



การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง

ศศิธร จุ้ยนาม

สารนิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2547
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

DEVELOPMENT OF TOURISM ALONG THE MAE KHONG
RIVERSIDE IN THE NORTHEAST OF THAILAND
(THE SO-CALLED I-SAN)

SASITHORN JUYNAM

A THEMATIC PAPER PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS

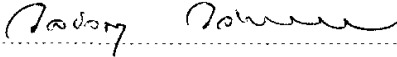
2004


COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง
ชื่อผู้เขียน นางสาวศศิธร จุ้ยนาม
คณะ เศรษฐศาสตร์


คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการการสอบ ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้
เห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการการสอบสารนิพนธ์

 ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วลัยลดา วิวัฒน์พนชาติ)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์บุญกิจ ว่องไวกิจไพศาล)

อนุมัติให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

 คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พูพิพิช)

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ ประธานกรรมการสารนิพนธ์ และรองศาสตราจารย์บุญกิจ ว่องไวกิจไพศาล กรรมการสารนิพนธ์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้วิจัยพร้อม ทั้งเมตตาให้คำปรึกษา แนะนำ เสนอแนะแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ตลอดมา ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณอาจารย์ และเจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษา ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ประสิทธิ์ประสาทและถ่ายทอดวิชา ความรู้ ประสบการณ์ รวมถึงคอยให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำที่ดี อีกทั้งผู้บังคับ บัญชาที่ให้โอกาสและสนับสนุนให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัย ตลอดระยะเวลาในการ ศึกษาและการทำสารนิพนธ์

และเหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และขอบคุณน้อง สาว ผู้เป็นที่รัก ซึ่งได้ให้กำลังใจที่ยิ่งใหญ่และชื่นชมกับความสำเร็จของผู้วิจัย

ศศิธร จุ้ยนาม

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.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(6)
กิตติกรรมประกาศ.....	(8)
สารบัญตาราง.....	(11)
สารบัญภาพประกอบ.....	(12)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	6
ขอบเขตการศึกษา.....	6
วิธีการศึกษา.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
นิยามศัพท์.....	8
2 แนวความคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวความคิด เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว.....	10
ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์.....	16
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 ความสำคัญของพื้นที่ศึกษา.....	41
ความสำคัญของพื้นที่ศึกษา.....	41
4 วิธีการศึกษาและผลการวิเคราะห์.....	53
ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน.....	54
ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก.....	61
ผลวิเคราะห์ S.W.O.T. ภาพรวมอีสานริมน้ำโขง.....	65

บทที่	หน้า
ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวริมน้ำโขง.....	82
5 สรุปและข้อเสนอแนะ	86
สรุปผลการศึกษา	86
ข้อเสนอแนะ	91
ภาคผนวก	
ก ตารางผลิตภัณฑ์จังหวัด ตามราคาประจำปี.....	94
ข สภาพทั่วไปทางภูมิศาสตร์.....	101
ค แบบสอบถามการสัมภาษณ์เจาะลึก.....	110
บรรณานุกรม.....	113
ประวัติผู้เขียน.....	116

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 เป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้ 5 ปี พ.ศ. 2547-2551.....	4
2 การประเมินความสามารถรองรับการท่องเที่ยวและศักยภาพของ จังหวัดรวม.....	42
3 ผลการประเมินความสามารถรองรับของจังหวัดด้านสาธารณสุขปโลก พื้นฐาน.....	50
4 ผลิตภัณฑ์จังหวัด ตามราคาประจำปี เป็นรายจังหวัด พ.ศ. 2545.....	52
5 เมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน IFE Matrix.....	71
6 เมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายนอก EFE Matrix.....	74
7 การปฏิบัติในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใน อีสานริมน้ำโขงตามการ วิเคราะห์โอกาสและจุดแข็ง 6 จังหวัด.....	87
8 ผลิตภัณฑ์จังหวัดเลย ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต พ.ศ. 2543-2545.....	95
9 ผลิตภัณฑ์จังหวัดหนองคาย ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขา การผลิต พ.ศ. 2543-2545.....	96
10 ผลิตภัณฑ์จังหวัดนครพนม ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขา การผลิต พ.ศ. 2543-2545.....	97
11 ผลิตภัณฑ์จังหวัดมุกดาหาร ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขา การผลิต พ.ศ. 2543-2545.....	98
12 ผลิตภัณฑ์จังหวัดอำนาจเจริญ ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขา การผลิต พ.ศ. 2543-2545.....	99
13 ผลิตภัณฑ์จังหวัดอุบลราชธานี ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขา การผลิต พ.ศ. 2543-2545.....	100

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก จากการเปรียบเทียบศักยภาพทางการท่องเที่ยวของไทยกับกลุ่มประเทศในเอเชียแปซิฟิก และจากรายงานการสำรวจและจัดอันดับความนิยมของการท่องเที่ยว ที่ถูกประเมินโดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าประเทศไทยได้รับการจัดอันดับ จากนักท่องเที่ยวให้อยู่ในอันดับที่ 1 ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และอัธยาศัยไมตรีของคนไทย

ในด้านเศรษฐกิจนั้นพบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีมากกว่า 3 แสนล้านบาทต่อปี ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวดังกล่าวเมื่อนำมาคิดเทียบสัดส่วนของรายได้ประชาชาติในด้านสาขาการบริการ จะเห็นว่าเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงประมาณร้อยละ 30 ของรายได้ประชาชาติในด้านสาขาการบริการ หรือประมาณร้อยละ 6 ของรายได้ประชาชาติทั้งหมด สำหรับผลกำไร (margin) ที่เกิดจากการท่องเที่ยว หรือเป็นอุตสาหกรรมธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องกันหลังจากหักค่าใช้จ่ายออกแล้ว รวมกับรายได้จากการจ้างงาน จัดเป็นสัดส่วนของรายได้ประชาชาติ ผลกระทบจากการท่องเที่ยวในด้านรายได้ประชาชาติไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะสาขาภาคบริการอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบไปถึงสาขาอื่น ๆ ทั้งในด้านอุตสาหกรรมก่อสร้างต่าง ๆ การสื่อสารและคมนาคม เป็นต้น

รัฐบาลจึงมีนโยบายในการสนับสนุนส่งเสริมการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้พัฒนาขึ้นมาโดยตลอด จากแผนนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกิจการการท่องเที่ยวของไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดแผนพัฒนาในแต่ละปีให้สอดคล้อง และปรับแผนกลยุทธ์การตลาดมาโดยตลอดจาก

พ.ศ. 2541-2542 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้เป็นปี Amazing Thailand 1998-1999

พ.ศ. 2543 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้เป็นปี Amazing Thailand Enchantment for the Next Two Thousands Years

พ.ศ. 2544 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้เป็นปี Amazing Thailand

พ.ศ. 2545 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้เป็นปี Amazing Thailand Amazes the World ซึ่งในปีนี้พบว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 10.8 ล้านคน มีรายได้เท่ากับ 323,484 ล้านบาท ด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในประเทศมีทั้งหมด 61.82 ล้านคน มีรายได้เท่ากับ 235,337.15 รวมแล้วใน พ.ศ. 2545 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับ 558,821.15 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.29 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

พ.ศ. 2546-2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้เป็นปี Unseen in Thailand

พ.ศ. 2548-2551 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้เป็นปี Happiness on Earth โดยคาดหวังว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใน 5 ปี จากปัจจุบันจนถึง พ.ศ. 2551 จะมีนักท่องเที่ยวจาก 10 ล้านคน เป็น 30 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2548)

ทั้งนี้รัฐบาลได้กำหนดนโยบายด้านการบริการและการท่องเที่ยวให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหน่วยเศรษฐกิจหนึ่งที่สามารถสร้าง และนำเงินตราเข้าสู่ประเทศไทยได้เป็นจำนวนมากซึ่งนำมาสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและการเพิ่มขึ้นของดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้เฉลี่ยต่อหัวประชากร ดัชนีการบริโภคสินค้าและบริการและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นหนทางที่สำคัญประการหนึ่งการนำรายได้ที่เป็นกระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลยังมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ ดังการเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการ และการท่องเที่ยว รวมทั้งยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว โดยเน้นด้านการพัฒนาภาคบริการและด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นเรื่องหลัก ทั้งนี้รัฐบาลทุ่มทุนเปิดน่านฟ้าเสรีระหว่างประเทศ (Open Sky Policy) นำร่องเป็นรายการแรกกับมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ก่อนจะโหม

เปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) กับ 8 ประเทศ 1 และกลุ่มเศรษฐกิจ BIMSTEC (Bangladesh-India-Myanmar-Sri Lanka-Thailand Economic Cooperation) การบริหารภาครัฐของไทยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจดังกล่าว จึงได้หันมาสนใจในตลาดในประเทศเองให้มากขึ้น โดยได้ส่งเสริมให้คนไทยลดการเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศลง และส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น กำหนดให้การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นนโยบายเศรษฐกิจสังคมของรัฐ เป็นการบริการและสวัสดิการทางสังคมที่รัฐพึงส่งเสริมและจัดให้กับประชาชนเป็นสิทธิมนุษยชนที่รัฐควรสนับสนุนตามแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ และเห็นว่าหากได้ดำเนินการท่องเที่ยวภายในประเทศเหมาะสม จะเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่ช่วยให้การพัฒนาโลกทัศน์ ภูมิปัญญาเป็นการยกระดับความคิด จิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อแผ่นดินเกิด สร้างความภูมิใจ รักหวงแหนในทรัพยากร และสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติ (ระพี สาคริก, 2530, หน้า 9-20)

นโยบายและแผนพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศเริ่มปรากฏแน่ชัดตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) โดยมีเป้าหมายให้ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี และปรากฏอยู่ในจุดมุ่งหมายของการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวส่ง และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ควบคู่กับการพัฒนาและอนุรักษ์ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่ ดังการจัดกิจกรรมที่ดำเนินงาน โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในส่วนนโยบายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น ได้ส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น พร้อมกับจะประชาสัมพันธ์ให้ชาวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวไทยให้มากขึ้น เช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายที่จะส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

ดังนโยบายแผนการตลาดการท่องเที่ยว พ.ศ. 2548 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดย นางจุฑามาศ ศิริวรรณ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีเป้าหมาย

ที่จะมุ่งพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้ก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพ (quality) และเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainability) ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (competitiveness) อันจะนำสู่การไปเป็น Tourism Capital of Asia เพื่อให้ภายใน พ.ศ. 2551 ไทยจะต้องเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการบินแห่งเอเชีย (tourism capital of Asia and aviation hub)

การกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะส่งผลสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นเครื่องมือดึงเงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ขณะที่การท่องเที่ยวของคนไทยจะเป็นตัวกระตุ้น ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อรายได้ของประชาชนในประเทศ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานของคนในประเทศเพิ่มขึ้น ทำให้ประชาชนมีการใช้จ่ายเงินเพิ่มมากขึ้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ตาราง 1

เป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้ 5 ปี พ.ศ. 2547-2551 หน่วย: คน

ปี	นักท่องเที่ยว		รายได้จากการท่องเที่ยว	
	ต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ	คนไทย
2547	12,000,000	73,180,000	384,000	384,000
2548	13,380,000	76,250,000	450,000	347,300
2549	15,120,000	79,330,000	533,000	378,000
2550	17,310,000	81,990,000	652,000	403,900
2551	20,080,000	85,350,000	789,000	437,900

ที่มา: จาก “เป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้ 5 ปี พ.ศ. 2547-2551,” (หน้า 40), โดย กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สำหรับการจัดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน โดยเน้นไปยังจังหวัดที่มีเขตแดนติดต่อกับพื้นที่แม่น้ำโขง หรือที่เรียกว่าโครงการความร่วมมือการพัฒนาอนุภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Subregion--GMS) ซึ่งพิจารณาจากสภาพภูมิศาสตร์แล้วปรากฏว่า จังหวัดที่มีเขตติดต่อกับแม่น้ำโขง ประกอบด้วย 6 จังหวัดคือ เลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อ่างนาจเจริญ และอุบลราชธานี โดยที่สามารถผ่านแดนเข้าไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) ได้

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขงจึงนับได้ว่าเป็นการพัฒนาที่จะเปิดประตูสู่อินโดจีนอย่างแท้จริง เพราะในพื้นที่ 6 จังหวัดริมน้ำโขงมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีวัฒนธรรมประเพณีมากมายที่น่าสนใจ จากรายงานสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทย พ.ศ. 2546 แบ่งตามภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนักท่องเที่ยวถึง 15,905,733 คน เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวคนไทย 23,800 ล้านบาท

ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ถนนเป็นถนนลาดยางทั้งหมดซึ่งรวมไปถึงถนนเลียบริมแม่น้ำโขง ทางอากาศมีสนามบินที่อุบลราชธานี นครพนม และใกล้เคียงที่จังหวัดอุดรธานี โดยสามารถใช้รถยนต์สาธารณะในการเชื่อมต่อทางรถไฟ ทางรถยนต์มีรถยนต์ประจำทางปรับอากาศ เดินทางจากกรุงเทพมหานครถึงทั้ง 6 จังหวัด ซึ่งเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ การไฟฟ้า การประปา โทรศัพท์ โรงพยาบาล สถานีอนามัย ที่พักแรมหลายระดับ เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ ธุรกิจนำเที่ยว บริการรถเช่า ภัตตาคาร ร้านอาหาร สินค้าของที่ระลึก

ด้วยเหตุผลจากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปในแต่ละจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศ จะมีส่วนทำให้ประชาชนในจังหวัดนั้นมีรายได้จากการท่องเที่ยวและจากอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ดังนั้นการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ และการใช้นโยบายการตลาดของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขงเป็นตัวขับเคลื่อน จะเป็นแนวทางที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของจังหวัดที่อยู่ริมน้ำโขงของไทย ผู้ศึกษาจึงเห็นถึงความสำคัญที่จะศึกษา ถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง โดยเน้นให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และคาดว่าผลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการ

กำหนด แนวทางพัฒนา การจัดการการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ศักยภาพการ
ท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขงให้มีความเข้มแข็ง ในอันที่จะส่งผลต่อการพัฒนาสู่ภาคเศรษฐกิจ
อื่น ๆ ของจังหวัดริมน้ำโขง ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการศึกษาเรื่องนี้

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาภาวะการณ์การท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขงทั้ง 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเลย
หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อ่างนาจเจริญ และอุบลราชธานี
2. เพื่อวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (S.W.O.T. analysis) เกี่ยวกับ
ข้อมูลโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละจังหวัดริมน้ำโขง
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยว การเจริญเติบโต การวาง
แผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และขยายตลาดทางการท่องเที่ยวของกลุ่ม 6 จังหวัดอีสาน
ริมน้ำโขง

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาจะครอบคลุมถึงการ ศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อม
ภายในของ 6 จังหวัดริมน้ำโขง เพื่อพิจารณาภาวะการณ์ท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนา
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขงใน 6 จังหวัดอันได้แก่ จังหวัดเลย หนองคาย
นครพนม มุกดาหาร อ่างนาจเจริญ และอุบลราชธานี โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาอยู่ในช่วง
พ.ศ. 2545-2547

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่น่ามาใช้เป็นในการศึกษาเป็นข้อมูลทางทุติยภูมิ (secondary data) รายปี
ตั้งแต่ พ.ศ. 2545-2547 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ประวัติ โครงสร้างประชากรและสังคม

ลักษณะภูมิประเทศ ทรัพยากร วัฒนธรรม และเงื่อนไขจุดผ่านแดน เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ผลงานการจัดกิจกรรมส่งเสริมต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และข้อมูลเอกสารจากหน่วยงานราชการต่าง ๆ ข้อมูลทางการเงินรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยทำการรวบรวมจาก

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
2. สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 2
3. สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 4
4. สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 5
5. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)
6. สำนักงานสถิติแห่งชาติ
7. ผลการศึกษา วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
8. หนังสือ วารสารบทความที่เกี่ยวข้องกับผลจากการท่องเที่ยวต่าง ๆ
9. ข้อมูลจาก Internet ที่เกี่ยวข้องกับผลจากการท่องเที่ยว

เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการทำวิจัย และประกอบการวิเคราะห์สรุปผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยการอธิบายถึงสภาพภาวะการณ์การท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดริมน้ำโขงใน พ.ศ. 2545-2547 รวมถึงการบริหารเชิงกลยุทธ์

2. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (qualitative analysis) โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดริมน้ำโขง โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview S.W.O.T. analysis) ผู้ปฏิบัติการในหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการท่องเที่ยวในภาคอีสานในเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงขั้นตอนและแนวทางในการวางแผน กำหนดนโยบายรองรับ และพัฒนาส่งเสริมการจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของ 6 จังหวัดริมน้ำโขงให้มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อทราบถึงสถานะการแข่งขัน และนำมาใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างบทบาท และเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 6 จังหวัดริมน้ำโขง โดยเฉพาะการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากจุดผ่านแดนที่มีอยู่ในบริเวณลุ่มน้ำโขง

นิยามศัพท์

1. การท่องเที่ยว (tourism) หมายถึง การเดินทางของบุคคลใดบุคคลหนึ่งคนเดียว หรือเป็นคณะเพื่อไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่ถิ่นพำนักถาวรของตนเอง ระยะเวลาหนึ่ง ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดการสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยว กับบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงภาครัฐที่ดูแลการท่องเที่ยว
2. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (tourism industry) หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการ เพื่อให้บริการในเชิงการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง และคนทั่วไป ประกอบด้วย
 - 2.1 กิจกรรมทางด้านของที่พักออาศัย
 - 2.2 กิจกรรมทางการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม
 - 2.3 กิจกรรมการบริการด้านการเดินทาง
 - 2.4 กิจกรรมการบริการด้านการนำท่องเที่ยว
 - 2.5 กิจกรรมการให้บริการด้านวัฒนธรรม
 - 2.6 กิจกรรมการให้บริการด้านความบันเทิง กีฬา นันทนาการ และการให้บริการอื่น ๆ
3. นักท่องเที่ยว (tourist) หมายถึง ผู้มาเยือนที่มาพักอยู่อย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่เยือน และมีเหตุจูงใจในการเยือนเพื่อ

- 3.1. การใช้เวลาว่างเพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อน สุขภาพ การศึกษา ศาสนา และกีฬา
- 3.2. การจัดดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัว การปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมายและการประชุม
4. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism resource) หมายถึง สถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรม ประเพณี ที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่น
5. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (international tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปในต่างประเทศ โดยมีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการหารายได้ในประเทศนั้น ๆ
6. การท่องเที่ยวในประเทศ (internal tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีภูมิลักษณ์เฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้น
7. นักท่องเที่ยวภายในประเทศหรือนักท่องเที่ยวคนไทย (domestic tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางในประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตนเอง
8. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (foreign tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ได้เป็นถิ่นพำนักถาวรของตนเอง
9. กลยุทธ์ (strategy) หมายถึง การวางแผนใด ๆ ที่จัดทำขึ้น หรือการกระทำใด ๆ ที่ดำเนินการไปแล้วมีผลช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
10. การนำนโยบายไปปฏิบัติ (implementation) หมายถึง การกระทำหรือชุดของการกระทำที่กำหนดโดยทิศทางของทางเลือกนโยบาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามคุณค่าที่กำหนดไว้ เมื่อได้นโยบายแล้วหาทางเลือกและแนะนำเสนอทางเลือกให้ผู้บริหารทำการตัดสินใจ จากนั้นก็นำมาปฏิบัติ
11. การบริหารภาครัฐ (public administration) หมายถึง ส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ซึ่งได้รับการจัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมดูแล สถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ในการบริหารภาครัฐก็คือ กรมป่าไม้ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บทที่ 2

แนวความคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิด เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้จะนำทฤษฎีและแนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว (tourism demand) ระบบการท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) ทฤษฎีสาเหตุของการเติบโตทางเศรษฐกิจ (the cause of economic growth) ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการ วิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค และการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง

อุปสงค์การท่องเที่ยว (tourism demand)

นักเศรษฐศาสตร์ได้ให้ความหมายของคำว่า “อุปสงค์” หมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยเป็นความต้องการ ชรรมา (want) ร่วมกับความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (purchasing power) กล่าวคือ ผู้บริโภค จะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจ (ability and willingness) ที่จะจ่ายสินค้าหรือ บริการนั้น ๆ โดยสามารถแยกอุปสงค์ออกเป็นสามชนิดตามปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ได้แก่ อุปสงค์ต่อราคา (price demand) อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand) อุปสงค์ สินค้า ต่อราคาสินค้าชนิดต่าง ๆ (cross demand)

จากความหมายของคำว่า “อุปสงค์” ดังที่กล่าวไปข้างต้น หากจะนำมาประยุกต์ เข้ากับอุปสงค์การท่องเที่ยว William (อ้างถึงใน ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2531, หน้า 15) ให้ความหมายว่าเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการหรือซื้อ สินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว นั้น จะต้องมีความต้องการ มีความสามารถ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าหรือบริการที่

กำหนดไว้ ลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยวสามารถแยกได้เป็น 3 ประเภทดังต่อไปนี้
คือ

1. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (actual demand) หมายถึงอุปสงค์ที่เกิดขึ้นแล้ว เป็นอุปสงค์ที่มีลักษณะครบถ้วนตามความหมายของอุปสงค์ คือ มีความต้องการ มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

2. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (potential demand) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางโดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ด้านความต้องการแล้ว แต่ยังขาดองค์ประกอบด้านการเงิน เวลา และหรือการจัดการเพื่อการเดินทาง อุปสงค์ที่มีศักยภาพอาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากระบบการตลาดให้ความสำคัญและยื่นมือเข้ามาแก้ปัญหาเรื่องของการให้เครดิต การจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

3. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจคล้อยตามได้ (deferred demand) เป็นอุปสงค์ที่อาจกลายเป็นอุปสงค์ชนิดที่ 1 และที่ 2 ภายใต้สมมติฐานว่า มนุษย์นั้นมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน อุปสงค์ในประเภทที่สามนี้จะเป็นอุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้ และความต้องการที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ใดที่หนึ่ง (destination) เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น รวมทั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงด้วย (เงิน-เวลา-การจัดการ) อุปสงค์ชนิดนี้หากใช้ระบบช่องทางการขายการโฆษณาให้ถูกต้องแล้วจะกระตุ้นให้กลายเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ไม่ยาก

ระบบการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรในพื้นที่ ๆ มีอยู่เดิม การท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ (นักท่องเที่ยว) กับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ วัฒนธรรม โบราณสถาน และ โบราณวัตถุ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่สามารถ เคลื่อนย้ายไปยังพื้นที่อื่นได้

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (tourism resource) บริการการท่องเที่ยว (tourism

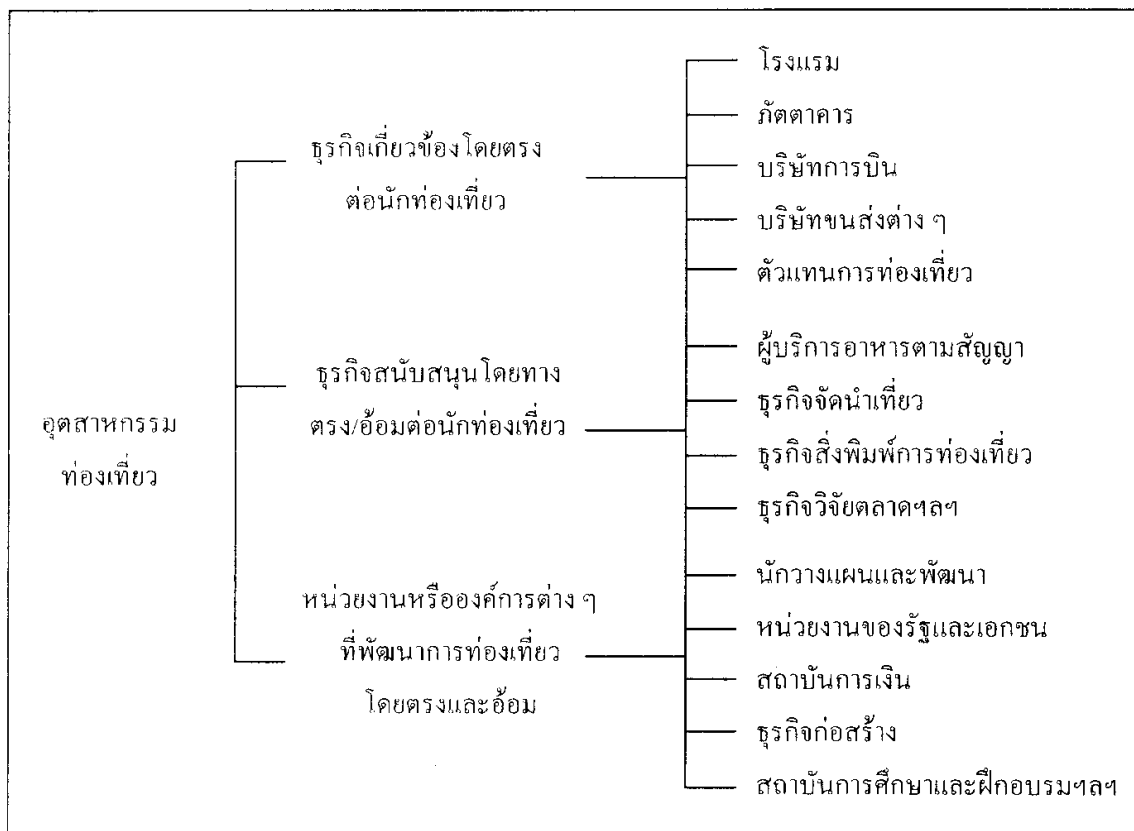
service) และตลาดการท่องเที่ยว (tourism market or tourist) แต่ละองค์ประกอบมีส่วนประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกัน และเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพ และระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ สภาพเศรษฐกิจและการลงทุน สภาพสังคมและวัฒนธรรม องค์การความร่วมมือภาครัฐและเอกชน และกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากความต้องการ (demand) ของมนุษย์หรือนักท่องเที่ยว (tourism) Rome (1963, p. 127) ให้ความหมายของนักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปพื้นที่ใด พื้นที่หนึ่ง นอกถิ่นที่อาศัยของตนเองมากกว่า 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเพื่อการท่องเที่ยว หรือเพื่อทางธุรกิจ ขณะที่ผู้มาเยือน หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง นอกถิ่นที่อาศัยของตนเองน้อยกว่า 24 ชั่วโมง หรือเป็นทางผ่านไปยังพื้นที่อื่น ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวหรือในทางธุรกิจ ซึ่ง Way (1989, p. 79) ได้แบ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ 6 กิจกรรม ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง ทั้งทางบก (ถนน และรถไฟ) ทางน้ำ และทางอากาศ
2. ที่พักอาศัย (โรงแรม, รีสอร์ท, เกสต์เฮาส์, อื่น ๆ)
3. ธุรกิจนำเที่ยว
4. การซื้อสินค้าและบริการ ของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม
5. การให้บริการของภาครัฐ
6. การให้บริการของภาคเอกชน

จากที่กล่าวมาจะพบว่าการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วย 6 สาขากิจกรรม ขณะที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวประกอบด้วยสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ธรรมชาติสร้างขึ้น เป็นทรัพยากรที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่ได้พบเห็นแล้วเกิดความรู้สึกพึงพอใจ ดังนั้น ปัจจัยการผลิตในแต่ละหน่วยกิจกรรมต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงประกอบด้วย

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติ (พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์) ที่ดิน น้ำ แร่ โบราณสถานและโบราณวัตถุ
2. ทรัพยากรแรงงาน
3. เงินทุน



ภาพ 1 ความสัมพันธ์ของกลุ่มต่างๆ ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

From "The Travel Industry," (p. 14), by Chuck Y. Gee, Dexter J. L. Choy and James C. Makens, 1984, Westport Connecticut: The AVI Publishing.

พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) แนวความคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค จะสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการซื้อและการใช้บริการของนักท่องเที่ยว โดยสามารถวางแผนการจัดการด้านอุปสงค์เพื่อสนองความต้องการทางการท่องเที่ยวของผู้บริโภค

ได้อย่างเหมาะสม นุชนารถ ว่องรัชชัย (2539, หน้า 27) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจละพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยวไว้ดังต่อไปนี้ ได้แก่

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (economic factor) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศมีผลกระทบต่อระดับของอุปสงค์และปริมาณการซื้อ สภาพเศรษฐกิจที่ดีหรือกำลังเติบโตย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การประชุม การศึกษา การพักผ่อน ในทางกลับกัน ระบบและสภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่พัฒนา ย่อมมีผลให้ประชากรจำนวนน้อยสามารถซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (demographic factor) ลักษณะทางประชากร โดยส่วนรวมมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ลักษณะของประชากรนี้ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษา รายได้ เพศ เชื้อชาติ และประสบการณ์

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (geographic factor) ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศมีผลกระทบต่ออุปสงค์ของธุรกิจนำเที่ยว และเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางที่ผู้บริโภครต้องการไป ผู้บริโภคมักต้องการไปยังท้องถิ่นที่มีภูมิศาสตร์ที่แตกต่างเพื่อแสวงหาสิ่งแปลกใหม่มาชดเชยบรรยากาศที่ประเทศตนไม่มี

4. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (socio-cultural factor) ทัศนคติ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดถิ่นหนึ่ง จะกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการซื้อของคนท้องถิ่นนั้นซึ่งจะมีผลต่อปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่าจะอยู่ในระดับและรูปแบบใด

5. ปัจจัยทางการเมือง (political factor) นโยบายทางการเมือง สภาพการณ์ทางการเมือง และกฎเกณฑ์ทางการเมืองของโลกและของแต่ละประเทศเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดและเบี่ยงเบนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

6. สื่อมวลชน (media) สื่อมวลชนมีบทบาทต่อผู้ประกอบการและสถานที่ท่องเที่ยว การหาข้อมูลหรือข่าวสารบริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เนื่องจากสื่อมวลชนเหล่านี้ จะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชน และในขณะเดียวกันก็สามารถกำหนดภาพพจน์ของผู้ประกอบการและสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนการหาข้อมูลหรือข่าวสารที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน เหล่านี้เป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้ามากขึ้น

7. ปัจจัยทางเทคโนโลยี การพัฒนาทางเทคโนโลยีของแต่ละสถานที่ เทคโนโลยีทางด้านการสื่อสาร การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทาง หรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างที่ประกอบประกอบ แต่ละองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญจะมี 4 ปัจจัยที่สำคัญดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (attractions)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (facilitation)
3. การขนส่ง (transportation)
4. การต้อนรับ (hospitality)

ทฤษฎีสาเหตุของการเติบโตทางเศรษฐกิจ (the cause of economic growth) การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจเป็นสาเหตุของการปรับปรุงในเรื่องปริมาณและคุณภาพของปัจจัยการผลิตของประเทศ เช่น แรงงาน ที่ดิน ทุน และผู้ประกอบการ การตกต่ำของเศรษฐกิจส่งผลให้ปริมาณและคุณภาพตกต่ำลงเช่นกัน กรณีนี้ควรทำการปรับปรุงดังนี้

1. การปรับปรุงปริมาณและคุณภาพของที่ดิน
2. การปรับปรุงคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรบุคคล
3. การปรับปรุงคุณภาพและปริมาณของการลงทุน
4. การปรับปรุงคุณภาพและปริมาณของผู้ประกอบการ

การปรับปรุงทั้ง 4 ด้านจะทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น มีศักยภาพมากขึ้นและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อการใช้งาน การท่องเที่ยวจึงเป็นเสมือนกลไกในการปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 ด้าน ทั้งเรื่องที่ดิน ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เป็นที่ประทับใจหรือเข้าตานักท่องเที่ยว เราต้องปรับปรุงแรงงานให้สามารถบริการลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และต้องลงทุนในด้านท่องเที่ยวโดยเฉพาะการลงทุนด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน และเราต้องปรับปรุงผู้ประกอบการให้สามารถประกอบกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์

การบริหารธุรกิจมีความสลับซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งธุรกิจจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น กล่าวได้ว่าการบริหารกลยุทธ์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542, หน้า 53) เป็นกระบวนการซึ่งรวมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องคือ (1) การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (strategic analysis) (2) การกำหนดกลยุทธ์ (strategy formulation) (3) การปฏิบัติตามกลยุทธ์และการควบคุม (strategic implementation and control) โดยทั่วไปการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงงานที่ต้องทำไว้ล่วงหน้าให้เป็นแผนซึ่งต้องได้ผลลัพธ์ คือ กลยุทธ์ที่กำหนด ส่วนการปฏิบัติตาม กลยุทธ์ (strategy implementation) เป็นกระบวนการกำหนดแผนการปฏิบัติ การมองเห็นความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ให้เป็นจริง

การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์

เป็นพื้นฐานของกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยขั้นตอนในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของบริษัท ซึ่งทั้ง 4 ประการ เป็นแนวทางที่สำคัญของกระบวนการ กำหนดกลยุทธ์เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะ (specific objectives) คือ

1. วิสัยทัศน์ (vision) เป็นจินตนาการเกี่ยวกับอนาคตของบริษัทที่เกิดจากทัศนคติและมุมมอง ตลอดจนแนวคิดของผู้บริหารที่คิดแตกต่างกันออกไป เนื่องจากมีภูมิหลังและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน วิสัยทัศน์จึงเป็นทัศนียภาพเกี่ยวกับอนาคตที่ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยตา (รูปธรรม) แต่เกิดขึ้นในความคิดคำนึง (นามธรรม)

2. ภารกิจ (mission) เป็นพื้นฐานของการกำหนดการจัดลำดับกลยุทธ์ แผนและการออกแบบงาน ในจุดเริ่มต้นของการออกแบบงานการบริหาร การออกแบบโครงสร้างการบริหาร โดยจะบ่งบอกถึงลักษณะของธุรกิจที่บริษัทดำเนินอยู่ สิ่งที่บริษัทเป็นอยู่ในปัจจุบันและทิศทางที่บริษัทจะมุ่งไปในอนาคต

3. เป้าหมาย (goal) เป็นการกำหนดสิ่งที่ต้องการในอนาคต ซึ่งบริษัทจะต้องพยายามให้เกิดขึ้น หรือเป็นการกำหนดภารกิจของธุรกิจในรูปแบบผลลัพธ์สำคัญที่ต้องการ โดยบริษัทจะต้องทำให้สำเร็จ แต่มีความเฉพาะเจาะจงน้อยกว่าวัตถุประสงค์

4. วัตถุประสงค์ (objectives) เป็นเป้าหมายในระยะสั้นที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นผลที่สามารถวัดได้ ลักษณะวัตถุประสงค์จะเกี่ยวกับประเด็นต่อไปนี้เป็นไปไม่ได้ทั้งวัตถุประสงค์การเงินและไม่ใช้การเงิน เป็นเป้าหมายที่ต้องใช้ความพยายาม การกำหนดวัตถุประสงค์จะต้องเกี่ยวข้องกับเวลา วัตถุประสงค์จะเป็นทางเลือกที่มีเหตุผลจะลดข้อขัดแย้งและสามารถวัดได้

การกำหนดกลยุทธ์

เป็นวิธีการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ระยะยาว การกำหนดกลยุทธ์ทางเลือก และเลือกจากทางเลือกซึ่งสามารถบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (strategies) เป็นแผนที่สำคัญ โดยทั่วไปจะเป็นแผนระยะยาวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ และตอบสนองวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กร กลยุทธ์จะระบุถึงรูปแบบการตัดสินใจที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและสอดคล้องกันเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร การจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเหล่านี้ ในระดับธุรกิจ (business level) เป็นรูปแบบของการกระทำ ซึ่งผู้จัดการใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยเป็นกลยุทธ์ที่เป็นจริงซึ่งบริษัทได้วางแผนไว้ และใช้ได้ต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์

การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และการควบคุมเชิงกลยุทธ์

การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (strategy implementation) เป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ให้เป็นกลยุทธ์ที่เป็นจริงหรือเป็นการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ ให้เป็นการปฏิบัติ และผลลัพธ์ปัญหาเบื้องต้น 4 ประการที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติการ คือ

1. การกำหนดโครงสร้างองค์กร
2. การจัดระบบปฏิบัติการที่เหมาะสม
3. การยอมรับรูปแบบการจัดการที่เหมาะสม

4. การจัดการวัฒนธรรมองค์กร หรือค่านิยมร่วม

การควบคุมเชิงกลยุทธ์ (strategic control) เป็นกระบวนการพิจารณาว่ากลยุทธ์ได้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์หรือไม่ ถ้ากระทำเช่นนั้นและมีการปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหา ผู้กำหนดกลยุทธ์จะประเมินผลกระทบของกลยุทธ์และการตอบสนองที่เหมาะสม

ประโยชน์จากการบริหารเชิงกลยุทธ์

การบริหารเชิงกลยุทธ์มีประโยชน์ดังนี้

1. ช่วยปรับปรุงการสื่อสารให้ดีขึ้น (improved communication)
2. มีผลผลิตมากขึ้น (greater productivity)
3. ช่วยความเข้าใจในการทำงาน (increased understanding)
4. ทำให้กลยุทธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น (more effective strategies)
5. การเพิ่มความรับผิดชอบ (enhanced commitment)
6. ผลผลิตสูงขึ้น (high productivity)
7. ทำให้ธุรกิจมีอำนาจ มีความคิดริเริ่มการคาดการณ์ล่วงหน้า (allow firm to influence, initiate and anticipate)
8. ทำให้ธุรกิจมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าแทนที่จะมีการแก้ปัญหาในภายหลัง (be proactive rather than reactive)

ความสำคัญในการบริหารเชิงกลยุทธ์

1. การบริหารเชิงกลยุทธ์จะมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ต้องเข้าใจเป้าหมายขององค์กรว่าต้องการบรรลุความต้องการสูงสุดในท้องถิ่นหรือความต้องการระดับโลก เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงความจำเป็นที่แตกต่างกันในแต่ละหน้าที่ จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ทั้งหมดขององค์กร
2. การบริหารเชิงกลยุทธ์จะต้องเกี่ยวข้องกับผู้ที่ได้ผลประโยชน์จากองค์กรผลประโยชน์จากองค์กร หมายถึง กลุ่มต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจและการกำหนดนโยบายขององค์กร เช่น ลูกค้า พนักงาน ชุมชนในท้องถิ่น และผู้ถือหุ้น กลุ่มเหล่านี้จะมีความเกี่ยวข้องกับความล้มเหลวหรือความสำเร็จขององค์กร ฝ่ายต่าง ๆ อาจจะมีจุดมุ่งหมายที่ขัดแย้งกัน

3. การบริหารเชิงกลยุทธ์นำมาซึ่งขอบเขตหลายช่วงเวลา ศึกษาความต้องการขององค์กรในระยะยาวและระยะสั้นด้วย ดังนั้น ในขั้นตอนการวางแผนการบริหารเชิงกลยุทธ์ต้องการการเปลี่ยนแปลงทิศทาง โดยอาศัยความคิดทั้งในระยะสั้นและในระยะยาว ผู้บริหารของแต่ละหน้าที่มีแนวโน้มจะมุ่งแต่ที่ปัญหาในระยะสั้น โดยเข้าใจลักษณะในหน้าที่ และสร้างให้เกิดประโยชน์ให้ดีที่สุดทั้งในปัจจุบันและอนาคต

4. การบริหารเชิงกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องทั้งในประสิทธิภาพและในประสิทธิผล การใช้วิธีการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ความท้าทายของการจัดการเชิงกลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จจะต้องศึกษากลยุทธ์ในอดีตที่ประสบความสำเร็จ ในขณะเดียวกันต้องศึกษาแนวโน้มการใช้กลยุทธ์ในอนาคต รายละเอียดดังนี้

1. การกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของอัตราการเปลี่ยนแปลงในการบริหารเชิงกลยุทธ์

2. การแข่งขันที่มากขึ้น (increasing competition) ทศวรรษหน้าคู่แข่งมีมากขึ้น และเข้ามาแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้กำหนดกลยุทธ์จะต้องกำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อทำให้เกิดความเจริญเติบโต โดยมุ่งที่ส่วนครองตลาดเป็นประเด็นสำคัญ

3. ความเป็นระดับโลกของธุรกิจ การรวมตัวกันทางเศรษฐกิจของประชาชาติยุโรป การเพิ่มการแข่งขันจากต่างประเทศ การแข่งขันในตลาดต่างประเทศในแต่ละประเทศ ซึ่งผู้กำหนดกลยุทธ์จะต้องพัฒนาและรักษาทัศนระดับโลก

4. การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ธุรกิจส่วนใหญ่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อให้บรรลุข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจต้องเตรียมตัวพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการแข่งขัน ถ้าเทคโนโลยีดีกว่าคู่แข่งจะทำให้ธุรกิจเสียเปรียบ

5. การเปลี่ยนลักษณะของหน่วยงาน ในอดีตลักษณะด้านประชากร ความคาดหวัง การจัดเตรียมด้านแรงงาน อายุเฉลี่ย ซึ่งแรงงานจะมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ปัจจุบันปฏิภรียาของแรงงานสตรีและผู้ที่มีอายุน้อยจะเข้ามามีบทบาททางแรงงานมากขึ้น

6. การขาดแคลนทรัพยากร เป็นสิ่งสำคัญที่จะระบุว่าการขาดแคลนทรัพยากร จะเห็นว่ามี การเสนอขายทรัพยากรที่สำคัญที่หลากหลายแม้ว่าจะเป็นพลังงานน้ำ

7. การเปลี่ยนแปลงจากสังคมอุตสาหกรรมเป็นสังคมที่ต้องใช้ความรู้ สามารถสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงกลยุทธ์ ตัวอย่าง ธุรกิจสามารถแข่งขันโดยใช้ความรู้ในกระบวนการใหม่ ๆ หรือความสามารถที่จะสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่

8. สภาพตลาดที่ไม่แน่นอนและภาวะเศรษฐกิจ ธุรกิจเผชิญกับความไม่แน่นอนในสภาพตลาดเศรษฐกิจ อาจทำให้ประสบปัญหาเงินเฟ้อและภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

9. ความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้น เป็นความต้องการในท้องถิ่น สุขภาพของพนักงาน ความปลอดภัยของพนักงาน การรวมตัวและการจัดหา การเพิ่มขึ้นของค่านิยมในผู้ถือหุ้นต้องพิจารณากำหนดกลยุทธ์ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเหล่านั้น

10. ความสลับซับซ้อนของสภาพแวดล้อมในการบริหารเชิงกลยุทธ์ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมธุรกิจมีความซับซ้อนมากขึ้น จากแนวโน้ม 9 ประการที่ผ่านมา

การวิเคราะห์สถานการณ์

การจัดทำกลยุทธ์ ในกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเกิดขึ้นภายหลังจากที่นักวางแผนกลยุทธ์ได้ตรวจสอบสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรแล้ว การจัดทำกลยุทธ์เป็นการตัดสินใจวางแผนกำหนดแนวทางการดำเนินงานในระยะยาว เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ดังนั้น จึงมักเรียกกันว่า การวางแผนเชิงกลยุทธ์ หรือการวางแผนระยะยาว ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดพันธกิจ วัตถุประสงค์กลยุทธ์ และนโยบายขององค์กร จะเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สถานการณ์ อันเป็นกระบวนการเพื่อการแสวงหาแนวทางที่เหมาะสมเชิงกลยุทธ์ ระหว่างโอกาสหรือช่องทางธุรกิจที่เกิดขึ้นภายนอกกับความแข็งแกร่งหรือจุดแข็งขององค์กร โดยจะต้องคำนึงถึงอุปสรรคและจุดอ่อนขององค์กรอีกด้วย

การวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร ที่จะตรวจสอบเพื่อทราบจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร อันเป็นปัจจัยภายในรวมทั้งตรวจสอบเพื่อหาโอกาสและข้อจำกัดอันเป็น

ปัจจัยภายนอกองค์กร และด้วยเหตุที่การวิเคราะห์สถานการณ์ประกอบด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย 4 อย่างดังนี้

1. S (Strengths)

จุดแข็งด้านทรัพยากรที่มีศักยภาพและความสามารถทางการแข่งขัน ประกอบด้วย

- 1.1 กลยุทธ์ที่มีอำนาจซึ่งได้รับการสนับสนุนโดยการใช้ทักษะที่ดี และความเชี่ยวชาญในขอบเขตที่สำคัญ
- 1.2 สภาพการเงินที่แข็งแกร่งทรัพยากรทางการเงินที่จะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตได้
- 1.3 ภาพพจน์ในชื่อตราสินค้า ชื่อเสียงขององค์กรที่มีความแข็งแกร่ง
- 1.4 ผู้นำตลาด ซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง และสามารถจูงใจลูกค้าได้
- 1.5 ความสามารถที่จะสร้างข้อได้เปรียบจากขนาดของการผลิต และ/หรือ มีผลกระทบซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์
- 1.6 เทคโนโลยีของเจ้าของกิจการ การใช้เทคโนโลยีที่เหนือกว่าคู่แข่ง การมีลิขสิทธิ์ที่สำคัญอยู่ในองค์กร
- 1.7 ข้อได้เปรียบด้านต้นทุน
- 1.8 การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดที่แข็งแกร่ง
- 1.9 ทักษะนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์
- 1.10 ทักษะในการปรับปรุงกระบวนการผลิต
- 1.11 ชื่อเสียงที่ดีในการให้บริการลูกค้า
- 1.12 คุณภาพผลิตภัณฑ์เหนือกว่าคู่แข่ง
- 1.13 ความครอบคลุมและความสามารถในการจัดจำหน่าย
- 1.14 การร่วมลงทุน (joint venture) และการร่วมมือกัน (alliances)

2. W (Weaknesses)

จุดอ่อนด้านทรัพยากร และความเสียเปรียบทางการแข่งขันประกอบด้วย

- 2.1 ทิศทางกลยุทธ์ที่ไม่ชัดเจน
- 2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ล้าสมัย
- 2.3 มีปัญหาด้านบุคคล มีภาระหนี้สินมากเกินไป
- 2.4 ต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าคู่แข่ง

2.5 ขาดทักษะหรือความสามารถที่สำคัญบางประการ โดยขาดความชำนาญในการจัดการองค์กร

2.6 ความสามารถในการสร้างกำไรต่ำ

2.7 มีปัญหาการดำเนินงานภายใน

2.8 มีปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D)

2.9 สายผลิตภัณฑ์แคบเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

2.10 ภาพพจน์หรือชื่อเสียงตราสินค้าอ่อนแอไม่เป็นที่รู้จัก

2.11 คนกลางหรือเครือข่ายการจัดจำหน่ายด้อยกว่าคู่แข่ง ที่สำคัญ

2.12 ทักษะการตลาดด้อยกว่าคู่แข่ง ขาดแคลนทรัพยากรทางการเงินในการที่จะริเริ่มการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ

2.13 สมรรถภาพของโรงงานไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่

2.14 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้อยกว่าคู่แข่ง

3. O (Opportunities)

โอกาสขององค์กรที่มีศักยภาพ ประกอบด้วย

3.1 สามารถให้บริการกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น หรือขยายเข้าสู่ตลาดทางภูมิศาสตร์ใหม่ หรือส่วนของผลิตภัณฑ์ใหม่

3.2 การขยายสายผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

3.3 การเปลี่ยนทักษะของบริษัทหรือความรู้ด้านเทคโนโลยีสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือธุรกิจใหม่

3.4 การประสมประสานไปข้างหน้า หรือย้อนหลัง

3.5 อุปสรรคที่เกิดจากข้อกีดกันทางค้าในตลาดต่างประเทศ

3.6 การเปิดตัวต่อส่วนรองตลาด นอกเหนือจากธุรกิจคู่แข่ง

3.7 ความสามารถที่จะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการเพิ่มความแข็งแกร่งในอุปสงค์ของตลาด

3.8 การซื้อกิจการของคู่แข่ง

3.9 การร่วมมือกันหรือการร่วมลงทุนที่สามารถขยายความครอบคลุมของตลาดและความสามารถทางการแข่งขันได้

3.10 การเปิดรับต่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

3.11 การเปิดรับโดยการขยายชื่อตราสินค้าสู่อาณาเขตทางภูมิศาสตร์ใหม่ ๆ

4. T (Threats)

อุปสรรคภายนอกที่จะทำให้บริษัทมีความเป็นอยู่ที่ดี ประกอบด้วย

4.1 อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกันได้

4.2 การลดลงของการเจริญเติบโตของตลาด

4.3 การเปลี่ยนทิศทางในอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และนโยบายทางการค้าของรัฐบาลต่างประเทศ

4.4 ข้อกำหนดหรือกฎหมายต่าง ๆ ที่ทำให้บริษัทต้องใช้ต้นทุนเพิ่มมากขึ้น

4.5 วงจรชีวิตของธุรกิจอยู่ในช่วงอิ่มตัวหรือตกต่ำ

4.6 อำนาจการต่อรองของลูกค้าหรือผู้ขายปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น

4.7 การเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการและรสนิยมของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท

4.8 การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร ซึ่งมีผลทำให้ขนาดของตลาดเล็กลง

ขั้นตอนปัจจัยการนำข้อมูลเข้า

เป็นขั้นตอนข้อมูลรายละเอียดในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ภายใน และโครงสร้างการแข่งขัน ประกอบด้วย 3 เมทริกซ์ ดังนี้

1. เมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factor Evaluation--IFE Matrix)

เป็นเมทริกซ์ที่ประเมินและให้น้ำหนักปัจจัยภายใน จุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์กรมีขั้นตอนดังนี้

1.1 ปัจจัยภายในที่สำคัญ ที่เป็นจุดแข็ง เช่น ภาพพจน์และชื่อเสียงอันยาวนานของมหาวิทยาลัย คุณสมบัติของผู้สอน ส่วนจุดอ่อน เช่น การบริหารงานเป็นระบบราชการ การคงสภาพเดิม ไม่มีนวัตกรรม และมีความยืดหยุ่นน้อย

1.2 น้ำหนัก เป็นการกำหนดช่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยจาก 0.0-1.0 กล่าวคือ 0.0 ไม่มีค่าความสำคัญเลย ส่วน 1.0 มีความสำคัญมากที่สุด การกำหนดน้ำหนักของแต่ละปัจจัยซึ่งถึงความสำคัญของปัจจัยเหล่านั้น ว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือประสบความสำเร็จล้มเหลว คะแนนน้ำหนักรวมของทุกปัจจัยมีค่าเท่ากับ 1

1.3 การประเมิน 1, 2, 3, 4 ใช้เกณฑ์ดังนี้ การประเมิน 1 แสดงถึงจุดอ่อนหลัก 2 แสดงถึงจุดอ่อนรอง 3 แสดงถึงจุดแข็งรอง 4 แสดงถึงจุดแข็งหลัก

1.4 คะแนนถ่วงน้ำหนัก น้ำหนักของแต่ละปัจจัยแตกต่างกันขึ้นอยู่กับตัวแปร

1.5 ค่ารวมคะแนน เป็นคะแนนรวมจากคะแนนถ่วงน้ำหนักทั้งหมดของทุกตัวแปร (คะแนนถ่วงน้ำหนักของแต่ละตัวแปรคำนวณจากน้ำหนักของแต่ละตัวแปรคูณกับคะแนนการประเมิน) คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมจะอยู่ในช่วง 1.0 ถึงสูงสุด 4.0 ถ้าคะแนนถ่วงน้ำหนักรวม = 2.5 แสดงว่าองค์กรนั้นอยู่ในตำแหน่งอยู่ค่าเฉลี่ย (average score) ถ้าหากน้อยกว่า 2.5 แสดงว่าอยู่ในตำแหน่งจุดอ่อน ถ้ามากกว่า 2.5 แสดงว่าอยู่ในตำแหน่งจุดแข็ง

2. เมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factor Evaluation--EFE Matrix)

เป็นการวิเคราะห์ถึงโอกาส และอุปสรรค ของปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อบริษัทด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม เทคโนโลยี และกฎหมาย มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ปัจจัยภายนอกที่สำคัญ ประกอบด้วย (1) ปัจจัยที่เป็นโอกาส เช่น มีผู้นิยมเรียนในสถาบันของรัฐมาก โดยเฉพาะเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของไทย ค่านิยมของสังคมต้องการการศึกษาที่สูงขึ้น (2) ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค เช่น มีมหาวิทยาลัยภายในประเทศและภายนอกประเทศที่เป็นทางเลือกอื่นอีกหลายแห่ง มีมหาวิทยาลัยเปิดมากขึ้น

2.2 น้ำหนัก เป็นการกำหนดช่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยจาก 0.0-1.0 กล่าวคือ 0.0 ไม่มีค่าความสำคัญเลย ส่วน 1.0 มีความสำคัญมากที่สุด การกำหนดน้ำหนักของแต่ละปัจจัยซึ่งถึงความสำคัญของปัจจัยเหล่านั้น ว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือประสบความสำเร็จล้มเหลว คะแนนน้ำหนักรวมของทุกปัจจัยมีค่าเท่ากับ 1

2.3 การประเมิน 1, 2, 3, 4 ใช้เกณฑ์ดังนี้ กำหนด 1 ถึง 4 การประเมิน 1 แสดงถึงจุดอ่อนหลัก 2 แสดงถึงจุดอ่อนรอง 3 แสดงถึงจุดแข็งรอง 4 แสดงถึงจุดแข็งหลัก

2.4 คะแนนถ่วงน้ำหนัก น้ำหนักของแต่ละปัจจัยแตกต่างกันขึ้นอยู่กับตัวแปร

2.5 ค่ารวมคะแนน เป็นคะแนนรวมจากคะแนนถ่วงน้ำหนักทั้งหมดของทุกตัวแปร (คะแนนถ่วงน้ำหนักของแต่ละตัวแปรคำนวณจากน้ำหนักของแต่ละตัวแปรคูณกับคะแนนการประเมิน) คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมจะอยู่ในช่วง 1.0 ถึงสูงสุด 4.0 ถ้าคะแนนถ่วงน้ำหนักรวม = 2.5 แสดงว่าอยู่ค่าเฉลี่ย ถ้าคะแนนถ่วงน้ำหนักรวม = 4 แสดงว่าบริษัทมีโอกาสในอุตสาหกรรมมากหรือมีอุปสรรคน้อย หากคะแนนถ่วงน้ำหนักรวม = 1 แสดงว่าบริษัทมีอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกมากบริษัทต้องพยายามหลีกเลี่ยงอุปสรรค

3. แมททริกซ์โครงสร้างการแข่งขัน (The Competitive Profile Matrix :CPM)

แสดงถึงคู่แข่งหลักของบริษัท โดยเฉพาะจุดแข็งและจุดอ่อนและความสัมพันธ์ของตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ของบริษัท สิ่งแรกในปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของแมททริกซ์ โครงสร้างการแข่งขัน คือความกว้างขวางทำให้ไม่สามารถรวมลักษณะเฉพาะและข้อเท็จจริงของข้อมูล ต้องพิจารณาหัวข้อภายในจึงไม่สามารถหาโอกาสและอุปสรรคได้เหมือนแมททริกซ์การประเมินปัจจัยภายนอก ในแมททริกซ์โครงสร้างการแข่งขันจะเป็นการประเมินและสามารถดูคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมเพื่อความอยู่รอดและสามารถเปรียบเทียบกันระหว่างบริษัทได้

ขั้นตอนการจับคู่

1. แมททริกซ์อุปสรรค-โอกาส-จุดอ่อน-จุดแข็ง (Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths--TOWS matrix)

เป็นแมททริกซ์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสรรคและโอกาสกับจุดแข็งและจุดอ่อน จะแสดงถึงกลยุทธ์ทางเลือก 4 ประการ คือ SO, WO, ST และ WT โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน (หมายเหตุ แทนจุดแข็งภายในและจุดอ่อนภายใน แทนตั้งแทนโอกาสจากภายนอกและอุปสรรคจากภายนอก)

<p>ปัจจัยภายใน (internal factors)</p> <p>ปัจจัยภายนอก (external factors)</p>	<p>จุดแข็งภายใน (internal strengths (S)) เช่น จุดแข็งด้านการจัดการ การดำเนินการ การเงิน การ ตลาด การวิจัยและพัฒนา (R&D) การวิศวกรรม</p>	<p>จุดอ่อนภายใน (internal Weaknesses (W)) เช่น ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจาก ภายในบริษัท</p>
<p>โอกาสจากภายนอก (external opportunities (O)) เช่นภาวะเศรษฐกิจใน ปัจจุบันและอนาคต การเปลี่ยนแปลง ทางการเมือง สังคม ผลิต ภัณฑ์ บริการ และเทคโนโลยี ใหม่</p>	<p>กลยุทธ์ SO: มาก-มาก (SO strategy: maxi-maxi) เช่น กลยุทธ์ที่มีศักยภาพสูง สุด การใช้จุดแข็งขององค์กร เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจาก โอกาส</p>	<p>กลยุทธ์ WO: น้อย-มาก (WO strategy: mini-maxi) เช่น กลยุทธ์พัฒนาเพื่อเอา ชนะจุดอ่อนเพื่อสร้างข้อได้ เปรียบจากโอกาส</p>
<p>อุปสรรค (external threats (T)) เช่น การขาดแคลนพลังงาน คู่แข่งที่แข็งแกร่ง การเสื่อม ความนิยมของผู้บริโภค</p>	<p>กลยุทธ์ ST: มาก-น้อย (ST strategy: maxi-mini) เช่น การใช้จุดแข็งเพื่อเอา ชนะ หรือ หลีกเลียงอุปสรรค</p>	<p>กลยุทธ์ WT: น้อย-น้อย (WT strategy: mini-maxi) เช่น การตัดทอน การเลิก ดำเนินงาน หรือการร่วมลงทุน</p>

ภาพ 2 เมทริกซ์ TOWS สำหรับการกำหนดกลยุทธ์

จาก "การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน)," (หน้า 144), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์,
2542, กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

โดยทั่วไป องค์กรได้กำหนดจุดอ่อนและจุดแข็ง ตลอดจนโอกาสและอุปสรรค
จากสภาพแวดล้อมแต่สิ่งที่มองข้ามไปคือ การเชื่อมปัจจัยเหล่านี้ที่ต้องเลือกเกณฑ์ที่
แตกต่างกันเพื่อจัดระบบทางเลือกเหล่านี้ เมทริกซ์ TOWS ได้เสนอ model TOWS
เริ่มต้นที่อุปสรรค เพราะในหลายสถานการณ์บริษัทมีการวางแผนกลยุทธ์เป็นผลจาก
วิกฤตการณ์ด้านปัญหาหรืออุปสรรค กลยุทธ์ทางเลือก 4 ประการ ดังนี้

1) กลยุทธ์ SO (SO strategy) สถานการณ์ที่ต้องการสูงสุด โดยบริษัทใช้จุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาส โดยทั่วไปเป็นเป้าหมายขององค์กรจะเปลี่ยนจากตำแหน่งอื่นของเมทริกซ์นี้ ถ้ามีจุดอ่อนก็พยายามแก้ไขปัญหา เพื่อเปลี่ยนให้เป็นจุดแข็ง ถ้าเผชิญอุปสรรคต้องพยายามเปลี่ยนให้เป็นโอกาส ในกรณีนี้บริษัทจะใช้จุดแข็งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส

2) กลยุทธ์ WO (WO strategy) พยายามให้เกิดจุดอ่อนต่ำสุด และเกิดโอกาสสูงสุด ดังนั้นธุรกิจที่มีจุดอ่อนในบางกรณีอาจจะพัฒนาองค์กรหรือต้องการความสามารถเฉพาะอย่าง จากภายนอก ทางเลือกที่เป็นไปได้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบของโอกาสจากสภาพแวดล้อมภายนอกในกรณีนี้บริษัทจะพยายามแก้ไขสิ่งที่เป็นจุดอ่อน

3) กลยุทธ์ ST (ST strategy) เกณฑ์จุดแข็งขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมเป้าหมาย คือ ทำให้เกิดจุดแข็งสูงสุดและมีอุปสรรคต่ำสุด ในกรณีนี้บริษัทจะใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงหรือเอาชนะอุปสรรคให้ได้

4) กลยุทธ์ WT (WT strategy) มีเป้าหมายที่สร้างให้เกิดจุดอ่อนและอุปสรรคต่ำสุด ซึ่งต้องการให้บริษัทใช้รูปแบบการร่วมลงทุน การลดค่าใช้จ่ายการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีกำไรในกรณีนี้บริษัทจะใช้กลยุทธ์การตัดทอนค่าใช้จ่าย

2. เมทริกซ์ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติการ (Strategic Position and Action Evaluation--SPACE Matrix)

เป็นการแสดงการประเมินตำแหน่งของธุรกิจโดยถือเกณฑ์การประเมินปัจจัยภายในจากจุดแข็งทางการเงินและข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและภายนอกจากความมั่นคงทางสภาพแวดล้อม และจุดแข็งทาง

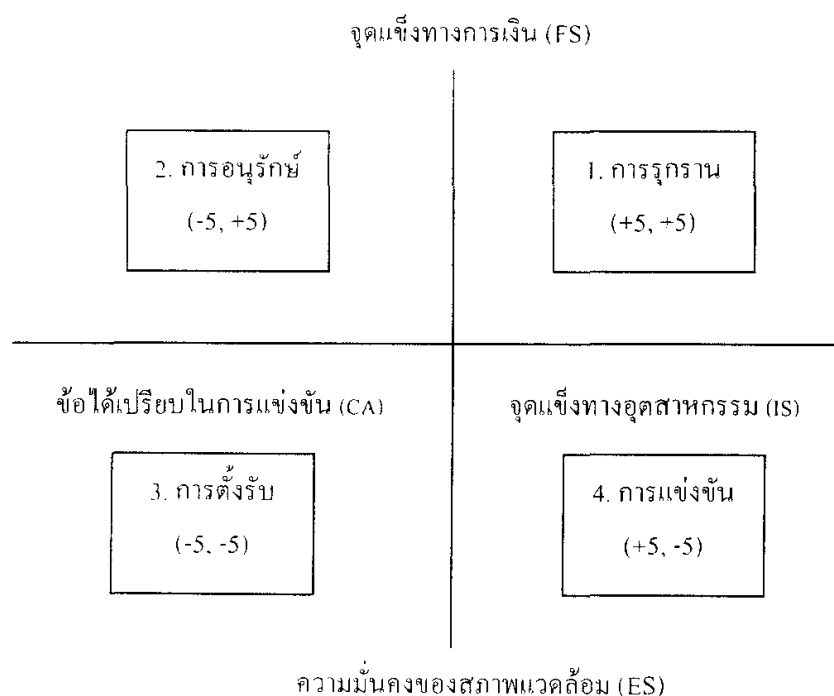
เมทริกซ์ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติ (SPACE Matrix) มี 4 กลยุทธ์ที่เป็นทางเลือกดังนี้

1) การรุกกราน (aggressive) เป็นตำแหน่ง (+5, +5) ที่มีจุดแข็งทางอุตสาหกรรมดีที่สุด (Industry Strengths--IS) = +5 และมีจุดแข็งทางการเงินดีที่สุด (Financial Strengths--FS) = +5 ดังนั้นบริษัทอยู่ในฐานที่ดีต่อการใช้เป็นจุดแข็ง เพื่อแสดงโอกาสจากปัจจัยภายนอก เอาชนะ (แก้ปัญหา) จุดอ่อนภายในและหลีกเลี่ยงอุปสรรคภายนอก

2) การอนุรักษ์ (conservative) เป็นตำแหน่ง (-5, +5) ที่มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเลวที่สุด (Competitive Advantage--CA) = -5 และจะมีจุดแข็งทางการเงินดีที่สุด (Financial Strengths--FS) = +5 บริษัทจะต้องใช้ความสามารถขั้นพื้นฐานที่มีอยู่และไม่เสี่ยงจนเกินไป

3) การตั้งรับ (defensive) เป็นตำแหน่ง (-5, -5) ที่มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเลวที่สุด (Competitive Advantage--CA) = -5 และมีความมั่นคงทางสภาพแวดล้อมเลวที่สุด (Environment Stability--ES) = -5 บริษัทควรจะมุ่งปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนภายใน และหลีกเลี่ยงอุปสรรคจากภายนอก

4) การแข่งขัน (competitive) เป็นตำแหน่ง (+5, -5) ที่มีจุดแข็งทางอุตสาหกรรมดีที่สุด (Industry Strengths--IS) = +5 และมีความมั่นคงทางสภาพแวดล้อมเลวที่สุด (Environment Stability--ES) = -5 บริษัทต้องใช้กลยุทธ์การแข่งขัน



ภาพ 3 แมทริกซ์ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติ

จาก "การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน)," (หน้า 148), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

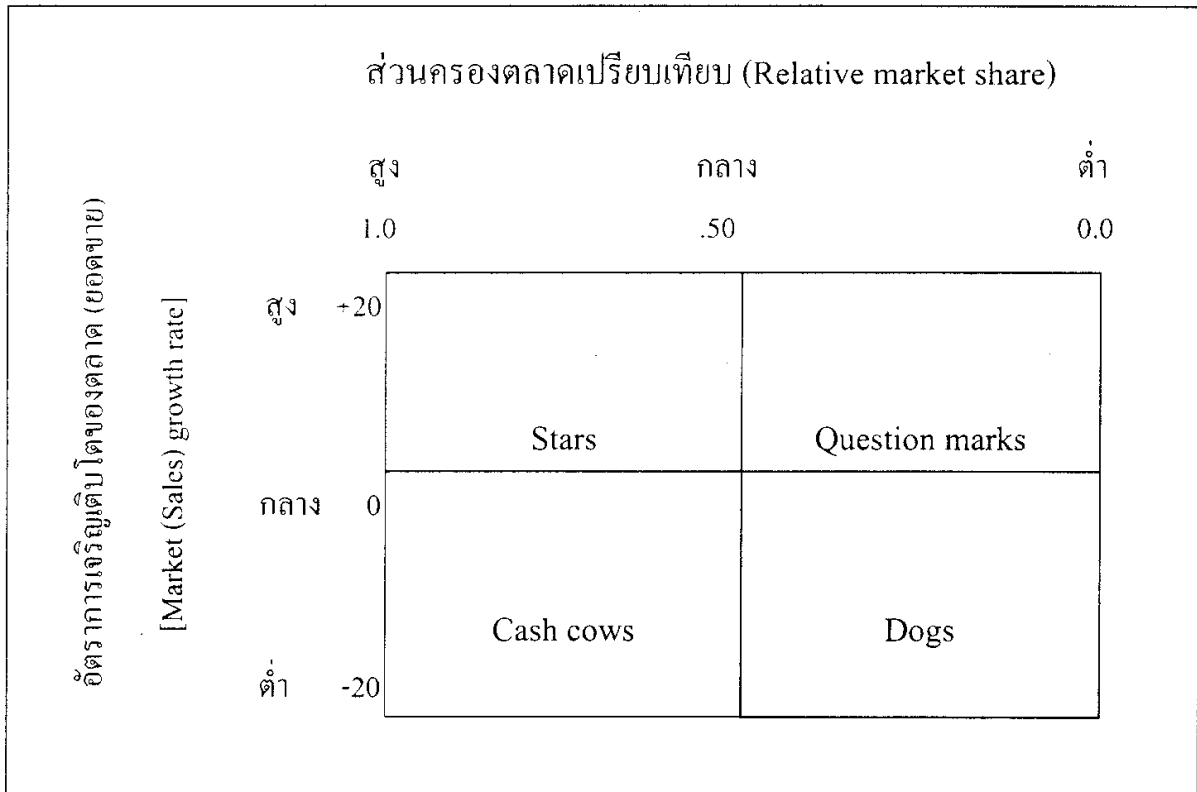
3. กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากร--เมทริกซ์กลุ่มที่ปรึกษาบอสตัน

กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากร (portfolio strategy) เป็นการค้นคว้าหาส่วนประสมของการลงทุนที่ดีที่สุดของบรรดาโอกาสที่เป็นทางเลือกของธุรกิจ หรือเป็นกลยุทธ์ในระดับบริษัท (corporate-level strategy) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และตำแหน่งของแต่ละหน่วยธุรกิจ ภายในองค์กร เพื่อสร้างส่วนประสมที่สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรให้ได้ดีที่สุด กลยุทธ์นี้จะเป็นกิจกรรมขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับวิธีการจัดสรรทรัพยากร การใช้กลยุทธ์นี้ผู้บริหารต้องวิเคราะห์กลุ่มหน่วยธุรกิจ ซึ่งมีข้อได้เปรียบในบรรดาธุรกิจ และให้มีการประสานงานที่ดีขึ้นเกี่ยวกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของหน่วยธุรกิจ กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของธุรกิจ และตัดสินใจถึงวิธีการจัดสรรทรัพยากรให้หน่วยธุรกิจเหล่านั้น ซึ่งผู้บริหารจะใช้เทคนิคที่มีสำคัญ 2 ประการ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรก็คือ

เมทริกซ์ความเจริญเติบโต-ส่วนครองตลาด (Boston Consulting Group--BCG) เป็นการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเจริญเติบโตของตลาดและส่วนครองตลาด หรือเป็นเมทริกซ์ จัดประเภทหน่วยธุรกิจเป็น 4 กลุ่ม เพื่อแสดงการจัดสรรทรัพยากรขององค์กร

1. ให้แกนตั้งแทนความเจริญเติบโตของตลาด
2. ส่วนแกนนอนแทนส่วนครองตลาดเปรียบเทียบ

เมทริกซ์เกิดขึ้นจากกลุ่มที่ปรึกษาแห่งเมือง Boston ซึ่งเป็นธุรกิจที่ให้คำปรึกษาด้านการจัดกลุ่มที่ปรึกษา ได้พัฒนาเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งธุรกิจภายในบริษัท กลยุทธ์นี้จะช่วยผู้บริหารจัดประเภทหน่วยธุรกิจ ภายในองค์กรตามอัตราเจริญเติบโตของตลาด และส่วนครองตลาดเปรียบเทียบ จุดกึ่งกลางของแกนนอนจะกำหนดให้เป็น .50, ค่าสูงสุดเท่ากับ 1, ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0 ส่วนแกนตั้งแทนอัตราการเจริญเติบโตของตลาดและจะกำหนดค่าต่ำสุดที่ -20, ค่าสูงสุด +20, ค่ากลาง 0 เป็นจุดกึ่งกลางของแกนตั้ง หน่วยธุรกิจต่าง ๆ ภายในองค์กร แทนด้วยวงกลมต่าง ๆ แสดงส่วนครองตลาดเปรียบเทียบและอัตราเจริญเติบโตของยอดขายของแต่ละหน่วยธุรกิจ จะแบ่งออกเป็น 4 ช่อง ดังนี้



ภาพ 4 เมทริกซ์ความเจริญเติบโต-ส่วนครองตลาด

จาก “การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน),” (หน้า 153), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

3.1 ผลិតภัณฑ์ (ธุรกิจ) ที่มีปัญหา (question marks) ที่อยู่ในช่องนี้มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง แต่ส่วนครองตลาดเปรียบเทียบต่ำ ธุรกิจนี้ต้องการเงินสดเพื่อเพิ่มส่วนครองตลาด และการขยายธุรกิจ เพื่อเปลี่ยนสภาพเป็นดาวดวงเด่น การตัดสินใจอยู่ระหว่างการใช้กลยุทธ์ความเจริญเติบโตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.2 ดาวดวงเด่น (stars) เป็นกลยุทธ์ที่มีการเจริญเติบโตของตลาดสูงและมีส่วนครองตลาดเปรียบเทียบสูง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกำไรสูงและมีเงินสดสูง ตลอดจนมีค่าใช้จ่ายสูงด้วย จึงไม่สามารถมีเงินสดคงเหลือ เนื่องจากต้องการรักษาการลงทุนเพราะอัตราการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว ในกรณีนี้ผู้บริหารจะใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต และการร่วมลงทุน เพื่อพัฒนาดาวดวงเด่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำเงิน

3.3 ผลิตภัณฑ์ที่ทำเงิน (cash cows) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนครองตลาดเปรียบเทียบสูง และอัตราการเจริญเติบโตของตลาดต่ำ ผลิตภัณฑ์นี้จะเป็นธุรกิจที่อยู่ในขั้นเจริญ

เติบโตเต็มที่ จึงไม่ต้องการเงินลงทุน ธุรกิจจะต้องพยายามรักษาส่วนครองตลาด เอาไว้ให้ได้ โดยใช้ กลยุทธ์การคงสภาพเดิม และการเจริญเติบโตในระดับปานกลาง

3.4 สุนัข (dogs) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนครองตลาดเปรียบเทียบต่ำและอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายต่ำ ธุรกิจนี้โดยทั่วไปไม่มีกำไรต่ำ และเงินสดน้อยแต่อาจจะใช้เงินสดและเวลาในการจัดการมาก เมื่อธุรกิจเผชิญสภาพนี้ การจัดการจะใช้กลยุทธ์การตัดทอน หรือกลยุทธ์การปรับเปลี่ยน

แม้ว่าแมทริกซ์การเจริญเติบโต-ส่วนครองตลาด (BCG) จะเป็นเทคนิคที่ช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจและทำให้เกิดความสมดุลในเงินสดหมุนเวียน ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ แต่ก็ยังมีจุดอ่อนหลายประการ กล่าวคือ

- การวิเคราะห์ถึงการเจริญเติบโตของตลาดและส่วนครองตลาดในการกำหนดการลงทุนและเงินสดหมุนเวียน ข้อสมมุตินี้อาจไม่มีความเที่ยงตรง
- แมทริกซ์ไม่ช่วยผู้บริหารในการเปรียบเทียบหน่วยธุรกิจ ภายในชนิดเดียวกัน เช่น มีตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา 2 ชนิด
- แต่ละช่องของหน่วยธุรกิจ ไม่สามารถแทนด้วยการวิเคราะห์ของแต่ละธุรกิจ แต่ละตลาดกลุ่มเป้าหมายในอนาคต
- แมทริกซ์นี้ละเลยปัจจัยบางประการ เช่น การแข่งขันที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์

ข้อดีและข้อจำกัดของการบริหารกลุ่มธุรกิจ องค์กร ได้ให้ประโยชน์เกี่ยวกับขอบเขตของงาน สำหรับพิจารณาแนวโน้มของกลุ่มธุรกิจที่แตกต่างกันระหว่างธุรกิจภายในองค์กรเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญหรือประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการบริหารกลุ่มธุรกิจ ดังนี้

1. ทำให้ติดต่อสื่อสารกันสะดวก และได้สารสนเทศที่มีประโยชน์ในแต่ละธุรกิจ ซึ่งทำให้องค์กรสามารถวางแผนภาพรวมขององค์กรได้
2. ทำให้องค์กรสามารถที่จะเน้นความสำคัญที่แตกต่างกันระหว่างหน่วยธุรกิจ หน่วยธุรกิจใดที่สามารถทำประโยชน์ให้กับองค์กรได้มาก ก็จะได้รับการลงทุนเพิ่มขึ้น หรือหน่วยงานใดที่มีโอกาสในการทำตลาดน้อยก็จะเลิกลงทุนในธุรกิจนั้น

3. การบริหารกลุ่มธุรกิจดูง่าย แต่จะมีประโยชน์ในการแนะนำหรือตรวจสอบความต้องการของแต่ละหน่วยธุรกิจในการใช้ทรัพยากร และ โอกาสในการทำธุรกิจโดยใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ใช้เป็นแนวทางในการแนะนำเหตุผลระดับปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยธุรกิจในการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์

ในขณะที่ประโยชน์และความสำคัญของการบริหารกลุ่มธุรกิจได้รับการพิจารณาอย่างดี แต่บางครั้งหน่วยธุรกิจบางหน่วยก็ถูกละเลยในการวางแผนการปฏิบัติในระดับบริษัท บางครั้งก็เกิดปัญหาตามมา เช่น

- ตารางแบบธรรมดาบางครั้งจะแสดงแนวโน้มของความคิดของกลยุทธ์ที่ไร้สาระ ทำให้ผู้บริหารขาดความสนใจในการฝึกฝนที่จะคิดกลยุทธ์ที่มีประโยชน์ขึ้นมาใช้แทน
- ตารางการวิเคราะห์บางครั้งก็เป็นการยากในการจำแนกธุรกิจเฉพาะที่ไม่มีหลักเกณฑ์อะไรที่แน่นอนที่จะใช้ในการตัดสินใจแยกตลาดหรือผลิตภัณฑ์เฉพาะออกจากกัน
- ไม่มีเวลาเพียงพอในการวางแผนระยะ 1 ปี โดยเฉพาะเจาะจง หรือวิเคราะห์รายละเอียดของทุกหน่วยธุรกิจขององค์กรขนาดใหญ่
- แบบทดลองง่ายมักจะไม่ค่อยให้ความเที่ยงตรงในการวิเคราะห์การบริหารกลุ่มธุรกิจ

4. แมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน-การประเมินปัจจัยภายนอก (Internal-External Matrix--IE Matrix)

เป็นการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างแมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายในและแมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายนอก ดังนี้

4.1 แกนนอนแทนค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน 3 ระดับ คือ เข้มแข็ง 3.0-4.0, ปานกลาง 2.0-2.99 และอ่อนแอ 1.0-1.99

4.2 แกนตั้งจะแทนค่าถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก 3 ระดับ คือ ต่ำ 1.0-1.99, ปานกลาง 2.0-2.99, สูง 3.0-4.0

โดยแมทริกซ์ปัจจัยภายใน-ภายนอก เน้นวิธีใช้กับองค์กรที่มีหลายหน่วยธุรกิจ

		คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE)											
		เข้มแข็ง		ปานกลาง		อ่อนแอ							
		4.0	3.0-4.0	3.0	2.0-2.99	2.0	1.0-1.99	1.0					
คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE)	สูง	3.0-4.0		3.0		2.0-2.99		2.0		1.0-1.99		1.0	
	ปานกลาง	2.0-2.99		2.0		1.0-1.99		1.0					
	ต่ำ	1.0-1.99		1.0									
		1		2		3							
		4		5		6							
		7		8		9							

ภาพ 5 การประเมินปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก (IE Matrix)

จาก "การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน)," (หน้า 157), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และ ไซเท็กซ์.

แมทริกซ์ปัจจัยภายใน-ภายนอก (IE) มี 9 ช่อง ดังนี้

1. มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE) เข้มแข็งสูง และมีค่าถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE) สูงด้วย
2. มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE) ปานกลาง และมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE) สูงด้วย
3. มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE) อ่อนแอ และมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE) สูงด้วย
4. มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE) เข้มแข็ง และมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE) ปานกลาง

5. มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE) ปานกลาง และมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE) ปานกลาง

6. มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE) อ่อนแอ และมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE) ปานกลาง

7. มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE) เข้มแข็ง และมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE) ต่ำ

8. มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE) ปานกลาง และมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE) ต่ำ

9. มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน (IFE) อ่อนแอ และมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก (EFE) ต่ำ

แมทริกซ์ปัจจัยภายใน-นอก (IE) จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยช่อง 1, 2 และ 4 องค์กรจะใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต และการสร้างส่วนรองตลาด โดยใช้กลยุทธ์การขยายตัวให้มากขึ้น ได้แก่ กลยุทธ์การเจาะตลาด กลยุทธ์การพัฒนาตลาด และกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือใช้กลยุทธ์การขยายตัวแบบรวมตัว

ส่วนที่ 2 ประกอบด้วยช่อง 3, 5 และ 7 ใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่าระดับประคอง และรักษา ใช้กลยุทธ์การเจาะตลาด และกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วยช่อง 6, 8 และ 9 ใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่าการเก็บเกี่ยว ผลประโยชน์ การเลิกหรือการถอน

5. แมทริกซ์กลยุทธ์หลัก (Grand Strategic--GS Matrix)

เป็นกลยุทธ์ทั่วไปเพื่อความเข้าใจในการกำหนดการปฏิบัติที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายในระยะยาว เมื่อมีการเลือกและปฏิบัติตามกลยุทธ์หลักผู้บริหารต้องพยายามปรับปรุงหรือรักษาการทำงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย การสร้างโอกาสจากสภาพแวดล้อมและจุดแข็งจากภายใน ในขณะที่เดียวกันต้องพยายามลดอุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกและจุดอ่อนจากภายในให้ได้ต่ำสุด โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเจริญเติบโตของตลาด (the grand strategy rate) และตำแหน่งทางการแข่งขันของธุรกิจ (competitive position)

การเจริญเติบโตของตลาดรวดเร็ว

ตำแหน่ง อ่อนแอ	ส่วนที่ 2	ส่วนที่ 1	ตำแหน่ง การแข่งขันรุนแรง
	<ol style="list-style-type: none"> 1. การพัฒนาตลาด 2. การเจาะตลาด 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4. การรวมตัวในแนวนอน 5. การไม่ลงทุน 6. การเลิกดำเนินการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การพัฒนาตลาด 2. การเจาะตลาด 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4. การรวมตัวไปข้างหน้า 5. การรวมตัวไปข้างหลัง 6. การรวมตัวในแนวนอน 7. การกระจายธุรกิจจากจุดศูนย์กลาง 	
	ส่วนที่ 3	ส่วนที่ 4	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. การตัดทอน 2. การกระจายธุรกิจจากจุดศูนย์กลาง 3. การกระจายธุรกิจในแนวนอน 4. การกระจายธุรกิจอื่นที่แตกต่างจากเดิม 5. การไม่ลงทุน 6. การเลิกดำเนินงาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การกระจายธุรกิจจากจุดศูนย์กลาง 2. การกระจายธุรกิจในแนวนอน 3. การกระจายธุรกิจอื่นที่แตกต่างจากเดิม 4. การร่วมลงทุน 	

การเจริญเติบโตของตลาดล่าช้า

ภาพ 6 การเลือกกลยุทธ์หลัก

จาก "การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน)," (หน้า 168), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

ส่วนที่ 1 มีตำแหน่งการแข่งขันรุนแรง และการเจริญเติบโตของตลาดรวดเร็ว
ส่วนที่ 2 มีตำแหน่งการเจริญเติบโตของตลาดรวดเร็ว และตำแหน่งการแข่งขันอ่อนแอ

ส่วนที่ 3 มีการเจริญเติบโตของตลาดล่าช้า และตำแหน่งการแข่งขันอ่อนแอ
ส่วนที่ 4 มีตำแหน่งการแข่งขันรุนแรง และการเจริญเติบโตของตลาดล่าช้า

ขั้นตอนการตัดสินใจ

เมทริกซ์การวางแผนกลยุทธ์เชิงปริมาณ (Quantitative Strategic Planning Matrix--QSPM)

เป็นขั้นตอนการตัดสินใจ ภายหลังจากที่องค์กรได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก นำมาวิเคราะห์ใน

ขั้นตอนที่ 1 สร้างเป็นเมทริกซ์ปัจจัยภายนอก (EFE) เมทริกซ์ปัจจัยภายใน (IFE) และเมทริกซ์โครงสร้างการแข่งขัน (CPM)

ขั้นตอนที่ 2 ก็นำข้อมูลต่าง ๆ มาจับคู่กัน โดยอาศัยปัจจัยทั้งภายในและภายนอก แล้วสร้างเป็นเมทริกซ์การวิเคราะห์ ได้แก่

1. เมทริกซ์อุปสรรค-โอกาส-จุดอ่อน-จุดแข็ง
2. เมทริกซ์ตำแหน่งกลยุทธ์และประเมินการปฏิบัติ
3. กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากร-- เมทริกซ์กลุ่มที่ปรึกษาบอสตัน
4. เมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน-การประเมินปัจจัยภายนอก
5. เมทริกซ์กลยุทธ์หลัก

ขั้นตอนที่ 3 จะต้องตัดสินใจว่าจะใช้กลยุทธ์ใด โดยจะต้องประเมินทางเลือกของปัจจัยกลยุทธ์จากปัจจัยภายใน โดยพิจารณาที่จุดแข็ง จุดอ่อน และพิจารณาปัจจัยภายนอกที่ โอกาส อุปสรรค โดยใช้เมทริกซ์การวางแผนกลยุทธ์เชิงปริมาณ เป็นเครื่องมือการตัดสินใจ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สุจริตน์ มณีนิล และคณะ (2547) ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการจ้างงาน โดยการวิเคราะห์และรวบรวมจากวรรณกรรมต่าง ๆ ได้ผลสรุปว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย จัดเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจสังคม และการเมืองต่อประเทศไทยในอนาคต เป็นอย่างมาก เนื่องจากมีต้นทุนต่ำกว่าอุตสาหกรรมภาคอื่น ๆ สามารถสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ โดยต้องอาศัยตัวทวิที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจุบันมีมูลค่ามากกว่า 3 แสนล้านบาทต่อปี คิดเป็นสัดส่วนสูง

ถึงร้อยละ 30 ของรายได้ที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมภาคบริการทั้งหมด และคิดเป็น ร้อยละ 6 ของรายได้ประชาชาติทั้งหมด และยังส่งผลเชื่อมโยงก่อให้เกิดการจ้างงานและการลงทุนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ

นิลชนก คีอินทร์ (2546) ได้ศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกโดย ทำการศึกษาภาพการณ์ท่องเที่ยว ตลอดจนวิเคราะห์ถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคทางการท่องเที่ยวผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งของอุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ โครงข่ายของการคมนาคมเนื่องจากการพัฒนาสี่แยกอินโดจีนเชื่อมต่อระหว่างภูมิภาค ท่าอากาศยานการบินพาณิชย์ที่ครบวงจร การเพิ่มขึ้นของธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่อง สถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย สถานศึกษาที่ได้มาตรฐานและรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชัดเจน จุดอ่อนของอุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบบริการรถสาธารณะยังไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน ขาดบุคลากรที่มีคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ภาครัฐและเอกชนควรร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัด

เรืองชัย ฤทธิเดช (2546) ได้ศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการศึกษาพบว่า ความร่วมมือระหว่าง ไทย-ลาว ได้อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาเที่ยว สปป. ลาว ยิ่งขึ้นเป็นลำดับ ทั้งในด้านเวลาและค่าใช้จ่าย นับแต่ปี 2539 และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ซึ่งสูงที่สุดของนักท่องเที่ยวต่างชาติของ สปป. ลาว อย่างไรก็ตาม การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของ สปป.ลาว ยังไม่อาจ เทียบเคียงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน เนื่องจากยังมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ถูกนำเสนอ และนโยบายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีลักษณะครึ่งเปิด-ครึ่งปิด ส่วนผลที่ได้จากแบบจำลองก่อนข้างนำพอใจ (ค่า Mc-Fadden $R = 0.657$) โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กับการเลือกแหล่งเที่ยวนันทนาการ คือ ความสนใจและแหล่งข้อมูล ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับแหล่งเที่ยวนันทนาการ คือ รายได้ ภูมิลำเนา เพศ ความสนใจ ผู้ร่วมทาง และสื่อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกับแหล่งเที่ยวนันทนาการคือ อายุ และความสนใจ

วิชิต สุขสำราญ (2545) ได้ศึกษา ประสิทธิภาพของการนำนโยบาย 11 กลยุทธ์ทางการตลาดในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไปปฏิบัติ พบว่า การประกาศปีการท่องเที่ยวไทย ปี 2541-2542 ด้วยรูปแบบที่แปลกใหม่และมีสีสัน และกระตุ้นให้คนไทยสนใจการท่องเที่ยวมากขึ้นจากไม่เคยคิดทำให้คิดอยากไปเที่ยว การสนับสนุนความร่วมมือจากหน่วยราชการ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปและประชาชนในท้องถิ่น ในการพัฒนากิจกรรมที่มีอยู่เดิมและสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ที่นำเสนอ เป็นแผนงานเดียวกันตลอดทั้ง 2 ปี ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการท่องเที่ยวมากขึ้น การเผยแพร่สัญลักษณ์และกิจกรรมการรณรงค์ผ่านสื่อและเครือข่ายของทุกหน่วยงาน โดยเฉพาะสื่อ โทรทัศน์ วิทยุและสิ่งพิมพ์ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนั้น ทำให้ประชาชนรับรู้คำขวัญ “ไทยเที่ยวไทย” การเสนอขายสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวโดยเน้นการซื้อสินค้า อาหารไทยและผลไม้ไทย โปรแกรมนำเที่ยวพิเศษและกิจกรรมที่จัดโดยทุกหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียน สามารถนำไปพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศชาติ การประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ให้คนไทยเกิดจิตสำนึกในการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี โดยไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศ และการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรในพื้นที่ในการให้ความรู้ และกระตุ้นให้คนไทยในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศและมีส่วนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความแตกต่างของแต่ละท้องถิ่นเป็นสำคัญ การนำจุดเด่นของแต่ละท้องถิ่นมานำเสนอทำให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น

ธงชัย ฐิติวิริยะ (2541) ได้ศึกษา อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2530-2540 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 26-45 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000-9,999 บาท และ 15,000-19,999 บาท เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลางและกรุงเทพฯ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 1,000-9,990 บาท นิยมพักตามโรงแรม และบ้านญาติ หรือบ้านเพื่อน วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวก็คือเป็นการเยี่ยมญาติหรือเพื่อน และเพื่อการพักผ่อน ใช้ระยะเวลาในการเที่ยวประมาณ 1-4

วัน ในการท่องเที่ยวมีทั้งแบบมาคนเดียว เกี่ยวกับเพื่อน และเกี่ยวกับครอบครัวสาเหตุท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ความปลอดภัย ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและที่พัก เพื่อดึงดูดให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศกันมากขึ้น

รายได้ที่แท้จริงเฉลี่ยต่อหัว มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พิชญ์โลก นครราชสีมา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดกรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา สงขลา ส่วนดัชนีราคาผู้บริโภค มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ พิชญ์โลก นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปีที่ผ่านมา มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์

สำหรับจำนวนห้องพัก มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัด กรุงเทพฯ พิชญ์โลก กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา นอกจากนี้งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีนัยสำคัญต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัด กรุงเทพฯ ชลบุรี อุบลราชธานี เพชรบุรี สงขลา และตัวแปรหุ่นที่แสดงถึงปีที่มีการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวมีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และประจวบคีรีขันธ์

ศิริลักษณ์ อริยปัญญา (2540) ได้ศึกษา ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผลการศึกษาพบว่า

1. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ

2. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ตู้ไฟนิออน นิตยสาร สวีตตี้ นิตยสารกินรี ซีดีรอม และอินเทอร์เน็ตกับทักษะคติของประชาชน ไม่มีความสำคัญกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารทั่วไป กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ นิตยสารสวัสดี นิตยสารกินรี สด๊ีกเกอร์ แผ่นพับ จุลสาร วิทยุ ซีดีรอม และอินเทอร์เน็ต กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชน ไม่มีความสำคัญทางสถิติ

6. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ในโครงการ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 3

ความสำคัญของพื้นที่ศึกษา

ความสำคัญของพื้นที่ศึกษา

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้พื้นที่อีสานริมฝั่งแม่น้ำโขงมีความสำคัญมีองค์ประกอบ เช่น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวอีสานริมโขง

ภาคอีสาน หรือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาใหญ่ น้อย มีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติเกิดขึ้นมากมายทางด้านประวัติศาสตร์ และอารยธรรมภาคอีสานนับว่าเป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่แห่งหนึ่งของโลกเป็นที่ยอมรับของนักประวัติศาสตร์และโบราณคดีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผืนแผ่นดินอันกว้างใหญ่ของภาคอีสานครอบคลุมพื้นที่ถึง 168,854 ตารางกิโลเมตร คิดเป็น 1 ใน 3 ของพื้นที่ประเทศไทย ภาคอีสานมีแนวแม่น้ำโขงยาวหลายร้อยกิโลเมตร แบ่งปันเขตแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีริมสองฝั่งแม่น้ำโขงอันงดงามหลากหลาย

แม่น้ำโขง นับว่าเป็นแม่น้ำที่สำคัญสายหนึ่งของทวีปเอเชีย สายน้ำที่มีต้นกำเนิดจากเทือกอันโกลีฟั่นขึ้นไปทางทิศเหนือ ซึ่งเมื่อดูจากแผนที่จะเห็นแม่น้ำสายนี้ไหลคดเคี้ยวผ่านภูมิประเทศ ที่มองดูแล้วคล้ายกับเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงผู้คนมาหลายชั่วอายุประเทศที่ได้สัมผัสกับแม่น้ำโขงต่างรู้ว่า นี่คือแหล่งอาหารที่สมบูรณ์อย่างยิ่ง มีถนนลาดยางอย่างดีเลียบขนานไปกับแม่น้ำโขง เชื่อมต่อกันตั้งแต่เหนือสุดที่จังหวัดเลย ผ่านหนองคาย นครพนม มุกดาหาร อานาจเจริญ ก่อนที่แม่น้ำโขงจะแยกจากไทยไปสู่ลาวที่อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี สายน้ำสีขุ่นนี้มีเสน่ห์ของธรรมชาติ วิถีชีวิตวัฒนธรรมสองฝั่งโขง และบรรยากาศที่งดงามต่างกันไป การท่องเที่ยวอีสานเลียบไปตามแม่น้ำโขงนั้น นอกจากจะได้เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมริมน้ำโขงในฝั่งไทยแล้ว ยังสามารถข้ามโขงไปเที่ยวฝั่งลาว ซึ่งมีทั้งวัฒนธรรมและ

ธรรมชาติที่สวยงามไม่แพ้ฝั่งไทย ทั้งเมืองเวียงจันทน์ สะหวันเขต และปากเซ จำปาสัก โดยที่เมืองปากเซ แขวงจำปาสัก ณ ที่นั้นมีสายน้ำโขงที่กว้างใหญ่จนได้รับการขนานนามว่า “มหานทีสีทันดอน” ก่อเกิดเป็นน้ำตกหลี่ผี และคอนพระเพ็งที่กว้างใหญ่ประคองในแอง-การ่าแห่งเอเชีย มีประเพณีมากมายที่เกี่ยวข้องกับอารยธรรมริมน้ำโขง เช่น ประเพณีการแข่งเรือ หรือลอยเรือไฟบูชาพญานาค ยิ่งไปกว่านั้นยังมีปรากฏการณ์ที่รู้จักกันดีคือ “บั้งไฟพญานาค” งานแข่งขันเจ้ายุทธจักรลำน้ำโขง งานการแข่งขันไตรกรีทา (thriation) ระดับนานาชาติ

ตาราง 2

การประเมินความสามารถรองรับการท่องเที่ยวและศักยภาพของจังหวัดรวม

ระดับความสามารถ	จังหวัด
ระดับสูง	อุบลราชธานี ขอนแก่น นครราชสีมา อุตรธานี
ระดับปานกลาง	เลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร สุรินทร์ ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ มหาสารคาม กาฬสินธุ์ สกลนคร ศรีสะเกษ
ระดับต่ำ	อำนาจเจริญ ยโสธร หนองบัวลำภู ชัยภูมิ

ที่มา: จาก “โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวภาคอีสาน,” ใน รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร. (หน้า 2) โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.

ลักษณะพื้นที่

เป็นพื้นที่ราบสูงมีแหล่งอารยธรรมมากมาย โดยมีพรมแดนติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีแม่น้ำโขงขวางกั้นชายพรมแดน ประชาชนจะประกอบอาชีพหลักทางเกษตรกรรม ปลูกพืชสวน ปลูกพืชไร่ และทอผ้า

ความสัมพันธ์กับพื้นที่ข้างเคียง พื้นที่อีสานในกรณีศึกษาเป็นพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขงไปตลอด ตั้งแต่จังหวัดเลยถึงจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นทางผ่านที่จะเข้าสู่ประเทศในอินโดจีน

ความสัมพันธ์ด้านการคมนาคมขนส่ง ในเชิงภูมิศาสตร์ พื้นที่อีสานริมน้ำโขงมีความได้เปรียบที่จะพัฒนาจัดการคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวริมน้ำโขง และเพื่อการเดินทางสู่ประเทศเพื่อนบ้านในอินโดจีนทั้งทางถนน ทางรถไฟ และอากาศ ซึ่งถ้ามีการพัฒนาระบบการขนส่งให้มีประสิทธิภาพก็จะเป็นส่วนก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างผลผลิตการเกษตร การท่องเที่ยว และการขนส่งสินค้าอุตสาหกรรมสู่ต่างประเทศ เป็นต้น

ความสัมพันธ์ด้านระบบของแม่น้ำ แม่น้ำโขงที่ไหลผ่านเขตแดนไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็น แหล่งทรัพยากรที่สำคัญของทั้งสองประเทศ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถจะพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

ความสัมพันธ์ด้าน อารยธรรม จากข้อมูลโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ปรากฏร่องรอยอารยธรรม ซึ่งจะเป็นช่องทางให้มีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศได้

ความสัมพันธ์ด้านแนวพรมแดน แนวพรมแดนมีจุดผ่านแดนและจุดผ่อนปรนระหว่างไทย-ลาว มากกว่า 5 จุด ได้แก่ ด้านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว ด้านท่าเสด็จ ด้านบึงกาฬ ด้านเชียงคาน ด้านปากห้วย ด้านปากแซง ด้านช่องเม็ก ด้านอำเภอเมืองจังหวัดมุกดาหาร ด้านอำเภอเมืองจังหวัดนครพนม จุดผ่อนปรนบ้านปงจาน จุดผ่อนปรนบ้านบึงคล้า

สภาพทั่วไปทางสังคม

ลักษณะสังคมการปกครองจังหวัดเลย การปกครองและประชากร ในปี 2547 แบ่งการปกครองออกเป็น 12 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ 90 ตำบล 880 หมู่บ้าน โดยมีอำเภอดังนี้ อำเภอเมืองเลย นาด้วง เชียงคาน ปากชม คำนาหวาย นาแห้ว ภูเรือ ท่าลี่ วังสะพุง ภูกระดึง ภูหลวง ผาขาว กิ่งอำเภอเอราวัณ และกิ่งอำเภอหนองหิน

ส่วนราชการท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัดเลย 1 แห่ง เทศบาลเมือง 1 แห่ง เทศบาลตำบล 13 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 84 แห่ง

จำนวนประชากรทั้งสิ้น 635,587 คน เป็นชาย 322,922 คน เป็นหญิง 312,922 คน คิดเป็นชายร้อยละ 50.8 เป็นหญิงร้อยละ 49.2 อำเภอที่มีประชากรมากที่สุด คือ อำเภอเมืองเลย รองลงมา คือ อำเภอวังสะพุง อำเภอที่ประชากรน้อยที่สุด คือ อำเภอนาแห้ว ความหนาแน่นของประชากร 56 คนต่อตารางกิโลเมตร พื้นที่ความหนาแน่นของประชากรมากที่สุดคือ กิ่งอำเภอเอราวัณ 158 คนต่อตารางกิโลเมตร และพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรน้อยที่สุดคืออำเภอนาแห้ว 18 คนต่อตารางกิโลเมตร

การสาธารณสุขโรค สาธารณูปโภค การประปา พ.ศ. 2546 การประปาเลย มีกำลังการผลิต 7,620,328 ลูกบาศก์เมตร ปริมาณน้ำที่จ่ายแก่ผู้ใช้ 4,639,612 ลูกบาศก์เมตร และมีจำนวนผู้ใช้น้ำ 22,531 ราย

การไฟฟ้า พ.ศ. 2547 จังหวัดเลย มีที่ทำการจำหน่ายกระแสไฟฟ้า 175.167 ล้าน กิโลวัตต์/ชั่วโมง และมีจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้า 134,151 ราย

การสื่อสาร พ.ศ. 2547 จังหวัดเลย มีที่ทำการไปรษณีย์จำนวน 16 แห่ง มีจำนวนชุมสายโทรศัพท์ทั้งหมด 14 ชุมสาย จำนวนเลขหมายที่มี 22,305 เลขหมาย (รวมบริษัท สัมปทาน) จำนวนเลขหมายที่เปิดใช้ 13,018 เลขหมาย (รวมบริษัทสัมปทาน)

การศึกษาและศาสนา ปีการศึกษา 2547 จังหวัดเลยมีโรงเรียนจำนวน 524 แห่ง ห้องเรียนจำนวน 5,118 ห้อง ครูจำนวน 5,637 คน และมีนักเรียนจำนวน 109,312 คน โดยมีอัตราส่วนครูต่อนักเรียน 1:19 ส่วนสถานศึกษาในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา มีจำนวน 8 แห่ง อาจารย์จำนวน 330 คน และมีนักศึกษาจำนวน 8,883 คน อัตราส่วน อาจารย์ต่อนักศึกษา 1:27

การสาธารณสุข พ.ศ. 2547 จังหวัดเลยมีโรงพยาบาลของรัฐบาล 14 แห่ง โรงพยาบาล เอกชน 1 แห่ง สถานีอนามัย 127 แห่งและคลินิกทุกประเภท 84 แห่ง

มีแพทย์จำนวน 68 คน ทันตแพทย์ 27 คน พยาบาล 762 คน มีผู้ป่วยมารับบริการ รวม 1,007,839 คน และมีเตียงจำนวน 812 เตียง อัตราส่วนแพทย์ต่อประชากร 1:6,690 อัตราส่วนพยาบาลต่อประชากร 1:834 อัตราส่วนเตียงต่อประชากร 1:782

ลักษณะการปกครองจังหวัดหนองคาย การปกครองและประชากร ใน พ.ศ. 2547 จังหวัดหนองคายแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 12 อำเภอ กับ 4 กิ่งอำเภอ โดยมีอำเภอและ

กิ่งอำเภอ ดังนี้ อำเภอเมืองหนองคาย ทำบ่อ โพนพิสัย บุ่งคล้า ศรีเชียงใหม่ ปากคาด สังคม โഴพิสัย บึงกาฬ ศรีวิไล พรเจริญ เซกา บึงโขงหลวง กิ่งอำเภอสระใคร กิ่งอำเภอรันทวาปี กิ่งอำเภอเฝ้าไร่ กิ่งอำเภอโพธิ์ตาก

จากข้อมูลการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ในพ.ศ. 2547 จังหวัดนครพนมมี จำนวนประชากรทั้งสิ้น 913,275 คน เป็นชาย 459,985 คน และหญิง 453,290 คน

การสาธารณสุขปกศ สาธารณูปการ การสื่อสารจังหวัดมีที่ทำการไปรษณีย์ทุกอำเภอ ในด้านของโทรศัพท์ มีเลขหมายโทรศัพท์ที่มีจำนวนผู้เช่า 29,324 ราย

การศึกษาและศาสนา จังหวัดหนองคายแบ่งเขตการศึกษาเป็น 3 เขต โดยจังหวัด หนองคายมีจำนวน โรงเรียนทั้งสิ้น 587 แห่ง จำนวนครู 6,141 คน โดยส่วนใหญ่ครูและ อาจารย์จะมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี

ด้านสาธารณสุข ในพ.ศ. 2547 จังหวัดหนองคายมีจำนวนโรงพยาบาลทั้งหมด 16 แห่งแยกเป็นโรงพยาบาลรัฐบาล 13 แห่ง และโรงพยาบาลเอกชน 3 แห่ง มีสถานอนามัย จำนวน 130 แห่ง คลินิกทุกประเภทจำนวน 96 แห่ง มีจำนวนแพทย์ทั้งหมด 96 คน

ลักษณะการปกครอง จังหวัดนครพนม การปกครองและประชากร ในพ.ศ. 2547 จังหวัดนครพนมแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ กับ 1 กิ่งอำเภอ 99 ตำบล 1,077 หมู่บ้าน โดยมีอำเภอและกิ่งอำเภอ ดังนี้ อำเภอเมืองนครพนม อำเภอท่าอุเทน อำเภอธาตุพนม อำเภอนาแก อำเภอนาหว้า อำเภอบ้านแพง อำเภอปลาปาก อำเภอโพนสวรรค์ อำเภอเรณูนคร อำเภอศรีสงคราม อำเภอนาทม และกิ่งอำเภอวังยาง

การปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลเมือง 1 แห่ง เทศบาลตำบล 9 แห่ง และเมือง้องการบริหารส่วนตำบล (อบต.) 95 แห่ง

จากข้อมูลการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ในพ.ศ. 2547 จังหวัดนครพนมมี จำนวนประชากรทั้งสิ้น 721,540 คน เป็นชาย 360,525 คน และหญิง 361,015 คน ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลมีประชากร 90,395 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ของประชากรทั้งหมด ส่วนที่เหลือ 631,145 คน หรือร้อยละ 87.5 อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล ความหนาแน่นของประชากรโดยเฉลี่ยประมาณ 131 คนต่อตารางกิโลเมตร

การสาธารณสุขโลก ประปา ในพ.ศ. 2547 มีกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 9,487,080 ลูกบาศก์เมตร แต่ผลิตน้ำได้เพียง 4,985,912 ลูกบาศก์เมตร และมีผู้ใช้น้ำประปาจำนวน 21,023 ราย

ไฟฟ้า ในพ.ศ. 2547 จังหวัดนครพนมมีผู้ใช้ไฟฟ้าจำนวน 138,650 ราย มีการจำหน่ายกระแสไฟฟ้าทั้งสิ้น 165.48 ล้านยูนิต

การศึกษาและศาสนา การศึกษาในพ.ศ. 2547 จังหวัดนครพนม มีโรงเรียน 530 แห่ง ครู 6,609 คน และนักเรียน 132,111 คน อัตราส่วนนักเรียนต่อห้องเรียนประมาณ 23 คน อัตราส่วนต่อครูประมาณ 20 คน

ด้านสาธารณสุข ในพ.ศ. 2547 มีโรงพยาบาลรัฐบาล 11 แห่ง สถานีอนามัย 150 แห่ง คลินิก 82 แห่ง แพทย์ 66 คน ทันตแพทย์ 20 คน พยาบาล 508 คน มีจำนวนผู้ป่วย 554,581 คนแยกเป็นผู้ป่วยใน 57,295 คน และผู้ป่วยนอก 497,286 คน

ลักษณะการปกครอง จังหวัดมุกดาหาร การปกครองและประชากรในพ.ศ. 2547 จังหวัดมุกดาหาร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ 52 ตำบล 516 หมู่บ้าน โดยมีอำเภอต่าง ๆ คือ อำเภอเมืองมุกดาหาร นิคมคำสร้อย คำชะอี คอนตาล ดงหลวง หนองสูง ห้วยน้ำใหญ่

การปกครองส่วนท้องถิ่นแบ่งออกเป็นองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 1 แห่ง และเทศบาลตำบล 3 แห่ง

ในพ.ศ. 2547 จังหวัดมุกดาหาร มีประชากรทั้งสิ้น 339,074 คน เป็นชาย 170,107 คน และเป็นหญิง 168,967 คน ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลมี 47,979 หรือคิดเป็นร้อยละ 14.2 และประชากรที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมี 291,095 คนคิดเป็นร้อยละ 85.8 ของประชากรทั้งสิ้น

การสาธารณสุขโลก ประปาใน พ.ศ. 2547 จังหวัดมุกดาหาร มีเขตจำหน่ายน้ำประปา 6 แห่ง มีจำนวนผู้ใช้น้ำ 9,481 ราย

ไฟฟ้า ในพ.ศ. 2547 สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดมุกดาหารได้ดำเนินการติดตั้งไฟฟ้า ให้สามารถใช้ได้อย่างทั่วถึงทั้งจังหวัด โดยมีบ้านที่มีไฟฟ้าใช้แล้ว จำนวน 62,660 ราย และมีการใช้กระแสไฟฟ้าภายในจังหวัด 102.35 ล้านยูนิต

การสื่อสาร ในพ.ศ. 2547 สำนักงานโทรศัพท์จังหวัดมุกดาหารมี 8 ชุมสาย
จำนวนเลขหมายทั้งหมด 9,668 เลขหมาย และของบริษัทสัมปทาน จำนวน 7,538 เลขหมาย
จำนวนที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขมีทุกอำเภอ ทั้งหมด 7 แห่ง

การศึกษา ในพ.ศ. 2547 จังหวัดมุกดาหารมีโรงเรียน 281 แห่ง มีครู 3,414 คน
จำนวน นักเรียน 66,136 คน คิดเป็นอัตราส่วนนักเรียนต่อครู 19:1

ด้านการสาธารณสุข ในพ.ศ. 2547 จังหวัดมุกดาหาร มีโรงพยาบาล 7 แห่ง สถานี
อนามัย 78 แห่ง และคลินิก 13 แห่ง จำนวนแพทย์ 50 คน จำนวนพยาบาล 426 คน และ
จำนวนเตียงผู้ป่วย 599 เตียง

ลักษณะการปกครอง จังหวัดอำนาจเจริญ การปกครองและประชากร ในพ.ศ.
2547 จังหวัดอำนาจเจริญ แบ่งการปกครองส่วนภูมิภาคเป็น 7 อำเภอ 56 ตำบล 583
หมู่บ้าน การปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย เทศบาล 8 แห่ง และองค์การบริหารส่วน
จังหวัด มีประชากรทั้งสิ้น 370,627 คน เป็นชาย 180,838 คน และหญิง 184,799 คน
จำนวนผู้ชายคิดเป็นร้อยละ 50.18 ของประชากรทั้งหมด ความหนาแน่นของประชากร
ต่อตารางกิโลเมตรเฉลี่ย 116 คน โดยที่ความหนาแน่นสูงสุดอยู่ที่อำเภอสิ้ออำนาจ 182 คน
และต่ำสุดคือ อำเภอชานุมาน 63 คน

การสาธารณสุขปโภค ประปา ในพ.ศ. 2547 มีการใช้น้ำประปา 1,505,074 ลูกบาศก์
เมตร (อ. เมือง อ. สิ้ออำนาจ)

ไฟฟ้าในพ.ศ. 2547 มีปริมาณการใช้กระแสไฟฟ้าในจังหวัดทั้งสิ้น 8,427,512.13 หน่วย
สื่อสาร ในพ.ศ. 2547 มีที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข เปิดบริการ 6 แห่ง มีชุมสาย
โทรศัพท์ 6 ชุมสาย มีจำนวนเลขหมาย 12,464 เลขหมาย และมีผู้เช่าจำนวน 8,024 เลขหมาย

การศึกษาและศาสนา การศึกษา ในพ.ศ. 2547 จังหวัดอำนาจเจริญมีโรงเรียน
ระดับอนุบาลถึงมัธยมศึกษา รวม 299 แห่งมีครู 2,943 คน และนักเรียน 71,126 คนและ
สถานศึกษาระดับอาชีวศึกษาขึ้นไปรวม 6 แห่ง มีนักศึกษา รวม 7,601 คน

การสาธารณสุข การสาธารณสุข ในพ.ศ. 2547 มีโรงพยาบาลของรัฐครบทุก
อำเภอรวม 7 แห่ง มีสถานีอนามัย 76 แห่ง มีแพทย์ 52 คน โดยมีอัตราส่วนแพทย์ 1 คนต่อ
ประชากร 7,128 คน และพยาบาล 480 คนอัตราส่วนประชากร 773 คนต่อพยาบาล 1 คน

ลักษณะสังคมการปกครอง จังหวัดอุบลราชธานี การปกครองและประชาชน ใน พ.ศ. 2547 จังหวัดอุบลราชธานี แบ่งการปกครองส่วนภูมิภาค ออกเป็น 20 อำเภอ 5 กิ่ง-อำเภอ 219 ตำบล 2,543 หมู่บ้าน โดยมีอำเภอ ดังนี้ อำเภอเมืองอุบลราชธานี กุดข้าวปุ้น เขมราฐ เขื่องใน โขงเจียม คอนมุดแดง เดชอุดม ตระการพืชผล ตาลชุม ทุ้งศรีอุดม นาจะหลวย น้ำยืน บุณฑริก พิบูลมังสาหาร โพธิ์ไทร ม่วงสามสิบ วารินชำราบ ศรีเมืองใหม่ ตำโรง สิรินคร กิ่งอำเภอนาเขี้ยว กิ่งอำเภอเหล่าเสือโก้ก กิ่งอำเภอนาตาล กิ่งอำเภอสว่างวีระวงศ์ และกิ่งอำเภอน้ำขุ่น

การปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง มีเทศบาลทั้งหมด 23 แห่งแยกเป็น เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 1 แห่งและเทศบาลตำบล 21 แห่งและมีองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) 215 แห่ง

จากสถิติของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2547 จังหวัดอุบลราชธานี มีประชากรทั้งสิ้น 1,805,322 คน เป็นชาย 905,359 คน และหญิง 899,963 คน จำนวนผู้ชายคิดเป็นร้อยละ 50.1 ของประชากรทั้งหมด ความหนาแน่นของประชากรเท่ากับ 112.0 ต่อตารางกิโลเมตร จำนวนเฉลี่ยต่อหมู่บ้าน เท่ากับ 159.7 และจำนวนประชากรเฉลี่ยต่อหมู่บ้าน เท่ากับ 709.9

การสาธารณสุขปกศ ประปา ในพ.ศ. 2547 มีกิจการประปาทั้งหมด 31 แห่ง การประปาส่วนภูมิภาค สังกัดสำนักงานประปาเขต 8 จำนวน 10 แห่ง เทศบาล จำนวน 11 แห่ง องค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน 10 แห่ง การประปาภูมิภาคสามารถผลิตน้ำประปาได้ 15,873,551 ลูกบาศก์เมตร โดยมีจำนวนผู้ใช้น้ำ 40,613 ราย

ไฟฟ้า ในพ.ศ. 2547 จังหวัดอุบลราชธานี มีไฟฟ้ากระจายไปเกือบทุกหมู่บ้านในจังหวัด ซึ่งในปี 2546 มีอยู่ร้อยละ 99.9 ของหมู่บ้านทั้งหมด และครัวเรือนที่มีไฟฟ้าใช้ประมาณร้อยละ 99.9 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดที่อยู่นอกเขตเทศบาล

สื่อสาร ในพ.ศ. 2547 จังหวัดอุบลราชธานีมีที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข 22 แห่ง โดยมีจำนวนไปรษณีย์ภัณฑ์ทั้งสิ้น 6,556,231 ชิ้น มีชุมสายโทรศัพท์จำนวน 86 แห่ง จำนวนเลขหมายที่มีผู้เช่า 44,758 เลขหมาย โดยประเภทผู้เช่าส่วนมากเป็นบ้านพักอาศัย 30,806 เลขหมาย เป็นสาธารณะ 6,017 เลขหมาย และธุรกิจต่าง ๆ 4,408 เลขหมาย

การศึกษาและศาสนา การศึกษาในพ.ศ. 2547 การศึกษาของจังหวัดในระดับ ประถมถึงมัธยมศึกษา มีสถานศึกษา 1,457 แห่ง ในระดับอาชีวศึกษา มี 11 แห่ง ในระดับ อุดมศึกษา (ปริญญาตรีและปริญญาโท) มี 4 แห่ง มีวิทยาลัยพยาบาล 1 แห่ง และสถาบัน การศึกษาของสงฆ์ 1 แห่ง โดยประชาชนส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ จึงมีวัดและสำนัก สงฆ์ในพระพุทธศาสนากระจายอยู่ทั่วไป

การสาธารณสุข สถานบริการด้านสาธารณสุข ที่เปิดดำเนินการในจังหวัด พ.ศ. 2547 มีโรงพยาบาลรัฐบาล 22 แห่ง สถานีอนามัย 309 แห่ง สถานบริการสาธารณสุข ชุมชน 5 แห่ง สถานบริการสาธารณสุขเฉพาะโรค 3 แห่ง โรงพยาบาลเอกชน 3 แห่ง คลินิกแพทย์ 123 แห่ง คลินิกทันตกรรม 33 แห่ง สถานผดุงครรภ์ 285 แห่ง เทคนิคการ แพทย์ 2 แห่ง ร้านขายยาปัจจุบันที่มีเภสัชกรเป็นผู้ถือใบอนุญาต 81 แห่ง ร้านขายยาปัจจุบัน 98 แห่ง ร้านขายยาแผนโบราณ 68 แห่ง สถานพยาบาลแผนโบราณ 5 แห่งร้านผลิตยาแผน-โบราณ 9 แห่ง

ตาราง 3

ผลการประเมินความสามารถรองรับของจังหวัดด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน

สาธารณูปโภคพื้นฐาน	สูงกว่าเกณฑ์	อยู่ในเกณฑ์	ต่ำกว่าเกณฑ์
ไฟฟ้า	มุกดาหาร ชัยภูมิ	เลย นครพนม กาฬสินธุ์	ยโสธร ศรีสะเกษ
	ขอนแก่น อุตรธานี	บุรีรัมย์ อุบลราชธานี	สกลนคร หนองคาย
	มหาสารคาม	สุรินทร์ ร้อยเอ็ด	หนองบัวลำภู
ประปา	ขอนแก่น สุรินทร์	นครราชสีมา	อำนาจเจริญ
		ชัยภูมิ นครพนม	กาฬสินธุ์ หนองบัวลำภู
	นครราชสีมา	มุกดาหาร เลย บุรีรัมย์	หนองคาย ศรีสะเกษ
		ร้อยเอ็ด อุตรธานี	มหาสารคาม
		สกลนคร	อุบลราชธานี
		อำนาจเจริญ ยโสธร	
โทรศัพท์	-	ขอนแก่น นครราชสีมา	กาฬสินธุ์ ชัยภูมิ
		มุกดาหาร อุตรธานี	มุกดาหาร บุรีรัมย์
			ร้อยเอ็ด เลย สกลนคร
			สุรินทร์ ศรีสะเกษ
			หนองคาย ยโสธร
			อุบลราชธานี
			อำนาจเจริญ
		หนองบัวลำภู	

ที่มา: จาก “โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการ ท้องที่เขตกาศีสาน,” ใน รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร. (หน้า 2) โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.

ลักษณะทางเศรษฐกิจ

โครงสร้างทางเศรษฐกิจ สถานะทางเศรษฐกิจของพื้นที่ 6 จังหวัดริมน้ำโขงมีโครงสร้างเศรษฐกิจประกอบด้วยสาขาการผลิตต่าง ๆ ดังนี้คือ สาขาเกษตรกรรม ประมง ป่าไม้ อุตสาหกรรม การก่อสร้าง การไฟและการประปา การคมนาคมและการขนส่ง การค้าส่งและค้าปลีก การธนาคารประกันภัยและธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ที่อยู่อาศัยการบริหารราชการและป้องกันประเทศ และการบริการ ซึ่งโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ 6 จังหวัดมี

การผลิตด้านเกษตรกรรมเป็นหลักเนื่องจาก มีประชากรที่เป็นกำลังแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ และมีบทบาทสำคัญมากที่สุดในทุกสาขาการผลิต หากแรงงานมีคุณภาพ และได้รับรายได้รวมถึงมีค่าครองชีพในระดับที่เหมาะสม ก็จะทำให้แรงงานมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและจะส่งผลถึงความสำเร็จของการผลิตของทุกสาขาการผลิต ที่จะมีผลต่อเนื่องไปจนถึงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศด้วย ดังนั้นเพื่อให้การพิจารณา รายได้และค่าครองชีพของประชากร ในพื้นที่กรณีศึกษาได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการศึกษาจากระดับรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีของประชากร เพื่อสะท้อนระดับค่าครองชีพของประชากร

ลักษณะทางเศรษฐกิจ จังหวัดเลย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรายงานว่า พ.ศ. 2547 ผลิตภัณฑ์จังหวัดตามราคาประจำพ.ศ. 2545 จังหวัดเลยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) 18,655 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี 31,247 บาท เป็นลำดับที่ 3 ของภาค ลำดับที่ 50 ของประเทศ (ตารางที่ 4)

ลักษณะทางเศรษฐกิจ จังหวัดหนองคาย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรายงานว่า พ.ศ. 2547 ผลิตภัณฑ์จังหวัดตามราคาประจำ พ.ศ. 2545 จังหวัดหนองคายมีมูลค่า ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) 21,780 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี 24,093 บาท เป็นลำดับที่ 11 ของภาค ลำดับที่ 68 ของประเทศ (ตาราง 4)

ลักษณะทางเศรษฐกิจจังหวัดนครพนม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรายงานว่า พ.ศ. 2547 ผลิตภัณฑ์จังหวัดตามราคาประจำ พ.ศ. 2545 จังหวัดนครพนมมีมูลค่า ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) 15,951 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี 22,787 บาท เป็นลำดับที่ 12 ของภาค ลำดับที่ 69 ของประเทศ (ตาราง 4)

ลักษณะทางเศรษฐกิจ จังหวัดมุกดาหาร สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรายงานว่า พ.ศ. 2547 ผลิตภัณฑ์จังหวัดตามราคาประจำ พ.ศ. 2545 จังหวัดมุกดาหารมีมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) 8,533 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี 28,827 บาท เป็นลำดับที่ 5 ของภาค ลำดับที่ 61 ของประเทศ (ตาราง 4)

ลักษณะทางเศรษฐกิจ จังหวัดอำนาจเจริญ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรายงานว่า พ.ศ. 2547 ผลิตภัณฑ์จังหวัดตามราคาประจำ

พ.ศ. 2545 จังหวัดอำนาจเจริญมีมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) 7,623 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี 20,828 บาท เป็นลำดับที่ 17 ของภาค ลำดับที่ 74 ของประเทศ (ตาราง 4)

ลักษณะทางเศรษฐกิจ จังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรายงานว่า พ.ศ. 2547 ผลิตภัณฑ์จังหวัดตามราคาประจำพ.ศ. 2545 จังหวัดอุบลราชธานีมีมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) 49,057 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี 28,423 บาท เป็นลำดับที่ 6 ของภาค ลำดับที่ 62 ของประเทศ (ตาราง 4)

ตาราง 4

ผลิตภัณฑ์จังหวัด ตามราคาประจำปี เป็นรายจังหวัด พ.ศ. 2545

จังหวัด	มูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัด (ล้านบาท) Gross Provincial Product GPP	รายได้เฉลี่ยต่อหัว (บาท) Per capita GPP	การเรียงลำดับรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี Per capita GPP ranking		
			ของกลุ่ม	ของภาค	ของประเทศ
เลย	18,655	31,247	1	3	50
หนองคาย	21,780	24,093	4	11	68
นครพนม	15,951	22,787	5	12	69
มุกดาหาร	8,533	28,827	2	5	61
อำนาจเจริญ	7,623	20,828	6	17	74
อุบลราชธานี	49,057	28,423	3	6	62

ที่มา: จาก "ผลิตภัณฑ์จังหวัดตามราคาประจำปีเป็นรายจังหวัด ทศวรรษอาณัติกร พ.ศ. 2545." (หน้า 77), สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545, กรุงเทพฯ: สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

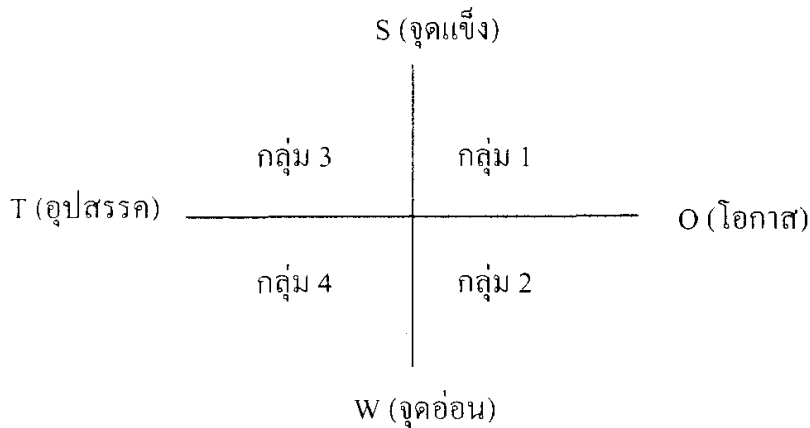
บทที่ 4

วิธีการศึกษาและผลการวิเคราะห์

การศึกษาถึงภาวะการณ์ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขงที่เน้นการท่องเที่ยวจังหวัดภาคอีสาน 6 จังหวัด โดยมีจังหวัดเลย หนองคาย มุกดาหาร นครพนม อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี ที่มีพื้นที่ติดริมน้ำโขง มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ S.W.O.T. หรือจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) อุปสรรค (Threats) และผลกระทบที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในการนำเสนอผลการศึกษาได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของโครงสร้างทางการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัด ส่วนที่สอง สรุปผลวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของทั้ง 6 จังหวัด ส่วนที่สาม วิเคราะห์ผลกระทบ ซึ่งแยกเป็น ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านวัฒนธรรม และส่วนที่สี่ วิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ โอกาสการเจริญเติบโตโดย BCG

การกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยว

การกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคอีสานริมน้ำโขง จะกำหนดจากการนำ S.W.O.T. ของแต่ละจังหวัดมาทำการพิจารณา คือ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) อุปสรรค (Threats) ของ 6 จังหวัดคือ เลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี จาก S.W.O.T. ได้ 4 กลยุทธ์ คือ กลุ่มกลยุทธ์จุดแข็งกับโอกาส SO กลุ่มกลยุทธ์จุดอ่อนกับโอกาส WO กลุ่มกลยุทธ์จุดแข็งกับอุปสรรค TS และกลุ่มกลยุทธ์จุดอ่อนกับอุปสรรค WT



ภาพ 7 การกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวจากการวิเคราะห์ S.W.O.T.

จาก "การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน)," (หน้า 148), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในจะประกอบไปด้วยปัจจัยทั้งจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) ที่อยู่ภายในอุตสาหกรรม ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่โครงสร้างของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว วัฒนธรรมขององค์กร ทรัพยากรของอุตสาหกรรม หมายถึง ทรัพย์สินทุกอย่างภายในการผลิตและการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานการส่งเสริมตลาด บุคลากรเพื่อการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและพัฒนาอีสานริมน้ำโขงได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

จุดแข็งแหล่งท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

1. รายจังหวัด

1.1 จังหวัดเลย มีแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ 4 แห่งที่สำคัญ คือ อุทยานแห่งชาติภูหลวง อุทยานแห่งชาติภูกระดึง อุทยานแห่งชาติภูเรือ งานแห่ผีตาโขน

แหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศมี 3 แห่งที่สำคัญ คือ แก่งคุดคู้ พระธาตุศรีสองรัก งานดอกฝ้ายบาน

แหล่งท่องเที่ยวระดับภาคมี 5 แห่งที่สำคัญ คือ พระธาตุสัจจะ วัดศรีคุณเมือง วัดท่าแขก วัดพระบาทภูควายเงิน น้ำตกตาดเหือด (ไทย-ลาว)

1.2 จังหวัดหนองคาย มีแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ 2 แห่งที่สำคัญ คือ สะพานมิตรภาพไทย-ลาว ทิวทัศน์ริมน้ำโขง งานบั้งไฟพญานาค จังหวัดหนองคาย

แหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศมี 4 แห่งที่สำคัญ หลวงพ่อพระใสวัดโพธิ์ชัย ท่าเสาดีง ตลาดอิน โดจีน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว ภูทอก

แหล่งท่องเที่ยวระดับภาคมี 7 แห่งที่สำคัญคือ น้ำตกธารทิพย์ น้ำตกธารทอง พระธาตุบังพวน หลวงพ่อพระเจ้าองค์ตื้อ วัดหินหมากเป้ง ศาลาแก้ว หาดจอมมณี และจังหวัดหนองคายยังได้รับการจัดอันดับเป็นลำดับที่ 7 ของเมืองน่าอยู่ของโลกจากเมืองที่ได้รับการจัดอันดับทั้งหมด 15 แห่ง

1.3 จังหวัดนครพนม แหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศมี 4 แห่งที่สำคัญคือ พระธาตุพนม เรณูนคร งานนมัสการพระธาตุพนม งานไหลเรือไฟ

แหล่งท่องเที่ยวระดับภาคมี 1 แห่งที่สำคัญคือ ทิวทัศน์เขื่อนหน้าเมือง นครพนมจังหวัดนครพนม สงกรานต์ไทย บุญปีใหม่ลาว

1.4 จังหวัดมุกดาหาร มีแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ 1 แห่งที่สำคัญ คือ อุทยานแห่งชาติมุกดาหาร

แหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศมี 7 แห่งที่สำคัญ คือ หอแก้วมุกดาหาร ตลาดอิน โดจีน อุทยานภูสระดอกบัว

แหล่งท่องเที่ยวระดับภาคมี 4 แห่งสำคัญ คือ น้ำตกคำชะอี น้ำตกภูผาขาม วัดภูจ้อก้อ งานรวมเผ่าไทยมุกดาหาร มะขามหวานชายโขง

1.5 จังหวัดอำนาจเจริญ แหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศมี 1 แห่งสำคัญ คือ พุทธอุทยานพระมงคลมิ่งเมืองอำนาจเจริญ

แหล่งท่องเที่ยวระดับภาคมี 5 แห่งที่สำคัญคือ วัดถ้ำแสงเพชร วัดพระเหลาเทพนิมิต วัดไชยติการาม อ่างเก็บน้ำพุทธอุทยาน งานประเพณีฮิตสิบสอง

1.6 จังหวัดอุบลราชธานี มีแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ 3 แห่งสำคัญ
อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ งานแห่เทียนพรรษาอุบลราชธานี
แหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศมี 4 แห่งสำคัญ แม่น้ำสองสี วัดป่านานาชาติ
ช่องเม็ก แก่งสะพืออุบลราชธานี

แหล่งท่องเที่ยวระดับภาคมี 11 แห่งสำคัญ หาดคูเต่า หาดวัดใต้ เขื่อน
สิรินธร เขื่อนปากมูล น้ำตกสร้อยสวรรค์ พิพิธภัณฑ์เปิดบ้านก้านเหลืองอุบลราชธานี

จุดอ่อนแหล่งท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

1. มีการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวสูง
2. แหล่งท่องเที่ยวส่วนมากเสื่อมโทรมขาดการบำรุงรักษา
3. การจัดการภูมิทัศน์ยังมีปัญหา ไม่มีมาตรฐาน
4. ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวยังต่ำ ทั้งปริมาณและคุณภาพ
5. การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความน่าสนใจ ไม่มีผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้
6. บางแหล่งท่องเที่ยวขาดการบริการที่สม่ำเสมอเฉพาะช่วงฤดูกาล
7. ขาดการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนการท่องเที่ยวในลักษณะแหล่งท่องเที่ยว
ประเภทสวนสนุก พิพิธภัณฑ์ สนามกอล์ฟ เพื่อให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยว

จุดแข็งกิจกรรมท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

1. เลย งานแห่ผีตาโขน กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (eco-tourism) อุทยานแห่งชาติ
นาแห้ว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (litho tourism) สวนหินผางาม กิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (agro-tourism) อุทยานแห่งชาติภูเรือ
2. หนองคาย งานบั้งไฟพญานาค กิจกรรมเส้นทางเชื่อมโยงลาว หนองคาย-เวียงจันทน์
3. นครพนม งานไหว้พระธาตุพนม งานสงกรานต์ บุญปีไหม่ลาว งานไหลเรือไฟ
งานแข่งขันไตรกีฬา กิจกรรมเส้นทางธรรมชาติ ถนนหมายเลข 8 (นครพนม-คำม่วน-
หลักซาง-เวียงคานม) กิจกรรมท่องเที่ยวเส้นทางประวัติศาสตร์ ถนนหมายเลข 9
(นครพนม-มุกดาหาร-สะหวันเขต-กวางตรี-เว้-คานัง)

4. มุกดาหาร งานรวมเผ่าไทยมุกดาหารมะขามหวานชายโขง กิจกรรม “วันเดียวกินข้าวสามแผ่นดิน” ในเส้นทาง ถนนหมายเลข 9 (มุกดาหาร-สะพานนะเขต-ดองฮา-เว้-คานัง)

5. อำนาจเจริญ งานประเพณีฮิตสิบสอง

6. อุบลราชธานี งานแห่เทียนพรรษา กิจกรรมเส้นทางเชื่อมโยงลาว อุบลฯ-ปากเซ-จำปาสัก

กิจกรรมริมน้ำโขงที่น่าสนใจ ได้แก่ ล่องเรือแม่น้ำโขง เส้นทางเลียบริมโขง (อุบลฯ-อำนาจเจริญ-มุกดาหาร-นครพนม-หนองคาย-เลย) นั่งเครื่องบินเล็กชมวิวแม่น้ำโขง กิจกรรมหาดทรายริมแม่น้ำโขง การพักผ่อนแบบ Long Stay หรือ Home Stay

จุดอ่อนกิจกรรมการท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

1. ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง สื่อสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์มีน้อย
2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีการนำเสนอขาย กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานริมน้ำโขงมีปริมาณน้อย
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีเป็นช่วงฤดูกาล
4. ขาดการประสานงานที่ดีจากบุคลากรในท้องถิ่น

การให้บริการและการจัดการท่องเที่ยว

จุดแข็ง ได้แก่

1. มีบริการอาหารเฉพาะท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นของรสชาติอาหาร การปรุงและวัตถุดิบรวมถึงการให้บริการอาหารอินโดจีน
2. อาหารจากปลาแม่น้ำโขง
3. เอกชน และราชการมีความเข้าใจและต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จุดอ่อน ได้แก่

1. การจัดการบริหารสถานที่ท่องเที่ยวขาดการดูแลบำรุงรักษา ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว
2. ขาดแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถถ่ายทอดจากนโยบายสู่การปฏิบัติระดับท้องถิ่น
3. ขาดการบริหารและขาดการดูแลการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น

4. การบริการยังไม่ได้มาตรฐาน บุคลากรบางคนยังใช้ภาษาอังกฤษได้ไม่ดี
5. ขาดเงินทุนในการปรับปรุงและบริหาร นายทุนส่วนใหญ่เป็นคนไทยไม่ค่อยมีต่างชาติไปลงทุนด้านโรงแรมเหมือนแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล
6. การบริการของภาครัฐด้านสาธารณูปโภคยังไม่เพียงพอ
7. ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
8. ช่วงเวลาที่มีผู้มาท่องเที่ยวมีเวลาน้อยเฉพาะในช่วง กันยายน-กุมภาพันธ์

สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว

จุดแข็ง ได้แก่

1. โรงแรมมีระดับราคาค่อนข้างต่ำ จนถึงโรงแรมที่พักหรูริมแม่น้ำโขง เช่น โรงแรม เดอะแม่น้ำโขงแกรนด์รีวิว ที่อยู่สัมผัสกับดินแดนไทย-ลาวจังหวัดนครพนม และ ทอแสง โขงเจียมรีสอร์ท เป็นต้น
2. ธุรกิจโรงแรมที่อีสานริมแม่น้ำโขงทั้ง 6 จังหวัด มีการร่วมมือทางธุรกิจทั้งการ กำหนดราคา ความปลอดภัยที่มีมาตรฐานเทียบเท่าภูมิภาคอื่น ๆ
3. บริษัททัวร์ท่องเที่ยว มีความพร้อมทางด้านบริการ ทั้งทางรถยนต์ รถบัสปรับอากาศ รถไฟ และทางสายการบิน ซึ่งใช้การประสานงานไม่ต้องใช้เงินในการลงทุนผลิต
4. บริษัทบริการนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในด้าน เครื่องอำนวยความสะดวก จักรยานเสือภูเขา เรือแคนู เรือสปีดโบ๊ท เรือหางยาว
5. มีสินค้าและร้านค้าจำนวนมาก ทั้งสินค้าพื้นเมือง เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้าไหมจิต ผ้าลายจิต ผ้ามุก ไม้กวาด เครื่องเงิน และสินค้าที่ขายในท่าเสด็จตลาดอินโดจีน ซึ่ง นักท่องเที่ยวชอบซื้อเพราะปลอดภัย
6. มีการจัดนำเที่ยวทั้งในแถบฝั่งไทย และบริการนำเที่ยวข้ามไปยังฝั่งประเทศเพื่อนบ้านสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว)

จุดอ่อน ได้แก่

1. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ยังมีศักยภาพต่ำไม่เพียงพอทั้งปริมาณ และ คุณภาพ
2. ควรมีการปรับปรุงมาตรฐานที่พัก ร้านอาหาร แหล่งบันเทิง

3. ต้องมีการฝึกอบรม หลักสูตรด้านการบริการร้านอาหาร อบรมพนักงาน โรงแรม
4. ควรมีการรณรงค์สร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น
5. การแข่งขันกันในการบริหารงาน ในท้องถิ่นไม่ต่อเนื่อง
6. ผู้ประกอบการธุรกิจขาดแรงกระตุ้นในการทำงาน
7. บริษัททัวร์ส่วนมากจะขายเฉพาะทัวร์รถทัวร์รถไฟ ไม่มีโปรแกรมที่น่าสนใจ
8. ขาดเงินทุนในการปรับปรุงและบริหารงาน
9. นักท่องเที่ยวขาดข้อมูลที่น่าสนใจ การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวยังมีน้อยมาก
10. จำนวนมัคคุเทศก์มีน้อย เพราะรายได้ต่ำเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล
11. ร้านอาหารจะมีการแข่งขันกันสูงเพราะมีจำนวนมาก
12. การบริการและความสะอาดยังเป็นปัญหา
13. มาตรฐานของสินค้าด้านราคามีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ยังไม่น่าสนใจ

การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว

จุดแข็ง ได้แก่

1. มีสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 2 ที่จังหวัดอุบลราชธานี
2. มีสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 4 ที่จังหวัดนครพนม
3. มีการส่งเสริมการพำนักแบบ Long Stay และ Home Stay ที่จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร และอุบลราชธานี
4. มีการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งมีหลายสาขา เช่น เชิงอนุรักษ์ เชิงนิเวศ เชิงวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณี

จุดอ่อน ได้แก่

1. ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างพอเพียง
2. ขาดความต่อเนื่องในการส่งเสริมตลาด
3. ขาดเอกสารเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวอย่างพอเพียง

4. ขาดแผนที่ท่องเที่ยว ขาดเอกสารภาษาอังกฤษ

โครงสร้างพื้นฐาน

จุดแข็ง ได้แก่

1. มีถนนโครงข่ายเส้นทางคมนาคมเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้การเดินทางเชื่อมต่อไปในพื้นที่ 6 จังหวัดริมน้ำโขงสะดวกสำหรับรถส่วนตัวและรถโดยสารประจำทาง
2. มีบริการรถไฟถึงสามแห่งในทั้งหมด 6 จังหวัด ได้แก่ หนองคาย มุกดาหาร และอุบลราชธานี ซึ่งมีบริการทั้งรถด่วน รถเร็ว และรถด่วนพิเศษสปริงเตอร์
3. มีสนามบินพาณิชย์ที่ได้มาตรฐาน สามารถขนส่งสินค้า และผู้โดยสารได้จำนวนมากที่จังหวัดอุบลราชธานี และสนามบินพาณิชย์รับส่งผู้โดยสารที่จังหวัดนครพนม
4. อีสานริมน้ำโขงมีเส้นทางที่สามารถติดต่อกับนครเวียงจันทน์ได้ มีสะพานมิตรภาพไทยลาวที่จังหวัดหนองคาย มีเรือข้ามฝากที่จังหวัดอุบลราชธานี

จุดอ่อน ได้แก่

1. รถประจำทางที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีการให้บริการที่น้อย คือ มีรถวิ่งประจำทางเพียงช่วงเช้า เที่ยง และเย็น บางครั้งนักท่องเที่ยวที่ไปก็ต้องถูกบังคับด้วยเวลาในการท่องเที่ยว
2. ควรปรับปรุงถนนและการคมนาคมภายในตัวเมือง การเดินทาง ของรถยนต์ รถจักรยานยนต์ให้ใช้กฎจราจรที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
3. ควรมีการขยายบริเวณของสถานีขนส่งเพื่อรองรับการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารที่มากขึ้น
4. บริเวณสถานีรถไฟควรปรับปรุงให้สะอาด
5. ร้านอาหารจะมีการแข่งขันกันสูงเพราะมีจำนวนมาก
6. การบริการและความสะอาดยังเป็นปัญหา

สาธารณสุขโลก

จุดแข็ง ได้แก่

1. มีโรงพยาบาลที่สามารถรองรับได้ในระดับสากล

จุดอ่อน ได้แก่

แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งขาดแคลนสาธารณสุขโลก และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน หรือที่มีอยู่ก็ชำรุด โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวไปเที่ยว จะละเลยการดูแลด้านนี้ เช่น

1. ห้องน้ำมีสภาพไม่ดี ชำรุด ไม่มีน้ำ สกปรก และไม่เพียงพอ
2. ที่จอดรถมีน้อยและไม่เป็นระเบียบ
3. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีไฟฟ้า
4. ขาดแคลนโทรศัพท์สาธารณะบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว
5. น้ำดื่มน้ำใช้สาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบางแห่งไม่เหมาะสม เช่น ใช้น้ำตามธรรมชาติ หรือน้ำบาดาล
6. แหล่งท่องเที่ยวบางส่วนไม่มีบ้านพักไว้รองรับนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอกจะประกอบด้วย ปัจจัยโอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) ที่อยู่ภายนอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมระยะสั้นของผู้บริหารระดับสูง โดยทั่วไปมีอยู่ 2 ส่วน คือ

1. สภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน (task environment) ประกอบด้วยปัจจัยที่กระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้มีส่วนได้เสีย รัฐบาล ผู้นำยวัตตุดิบ ชุมชนคู่แข่ง ลูกค้า เจ้าหนี้ สหภาพแรงงาน สมาคมการค้าและกลุ่มผลประโยชน์

2. สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป (general environment) ประกอบด้วยปัจจัยที่ไม่กระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานระยะสั้นของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระยะยาวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี กฎหมายและการเมือง

จากการสัมภาษณ์เจาะลึกของหน่วยงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและพัฒนาอีสานริมน้ำโขงได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

โอกาส ได้แก่

1. การสนับสนุนของภาครัฐที่จะพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เริ่มมีนโยบายที่จะกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้นจึงเป็นโอกาสของการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขงมากขึ้นตามไปด้วย

2. นโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นตลอดทั้งปีและมากพิเศษในช่วงเทศกาลงานประเพณี

3. ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ที่มีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แยกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว (cluster) มากขึ้น ทำให้เกิดโอกาสการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของอนุภาคมากขึ้น โดยเฉพาะ (cluster) ของอารยธรรมลุ่มฝั่งแม่น้ำโขง

4. ความเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง และความเป็นประตูสู่อินโดจีน และบริเวณจุดผ่านแดน และจุดผ่อนปรนมีจำนวนคนเดินทางเข้าออกเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดเงินตราหมุนเวียน โดยการใช้หนังสือผ่านแดนค่อนข้างสะดวก รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างมาก

5. มีท่าอากาศยานการบินพาณิชย์ ที่อุบลราชธานี และนครพนม สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาด้วยสายการบิน หรือสามารถเช่าเหมาลำเครื่องบินมาท่องเที่ยวในจังหวัดอีสานริมน้ำโขง โดยสามารถเดินทางท่องเที่ยวต่อได้ทั้งทางบกและทางน้ำ

6. การรถไฟแห่งประเทศไทย มีบริการเดินรถไฟตรงถึงอีสานริมน้ำโขงมากถึง 3 จังหวัด หนองคาย มุกดาหาร และอุบลราชธานี ในจังหวัดอื่นสามารถเดินทางต่อได้โดยรถโดยสารประจำทางหรือรถยนต์ที่สะดวก นอกจากนี้ ทางการรถไฟแห่งประเทศไทย

ยังสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ โดยร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวในการจัดรายการโปรแกรมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง

7. จังหวัดหนองคาย ซึ่งเป็นหนึ่งใน 6 จังหวัดริมน้ำโขง ได้รับการจัดอันดับเมืองที่ได้รับความสนใจจากผู้สูงอายุชาวอเมริกัน ในนิตยสาร Modern Maturity จัดพิมพ์โดยสมาคมชาวอเมริกันผู้เกษียณอายุ ฉบับเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2544 ว่าเป็นเมืองพักผ่อนที่ดีที่สุด ลำดับที่ 7 จากทั้งหมด 15 อันดับ โดยพิจารณาจากตัวชี้วัดด้านลักษณะภูมิอากาศ สถานที่พัก ระบบการขนส่ง การบริการด้านสาธารณสุข สภาพแวดล้อม กิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ ความปลอดภัย ความมั่นคงทางการเมือง และการเข้าถึงเทคโนโลยี ทำให้อนุภาคนี้อได้รับความสนใจไปด้วย และเป็นจุดขายทางการตลาดจุดหนึ่ง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบ Long Stay

8. ส่งเสริมการขายตรงอีสานทางเลือกใหม่ เน้นจุดขายที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่นได้แก่ แม่น้ำโขง เป็นแรงกระตุ้นในการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำ

9. ให้ความสำคัญกับงานประจำปีประเพณีที่มีความสำคัญ โดยให้คำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้น เช่น ที่พักและการจองห้องพัก จัดทัวร์ระยะสั้น ประชาสัมพันธ์เส้นทางคมนาคม ในการเดินทางมาเที่ยว

10. นครหลวงเวียงจันทร์ สปป.ลาว เป็นศูนย์กลางพรรค รัฐ การค้าการลงทุนในประเทศทั้งหมดองค์กรธุรกิจของไทย จึงต้องผ่านหนองคาย

11. พรรคประชาชนปฏิวัติลาว กรมการเมืองศูนย์กลางพรรคอยู่นครหลวงเวียงจันทร์เป็นผู้ตัดสินใจทุกเรื่อง (รัฐฐาธิปัตย์) ในด้านการค้าการลงทุนตามนโยบายจินตการใหม่จึงต้องผ่านหนองคาย

อุปสรรค ได้แก่

1. งบประมาณด้านการท่องเที่ยวมีอยู่อย่างจำกัด ไม่เพียงพอต่อการพัฒนา
2. ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงสภาพแวดล้อมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้มีมาตรฐานในระดับสากลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
3. ปัญหาด้านการเข้าถึง เนื่องจากไม่มีการรวบรวมแหล่งร้านค้า และแผนที่บอกทิศทางแก่นักท่องเที่ยว

4. ปัญหาสาธารณูปโภคสาธารณูปการ และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมยังมีปัญหาไม่มากเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน แต่เพื่ออนาคตต้องมีแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

5. ปัญหาการบุกรุกพื้นที่ และการใช้ประโยชน์ที่ดิน ในบางแห่งมีการบุกรุกที่สาธารณะเพื่อปลูกสร้างร้านค้า ร้านอาหารตามริมน้ำโขงในช่วงเทศกาลต่าง ๆ รวมถึงการทำแพร้านอาหารตามแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ

6. ปัญหาด้านมาตรฐานของการให้บริการที่ยังขาดความเป็นมาตรฐานสากลที่ยกระดับการท่องเที่ยวเช่น ป้ายสัญลักษณ์ มัคคุเทศก์ สื่อให้ความรู้ทางด้านอารยธรรม

7. จากการศึกษาถึงการนำผู้นำองค์กรท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาตามกฎหมายใหม่ พบว่าองค์กรท้องถิ่นยังขาดความพร้อมในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดความเข้าใจถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ และขีดความสามารถในการพัฒนา ขาดความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่เทคนิคเฉพาะ ที่จำเป็นต่อการปกป้องรักษาทรัพยากร รวมทั้งความเข้าใจด้านกฎระเบียบต่าง ๆ และยังมีแนวโน้มที่มุ่งผลประโยชน์ส่วนตนและกลุ่มมากกว่าการคำนึงถึงผลลัพธ์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งกรอบวิธีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

8. ในด้านศักยภาพในการดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวในระดับนานาชาติแล้ว นับว่าอยู่ในระดับต่ำทั้งด้านสื่อการเรียนรู้ความสนุกสนาน หรือความน่าเข้าไปเยี่ยมชม เนื่องจากยังขาดคำอธิบายเรื่องราวของอารยธรรม โบราณคดีหรือศิลปวัฒนธรรมที่ชัดเจน การใช้ภาษาสากลในการอธิบายทั้งในรูปแบบโฆษณา และเอกสารให้ความรู้ ตลอดจนมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความสามารถ และเข้าใจถึงความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

9. การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่ม 6 จังหวัดอีสานริมน้ำโขง มีการกระจายตัวด้านที่ตั้งสูง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวหลัก แหล่งท่องเที่ยวรอง และแหล่งท่องเที่ยวส่งเสริม จึงไม่ค่อยมีการจัดระบบการท่องเที่ยว ทั้งในรูปของกลุ่มที่เป็นประเภทเดียวกัน (cluster) และกลุ่มหลากหลาย ปัจจัยระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเป็นอุปสรรคประการสำคัญประการหนึ่ง

10. การส่งเสริมการตลาดในเชิงกลยุทธ์ยังขาดการเลือกและขาดการส่งเสริมทรัพยากรเพื่อสร้างจุดท่องเที่ยวหลักให้เกิดความโดดเด่น และเกิดความแตกต่างมากพอที่จะสร้างทางเลือกให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาเที่ยวในจุดหลักก่อน อันจะส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยวเสริมให้ได้รับผลกระทบในด้านปริมาณนักท่องเที่ยวและผลลัพธ์อื่น ๆ ตามมา

11. ข้อมูลมาตรฐานของต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว การใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความชัดเจนเพียงพอ หรือขาดมาตรฐานที่จะช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว สำหรับการให้บริการข้อมูลของบริษัทท่องเที่ยวก็ยังไม่มีความเป็นมาตรฐานเดียวกัน แต่เป็นข้อมูลอิงวัตถุประสงค์ของการจัดการของผู้ประกอบการมากกว่า ความไม่พอเพียง ชัดเจนของข้อมูลการท่องเที่ยว การไม่สามารถจัดให้มีบริการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว

12. แหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งจะมีฤดูกาลหรือ ปรากฏการณ์เป็นระยะเวลา ซึ่งไม่สามารถจะให้บริการทั้งปีได้ เช่น บั้งไฟพญานาคที่จังหวัดหนองคาย หรืองานเทศกาลประจำปีต่าง ๆ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีไม่สม่ำเสมอตลอดทั้งปี ทำให้การวางแผนการจัดการท่องเที่ยวมีความยุ่งยาก และการให้บริการแต่ละส่วน โดยเฉพาะด้านการเดินทางขนส่ง ที่พักราคาสูง เนื่องจากต้องเฉลี่ยรายได้ตลอดปี

13. ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและด้านต่างๆ ของไทยขาดความรู้ความเข้าใจระบบพรรคคอมมิวนิสต์ลาว เวียดนาม ซึ่งกุมอำนาจรัฐยังคิดว่าภาครัฐสำคัญสุด เช่น รัฐมนตรี ปลัดกระทรวง ซึ่งเข้าไม่ถึงพรรคฯ

ผลวิเคราะห์ S.W.O.T. ภาพรวมอีสานริมน้ำโขง

จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่

1. การคมนาคมขนส่งที่สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปสู่จังหวัดใกล้เคียงได้โดยง่าย เพราะในทุกพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยวมีถนนลาดยางเชื่อมโยงต่อกันใน 6 จังหวัด และถนนเลียบริมแม่น้ำโขงก็เป็นถนนลาดยางตลอด ตั้งแต่ที่อำเภอปากชม จังหวัดเลย ถนนหมายเลข 211 และ หมายเลข 212 หนองคาย จนถึงอุบลราชธานี

2. บริเวณอีสานริมน้ำโขงทั้ง 6 จังหวัด มีสนามบินพาณิชย์รองรับนักท่องเที่ยว 2 แห่งคือที่อุบลราชธานีและนครพนม ใกล้เคียงอีก 1 แห่ง คือ อุดรธานี มีสนามบินที่สามารถนั่งรถโดยสารประจำทางมายัง 6 จังหวัดริมน้ำโขงได้โดยง่ายและสะดวก

3. เป็นประตูด่านสำคัญ สู่กลุ่มประเทศอินโดจีน ในทุกจังหวัดริมน้ำโขงมีเขตติดต่อกับ สปป.ลาว สามารถเดินทางข้ามประเทศผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองได้โดยรถยนต์หรือเรือ เช่น ที่จังหวัดหนองคายผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองข้ามสะพานมิตรภาพไทยลาวหรือผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองนั่งเรือข้ามฝากที่จังหวัดมุกดาหาร ไปสะหวันนะเขต

4. มีสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 2 ที่จังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 4 ที่จังหวัดนครพนมเพื่อบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

5. มีการส่งเสริมการพำนักแบบ Long Stay และ Home Stay ที่จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร และอุบลราชธานี

6. เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแหล่งกำเนิดอารยธรรมไทยอีสานในช่วง (ก่อนประวัติศาสตร์-ประวัติศาสตร์) และประตูสู่อินโดจีน (โลกแม่น้ำโขง)

7. มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมีความแตกต่างและเอกลักษณ์พิเศษ อุทยานแห่งชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมกระจายครอบคลุมในทุกพื้นที่ใน 6 จังหวัด

8. ในพื้นที่เขตติดต่อกันทั้ง 6 จังหวัดมีสถาบันการศึกษาที่มีความสามารถในการผลิตทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดีและมีคุณภาพ

9. มีสถานประกอบการธุรกิจที่พักโรงแรม และเกสต์เฮาส์สำหรับรองรับการเข้าพักของนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ ต่อการต้อนรับการจัดประชุมสัมมนา

10. เป็นที่ตั้งของเมืองศูนย์กลางการค้ามีสถานประกอบการค้าขนาดใหญ่ และการค้าส่ง การค้าปลีกที่ทันสมัย มีบริการอาหารเฉพาะของท้องถิ่น

11. มีหน่วยงานออกหนังสือเดินทางตั้งอยู่ในพื้นที่ มีด่านผ่านแดนไปยัง สปป. ลาว

12. มีสำนักงานการท่องเที่ยวเขตตั้งอยู่ในพื้นที่

จุดอ่อน (Weakness) ได้แก่

1. ขาดงบประมาณในการดำเนินงาน การลงทุนสูงในการนำมาใช้ด้านการท่องเที่ยว

2. ปรับปรุงโครงข่ายการคมนาคมเชื่อมต่อการท่องเที่ยวข้ามประเทศ โดยเฉพาะการบินด้วยเครื่องบินเล็ก

3. ขาดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นองค์ความรู้เพื่อสนับสนุน การเกษตร การค้า และการบริการ

4. ขาดความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ขาดแรงจูงใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในทุกระดับท่องเที่ยว ขาดการประชาสัมพันธ์ และศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ขาดการส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง

5. แหล่งท่องเที่ยว แต่ละแห่งจะมีปัญหาขาดแคลนน้ำจืดซึ่งเป็นผลมาจากความแห้งแล้งในฤดูร้อน ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาที่ว้นน้อย หรือที่มาท่องเที่ยว ก็จะไม่ประทับใจ

6. การเข้าพักในวนอุทยานแห่งชาติเกือบทุกแห่ง เมื่อนักท่องเที่ยวสอบถามเพื่อจะสั่งจองที่พัก ก็จะได้รับคำตอบว่าเต็ม หรือปิด

7. บทบาทภาคเอกชนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่มากเท่าที่ควร

8. ควรมีการส่งเสริมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ

9. มีปัญหาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวก ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน

10. มีปัญหาด้านการจัดการผังการใช้พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณสถานที่

11. ยังขาดแคลนด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน

12. การกระจายรายได้ของประชาชนยังมีน้อย

13. แหล่งท่องเที่ยวกลางคืนยังมีน้อย

14. บางแหล่งท่องเที่ยวขาดบริการท่องเที่ยวที่สม่ำเสมอ

15. การนำเสนอการท่องเที่ยวยังขาดความโดดเด่นและดึงดูดใจเพียงพอ

โอกาส (Opportunities) ได้แก่

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่ม 6 จังหวัดริมน้ำโขงให้โดดเด่นเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว และ สร้างกลุ่มการท่องเที่ยวให้เข้มแข็งมีความเหมาะสมในการพำนักแบบ Long Stay

2. ผลิตภัณฑ์การบุคลากรให้มีประสิทธิภาพเพื่อออกมาพัฒนาท้องถิ่นให้มีความก้าวหน้าและยั่งยืน

3. พัฒนาและยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านการท่องเที่ยวให้มีความสามารถทั้งด้านภาษา และความรู้เรื่องวัฒนธรรมประเพณี
4. พัฒนาและประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยว ให้มีความสอดคล้องกันทั้ง 6 จังหวัดและสร้างแนวร่วมระหว่างประเทศโดยการจัดทัวร์ in-bound ของประเทศในพื้นที่ใกล้เคียง
5. ส่งเสริม package tour ควรมีการศึกษาและสำรวจความเป็นไปได้ในการจัด package tour ร่วมกับบริษัทสายการบินในการเช่าทัวร์เหมาลำ การรถไฟแห่งประเทศไทยเพื่อจัดทัวร์ในราคาพิเศษในเส้นทางบินและเดินรถประจำ
6. ส่งเสริมการขายตรงอีสานทางเลือกใหม่ เน้นจุดขายที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่นได้แก่ แม่น้ำโขง เป็นแรงกระตุ้นในการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำ
7. ให้ความสำคัญกับงานประจำปีประเพณีสำคัญ โดยคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้นเช่น ที่พักและการจองห้องพัก จัดทัวร์ระยะสั้น
8. ร่วมมือกับสถานศึกษาโรงเรียนในพื้นที่คัดเลือกบ้าน และนักเรียนในบ้านนั้น เข้าร่วมโครงการ มัคคุเทศก์ Home Stay เพื่อเป็นมัคคุเทศก์อาสาสมัคร และเผยแพร่ข้อมูล ส่งเสริมการขาย
9. พัฒนาให้ทุกจังหวัดริมน้ำโขง มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งบันเทิง การจราจร ความสะอาด
10. ส่งเสริมการลงทุนในทุก ๆ ด้านให้กับ 6 จังหวัดริมน้ำโขง
11. พัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขงในกลุ่มประเทศอนุภาคแม่น้ำโขง เพราะมีความพร้อมสมบูรณ์
12. ส่งเสริมบทบาทองค์กรท้องถิ่นในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวปรับปรุงเส้นทางคมนาคม
13. สร้างช่องทางการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมของภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่น
14. มีโอกาสที่จะมีสนามบินเพิ่ม สถานีรถไฟเพิ่ม มีบริการรถประจำทางถึงเวียงจันทน์

15. นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และความแตกต่างด้านวัฒนธรรมของไทย จากนโยบายส่งเสริมไทยเที่ยวไทยไปได้ทุกเดือนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

16. นักท่องเที่ยวที่สนใจเที่ยว สเปน, ลาว ใช้อินภูมิภาคเป็นจุดแวะพัก และใช้เป็นเส้นทางผ่านเพื่อเดินทางต่อ

17. นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

18. ในด้านกฎหมายมีการกระจายอำนาจสู่การบริหารในระดับท้องถิ่น เพิ่มการกระจายทรัพยากรในรูปแบบบำรุงท้องถิ่น โดยการเพิ่มความเข้มงวดในเรื่องสิ่งแวดล้อม การใช้ที่ดิน การจัดระเบียบสังคมและความปลอดภัย

19. มีความแปลกใหม่และความพิเศษเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว

อุปสรรค (Threats) ได้แก่

1. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถซึ่งมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอแก่การดำเนินงาน

2. บทบาทของการจัดการในท้องถิ่น ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างเร็ว

3. บริษัทธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมีน้อย ผู้ประกอบการที่มีความชำนาญด้านการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำมีจำกัด ขาดบุคลากรที่ทำงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

4. กรอบนโยบายความร่วมมือเศรษฐกิจชายแดนระหว่างไทย กับประเทศเพื่อนบ้าน อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานท่องเที่ยว ในเรื่องของค่าใช้จ่ายและกฎระเบียบของประเทศเพื่อนบ้านที่ค่อนข้างซับซ้อน คือ การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเดินทางเข้าออก ที่ไม่คงที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

5. นโยบายการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภายในระดับพื้นที่ยังไม่ชัดเจน ที่เป็นอยู่ยังมีความหลากหลายและแยกประเภทมากเกินไป

6. ทรัพยากรท่องเที่ยวสำคัญ ตั้งกระจุกกระจายห่างไกลกัน ทำให้การเชื่อมโยงจากที่หนึ่งไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอีกแห่ง เกิดอุปสรรคด้านระยะทางและเวลา

7. มีการมุ่งผลประโยชน์ทางการเมือง และเศรษฐกิจมากกว่าการพัฒนาและการบริการการท่องเที่ยว

8. การพัฒนามาตรฐานของสินค้าการท่องเที่ยวต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากทางภาครัฐอีกเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงการส่งเสริมลงทุนในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยว

9. ปัญหาของความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ ที่เกิดจากการกระทำของคน คือ การสร้างเขื่อนปิดกั้นน้ำในแม่น้ำโขง ในส่วนที่อยู่ในประเทศจีนที่จะส่งผลกระทบต่อระดับน้ำในแม่น้ำ และส่งผลกระทบต่อเหตุการณ์ธรรมชาติ บั้งไฟพญานาคที่เกิดขึ้นในแม่น้ำโขงช่วงเทศกาลออกพรรษา ซึ่งเชื่อว่าในอนาคตอาจมีให้เห็นน้อย

10. การท่องเที่ยวในบางพื้นที่ยังต้องอาศัยฤดูกาลเพราะในช่วงฤดูร้อน มีนาคมกรกฏาคม จะเป็นช่วงที่น้ำจืดมีน้อย น้ำในแม่น้ำก็แห้งทำให้เรือข้ามมาไม่ได้ เพราะมีเกาะแก่งเกิดขึ้น ในช่วงฤดูน้ำหลากน้ำจะมีมากทำลายสันทรายชายฝั่งโขง

11. ต้นทุนที่เป็นปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น เช่น น้ำมันราคาแพง ค่าขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น ทำเทียบเรือไม่เพียงพอ

12. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการท่องเที่ยวจะมีต้นทุนการลงทุนที่สูง และยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจ

13. อุปสรรคในด้านการแข่งขันของการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือความเข้าใจของคนทั่วไปจะคิดว่าพื้นที่ในภาคอีสานจะร้อน แห้งแล้ง ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้เกิดการใช้เวลาในการตัดสินใจที่จะพิจารณามาท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นและไม่มั่นใจในความสำราญที่จะได้รับ

1. เมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factor Evaluation Matrix--IFE)

เป็นเมทริกซ์ที่ประเมินและการให้น้ำหนักปัจจัยภายใน จุดอ่อนจุดแข็งขององค์กร

ตาราง 5

แมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน IFE Matrix

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (Critical Internal Factor)	น้ำหนัก (Weight)	การประเมิน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
(1)	(2)	(3)	(4) = (2) x (3)
จุดแข็ง (Strengths)			
1. การคมนาคมขนส่งสามารถเดินทางเชื่อมต่อไป จังหวัดใกล้เคียงได้โดยง่ายเพราะในทุกพื้นที่ของ สถานที่ท่องเที่ยวมีถนนลาดยางเชื่อมต่อถึงกันในทุก จังหวัดและถนนเลียบริมน้ำโขงก็เป็นถนนลาดยาง ตลอด ตั้งแต่ที่อำเภอปากชมที่จังหวัดเลยถนนหมายเลข 211 และ หมายเลข 212 ที่จังหวัดหนองคาย จน ถึงจังหวัดอุบลราชธานี	0.05	4	0.20
2. บริเวณอีสานริมน้ำโขงทั้ง 6 จังหวัด มีสนามบิน พาณิชย์รองรับนักท่องเที่ยว 2 แห่งที่อุบลราชธานีและ นครพนม ใกล้เคียงอีก 1 แห่งคืออุดรธานีมีสนามบิน ที่สามารถนั่งรถโดยสารประจำทางมายัง 6 จังหวัดริม น้ำโขงได้โดยง่ายและสะดวก	0.04	3	0.12
3. เป็นประตูด่านสำคัญ สู่กลุ่มประเทศอินโดจีน ในทุก จังหวัดริมน้ำโขงมีเขตติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว สามารถเดินทางข้าม ประเทศผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองได้โดยรถยนต์หรือ เรือ เช่น ที่จังหวัดหนองคายผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง ข้ามสะพานมิตรภาพไทยลาว หรือผ่านด่านตรวจคน เข้าเมืองนั่งเรือข้ามฝากที่จังหวัดมุกดาหาร ไปสะวัน นะเขต	0.04	4	0.16
4. มีสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 2 ที่จังหวัดอุบลราชธานี สำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตะวันออกเฉียง เหนือเขต 4 ที่จังหวัดนครพนม	0.05	4	0.20
5. มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Long Stay และ Home Stay ที่จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร และอุบลราชธานี	0.04	3	0.12

ตาราง 5 (ต่อ)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (Critical Internal Factor)	น้ำหนัก (Weight)	การประเมิน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
(1)	(2)	(3)	(4) = (2) x (3)
6. เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแหล่งกำเนิดอารยธรรมไทย อีสานในช่วง (ก่อนประวัติศาสตร์-ประวัติศาสตร์) และ ประจวบคีรีขันธ์ (โลกแม่น้ำโขง)	0.03	4	0.12
7. มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติมีความแตกต่างและ เอกลักษณ์พิเศษ อุทยานแห่งชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒน ธรรมกระจายครอบคลุมในทุกพื้นที่ใน 6 จังหวัด	0.03	4	0.12
8. ในพื้นที่เขตติดต่อกันทั้ง 6 จังหวัดมีสถาบันการศึกษาที่ มีความสามารถในการผลิตทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้อง กับสภาพแวดล้อมท้องถิ่นได้เป็นอย่างดีและมีคุณภาพ	0.02	3	0.06
9. มีสถานประกอบธุรกิจที่พักโรงแรม และเกสต์เฮาส์ สำหรับรองรับการเข้าพักของนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ ต่อการต้อนรับการจัดประชุมสัมมนา	0.03	3	0.09
10. เป็นที่ตั้งของเมืองศูนย์กลางการค้ามีสถานประกอบธุรกิจ การค้าขนาดใหญ่ และการค้าส่ง การค้าปลีกที่ทันสมัย มีบริการอาหารเฉพาะของท้องถิ่น	0.03	3	0.09
11. มีหน่วยงานออกหนังสือเดินทางตั้งอยู่ในพื้นที่ มีด่าน ผ่านแดนไปยัง สปป.ลาว	0.03	3	0.09
จุดอ่อน (Weakness)			
1. ขาดงบประมาณในการดำเนินงาน การลงทุนในการนำ มาพัฒนาด้านการท่องเที่ยว	0.12	2	0.24
2. ปรับปรุงโครงข่ายการคมนาคมเชื่อมต่อการท่องเที่ยว ข้ามประเทศ โดยเฉพาะการบินด้วยเครื่องบินเล็ก	0.02	2	0.04
3. ขาดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นองค์ความรู้ เพื่อสนับสนุน การเกษตร การค้า และการบริการ	0.04	2	0.08
4. ขาดความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวระดับนานา ชาติ ขาดแรงจูงใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในทุก ระดับท่องเที่ยว ขาดการประชาสัมพันธ์ และศูนย์ บริการนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดขาดการส่งเสริม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง โทรม	0.08	2	0.16

ตาราง 5 (ต่อ)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (Critical Internal Factor)	น้ำหนัก (Weight)	การประเมิน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
(1)	(2)	(3)	(4) = (2) x (3)
5. แหล่งท่องเที่ยว แต่ละแห่งจะมีปัญหาขาดแคลนน้ำจืด ซึ่งเป็นผลมาจากความแห้งแล้งในฤดูร้อน ทำให้มีนักท่องเที่ยวรวม เทียน้อย หรือที่มาท่องเที่ยว ก็จะไม่ประทับใจ	0.08	2	0.16
6. การเข้าพักในวนอุทยานแห่งชาติเกือบทุกแห่ง เมื่อนักท่องเที่ยวสอบถามเพื่อจะส่งของที่พัก ก็จะได้รับคำตอบว่าเต็ม หรือปิด	0.04	1	0.04
7. บทบาทภาคเอกชนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวยังไม่มากเท่าที่ควร	0.03	2	0.06
8. ควรมีการส่งเสริมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ	0.02	1	0.02
9. มีปัญหาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวก ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน	0.02	2	0.04
10. มีปัญหาด้านการจัดการผังการใช้พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณสถานที่	0.02	2	0.04
11. ยังขาดแคลนด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน	0.05	2	0.10
12. การกระจายรายได้ของประชาชนยังมีน้อย	0.03	2	0.06
13. แหล่งท่องเที่ยวกลางคืนยังมีน้อย	0.02	1	0.02
14. บางแหล่งท่องเที่ยวขาดบริการท่องเที่ยวที่สม่ำเสมอ	0.02	2	0.04
15. การนำเสนอการท่องเที่ยวยังขาดความโดดเด่นและดึงดูดใจเพียงพอ	0.02	2	0.04
รวม	1.00		2.51

ที่มา: จาก การคำนวณของผู้วิจัย

หมายเหตุ : การประเมินตัวเลขใช้เกณฑ์จาก 1 ถึง 4 คือ

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1. แสดงจุดอ่อนหลัก | 2. แสดงจุดอ่อนรอง |
| 3. แสดงจุดแข็งรอง | 4. แสดงจุดแข็งหลัก |

สรุปจากผลการประเมินปัจจัยภายในด้วยเมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน (IFE Matrix) ซึ่งมีคะแนนรวมของคะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.51 แสดงว่าในกลุ่ม 6 จังหวัด อยู่ในตำแหน่งจุดอ่อนรองแต่ก็ใกล้เคียงระหว่างจุดแข็งรอง

2. เมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factor Evaluation Matrix-- EFE Matrix) เป็นส่วนที่มีการวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดอีสานริมน้ำโขง

ตาราง 6

เมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายนอก *EFE Matrix*

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External Factor Evaluation Matrix) (1)	น้ำหนัก (Weight) (2)	การประเมิน (Rating) (3)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) (4) = (2) x (3)
โอกาส (Opportunities)			
1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่ม 6 จังหวัดริมน้ำโขงให้โดดเด่นเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว และ สร้างกลุ่มการท่องเที่ยวให้เข้มแข็งมีความเหมาะสมในการพำนักแบบ Long Stay	0.04	3	0.12
2. ผลิตรักษากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพเพื่อออกมาพัฒนาท้องถิ่นให้มีความก้าวหน้าและยั่งยืน	0.04	4	0.16
3. พัฒนาและยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านการท่องเที่ยวให้มีความสามารถทั้งด้านภาษา และความรู้เรื่องวัฒนธรรมประเพณี	0.03	4	0.12
4. พัฒนาและประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกันทั้ง 6 จังหวัดและสร้างแนวร่วมระหว่างกิจการจัดทัวร์ In-bound ของประเทศในพื้นที่ใกล้เคียง	0.04	4	0.28
5. ส่งเสริม Package Tour ควรมีการศึกษาและสำรวจความเป็นไปได้ในการจัด Package Tour ร่วมกับบริษัทสายการบินในการเช่าทัวร์เหมาลำ การรถไฟแห่งประเทศไทยเพื่อจัดทัวร์ในราคาพิเศษในเส้นทางบินและเดินทางประจำ	0.04	4	0.16

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External Factor Evaluation Matrix)	น้ำหนัก (Weight)	การประเมิน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
(1)	(2)	(3)	(4) = (2) x (3)
6. ส่งเสริมการขายตรงอีสานทางเลือกใหม่ เน้นจุดขายที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่น ได้แก่แม่น้ำโขง เป็นแรงกระตุ้นในการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำ	0.03	4	0.6
7. ให้ความสำคัญกับงานประจำปีประเพณีสำคัญ โดยคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้น เช่น ที่พักและการจองห้องพัก จัดทัวร์ระยะสั้น	0.04	4	0.72
8. ร่วมมือกับสถานศึกษาโรงเรียนในพื้นที่คัดเลือกบ้านและนักเรียนในบ้านนั้นเข้าร่วม โครงการ มัคคุเทศก์ Home Stay เพื่อเป็นมัคคุเทศก์อาสาสมัคร และเผยแพร่ข้อมูล ส่งเสริมการขาย	0.04	3	0.12
9. พัฒนาให้ทุกจังหวัดริมน้ำโขง มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งบันเทิง การจราจร ความสะอาด	0.05	4	0.20
10. ส่งเสริมการลงทุนในทุก ๆ ด้านให้กับ 6 จังหวัดริมน้ำโขง	0.05	3	0.15
11. พัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขงในกลุ่มประเทศอนุภาคน้ำโขง เพราะมีความพร้อมสมบูรณ์	0.02	4	0.08
12. ส่งเสริมบทบาทองค์กรท้องถิ่นในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวปรับปรุงเส้นทางคมนาคม	0.02	3	0.6
13. สร้างช่องทางความร่วมมือที่เหมาะสมของภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่น	0.02	4	0.08
14. มีโอกาสที่จะมีสนามบินเพิ่ม สถานีรถไฟเพิ่ม มีบริการรถประจำทางถึงเวียงจันทน์	0.02	4	0.08
15. นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และความแตกต่างด้านวัฒนธรรมของไทยจากนโยบายส่งเสริมไทยเที่ยวไทยไปได้ทุกเดือนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	0.03	3	0.09
16. นักท่องเที่ยวที่สนใจเที่ยว สปป.ลาว ใช้อินภูมิภาคเป็นจุดแวะพักและใช้เป็นเส้นทางผ่านเพื่อเดินทางต่อ	0.03	4	0.12

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External Factor Evaluation Matrix)	น้ำหนัก (Weight)	การประเมิน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
(1)	(2)	(3)	(4) = (2) x (3)
17. นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ	0.02	3	0.06
18. ในด้านกฎหมายมีการกระจายอำนาจสู่การบริหารในระดับท้องถิ่นเพิ่มการกระจายทรัพยากรในรูปแบบีบำรุงท้องถิ่น โดยการเพิ่มความเข้มงวดในเรื่องสิ่งแวดล้อม การใช้ที่ดิน การจัดระเบียบสังคมและความปลอดภัย	0.02	3	0.06
19. มีความแปลกใหม่และความพิเศษเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว	0.04	3	0.12
อุปสรรค (Threats)			
1. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถซึ่งมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอแก่การดำเนินงาน	0.04	2	0.08
2. บทบาทของการจัดการในท้องถิ่นยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างเร็ว	0.04	2	0.04
3. บริษัทธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมีน้อย ผู้ประกอบการที่มีความชำนาญด้านการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำมีจำกัด ขาดบุคลากรที่ทำงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ	0.04	2	0.08
4. กรอบนโยบายความร่วมมือเศรษฐกิจชายแดนระหว่างไทย กับประเทศเพื่อนบ้านอาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ในเรื่องของค่าใช้จ่ายและกฎระเบียบของประเทศเพื่อนบ้านที่ค่อนข้างซับซ้อน คือการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเดินทางเข้าออก ที่ไม่คงที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ	0.04	2	0.08
5. นโยบายการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภายในระดับพื้นที่ยังไม่ชัดเจนที่เป็นอยู่ยังมีความหลากหลายและแยกประเภทมากเกินไป	0.03	2	0.06
6. ทรัพยากรท่องเที่ยวสำคัญ ตั้งแต่การจัดกระจายห่างไกลกันทำให้การเชื่อมโยงจากที่หนึ่ง ไปสู่อื่นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งเกิดอุปสรรคด้านระยะทางและเวลา	0.03	2	0.06

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External Factor Evaluation Matrix)	น้ำหนัก (Weight)	การประเมิน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
(1)	(2)	(3)	(4) = (2) x (3)
7. มีการมุ่งผลประโยชน์ทางการเมือง และเศรษฐกิจมากกว่าการพัฒนาและการบริการการท่องเที่ยว	0.02	1	0.02
8. การพัฒนามาตรฐานของสินค้าการท่องเที่ยวต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากทางภาครัฐอีกเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงการส่งเสริมลงทุนในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยว	0.03	1	0.03
9. ปัญหาของความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ ที่เกิดจากการกระทำของคน คือ การสร้างเขื่อนปิดกั้นน้ำในแม่น้ำโขง ในส่วนที่อยู่ในประเทศจีนที่จะส่งผลกระทบต่อระดับน้ำในแม่น้ำ และส่งผลกระทบต่อเหตุการณ์ธรรมชาติ บังไฟฟยุานาคที่เกิดขึ้นในแม่น้ำโขง ช่วงเทศกาลออกพรรษา ซึ่งเชื่อว่าในอนาคตอาจมีให้เห็นน้อย	0.03	1	0.02
10. การท่องเที่ยวในบางพื้นที่ยังต้องอาศัยฤดูกาลเพราะในช่วงฤดูร้อน มีนาคม-กรกฎาคม จะเป็นช่วงที่น้ำจืดมีน้อยน้ำในแม่น้ำก็แห้งทำให้เรือข้ามมาไม่ได้เพราะมีเกาะแก่งเกิดขึ้น ในช่วงฤดูน้ำหลากน้ำจะมีมากทำลายสินทรายชายฝั่งโขง	0.02	2	0.04
11. ต้นทุนที่เป็นปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น เช่น น้ำมันราคาแพง ค่าขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น ทำให้เที่ยวเรือไม่เพียงพอ	0.02	2	0.04
12. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการท่องเที่ยวมีการลงทุนที่สูง และยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจ	0.02	2	0.04
13. อุปสรรคในด้านการแข่งขันของการท่องเที่ยวที่สำคัญคือความเข้าใจของคนทั่วไปจะคิดว่าพื้นที่ในภาคอีสานจะร้อน แห้งแล้ง ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้เกิดการใช้เวลาในการที่จะพิจารณาการท่องเที่ยวในพื้นที่	0.03	1	0.03
รวม	1.00		2.86

ที่มา: จาก การคำนวณของผู้วิจัย

หมายเหตุ : การประเมิน ใช้เกณฑ์จาก 1 ถึง 4 คือ

- | | |
|--------------------------------|------------------------------|
| 1. แสดงโอกาสน้อยหรืออุปสรรคมาก | 2. แสดงโอกาสเท่ากับค่าเฉลี่ย |
| 3. แสดงโอกาสดีกว่าค่าเฉลี่ย | 4. แสดงโอกาสดี |

สรุปจากผลการประเมินปัจจัยภายนอกด้วยแมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายนอก (EFE Matrix) ซึ่งมีคะแนนรวมของคะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.86 แสดงว่าในกลุ่ม 6 จังหวัดอีสานริมน้ำโขงอยู่ในตำแหน่ง ที่มีเท่ากับค่าเฉลี่ยและมีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปสู่โอกาสที่ดีกว่าค่าเฉลี่ย ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง จึงมีโอกาสดำเนินไปได้ที่จะสร้างรายได้ให้กับ ชุมชนในท้องถิ่น และสามารถที่จะแข่งขันกับภูมิภาคอื่นได้

3. แมทริกซ์อุปสรรค-โอกาส-จุดอ่อน-จุดแข็ง (Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths (TOWS matrix))

เป็นแมทริกซ์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสรรคและโอกาส กับ จุดแข็ง และจุดอ่อนจะแสดงถึงกลยุทธ์ทางเลือก 4 ประการ คือ SO, WO, ST และ WT โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน (หมายเหตุ แทนจุดแข็งภายใน และจุดอ่อนภายใน แทนตั้งแทน โอกาสจากภายนอกและอุปสรรคจากภายนอก)

ปัจจัยภายใน (Internal factors)	จุดแข็งภายใน (internal strengths :S)	จุดอ่อนภายใน (internal weaknesses :W)
ปัจจัยภายนอก (external factors)		
โอกาสจากภายนอก (external opportunities: O)	1. กลยุทธ์ SO: มาก-มาก (SO strategy: maxi-maxi)	2. กลยุทธ์ WO: น้อย-มาก (WO strategy: mini-maxi) กลุ่ม 6 จังหวัด อีสานริมน้ำโขง
อุปสรรค (external threats :T)	3. กลยุทธ์ ST: มาก-น้อย (ST strategy: maxi-mini)	4. กลยุทธ์ WT: น้อย-น้อย (WT strategy: mini-mini)

ภาพ 8 แมทริกซ์อุปสรรค-โอกาส-จุดอ่อน-จุดแข็ง

จาก “การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน),” (หน้า 144), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

จากการวิเคราะห์พบว่าสถานะของ กลุ่ม 6 จังหวัดอีสานริมน้ำโขง ตกอยู่ในช่องที่ 2 ซึ่งเป็นจุดอ่อนและโอกาส จึงควรนำกลยุทธ์พัฒนาเพื่อเอาชนะจุดอ่อนเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาสที่มี

4. แมทริกซ์ของกลุ่มที่ปรึกษาบอสตัน (Boston Consulting Group Matrix)

		ส่วนครองตลาดเปรียบเทียบ (Relative market share)		
		สูง 1.0	กลาง .50	ต่ำ 0.0
อัตราการเจริญเติบโตของตลาด(ยอดขาย) [Market (Sales) growth rate]	สูง +20			อีสานริมน้ำโขง
	กลาง 0	Stars		Question marks
	ต่ำ -20	Cash cows		Dogs

ภาพ 9 ผลการวิเคราะห์ด้วยเมทริกซ์กลุ่มที่ปรึกษาบอสตัน (BCG)

จาก "การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน)," (หน้า 153), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542, กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

ในการวิเคราะห์ กลุ่ม 6 จังหวัด อีสานริมน้ำโขงโดยใช้เมทริกซ์ของกลุ่มที่ปรึกษาบอสตัน (BCG Matrix) จะเห็นได้ว่าสัดส่วนทางการตลาดการท่องเที่ยวในช่วงผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา (question marks) เป็นช่วงที่อัตราความเจริญของธุรกิจการท่องเที่ยวที่กำลังจะมีการขยายและการเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งกำลังจะปรับตัวให้เป็นดาวดวงเด่น (stars) แต่ยังมีปัญหาในส่วนของอุปสรรคทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องใช้กลยุทธ์ของความเจริญเติบโต (growth) การเจาะตลาด (market penetration) การพัฒนาตลาด (market development) การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

5. เมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก (IE Matrix)

จากผลการประเมินปัจจัยภายในด้วยเมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายในได้คะแนนรวมของค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.51 และผลการประเมินปัจจัยภายนอกด้วยเมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายนอกได้คะแนนรวมถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.05 มาวิเคราะห์

ในแมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก (IE Matrix) ของกลุ่ม 6 จังหวัด
 ริมน้ำโขงค่าที่ได้จะอยู่ในตำแหน่งที่ 5 คือการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่ม 6 จังหวัดริม
 น้ำโขงควรใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโตและสร้างส่วนครองตลาด เช่น กลยุทธ์การเจาะ
 ตลาด กลยุทธ์การพัฒนาตลาด และกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การขยายการ
 ท่องเที่ยวโดยการรวมตัวกัน 6 จังหวัด

		คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายใน(IFE)						
		เข้มแข็ง		ปานกลาง		อ่อนแอ		
		4.0	3.0-4.0	3.0	2.0-2.99	2.0	1.0-1.99	1.0
คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอก(EFE)	สูง	3.0-4.0		1	2	3		
	ปานกลาง	2.0-2.99		4	5 อีสานริมน้ำโขง	6		
	ต่ำ	1.0-1.99		7	8	9		

ภาพ 10 การประเมินปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก (IE Matrix)

จาก "การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน)," (หน้า 157), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์,
 2542, กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวริมน้ำโขง

ใน พ.ศ. 2548 นโยบายแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมุ่งพัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ให้ก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพ (quality) และเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainability) ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก อันจะนำไปสู่การเป็นเมืองหลวงของการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (tourism capital of asia) ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปสู่อีสานริมน้ำโขงจึงเป็นทางเลือกใหม่ของสินค้าการท่องเที่ยว และส่งผลกระทบในหลายด้านกลับสู่ประเทศ

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

ด้านบวก

1. ผลกระทบด้านดีทางเศรษฐกิจจากการเติบโตของจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือน มีการใช้จ่ายและการจ้างงานเกิดขึ้นตามมา โดยมีอัตราการเจริญเติบโตของผู้มาเยือนในช่วง พ.ศ. 2540-2545 ถึงร้อยละ 25

2. ธุรกิจโรงแรมสถานที่พักผ่อนมีการขยายตัวค่อนข้างสูง อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสูง มีการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเป็นหมุดคณะเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการจ้างงานในภาคบริการต่อเนื่อง นอกจากการขยายตัวเชิงปริมาณแล้ว มีการยกระดับคุณภาพการบริการสูงขึ้น หลายแห่งมีระดับคุณภาพบริการในระดับนานาชาติ

3. เกิดการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมผลิตอย่างต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น หัตถอุตสาหกรรม เคหะสิ่งทอ สินค้าที่ระลึก รวมทั้งอุตสาหกรรมก่อสร้าง เนื่องจากการขยายตัวของภาคบริการ ก่อให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ในท้องถิ่น การเพิ่มการใช้วัตถุดิบของท้องถิ่น

4. เกิดการรวมกลุ่มและเกิดการแข่งขันสูงขึ้น เพิ่มความหลากหลายของสินค้าที่ผลิต โดยเฉพาะด้านการรวมกลุ่มผลิตสินค้าหัตถกรรม ของที่ระลึก การสร้างสินค้าแปลกใหม่ รวมทั้งการแข่งขันเพื่อการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและใช้ประโยชน์ได้กว้างขวางยิ่งขึ้น

ด้านลบ

1. ผลกระทบในด้านลบจากการท่องเที่ยว ทำให้มาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น เกิดภาระด้านการใช้จ่าย นอกจากนั้นแล้ว การก่อสร้างบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกก่อปัญหาด้านมลพิษ
2. เกิดการกระจุกตัวของรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในศูนย์และแบ่งขั้ว การพัฒนามากกว่า การกระจายสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากโครงสร้างการพัฒนาแบบรวมศูนย์
3. การผลิตสินค้าด้านหัตถกรรมใช้ฝีมือน้อยลง ในขณะที่การผลิตเพื่อการค้าและอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น ทำให้ลักษณะงานเชิงศิลปหัตถกรรมน้อยลง

ผลกระทบด้านสังคม

ผลกระทบการท่องเที่ยวในกลุ่ม 6 จังหวัดอีสานริมน้ำโขงยังมีไม่มาก เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวในภาคอีสานยังนับว่าน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังมีปริมาณน้อยกว่านักท่องเที่ยวคนไทย การเอาอย่างหรือลอกเลียนแบบความประพฤติในทางไม่ดีจึงมีน้อย ผลกระทบจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่จากการท่องเที่ยว จะเห็นได้ชัดเจนกว่า เช่น ผลกระทบด้านสังคมจากการอพยพแรงงาน ผลกระทบด้านสังคมจากสื่อและสารสนเทศ การเลียนแบบการบริโภคของสังคมเมือง เป็นต้น

ผลกระทบด้านศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี

ผลกระทบของการท่องเที่ยวในด้านลบต่อศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นยังไม่เด่นชัดในแถบอีสานริมน้ำโขง แม้จะพบว่าในงานมีการละเล่นที่เกินเลยบ้าง ตรงกันข้าม พบว่า การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยให้เกิดการฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณี และรักษาศิลปวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวไหว้พระธาตุ 9 วัด เป็นต้น

ผลกระทบต่อทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

1. ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวม

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ได้เกิดจากการท่องเที่ยวเป็นด้านหลัก แต่เกิดจากระบบการพัฒนาและโครงสร้างการผลิตของประเทศที่เอาเปรียบธรรมชาติ ทำให้ตีค่าทรัพยากรธรรมชาติในราคาต่ำอย่างไรก็ตาม ความเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อสภาพนิเวศและสิ่งแวดล้อมไม่น้อย เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ผิด ๆ มุ่งปริมาณมากกว่าคุณภาพและมาสร้างปัญหาให้กับพื้นที่นั้น ๆ เช่น บึงโขงหลง เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ ลำดับที่ 1098 ของโลก ซึ่งต้องขยายผลเป็นมรดกโลกด้านธรรมชาติต่อไป แต่ท.ท.ท. ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวกีฬาเจตสกี ในพื้นที่ริมน้ำโขงจังหวัดหนองคาย บริเวณด้านข้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว การท่องเที่ยวทำให้เพิ่มการใช้พื้นที่บริเวณชายริมน้ำและบริเวณริมน้ำ เพื่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เกิดสิ่งปลูกสร้างเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีผลกระทบทางชีวภาพและระบบนิเวศ การท่องเที่ยวแบบแคมป์ปิ้ง รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บางประเภท เป็นมลพิษทางเสียง เป็นการรบกวนความเป็นอยู่ของสัตว์ป่า อันเนื่องมาจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ นักท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล สร้างภาระแก่ท้องถิ่น เป็นต้น ในภาคเมืองและชุมชน การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบสำคัญหลายประการ เช่น เกิดหาบเร่ แผงลอย แผงส้มตำที่ตั้งจำหน่ายสินค้าโดยไม่มีการจัดระเบียบ เกิดทัศนียภาพที่ไม่น่าดู ไม่เป็นระเบียบ และเกิดความสกปรกตามมา เป็นต้น

2. ผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว

ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่ผ่านมา ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง อยู่ในสภาพเสื่อมโทรม ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมชั้นวิกฤติที่พบเห็น ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติ ซึ่งมักเกิดปัญหาด้านกายภาพและการใช้ที่ดิน การขาดระเบียบวินัยของการใช้พื้นที่ และปัญหาด้านอนามัยและสิ่งแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เสื่อมโทรมมักจะขาดสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวไปพร้อมกัน ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี มักเกิดจากการเสื่อมสภาพของแหล่งและการขาดการบูรณการให้เหมาะสม

ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมเกี่ยวข้องกับหน่วยงานและบุคลากรหลายฝ่าย ซึ่งไม่มีการประสานความร่วมมือในการจัดการเท่าที่ควร

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาภาวะการณ์ท่องเที่ยว การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง ทั้ง 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อัญญาเจริญ และ อุบลราชธานี โดยทำการศึกษาถึง สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก นำมาวิเคราะห์กลยุทธ์โดยใช้ตัวแปร จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) อุปสรรค (Threats) และผลกระทบที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยววิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดการเจริญเติบโต เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง

จากผลการศึกษาที่สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มที่มีโอกาสด้านจุดอ่อนจะเป็นกลุ่มที่จัดว่ามีความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว 6 จังหวัดอีสานริมน้ำโขง โดยการพัฒนาโอกาส ลดจุดอ่อนควรนำกลยุทธ์พัฒนาเพื่อเอาชนะจุดอ่อน และสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาสมาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง ในการวิเคราะห์กลุ่ม 6 จังหวัดอีสานริมน้ำโขง โดยใช้เมทริกซ์ของกลุ่มที่ปรึกษาบอสตัน (BCG Matrix) จะเห็นได้ว่าสัดส่วนทางการตลาดการท่องเที่ยวอยู่ในช่วงผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา (question marks) เป็นช่วงที่อัตราความเจริญของธุรกิจการท่องเที่ยวที่กำลังจะมีการขยาย และการเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งกำลังจะปรับตัวให้เป็นดาวดวงเด่น (stars) ได้แต่ต้องมีการส่งเสริมพัฒนาปัจจัยภายในให้มากขึ้นในด้านงบประมาณการลงทุน สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค

ผลการประเมินปัจจัยภายในด้วยเมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factor Evaluation Matrix) ได้คะแนนรวมของค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.51 และผลการประเมินปัจจัยภายนอกด้วยเมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายนอก (External Factor

Evaluation Matrix) ได้คะแนนรวมถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.86 มาวิเคราะห์ในแมทริกซ์การประเมินปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก (Internal-External Matrix) ของกลุ่ม 6 จังหวัด ริมน้ำโขงค่าที่ได้จะอยู่ในตำแหน่งที่ 5 คือเติบโตและสร้าง มีสถานะที่มีปัจจัยแวดล้อมภายในที่อ่อน แต่อยู่ในค่าเฉลี่ย และปัจจัยภายนอกอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ค่าดัชนีถ่วงน้ำหนักทั้งสองตกอยู่ในส่วนที่ 5 ของ IE Matrix มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายนอกสูง คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมของปัจจัยภายในปานกลาง กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้เพิ่มและพัฒนาศักยภาพคือ กลยุทธ์ความเจริญเติบโต (growth) การเจาะตลาด (market penetration) การพัฒนาตลาด (market development) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์

ตาราง 7

การปฏิบัติในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใน อีสานริมน้ำโขงตามการวิเคราะห์โอกาสและจุดแข็ง 6 จังหวัด

โอกาส	จุดแข็ง
- รัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวมีโครงการลงทุนขนาดใหญ่เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	- ชมศิลปวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของอีสานแท้จากวัดและโบราณสถาน
- เพิ่มโอกาสในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น	- มีอุทยานแห่งชาติหลายแห่งให้เลือกท่องเที่ยว
- การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Cluster และ Routing	- ภูมิประเทศและทัศนียภาพสวยงาม อากาศดี
- นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	- มีความสมบูรณ์และมีศักยภาพเพียงพอในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- เพิ่มความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว	- มีบริการต่าง ๆ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ เช่น สถานพยาบาล ร้านอาหาร หน่วยงานราชการ การให้ข้อมูลด้านท่องเที่ยว
- เอกชนและราชการเข้าใจและต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยว	- มีความแปลกใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะ
- มีความเป็นเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม	- มีโรงแรมหลากหลายและมีมาตรฐานสากล
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Long Stay	- มีของที่ระลึกมากมายเช่นผ้าไหม ผ้าฝ้าย หัตถกรรมเครื่องจักสาน
- ส่งเสริมโครงการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคประตูอินโดจีน-อนุภูมิภาคแม่น้ำโขง	- มีตลาดสินค้าปลอดภาษีท่าเสด็จตลาดอินโดจีน
	- มีรถประจำทางบริการระหว่างจังหวัด
	- มีรถไฟให้บริการที่หนองคาย มุกดาหาร อุบลราชธานี

ตาราง 7 (ต่อ)

โอกาส	จุดแข็ง
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเช่าเครื่องบินเล็ก เหมาลำ	- มีสนามบินให้บริการทางด้านสายการบินที่ นครพนมและอุบลราชธานี
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเช่าเครื่องบินเล็ก เหมาลำ	- มีบริษัททัวร์ในพื้นที่ 6 จังหวัดริมน้ำโขง
- ผลักดันให้ท้องถิ่นตระหนักในบทบาทการ เป็นเจ้าของที่ดี	- มีสนามบินให้บริการทางด้านสายการบินที่ นครพนมและอุบลราชธานี
- สร้างความเข้าใจให้กับผู้ว่าราชการจังหวัด	- สะดวกในการติดต่อทำเอกสารผ่านข้ามชายแดน
- CEO ให้ความสำคัญกับกิจกรรมประชา- สัมพันธ์ของสำนักงานต่างประเทศ	- มีบริการอาหารที่เฉพาะท้องถิ่นและอาหาร อินโดจีน
- การส่งเสริมการตลาดอีสานริมน้ำโขง แบบครบวงจร ให้เกิดผลผลิต เกิดการท่องเที่ยว แท้จริงขึ้นในภูมิภาคนี้อย่างยั่งยืน	- มีความพิเศษเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวด้าน วิถีชีวิตชาวบ้านแถบลุ่มน้ำโขง
- ส่งเสริม สนับสนุนให้ภาคเอกชนรวมกลุ่มใน รูปแบบต่าง ๆ อย่างเข้มแข็งเพื่อการมีส่วนร่วมให้ ข้อมูล ร่วมวางแผน กำหนดทางเลือกดำเนิน กิจกรรมด้านการตลาด	- มีอาหารที่ทำจากปลาลุ่มน้ำโขงนานาชนิด
- พัฒนาหรือปรับรูปแบบการเตรียมสินค้าและ บริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของคนไทยในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย	- มีมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	- มีถนนเลียบบแม่น้ำโขงที่มีความเป็นธรรมชาติ และสวยงาม
- ส่งเสริมโครงการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค ประตูสู่อินโดจีน-อนุภูมิภาคแม่น้ำโขง	- มีแหล่งจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองจากศูนย์ศิลปชีพ
- สร้างความเข้าใจให้กับผู้ว่าราชการจังหวัด	- มีท่าเรือข้ามฝากใน 6 จังหวัดริมน้ำโขง เป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจ
- CEO ให้ความสำคัญกับกิจกรรมประชา- สัมพันธ์ของสำนักงานต่างประเทศ	- มีสะพานมิตรภาพไทย-ลาวที่สามารถเดินทางไปถึง เวียงจันทร์
	- มีรถประจำทางบริการระหว่างจังหวัด
	- มีรถไฟให้บริการที่หนองคาย มุกดาหาร อุบลราชธานี
	- มีบริการอาหารที่เฉพาะท้องถิ่นและอาหาร อินโดจีน

ที่มา: จาก “ปลุกเทรนทัวร์,” (2548, มกราคม 6-9), โดย *ประชาชาติธุรกิจ*, หน้า 35.

เมื่อพิจารณาการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวระหว่างตัวแปรจุดแข็งและโอกาสดังกล่าว ยังมีจุดอ่อนที่แต่ละจังหวัดต้องทำการปรับปรุงไม่ว่าจะเป็นเรื่องปัญหาการให้บริการ การขาดแคลนผู้ประกอบการ มัคคุเทศก์ คำบรรยายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การ

กำหนดกลุ่มเป้าหมายและองค์กรท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไขทั้งในระยะสั้นและระยะยาวตามลำดับ โดยในระยะสั้นจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการจัดระบบการให้บริการ ส่วนในระยะกลางจะเป็นเรื่องของการวางแผนการตลาด และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนผู้ประกอบการ ส่วนระยะยาวจะเป็นเรื่องของการตลาด การบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวและการเพิ่มนักท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จากระบบการปกครองปัจจุบันที่มีการกระจายการปกครองสู่ท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นมีความสร้างสรรค์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นแม่เหล็กในการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่ชุมชนของตน ทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาโดยกลุ่มแม่บ้านมีแหล่งขายสร้างโอกาสให้คนยากจนสามารถเข้าถึง

การเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การจ้างงาน ช่วยให้การใช้จ่ายเงินกระจายไปสู่ชุมชนส่งเสริมให้เศรษฐกิจท้องถิ่นดีขึ้น การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานก่อให้เกิดรายได้ต่อรัฐบาลในรูปภาษี แต่ก็มีปัญหาเพราะสภาพภูมิประเทศภาคอีสาน ซึ่งรวมถึง 6 จังหวัดอีสานริมน้ำโขง ซึ่งก็มีปัญหาด้านความแห้งแล้งน้ำในแม่น้ำโขงที่ลดน้อยก็ส่งผลถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ไม่มีธรรมชาติดูขยาดความโดดเด่น และปัญหาของคนในท้องถิ่นเองที่ยังปรับสภาพไม่ทันต่อการแข่งขัน การลงทุน การครองชีพ เพราะยังทำอาชีพเกษตรกรรมอยู่ แต่ยังไม่สามารถทำอาชีพบริการได้ดีพอเนื่องจากขาดความรู้ และประสบการณ์

จุดแข็ง ได้แก่

1. เป็นบริเวณเชื่อมต่อระหว่างไทยภูมิภาคลุ่มน้ำโขงกับกลุ่มอินโดจีนซึ่งมีเส้นทางท่องเที่ยวมากมาย
2. การคมนาคมสะดวกมีทั้งรถยนต์ รถโดยสาร รถไฟ และสายการบินให้บริการแก่ผู้ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง
3. ที่พักกรมป่าไม้ของอุทยาน ที่พักเอกชน โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร มีเพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว

4. บริการจากบริษัทนำเที่ยวสามารถติดต่อจองโปรแกรมท่องเที่ยวทั้งในกรุงเทพฯ และในจังหวัดอีสานริมน้ำโขงได้ง่าย

5. ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวธรรมชาติ ยังคงความสวยงามตามแบบวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เพราะไม่มีเมืองอุตสาหกรรม

6. นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวแม่น้ำโขงได้ทั้งเรือและรถยนต์ สามารถสัมผัสธรรมชาติได้ไม่แตกต่างกัน

7. ความมีน้ำใจของชาวอีสาน ยังคงเป็นเสน่ห์ที่มัดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนอีสานอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อน ได้แก่

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการที่ดินยังไม่เป็นรูปธรรม
2. สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการบำรุงรักษา
3. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ในประวัติศาสตร์ท้องถิ่น
4. การเดินทางท่องเที่ยวถูกจำกัด โดยการบริการของรถประจำทางท้องถิ่นสู่แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้มาตรฐาน การเดินทางโดยบริษัททัวร์จะได้รับความสะดวกกว่า
5. สักยภาพในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวยังไม่ดีพอ
6. รายได้จากการท่องเที่ยวมีเฉพาะฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการยังแบกรับภาระค่าใช้จ่ายอยู่
7. สถาบันการเงินยังไม่มั่นใจต่อการอนุมัติเงินสำหรับลงทุน

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

จากการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ เพราะมีรายได้และเงินตรามากกว่า 3 แสนล้านบาทต่อปี ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวดังกล่าวเมื่อนำมาคิดเทียบสัดส่วนรายได้ประชาชาติในด้านสาขาบริการ จะเห็นว่าเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงประมาณร้อยละ 30 ของรายได้ประชาชาติด้านสาขาบริการ ทำให้นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของภาครัฐบาล มีความประสงค์ที่จะพัฒนาและส่งเสริมให้นโยบายแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน พ.ศ. 2548 มุ่งพัฒนาและ

ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้พัฒนาอย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ภาคอีสานมีเครือข่ายด้านเพื่อนและญาติมิตรสูง ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวของคนไทยเกือบครึ่งหนึ่งเป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตร ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวและพักผ่อนจึงทำให้ภาคอีสานมีศักยภาพสูง มีทรัพยากรท่องเที่ยว งานเทศกาลประจำปีเด่นมี โอกาสในการสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคอินโดจีนทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวน่าดึงดูดใจมากขึ้น เพราะสามารถเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวของ สปป. ลาว เวียดนาม และกัมพูชาอีกทั้งจะมีโครงการร่วมกันขายแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง จะก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของนักท่องเที่ยวผ่านแดนในจังหวัดอีสานริมน้ำโขง จำนวนมากทั้งขาเข้าและขาออก ทำให้เกิดการกระจายรายได้

แต่ก็ยังมีปัญหา สปป. ลาวไม่พร้อมเชื่อมต่อการท่องเที่ยวกับไทย เพราะปัญหาที่สำคัญคือ ความไม่แน่นอนเกี่ยวกับการเมืองและกฎระเบียบของประเทศ ความไม่เพียงพอของโรงแรมที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยว สาธารณูปโภคไม่เพียงพอ และไม่อยู่ในระดับสากล อย่างไรก็ดี ในเรื่องการขอวีซ่า ปัจจุบันมีการพัฒนาที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น

ข้อเสนอแนะ

กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง

จากการวิเคราะห์ S.W.O.T. และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ผ่านมา สามารถกำหนดทิศทางหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขงได้ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง

1.1 เพื่อกระจายรายได้ออกสู่ 6 จังหวัดริมน้ำโขง

1.2 เพื่อชะลอความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวอื่น โดยการท่องเที่ยวแบบ

ยั่งยืน

1.3 เป็นเส้นทางผ่านสู่ประเทศเพื่อนบ้านในแถบอินโดจีน

1.4 เพื่อปรับแบบแผนการท่องเที่ยวของคนในประเทศ ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเพื่อประโยชน์ในทางการศึกษา

2. เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

- 1) เพิ่มความถี่ในการท่องเที่ยวต่อปีให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว
- 2) ส่งเสริมการวางแผนท่องเที่ยวระยะยาวเชื่อมต่อกับอินโดจีนอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี
- 3) เพิ่มสัดส่วนวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวด้านธุรกิจ ประชุม สัมมนา
- 4) เพิ่มสัดส่วนการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และเครื่องบินให้มาก
- 5) เพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็นเยาวชน และวัยเกษียณอายุ

2.2 นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

- 1) เพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวด้วยสินค้าและของที่ระลึก
- 2) เพิ่มสัดส่วนการเดินทางพร้อมกับบริษัททัวร์ให้มากขึ้น
- 3) เพิ่มสัดส่วนการบริการด้วยรถประจำทาง รถไฟ และสายการบิน
- 4) สนับสนุนการท่องเที่ยวแบบ Long Stay

3. กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง

3.1 เพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

3.2 ยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว

3.3 พึ่งพาตนเองในกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพิ่มบทบาทของสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด

3.4 การบริหารพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม เสริมสร้างขีดความสามารถการประสานงานของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

3.5 สนับสนุนความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

3.6 เปิดประตูการท่องเที่ยวอินโดจีน ลงทุนพัฒนาสาธารณูปโภคเพื่ออำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวข้ามแดน

3.7 วรรณกรรมการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยพาหนะส่วนตัวในลักษณะกลุ่มเพื่อน ครอบครัว การจัดแรลลี่ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวที่วรมแม่น้ำโขง

ข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ Cost-Benefit ในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นรวมถึงการทำการศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม การบริการ ที่เกี่ยวเนื่อง ด้านผู้ชนและความแออัด การวางตัวของชุมชนเป็นต้น

ภาคผนวก ก
ตารางผลิตภัณฑ์จังหวัด ตามราคาประจำปี

ตาราง 8

ผลิตภัณฑ์จังหวัดเลย ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต

พ.ศ. 2543-2545

(ล้านบาท)

สาขาการผลิต	2543	2544	2545
เกษตรกรรม	4,327	5,716	5,408
เกษตรกรรม การล่าสัตว์และกรรมป่าไม้	4,215	5,616	5,270
ประมง	112	101	137
ภาคนอกเกษตร	12,701	12,590	13,247
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	176	178	216
การผลิตอุตสาหกรรม	586	662	627
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	231	238	253
การก่อสร้าง	877	788	795
การขายส่ง การขายปลีก	3,546	3,636	3,590
โรงแรม และภัตตาคาร	1,655	1,184	1,301
การขนส่ง สถานีเก็บสินค้า และการคมนาคม	656	785	876
ตัวกลางทางการเงิน	425		
บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า			
และบริการทางธุรกิจ	803	803	801
การบริหารราชการและป้องกันประเทศ	1,289	1,313	1,539
การศึกษา	1,699	1,761	1,875
การบริการด้านสุขภาพสังคมสังเคราะห์	560	609	698
การให้บริการชุมชน สังคม	179	176	197
ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	10	10	10
ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP)	17,028	18,306	18,655
มูลค่าผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อคน (บาท)	28,861	30,818	31,247
ประชากร (1,000 คน)	590	594	597

ที่มา: จาก "รายงานสถิติจังหวัดเลย ปี 2547," (หน้า 80), โดย สำนักงานสถิติจังหวัดเลย, 2547, กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

ตาราง 9

ผลิตภัณฑ์จังหวัดหนองคาย ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต

พ.ศ. 2543-2545

(ล้านบาท)

สาขาการผลิต	2543	2544	2545
เกษตรกรรม	4,331.05	3,908.55	4,084.05
กสิกรรม	3,086.00	2,687.00	2,883.00
ปศุสัตว์	288.00	285.00	292.00
ประมง	299.00	322.00	319.00
ป่าไม้	32.61	29.75	31.94
บริการทางเกษตร	201.05	167.14	161.92
การแปรรูปสินค้าเกษตรอย่างง่าย	423.94	417.66	396.19
ภาคนอกเกษตร			
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	329.41	360.71	335.41
การผลิตอุตสาหกรรม	3,464.00	2,790.00	3,022.00
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	303.95	306.59	312.00
การก่อสร้าง	889.00	789.00	704.00
การขายส่ง การขายปลีก	4,568.01	4,868.90	4,733.16
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม	995.54	1,052.77	1,149.56
การธนาคาร ประกันภัย และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	662.33	650.25	634.83
ที่อยู่อาศัย	985.00	988.00	984.00
การบริหารราชการและป้องกันประเทศ	1,720.00	1,807.00	1,956.00
การบริการ	3,301.71	3,517.88	3,718.58
ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP)	21,550.01	21,039.66	21,633.59
มูลค่าผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อคน (บาท)	24,378.00	23,587.00	24,091.00
ประชากร (1,000 คน)	884.00	892.00	898.00

ที่มา: จาก "รายงานสถิติจังหวัดหนองคาย ปี 2547." (หน้า 86), โดย สำนักงานสถิติจังหวัดหนองคาย, 2547, กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

ตาราง 10

ผลิตภัณฑ์จังหวัดนครพนม ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต

พ.ศ. 2543-2545

(ล้านบาท)

สาขาการผลิต	2543	2544	2545
เกษตรกรรม	3,306	4,424	4,299
เกษตรกรรม การล่าสัตว์และกรมป่าไม้	3,168	4,289	4,154
ประมง	138	135	145
ภาคนอกเกษตร	11,587	11,214	11,652
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	202	192	279
การผลิตอุตสาหกรรม	1,026	1,241	1,014
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	213	219	227
การก่อสร้าง	547	487	827
การขนส่ง การขายปลีก	3,885	3,317	3,253
โรงแรม และภัตตาคาร	42	48	58
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม	801	857	920
ตัวกลางทางการเงิน	406	406	439
บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า			
และบริการทางธุรกิจ	797	804	818
การบริหารราชการและป้องกันประเทศ	1,119	1,106	1,164
การศึกษา	1,816	1,740	1,816
การบริการด้านสุขภาพสังคมสังเคราะห์	535	606	632
การให้บริการชุมชน สังคม	156	185	198
ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	6	7	7
ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP)	14,893	15,638	15,951
มูลค่าผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อคน (บาท)	21,553	22,468	22,787
ประชากร (1,000 คน)	691	696	700

ที่มา: จาก "รายงานสถิติจังหวัดนครพนม ปี 2547." (หน้า 79), โดย สำนักงานสถิติจังหวัดนครพนม, 2547, กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

ตาราง 11

ผลิตภัณฑ์จังหวัดมุกดาหาร ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต

พ.ศ. 2543-2545

(ล้านบาท)

สาขาการผลิต	2543	2544	2545
เกษตรกรรม	1,313	1,468	1,724
เกษตรกรรม การล่าสัตว์และกรมนาไม้	1,254	1,405	1,649
ประมง	59	63	75
ภาคนอกเกษตร	6,737	6,636	6,808
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	84	69	94
การผลิตอุตสาหกรรม	927	730	787
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	124	125	130
การก่อสร้าง	506	492	555
การขายส่ง การขายปลีก	1,786	1,894	1,757
โรงแรม และภัตตาคาร	64	54	46
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม	327	390	500
ตัวกลางทางการเงิน	214	211	206
บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า			
และบริการทางธุรกิจ	382	387	393
การบริหารราชการและป้องกันประเทศ	730	726	713
การศึกษา	1,018	928	951
การบริการด้านสุขภาพสังคมสังเคราะห์	383	446	487
การให้บริการชุมชน สังคม	186	180	184
ลูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	6	6	6
ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP)	8,050	8,104	8,532
มูลค่าผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อคน (บาท)	27,570	27,561	28,827
ประชากร (1,000 คน)	292	294	296

ที่มา: จาก "รายงานสถิติจังหวัดมุกดาหาร ปี 2547," (หน้า 83), โดย สำนักงานสถิติจังหวัดมุกดาหาร, 2547, กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

ตาราง 12

ผลิตภัณฑ์จังหวัดอำนาจเจริญ ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต

พ.ศ. 2543-2545

(ล้านบาท)

สาขาการผลิต	2543	2544	2545
เกษตรกรรม	1,938	1,782	1,896
กสิกรรม	1,485	1,292	1,384
ปศุสัตว์	117	142	163
ประมง	46	51	51
ป่าไม้	26	11	16
บริการทางเกษตร	130	138	127
การแปรรูปสินค้าเกษตรอย่างง่าย	134	147	155
ภาคนอกเกษตร			
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	0	0	0
การผลิตอุตสาหกรรม	460	490	572
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	104	90	100
การก่อสร้าง	355	367	383
การขายส่ง การขายปลีก	889	770	698
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม	209	219	242
การธนาคาร ประกันภัย และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	330	215	186
ที่อยู่อาศัย	354	370	374
การบริหารราชการและป้องกันประเทศ	713	761	860
การบริการ	1,265	1,199	1,165
ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP)	6,317	6,261	6,476
มูลค่าผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อคน (บาท)	18,588	17,488	17,938
ประชากร (1,000 คน)	356	358	361

ที่มา: จาก "รายงานสถิติจังหวัดอำนาจเจริญ ปี 2547," (หน้า 65), โดย สำนักงานสถิติจังหวัดอำนาจเจริญ, 2547. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

ตาราง 13

ผลิตภัณฑ์จังหวัดอุบลราชธานี ตามราคาประจำปี จำแนกตามสาขาการผลิต

พ.ศ. 2543-2545

(ล้านบาท)

สาขาการผลิต	2543	2544	2545
เกษตรกรรม	7,125	6,931	7,338
กสิกรรม	4,837	4,123	4,518
ปศุสัตว์	1,024	1,435	1,430
ประมง	209	217	204
ป่าไม้	11	10	10
บริการทางเกษตร	453	466	460
การแปรรูปสินค้าเกษตรอย่างง่าย	591	686	716
ภาคนอกเกษตร			
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	98	140	140
การผลิตอุตสาหกรรม	3,360	4,016	3,155
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	810	722	724
การก่อสร้าง	2,224	2,679	2,803
การขายส่ง การขายปลีก	8,005	6,930	6,280
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม	2,100	2,179	1,954
การธนาคาร ประกันภัย และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	2,487	1,468	1,382
ที่อยู่อาศัย	1,699	1,782	1,804
การบริหารราชการและป้องกันประเทศ	4,154	4,377	4,894
การบริการ	7,257	7,397	7,418
ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP)	32,319	38,621	37,893
มูลค่าผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อคน (บาท)	23,432	22,826	22,224
ประชากร (1,000 คน)	1,678	1,692	1,705

ที่มา: จาก "รายงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี ปี 2547," (หน้า 84), โดย สำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี, 2547, กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

ภาคผนวก ข
สภาพทั่วไปทางภูมิศาสตร์

สภาพทั่วไปทางภูมิศาสตร์

ที่ตั้ง การเข้าถึง และขนาดของพื้นที่ ภาคอีสานประกอบด้วยจังหวัดต่าง ๆ 19 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ มุกดาหาร มหาสารคาม ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อุดรธานี อุบลราชธานี และอำนาจเจริญคนไทยมักแบ่งอีสานออกเป็นอีสานตอนบนและอีสานตอนล่างเพื่อให้จดจำง่าย แต่ในกรณีศึกษาจะแบ่งภาคอีสานออกเป็นการจัดรูปแบบการท่องเที่ยว คือการท่องเที่ยวเลยบริม น้ำโขง 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อำนาจเจริญ อุบลราชธานี และการท่องเที่ยวอีสานที่ราบสูง ครอบคลุมพื้นที่อีก 15 จังหวัด

จังหวัดเลย เลยเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ตอนบนสุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ก่อนไปทางภาคเหนือ เป็นเมืองแห่งทะเลภูเขา สุดหนาวในสยาม ดอกไม้งามสามฤดู ในอดีตเมื่อเอ่ยชื่อเสียงเรียงนามของเมืองนี้ ไม่มีใครปรารถนาจะไปเยือนหรืออยู่ ด้วยนับเป็นเมืองไกลปืนเที่ยงอีกแห่ง หนทางลำบาก แต่มาถึงปัจจุบันได้มีถนนลาดยางติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงชื่อเชิญนักรถท่องเที่ยว จังหวัดเลยอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ระยะทางประมาณ 520 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 11,424 ตารางกิโลเมตร มีสภาพภูมิประเทศเป็นภูเขา สลับซับซ้อนในแนวเทือกเขาเพชรบูรณ์ สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 400 เมตร สภาพดินฟ้าอากาศคล้ายกับภาคเหนือของไทย คือมีอากาศหนาวเย็นตลอดปี ในฤดูหนาวอุณหภูมิสดต่ำลงจนเกิดปรากฏการณ์แม่คะนิง เลยจึงได้ชื่อว่าเป็นเมืองที่ “หนาวที่สุดในสยาม” เลยเป็นจังหวัดแรกในภาคอีสานที่ได้สัมผัสกับแม่น้ำโขงเป็นจังหวัดแรก แม้ว่า จะมีเขตปกครองถึง 12 อำเภอ แต่มีเพียง 2 อำเภอเท่านั้น ที่อยู่ติดกับแม่น้ำโขงคือ อำเภอเชียงคาน และอำเภอปากชม สองอำเภอนี้มีทางหลวงหมายเลข 211 เป็นถนนที่เชื่อมการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยวเข้าด้วยกันสถานที่เด่นๆ คือแก่งคุดคู้ แก่งหินที่วางตัวอยู่กลางลำน้ำโขง ประกอบกับทิวทัศน์ที่สวยงาม ใล้งน้ำที่ไหลผ่านทิวเขาแดนลาวท่ามกลางม่านหมอก ขามเช้า และแสงแรกของวันที่นี้มีความงดงามไม่น้อย โดยมีอาณาเขตติดต่อกับ

ทิศเหนือ ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดต่อกับขอนแก่นและเพชรบูรณ์

ทิศตะวันออก ติดเขตหนองคาย หนองบัวลำภู และขอนแก่น

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดพิจิตร โลก

การเดินทาง ขับรถไปเอง จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 จนถึงสระบุรี แล้วต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 2 เมื่อถึงอำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ให้แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 201 ผ่านจังหวัดชัยภูมิ ขอนแก่น จนถึงอำเภอเมืองเลย รวมระยะทาง 520 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 7 ชั่วโมง

รถโดยสารประจำทาง มีรถโดยสารประจำทางจากกรุงเทพฯ ออกจากสถานีขนส่งหมอชิต 2 ทั้งของบริษัท ขนส่ง จำกัด และบริษัทเอกชน บริการเดินรถไปเลยทุกวัน ติดต่อบริษัท ขนส่ง จำกัด โทรศัพท์ 0 2936 2854-66, 0 2936 2846, 0 2936 0657 บริษัทแอร์เมืองเลย จำกัด โทรศัพท์ 0 2936 0142, 0 4283 2042 บริษัทชุมแพทัวร์ จำกัด โทรศัพท์ 0 2936 3842, 0 4283 2285 บริษัทเพชรประเสริฐ จำกัด โทรศัพท์ 0 2936 3230, 0 4289 9386

รถไฟ ไม่มีบริการรถไฟไปเลยโดยตรง แต่สามารถนั่งรถไฟได้ที่สถานีรถไฟกรุงเทพฯ หัวลำโพง ไปลงที่สถานีรถไฟอุดรธานี แล้วต่อรถโดยสารประจำทางสายอุดรฯ-เมืองเลย ไปยังจังหวัดเลยได้ สอบถามตารางเดินรถไฟได้ที่การรถไฟแห่งประเทศไทย โทรศัพท์ 1690, 0 2220 4334 www.railway.co.th

เครื่องบิน มีบริการเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด มาลงที่สนามบินอุดรธานีวันละ 3 เที่ยวบิน เริ่มตั้งแต่ 06.30 น. 12.55 น. และ 18.35 น. โทรศัพท์ 1566, 0 2280 0080, 0 2628 2000 นกแอร์ สายการบินประหยัด บริการเที่ยวบิน กรุงเทพฯ-อุดรฯ ทุกวัน วันละ 3 เที่ยวบิน เริ่มเที่ยวบินแรกเวลา 06.00 น. 12.25 น. และ 16.40 น. โทรศัพท์ 1318 www.nokair.co.th ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 50 นาที จากนั้นสามารถนั่งรถโดยสารประจำทางสายอุดรฯ-เมืองเลย ต่อมายังจังหวัดเลยได้ ระยะทางประมาณ 152 กิโลเมตร

จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองคายนับเป็นจังหวัดในภาคอีสานอันดับที่สอง ที่มีอาณาเขตติดกับลาว ถัดมาจากจังหวัดเลย นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักเมืองนี้จากปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาค ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาชมมากที่สุดในช่วงวันออกพรรษา

ประมาณเดือนตุลาคมของทุกปี หากได้มีโอกาสมาเยือนนอกจากจะได้เที่ยวในหนองคายแล้ว ยังสามารถข้ามไปเที่ยวประเทศลาวแบบไปเช้า-เย็นกลับ โดยมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว เป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทาง หนองคายเป็นจังหวัดชายแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตั้งอยู่บริเวณฝั่งขวาของแม่น้ำโขง ซึ่งมีพื้นที่ติดชายแม่น้ำโขงมากที่สุดเป็นระยะทาง 320 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งจังหวัด 7,332 ตารางกิโลเมตร พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่สูงมีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,200 ฟุต พื้นที่ทางเหนือเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำทิสตะวันออกเป็นที่สูงและป่าโปร่ง ทิศตะวันตกเป็นภูเขาและป่าไม้ที่ต่อมาจากแนวเขตจังหวัดเลย ด้านทิศใต้เป็นที่ราบสูง สภาพภูมิอากาศแบ่งเป็น 3 ฤดู คือ ฤดูร้อน อากาศร้อนจัด ฤดูฝนจะมี ฝนตกหนักเนื่องจากมีพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง ส่วนในฤดูหนาวอากาศหนาวเย็น เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ	ติดกับเมืองเวียงจันทน์ ประเทศลาว มีแม่น้ำโขงเป็นเส้นแบ่งเขต
ทิศใต้	ติดกับเขตอุดรธานี และสกลนคร
ทิศตะวันออก	ติดกับเขตนครพนม
ทิศตะวันตก	ติดกับเขตเลย

การเดินทาง ขับรถไปเองจากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 2 ผ่านจังหวัดสระบุรี นครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี และหนองคาย รวมระยะทางทั้งสิ้น 616 กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง มีรถโดยสารปรับอากาศ และรถโดยสารธรรมดา บริการเส้นทางกรุงเทพฯ-หนองคาย โดย

บริษัท ขนบริษัท ขนส่ง จำกัด โทรศัพท์ 0 2936 2854-66, 0 2936 2846,

บริษัท 407 พัฒนาจำกัด จำกัด โทรศัพท์ 0 2992 2475-8, 0 4241 1261

บริษัทชาญทัวร์ จำกัด โทรศัพท์ 0 2618 7418-21, 0 4241 2195

รถไฟ การรถไฟแห่งประเทศไทย มีบริการรถไฟจากกรุงเทพฯ-หนองคาย ทุกวัน รถไฟออกจากสถานีหัวลำโพงรายละเอียดติดต่อสอบถามที่การรถไฟแห่งประเทศไทย โทรศัพท์ 1690, 0 2220 4334 www.railway.co.th

เครื่องบิน มีบริการเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด มาลงที่สนามบินอุดรธานีวันละ 3 เที่ยวบิน เริ่มตั้งแต่ 06.30 น. 12.55 น. และ 18.35 น. โทรศัพท์ 1566,

0 2280 0080, 0 2628 2000 นกแอร์ สายการบินประหยัด บริการเที่ยวบิน กรุงเทพฯ-อุดรฯ ทุกวัน วันละ 3 เที่ยวบิน เริ่มเที่ยวบินแรกเวลา 06.00 น. 12.25 น. และ 16.40 น. โทรศัพท์ 1318 www.nokair.co.th ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 50 นาที จากนั้นสามารถนั่งรถโดยสารประจำทางสายอุดรฯ-หนองคาย ต่อมายังจังหวัดหนองคายได้ ระยะทางประมาณ 54 กิโลเมตร

จังหวัดนครพนม จังหวัดนครพนม เป็นจังหวัดชายแดนที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พื้นที่ของจังหวัดมีรูปร่างยาวโค้งเล็กน้อยเลียบบขนานตามชายฝั่งด้านขวาของแม่น้ำโขง มีส่วนกว้าง จากทิศตะวันออกไปตะวันตกประมาณ 20 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 5,512.6 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นทิวเขา ที่สูง และที่ราบ โดยมีอาณาเขตติดต่อกับ

ทิศเหนือ	ติดกับหนองคาย
ทิศใต้	ติดกับมุกดาหาร
ทิศตะวันออก	ติดกับแขวงคำม่วน สปป.ลาว
ทิศตะวันตก	ติดกับสกลนคร

การเดินทาง ขับรถไปเอง จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) ถึงจังหวัดสระบุรีบริเวณหลักกิโลเมตรที่ 107 แยกขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) ผ่านจังหวัดนครราชสีมา ถึงกิ่งอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น แล้วแยกขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 213 ไปจังหวัดกาฬสินธุ์ จนถึงจังหวัดสกลนคร จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 22 ตรงเข้าสู่จังหวัดนครพนม รวมระยะทางทั้งสิ้นประมาณ 740 กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง จากกรุงเทพฯ มีบริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศของบริษัท ขนส่ง จำกัด และบริษัทเดินรถเอกชนให้บริการหลายบริษัท รถออกจากสถานีขนส่งหมอชิต 2 ทุกวัน วันละหลายเที่ยว สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

บริษัท ขนส่ง จำกัด โทรศัพท์ 0 2936 2841-8, www.transport.co.th

บริษัท แสงพระที่ปเดินรถ จำกัด โทรศัพท์ 0 2936 0321, 0 2936 0371

บริษัท ชัยสิทธิ์ จำกัด โทรศัพท์ 0 2936 2781

เครื่องบิน สายการบิน พีบี แอร์ บริการเที่ยวบินสู่จังหวัดนครพนม สอบถามตารางการบินได้ที่ โทรศัพท์ 0 2261 0220, 02261 0271, www.pbair.com

จังหวัดมุกดาหาร มุกดาหาร เป็นจังหวัดเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน เป็นประตูด่านสำคัญสู่กลุ่มประเทศอินโดจีน มีความสัมพันธ์ฉันท์บ้านพี่เมืองน้องกับ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมาช้านาน โดยมีแม่น้ำโขง ซึ่งมีความยาวถึง 70 กิโลเมตรเป็นเส้นกั้นพรมแดน มีพื้นที่ 4,339.830 ตารางกิโลเมตร และมีความโดดเด่นในด้านชนเผ่าพื้นเมืองต่าง ๆ ได้แก่ เผ่าไทยอีสาน ภูไท ไทยข่า กระโซ่ ไทยใหญ่ ไทยแสกและไทยกุลา และยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มุกดาหารมีพื้นที่ประมาณ 4,339.8 ตารางกิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ ทิศเหนือ ติดต่อกับสกลนคร และนครพนม

ทิศใต้ ติดกับยโสธร อำนาจเจริญ และร้อยเอ็ด

ทิศตะวันออก ติดกับแม่น้ำโขงบริเวณแขวงสะหวันนะเขตของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศตะวันตก ติดกับกาฬสินธุ์

การเดินทาง ขับรถไปเอง จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางกรุงเทพฯ-สระบุรี-นครราชสีมา-อำเภอบ้านไผ่-มหาสารคาม-อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด-อำเภอกำชะอี จังหวัดมุกดาหารหรือเส้นทางกรุงเทพฯ-สระบุรี-นครราชสีมา (ทางหลวงหมายเลข 2) เลี้ยวขวาเข้าเส้นทางหลวงหมายเลข 207 ที่บ้านวัด ผ่านอำเภอประทาย อำเภอพุทไธสงอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย อำเภอสวรรณภูมิ แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 2169 ผ่านทรายมูล อำเภอกุศชุม อำเภอเลิงนกทา แยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 212 ผ่านอำเภอนิคมน้ำอ้อย สู่จังหวัดมุกดาหาร รวมระยะทางประมาณ 642 กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการเดินรถจากสถานีขนส่งหมอชิต 2 ทุกวัน โทรศัพท์ 0 2936 2841-8, 0 2936 2852-66 นอกจากนี้ยังมีรถโดยสารประจำทางเชื่อมระหว่างมุกดาหารและจังหวัดอื่น ๆ ในภาคอีสาน อาทิ จังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี นครพนม สกลนคร อุครธานี และมหาสารคาม ตารางเวลาและรายละเอียดสอบถามได้ที่ สถานีขนส่งจังหวัดมุกดาหาร โทรศัพท์ 0 4261 1421, 0 4261 1478, www.transport.co.th

รถไฟ มีรถด่วน รถเร็ว และรถด่วนพิเศษสปรี้นเตอร์ กรุงเทพฯ-อุบลราชธานี ทุกวัน จากนั้นต่อรถโดยสารไปยังจังหวัดมุกดาหาร ระยะทางประมาณ 167 กิโลเมตร ราย

ละเอียดยังเพิ่มเติมสอบถามได้ที่หน่วยบริการเดินทางการรถไฟแห่งประเทศไทย โทรศัพท์ 1690, 0 2220 4334, www.railway.co.th

เครื่องบิน ยังไม่มีบริการเที่ยวบินไปยังจังหวัดมุกดาหาร โดยตรง หากประสงค์จะเดินทางโดยเครื่องบินต้องเดินทางไปจังหวัดอุบลราชธานี หรือนครพนม จากนั้นต่อรถโดยสารไปจังหวัดมุกดาหาร ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โทรศัพท์ 1566, 0 2280 0080, 0 2628 2000
 นกแอร์ บริการเที่ยวบินกรุงเทพฯ-อุบลฯทุกวัน วันละ 3 เที่ยวบินเที่ยวบินแรก เวลา 06.00 น. 12.25 น. และ 16.40 น. โทรศัพท์ 1318 www.nokair.co.th

จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ มีพื้นที่ประมาณ 3,161.248 ตารางกิโลเมตร ได้รับการจัดตั้งเป็นจังหวัดเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2536 อำนาจเจริญแม้จะเป็นเมืองเล็ก ๆ ที่เงียบสงบแต่ก็มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจทั้งวัดวาอาราม ธรรมชาติที่สวยงาม และหัตถกรรมฝีมือชาวบ้านที่น่าสนใจเป็นอย่างมากเพราะเป็นสินค้า OTOP โดยจังหวัดอำนาจเจริญมีอาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ	ติดต่อกับยโสธรและมุกดาหาร
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและอุบลราชธานี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับยโสธร
ทิศใต้	ติดต่อกับอุบลราชธานี

การเดินทาง รถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน ต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 2 ถนนมิตรภาพ ถึงนครราชสีมา จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 226 นครราชสีมา-สุรินทร์ และใช้ทางหลวงหมายเลข 214 สุรินทร์-อำเภอสุวรรณภูมิ แล้วแยกขวาไปตามทางหลวงหมายเลข 202 ผ่านจังหวัดยโสธร และอำเภอป่าดัว ถึงจังหวัดอำนาจเจริญ รวมระยะทางประมาณ 585 กิโลเมตร หรือสามารถใช้ทางหลวงหมายเลข 1 และหมายเลข 2 จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 226 นครราชสีมา-อุบลราชธานี ถึงจังหวัดอุบลราชธานีแล้วใช้ทางหลวงหมายเลข 212 อุบลราชธานี-อำนาจเจริญรวมเป็นระยะทางประมาณ 704 กิโลเมตร

รถโดยสารประจำทาง มีทั้งรถธรรมดา และรถปรับอากาศ สายกรุงเทพฯ-
อำนาจเจริญ ออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกเฉียงเหนือ ถนนกำแพงเพชรหมอซิด2
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โทร 0 2936 1880, 0 2936 0657, 0 2936 2852-66

รถไฟ มีขบวนรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือ สายกรุงเทพฯ-อุบลฯ หลายขบวน
ทั้งรถนอนปรับอากาศ รถด่วนพิเศษ รถด่วน และรถธรรมดา ออกจากสถานีรถไฟ
กรุงเทพฯ(หัวลำโพง) บริการเดินรถไฟทุกวัน โดยผ่านจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์
สุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และอุบลราชธานี รายละเอียดติดต่อสอบถามได้ที่การรถไฟ
แห่งประเทศไทย โทรศัพท์ 1690, 0 2220 4334, www.railway.co.th

เครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด มีบริการเที่ยวบินจากสถานีกรุงเทพฯ
(ดอนเมือง) บินสู่สนามบินอุบลราชธานี ทุกวัน วันละ 3 เที่ยวบิน ออกจากกรุงเทพฯ เวลา
06.35 น. 13.40 น. 18.25 น. รายละเอียดสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ บริษัท การบินไทย จำกัด
(มหาชน) โทรศัพท์ 1566, 0 2280 0080, 0 2628 2000 นกแอร์ บริการเที่ยวบินกรุงเทพฯ-
อุบลฯ ทุกวัน วันละ 3 เที่ยวบินเริ่มเที่ยวบินแรก เวลา 06.00น. 12.25 น. และ 16.40 น.
โทรศัพท์ 1318 www.nokair.co.th

จังหวัดอุบลราชธานี อุบลราชธานี เป็นเมืองใหญ่ริมฝั่งแม่น้ำมูลมีประวัติความ
เป็นมากกว่า 200 ปี ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ด้านตะวันออกสุดของ
ประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เป็นระยะทางประมาณ 629 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ
15,744 ตารางกิโลเมตร สภาพภูมิประเทศ โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูงและภูเขา มีแม่น้ำมูล
ไหลผ่านตอนกลางของพื้นที่และมีหน้าผาหินทรายบริเวณชายฝั่งแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นเส้น
แบ่งพรมแดนระหว่างไทยและลาว นอกจากนี้จะมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศลาวแล้ว ยัง
ติดต่อกับประเทศกัมพูชาด้วยโดยมีอาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ	ติดกับอำนาจเจริญ
ทิศใต้	ติดกับราชอาณาจักรกัมพูชา มีเทือกเขาพนมดงรักเป็น เส้นแบ่งเขต
ทิศตะวันออก	ติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศตะวันตก	ติดกับยโสธร และศรีสะเกษ

การเดินทาง ขับรถไปเอง จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) ถึง สระบุรี เลี้ยวเข้าทางหลวงหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) ต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 24 (สายโชคชัย-เดชอุดม) ไปจนถึงอุบลราชธานี หรือใช้เส้นทางกรุงเทพฯ นครราชสีมา แล้วต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 226 ผ่านบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และเข้าสู่จังหวัดอุบลราชธานี

รถโดยสารประจำทาง มีทั้งรถธรรมดาและปรับอากาศ ออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออกเฉียงเหนือ (หมอชิต 2) ทุกวัน สอบถามรายละเอียดได้ที่โทรศัพท์ 0 2936 2852-66 ที่อุบลราชธานี โทรศัพท์ 0 4524 1831, www.transport.co.th

รถไฟ มีขบวนรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือ สายกรุงเทพฯ-อุบลฯ หลายขบวน ทั้งรถนอนปรับอากาศ รถด่วนพิเศษ รถด่วน และรถธรรมดา ออกจากสถานีรถไฟ กรุงเทพฯ (หัวลำโพง) บริการเดินรถไฟทุกวัน โดยผ่านจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และอุบลราชธานี รายละเอียดติดต่อสอบถามได้ที่การรถไฟแห่งประเทศไทย โทรศัพท์ 1690, 0 2220 4334, www.railway.co.th

เครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด มีบริการเที่ยวบินจากสถานีกรุงเทพฯ (ดอนเมือง) บินสู่สนามบินอุบลราชธานี ทุกวัน วันละ 3 เที่ยวบิน ออกจากกรุงเทพฯ เวลา 06.35 น. 13.40 น. 18.25 น. รายละเอียดสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โทรศัพท์ 1566, 0 2280 0080, 0 2628 2000 นกแอร์ บริการเที่ยวบินกรุงเทพฯ-อุบลฯ ทุกวัน วันละ 3 เที่ยวบินเริ่มเที่ยวบินแรก เวลา 06.00น. 12.25 น. และ 16.40 น. โทรศัพท์ 1318 www.nokair.co.th

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามการสัมภาษณ์เจาะลึก

แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เจาะลึก เรื่อง การพัฒนาอุตสาหกรรมอีสานริมน้ำโขง

โดย นางสาวศศิธร จุ้ยนาม

หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตสำหรับนักบริหารมหาวิทยาลัยรามคำแหง

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ รุ่นที่ 3

.....

1. จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อ่างนาจเจริญ และอุบลราชธานี ได้เปรียบอย่างไรจากการมีแม่น้ำโขงไหลผ่าน และได้สร้างโอกาสด้านการท่องเที่ยวกับองค์กรหรือธุรกิจในภาพรวมอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่า การมีแม่น้ำโขงไหลผ่านใน 6 จังหวัด เลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อ่างนาจเจริญ และอุบลราชธานี จะทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวมุ่งไปสู่ความสำเร็จได้อย่างไร เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. อะไรเป็นปัญหา อุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจหรือการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดอีสานริมน้ำโขง และควรมีการแก้ปัญหาอย่างไร เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. อะไรคือสิ่งที่ท่านคิดว่าเป็น จุดแข็ง และจุดอ่อน ในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอีสานริมน้ำโขง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าสิ่งใดที่เป็นผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอีสานริมน้ำโขงทั้ง 6 จังหวัด เลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน. ใน รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร. (หน้า 2). กรุงเทพฯ: ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). การรักษาสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547 ก). รายงานสถิติประจำปี 2540-2546. กรุงเทพฯ: กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547 ข). แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548. กรุงเทพฯ: กองนโยบายและวางแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547 ค). สรุปผลสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี 2546. กรุงเทพฯ: กองสถิติ และวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยว. (2538, มีนาคม 5-8). นครพนมซูทิวรี่เชื่อม 2 แผ่นดิน. ประชาชาติธุรกิจ, หน้า 32-33.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2544). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2531, กรกฎาคม-สิงหาคม). อุปสงค์การท่องเที่ยว. จุลสาร การท่องเที่ยว, 7, 1, 23.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2538, ตุลาคม-ธันวาคม). องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว. จุลสาร การท่องเที่ยว, 14, 38-45.
- ธงชัย ฐิติวิริยะ. (2541). อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2530-2540. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2539). หลักเศรษฐศาสตร์ 1: จุลเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นิคม จารุมณี. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- นิลชนก ดิอินทร์. (2546). *การส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นุชนารถ ว่องธวัชชัย. (2539, มกราคม-มีนาคม). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 15, 14-23.
- “ปลูกเทรนทัวร์ กู้เศรษฐกิจชาติ.” (2548, มกราคม 6-9), *ประชาชาติธุรกิจ*, หน้า 35-36.
- พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์. (2542). *ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภาคลุ่มน้ำโขง*. เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา. (2545). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระพี สาคริก. (2530). *เกาะโอกินาวากับอนาคตของวงการกล้วยไม้ไทย*. กรุงเทพฯ: โมเดิร์นเพรส.
- เรืองชัย ฤทธิเดช. (2546). *การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิต สุขสำราญ. (2545). *ประสิทธิผลของการนำนโยบาย 11 กลยุทธ์ทางการตลาดในประเทศไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไปปฏิบัติ*. สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ. (2540). *ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). *การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา (ฉบับสมบูรณ์)*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- เศรษฐกิจภูมิภาค. (2538, มีนาคม 3-5). *เที่ยว 4 จังหวัดอีสานเหนือมันเย็น*. *ฐานเศรษฐกิจ*, หน้า 35-36.

- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2540). โครงการศึกษาและจัดทำระบบข้อมูลติดตามสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว. ใน รายงานเสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สมยศ นาวิการ. (2539). การบริหารเชิงกลยุทธ์ แนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2545). "ผลิตภัณฑ์จังหวัดตามราคาประจำปีเป็นรายจังหวัด ทั่วราชอาณาจักร พ.ศ. 2545." กรุงเทพฯ: สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครพนม. (2547). รายงานสถิติจังหวัดนครพนม ปี 2547. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- สำนักงานสถิติจังหวัดมุกดาหาร. (2547). รายงานสถิติจังหวัดมุกดาหาร ปี 2547. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- สำนักงานสถิติจังหวัดเลย. (2547). รายงานสถิติจังหวัดเลย ปี 2547. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- สำนักงานสถิติจังหวัดหนองคาย. (2547). รายงานสถิติจังหวัดหนองคายปี 2547. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- สำนักงานสถิติจังหวัดอำนาจเจริญ. (2547). รายงานสถิติจังหวัดอำนาจเจริญปี 2547. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- สำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี. (2547). รายงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี ปี 2547. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- สุวรรรัตน์ มณีนิล และคณะ. (2547). ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการจ้างงาน. เอกสารประกอบการสัมมนา. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- อคุสย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 2 แก้ไขปรับปรุง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Gee, Chuck Y., Dexter J. L. Choy, and James C. Makens. (1984). *The travel industry*. Westport, Connecticut: The AVI.
- Greene, William H. (2000). *Econometric Tourism Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Way, Holb. (1989). *The Travel Tourism Industry*. Glenview Scoutt: Faresmon.
- Levin, Richard I. and David S. Rubin. (1994). *Statistics for Management*. 6th ed. United of America: Prentic-Hall.
- Miller, Alex. (1998). *Strategic Management*. 3rd ed. Boston, Mass: McGraw-Hill.
- Rome, Corrol L (1963). *Tourism Management*. New York: Prentice-Hall.
- Wheelen, Thomas L. (1998). *Strategic management and business policy*. 5 ed. New York: Addison-Wesley.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวศศิธร จุ้ยนาม
วัน เดือน ปีเกิด 25 เมษายน 2521
สถานที่เกิด จังหวัดนนทบุรี
วุฒิการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
จากโรงเรียนไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี ปีการศึกษา 2539
สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต
คณะสารสนเทศศาสตร์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
จากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2542
ตำแหน่งหน้าที่
การงานปัจจุบัน ผู้จัดการฝ่ายการตลาด
บริษัท สไตล์ทราเวล จำกัด

