

Pelancongan Sempadan : Potensi Dan Cabaran

Johan Afendi Ibrahim
Program Pengurusan Pelancongan,
Kolej Sastera dan Sains, Universiti Utara Malaysia,
06010, Sintok, Kedah
Email : afendi@uum.edu.my

Mohamad Zaki Ahmad
Program Pengurusan Pelancongan,
Kolej Sastera dan Sains, Universiti Utara Malaysia,
06010, Sintok, Kedah
Email : zaki.ahmad@uum.edu.my

ABSTRAK

Semenjak tahun 1980an, industri pelancongan di Malaysia memperlihatkan perkembangan yang memberangsangkan. Kerajaan memberikan perhatian yang serius kepada sektor ini disebabkan kemampuannya dalam menyumbangkan pendapatan kepada negara disamping meningkatkan taraf sosioekonomi rakyat. Penggubalan beberapa dasar yang mesra pelancongan, kestabilan politik dan ekonomi, kekuatan sumberjaya pelancongan sedia ada, pembukaan destinasi-destinasi baru serta promosi yang agresif menyumbang kepada peningkatan kedatangan pelancong ke negara ini. Bagi memastikan industri pelancongan terus berkembang, Malaysia mempromosikan pelbagai konsep pelancongan seperti ekopelancongan, agro pelancongan, pelancongan bandar, pelancongan budaya dan sejarah, pelancongan kesihatan, homestay dan sebagainya. Salah satu konsep-pelancongan yang dipromosikan adalah melancong ke beberapa destinasi yang terletak di sempadan negara. Sebanyak 9 buah lokasi yang menjadi tumpuan pelancong di sepanjang sempadan Malaysia – Thailand. Aktiviti yang popular di destinasi ini adalah membeli-belah yang majoritinya dikunjungi oleh pelancong domestik. Salah satu tujuan kerajaan membangunkan kawasan-kawasan sempadan adalah memberikan peluang pekerjaan dan pendapatan kepada penduduk yang tinggal berhampiran sempadan disamping membuka kawasan-kawasan baru untuk tujuan pembangunan. Apabila disebut tentang pelancongan sempadan, beberapa isu seringkali dikaitkan dengan kawasan ini iaitu corak pergerakan pelancong, dasar pemberian visa, urusan di Kompleks Kastam dan Kuarantin, tarikan dan imej produk yang ditawarkan, corak pembangunan destinasi, status bebas cukai, pihak yang memperoleh manfaat hasil daripada pembangunan kawasan sempadan, keselamatan negara, aktiviti penyeludupan dan sebagainya. Kertas kerja ini akan membincangkan mengenai pelancongan sempadan berdasarkan konsep dan pengertian, dasar-dasar kerajaan Malaysia terhadap pembangunan di kawasan sempadan, keadaan semasa aktiviti pelancongan di beberapa pintu masuk utama sempadan Malaysia dan Thailand, potensi-potensi yang boleh diceburi dan dibangunkan pada masa depan oleh kedua-dua pihak disamping isu-isu yang menjadi halangan dalam pembangunan pelancongan di kawasan ini.

Kata kunci : membeli-belah, pelancongan sempadan, Malaysia dan Thailand

PENGENALAN

Pelancongan di kawasan sempadan merupakan konsep yang popular di kalangan pelancong masakini. Trend ini boleh dilihat di seluruh dunia meliputi sempadan Amerika Syarikat – Kanada, Amerika Syarikat – Mexico serta beberapa lokasi di benua Eropah dan Asia. Kerajaan telah memberi perhatian yang serius daripada perkembangan aktiviti ini dengan melonggarkan beberapa syarat berkaitan prosidur perjalanan bagi memudahkan pergerakan pelancong merentasi sempadan. Salah satu keunikan kawasan sempadan adalah mewujudkan perasaan teruja dan pengalaman baru dikalangan pelancong apabila berada di tempat tersebut (merasa bangga kerana telah berada disini). Kebiasaannya, kedatangan pelancong ke lokasi-lokasi ini melakukan aktiviti membeli-belah dan aktiviti hiburan. Kebanyakan daripada mereka merupakan pelawat dimana hanya singgah sebentar di lokasi-lokasi ini atau pun bermalam dalam jangka masa pendek.

Di Malaysia, pelancongan sempadan tertumpu di sempadan Malaysia – Thailand, sempadan Malaysia – Singapura, sempadan Malaysia - Brunei dan sempadan Malaysia – Indonesia. Beberapa pekan kecil menjadi tumpuan pelancong terutama pada hujung minggu, cuti am dan cuti persekolahan. Pergerakan mereka tidak terhad di beberapa pekan di sempadan tetapi merentasi sehingga ke beberapa bandar-bandar yang terletak 100 kilometer dari sempadan. Kertas seminar ini akan membincangkan perkembangan pelancongan sempadan bagi beberapa lokasi tumpuan pelancong yang terletak di sepanjang sempadan Malaysia – Thailand sahaja.

KEADAAN SEMASA PEMBANGUNAN SEMPADAN MALAYSIA – THAILAND

Sempadan Malaysia – Thailand wujud berasaskan Perjanjian Inggeris – Siam pada tahun 1909. Ia merupakan salah satu usaha pihak British bagi memperluaskan pengaruhnya ke atas negeri-negeri Melayu yang pada ketika itu dibawah pengaruh Siam. Sempadan antarabangsa ini meliputi sempadan darat sepanjang 506 kilometer bermula dari Negeri Perlis di barat sehingga ke Negeri Kelantan di timur dan sempadan perairan meliputi Selat Melaka / Laut Andaman dan Laut China Selatan / Teluk Siam. Sebanyak empat buah negeri yang berada di sepanjang sempadan ini meliputi Perlis, Kedah, Perak dan Kelantan (bahagian Malaysia) dan lima wilayah meliputi Satun, Songkhla, Yala, Pattani dan Narathiwat (bahagian Thailand).

Apabila Malaysia mencapai kemerdekaan pada 1957, sempadan Malaysia – Thailand dilihat sebagai kawasan hitam dan bermasalah akibat daripada ancaman komunis yang berterusan menggugut keselamatan penduduk dengan melancarkan perang gerila terutamanya sepanjang tahun 1960an sehingga 1980an. Oleh itu, kawasan sempadan Malaysia – Thailand menjadi medan pertempuran tentera kedua-dua pihak dan dizonkan sebagai kawasan yang berbahaya kepada orang awam. Apabila pihak Parti Komunis Malaya bersetuju meletakkan senjata dengan termತ್ರainya Perjanjian Damai Hat Yai 1989, kerajaan Malaysia mula merangka beberapa dasar dan strategi khusus bagi pembangunan kawasan sempadan. Dasar pertama yang dirangka adalah Pembangunan Kawasan Keselamatan (KESBAN) bertujuan mempertingkatkan keselamatan penduduk yang tinggal di sepanjang sempadan Malaysia – Thailand daripada ancaman komunis dan anasir-anasir luar. Setelah keadaan keselamatan agak terjamin, usaha pembangunan di kawasan tersebut lebih mementingkan peningkatan taraf sosioekonomi penduduk melalui penyediaan projek-projek infrastruktur asas, kemudahan awam, pembangunan petempatan dan pembangunan aktiviti ekonomi khususnya sektor pertanian, pelancongan dan keselamatan (Kementerian Perumahan Dan Kerajaan Tempatan, 2001). Salah satu usaha kerajaan untuk membangunkan kawasan ini adalah memperbaiki infrastruktur dan menambah kemudahan pelancongan di pintu keluar-masuk sedia ada seperti di Padang Besar, Rantau Panjang dan Pengkalan Kubur disamping membuka pintu keluar-masuk baru seperti di Bukit Kayu Hitam dan Pengkalan Hulu. Pembukaan pintu keluar-masuk baru disempadan telah memudahkan pergerakan penduduk antara kedua-dua negara sekaligus merancakkan pertumbuhan ekonomi di kawasan tersebut.

Pada tahun 1995, kerajaan ketiga-tiga negara bersetuju untuk membangunkan wilayah sempadan Indonesia – Malaysia – Thailand sebagai pusat pertumbuhan baru. Penubuhan kerjasama ini bertujuan untuk mengeksploitasi sumberjaya yang terdapat di wilayah berkenaan di samping menggalakkan penyertaan sektor swasta bagi menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi. Beberapa strategi telah dirangka meliputi membangunkan program institut sumber manusia dan pelaburan bagi pelancongan, membangunkan program promosi pelancongan bersama, membangunkan Zon Alam Sekitar Istimewa Langkawi – Tarutao, membangunkan kerjasama perancangan bersama 'cruise' wilayah, menyediakan Pelan Pembangunan Pelancongan Langkawi, membangunkan Taman Andaman dan Projek Pembangunan Antara Sempadan (Asian Development Bank, 1995).

Kini, bagi merancakkan lagi pembangunan di kawasan sempadan, kerajaan telah mengemukakan dasar-dasar baru seperti Wilayah Ekonomi Koridor Utara (NCER) dan Wilayah Ekonomi Koridor Timur (ECER). Beberapa strategi berkaitan pelancongan di kawasan sempadan telah ditumpukan dengan tujuan untuk meningkatkan jaringan perdagangan merentasi sempadan. Pembangunan difokuskan kepada produk membeli-belah, rekreasi, hiburan serta makanan dan minuman selain menaiktaraf kemudahan-kemudahan sedia ada seperti kemudahan pelancongan di Padang Besar, Bukit Kayu Hitam, Bukit Bunga, Rantau Panjang dan Pengkalan Kubur serta mempromosikan Taman Negeri Ulu Muda dan Royal Belum State Park sebagai destinasi pelancongan alam semulajadi (NCER & ECER, 2007). Bagi memastikan kawasan sempadan dapat dibangunkan secara menyeluruh dan menggalakkan pertumbuhan ekonomi setempat, beberapa perjanjian persefahaman telah ditandatangani oleh kedua-dua kerajaan seperti mempermudah

prosedur perjalanan kepada rakyat kedua-dua buah negara keluar-masuk tanpa menggunakan dokumen perjalanan pada waktu-waktu tertentu disamping membuka pintu keluar-masuk baru seperti di Wang Kelian, Durian Burung dan Bukit Bunga.

Perkembangan pembangunan di kawasan sempadan telah menggalakkan kedatangan pelancong. Ketibaan pelancong yang paling ramai dicatatkan di pintu keluar-masuk Bukit Kayu Hitam diikuti Padang Besar, Pengkalan Hulu dan Rantau Panjang (*rujuk Jadual 2.1*). Faktor kemasukan pelancong yang ramai di bahagian pantai barat Semenanjung Malaysia disebabkan kemudahan aksesibiliti yang baik (lebuhraya trans ASEAN dan laluan keretapi) disamping lebih selamat berbanding dengan wilayah selatan yang bergolak. Aktiviti yang paling popular di kawasan sempadan adalah membeli-belah dimana barangan yang dijual terdiri daripada makanan dan minuman, pakaian, restoran / kedai makan, perkakasan dapur dan rumah, barangan elektrik, pasar basah dan kedai kasut. Kebanyakan produk yang dijual adalah buatan Thailand dan harga yang ditawarkan lebih murah. Selain itu, kawasan sempadan juga merupakan hub bagi pengangkutan logistik membawa barang dagangan untuk dipasarkan di kedua-dua belah negara.

IMEJ DESTINASI SEMPADAN

Kebanyakan destinasi di dunia berkembang dengan pesat akibat pelancongan. Kedatangan pelancong ke sesuatu destinasi bukan sekadar faktor tolakan (*push factors*) tetapi disumbangkan juga oleh faktor tarikan (*pull factors*) yang terdapat di sesuatu destinasi. Menurut Weaver & Oppermann (2000), sebanyak 9 faktor tarikan (*pull factors*) yang mempengaruhi kedatangan pelancong ke sesuatu destinasi :

a. Lokasi Geografi Berhampiran Pasaran Pelancong

Destinasi yang terletak berhampiran atau pun di dalam lingkungan pasaran pelancongan dunia lebih berupaya menarik pelancong serta terdedah dengan pembangunan berbanding destinasi yang terletak di kawasan yang terasing. Sebagai contoh, wilayah Asia Pasifik yang meliputi negara-negara Asia Tenggara, Asia Timur dan Australia merupakan kawasan pasaran baru pelancongan yang membangun dengan pesat. Wilayah ini menerima kedatangan pelancong yang semakin meningkat serta pembangunan destinasi berlaku secara pantas (Burton, 1995).

b. Akses Kepada Pasaran

Sesebuah destinasi yang berjaya menarik kedatangan pelancong bergantung kepada wujudnya akses infrastruktur dan akses politik. Akses infrastruktur merujuk kepada wujudnya rangkaian pengangkutan yang terdapat antara destinasi dan tempat asal pelancong (laluan udara, lebuhraya, feri, lapangan terbang dan pelabuhan). Penyelesaian terhadap masalah akses fizikal ini bergantung kepada beberapa faktor seperti mempunyai pembiayaan, halangan fizikal (termasuk jarak) dan keupayaan bekerjasama dengan destinasi.

Akses politik pula merujuk kepada keadaan yang membenarkan pelancong memasuki sesebuah destinasi. Kebanyakan negara membataskan kemasukan pelancong dari luar dengan ketat sehingga memberikan kesan terhadap pelancongan antarabangsa. Walau pun begitu akses politik tidak begitu ketara dalam konteks pelancongan domestik. Hak untuk membenarkan atau menafikan kemasukan pelancong merupakan hak sesebuah negara yang berdaulat. Walau pun begitu, dalam beberapa kes hak ini terpaksa dilonggarkan atas sebab perjanjian dengan negara lain. Akses politik merupakan salah satu faktor tarikan (*pull factors*) yang digunakan bagi mengawal pembangunan dan kemasukan pelancong ke sesebuah destinasi. Ia boleh berubah dengan segera bergantung kepada situasi dan tidak melibatkan kos yang banyak oleh kerajaan.

Pihak kerajaan dan pihak industri pelancongan mempunyai persepsi yang berbeza terhadap tahap keterbukaan sempadan untuk pelancong. Kerajaan berpendapat pintu masuk negara tidak sepatutnya dibuka dengan luas dengan andaian bahawa pelancong antarabangsa mungkin terdiri daripada pelarian atau terdiri daripada individu yang berpotensi mengancam keselamatan negara. Ahli perniagaan pula berpendapat pelancong adalah pelanggan yang berpotensi memberikan peluang perniagaan. Oleh itu, mereka menyokong supaya pintu masuk dibuka dengan lebih luas. Akibat pertentangan kepentingan antara kerajaan dan ahli perniagaan, kebanyakan destinasi berkompromi;

pelancong boleh memasuki negara dengan syarat mempunyai passport serta mendapat visa perjalanan.

c. Terdapatnya Tarikan

Asasnya, kekuatan sesuatu destinasi berdasarkan tarikan yang ada padanya. Ia merupakan sebab utama yang mendorong pelancong datang ke sesuatu destinasi. Tarikan merupakan salah satu elemen terpenting dalam pelancongan yang perlu dirancang dan diuruskan dengan baik bagi memastikan semua pihak (pelancong, kerajaan, agensi pelancongan, penduduk tempatan dan sebagainya) mendapat manfaat daripadanya. Tarikan mempunyai pelbagai jenis yang terdiri daripada ciri-ciri spesifik (taman tema, tapak pertempuran) dan ciri-ciri bukan spesifik (pemandangan dan iklim). Disamping itu, sesebuah tarikan yang menarik minat pelancong datang mengunjunginya bergantung juga kepada beberapa faktor-faktor lain seperti kualiti, kuantiti, kepelbagaian, keunikan dan akses terhadap tarikan tersebut.

Kejayaan sesuatu tarikan mendorong kedatangan pelancong bergantung kepada kekuatan tarikan tersebut. Sebagai contoh tarikan berteraskan kehebatan ciri-ciri topografi dan hidrologi (Pergunungan Himalaya dan Air Terjun Niagara) atau tapak bersejarah (tapak bertempuran Hastings dan Waterloo) berjaya menarik pelancong disebabkan keunikannya. Pihak perancang pelancongan hanya perlu menambah beberapa kemudahan, perkhidmatan dan bantuan interpretasi agar tarikan ini lebih mengagumkan.

Selain itu, terdapat juga destinasi yang menawarkan beberapa tarikan baru bagi menarik kedatangan pelancong yang hanya mengunjungi tarikan utama. Sebagai contoh di Air Terjun Niagara, Amerika Syarikat terdapat juga taman tema dan kompleks membeli-belah disediakan kepada pelancong. Ada juga tarikan-tarikan baru dibangunkan di sesuatu destinasi yang pada asalnya tidak mempunyai apa-apa yang berkaitan dengan pelancongan. Tapak asal taman tema Disney World merupakan kawasan hutan pine yang semak di Orlando. Las Vegas yang terkenal sebagai pusat perjudian di bangunkan di kawasan padang pasir California.

d. Jaringan Budaya

Salah satu sebab yang mendorong pelancong datang ke sesuatu destinasi ialah unsur persamaan sejarah, etnisiti, kebudayaan, keagamaan dan bahasa. Sebagai contoh, orang-orang Yahudi akan mengunjungi Israel, orang-orang Islam akan mengunjungi Arab Saudi dan orang-orang Kristian akan mengunjungi Vatican City. Pelancong suka mengunjungi ke destinasi-destinasi ini atas alasan keagamaan, cara hidup yang hampir serupa serta merasa lebih selamat berada di dalam kelompok masing-masing. Kebanyakan pelancong memilih tidak mengunjungi ke destinasi-destinasi yang berbeza dengan budaya dan adat resam kerana merasa terasing, tidak selamat dan sukar berkomunikasi.

e. Terdapatnya Perkhidmatan

Salah satu sebab pelancong tidak datang atau menjauhi sesuatu destinasi ialah ketiadaan perkhidmatan yang diperlukan atau pun kualiti perkhidmatan yang tidak memuaskan. Sesuatu destinasi yang berjaya perlu mempunyai perkhidmatan pengangkutan selain perkhidmatan-perkhidmatan lain seperti penginapan, tandas, tempat makan dan biro pelawat. Di peringkat yang lebih luas, perkhidmatan asas yang bukan berteraskan pelancongan seperti dasar-dasar dan perkhidmatan rawatan kesihatan perlu disediakan. Selalunya, pihak swasta berminat untuk melabur dalam penyediaan perkhidmatan-perkhidmatan yang berteraskan pelancongan seperti pengangkutan, penginapan dan tempat makan berbanding pihak kerajaan yang menyediakan perkhidmatan secara umum.

f. Kos Percutian di Destinasi

Faktor lain yang mendorong kedatangan pelancong ke sesuatu destinasi ialah kos yang mereka terpaksa tanggung sepanjang percutian di destinasi tersebut. Mereka lebih memilih destinasi yang mempunyai kos percutian yang lebih murah berbanding negara asal. Sebagai contoh, pelancong yang berasal dari negara maju lebih berminat untuk mengunjungi destinasi pelancongan yang terdapat di negara-negara membangun seperti Indonesia atau Costa Rica di mana kos untuk mendapatkan perkhidmatan dan barangan adalah lebih murah. Walau pun begitu, kelebihan ini tidak nampak dengan ketara apabila situasi harga perkhidmatan serta barangan seperti penginapan dan pengangkutan dinilai dengan matawang Dollar America (USD) atau dengan matawang-matawang negara lain.

Sesuatu destinasi boleh memainkan peranan dalam mengurangkan perbezaan kos percutian dengan melakukan beberapa penguatkuasaan harga di peringkat mikro. Kerajaan berperanan dengan cara mengganggu pasaran matawang, melakukan revolusi kewangan secara radikal atas sebab kepentingan negara. Walau pun begitu, keburukannya akan dialami oleh pengusaha dan peniaga di mana mereka merasai kesan negatif akibat daripada tindakan yang dilakukan kerajaan. Oleh itu, mereka terpaksa merangka kembali strategi pemasaran yang tidak sensitif dengan kos kewangan untuk menarik kemasukan pelancong.

g. Aman dan Stabil

Pasaran pelancong amat sensitif dengan situasi politik yang berlaku di sesuatu destinasi. Sebagai contoh kedatangan pelancong ke negara-negara Balkan dan Timur Tengah mencatatkan penurunan yang ketara akibat daripada peperangan dan pergolakan politik yang berlaku di wilayah tersebut. Kesan negatif kepada pelancongan bukanlah berlaku di tapak pergolakan atau peperangan tetapi kesannya dirasai oleh destinasi-destinasi yang terletak berhampirannya. Sebagai contoh, pergolakan politik di Sri Lanka menyebabkan penurunan kedatangan pelancong ke India dan Maldives serta pergolakan politik di Afghanistan memberikan kesan terhadap industri pelancongan di Pakistan.

Perang Teluk, isu keganasan, penculikan dan rampasan kapal terbang menyumbang kepada pengurangan kemasukan pelancong asing ke sesuatu destinasi. Ini disebabkan mereka merasa tidak selamat untuk melakukan perjalanan jarak jauh. Akibatnya, kebanyakan destinasi tidak dikunjungi pelancong justeru membantutkan perkembangan pelancongan. Bagi memastikan impak negatif terhadap destinasi tidak berterusan, pelancong domestik diharap dapat membantu menggerakkan perkembangan industri pelancongan di sesebuah destinasi.

h. Imej Pasaran Yang Positif

Imej boleh didefinisikan sebagai gabungan kepercayaan, sikap dan kesan daripada individu atau sekumpulan manusia terhadap sesuatu fenomena (Baloglu & Brinberg 1997; Crompton 1979; Murphy 1985 dalam Weaver & Oppermann, 2000). Imej boleh terdiri sama ada sebagai diskriptif (persepsi Gold Coast sebagai pusat peranginan pantai) atau pun penilaian (persepsi Gold Coast sebagai destinasi yang tidak selamat) (Walmsley & Jenkins 1993 yang dirujuk oleh Weaver & Oppermann, 2000). Kebiasaannya pelancong mempunyai persepsi terhadap sesuatu destinasi yang telah dikunjungi atau destinasi yang akan dikunjungi. Mereka lebih memilih destinasi yang mempunyai imej pasaran yang baik kerana menganggap destinasi yang dipilih mampu memberikan kepuasan terhadap perjalanan yang dilakukan.

Oleh itu, seseorang pelancong perlu mengetahui secara jelas terhadap sesuatu destinasi sebelum melakukan perjalanan. Kebanyakan destinasi-destinasi yang terletak di negara-negara maju selalunya mempunyai imej yang baik dan selamat. Walau pun begitu, destinasi yang terletak negara-negara yang mempunyai masalah politik dan peperangan tidak begitu selamat untuk dikunjungi.

i. Mempunyai Dasar Yang Mesra Pelancongan

Destinasi yang berjaya menarik kedatangan pelancong kebiasaannya mempunyai dasar-dasar yang mesra pelancongan. Sebagai contoh, dalam mewujudkan imej destinasi yang positif, kerajaan melakukan beberapa kempen kesedaran kepada penduduk untuk menyambut mesra pelancong yang datang. Walau pun begitu, kempen yang dijalankan ini tidak boleh dijadikan sandaran utama untuk berjaya kerana tidak semua penduduk berminat untuk terlibat dan suka kepada pelancong. Beberapa pendekatan boleh dilakukan terutamanya di peringkat mikro bagi menggalakkan wujudnya situasi ini dengan cara majikan hotel memberikan ganjaran kepada pekerjaanya dan pemandu pelancong yang berkhidmat dengan cemerlang dan mesra pelancong. Pihak kerajaan boleh memainkan peranan dengan melonggarkan syarat kemasukan pelancong, mengurangkan bebanan cukai dan kos yang berkaitan industri pelancongan serta menawarkan pelbagai insentif bagi menggalakan perkembangannya.

Berdasarkan daripada faktor-faktor tarikan (*pull factors*) yang dikemukakan, imej destinasi sempadan Malaysia – Thailand dapat dirumuskan seperti berikut : (*rujuk Jadual 3.1*).

CIRI-CIRI PELANCONG

Pelancong yang mengunjungi kawasan sempadan dapat dibahagikan kepada dua kategori iaitu pelancong domestik dan pelancong antarabangsa. Kedua-dua kategori pelancong ini mempunyai motivasi dan gelagat yang berbeza. Sebagai contoh, motivasi pelancong domestik (dari Malaysia) tertumpu kepada mengunjungi bazar, kompleks membeli-belah dan bebas cukai yang terdapat di pintu keluar-masuk sempadan bagi aktiviti membeli-belah dan dilihat kurang sekali menyeberangi sempadan (Katiman Rostam & Zaihasrawati Mohamad Ragang, 2008). Kebanyakan mereka datang secara berkumpulan terutamanya pada hujung minggu, cuti am dan cuti persekolahan dengan menaiki bas pesiaran dan kenderaan persendirian. Kunjungan ke pekan-pekan sempadan bukanlah menjadi tujuan utama pelancong-pelancong ini tetapi sekadar singgah sebentar untuk melakukan aktiviti membeli-belah dan tidak bermalam di lokasi tersebut.

Corak pergerakan pelancong antarabangsa tertumpu kepada merentasi sempadan kedua-dua buah negara. Ia dapat dibahagikan kepada dua aliran corak pergerakan pelancong iaitu pelancong asing (termasuk warga Malaysia) ke Thailand dan pelancong asing (termasuk warga Thailand) ke Malaysia. Tujuan melancong bagi pelancong asing (termasuk warga Malaysia) ke Thailand adalah mengunjungi rakan dan saudara-mara (kebanyakan mereka mempunyai hubungan kekeluargaan terutamanya masyarakat Melayu di selatan Thailand dan warga Siam di wilayah Songkhla dan Satun), melawat beberapa pusat-pusat keagamaan (berkaitan dengan agama Buddha), membeli-belah di bazar dan kompleks membeli-belah, menikmati hiburan berkonsepkan kebaratan pada waktu malam, pelancongan kesihatan, melawat beberapa destinasi pelancongan berteraskan alam semulajadi, pantai dan pulau serta menikmati makanan laut masakan Siam. Kebanyakan mereka datang menggunakan kenderaan sendiri dan bas pesiaran. Walau pun begitu, sebilangan besar pelancong memilih untuk menyewa van pelancong atau menaiki motorsikal pelancong yang disediakan di pekan-pekan sempadan dan meletakkan kenderaan persendirian di beberapa lokasi pusat letak kenderaan untuk masuk ke Thailand. Mereka bermalam di rumah saudara mara dan beberapa hotel berskala sederhana yang terdapat di sekitar bandar-bandar utama di selatan Thailand. Kemasukan pelancong ini meningkat dengan mendadak terutamanya pada cuti persekolahan dan cuti perayaan (Tahun Baru Cina) serta dikhabarkan kebanyakan hotel di bandar-bandar utama di selatan Thailand telah habis ditempah pada waktu ini.

Tujuan melancong bagi pelancong asing (termasuk warga Thailand) ke Malaysia adalah melawat rakan dan saudara-mara (kebanyakan mereka mempunyai hubungan keluarga dengan masyarakat Melayu dan Siam terutama di Perlis, utara Kedah, Perak dan Kelantan), melawat ke pusat-pusat keagamaan (berkaitan dengan agama Buddha) yang kebanyakannya terletak di Jajahan Tumpat dan Bachok (Kelantan), Daerah Padang Terap dan Sik (Kedah) dan Pulau Pinang serta pelancongan kesihatan. Selain itu, kebanyakan mereka (terutamanya warga Thailand) menjalankan perniagaan dengan membuka restoran makanan laut masakan Siam, melawat beberapa destinasi alam semulajadi dan bandar-bandar. Kebanyakan mereka datang menggunakan kenderaan sendiri dan van pelancong. Mereka bermalam di beberapa hotel yang terletak di bandar-bandar utama di utara Semenanjung Malaysia.

Lokasi yang dikunjungi oleh pelancong di kedua-dua buah negara tidak terhad kepada pekan-pekan kecil yang terletak di kawasan sempadan tetapi menjangkau sehingga 50 hingga 100 kilometer dari sempadan. Kebiasaannya mereka mengunjungi beberapa bandar-bandar utama seperti di Kangar, Alor Setar, Georgetown dan Kota Bharu (bahagian Malaysia) serta Satun, Hat Yai, Sadao, Songkhla, Phattalung, Phuket, Yala dan Narathiwat (bahagian Thailand). Kebanyakan pelancong antarabangsa (bukan warga Malaysia dan Thailand) hanya menjadikan kawasan sempadan Malaysia – Thailand sebagai zon transit untuk pergi ke destinasi pelancongan di kedua-dua buah negara.

TARIKAN PELANCONGAN DI SEKITAR SEMPADAN MALAYSIA – THAILAND

Beberapa lokasi yang menjadi tumpuan pelancong meliputi :

Pintu Keluar-Masuk Sempadan

i. Langkawi – Satun

Merupakan laluan yang menghubungkan pulau pelancongan dengan bandar di kawasan pantai barat Thailand. Feri merupakan mod pengangkutan yang menghubungkan kedua-dua lokasi ini. Pelancong perlu mengemukakan passport dan pas lawatan untuk merentasi kedua-dua lokasi dan sebanyak empat perjalanan feri dalam sehari disediakan bermula jam 9.45 pagi sehingga 4.30 petang. Pintu sempadan dibuka setiap hari dari jam 8 pagi sehingga 7 malam. Beberapa destinasi lain boleh dikunjungi meliputi Ko Tarutao dan Ko Adan.

ii. Wang Kelian – Wang Prachan

Lokasi ini terletak di Banjaran Nakawan yang menghubungkan Pekan Kaki Bukit (Perlis) dengan Satun (Thailand). Ia menjadi tumpuan pelancong terutamanya pada setiap hari Ahad kerana adanya Pasar Mingguan Wang Kelian yang terletak di kedua-dua belah sempadan. Pelancong boleh pergi ke dua-dua kawasan tanpa menggunakan passport dan pas lawatan pada hari tersebut dan hanya tertakluk dalam radius 1 kilometer daripada sempadan kedua-dua negara. Pintu sempadan dibuka setiap hari dari jam 8 pagi sehingga 7 malam.

iii. Padang Besar – Padang Basa (Sadao)

Merupakan lokasi yang paling popular di kunjungi pelancong bagi aktiviti membeli-belah terutama pada hujung minggu, cuti am dan cuti persekolahan. Ia terletak di bahagian timur laut Perlis yang boleh dihubungi melalui jalan raya dan laluan keretapi. Aktiviti pelancong tertumpu di kawasan kompleks membeli-belah dan bebas cukai. Pintu sempadan dibuka setiap hari dari jam 6 pagi sehingga 10 malam.

iv. Bukit Kayu Hitam – Ban Danok

Merupakan lokasi laluan utama yang menghubungkan kedua-dua buah negara. Ia dihubungi melalui Lebuhraya Utara Selatan sehingga ke Johor Bahru sepanjang 848.8 kilometer dan lebuhraya dari Danok sehingga ke Bangkok sepanjang 1081 kilometer. Kebanyakan pelancong dari Malaysia dan Singapura mengunjungi pekan Danok dan beberapa bandar-bandar utama di selatan Thailand seperti Hat Yai, Songkhla, Phattalung, Phuket, Sadao dan Nakorn Si Thammarat untuk aktiviti membeli-belah, hiburan, makanan dan minuman, melawat lokasi alam semulajadi dan pulau-pulau. Pintu sempadan dibuka setiap hari dari jam 6 pagi sehingga 12 malam.

v. Durian Burung (Kota Putra) – Ban Prakob

Merupakan pintu keluar-masuk baru yang menghubungkan kedua-dua buah negara yang terletak di Daerah Padang Terap (Kedah) dan Daerah Nantawi (Wilayah Songkhla). Ia telah dibuka secara rasminya pada 20 Januari 2010 dan seramai 40,000 orang telah menggunakannya sehingga Julai 2010. Pecahan daripada jumlah itu, sebanyak 24,000 merupakan rakyat Thailand, 13,000 merupakan

rakyat Malaysia dan selebihnya pelancong asing. Kemudahan disediakan terdiri daripada Kompleks Kastam, Kuarantin dan Imigresen (CIQ) dan kem tentera. Pintu sempadan dibuka pada jam 8 pagi sehingga 6 petang setiap hari.

vi. Pengkalan Hulu (Keroh) – Betong

Ia terletak di Daerah Hulu Perak dan Wilayah Yala. Majoriti yang menggunakan pintu sempadan ini terdiri daripada rakyat Thailand dan Malaysia. Beberapa kedai dan kompleks membeli-belah / bebas cukai dibangunkan di sepanjang laluan utama ke sempadan yang dikelilingi hutan. Pintu sempadan dibuka setiap hari dari jam 6 pagi sehingga 11 malam.

vii. Bukit Bunga – Ban Buketa (Weng)

Merupakan pintu keluar-masuk baru lokasi baru yang menghubungkan Jajahan Tanah Merah (Kelantan) dengan Wilayah Narathiwat. Sungai Golok merupakan sempadan yang memisahkan kedua-dua buah negara. Pada Disember 2009 laluan ini telah dirasmikan oleh Y.A.B. Dato' Seri Najib Tun Razak dan rakan sejawatannya dari Thailand Abshisit Vejajiva dan menamakan jambatan yang menghubungkan kedua-dua negara sebagai Jambatan Persahabatan. Beberapa kedai dibina di sepanjang jalan Gerik – Jeli dengan menjual barangan diimport dari Thailand. Pintu sempadan dibuka setiap hari dari jam 6 pagi sehingga 7 malam.

viii. Rantau Panjang – Sungai Golok / Kolok

Merupakan lokasi yang paling popular di kunjungi pelancong bagi aktiviti membeli-belah terutama pada hujung minggu, cuti am dan cuti sekolah. Ia terletak di Jajahan Tanah Merah (Kelantan) dan Pekan Sungai Golok (Wilayah Narathiwat) yang dihubungi melalui jalan raya dan laluan keretapi. Sungai Golok merupakan sempadan yang memisahkan kedua-dua buah negara. Aktiviti pelancong tertumpu di kawasan kompleks membeli-belah dan bebas cukai. Pintu sempadan dibuka setiap hari dari jam 6 pagi sehingga 10 malam.

ix. Pengkalan Kubur – Tak Bai

Merupakan lokasi yang paling popular di kunjungi pelancong bagi aktiviti membeli-belah terutama pada hujung minggu, cuti am dan cuti sekolah. Ia terletak di Jajahan Tumpat (Kelantan) dan Pekan Tak Bai (Wilayah Narathiwat) yang dihubungi melalui jalan raya dan bot. Sungai Golok merupakan sempadan yang memisahkan kedua-dua buah negara. Aktiviti pelancong tertumpu di kawasan kompleks membeli-belah dan bebas cukai. Pintu sempadan dibuka setiap hari dari jam 6 pagi sehingga 7 malam.

Tarikan Pelancongan Bandar

i. Hat Yai, Songkhla, Satun, Narathiwat dan Pattani

Merupakan bandar-bandar utama yang terletak di selatan Thailand yang jaraknya dari sempadan Malaysia Thailand hanya 60 – 80 kilometer. Hat Yai dan Songkhla menjadi pilihan pelancong dari Malaysia, Singapura dan warga asing untuk melakukan aktiviti membeli-belah, melawat pasar terapung, bercuti serta berhibur konsep ala kebaratan, main golf, berehat di pantai, menjamu selera masakan Thai dan melawat beberapa tempat warisan / bersejarah. Kekuatan sumberjaya pelancongan bagi bandar Satun, Narathiwat dan Pattani adalah budaya penduduk, warisan kesultanan Pattani dan alam semulajadi. Walau bagaimanapun, bandar-bandar ini kurang dilawati disebabkan faktor-faktor keselamatan akibat keadaan ketidakstabilan politik di wilayah ini.

ii. Kangar, Alor Setar, Kota Bharu dan Pulau Pinang.

Merupakan bandar-bandar utama yang terletak di utara Semenanjung Malaysia yang jaraknya dari sempadan Malaysia – Thailand kurang dari 100 kilometer. Bandar-bandar ini menjadi pilihan

pelancong antarabangsa dan warga Thailand untuk melakukan aktiviti membeli-belah, melawat lokasi bersejarah dan warisan, menjalankan perniagaan dan rekreasi berteraskan sumberjaya semulajadi disamping menggunakan kemudahan lapangan terbang bertaraf antarabangsa untuk ke destinasi lain.

Tarikan Pelancongan Alam Semulajadi

- i. Taman Negeri Perlis, Taman Negeri Ulu Muda, Royal Belum State Park dan Taman Negeri Gunung Stong

Ketiga-tiga kawasan perlindungan alam semulajadi ini terletak di sepanjang sempadan Malaysia – Thailand meliputi negeri Perlis sehingga ke negeri Kelantan. Kekuatan produk pelancongan ini adalah keindahan alam semulajadi dan biodiversiti flora dan faunanya. Kawasan alam semulajadi ini dapat diakses melalui jalan raya Kaki Bukit – Wang Kelian, Kuala Nerang – Baling dan Gerik – Jeli. Lokasi ini kerap dikunjungi pelancong terutamanya pada cuti sekolah dan cuti am.

- ii. Pulau Phuket, Tarutao dan Thaleban National Park

Kedua-duanya merupakan pulau pelancongan yang popular di peringkat antarabangsa. Tarikan utama pelancongan meliputi pantai, alam semulajadi, hiburan berkonsepkan kebaratan dan membeli-belah. Ia menjadi tumpuan pelancong antarabangsa terutamanya pada pertengahan dan hujung tahun. Pulau-pulau ini dapat diakses melalui jalan darat (jambatan), laut dan udara. Thaleban National Park merupakan lokasi produk pelancongan alam semulajadi terletak bersebelahan dengan Taman Negeri Perlis. Ia dapat dihubungi melalui jalan raya Kaki Bukit – Satun.

ISU DAN MASALAH BERKAITAN PELANCONGAN SEMPADAN MALAYSIA - THAILAND

Bila disebut kawasan sempadan antarabangsa, kebiasaannya orang memikirkan imej yang negatif. Beberapa isu dan masalah yang seringkali berlaku dan menghantui pembangunan kawasan sempadan meliputi :

Masalah Keselamatan dan Sosial

Kes-kes jenayah yang seringkali berlaku dikawasan sempadan seperti kecurian, penipuan, penculikan, pembunuhan, samun dan sebagainya menyumbang kepada imej negatif terhadap pelancongan kawasan sempadan. Selain itu, aktiviti penyeludupan merupakan isu utama yang seringkali dipandang serius oleh pihak kerajaan terutamanya di kawasan sempadan. Penyeludupan yang berlaku secara serius mewujudkan tanggapan bahawa sempadan negara mudah dibolosi oleh penyeludup akibat lemahnya aktiviti penguatkuasaan dan integriti. Jika tiada langkah-langkah berkesan diambil akan mewujudkan keadaan yang tidak stabil terutamanya bagi penduduk yang tinggal berhampiran kawasan sempadan dan pelancong. Tanggapan orang ramai mengenai aktiviti yang tidak sihat seperti seks bebas, alkohol, pergaulan tanpa batasan turut menyumbang kepada imej negatif bagi pelancongan di kawasan sempadan.

Keadaan Politik Thailand

Keadaan ketidakstabilan politik yang berlaku di Thailand menyumbang kepada imej negatif dan gangguan kepada perkembangan aktiviti pelancongan sempadan. Masalah politik domestik akibat percaturan kuasa parti memerintah menyebabkan rusuhan dikalangan rakyat (Baju Merah dan Baju Kuning). Kebanyakan pelancong yang mengunjungi Thailand terperangkap dalam rusuhan telah melarikan diri ke selatan Thailand dan terus menyeberangi sempadan Malaysia untuk pulang ke negara asal. Disamping itu, pergolakan politik di selatan Thailand yang melibatkan wilayah Narathiwat, Yala dan Pattani menyebabkan ketiga-tiga wilayah ini kurang dikunjungi pelancong atas sebab keselamatan.

Pergerakan Pelancong

Pergerakan pelancong merentasi sempadan antarabangsa terikat kepada beberapa prosidur perjalanan seperti perlu mendapatkan visa, mempunyai passport antarabangsa atau pun pas lawatan untuk pergi ke sesebuah negara. Selain itu, pelancong juga perlu mematuhi undang-undang yang ditetapkan oleh negara yang dikunjungi seperti tempoh lawatan, tukaran asing, menghormati budaya setempat dan sebagainya. Isu yang wujud adalah kesesakan kenderaan dan pelancong di Kompleks Kastam dan Imigresen (CIQ) di kedua-dua bahagian pintu masuk, masalah integriti kakitangan imigresen yang sengaja lewat-lewatkan urusan prosidur perjalanan jika tidak diberi sebarang ganjaran daripada pelancong dan tindak balas daripada pengusaha van pelancong dari Thailand yang menyekat pergerakan bas-bas pelancong dari Malaysia ke Thailand ekoran penguatkuasaan undang-undang daripada Jabatan Pengangkutan Jalan terhadap van pelancong dari Thailand.

Impak Pelancongan

Salah satu sebab pelancongan menjadi tumpuan pelbagai pihak berkepentingan adalah kemampuannya dalam menyumbang impak positif terhadap ekonomi, alam sekitar dan sosial serta mapan. Persoalan yang timbul akibat daripada pelancongan di kawasan sempadan adalah siapakah yang memperolehi manfaat hasil daripada perkembangannya. Jika dilihat di bahagian Malaysia, kebanyakan peniaga-peniaga yang menjalankan perniagaan di kompleks membeli-belah, pasar-pasar dan membuka kedai makanan terdiri dari rakyat warganegara Thailand. Rata-rata mereka menjual barangan buatan Thailand yang boleh dikatakan berkualiti rendah dan murah. Jika dilihat dalam konteks arus pembangunan pula, pekan-pekan kecil di bahagian Thailand kini menunjukkan perluasan aktiviti gunatanah yang memberangsangkan berbanding kawasan di bahagian Malaysia yang masih lagi tidak diterokai dan hanya tertumpu kepada pembangunan kemudahan berteraskan keselamatan (kem tentera, balai polis, balai bomba, kompleks kastam, imigresen, unit pencegah penyeludupan dan agensi anti dadah).

POTENSI MASA DEPAN PELANCONGAN DI SEMPADAN MALAYSIA – THAILAND

Walaupun begitu, kawasan sempadan Malaysia – Thailand mempunyai potensi yang besar untuk dibangunkan sebagai destinasi pelancongan antarabangsa. Kekayaan sumberjaya pelancongan di kawasan sempadan masih belum diterokai sepenuhnya seperti kawasan alam semulajadi, warisan bersejarah terutamanya di utara Perlis, Kedah dan Perak serta sumberjaya pulau-pulau di Tarutao dan Adan di Satun. Selain itu, Wilayah Patani, Narathiwat dan Yala mempunyai sumberjaya warisan bersejarah meliputi cara hidup penduduk, pantai yang indah dan tempat-tempat bersejarah Kesultanan Pattani. Bagi Wilayah Songkhla pula, sumberjaya berteraskan keagamaan seperti kuil Buddha dan masjid berpotensi dibangunkan kerana seringkali dilawati oleh penganut agama masing-masing.

PENUTUP

Pembangunan pelancongan di kawasan sempadan Malaysia – Thailand telah mewujudkan beberapa pusat pertumbuhan baru yang memberikan kesan terhadap pertumbuhan ekonomi di kedua-dua negara. Kawasan yang dahulunya dipinggirkan atas sebab-sebab keselamatan telah menerima kemudahan-kemudahan berkualiti dan membangun dengan pesat. Limpahan pembangunan dinikmati oleh penduduk-penduduk yang tinggal berhampiran sempadan sekaligus memperbaiki taraf sosioekonomi mereka. Pelabur-pelabur asing juga melihat pembangunan sempadan adalah peluang kepada mereka menceburi bidang perniagaan dan memperolehi keuntungan daripadanya. Walau bagaimanapun, pelancongan sempadan masih dibelenggu dengan beberapa isu dan masalah yang memberikan imej yang negatif kepada destinasi ini. Oleh itu, beberapa langkah penyelesaian perlu diambil bagi memastikan perkembangan pembangunan destinasi ini secara mapan. Potensi-potensi yang dikenalpasti perlu dibangunkan secara bersepadu dengan melibatkan pelbagai golongan berkepentingan supaya destinasi ini masih menjadi pilihan pelancong buat selamanya.

RUJUKAN

- Asian Development Bank. (1995). *Indonesia – Malaysia – Thailand Growth Triangle (Development Project), Volume I – VII*. Asian Development Bank.
- Burton, R. (1995). *Travel Geography: Second Edition*. London: Pitman Publishing.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism : Principles, Practices, Philosophies, Ninth Edition*. John Wiley And Sons.
- Kadir Din. (2009). *Gazing At The Border From Sintok : Images of The Tourist Space*. Paper presented at Symposium on Cross-Border Tourism within the context of Joint Development Strategy Malaysia – Thailand. Sintok : Universiti Utara Malaysia.
- Kementerian Perumahan Dan Kerajaan Tempatan. (2001). *Kajian Perancangan Dan Pembangunan Kawasan KESBAN (Ringkasan Eksekutif)*, Jabatan Perancangan Bandar Dan Desa Semenanjung Malaysia
- Katiman Rostam & Zaihasrawati Mohamad Ragang. (2008). *Bandar Sempadan dan Pelancongan Membeli-Belah*. Yahaya Ibrahim, Sulong Mohamad & Habibah Ahmad (eds). *Pelancongan Malaysia : Isu Pembangunan, Budaya, Komuniti dan Persetempatan*. Sintok : Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Petroleum Nasional Berhad. (2007). *Eastern Corridor Economic Region : Socioeconomic Blueprint 2007-2025*. Kuala Lumpur : Petronas Berhad.
- Sime Darby Berhad. (2007). *Northern Corridor Economic Region : Socioeconomic Blueprint 2007-2025*. Kuala Lumpur : Sime Darby Berhad.

JADUAL 2.1 : Ketibaan Pelancong Mengikut Pintu Keluar-Masuk Darat Sempadan Malaysia – Thailand 2007

Asal Pelancong	Pintu Keluar-Masuk						Jumlah Ketibaan	Peratus (%)
	Bukit Kayu Hitam	Rantau Panjang	Padang Besar	Pengkalan Hulu	Pengkalan Kubur	Wang Kelian		
Thailand	345251	167427	135409	127565	85450	67719	932821	82.0
Indonesia	37399	1389	1926	12383	286	140	53523	4.8
Singapura	20490	980	682	980	198	55	23385	2.1
United Kingdom	8672	1340	3053	94	145	2384	15688	1.4
Filipina	10466	976	684	1052	275	363	13816	1.2
Laos	2207	923	3705	70	267	1597	8769	0.8
China	4206	90	222	3631	15	2	8166	0.7
Vietnam	4704	810	152	983	39	2	6700	0.6
Jerman	2565	468	1325	30	141	1121	5650	0.5
Amerika Syarikat	2720	297	1136	123	54	514	4844	0.4
Sweden	2315	293	611	10	29	1121	4379	0.4
Kemboja	581	3243	80	46	52	4	4106	0.4
Jepun	2250	358	1164	154	12	77	4015	0.4
India	2315	38	300	1180	4	1	3838	0.3
Australia	2288	203	734	105	34	324	3688	0.3
Perancis	1544	359	802	14	77	630	3426	0.3
Korea Utara	1864	124	993	302	34	84	3401	0.3
Kanada	1583	297	630	43	27	393	2973	0.3
Belanda	1304	48	577	12	30	246	2217	0.2
Switzerland	940	155	348	4	33	346	1826	0.2
Lain-Lain	11189	1857	4013	225	4664	1764	19445	1.7
JUMLAH	466853	181075	158394	149006	91866	78887	1126676	100.0
PERATUS	41.4	16.1	14.1	13.2	8.2	7.0	100.0	

Sumber : *Tourism Malaysia, 2008 (disebut dalam Kadir Din, 2009)*.

JADUAL 3.1 : Imej Lokasi-Lokasi Pelancongan di Kawasan Sempadan Malaysia – Thailand

Ciri-Ciri	Positif	Negatif
Terdapatnya Tarikan	Destinasi membeli-belah yang popular, makanan laut citarasa Thai, aktiviti malam, hiburan, kesihatan, melawat pusat keagamaan.	Barangan yang tidak pasti kualitinya, aktiviti tak bermoral, keraguan status halal, ruang membeli-belah yang sesak dan peniaga mendesak pelanggan membeli barang.
Aksesibiliti	Akses yang baik melalui rangkaian lebuhraya ASEAN dan jalan-jalan utama. Kos pengangkutan yang murah. Penyediaan pelbagai kemudahan berkaitan logistik.	Kesesakan lalulintas (<i>bottleneck</i>) terutamanya di Pusat Kastam, Imigresen dan Kuarantin. Kurang penekanan dalam pematuhan undang-undang. Penyelesaian segera diperlukan.
Terdapatnya perkhidmatan	Perkhidmatan asas disediakan, harga yang ditawarkan berpatutan dan boleh dirunding	Kurangnya maklumat mewujudkan situasi kebimbangan dan tidak pasti dalam menggunakan perkhidmatan yang ditawarkan.
Kos percutian di destinasi	Kelebihan dalam pertukaran asing. Kuasa beli yang tinggi dalam mendapatkan barangan dan perkhidmatan yang diperlukan. Kompleks membeli-belah disediakan di destinasi.	Harga passport dan pelancong dikenakan bayaran bagi prosidur perjalanan. Barangan seperti rokok, minuman keras dan hasil ternakan berharga murah.
Agensi yang terlibat	Penglibatan agensi kerajaan di kedua-dua negara. Persekitaran perniagaan yang mesra pelabur.	Situasi sempadan mewujudkan pasaran yang tidak mesra pelabur / pelanggan akibat pentadbiran yang tidak cekap.
Akauntabiliti	Pihak berkuasa di Kompleks Kastam, Imigresen dan Kuarantin menjaga keselamatan. Jawatankuasa pembangunan sempadan perlu menguatkuasakan undang-undang dengan kerjasama sukarelawan.	Penyalahgunaan kuasa oleh kakitangan. Sindrom ' <i>no man's land</i> ' mewujudkan keadaan penyalahgunaan terhadap tuan rumah dan pelancong.
Kesedaran	Penduduk tempatan sedar tentang kepentingan pelancongan. Mereka berupaya dalam bercerita tentang keunikan sesuatu tempat kepada pelancong. Perkhidmatan pemandu pelancong berharga murah.	Bahasa dan agama menjadi halangan hubungan antara pelancong dengan penduduk. Brosur yang disediakan amat ringkas dan kurang maklumat kepada pelancong.
Penerimaan	Komuniti setempat menerima pelancongan dan mesra pelancong.	Perbezaan budaya hospitaliti antara negara menyebabkan kerjasama IMT-GT tidak seimbang.
Minat dan perhatian di kalangan pelabur	Kualiti perkhidmatan yang baik disediakan oleh pengusaha akan meningkatkan kedatangan pelancong ke Thailand.	Situasi pasaran yang tidak sistematik menyumbang kepada suasana tidak mapan.