



ไม่ดีเท่ากับภาคเหนือหรือใต้ เนื่องจากยังมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ถูกนำเสนอ เพราะยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ขาดบุคลากรจากภาครัฐมาดูแลส่งเสริมการท่องเที่ยว ขาดการลงทุนการพัฒนา และการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว มีปัญหาของช่วงฤดูกาลความแห้งแล้ง โดยจากการวิเคราะห์กลยุทธ์การเจริญเติบโตการตลาดการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกโดยการจับคู่ พบว่ามีโอกาสและจุดอ่อนในการเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยว จึงควรใช้กลยุทธ์การพัฒนาเพื่อเอาชนะจุดอ่อน สร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส กลยุทธ์การเจริญเติบโต และกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ มาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อีสานริมน้ำโขง

## **ABSTRACT**

Thematic Paper's Title      Development of Tourism Along the Mae Khong  
Riverside in the Northeast of Thailand  
(The So-Called I-san)

Student's Name                Miss Sasithorn Juynam

Degree Sought                Master of Economics

Academic Year                2004

Advisory Committee

1. Assoc. Prof. Dr. Wallada Wiwatpanashart                Chairperson
2. Assoc. Prof. Boonkij Wongwaikijphaisal

Tourism is very important for Thailand's economy. Yearly income from tourist industry now exceeds 300,000 million baht. The increasing number of tourists has contributed to better income distribution to local people in tourist attractions and to a higher employment rate of the country.

This study focused on tourists conditions in six northeastern provinces along the Mae Khong riverside: Loei, Nong Khai, Nakhon Phanom, Mukdahan, Amnat Charoen and Ubon Ratchathani. It aimed to analyze the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (S.W.O.T. analysis). It also aimed to find out marketing strategies that brought about the growth of tourism by examining the internal and external environmental, social and economic structure data in order to use the analytical results for planning and development of tourism along the Mae khong riverside to the full potential.

It was found that the development of infrastructure, transport, public relations service in tourist attractions and the provision of conveniences for tourists in the six provinces were important factors that helped attract tourists. However, the tourism development in the six northeastern provinces was not as good as that in the North and the South because not all tourist resources had been put to use. There was lack of good public relations, of government officials to oversee tourist promotion, of investment and development and of creating tourist activities. Besides, problems often emerged during the dry season. When the strategies for tourists market growth were analyzed by taking into consideration the internal and the external factors, both opportunities and weaknesses were found in tourism growth. Therefore, it was recommended that some development strategies be developed to overcome the weaknesses and to build opportunities. Both growth strategies and product development strategies should be used to improve tourism in the provinces along the Mae Khong riverside.