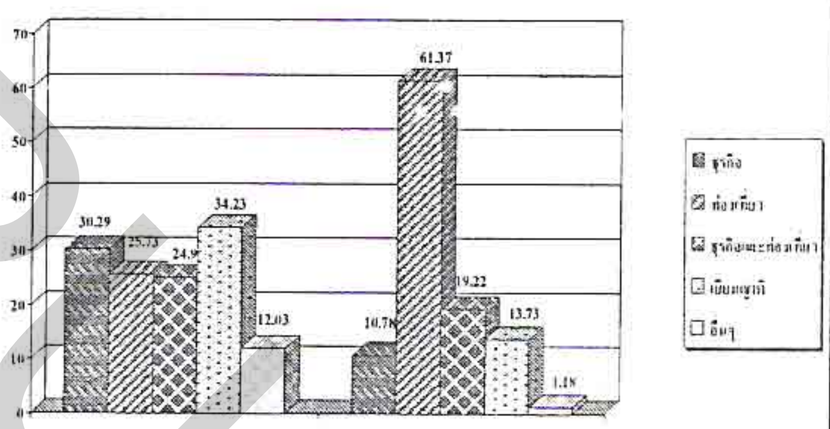
ร้อยละของวิธีการซื้อตั๋วที่ได้เห็นหรือได้ยินเกี่ยวกับสายการบิน



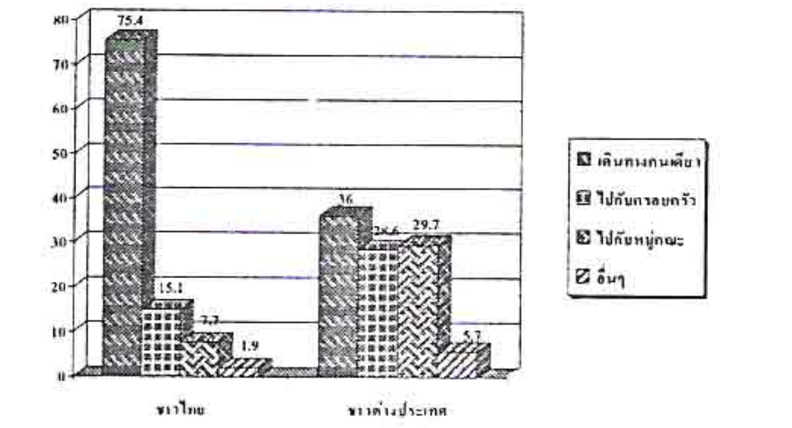
ร้อยละของระยะเวลาที่ซื้อตั๋ว หรือสำรองที่นั่งก่อนวันเดินทาง



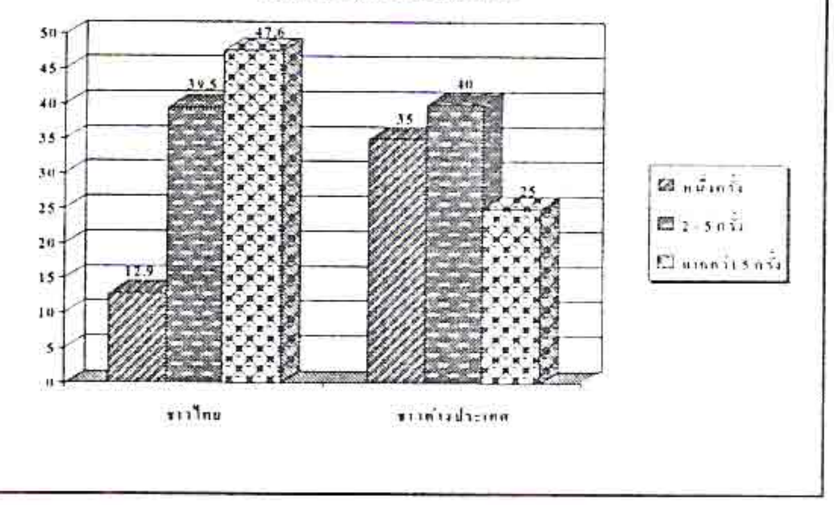
ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ของชาวไทยและชาวต่างประเทศ



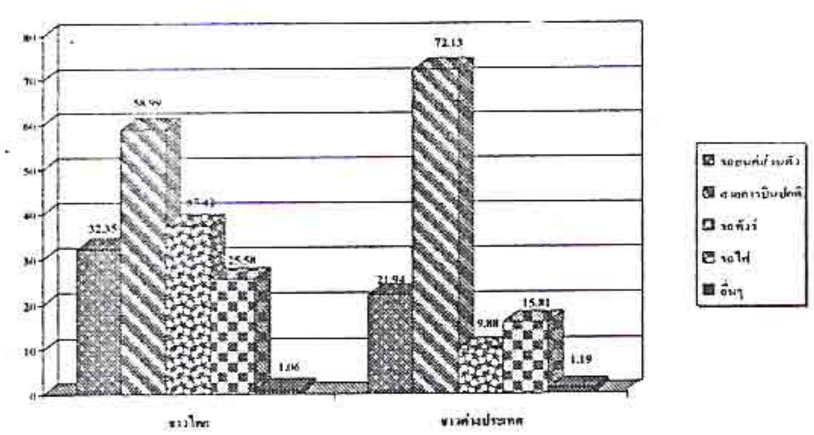
ร้อยละของลักษณะการเดินทางโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ของชาวไทยและชาวต่างประเทศ



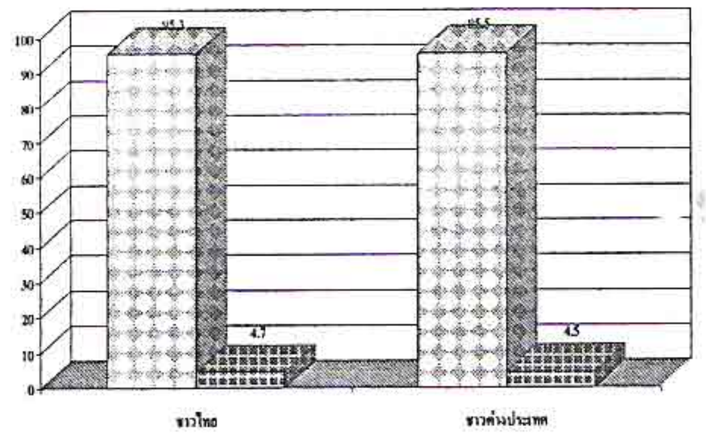
ร้อยละของความถี่ของการใช้บริการสายการบิน *ก่อน*มีสายการบินต้นทุนต่ำของชาวไทย และชาวต่างประเทศ



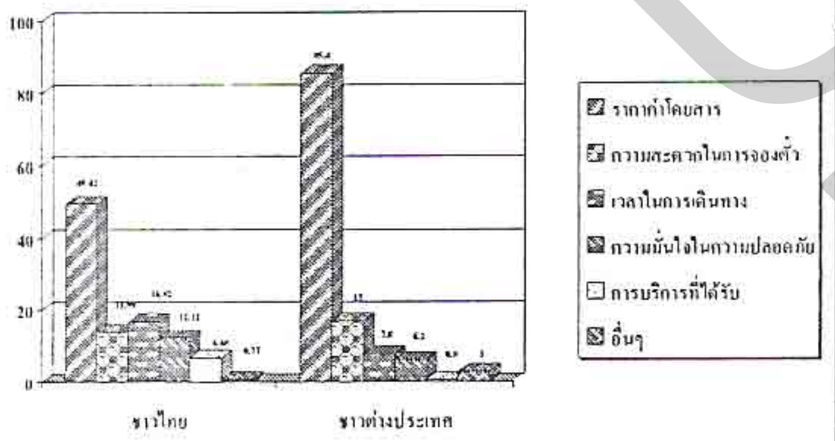
ร้อยละของวิธีการเดินทางของชาวไทย
และชาวต่างประเทศ*ก่อน*มีสายการบินต้นทุนต่ำ



ร้อยละความต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
ในอนาคตของชาวไทยและชาวต่างประเทศ

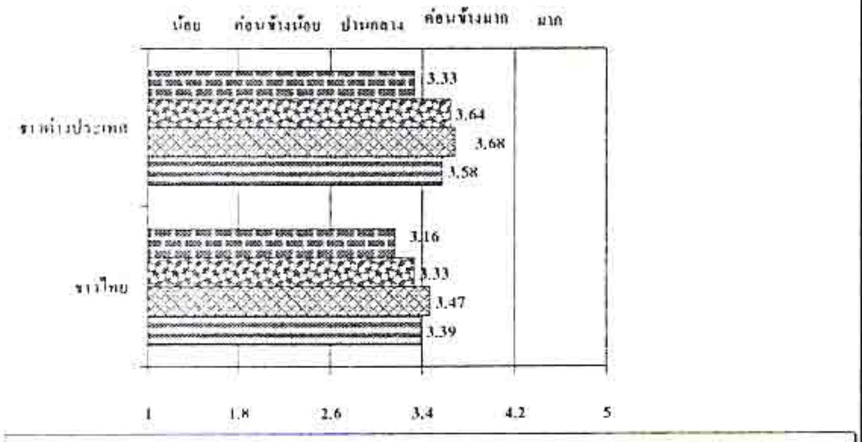


ร้อยละสิ่งที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
สายการบินต้นทุนต่ำ

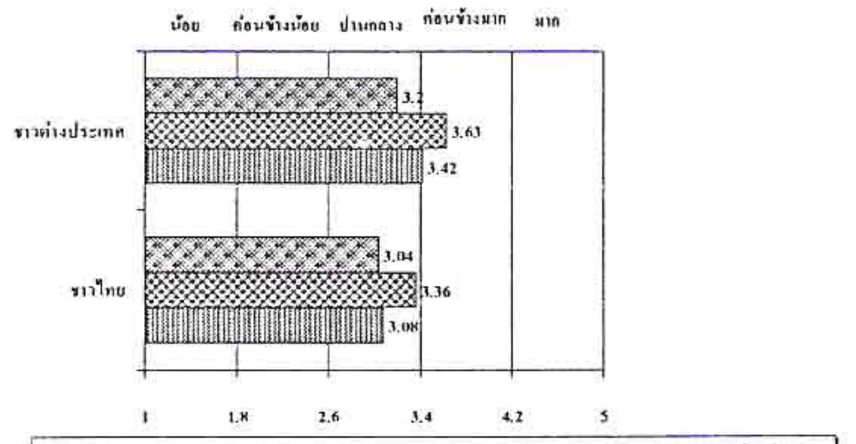


ผลการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อ
การใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ
ในการเข้า check in

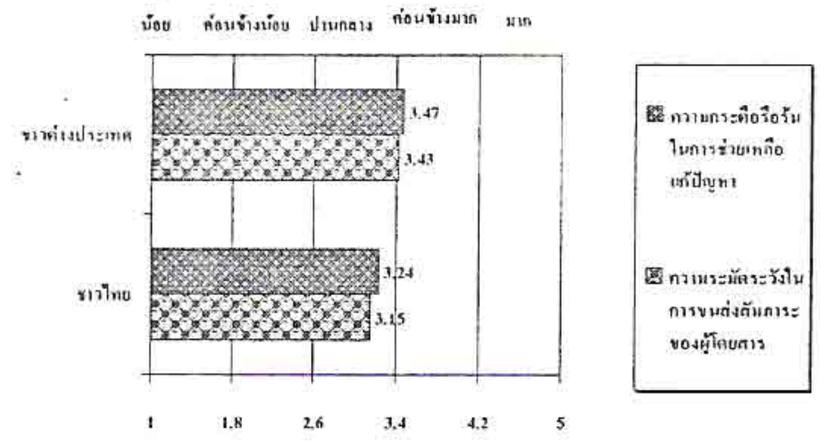


ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ
ณ ที่พักโดยสารก่อนเดินทาง

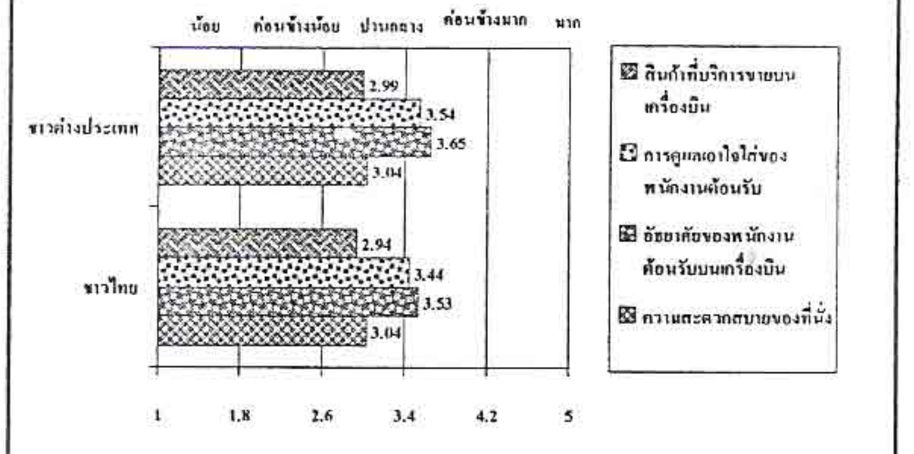


DPU

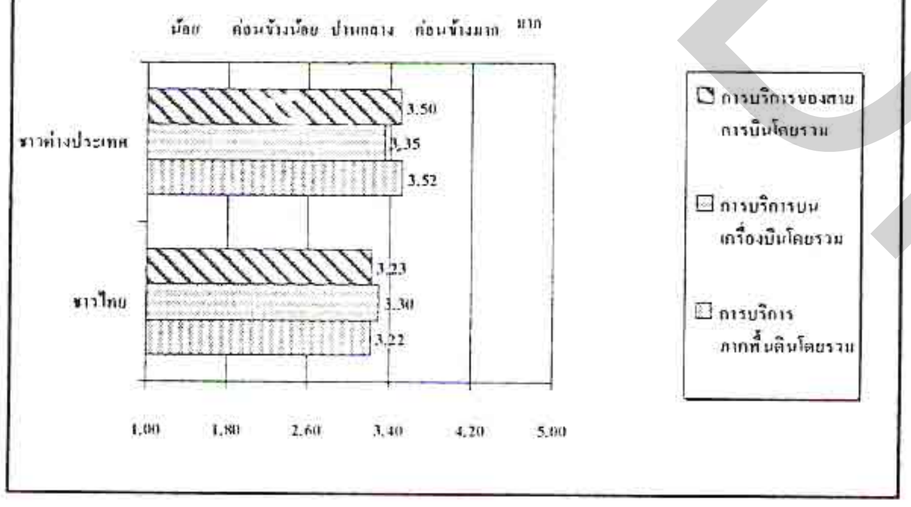
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ ในการรับ-ส่งสัมภาระผู้โดยสาร



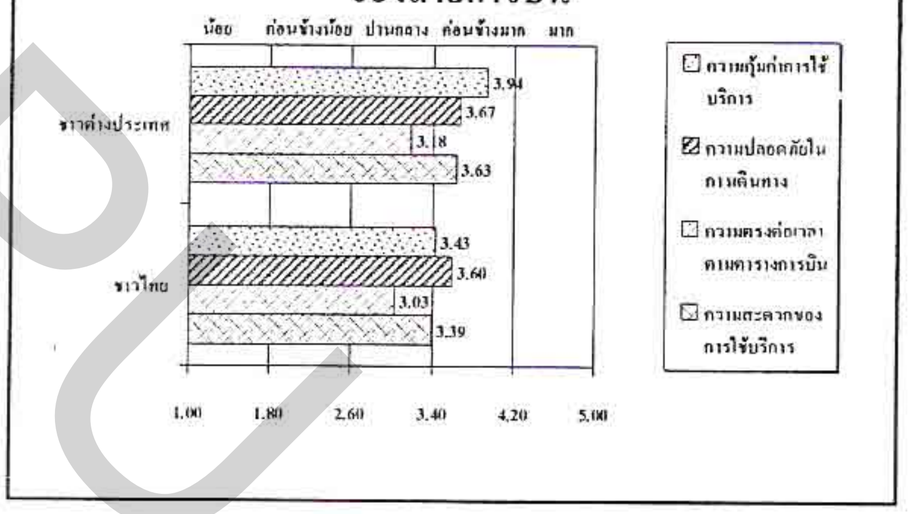
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ บนเครื่องบิน (In Flight Service)



ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ โดยรวมของสายการบิน



ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของสายการบิน



ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ กับลักษณะประชากรของผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของชาวต่างชาติ จำแนกตามลักษณะทางประชากร

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	สายการบิน	ลักษณะทางประชากร				
		เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้	การศึกษา
ความรวดเร็วในการเช็ก Check - In			*		*	
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ			*		*	
การติดต่อสื่อสาร				*		
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร			*			
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ						
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน					*	
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน						

หมายเหตุ * มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของชาวต่างชาติ
จำแนกตามลักษณะทางประชากร (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	สายการบิน	ลักษณะทางประชากร				
		เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้	การศึกษา
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสารมีความ						
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา						
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย						
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน					*	
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน						
สินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน						

หมายเหตุ * มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของชาวไทย
จำแนกตามลักษณะทางประชากร

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	สายการบิน	ลักษณะทางประชากร				
		เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้	การศึกษา
ความรวดเร็วในการเข้า Check - In						
มีอัธยาศัยในการต้อนรับ						*
การติดต่อสื่อสาร						
ความยืดหยุ่นในเรื่องน้ำหนักของสัมภาระผู้โดยสาร						*
สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ		*				*
อัธยาศัยของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน						*
ความพึงพอใจของท่านกับการเข้าคิวเพื่อขึ้นเครื่องบิน	*					*

หมายเหตุ * มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของชาวไทย
จำแนกตามลักษณะทางประชากร (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ	สายการบิน	ลักษณะทางประชากร				
		เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้	การศึกษา
ความระมัดระวังในการขนสัมภาระของผู้โดยสารมีความ						
มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือแก้ปัญหา						*
ขนาดของที่นั่งที่สะดวกสบาย						*
อัธยาศัยไมตรีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	*					*
การดูแลเอาใจใส่ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน	*				*	*
สินค้าที่มีบริการขายบนเครื่องบิน					*	*

หมายเหตุ * มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การวิเคราะห์เส้นทาง
(Route Analysis)

จำนวน และร้อยละ ของการเดินทางและการท่องเที่ยว
ในประเทศไทย (ชาวต่างประเทศ)

การเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	472	94.40
ภูเก็ต	246	49.20
หาดใหญ่	85	17.00
เชียงใหม่	209	41.80
พัทยา	176	35.20
สมุย	107	21.40
อุบลราชธานี	37	7.40
อื่นๆ	88	17.60

จำนวน และร้อยละ ของการเดินทางและการท่องเที่ยว
ในประเทศเพื่อนบ้าน (ชาวต่างประเทศ)

การเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อนบ้าน	จำนวน	ร้อยละ
สิงคโปร์	271	67.75
ร่างกุ้ง	33	8.25
พนมเปญ	91	22.75
ฮานอย	119	29.75
เวียงจันทร์	91	22.75
กัวลาลัมเปอร์	234	58.50
อื่น ๆ	74	18.50

DPU

ร้อยละของประสบการณ์การเดินทาง (ชาวต่างประเทศ)

ประเทศ	ไม่เคย	ครั้งแรก	2 - 3 ครั้ง	มากกว่า 3 ครั้ง
ไทย	3.40	28.70	19.70	48.20
ลาว	75.00	13.10	7.50	4.40
กัมพูชา	67.90	19.40	8.10	4.60
พม่า	83.90	8.60	3.20	4.30
มาเลเซีย	34.30	17.40	15.60	32.70
สิงคโปร์	28.50	18.60	15.00	37.90
เวียดนาม	61.30	24.10	8.50	6.10
จีนตอนใต้	63.40	12.10	10.80	13.70
อื่น ๆ	40.80	11.00	10.60	37.60

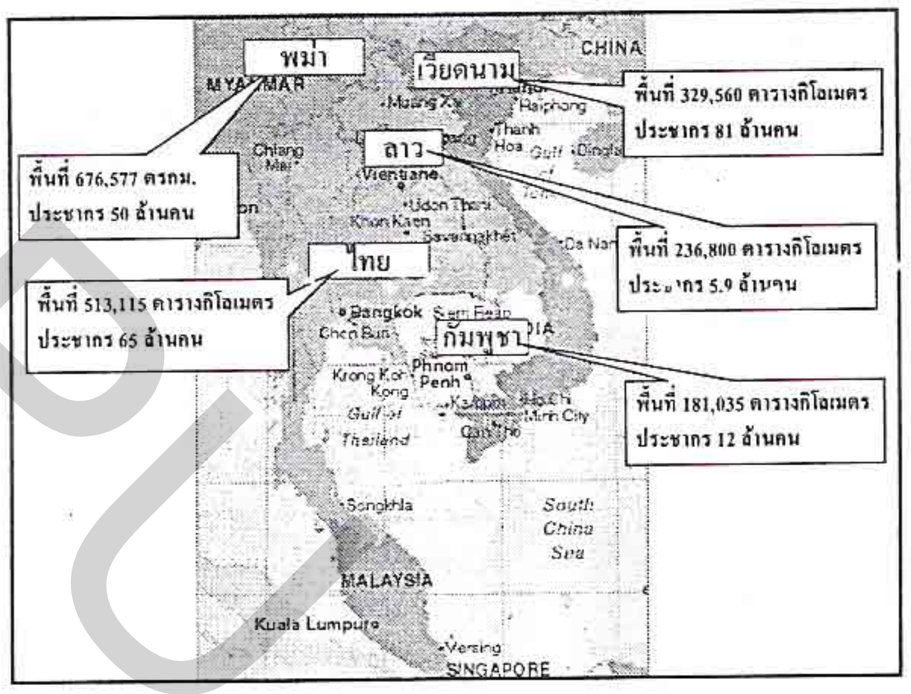
ร้อยละของความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวต่างประเทศ)

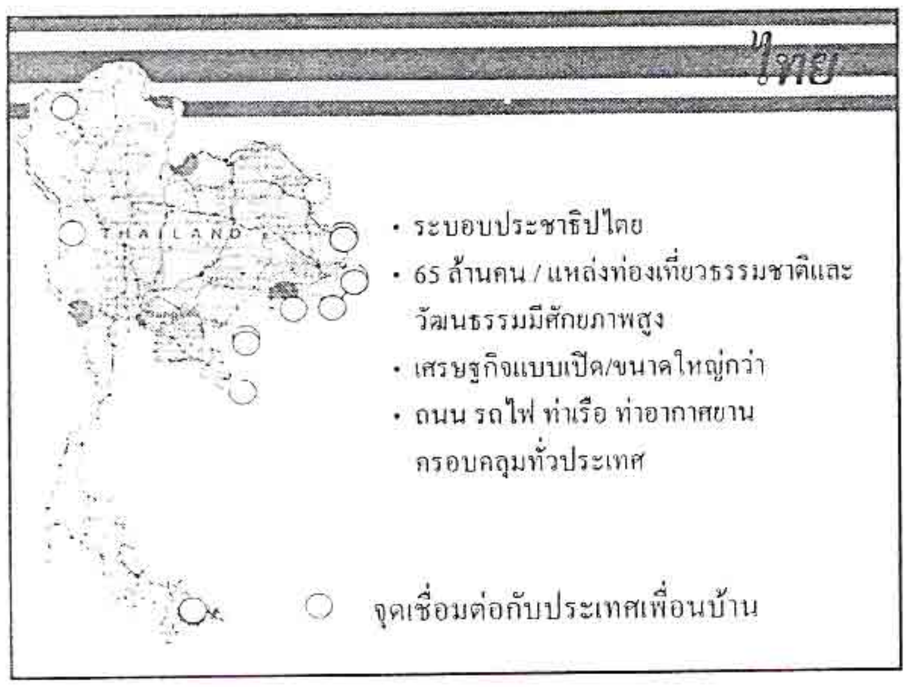
ความสนใจ/ประทับใจแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย	สนใจมาก	สนใจ	ไม่สนใจ
มรดกโลก โบราณสถาน	26.00	54.00	20.00
หาด ทะเล	58.50	36.20	5.30
ป่า ภูเขา	38.80	48.50	12.70
ศิลปวัฒนธรรม	34.40	52.40	13.20
ผจญภัย	30.70	46.70	22.60
กีฬา	19.30	41.80	38.90
แหล่งเชื้อชน	41.90	44.70	13.40
อาหาร	55.90	35.00	9.10
สมุนไพร	15.40	33.50	51.10
สิ่งบันเทิงยามราตรี	32.10	41.90	26.00
คาสิโน	7.70	15.30	77.00
ประชุมนิทรรศการ ดูงาน	8.50	32.20	59.30
ศึกษาต่อ	9.40	36.30	54.30
สุขภาพ สปา นวด	30.00	45.20	24.80
อื่น ๆ	21.80	37.80	40.40

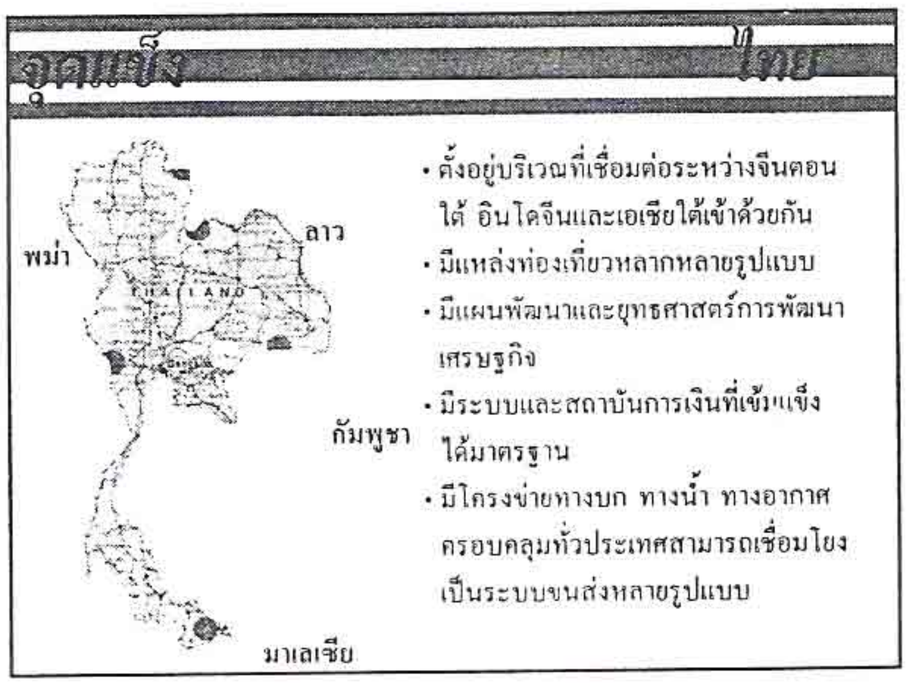
ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย (ชาวต่างประเทศ)

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย
ความสะดวกสบายในการเดินทาง	3.84
การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่	3.58
ความซื่อสัตย์และบริการของร้านค้า	3.40
ความสะดวกสบายของที่พัก	3.81
ความสุภาพและเป็นมิตรของประชาชน	4.22
ความสะอาดของบ้านเมือง	3.11

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



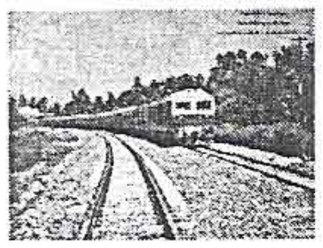




DRAFT

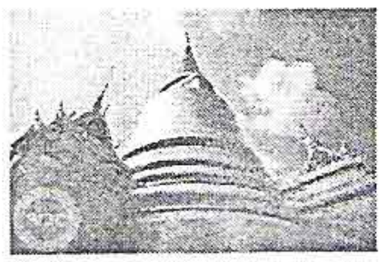
จุดอ่อน ไทย

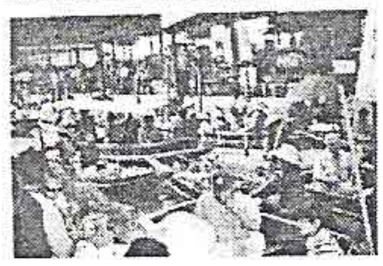




- มีความไม่สงบที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
- พลังงาน ทรัพยากรน้ำ ในประเทศไม่เพียงพอ
- ขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง
- การขนส่งระบบรางขาดการพัฒนา
- การเมืองขาดเสถียรภาพ

โอกาส ไทย

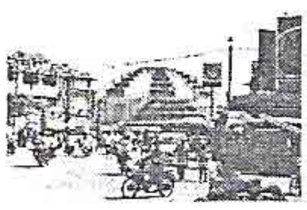




- เป็นศูนย์กลางการคมนาคม ขนส่ง ศูนย์กลางบริการท่องเที่ยว
- ประเทศเพื่อนบ้านเป็นแหล่งพลังงานและทรัพยากร หวังว่าจะนำมาใช้ในประเทศได้
- สามารถพัฒนาการขนส่งหลายรูปแบบระหว่างไทยกับอินโดจีน จะทำให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวม
- มีโอกาสเป็นผู้นำการพัฒนาในภูมิภาค

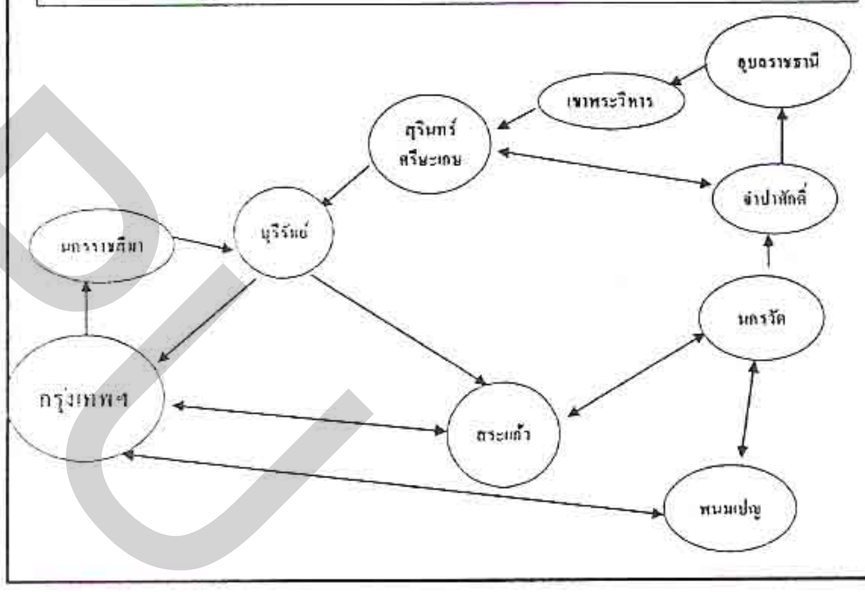
โอกาส กัมพูชา



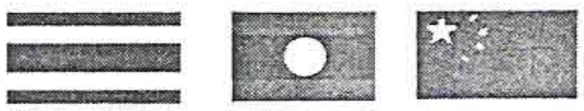


- มีทางออกทะเลที่จะสามารถพัฒนาท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ได้
- มีโอกาสที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและคาสิโนที่มีอยู่ เพื่อสร้างรายได้จำนวนมากให้ประเทศ
- การเข้าเป็นสมาชิก WTO ในอนาคตจะทำให้นักลงทุนเข้าไปลงทุนในกัมพูชาเพิ่มขึ้น
- มีโอกาสที่จะพัฒนาเส้นทางรถไฟที่จะเชื่อมต่อกับทางรถไฟของไทยได้

การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยและกัมพูชา

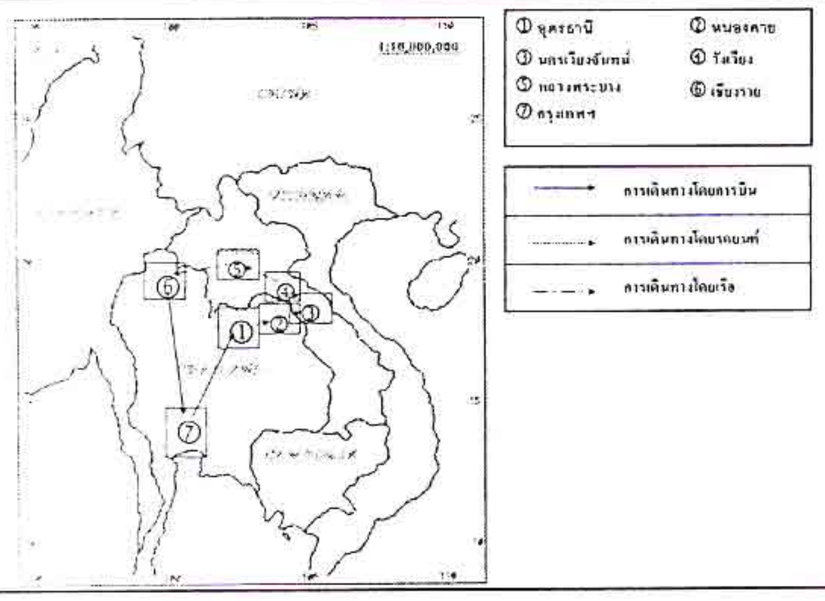


การเชื่อมโยงเส้นทางไทย ลาว และเวียดนาม



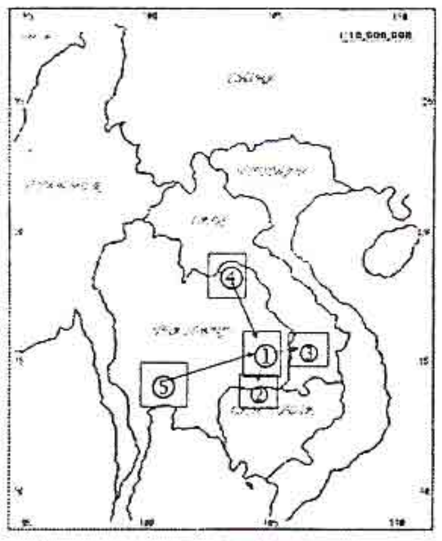
1. อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง
2. อุบลราชธานี - จำปาศักดิ์ - คอนพะเพ็ง - หลี่ผี
3. ขอนแก่น - มุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบาว - เกเซนท์ - ดองฮา - กวางตรี - เว้ - ดานัง
4. ไทย(กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์

เส้นทางที่ 1 อุดรธานี - หนองคาย - เวียงจันทน์ - วังเวียง - หลวงพระบาง

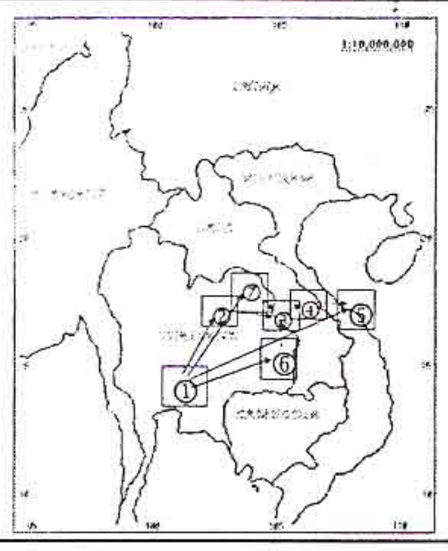


DRAFT

เส้นทางที่ 2 อุบลราชธานี - จำปาศักดิ์ - คอนพะเพ็ง — หลี่ผี

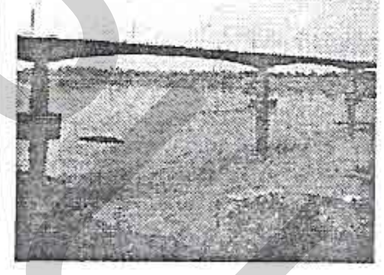


เส้นทางที่ 3 ขอนแก่น - มุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบาว - เคเซนท์ - ดองฮา - กวางตรี - เว้ - ดานัง





โอกาส ● ลาว



- มีแม่น้ำโขง ซึ่งสามารถพัฒนาพลังงานของตนเองและร่วมกับไทยได้อย่างมหาศาล
- ได้รับเงินทุนจากองค์กรระหว่างประเทศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมลดความยากจนในประเทศ

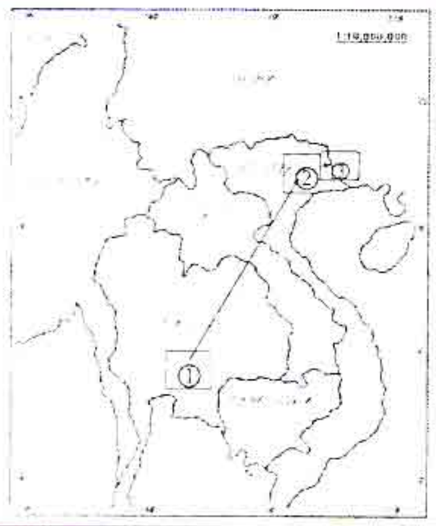
โอกาส ★ เวียดนาม





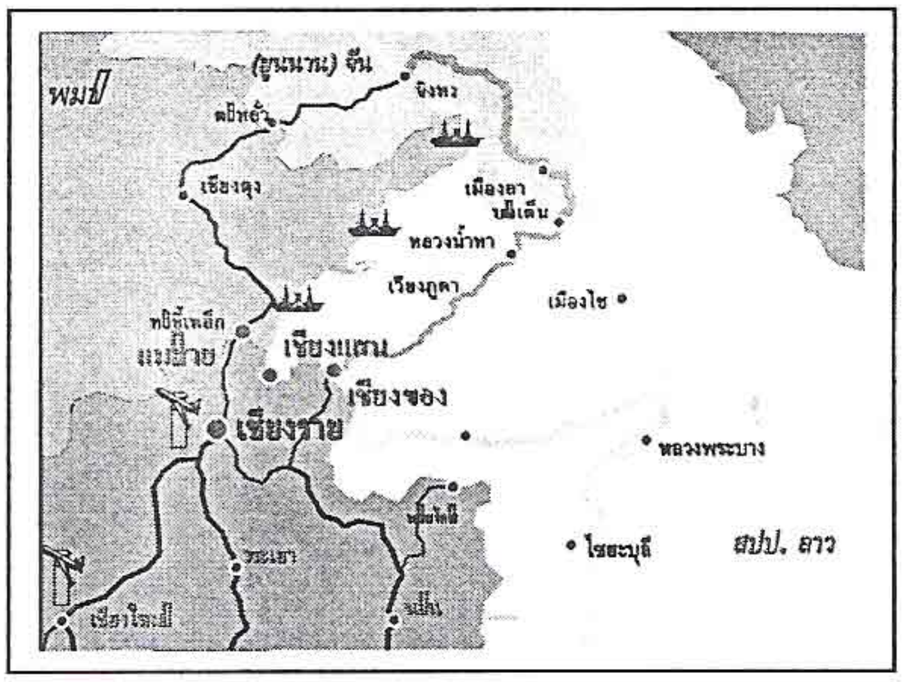
- ความต่อเนื่องทางการเมืองทำให้มีโอกาสในการพัฒนาประเทศสูง
- มาเลเซียจะส่งเสริมให้เวียดนามปลูกข้าวและส่งออกไปยังมาเลเซีย
- ทางรถไฟจากคุนหมิง-เวียดนาม ทำให้สินค้าจากจีนตอนใต้ออกไปสู่ท่าเรือของเวียดนามสะดวกกว่าไปท่าเรือของจีน
- มีกรอบความร่วมมือ อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งจะทำให้การขนส่งสินค้าชายแดน และผ่านแดนสะดวกและเพิ่มปริมาณมากขึ้นในอนาคต

เส้นทางที่ 4 ไทย (กรุงเทพฯ) - ฮานอย - ฮาลองเบย์

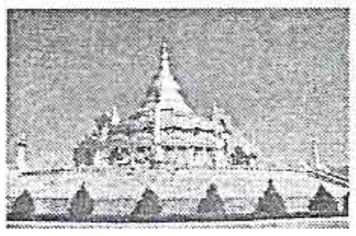


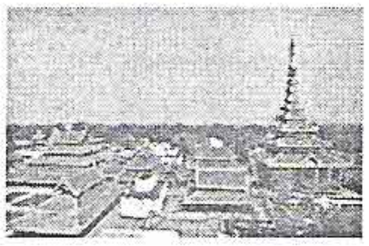
การเชื่อมโยงเส้นทางไทย พม่า ลาว และจีนตอนใต้

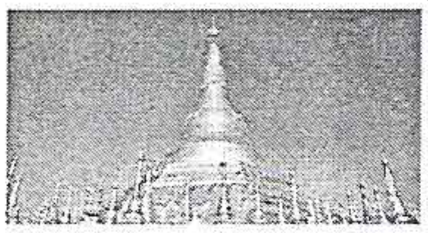
1. เชียงราย - แม่สาย — เชียงตุง - เมืองลา - เชียงรุ้ง
2. เชียงราย - เชียงของ — ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - เชียงรุ้ง
3. เชียงราย - เชียงของ — (ทางเรือ) - หลวงน้ำทา - เชียงรุ้ง
4. เชียงราย - เชียงของ — (ทางเรือ) - หลวงพระบาง



โอกาส พม่า







- สามารถพัฒนาพลังงานของตนเองและร่วมกับไทยได้อย่างมหาศาล
- มีโอกาสทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสูง

การเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว (เชียงราย) พม่า ลาว และจีนใต้ (ยูนาน)

เส้นทางที่ 1 เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - ต้าลั้ว (จีน) - เชียงรุ้ง

เส้นทางที่ 2 เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต้น — เมืองลา(จีน) - จิงหง (เชียงรุ้ง)

เส้นทางที่ 3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง

เส้นทางที่ 4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง

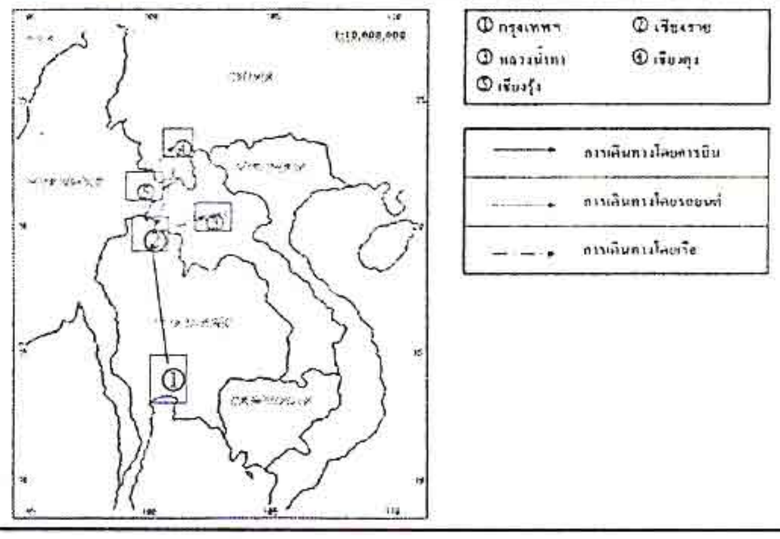
เส้นทางที่ 5 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ - ย่างกุ้ง

เส้นทางที่ 1 เชียงราย - แม่สาย - ท่าขี้เหล็ก - เชียงตุง - เมืองลา (พม่า) - ต้าลั้ว (จีน) - เชียงรุ้ง

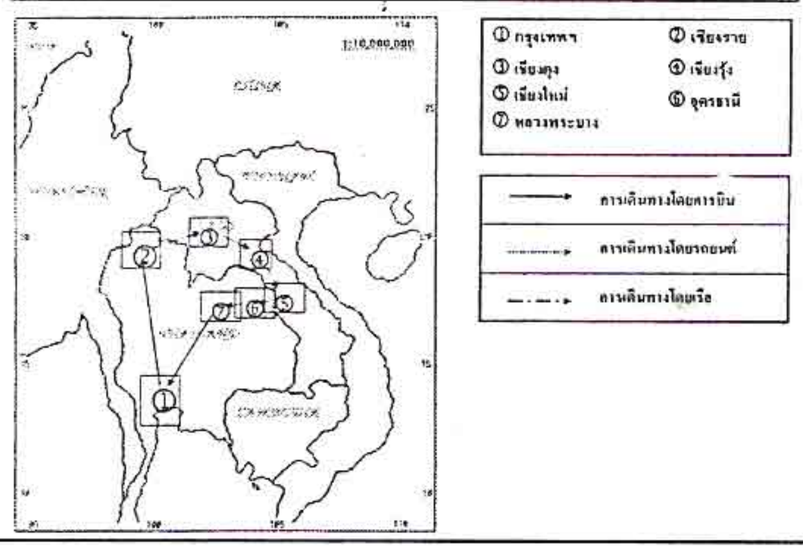
เส้นทางที่ 2 เชียงราย - เชียงของ - ห้วยทราย - หลวงน้ำทา - บ่อเต้น - เมืองลา (จีน) - จิงหง (เชียงรุ้ง)

DRAFT

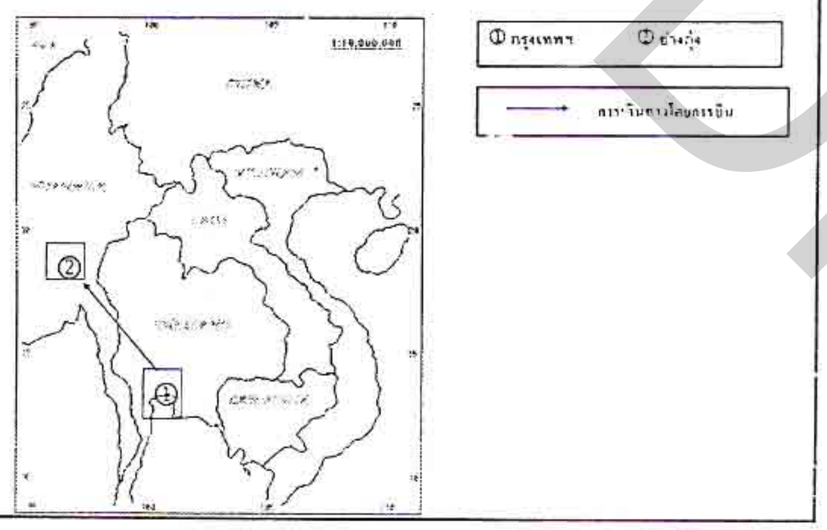
เส้นทางที่ 3 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - หลวงน้ำทา - จิงหง



เส้นทางที่ 4 การเชื่อมการคมนาคมทางน้ำ เชียงราย - เชียงของ - บ่อแก้ว - หลวงพระบาง



เส้นทางที่ 5 เส้นทางการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ - ย่างกุ้ง



สรุปข้อเสนอแนะในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

1. ส่งเสริม เชียงราย อุดรธานี อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลาง
2. ประชาสัมพันธ์จากแหล่งท่องเที่ยวหลัก
3. เจรจาเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย
4. พัฒนาโครงข่ายการบินต้นทุนต่ำที่มุ่งสู่เกาะและชายทะเล
5. ร่วมลงทุนโดยขยายฐานการบินเข้าไปประเทศเพื่อนบ้าน
6. ใช้จุดเด่น ความสุภาพของคนไทยและความสะดวกของที่พักและการเดินทางส่งเสริมการขาย
7. ปรับปรุงภาพพจน์ สกปรก หลอกลวง และบริการของเจ้าหน้าที่รัฐ

สรุปข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาตลาดการบิน

1. สร้างความเชื่อมั่นและภักดีในแบรนด์
2. การสร้างรายได้เสริม
3. การสร้างพันธมิตรเพิ่มคุณค่าบริการ
4. พัฒนาโครงข่ายการบินที่ยาวขึ้น
5. เพิ่มเส้นทางการบินใหม่ๆ
6. เพิ่มบริการระดับพรีเมี่ยมให้ลูกค้าเลือก

สรุปข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาตลาดการบิน

7. เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละขบวนการบริการ
8. การขนส่งต่อเนื่องไปยังจุดหมายปลายทาง
9. แก้ปัญหาไฟลท์ดีเลย์
10. การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
11. การบำรุงรักษาสภาพเครื่องบิน
12. การลดต้นทุนจากขนาดของเครื่องบิน
13. ปรับปรุงการสำรองที่นั่งทางเว็บไซต์

DRAFT

สรุปข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สายการบินต้นทุนต่ำ

1. กลยุทธ์บริการที่แตกต่าง
2. กลยุทธ์การปรับปรุงประสิทธิภาพของบริการ
3. กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร
4. กลยุทธ์การเพิ่มบริการใหม่
5. กลยุทธ์การเพิ่มเส้นทางการบินใหม่ๆ
6. กลยุทธ์การตั้งราคาตามอุปสงค์

สรุปข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สายการบินต้นทุนต่ำ

7. แก้ปัญหาความสะดวกสบายของที่นั่ง
8. ความระมัดระวังในการขนสัมภาระ
9. ความยืดหยุ่นของน้ำหนักของสัมภาระ
10. ราคาค่าตั๋วกับราคาทั้งหมด
11. ค่าธรรมเนียม
12. ปัญหาการสำรองที่นั่งทางเว็บไซต์

ข้อเสนอแนะในการเปิดประตูสู่กัมพูชา

- การพัฒนาความพร้อมด้านการท่องเที่ยว
-กับประเทศเพื่อนบ้าน
- การเปิดประตูสู่กัมพูชาทางช่องสะงำ
- พัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมขอมร่วมกัน
- ร่วมลงทุนและช่วยเหลืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านต่าง
- สนับสนุนการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

ข้อเสนอแนะในการเปิดประตูสู่กัมพูชา

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์กับประเทศกัมพูชา
- การเปิดประตูสู่กัมพูชาทางอรัญประเทศ
- พัฒนาการท่องเที่ยวแบบวนรอบ
- การตั้งศูนย์บริการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆที่อรัญฯ
- ส่งเสริมเอกชนเชื่อมโยงการบินระหว่างกรุงเทพฯเสียมเรียบ

ข้อเสนอแนะในการเปิดประตูสู่ลาว

- ส่งเสริมให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการบิน
- ส่งเสริมให้หนองคายเป็นประตูสู่ลาว
- พัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน
- ร่วมลงทุนด้านการท่องเที่ยว
- สนับสนุนการท่องเที่ยวแบบวนรอบ
- สนับสนุนให้มีการลงทุนท่องเที่ยวทางน้ำเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการเปิดประตูสู่ลาว

- ส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการบิน
- ส่งเสริมให้มุกดาหารเป็นประตูสู่สะหวันเขต
- พัฒนาการท่องเที่ยวตามเส้นทางEast West Corridor
- ร่วมลงทุนด้านการท่องเที่ยว
- สนับสนุนการท่องเที่ยวทางรถยนต์

DRAFT

ข้อเสนอแนะในการเปิดประตูสู่ลาว

- ส่งเสริมให้อุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ไทย - ลาวใต้ - กัมพูชา
- ส่งเสริมให้ศรีสะเกษเป็นประตูสู่กัมพูชา
- พัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวชายแดน
- ร่วมลงทุนด้านการท่องเที่ยว
- สนับสนุนการท่องเที่ยวแบบวนรอบ

ข้อเสนอแนะในการเปิดประตูสู่เวียดนาม

- ส่งเสริมให้มุกดาหารเป็นประตูสู่เวียตนามตอนกลาง
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางการบิน
  กรุงเทพฯ - ฮานอย
  กรุงเทพฯ - พนมเปญ - โฮจิมินซิตี้
- ให้มีการเจรจาทวิภาคี : ท่องเที่ยว
- ร่วมลงทุนในกิจการท่องเที่ยว ที่พัก
- ใช้โอกาสมีทางหลวงจากไทยไปท่าเรือดานัง

ข้อเสนอแนะในการเปิดประตูสู่เวียดนาม

- ส่งเสริมให้อรัญประเทศเป็นประตูสู่เวียตนามตอนใต้
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเส้นทางการบิน
  กรุงเทพฯ - พนมเปญ - โฮจิมินซิตี้
- ให้มีการเจรจาทวิภาคี : ท่องเที่ยว
- ร่วมลงทุนในกิจการท่องเที่ยว ที่พัก
- ส่งเสริมเอกชนเชื่อมโยงการบินระหว่างประเทศ
- การท่องเที่ยวแบบวนรอบ

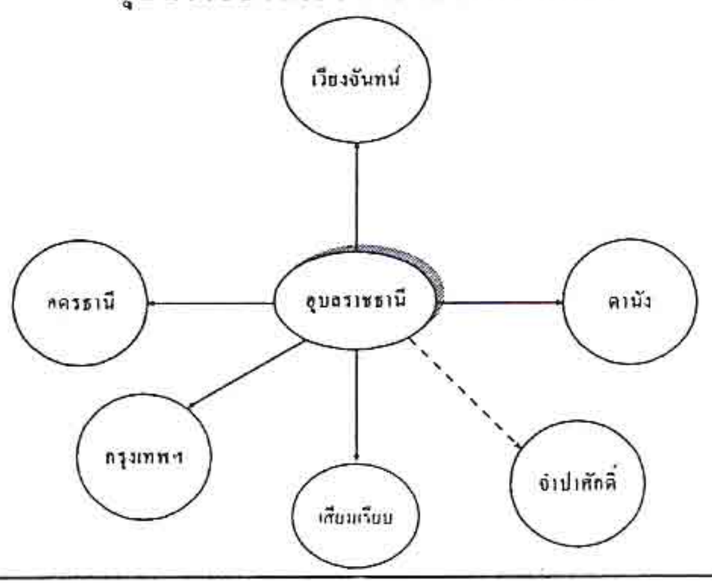
ข้อเสนอแนะในการเปิดประตูสู่พม่าและจีนตอนใต้

- เชื่อมโยงการบินต้นทุนต่ำ กรุงเทพฯ-ย่างกุ้ง
- พัฒนาการท่องเที่ยวร่วมไทย พม่า ลาว จีน
- ร่วมลงทุนด้านการท่องเที่ยว
- สนับสนุนการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน
- สนับสนุนให้มีการลงทุนในพม่าเพิ่มขึ้น

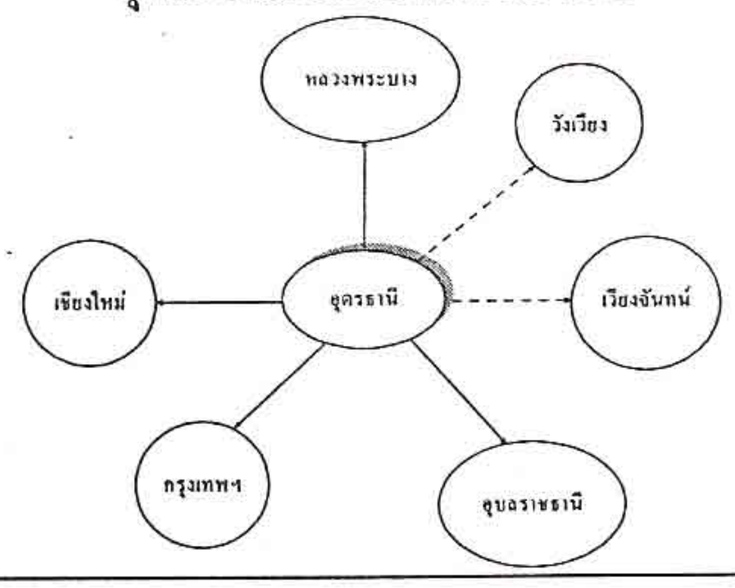
ข้อเสนอแนะในการเปิดประตูสู่พม่าและจีนตอนใต้

- ส่งเสริมให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว เชียงตุง เชียงรุ้ง หลวงน้ำทา หลวงพระบาง
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางรถยนต์
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางแม่น้ำโขง
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบวนรอบ แม่สาย - เชียงตุง – - เชียงรุ้ง – เชียงแสน

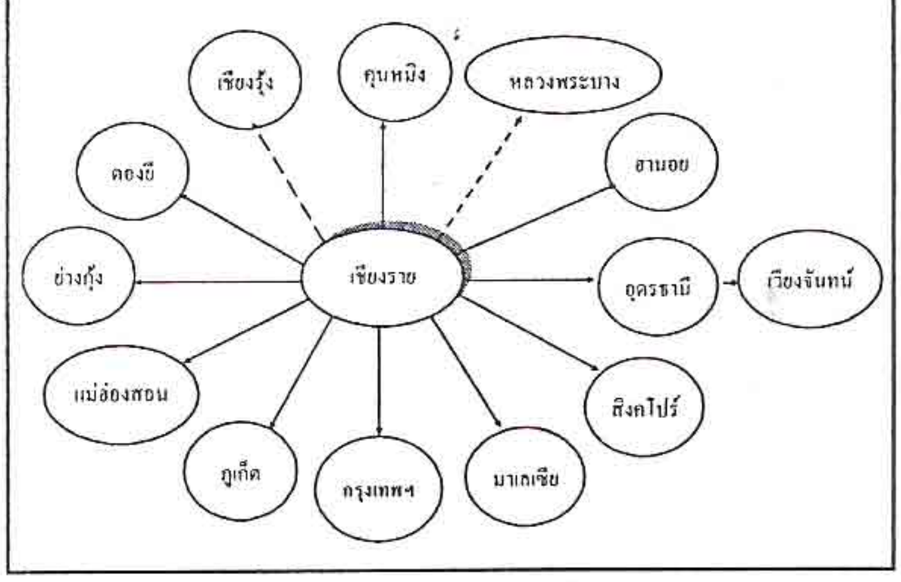
อุบลราชธานีเชื่อมโยงการท่องเที่ยว



อุดรธานีเชื่อมโยงการท่องเที่ยว



เชียงรายเชื่อมโยงการท่องเที่ยว





จบการนำเสนอ

★ ขอขอบคุณ ★

- <u>สถาบันที่ให้การสนับสนุน</u>
  1. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
  2. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
  3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
  4. บริษัทการบินไทย
  5. สายการบินนกแอร์
  6. สายการบินไทยแอร์เอเชีย
- <u>ผู้ทรงคุณวุฒิ</u>
  1. ศาสตราจารย์ ดร.ทวีป ศิริรัตมี
  2. รองศาสตราจารย์ฐกัด ศรีกำพร
  3. รองศาสตราจารย์บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา
  4. คุณอรรถพร สิงหกุล

★ ขอขอบคุณ ★

สุเทพ พันประสิทธิ์
วรุณพันธุ์ คงสม
สุพรรัตน์ วงษ์ศรี

DPU


People's Rep.
CHINA
Dali
KUNMING
Jiu Xiang
Shi Lin
Baoshan
Lancang
YUNNAN
Yuxi
Luxi
Tong Hai
Kai Yuan
Lin Cang
Jinggu
Mojiang
Gejiu
Simao
Jinping
Hà Kou
Lao Cai
Sapa
Nam Cam
Tian Bao
Ha Giang
Nanning
Menglian
Menghai
JINGHONG
Lantui
Phongsali
Mengla
Houneuanghoung
Mohan
Muang Sing
Boten
Luang Namtha
Muang Khoua
Dien Bien Phu
VIETNAM
Thai Nguyen
Viet Tri
HANOI
Mong Cai
Tra Co
Ha Long
Cam Pha
Hai Phong
Halong Bay and I
Do Son Beach
Nam Dinh
Ninh Binh
Thanh Hoa
Sam Son Beach
Cua Lo Beach
Vinh
GULF OF TONK
Xieng Kok
Udom Xay
LAOS
Houeixay
Pakbeng
Mekong
Historical town
LUANG PRABANG
Muang Ngeur
Huai Kron
Phonsavan
Xiengkhong
Plain of Jars
Vang Vieng
Sayaburi
Phayao
Nan
Ngao
Lampang
Mae Hong Son
CHIANG MAI
Historical City
Lamphun
CHIANG RAI
Chiang Khong
Tachilek
Mae Sai
Golden Triangle
Kengtung
Kyaing Tong
Mong Yai
Daluo
MANDALAY
Amarabura Ancient City,
Inwa Bridge
Pindaya
Pindaya Limestone Cave
Tsumgyi
Inlay Lake,
Lake Tour to
Nga Phe Monastery,
Floating Market
Kalaw
Hill Station
Loi-Kaw
Pyinmana
Meiktila
Myingyan
Monywa
Shwebo
Naba
Ruili
Muse
Lashio
Tribaw
Mingun
Mingun Bell
Gengma
Chin Shwe Haw
Hoping
Mogok
Ayeyarwaddy River
Ayeyarwaddy
Kyaukme
Si Satchanalai
Sukhothai
Historical Park
Tak
Phitsanulok
Kamphaeng Phet
Mae Sot
Myawadi
Thaton
Pa-an
Mottama
Mawlamyine
YANGON
Kyaikkami
Balukyun
Gulf of Mottama
Thanbyuzayat
Thanbyuzayet Allied Cemetery
Payathonzu
Three Pagoda Pass
Hual Kha Khaeng Wildlife Sanctuary Park
Nakhon Sawan
Sithep
THAILAND
Chao Phraya River
Nakhon Ratchasima
Phimai
Buri Ram
Si Sa Ket
Surin
Phanom Rung
Khao Yai
Ayutthaya
BANGKOK
Samut Songkhram
Muang Sing
Maungmagan
Dawei
Kanchanaburi
Phetchaburi
Hua Hin
Pattaya
Si Racha
Aranyaprathet
Sisophon
Poipet
SIEM REAP
Angkor Wat
Battambang
Ton Le Sap Lake
Kampong Thom
Pursat
Kampong Chhnang
Kampong Cham
PHNOM PENH
Koh Kong
Kas Rong
Kampong Som
(Sihanoukville)
Takeo
Kampot
Ha Tien
Long Xuyen
Rach Gia
Can Tho
Vinh Long
My Tho
Cu Chi Tunnels
HO CHI MINH
Vung Tau
Can Gio Beach
Bien Hoa
Moc Bai (Border Crossing)
Svay Rieng
Kratie
Stung Treng
Sen Monorom
Ban Chiang
Archaeological Park
Nakhon Phanom
Tha Khek
Sakon Nakhon
Udon Thani
Phu Phrabat
Nong Khai
Bung Kan
Laksao
Dong Hoi
Dong Ha
Hue
Hue Cit
Savannakhet
Mukdahan
Kalasin
Khon Kaen
Saravane
Ubon Ratchathani
Pakse
Champasak
Wat Phu
Nongsim
Attapeu
Bolovens Plateau
Hangdon
Khong Island
Preah Vihear Temple
Phum Thalabarivat
Banlung
Pleiku
Buon Me
Sen Monorom
Phum Samrong
Muang Tam
Phanom Rung
Surin
Khao Yai
Chang Is.
Kut Is.
Tao Is.
Samet Is.
Rayong
Ban Chang
U-Taphao
Sattahip
Trat
Chumphon
Prachuap Khiri Khan
Myeik
Palaw
Margui Archipelago
Bokpyin
Kawthaung
GULF OF THAILAND

ภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเพื่อนบ้าน

- ประเทศเขมร





- ประเทศลาว













- ประเทศเวียดนาม











- ประเทศพม่า













DRAFT

- ประเทศจีน











- จังหวัดเชียงราย





- จังหวัดอุดรธานี



- จังหวัดอุบลราชธานี





DRAFT