



การพัฒนาตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชากรณีศึกษาตลาดการค้าชายแดนช่องจอม
จังหวัดสุรินทร์

Development of Thailand – Cambodia Border Trade Market :
A Case Study in Chong Jom Border Trade Market,
Surin Province

มนีรัตน์ การรักษ์
Maneerat Kanrak

บช.บ. (ธุรกิจระหว่างประเทศ) อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้เดินทางไปยังตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ 2) ศึกษาศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตารางของ Krejcie and Morgan และวิเคราะห์ผลการศึกษาเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) เหตุผลหลักที่เดินทางมายังตลาดการค้าชายแดนช่องจอมคือ สินค้าราคาถูก และทำเลที่ตั้งไม่ห่างไกลมากนักจากจังหวัดใกล้เคียง 2) ตลาดการค้าชายแดนช่องจอมมีจุดแข็ง คือการมีทำเลที่ตั้งติดกับประเทศกัมพูชาซึ่งทำให้มีประชาชนชาวไทยเดินทางมายังตลาดจุดอ่อน คือ จำนวนขอลานในตลาดมีมากเป็นเหตุให้อาจเป็นผลถึงความปลอดภัยในทรัพย์สิน โอกาส คือ ตลาดการค้าชายแดนช่องจอมอยู่ใกล้กับชายแดนประเทศกัมพูชาทำให้การติดต่อค้าขายระหว่างประเทศสะดวกมากขึ้น รัฐบาลมีนโยบายที่สนับสนุนให้มีการค้าขายกับต่างชาติ การเปิดเสรีการค้าทำให้ได้รับประโยชน์ในด้านภาษี รัฐบาลสนับสนุนการพัฒนาจังหวัด ความร่วมมือทางเศรษฐกิจของกลุ่ม ASEAN และอุปสรรค คือ เกิดความขัดแย้งระหว่างประเทศทำให้ประเทศกัมพูชากีดกันการค้ากับไทย ระบบการชำระเงินที่ทั้งสองประเทศใช้เงินต่างสกุลกันในการซื้อขายแลกเปลี่ยน ซึ่งมีความไม่แน่นอนทางการเมืองของทั้งสองประเทศซึ่งมีผลกระทบอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ

คำสำคัญ : การพัฒนาตลาดการค้าชายแดน / การค้าชายไทย-กัมพูชา / ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์

ABSTRACT

The objectives of this study were: 1) to investigate behavior of those people travelling to 'Chong Jom' Thailand-Cambodia border trade market, Surin province, 2) to examine potential and guidelines about the development of 'Chong Jom' Thailand-Cambodia border trade market, Surin province. The study was a survey research. A sample whose size was determined based on Krejcie and Morgan's table was a total of 400 including Thai people and foreigners who travelled to 'Chong Jom' border trade market, Surin province. Results of study were found using qualitative analysis.

The findings revealed as follows. 1) The main reason for their travelling to "Chong Jom' border trade market was of low product prices as well as not too far away location of the market from the neighboring provinces. 2) The strengths of "Chong Jom' trade market were that the location adjoining Cambodia is



convenient for Thai people to travel there. The weaknesses of it were that there were many beggars and the people going there felt insecure about their property. The opportunities of it were that the "Chong Jom" border trade market is located near the Cambodia border. That makes the contact of international trade more convenient. The Thai government has had a policy to support trade with other countries. An opening of free trade would be the government's advantage to collect tax. The government has supported the development of the province and the economic cooperation of all the countries in the ASEAN Community. The threats of it were that conflicts between Thailand and Cambodia made the trade between them have a hindrance. The different currencies used by both countries in the payment system for trading and the uncertainty of policies of both countries affected their economic system.

Keywords : Border Trade Market Development / Thai-Cambodia Border Trade / Chong Jom Border Trade, Surin Province

บทนำ

การค้าชายแดนมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านทำให้มีต้นทุน ค่าขนส่งต่างๆ และยังเป็นแหล่งระบายสินค้าที่ล้นตลาดของไทย ตลอดจนถึงเป็นช่องทางในการหาวัตถุดิบที่มีราคาถูกเพื่อป้อนเข้าสู่โรงงานผลิตสินค้าภายในประเทศ ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการผลิตทำให้สินค้าดังกล่าวมีราคาต่ำลง อันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคภายในประเทศของไทยและสามารถส่งออกสินค้าซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ปัจจุบันประเทศไทยได้ทำการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย เมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา (เรวดี แก้วมณี. 2556)

จากการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด 19 จังหวัด พบว่ามี 9 จังหวัด คือ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ อำนาจเจริญ สุรินทร์ มุกดาหาร นครพนมหนองคาย และเลย ที่มียุทธศาสตร์ด้านการค้าชายแดนและ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนทำให้ มีการค้าชายแดนระหว่างประเทศเกิดขึ้น โดยช่องทางด้านการค้าที่เปิด คือ ช่องผ่านแดนที่มีอยู่ 7 ด่าน (ศักดิ์สุริยา ไตรยราช. 2556)

สำหรับจุดการค้าบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชา ณ จุดผ่านแดนถาวรช่องจอม-โอรส์เมียด จังหวัดสุรินทร์ หรือตลาดการค้าชายแดนช่องจอม ตั้งอยู่ที่บ้านด่าน ตำบลด่าน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ เปิดเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2545 เปิดทุกวัน ระหว่างเวลา 07.00-20.00 น. เป็นจุดผ่านแดนที่สำคัญที่สุด

ของจังหวัดสุรินทร์ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ สำหรับมูลค่าการค้า ณ จุดผ่านแดนถาวรช่องจอม-โอรส์เมียด การค้าต่างประเทศผ่านชายแดนไทย-กัมพูชา ในปี 2555 มีมูลค่ารวม 313 ล้านบาท ส่งออก 244 ล้านบาท นำเข้า 68 ล้านบาท ดุลการค้าเกินดุล 178 ล้านบาท สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิง เบียร์ วิสกี้ เครื่องดื่ม น้ำผลไม้ ปูนซิเมนต์สูง เครื่องดื่มชูกำลัง กระเบื้อง เครื่องดื่ม น้ำอัดลม น้ำมันพืช เป็นต้น ส่วนสินค้านำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ มันสำปะหลัง รถจักรยานเก่าใช้แล้ว เสื้อผ้า ผ้าเก่าใช้แล้ว ส่วนของพรรณไม้และอื่นๆ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุรินทร์. 2555)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งให้ความสนใจในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสภาพตลาดช่องจอมเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การค้าชายแดนปี 2553-2557 ด้านการยกระดับให้ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม เป็นศูนย์กลางการค้าชายแดน การท่องเที่ยว และบริการต่อเนื่องของภูมิภาคอินโดจีนโดยอยู่บนพื้นฐานการเกื้อกูลผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัย

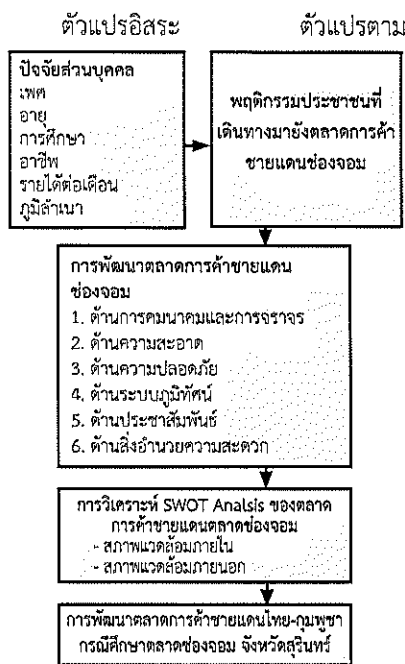
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เดินทางไปยังตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม
2. เพื่อศึกษาศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากทฤษฎีของ Philip Kotler and Kevin Keller (2012) ให้คำนิยามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นกระบวนการ



หรือการกระทำที่แสดงออกในการตัดสินใจซื้อ การใช้ การบริโภค สินค้าและบริการ จะแตกต่างกันออกไปตามสถานภาพของ ผู้บริโภค ประเภทของสินค้า อีกทั้งอาจได้รับอิทธิพลจากกลุ่ม บุคคลต่างๆ โดยผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวคิด ได้ดังนี้



วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการชาวไทย ประชาชนชาวไทยที่เดินทางมาตลาดการค้าขายแดนช่องจอม เขตพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ที่บริโภคสินค้าและบริการที่ส่งออกจากประเทศไทย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ จำนวน 769,454 คน (สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสุรินทร์, 2553)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการประชาชนชาวไทย ที่เดินทางมาตลาดการค้าขายแดนช่องจอมจังหวัดสุรินทร์ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970) ที่ค่าความคลาดเคลื่อน .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาแก้ไขปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 40 คน ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้นำมาเป็นประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ เพื่อทดสอบค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating Scale) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.97 แบบสอบถามประกอบไปด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุการศึกษา อาชีพรายได้ต่อเดือน และภูมิภาค

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางมาตลาดการค้าขายแดนช่องจอม

ตอนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อตลาดการค้าขายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ด้านการคมนาคมและการจราจรด้านความสะอาดด้านความปลอดภัย ด้านระบบภูมิทัศน์ ด้านประชาสัมพันธ์และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมตั้งแต่เดือนมกราคม-เมษายน 2557 โดยทำหนังสือถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น เพื่อแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษาและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด และได้กลับคืนมาครบทุกชุดคิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Method) พฤติกรรมของผู้เดินทางไปยังตลาดการค้าขายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61) และเป็นเพศชาย (ร้อยละ 39) มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 34.5) รองลงมาคือ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 20) สำเร็จการศึกษาชั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 40.5) รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 23.5) อาชีพส่วนใหญ่คือข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 41.8) รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 34.3) รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 23,001-31,000 บาท (ร้อยละ 44.2) รองลงมาคือ 7,001-15,000 บาท (ร้อยละ 31) ภูมิภาคอาศัยอยู่ในจังหวัดสุรินทร์ (ร้อยละ 89) รองลงมา



คือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ยกเว้นสุรินทร์) (ร้อยละ 7.8)

2. พฤติกรรมการเดินทางมาตลาดการค้าชายแดนของจอมของประชาชน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องมีสินค้าในราคาถูกร้อยละ 72.3 รองลงมาคือระยะทางไม่ไกลจากภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ (สามารถเดินทางไป-กลับได้) ร้อยละ 35.8 สิ่งที่ประชาชนนึกถึงในการเดินทางมาตลาดจอมเป็นอันดับแรกคือ สินค้าราคาถูก ร้อยละ 55.3 รองลงมาคืออากาศร้อน ร้อยละ 20.3 ประชาชนส่วนใหญ่รู้จักตลาดจอมโดยมีผู้นำคิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ของจังหวัด ร้อยละ 11.3 การเดินทางมายังตลาดจอมส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับโอกาส และเวลาว่าง คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 42.3 ในรอบ 1 ปี ประชาชนส่วนใหญ่จะ มาตลาดจอมจอมจำนวน 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง ร้อยละ 15.8 ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในตลาดจอมต่อครั้งเป็นเงินประมาณ 1,000-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 34 ว่าการบริหารจัดการของตลาดจอมเป็นการบริหารจัดการโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมาคือ ทราบร้อยละ 32.7

3. สภาพปัจจุบันตลาดการค้าชายแดนจอม จังหวัดสุรินทร์

ตารางที่ 1 แสดงภาพรวมของปัจจัยการพัฒนาตลาดการค้าชายแดนจอม

ปัจจัยการพัฒนาตลาดการค้าชายแดน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ด้านการคมนาคมและการจราจร	3.24	0.88	ปานกลาง
ด้านความสะดวก	2.51	0.77	น้อย
ด้านความปลอดภัย	2.72	0.66	ปานกลาง
ด้านภูมิทัศน์	2.71	0.40	ปานกลาง
ด้านประชาสัมพันธ์	3.23	0.69	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	2.93	1.27	ปานกลาง
รวม	2.89	0.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยการพัฒนาตลาดการค้าชายแดนจอม จังหวัดสุรินทร์ นั้น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรกเป็นดังนี้

ด้านการคมนาคมขนส่งเป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.88) รองลงมาคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.69) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.93$, S.D. = 1.27)

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยการพัฒนาตลาดการค้าชายแดนจอมด้านการคมนาคมและการจราจร

ด้านการคมนาคมและการจราจร	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. เส้นทางคมนาคมสู่ตลาดมีความสะดวก	3.68	0.84	มาก
2. ป้ายจราจรเพื่อบอกเส้นทางเข้าสู่ตลาดเข้าใจง่าย	3.58	0.89	มาก
3. ช่องทางการเข้า-ออกสะดวก	3.32	0.93	ปานกลาง
4. สถานที่จอดรถมีเพียงพอ	3.33	0.85	ปานกลาง
5. จุดจอดรถรับจ้างเพียงพอ	3.17	0.82	ปานกลาง
6. จุดจอดรถรับจ้างสาธารณะเพียงพอ	3.16	0.86	ปานกลาง
7. จุดจอดรถของผู้พิการใกล้กับตลาดและเห็นได้ง่าย	2.90	0.99	ปานกลาง
8. อัตราการเก็บค่าจอดรถมีความเหมาะสม	3.19	0.90	ปานกลาง
9. มีป้ายจราจรเพื่อบอกเส้นทางภายในตลาด	3.18	1.04	ปานกลาง
10. ครมมีป้ายจราจรที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	3.63	1.01	มาก
11. ความกว้างของถนนภายในตลาดสะดวก	3.06	0.95	ปานกลาง
12. มีช่องทางเดินผู้พิการที่มีความสะดวกสบาย	2.65	1.04	ปานกลาง
รวม	3.24	0.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการคมนาคมและการจราจรที่ ตลาดการค้าชายแดนจอม จังหวัดสุรินทร์ เส้นทาง การคมนาคมสู่ตลาดมีความสะดวก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.84) รองลงมาคือ ครมมีป้ายจราจรที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 1.01) และป้ายจราจรเพื่อบอกเส้นทางเข้าสู่ตลาดเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.89)



ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยการพัฒนาลาดการค้าขายแดนช่องจอม ด้านความสะอาด

ด้านความสะอาด	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ถนนและทางเดินภายในตลาดมีความสะอาด	2.47	0.91	น้อย
2. ร้านขายสินค้ามีความสะอาด	2.55	0.84	น้อย
3. การแต่งกายของผู้ค้าสะอาด	2.72	0.83	ปานกลาง
4. สินค้าที่วางจำหน่ายสะอาด	2.69	0.85	ปานกลาง
5. ร้านอาหารเครื่องต้มสะอาด	2.44	0.91	น้อย
6. มีถังขยะในตลาดเพียงพอ	2.38	0.86	น้อย
7. จุดที่ทิ้งขยะรวมของตลาดมีความสะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็น	2.37	0.93	น้อย
8. ห้องน้ำสาธารณะมีเพียงพอ	2.44	0.87	น้อย
9. ห้องน้ำสาธารณะสะอาด	2.36	1.01	น้อย
10. ตลาดมีการระบายน้ำที่ดี ไม่มีน้ำขังเฉอะแฉะ	2.64	1.07	ปานกลาง
รวม	2.51	0.77	น้อย

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะอาดของตลาดการค้าขายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรกเป็นดังนี้ การแต่งกายของผู้ค้ามีความสะอาด ($\bar{X} = 2.72$, S.D. = 0.83) รองลงมาคือสินค้าที่วางจำหน่ายมีความสะอาด ($\bar{X} = 2.69$, S.D. = 0.85) และตลาดมีการระบายน้ำที่ดี ไม่มีน้ำขังเฉอะแฉะ ($\bar{X} = 2.64$, S.D. = 1.07)

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยการพัฒนาลาดการค้าขายแดนช่องจอม ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. เจ้าหน้าที่ตำรวจที่เดินตรวจตรา มีจำนวนเพียงพอ	2.63	1.02	ปานกลาง
2. ตำรวจท่องเที่ยวเพียงพอ	2.55	1.04	น้อย
3. ที่ตั้งของศูนย์ให้ความช่วยเหลือเห็นได้ชัดเจน	2.55	0.98	น้อย
4. โครงสร้างอาคารร้านค้าภายใน ตลาดแข็งแรง	2.70	1.02	ปานกลาง
5. มีอุปกรณ์ดับเพลิงดับเพลิงเพียงพอ	2.44	1.02	น้อย

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยการพัฒนาลาดการค้าขายแดนช่องจอม ด้านความปลอดภัย (ต่อ)

ด้านความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
6. ที่ตั้งของสถานพยาบาลภายในตลาดเห็นได้ชัดเจน	2.42	1.04	น้อย
7. ขอทานมีจำนวนไม่มาก	3.34	1.20	มาก
8. ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	3.10	1.05	มาก
รวม	2.72	0.66	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความปลอดภัยของตลาดการค้าขายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า 3 อันดับแรกเป็นดังนี้ ขอทานมีจำนวนไม่มาก โดยเฉพาะ เด็ก ผู้หญิง และคนชรา ที่เป็นข่าวกัมพูชา ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 1.20) รองลงมาคือ เมื่อท่านเดินตลาดช่องจอมท่านรู้สึกที่ไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของท่าน ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = 1.05) และโครงสร้างอาคารร้านค้าภายในตลาดแข็งแรง ปลอดภัย ($\bar{X} = 2.70$, S.D. = 1.02)

ตารางที่ 5 แสดงปัจจัยการพัฒนาลาดการค้าขายแดนช่องจอม ด้านภูมิทัศน์

ด้านภูมิทัศน์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. บริเวณช่องทางเข้า-ออกตลาดมีการตกแต่งที่สวยงาม	2.49	0.97	น้อย
2. มีการปลูกต้นไม้ได้เพื่อเพิ่มความสวยงาม	2.48	0.97	น้อย
3. มีสวนหย่อมขนาดเล็กเพื่อเป็นจุดพักผ่อนให้นักท่องเที่ยว	2.49	0.98	น้อย
4. แสงสว่างภายในตลาดมีเพียงพอ	2.84	1.02	ปานกลาง
5. การจัดวางหมวดหมู่ประเภทสินค้าในแต่มีการแยกประเภทไม่ปะปนกัน	2.90	1.09	ปานกลาง
6. ร้านค้ามีการจัดเก็บสินค้า สิ่งของวัสดุอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย	2.84	1.00	ปานกลาง
7. มีการจัดบริเวณสำหรับขนถ่ายสินค้าไว้เป็นสัดส่วน	2.82	1.01	ปานกลาง
8. มีการจัดสถานที่สำหรับหาบเร่แผง เป็นระเบียบเรียบร้อย	2.79	1.02	ปานกลาง
รวม	2.71	0.40	ปานกลาง



จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านภูมิทัศน์ของตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า 3 อันดับแรกเป็นดังนี้ การจัดวางหมวดหมู่ประเภทสินค้าในแต่ละล็อกแผงค้า มีการแยกประเภทไม่ปะปนกัน ($\bar{X} = 2.90$, S.D. = 1.09) รองลงมาคือ ร้านค้ามีการจัดเก็บสินค้า สิ่งของ วัสดุอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ให้เกะกะรุงรัง หรือกีดขวางทางเดินและถนนโดยรอบ และแสงสว่างภายในตลาดมีเพียงพอ ($\bar{X} = 2.84$, S.D. = 1.02) และมีการจัดบริเวณสำหรับขนถ่ายสินค้าไว้เป็นสัดส่วน โดยไม่เกะกะผู้ซื้อหรือกีดขวางทางจราจร ($\bar{X} = 2.82$, S.D. = 1.02)

ตารางที่ 6 แสดงปัจจัยการพัฒนาตลาดการค้าชายแดนช่องจอมด้านประชาสัมพันธ์

ด้านประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลแนะนำศูนย์ประชาสัมพันธ์เพียงพอ	2.75	1.03	ปานกลาง
2. การสืบค้นเว็บไซต์ของตลาดช่องจอมเข้าถึงได้ง่าย	2.94	1.03	ปานกลาง
3. มีการแจกแผนที่เพื่อแสดงจุดต่างๆ ในตลาดช่องจอม	3.15	1.23	ปานกลาง
4. มีการจัดทำแผ่นพับของตลาดช่องจอม	3.40	1.13	ปานกลาง
5. มีการติดตั้งระบบเสียงตามสายในตลาดช่องจอม	3.47	1.13	มาก
6. มีผู้แสดงความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว	3.46	1.12	มาก
7. มีลานเอนกประสงค์เพื่อการจัดกิจกรรมภายในตลาด	3.45	1.14	มาก
รวม	3.23	0.69	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านประชาสัมพันธ์ของตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า 3 อันดับแรกเป็นดังนี้ การติดตั้งระบบเสียงตามสายเพื่อประชาสัมพันธ์ภายในตลาดช่องจอม ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 1.13) รองลงมาคือ การมีผู้แสดงความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 1.12) และควรมีลานเอนกประสงค์เพื่อการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ ภายในตลาด ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 1.14)

ตารางที่ 7 แสดงปัจจัยการพัฒนาตลาดการค้าชายแดนช่องจอมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. มีร้านค้าสินค้า OTOP ชัดเจน	2.85	1.10	ปานกลาง
2. ธนาคารมีจำนวนเพียงพอ	2.73	1.01	ปานกลาง
3. ตู้กดเงินสดเพียงพอ	2.73	1.03	ปานกลาง
4. จุดแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพียงพอ	2.69	0.95	ปานกลาง
5. ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	2.96	1.05	ปานกลาง
6. โทรศัพท์สาธารณะเพียงพอ	2.77	1.01	ปานกลาง
7. จุดนั่งพักผ่อนภายในตลาดมีจำนวนเพียงพอ	2.65	1.03	ปานกลาง
8. ควรมีจุดรับ-ฝากสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว	3.01	1.20	ปานกลาง
9. ควรมีรถรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังจุดต่างๆ	3.26	1.29	ปานกลาง
10. ควรมีบอร์ดในแต่ละจุดเพื่อแสดงแผนที่ ณ จุดที่นักท่องเที่ยวยืนอยู่	3.32	1.26	ปานกลาง
11. ควรมีบริการอาสาสมัครมีคุณูปการสำหรับบริการ	3.31	1.31	ปานกลาง
รวม	2.93	1.27	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า 3 อันดับแรกเป็นดังนี้ ควรมีบอร์ดในแต่ละจุดเพื่อแสดงแผนที่ ณ จุดที่นักท่องเที่ยวยืนอยู่ ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 1.26) รองลงมาคือ ควรมีบริการอาสาสมัครมีคุณูปการสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 1.31) และควรมีรถรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังจุดต่างๆ ของตลาดฟรี ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 1.29)

4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (SWOT Analysis) จุดแข็ง (Strengths) ประกอบด้วย ทำที่ตั้งอยู่ใกล้ประเทศกัมพูชาซึ่งทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเที่ยวตลาดนี้ สินค้าที่ขายในตลาดช่องจอมมีราคาถูก มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ศูนย์กลางการกระจายสินค้าไปยังพื้นที่ภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านตลอดจนเส้นทางคมนาคมที่สะดวก



จุดอ่อน (Weakness) ประกอบด้วยขอทานในตลาดมีจำนวนมากซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวไม่ยอมมาที่ตลาดช่องจอม ตลาดมีการจัดการด้านความสะอาดไม่ดีพอ ไม่มีการจัดหมวดหมู่สินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภคต่างๆไม่มีการปลอมแปลงสินค้าและมีสินค้าผิดกฎหมายจำนวนมาก

โอกาส (Opportunities) ประกอบด้วยตลาดช่องจอมอยู่ใกล้กับชายแดนประเทศกัมพูชาทำให้การติดต่อค้าขายระหว่างประเทศสะดวกมากขึ้น รัฐบาลมีนโยบายที่สนับสนุนให้มีการค้าขายกับต่างชาติ การเปิดเสรีการค้าทำให้ได้รับประโยชน์ในด้านภาษี รัฐบาลสนับสนุนการพัฒนาจังหวัด ความร่วมมือทางเศรษฐกิจของกลุ่ม ASEAN ที่ทำให้การค้าขายสะดวกเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค (Threats) ประกอบด้วยความขัดแย้งระหว่างประเทศทำให้ประเทศกัมพูชากีดกันในด้านการค้ากับไทย ระบบการเงินที่ทั้งสองประเทศใช้เงินต่างสกุลกันในการซื้อขายแลกเปลี่ยน ความไม่แน่นอนทางการเมืองของทั้งสองประเทศที่ยังมีความไม่มั่นคงอันเป็นผลกระทบอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้เดินทางไปยังตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา (ช่องจอม) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องมีสินค้าในราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไป จำพวกร้าน Hyper Mart รองลงมาคือ ระยะทางไม่ไกลจากภูมิลานาที่อาศัยอยู่ โดยสิ่งที่ประชาชนนึกถึงในการเดินทางมาตลาดช่องจอมเป็นอันดับแรก คือ สินค้าราคาถูก รองลงมาคือสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าว ประชาชนรู้จักตลาดช่องจอมโดยคำแนะนำของผู้ที่เคยมาเยือน ประชาชนส่วนใหญ่เดินทางมาช่องจอมขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาว่าง รองลงมาคือวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ จากพฤติกรรมส่วนใหญ่ของประชาชนในรอบ 1 ปี ประชาชนส่วนใหญ่จะมายังตลาดช่องจอมจำนวน 1-3 ครั้งและใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณครั้งละ 1,000-2,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มธรรดา สมัยกุล (2557) เรื่อง แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดนกรณีศึกษาตลาดมิตรภาพชายแดนไทย-กัมพูชาผลการศึกษาพบว่า การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา มีสินค้าที่มีความหลากหลายทั้งสินค้าใหม่และสินค้ามือสองซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ หลายระดับราคา ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

2. ศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา พื้นที่ตลาดช่องจอม จังหวัดสุรินทร์

1) ด้านการคมนาคมและการจราจรอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากเส้นทางการคมนาคมขนส่งยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนที่เดินทางไปตลาดการค้าชายแดนช่องจอม เป็นเพราะมีประชาชนเดินทางไปเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการจราจรติดขัดเป็นอย่างมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สถาบันการขนส่งในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2556) เรื่องการค้าระหว่างประเทศด้านตะวันออก การศึกษาเน้นไปที่สถานการณ์ โอกาสและอุปสรรค/ปัญหาการค้าชายแดนและการค้าข้ามแดนในปัจจุบันบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ R1 และ R10 ซึ่งเชื่อมโยงประเทศไทย กัมพูชาและเวียดนามตอนใต้ ซึ่งจากการศึกษานี้พบว่าการค้าชายแดนและการค้าข้ามแดนระหว่างประเทศไทย กัมพูชาและเวียดนามมีสัดส่วนและมูลค่าการค้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การขนส่งทางบกยังไม่นิยมเมื่อเทียบกับทางน้ำ เนื่องจากสภาพภูมิศาสตร์และต้นทุนที่สูงกว่ามาก

2) ด้านความสะอาดบริเวณตลาดการค้าชายแดนช่องจอม อยู่ในระดับน้อย เนื่องจากมีประชาชนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามายังตลาดการค้าชายแดนช่องจอมเป็นจำนวนมาก พนักงานทำความสะอาดและถึงขยะบริเวณจุดต่างๆ มีไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุเทพ พันประสิทธิ์ และคณะ (2547) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชา กรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษโดยผลการศึกษา พบว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความสะอาดเป็นองค์ประกอบ เช่น ความสะอาดของอาหาร ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของห้องสุขา เป็นต้น

3) ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง โดยเจ้าหน้าที่ตำรวจที่เดินตรวจตรามีจำนวนเพียงพอ และโครงสร้างอาคารร้านค้าภายในตลาดแข็งแรงปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ ยงยุทธ บุราสิทธิ์ (2551) ศึกษาเรื่อง บทบาทของจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการสร้างความสัมพันธ์ชายแดนไทย-กัมพูชา ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาการโจรกรรมรถจักรยานยนต์ โดยเฉพาะด้านอำเภอคลองใหญ่ สามารถนำรถจักรยานยนต์ผ่านบริเวณที่เป็นป่าเขา ซึ่งยากต่อการดูแล เพราะบางแห่งมีพรมแดนห่างกันเพียง 500 เมตรเท่านั้น ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาลได้ร่วมกับตำรวจและทหารในพื้นที่ช่วยกันดูแลและตรวจรักษาความสงบเรียบร้อย

4) ด้านระบบภูมิทัศน์ บริเวณตลาดการค้าชายแดนช่องจอมอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากพื้นที่ของตลาดการค้า



ชายแดนช่องจอมมีบริเวณกว้าง ซึ่งยากต่อการจัดการภูมิทัศน์ อาจเป็นเพราะขาดงบประมาณในการจัดการพื้นที่เพื่อสร้างภูมิทัศน์ภายในตลาดการค้าชายแดนช่องจอม ซึ่งตรงกับการศึกษาของนพรัตน์ วงศ์วิทยาพานิชย์ และคณะ (2554) การพัฒนาตลาดการค้าชายแดนในบริเวณตลาดโรงเกลือ ผลการศึกษาพบว่าสภาพการค้าบริเวณตลาดโรงเกลือเกิดจากความแออัดของการค้า ณ จุดผ่านแดนบ้านคลองลึกซึ่งมีมูลค่าการค้าที่สูง ในขณะที่ตลาดโรงเกลือยังมีสภาพภายในที่ไม่ได้มาตรฐาน จึงเกิดปัญหาอันเนื่องมาจากขยะ น้ำท่วม

5) ด้านประชาสัมพันธ์ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม อยู่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของดลฤดี จันทร์แก้ว และคณะ (2556) เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการของไทยตามแนวชายแดนไทย ลาว กัมพูชา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการของไทยตามแนวชายแดนไทย ลาว กัมพูชา ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ให้รับรู้และเข้าใจผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยง่าย

6) ตลาดการค้าชายแดนช่องจอม อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากปัจจุบันเริ่มมีสิ่งอำนวยความสะดวกตอบสนองประชาชนที่เดินทางมายังตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จุฬาลักษณ์ ชันทะชา (2551) เรื่องแนวทางการพัฒนาการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาว ในพื้นที่จังหวัดนครพนม พบว่า รัฐบาลไทยควรเข้ามามีบทบาทในการประสานผลประโยชน์กับรัฐบาลสปป.ลาว โดยการส่งเสริมให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการวิจัยทราบถึงปัจจัยในเลือกการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดช่องจอมและสามารถใช้เป็นมาตรฐานการค้าชายแดนเพื่อสนองความต้องการให้กับประชาชนที่ต้องการเดินทางมายังตลาดช่องจอม

2. แนวทางการพัฒนาตลาดการค้าชายแดนช่องจอม จังหวัดสุรินทร์เป็นสารสนเทศที่องค์กรปกครองส่วนจังหวัดสุรินทร์ และองค์การบริหารส่วนตำบลด้านพัฒนา อำเภอ กาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ สามารถใช้เป็นแนวทางการจัดการ เช่น การจัดทำแผนผังในตลาด การจัดทำคู่มือท่องเที่ยวตลาดช่องจอม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ของตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา (ตลาดการค้าช่องจอม) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และยกระดับมาตรฐานตลาดชายแดน
2. ควรศึกษาแนวทางในการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานของตลาดการค้าชายแดน เพื่อรองรับจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในปี พ.ศ. 2558 จะมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เอกสารอ้างอิง

- Burasith, Yongyuth. (2009). "The roles of provinces and local administration organizations in creating the Thailand-Cambodia border relationship," *Journal of Language and Culture*. 28(2) : 89-115.
- ยงยุทธ บุราสิทธิ์. (2551). "บทบาทของจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการสร้างความสัมพันธ์ชายแดนไทย-กัมพูชา," *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*. 28(2) : 88-115.
- Institute of Transportation in Chulalongkorn University. (2013). *The International Border Trade by Land in the Eastern Direction*. Bangkok : Chulalongkorn University.
- สถาบันการขนส่งในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2556). *การค้าระหว่างประเทศทางบกด้านตะวันออก*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Junkaew, Donrudee and Others. (2013). "The factors Influencing the customers' decision to consume goods and services along the border of Thailand, Laos, and Cambodia," *Journal of Srivania Research*. 4(7) : 102-117.
- ดลฤดี จันทร์แก้ว และคณะ. (2556). "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการของไทยตามแนวชายแดนไทย ลาว กัมพูชา," *วารสารศรีวนาลัยวิจัย*. 4(7) : 102-117.
- Kaewmanee, Rewadee. (2013). *The Upward Trend towards Border Trade of the Industrial Sector under the Period of Fluctuating Baht*



- Value. Bangkok : Office of Macro Industrial Policy.
- เรวดี แก้วมณี. (2556). แนวโน้มการค้าชายแดนสดใโสโอกาสของภาคอุตสาหกรรมภายใต้ยุคค่าเงินบาทผันผวน. กรุงเทพฯ : สำนักนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค.
- Khunthacha, Jutalak. (2009). A Way to Developing the Exportation through the Thailand-Laos Border in Nakhon Phanom Province. MBA Thesis. Khon Kaen : Khon Kaen University.
- จุฑาลักษณ์ ชันทะชา. (2551). แนวทางพัฒนาการส่งออกสินค้าผ่านเขตชายแดนไทย-ลาวในพื้นที่จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D.W. (1970). "Determining sample size for research activities," *Educational and Psychological Measurement*. 30(3) : 608.
- Office of Tourism and Sports, Surin Province. (2010). *Tourism Statistics*. [Online], Available ; <http://103.28.101.10/briefprovince/filedoc /32000000.pdf>. [March 2014].
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์. (2553). สถิติการท่องเที่ยว. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก ; <http://surin.mots.go.th/index.php?lay=show&ac=article&ld=538758030>. [มีนาคม 2557].
- Philip, K. & Kevin, K.. (2012). *Marketing Management: Global Edition*. 14th ed. Harlow : Pearson Education.
- Phunprasit, Suthep and Others. (2004). *The Management Strategies for Promoting Tourism in the Provinces Bordering Thailand and Cambodia : A Case Study in Sakaew, Buriram, Surin and Sisaket Provinces*. Bangkok : Office of the Research Supporting Fund.
- สุเทพ พันประสิทธิ์ และคณะ. (2547). กลยุทธ์การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชายแดนไทยและกัมพูชากรณีศึกษา : จังหวัดสระแก้ว บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Samaikul, Mathurada. (2014). "Border trade economics development: The case study of Thailand-Cambodia border friendship market, Sakaeo province." *Academic Services Journal*. 25(1) : 22-30.
- มจรดา สมัยกุล. (2557). "การพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดนกรณีศึกษาตลาดมิตรภาพชายแดนไทย-กัมพูชา," *วารสารวิทยบริการ*. 25(1) : 22-30.
- Surin Provincial Office of Commerce. (2010). *Concluded Information of Surin Province 2012*. [Online], Available ; <http://surin.mots.go.th/index.php?Lay=show&ac=article&ld=538758030>. [March 2014].
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุรินทร์. (2555). *สรุปข้อมูลจังหวัดสุรินทร์ 2555*, [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก ; <http://103.28.101.10/briefprovince/filedoc/32000000.pdf>. [มีนาคม 2557].
- Thraiyarat, Saksuriya. (2013). "The analysis of border trade strategy of the provinces located in northeastern region to prepare readiness for the ACE," *Silpakorn University Journal*. 33(2) : 61-81.
- ศักดิ์สุริยา ไตรยราช. (2556). "การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ด้านการค้าชายแดนของจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน," *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*. 33(2) : 61-81.
- Wongwithayaphanit, Noppharat and Others. (2011). *Development of Thailand Border Trade Market : A Case Study in Rongkluea Market, Sakaeo Province*. Bangkok : Office of the Health Enhancing Support Fund.
- นพรัตน์ วงศ์วิทยาพาณิชย์ และคณะ. (2554). *การพัฒนาตลาดการค้าชายแดนไทยกรณีศึกษาตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้วสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.