

กลยุทธ์การเชื่อมโยงธุรกิจ การท่องเที่ยวชายแดนไทยกัมพูชา

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ พันประสิทธิ์

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญ มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และสังคม ของประเทศรวมทั้งเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของชาวโลก และในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจทั้งอดีตและปัจจุบัน เสมือนว่าการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์ หนึ่งที่ทำให้เศรษฐกิจหลุดพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจเกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้ประมาณปีละ 250,000 ล้านบาท และมีส่วนช่วยกระตุ้นการผลิตในสาขาที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้วย

การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยและกัมพูชา ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดชายแดน 4 จังหวัดคือ สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ และกำลังเป็นสิ่งที่ควรจะสนใจ เพราะแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าว มีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก โดยเฉพาะดินแดนเสียมราฐ มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนับแสนคน เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวทุก ๆ ปี ถ้า

ประเทศไทยสามารถเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวให้เป็นประตูไปสู่ศิวาลัย นครธรรม ซึ่งเป็นสิ่งมหัศจรรย์แห่งหนึ่งของโลกแล้ว ผลประโยชน์จะเกิดกับระหว่างสองประเทศ และเพิ่มอรรถประโยชน์ให้การท่องเที่ยวประเทศไทยได้มากมาย จากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของไทยบริเวณชายแดน 4 จังหวัด เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่กัมพูชาอย่างแท้จริง

ประเทศกัมพูชามีดินแดนที่เป็นมรดกโลกด้านอารยธรรมของขอมโบราณซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งมหัศจรรย์หนึ่งในเจ็ดแห่งของโลก อุดมสมบูรณ์ด้วยศิลปะ วัตถุโบราณสถานที่ทรงคุณค่ายิ่งของมรดกโลกที่ชาวโลกนับร้อยล้านคนคลั่งไคล้อยากไปสัมผัสอย่างใกล้ชิดมานานแสนนาน ในแต่ละปีมีผู้เดินทางมาเยือนกัมพูชาเพิ่มขึ้นทุกปี ประเทศไทยมีเส้นทางที่เป็นประตูสู่กัมพูชาทางด้านอรัญประเทศ และด้านตาพระยานอกจากนั้นทางเลือกในการสัมผัสบรรยากาศ

* อาจารย์ประจำ ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบขอมโบราณ สามารถเดินทางไปจังหวัดศรีสะเกษเพื่อชมความงามธรรมชาติที่ผามออีแดงประตูสู่เขาพระวิหาร และสามารถเข้าไปสู่นครวัด นครธม ของกัมพูชาได้ โดยผ่านช่องสง่า อำเภอกุสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ และมีอีกหลายแนวทางในการส่งเสริมให้ประเทศทั้งสองได้มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ควรมีการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทยและกัมพูชาให้สอดคล้องและส่งเสริมซึ่งกันและกันโดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย มีโบราณสถานและวัฒนธรรมคล้ายขอมโบราณ นอกจากนี้ยังมีธรรมชาติที่งดงามยิ่งนัก เส้นทางช่องจอมตัดผ่านทิวเขาพนมดงรักจากอำเภอคำปราสาท จังหวัดสุรินทร์เข้าไปยังเมืองศรีโสภณ ช่องทางชายแดนทางด้านจังหวัดบุรีรัมย์เป็นทางติดต่อระหว่างไทยกับชาวกัมพูชามีหลายทางด้วยกัน คือ ช่องกระโทก เพชร ช่องโอนก ช่องเมฆา ช่องสายตะกู ช่องจันทบ ช่องประระแนะและช่องตากิ้ว เชื่อมเมืองของกัมพูชา

พรมแดนไทยติดกับกัมพูชา 7 จังหวัด ได้แก่ ตราด จันทบุรี สระแก้ว สุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี ประเทศกัมพูชามีรายได้จากการท่องเที่ยวปีละ 600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 12 ของทั้งหมดของประเทศ เศรษฐกิจของประเทศพึ่งพิงการผลิตภาคการเกษตรในปี พ.ศ.2544 มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 39.6 การผลิตที่สำคัญ

ได้แก่ ประมงน้ำจืด ประมงน้ำเค็ม ข้าว ยางพารา และปาล์ม รองลงมาเป็นการผลิตภาคบริการสัดส่วนประมาณร้อยละ 31.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ส่วนใหญ่เป็นบริการต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และบริการทางการเงิน การผลิตภาคอุตสาหกรรม สัดส่วนประมาณร้อยละ 24.0 การผลิตที่สำคัญได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีสัดส่วนร้อยละ 50 ของภาคอุตสาหกรรม ประเทศกัมพูชามีโบราณสถานจำนวนมาก ที่สำคัญได้แก่ นครวัด เป็นสิ่งมหัศจรรย์ของโลก วัดบันทายศรี โบราณสถานก่อสร้างด้วยหินทรายแม่น้ำทะเลสาบ เป็นทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากทะเลสาบซูฟีเรีย และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกมาก ในปี พ.ศ.2545 ผลิตภัณฑ์มวลรวมมีมูลค่าประมาณ 27,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2544 ร้อยละ 4.5 ด้านการท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชาลดลงจากนักท่องเที่ยวในเอเชียที่เคยให้ความสนใจเดินทางในอันดับต้น ๆ ที่ประสบปัญหาโรคซาร์ส

นักท่องเที่ยวจากยุโรปและสหรัฐอเมริกาเข้ามาท่องเที่ยวในปีเพิ่มขึ้น แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในกัมพูชาลดลงเมื่อเกิดการจลาจลและเผาศถานประกอบการของไทยในพนมเปญเมื่อต้นปี พ.ศ.2546 ปัจจุบันเริ่มเข้าภาวะปกติ ภาวะการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา จากข้อมูลของพาณิชย์จังหวัดตามเขตชายแดนในปี พ.ศ.2545 มูลค่า 14,062.33 ล้าน

บาท สินค้าที่จังหวัดชายแดนไทยส่งออก ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้างด้านการนำเข้าจากกัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากไม้และผลิตภัณฑ์จากป่าไทยเกินดุลการค้าในปี พ.ศ.2544 จำนวน 15,151 ล้านบาท จังหวัดที่มีค่าการค้ามากที่สุดในการจังหวัดชายแดนคือ จังหวัดสระแก้ว มูลค่า 9 เดือนแรก ปี 2545 จำนวน 7,062.34 ล้านบาท รองลงมาเป็น จังหวัดตราด มูลค่า 6,188.07 ล้านบาท เพราะธุรกิจของคนไทยที่ไปลงทุนในกัมพูชา ค่อนข้างมากเป็นอันดับสองรองจากจีน ธุรกิจที่ต้องการวัสดุก่อสร้างถูกนำเข้าจากจังหวัดชายแดนไทยด้านจังหวัดสระแก้ว ผ่านด่านปอยเปตซึ่งมีราคาสูงเพราะการขนส่งไปถึงจังหวัดเสียมราฐ และพนมเปญยากลำบากและการเก็บภาษีเหมาะสมมีจำนวนสูง (กันละ

20,000 บาทขึ้นไป) รวมทั้งไม่มีการควบคุมน้ำหนักบรรทุกทุกเป็นเหตุให้ถนนชำรุดอุปสรรคในการส่งออกสินค้าไปตลาดกัมพูชา เกิดจากข้อจำกัดต่าง ๆ ในประเทศกัมพูชา ได้แก่ กฎระเบียบมีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยครั้ง และบางพื้นที่ที่กฎระเบียบแตกต่างกัน และเกิดความเสี่ยงกับผู้ส่งออกค่อนข้างสูงอีกส่วนหนึ่งคือ เส้นทางจากชายแดนไปกรุงพนมเปญและจังหวัดเสียมราฐ มีกลุ่มอิทธิพลหลายกลุ่ม การขนส่งสินค้าและผู้โดยสารต้องเสียค่าใช้จ่ายผ่านทางให้กับกลุ่มอิทธิพลไม่ต่ำกว่า 100 ดอลลาร์ การค้าส่วนใหญ่จะไม่ได้มีการทำสัญญาบางครั้งถูกโกงจากผู้นำเข้ากัมพูชา นอกจากนั้นค่าเงินเรียลของกัมพูชาขาดเสถียรภาพ จึงมีการใช้เงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาและเงินสกุลบาทของไทย

ตารางที่ 1 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจประเทศกัมพูชา

หน่วย : ล้านดอลลาร์ สรอ.

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

ที่มา:ธนาคารแห่งประเทศไทย

■ โอกาสของธุรกิจท่องเที่ยวไทยสู่กัมพูชา

ธุรกิจท่องเที่ยวไทยไปกัมพูชาหลังสภาวะสงครามไทยอิรัก และการระบาดของโรคซาร์ส และการจลาจลเสียดานทูตไทยปริมาณของนักท่องเที่ยวลดลงมากกว่าร้อยละ

50 เหตุการณ์เหล่านี้เป็นผลกระทบชั่วคราวและเป็นระยะสั้น ปัจจุบันเกิดการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วเพราะแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวจากสมบัติล้ำค่าของปราสาทนครวัด สิ่งมหัศจรรย์

ของโลกปราสาทเทวสถานอันศักดิ์สิทธิ์เหล่านี้ มีอายุนานนับพันปีอีกมากมายหลายแห่ง โอกาสการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในกัมพูชา ซึ่งมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร บันเทิง บ่อน กาสีโน และธุรกิจการขนส่งซึ่งมีชาวไทยไป ลงทุนไว้ในจังหวัดเสียมราฐ หรือที่ชาวกัมพูชา เรียกว่า เสียมเรียบ ประเทศไทยมีพรมแดนติด กัมพูชา ระยะทางห่างจากจังหวัดสุรินทร์กลาง ท้องเที่ยวเสียมราฐ เพียง 150 กิโลเมตร จาก ค่านชายแดนไทยกัมพูชาที่ ปอยเปต (POPET) เส้นทางเชื่อมโยงเพื่อการท่องเที่ยวและ ธุรกิจการค้าใช้เวลาเพียง 3 ชั่วโมงจากกรุงเทพมหานคร สู่อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว โดยผ่านจังหวัด ฉะเชิงเทรา หรือจังหวัด นครนายกเข้าปราจีนบุรีสู่สระแก้วและ อรัญประเทศ และปีนี้ 2547 มีการเปิดจุดผ่าน แคนถาวรที่ช่องสะง่าเป็นเส้นทางใหม่ การ เดินทางไปจังหวัดเสียมเรียบ โดยเครื่องบินที่ มีความได้เปรียบทางด้านความ สะดวกก็จริง แต่ช่วงเวลานี้นักท่องเที่ยวเดินทางโดยเครื่อง บินไม่มาก การจ้ดนำเที่ยวโดยรถยนต์ที่ใช้งบ ท่องเที่ยวไม่มากนัก ข้อมูลการท่องเที่ยวใน จังหวัดเสียมราฐ นักท่องเที่ยวใช้เงินคนละกว่า 600 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ใช้เป็นค่าท่องเที่ยว ค่าที่พัก ค่าอาหาร เฉลี่ยวันละ 100 ดอลลาร์ สหรัฐอเมริกา แต่ละคนอยู่เฉลี่ย 4 คืน เมื่อ จังหวัดเสียมราฐมีนักท่องเที่ยวชาวต่าง ประเทศจากเมืองไทย ไม่เฉพาะชาวกัมพูชา เท่านั้นที่ได้ประโยชน์ แต่ประโยชน์จะตกไป ถึงธุรกิจต่อเนื่องของคนไทยในกัมพูชา ไม่ว่า

จะเป็นธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจบันเทิงประเภทต่าง ๆ ที่ เป็นธุรกิจขนาดเล็กลงทุนน้อยเป็นร้านอาหาร ของคนไทย นวดแผนโบราณ ธุรกิจขนาดใหญ่ ของคนไทยในเสียมราฐ เป็นธุรกิจโรงแรม ระดับ 5 ดาว และระดับ 3 ดาว มีขนาดห้อง 50 - 100 ห้อง อัตราการขยายตัวของธุรกิจ สูงที่สุดในอดีต ร้อยละ 30 ดังนั้นการเชื่อม โยงการนครวัดกับการท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว และศรีสะเกษทางช่องสะง่าจะเป็นโอกาส ของธุรกิจของคนไทยบริเวณกรุงเทพฯ ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกันให้เกิด ประโยชน์สูงสุด

การเชื่อมโยงทางด้านการค้าชายแดน ของไทยและกัมพูชา จะเห็นได้จากมูลค่าการค้า ของจังหวัดสระแก้ว และจังหวัดตราด การ เชื่อมโยงตลาดการค้าชายแดนไทยเข้าไปใน ตลาดกัมพูชาทางด้านจังหวัดสระแก้ว และ อีสานได้กับจังหวัดเสียมราฐ และตราด กับ เกาะกง ซึ่งมีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูง กว่าจังหวัดอื่น ๆ ของกัมพูชาจะทำให้การค้า และอุตสาหกรรมบริการมีโอกาสขยายตัวมาก ขึ้นโดยต้องขจัดอุปสรรคทางการค้า

การส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวและการ ส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคไปกัมพูชามากขึ้น เนื่องจากเป็นสินค้าที่ประเทศไทยได้เปรียบใน ด้านระยะทางใกล้ การใช้กลยุทธ์การเชื่อมโยง โดยใช้จังหวัดที่มีระดับศักยภาพท่องเที่ยวสูง

ได้แก่กรุงเทพมหานคร นครราชสีมาและอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางทางการบินแล้วจัดให้มีจุดพักที่สระแก้ว (อรัญประเทศ) จังหวัดศรีสะเกษ (ช่องสะง่า) จังหวัดสุรินทร์ (ช่องจอมหรือช่องสะง่า) เป็นเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับนครวัด

■ การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

สระแก้ว - บุรีรัมย์ - สุรินทร์ - ศรีสะเกษ - เสียมราชู

จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี บันทึบเคยเมียนเจย และพระวิหาร รวมทั้งมีระยะห่างจากนครวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของโลกประมาณ 150 กิโลเมตร จากด่านชายแดนจังหวัดต่างๆ จึงมีแนวคิดในการพัฒนาความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจการค้า และการท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐบาล โดยมีจังหวัดสระแก้ว เป็นประตูสู่นครวัดนครธม ทางจังหวัดบันเตียเมียนเจย

ผู้เขียนได้สำรวจเส้นทางคมนาคมจากอำเภออรัญประเทศ ระยะห่างประมาณ 48 กิโลเมตร ถึงเมืองศรีโสภณ จากนั้นอีก 105 กิโลเมตรถึงจังหวัดเสียมราชู (Siemreap) ใช้ระยะเวลาการเดินทาง 5 - 6 ชั่วโมง ถนนเป็นลูกรังประมาณ 90 กิโลเมตร และลาดยางประมาณ 50 กิโลเมตร เมื่อเข้าเขตจังหวัดเสียมราชู ถนนสายนี้เป็นถนนที่เชื่อมโยงโดย

กัมพูชาที่สำคัญมีการขนส่งสินค้าทั้งอุปโภคและบริโภคมูลค่ามากกว่า 70,000 ล้านบาทต่อปีเส้นทางที่มีการขนส่งทั้งผู้โดยสารและนักท่องเที่ยวและการขนส่งสินค้าเข้าสู่กัมพูชามากที่สุด จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการชำรุดของถนนมาก สำหรับเส้นทางคมนาคมจากด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์จากเมืองโอเสมีระยะทางประมาณ 70 กิโลเมตรถึงเมืองกระลาน จากนั้นอีก 60 กิโลเมตรถึงเมืองเสียมราชู เส้นทางเป็นเส้นทางลูกรังจนถึงเมืองกระลานสภาพที่รุดกึ่งส่วนบุคลลวิ้งไม่ได้ ส่วนมากเป็นเส้นทางของรถบรรทุกและรถขับเคลื่อนสี่ล้อ

เส้นทางใหม่จากด่านช่องสะง่า อำเภอกุสิงห์ จังหวัดศรีสะเกษ จึงเป็นเส้นทางที่ควรพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะไม่ควรอนุญาตให้มีการขนส่งโดยรถบรรทุกหนักเกินพิกัดเพราะจะทำให้ถนนชำรุดเช่นเดียวกับถนนปอยเปต ศรีโสภณ

สร้างเส้นทางสายใหม่เพื่อใช้เดินทางเจาะเข้าสู่ใจกลางจังหวัดเสียมราชู โดยไม่ต้องผ่านถนนหนทางที่ย่ำแย่แบบเดียวกับเส้นทางสายปอยเปต ไปจังหวัดบันเตียเมียนเจยและจากบันเตียเมียนเจยต่อไปยังจังหวัดเสียมราชู ขึ้นมาทดแทนทางสายนี้คือเส้นทางยุทธศาสตร์หมายเลข 68 ของกัมพูชา ซึ่งเขมรแดงเคยใช้เป็นทางลำเลียงกำลังพล ในสมัยสงครามภายในซึ่งเป็นทางลูกรังตัดตรงจากชายแดนไทยที่ “ช่องสะง่า” มาเชื่อมกับเส้นทางของกรมโยธาหมายเลข 2201 ในเขตจังหวัดศรีสะเกษ และมีระยะทางจาก อ.เมืองศรีสะเกษ ถึงช่องสะง่า

อ.ภูสิงห์ ประมาณ 105 กิโลเมตร จากช่อง
สง่าถึงจังหวัดเสียมราฐ (นครวัด นครธม)
ระยะทางประมาณ 135 กิโลเมตร ทางสายดั่ง
กล่าวนี้ เคยใช้ลำเลียงสินค้า “บางอย่าง” จาก
เขตเมืองอัลลองเวง ซึ่งเคยเป็นฐานบัญชาการ
ของกองกำลังเขมรแดงมาส่งชายแดนไทยที่
อยู่ห่างกันเพียง 28.8 กิโลเมตรเท่านั้น และ
สภาพโดยรวมของถนนหมายเลข 68 กว่า
ร้อยละ 80 มีผิวทางลูกรังที่ราบเรียบสมบูรณ์
จะมีบ่อโคลนอุปสรรคต่อการเดินทางอยู่เพียง
20% แต่เมื่อวัดระยะทางจาก “ช่องสง่า”
ฝั่งไทยไปถึงตัวเมือง “นครหลวง” ที่ตั้งของ
แหล่งโบราณสถานในกลุ่ม “นครวัด-นครธม”
เส้นทางหมายเลข 68 จะมีระยะทางจาก
ชายแดนไทยไปถึงใจกลาง “นครวัด-นครธม”
เพียง 100 กิโลเมตรกว่า ๆ เท่านั้นเองของ
เส้นทางโดยเฉลี่ยทั้งหมด แต่สิ่งสำคัญที่เป็น
จุดเด่นของเส้นทางสายนี้คือ ทิวทัศน์สองฝั่ง
ทางนั้นปกคลุมไปด้วยป่าไม้และภูเขา สภาพ
ป่าที่สมบูรณ์ มีสัตว์ป่าหนาแน่นชุกชุม และ
เป็นทางคมนาคมที่ปลอดภัยไม่เคยปรากฏการ
ปล้นสะดมใด ๆ มาก่อน

จึงเป็นจุดเหมาะสมทางด้านทำเลที่ตั้ง
ของจังหวัดชายแดนไทยเป็นจังหวัดที่เชื่อม
ต่อประเทศกัมพูชาและลาว โดยไม่ไกลนัก
การจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศ
มีความเป็นไปได้คือ ไทย กัมพูชา ลาว
นอกจากนั้นดินแดนของอีสานใต้ มีศักยภาพ
ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสูง มี
โบราณสถานหลายแห่งทั้งในประเทศไทย
กัมพูชาและลาว นอกจากนั้นบริเวณใกล้เทือก
เขาพนมดงรักเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
ที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว ตลอดจนจุดเด่น
ของวัฒนธรรมประเพณีที่หาได้ยากในโลก
อย่างงานช้างสุรินทร์

■ กลยุทธ์ด้านการจัดการที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวไทยและกัมพูชา เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่กัมพูชา

กลุ่มโบราณสถานที่มีศักยภาพสูง มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ ปราสาทเขาพระวิหาร ปราสาทสระ

ตารางที่ 2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน กลุ่มศักยภาพสูงมีขีดความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัด	อำเภอ	ศักยภาพทางการท่องเที่ยว	มูลค่า	ศักยภาพรวม	อันดับ
อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง	บุรีรัมย์	นางรอง	3	3	3	1
ปราสาทเมืองต่ำ	บุรีรัมย์	ประโคนชัย	3	2.64	2.82	2
ปราสาทวัดสระกำแพงใหญ่	ศรีสะเกษ	อุทุมพรพิสัย	2.66	2.78	2.72	3

กำแพงใหญ่ กลุ่มโบราณสถาน ศักยภาพปานกลาง มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ต้องจัดทำกิจกรรมประกอบระดับนานาชาติ อย่างเช่น ปราสาทศิขรภูมิ

ศักยภาพของงานประเพณีที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง ระดับนานาชาติอยู่แล้ว คือ งานแสดงช้าง จังหวัดสุรินทร์ ส่วนงานประเพณีอื่น ๆ ที่มีผลการประเมินมีศักยภาพ

สูง ได้แก่ ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง การแสดงแสงสีเสียงที่สระกำแพงใหญ่ งานมหกรรมว่าวอีสาน งานแข่งเรือยาว สติ๊ก และเทศกาลเงาะทุเรียน กันทรลักษ์ณ์ ซึ่งงานกิจกรรมประเพณีเหล่านี้ควรจะได้รับส่งเสริมให้เป็นงานระดับนานาชาติเช่นเดียวกับการแสดงช้างเมืองสุรินทร์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเชื่อมโยง

เส้นทาง	ปัจจุบัน พ.ศ.2546		เป้าหมายเวลาการเดินทางหลังปรับปรุงเส้นทางเสร็จ พ.ศ.2547
	ระยะทาง (ก.ม.)	เวลาการเดินทาง (ชม.)	
1. จุดพักกรุงเทพฯ → อนุรักษ์ประเทศ	287	4	3.5
อนุรักษ์ประเทศ → ศรีโสภณ → เสียมราชู	154	6-7	3-4
2. จุดพักสุรินทร์ → ชื่องจอม	75	1.5	1.5
ชื่องจอม → กระลาน → เสียมราชู	130	5-6	3
3. จุดพักสุรินทร์ → ชื่องสะง่า	110	2	2
ชื่องสะง่า → อัดลองเวง → เสียมราชู	135	5-6	3
4. จุดพักศรีสะเกษ → ชื่องสะง่า	110	2	2
ชื่องสะง่า → อัดลองเวง → เสียมราชู	135	5-6	3
5. จุดพักอุบลราชธานี → ชื่องสะง่า	155	2.5	2.5
ชื่องสะง่า → อัดลองเวง → เสียมราชู	135	5-6	3

■ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศในการเดินทางเยือนจังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ สระแก้ว เพื่อไปนครวัด แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ภูมิหลังของนักท่องเที่ยว

สัญชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศไทยมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น (ร้อยละ 21.8) ลักษณะการเดินทางมากับคณะทัวร์ (ร้อยละ 86.8) และเที่ยวตามลำพัง (ร้อยละ 13.15) กลุ่ม

อายุ 25 - 34 ปี มาท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 45.2) การศึกษาระดับปริญญาตรี มาท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 44.2) กลุ่มอาชีพ นักวิชาชีพระดับสูง มาท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 37.2) และกลุ่มที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ (ร้อยละ 24.1) สถานภาพการเป็นโสด เป็นที่มาท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 62.5) ระบายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว 2,500 US\$ ขึ้นไป มากที่สุด (ร้อยละ 24.1) และระบายได้ไม่เกิน 975 US\$ (ร้อยละ 21.6)

ตอนที่ 2 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 5 อันดับแรก ต้องการมาพักผ่อน หย่อนใจมากที่สุด รองลงมา

สัมผัสธรรมชาติมาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม สถานที่ประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวผจญภัย

ตอนที่ 3 สิ่งดึงดูดใจของแต่ละจังหวัด อันดับแรก

สระแก้ว : เป็นที่ที่มีค่าใช้จ่ายสินค้าและบริการถูก

สุรินทร์ : วัฒนธรรม / ประเพณีมีเอกลักษณ์

ศรีสะเกษ : วัฒนธรรม / ประเพณีมีเอกลักษณ์

บุรีรัมย์ : แหล่งโบราณคดี

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 13 แห่ง

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

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

ตอนที่ 6 ความสนใจในนครวัดของนักท่องเที่ยว

ความสนใจในนครวัด ไปมาแล้ว (37.7%) กำลังจะไป (32.9%) ยังไม่มีแผนการจะไป (29.4%) นักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้น้อยกว่า 975 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ไปนครวัดแล้ว ร้อยละ 40 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 2,501 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ไปนครวัดมาแล้ว ร้อยละ 38.3 กลุ่มที่ไปท่องเที่ยวจนครบแล้ว มีความสนใจในปราสาทขอมในประเทศไทย น้อยกว่ากลุ่มที่กำลังจะไป และกลุ่มที่ไม่มีแผนการที่จะไป

■ กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดชายแดนไทย-กัมพูชา

การใช้กลยุทธ์ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ ตลาดการค้าชายแดน การอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น งานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และกลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด การฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

การใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาของแพคเกจทัวร์ กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การกำหนดราคาที่คำนึงถึงชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

การกำหนดราคาสอดคล้องกับปริมาณผู้ใช้บริการ และกำหนดราคาสอดคล้องกับผู้ให้บริการ การใช้กลยุทธ์ทางด้านการจัดจำหน่ายกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การมีตัวแทนขาย และการขายตรง สำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ ใกล้ที่พักอาศัยของกลุ่มเป้าหมายและใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่โรงแรม สถานีรถทัวร์ หรือสถานีรถไฟ สำหรับกลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากคือ การจัดงานตามสถานที่ต่าง ๆ ส่วนกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างน้อยคือ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ วิทยุ และการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ และมีการโฆษณาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย

■ กลยุทธ์การจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

กลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมากทางด้านการจัดจำหน่ายคือ การขายตรง และการเลือกทำเลที่ตั้งใกล้สถานีขนส่ง และกลยุทธ์ที่ใช้ระดับปานกลางคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางด้านคุณภาพบริการ การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับปริมาณการใช้บริการ การกำหนดโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น การกำหนดราคาในช่วงฤดูการท่องเที่ยวและนอกฤดูการท่องเที่ยว และการโฆษณาในระดับท้องถิ่น

■ กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจร้านอาหาร

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

■ กลยุทธ์การจัดการธุรกิจขายสินค้าและสินค้าที่ระลึก

กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การจัดจำหน่าย ได้แก่ การขายปลีกอิสระ และกลยุทธ์ในการส่งเสริมทางการตลาด ได้แก่ การให้ส่วนลดและกลยุทธ์ที่ใช้ค่อนข้างมาก คือ

กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายประเภทของสินค้า ความหลากหลายของขนาดและรูปร่าง ความหลากหลายของกลิ่น ความหลากหลายของสี และกลยุทธ์ความเลิศทางด้านคุณภาพ สำหรับกลยุทธ์ทางด้านราคา ใช้ค่อนข้างมาก ได้แก่ การใช้ราคาเปรียบเทียบกับคุณภาพ คู่แข่งขัน และต้นทุนในการผลิต ทางด้านกลยุทธ์ทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ค่อนข้างมาก คือ การขายปลีกอิสระ กลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดระดับปานกลางคือการจัดแสดงสินค้าในงาน การให้ของแถม กลยุทธ์ที่มีการใช้น้อย ได้แก่ การโฆษณา การแจกแถม

กลยุทธ์การค้าขายแดน

1. ส่งเสริมการตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อการเพื่อนบ้าน
2. ส่งเสริมให้มีระบบคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์การท่องเที่ยว

1. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทั้งในประเทศและกับประเทศลงทุนจากต่างประเทศ
2. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการบริการและเพิ่มแรงดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด



■ กลยุทธ์การจัดการของจังหวัด ชัยแดน ไทย-กัมพูชา

เป้าหมายของการพัฒนา คือ การเพิ่มขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวของจังหวัดและบริการเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัดชัยแดนไทย-กัมพูชา และต่างประเทศ (กัมพูชา) เพื่อสร้างระบบการบริการที่ดี และนำไปสู่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลย์และยั่งยืน

จังหวัดชัยแดนไทยเป็นจังหวัดที่ผลิตข้าวหอมมะลิพันธุ์ดี ยางพารา เกษตรอินทรีย์ ในด้านการท่องเที่ยว มีแหล่งโบราณสถานและอารยธรรมขอมที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีประเพณีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทำเลที่ตั้งของจังหวัด มีภูมิประเทศที่ดี และการคมนาคมที่สะดวก ด้านอุตสาหกรรมมีโรงงานเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะโรงสีข้าว ด้านแรงงาน

มีแรงงานด้านการเกษตรประมาณ 700,000 คน รวมทั้งแรงงานฝีมือส่งออก และแรงงานที่มีคุณภาพซึ่งต่างประเทศต้องการแรงงานที่มีฝีมือ ความต้องการของตลาดโลกด้านข้าวหอมมะลิ ยางพารา นอกจากนี้ ภาคเอกชนมีความสนใจที่จะมาลงทุนสร้างเขตอุตสาหกรรม เป็นพันธมิตรและเชื่อมโยงระบบ รวมถึงพันธมิตร การเชื่อมโยงระบบการท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียงและประเทศเพื่อนบ้าน

ข้อเสนอเพื่อพิจารณาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยและกัมพูชา ได้แก่

1) การพัฒนาความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

การพัฒนาที่ยั่งยืนที่รัฐบาลไทยมีกลยุทธ์การขยายร่วมให้ประเทศไทยเป็น Gateway และมีนโยบายช่วยพัฒนาสาธารณูปโภค

แหล่งท่องเที่ยวจะช่วยให้ประเทศเพื่อนบ้านก้าวได้เร็วขึ้น ประเทศเพื่อนบ้านมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว เช่น กัมพูชา มีนครวัด ลาวมีน้ำตกหลิผิชายได้ทุกวัน และขายได้ทั้งปี แต่การเมืองท้องถิ่นยังไม่แน่นอน จึงต้องมีการเจรจาพูดคุยกันเพื่อพัฒนาร่วมกัน เพื่อแก้ปัญหาาร่วมกัน เช่น กัมพูชายังขาดคนประสานงานที่ดีเราจะต้องเข้าไปช่วยเขาพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น 'ไกด์' การต้อนรับ อาหาร ถ้าหากยังไม่พร้อมเสนอความช่วยเหลือในทุกทางที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเงินทุนในรูปแบบกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำและผูกมัดด้วยโปรแกรมการท่องเที่ยว

2) การเปิดประตูการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน

ควรกำหนดราคาจุดผ่านแดนให้แน่นอน ควรมีมาตรฐานการจัดเก็บ ไม่เพิ่มราคา หรือฉวยโอกาสเพิ่มค่าล่วงเวลา เช่น ขณะนี้มีการเปิดจุดผ่านแดนช่องสง่า ได้ประกาศเปิดเป็นด่านถาวรตั้งแต่วันที่ 11 พฤศจิกายน 2546 แต่ยังไม่สามารถเดินทางไปได้ การเปิดด่านจะเป็นการดีมากเพราะไทยเราจะมีเงินเข้าประเทศเพิ่มมากขึ้น มีรายได้เกินดุลด้านการค้า เพราะของใช้อุปโภคบริโภค 99% กัมพูชา ลาว จำปาศักดิ์ต้องซื้อจากไทย ดังนั้นการเชื่อมต่อของเส้นทางคมนาคมไม่ว่าจะเป็นถนน 8 เลน หรือ รถไฟความเร็วสูง การขนส่งสินค้าในระบบตู้คอนเทนเนอร์จะอำนวยความสะดวกเกิดผลดีกับไทย

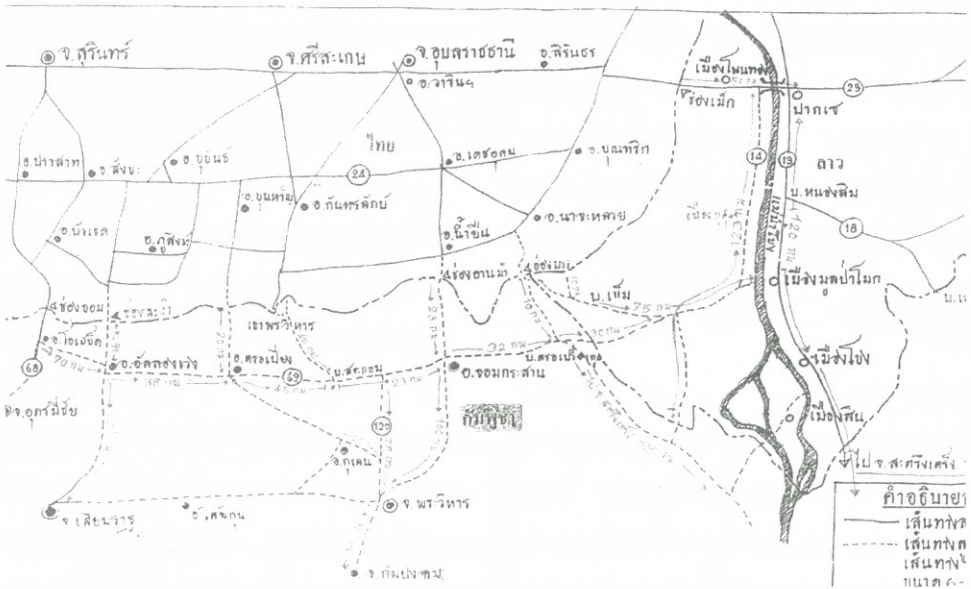
3) การรณรงค์ท่องเที่ยวด้านรถยนต์

เป็นเรื่องที่ดีความพร้อมด้านถนนเริ่มจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์เป็นด้วยยืนอยู่แล้วในชนชั้นกลาง ให้เจ้าของบริการเจ้าของรถทัวร์ และรถแท็กซี่ รถสามล้อ มอเตอร์ไซด์บริการ หรือรถบริการต่าง ๆ ให้มีการอบรมและให้ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ฝัวจราจรต้องปรับปรุงให้ถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ผู้ปกครองท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

4) กลยุทธ์อื่น ๆ

ควรจัดให้มีแหล่งบันเทิงรวมเป็นศูนย์จะอยู่ที่ตรงช่องสง่าสามเหลี่ยมมรกต ไม่ว่าจะเป็นสนามกอล์ฟ คาสีโน โรงแรมแบบมาเลเซีย เพราะจะไปสร้างนครวัด-นครธมให้เหมือนกัมพูชา ก็ไม่ได้จะสร้างน้ำตกให้เหมือนลาวที่คอนพะเพ็งก็ไม่ได้เพิ่มการขนส่งสินค้าทางรถไฟในรูปแบบการขนส่งระบบตู้คอนเทนเนอร์ แล้วออกพระราชบัญญัติจราจรการขนส่งทางรถยนต์ให้มีขีดจำกัดและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด ควรก่อสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก ในจังหวัดและเมืองชายแดน เช่น อำเภอรัญประเทศ อำเภอสึงห์ และอำเภอดุหมพรพิสัย





บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540) พัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดภาคกลาง. กรุงเทพฯ : กองวางแผนโครงการ ททท.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ : กองวางแผนโครงการ ททท.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547) แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547. กรุงเทพฯ : กองวางแผนโครงการ ททท.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546) คู่มือกิจกรรมและประเพณี ปี 2546. กรุงเทพฯ : กองวางแผนโครงการ ททท.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสามเหลี่ยมมรกต. กรุงเทพฯ : กองวางแผนโครงการ ททท.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2537) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทย พม่า และจีนตอนใต้. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรรยา มาณะวิทและคณะ. (2542) อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.
- บริษัทเอสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2545) แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัทมรดกโลกเสนอกทม. (2543) โครงการสัมมนาส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมขอม. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- นุชนารถ รัดนสุวรรณชัย และคณะ. (2545) กลยุทธ์การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฐกัฒ ศรีคำพร และคณะ. (2546) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ : สถาบันปริกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- พิสิฐ เจริญวงศ์ และคณะ. (2543) ปราสาทพนมรุ้ง. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.
- ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2546) รายงานโครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2545. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองสถิติและวิจัย.
- ศูนย์บริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2545) รายงานโครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2544. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองสถิติและวิจัย.
- ศูนย์บริการวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546) โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.(2546) โครงการศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สงบ บุญคล้าย. (2545) สถานการณ์ท่องเที่ยวประเทศกัมพูชา. บุรีรัมย์ : ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์.