

การจัดวางเส้นทางการทำงานที่เกี่ยวข้องของนักทอที่เกี่ยวข้องกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด กรณีศึกษา บริษัท เอ็กซ์โซติกส์เกทอะเวย์ จำกัด

ชนิดาภา ไมตรีแก้ว

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ปีการศึกษา 2554
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	การจัดวางเส้นทางการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด กรณีศึกษา บริษัท เอ็กซ์โซติคส์เกทอะเวย์
ชื่อผู้ศึกษา	นางสาวชนิดาภา ไมตรีแก้ว
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการโลจิสติกส์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.พงษ์ธนา วณิชย์กอบจินดา
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการจัดวางเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด กรณีศึกษา บริษัท เอ็กซ์โซติคส์เกทอะเวย์ จำกัด ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษา โดยการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม ที่ได้ทำการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่เข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวกับทางบริษัททำให้ทราบผลดังนี้ ระยะเวลาของโปรแกรมที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางสนใจมากที่สุดคือโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีระยะเวลา 10 วัน โดยมีงบประมาณค่าใช้จ่ายในการการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่อคนโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 136,923 บาท ประเภทร้านอาหารที่ต้องการใช้บริการ คือ ร้านอาหารมุสลิมมาตรฐานของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักคือ โรงแรมระดับมาตรฐาน 4 ดาว ประเภทของสายการบินภายในประเทศไทยที่นิยมใช้บริการ คือ สายการบินชั้นนำของประเทศไทยได้ Thai Airways และ Bangkok Airways โรงพยาบาลที่ต้องการเข้าตรวจสุขภาพประจำปีในเมืองไทย คือ โรงพยาบาลกรุงเทพ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว คือ เดินทางท่องเที่ยวแบบ Group Private โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและแหล่งท่องเที่ยวใน 4 ภาคหลักๆได้แก่ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก ที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่ต้องการไปท่องเที่ยว จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละภาคมาปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวของโปรแกรมที่เป็นระยะเวลาการท่องเที่ยว 10 วันโดยการคำนึงถึง Save time ในการเดินทางแต่ละเส้นทางแต่ละวันเพื่อลดต้นทุนให้น้อยลงและทำการเปรียบเทียบต้นทุนและ

ความคุ้มค่าของ package ในแต่ละ Route เพื่อเพิ่มรายได้และใช้เวลาที่ลดลงจากการปรับเปลี่ยนโปรแกรมท่องเที่ยว โดยการนำนักท่องเที่ยวไป shopping กับทางร้านค้าที่บริษัทมี connection ซึ่งทางบริษัทจะได้รับ commission จากทางร้านต่างๆ

โดยการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองได้กำหนดวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อทราบความต้องการของลูกค้ากลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
2. เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ในด้าน ราคา เวลา และสถานที่ ให้กับลูกค้ากลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
3. เพื่อลดต้นทุนและเวลาในการเดินทางของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละโปรแกรมการท่องเที่ยว
4. เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับบริษัท

จากการศึกษาพบว่าหลังจากปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวตามความต้องการของลูกค้าในเส้นทางการท่องเที่ยวของโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 10 วัน และเปรียบเทียบเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละโปรแกรมการท่องเที่ยวสามารถ ลดต้นทุนรวมแต่ละโปรแกรม ลดเวลา เพิ่มรายได้และเพิ่มคุณภาพซึ่งส่งผลให้เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.พงษ์ธนา วณิชย์กอบจินดา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ ดร.ณัฐพันธ์ บัววรารมณ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิชา โกมลทัต ซึ่งให้ความอนุเคราะห์เป็นที่ปรึกษาในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ โดยให้คำปรึกษา คำแนะนำและข้อคิดเห็น ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ หลักสูตร CEO MBA ทุกท่านที่สอนให้ความรู้ ความเข้าใจ และฝึกทักษะทางความคิด ซึ่งให้เห็นถึงการวิเคราะห์ปัญหา และทฤษฎีต่างๆที่จะนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา รวมถึงคอยเป็นกำลังใจในการทำรายงานฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ข้าพเจ้าที่ให้กำลังใจในการทำงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ นายเอกพล ราชะนาค และพี่ๆเพื่อนๆร่วมรุ่น ที่มีส่วนร่วมในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ ทั้งให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านข้อมูล ให้การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้คงเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจบ้าง หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้ศึกษาขออภัยและขออ้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญแผนภูมิ	ฉ

บทที่

1. บทนำ

องค์กรและลักษณะธุรกิจขององค์กร	1
ปัญหาและและความสำคัญของปัญหา	2
ปัญหาและและความสำคัญของปัญหา.....	7
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
เลขหน้านิยามศัพท์เฉพาะ	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีการศึกษาและผลการศึกษา	
ระเบียบวิธีการศึกษา	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	39
ผลการศึกษา	40
4. สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุปและอภิปรายผล	68
ข้อจำกัดของการศึกษา	69
ข้อเสนอแนะ	69
บรรณานุกรม	70
ภาคผนวก	73
ภาคผนวก ก	74
ประวัติผู้ศึกษา	78

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ข้อมูลทางสถิติจำนวนวันเข้าพักในประเทศไทย	3
1.2	International Tourist Arrival to Thailand by Nationality At Suwannabhumi International Airport	6
1.3	แสดงแสดงจำนวนลูกค้าและรายได้ขององค์ปี พ.ศ. 2553 และ ปี พ.ศ. 2554	8
1.4	จำนวนการ Complaint ของแต่ละเดือน ปี พ.ศ. 2554	44
3.1	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง จำแนกตามเพศ	40
3.2	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง จำแนกตามอายุ	40
3.3	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง จำแนกตามเชื้อชาติ	41
3.4	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มประเทศ ตะวันออกกลาง จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว	41
3.5	แสดงค่าเฉลี่ยงบประมาณการท่องเที่ยวต่อเที่ยวต่อครั้งต่อคนของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	41
3.6	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มประเทศ ตะวันออกกลาง จำแนกตามมาตรฐานของที่พักนิยมใช้บริการ	42
3.7	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มประเทศ ตะวันออกกลาง จำแนกตามสายการบินนิยมใช้บริการ	42
3.8	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มประเทศ ตะวันออกกลาง จำแนกตามร้านอาหารนิยมใช้บริการ	43
3.9	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มประเทศ ตะวันออกกลาง จำแนกโปรแกรมท่องเที่ยวนิยมใช้บริการ	43
3.10	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มประเทศ ตะวันออกกลาง จำแนกตามโรงพยาบาลที่นิยมใช้บริการ	43

สารบัญญัตราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
3.11	แสดงต้นทุนรวมขนส่งทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทาง	49
3.12	แสดงต้นทุนค่าเข้าชมต่างๆ ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 ก่อนปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยว	50
3.13	การคำนวณต้นทุนรวมต่อคน (ผู้ใหญ่) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว	50
3.14	การคำนวณต้นทุนรวมต่อคน (เด็ก) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว	51
3.15	แสดงต้นทุนรวมขนส่งทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทาง	53
3.16	แสดงต้นทุนค่าเข้าชมต่างๆ ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 หลังปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยว	54
3.17	การคำนวณต้นทุนรวมต่อคน (ผู้ใหญ่) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว	55
3.18	การคำนวณต้นทุนรวมต่อคน (เด็ก) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว	55
3.19	แสดงต้นทุนรวมขนส่งทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทาง	58
3.20	แสดงต้นทุนค่าเข้าชมต่างๆ ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 ก่อนปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยว	59
3.21	การคำนวณต้นทุนรวมต่อ คน (ผู้ใหญ่) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว	60
3.22	การคำนวณต้นทุนรวมต่อคน (เด็ก) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว	60
3.23	แสดงต้นทุนรวมขนส่งทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทาง	63
3.24	แสดงต้นทุนค่าเข้าชมต่างๆ ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 หลังปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยว	64

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
3.25	การคำนวณต้นทุนรวมต่อคน (ผู้ใหญ่) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว	65
3.26	การคำนวณต้นทุนรวมต่อคน (เด็ก) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว	65

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
3.1	แสดงอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคกลางของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกุ่มประเทศตะวันออกกลาง	44
3.2	แสดงอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคตะวันออกของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกุ่มประเทศตะวันออกกลาง	45
3.3	แสดงอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกุ่มประเทศตะวันออกกลาง	46
3.4	แสดงอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคเหนือของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกุ่มประเทศตะวันออกกลาง	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภาพรวมองค์กร และลักษณะธุรกิจขององค์กร

บริษัท เอ็กซ์โซติกส์เกตอะเวย์ จำกัด เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2551 ดำเนินธุรกิจ ธุรกิจด้านการบริการและการท่องเที่ยวแบบครบวงจร ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 2 ล้านบาท บริษัท เอ็กซ์โซติกส์เกตอะเวย์ จำกัด มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ 6/6 อาคาร เดอะรอยัลเพลส 2 ซอยมหาดเล็กหลวง 2 ถนน ราชดำริ ลุมพินี ปทุมวัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2552 โดยมี Counter tour Service ที่ ซอยนานา สุขุมวิทซอย 3/1 วัฒนา จังหวัด กรุงเทพมหานครและในเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2555 เปิด Counter tour Service ที่ Citadent Hotel สุขุมวิท ซอย 8 วัฒนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร แรกเริ่มมีพนักงานจำนวน 5 คน ปัจจุบันบริษัท เอ็กซ์โซติกส์เกตอะเวย์ จำกัด ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลา 3 ปีแล้ว ปัจจุบันมีพนักงานจำนวน 8 คน สามารถจำแนกตามฝ่ายดังนี้ เจ้าของกิจการ จำนวน 1 คน ฝ่ายทัวร์ต่างประเทศจำนวน 2 คน ฝ่ายทัวร์ในประเทศจำนวน 3 คน ฝ่ายรับรองโรงแรมและตั๋วเครื่องบินจำนวน 2 คน ฝ่ายบัญชีและการเงิน จำนวน 1 คน,

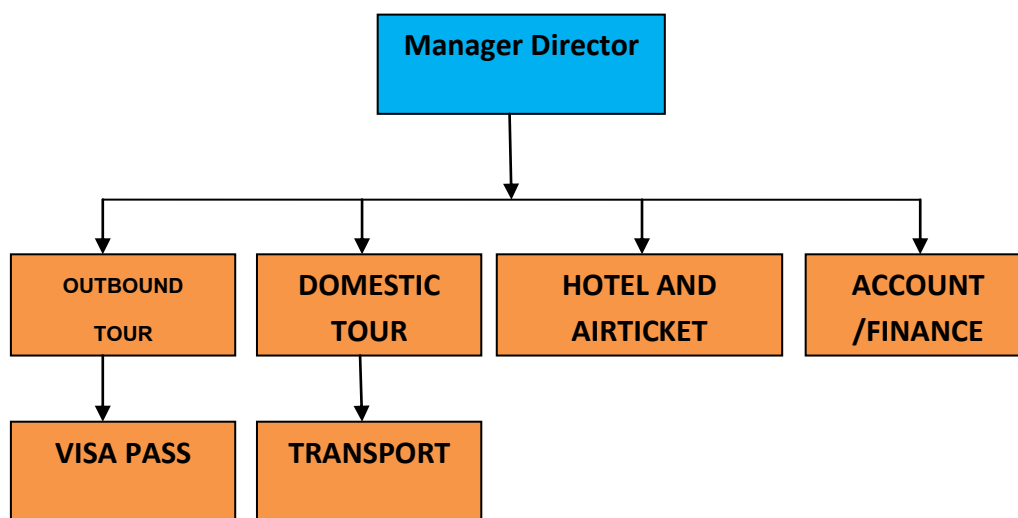
บริษัท เอ็กซ์โซติกส์เกตอะเวย์ จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านการบริการและการท่องเที่ยวแบบครบวงจร รับจองที่พัก ตั๋วเครื่องบินทั่วโลก และบริการแพ็คเกจทัวร์ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทได้มีกลุ่มพันธมิตรเป็นบริษัทท่องเที่ยวชั้นนำต่างๆ ในประเทศและต่างประเทศ ด้วยแนวคิดการทำธุรกิจท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ ที่เน้นการออกแบบการท่องเที่ยวตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก (Tailor Made) รวมถึงการบริการที่ครบวงจร (All In Services) และการบริการพิเศษที่สร้างความรู้สึกว่าคุณค่าคือบุคคลสำคัญที่สุด เพื่อความพึงพอใจและประทับใจสูงสุดของลูกค้า โดยรับฟังข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นและนำกลับมาปรับปรุงและแก้ไขอย่าง



ต่อเนื่อง

ภาพที่ 1 แสดงสำนักงานใหญ่บริษัท EXOTIC GETAWAYS COMPANY

โครงสร้างขององค์กร

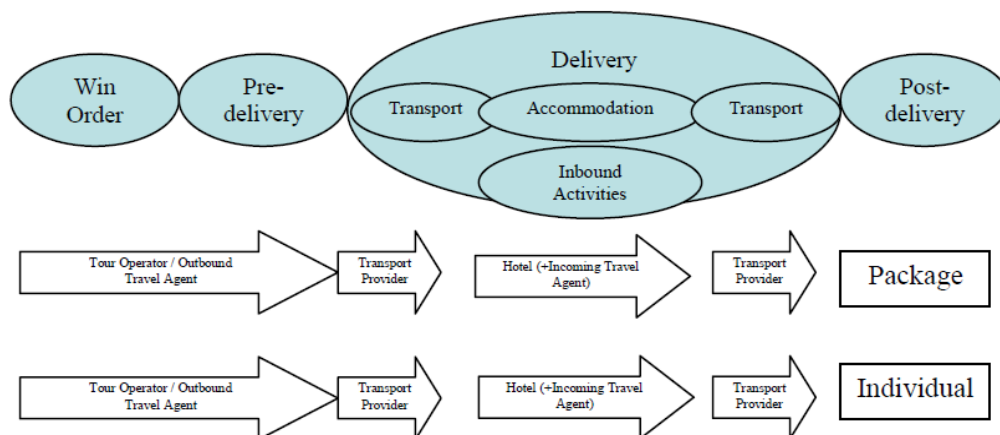


การบริการขององค์กร

1. การจองตั๋วเครื่องบินทั่วโลก
2. การจองโรงแรมและห้องพักทั่วโลก
3. บริการรถรับขนส่งภายในประเทศ
4. โปรแกรมทัวร์และพาเที่ยวภายในประเทศ และต่างประเทศ
5. บริการด้านหนังสือเดินทางและวีซ่า
6. การวางแผนการท่องเที่ยวบริการระดับไฮเอนด์ ทั้งรูปแบบทัวร์ FIT และทัวร์หมู่คณะ

Group

7. ประกันภัยการเดินทาง



ภาพที่ 2 แสดงกิจกรรมด้านการบริการการท่องเที่ยวขององค์กร

ลักษณะกลุ่มของลูกค้าขององค์กร

ประเภทของกลุ่มลูกค้า

1. แบบ FIT (Free Independent Traveler) หรือ Individual เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบที่ลูกค้าสามารถกำหนดหรือวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเองได้อย่างอิสระ
2. แบบ Group หรือ Package เป็นการท่องเที่ยวที่ทางบริษัทเป็นผู้กำหนดรายการนำเที่ยวทั้งหมด

สัดส่วนกลุ่มลูกค้า โดยกลุ่มลูกค้าของบริษัท เอ็กซ์โซติกส์เทอะเวย์ จำกัด แบ่งเป็น

1. กลุ่มลูกค้าประเทศสหรัฐอเมริกาหรืออเมริกา 70 % ของลูกค้าทั้งหมด
2. กลุ่มลูกค้าประเทศตะวันออกกลางอื่นๆ 30 % ของลูกค้าทั้งหมด



ภาพที่ 3 ประกอบแผนที่กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง

ลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้าประเทศตะวันออกกลาง

- นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีศักยภาพสูงในการใช้จ่าย จากข้อมูลตัวเลขของสยามรัฐออนไลน์ ในวันที่ 15 กรกฎาคม 2554 พบว่า นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง 5 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ยูเออี) ซาอุดีอาระเบีย คูเวต อียิปต์และซีเรีย นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเหล่านี้ มีค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูงถึง 23 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 782 พันล้านบาท มีการท่องเที่ยวเฉลี่ย 20 ล้านครั้ง (คำนวณ ณ อัตราแลกเปลี่ยน 34 บาทต่อดอลลาร์) และหากวิเคราะห์

เป็นรายประเทศพบว่า คูเวตแม้จะมีประชากรที่น้อยที่สุด แต่กลับมีแนวโน้มในการเดินทางสูงที่สุด ส่วนสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ยแต่ละทริปสูงถึง 6,000 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 204,000 บาท

- ระยะเวลาท่องเที่ยวที่มีจำนวนหลายวัน

ตาราง 1.1 ข้อมูลทางสถิติจำนวนวันเข้าพักในประเทศไทย

ประจำเดือน มกราคม- พฤษภาคมของปี 2011 และ 2010

หน่วย : วัน

Country	2011	2010	average
East Asia	6.5	6.38	6.44
Europe	15.26	14.76	15.01
The Americas	10.81	10.66	10.735
South Asia	6.17	7.22	6.695
Oceania	10.11	10.02	10.065
Middle East	10.39	10.56	10.475
Africa	9.96	9.2	9.58

ที่มา : Immigration Bureau, Police Department

- มีอัตราเติบโตเพิ่มสูงขึ้น

ตาราง 1.2 International Tourist Arrival to Thailand by Nationality At Suwannabhumi International Airport: July 2011

Country of nationality	2011		2010		% Δ 2011/2010
	July	% Share	July	% share	
East Asia	299,144	35.55	433,841	41.41	-31.05
Europe	335,280	39.85	381,954	36.46	-12.22
The Americas	72,884	8.66	84,283	8.04	-13.52
South Asia	49,358	5.87	53,221	5.08	-7.26
Oceania	42,923	5.10	52,763	5.04	-18.65
Middle East	35,240	4.19	33,327	3.18	+5.74
Africa	6,541	0.78	8,273	0.79	-20.94
Grand Total	841,340	100.00	1,047,662	100.00	-19.69

ที่มา : Immigration Bureau, Royal Thai Police. Updated: 11/11/2011/13.24 P.M

- การใช้ชีวิตที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกและกลุ่มอื่น ๆ อย่างชัดเจน

1.2 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา

ความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากจำนวนลูกค้าขององค์กรลดลงส่งผลให้รายได้ขององค์กรลดลง(ดูจากตาราง)

ตาราง 1.3 แสดงแสดงจำนวนลูกค้าและรายได้ขององค์กรปี พ.ศ. 2553 และ ปี พ.ศ. 2554

Month	จำนวนลูกค้า ปี พ.ศ. 2553	รายได้ปี พ.ศ. 2553 หน่วย (บาท)	จำนวนลูกค้า ปี พ.ศ. 2554	รายได้ปี พ.ศ. 2554 หน่วย(บาท)
JAN	80	4,56,000	70	3,220,000
FAB	60	3,020,000	45	2,550,000
MAR	45	2,350,000	30	1,590,000
APR	80	4,100,000	69	3,490,000
MAY	85	4,350,000	75	3,950,000
JUN	110	5,500,000	85	4,258,000
JUL	120	6,050,000	106	5,500,000
AUG	175	8,650,000	140	7,600,000
SEP	20	1,090,000	10	592,000
OCT	130	6,525,000	60	3,050,000
NOV	70	3,565,000	30	1,700,000
DEC	80	4,080,000	70	3,450,000

ปัญหาขององค์กร

เนื่องจากความพึงพอใจใน ราคา ระยะเวลา และสถานที่ท่องเที่ยวของ Package ลดลง ส่งผลให้จำนวนลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางและรายได้ของบริษัทลดลง โดยเมื่อพิจารณาจากการ complaint ของลูกค้าในแต่ละเดือนในปี 2554 ซึ่งมี complaint สูงถึง 15 % ของลูกค้าทั้งหมด (ดูจากตาราง 1.4)

ตาราง 1.4 แสดงจำนวนการ Complaint ของแต่ละเดือน ปี พ.ศ. 2554

Month	จำนวนลูกค้า ปี พ.ศ. 2554	Complaint (ครั้ง)
JAN	70	11
FAB	45	7
MAR	30	5
APR	69	11
MAY	75	35
JUN	85	40
JUL	100	55
AUG	140	80
SEP	10	3
OCT	60	38
NOV	30	27
DEC	70	25

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบความความต้องการของลูกค้ากลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
2. เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ในด้าน ราคา เวลา และสถานที่ ให้กับลูกค้ากลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
3. เพื่อลดต้นทุนและเวลาในการเดินทางของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละโปรแกรมการท่องเที่ยว
4. เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับบริษัท

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง : ได้แก่นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ได้แก่ บาห์เรน อียิปต์ อิหร่าน อิรัก อิสราเอล จอร์แดน คูเวต เลบานอน ปาเลสไตน์ โอมาน กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย ซูดาน ซีเรีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเยเมน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ระยะสั้น

- ทราบความความต้องการของลูกค้ากลุ่มประเทศตะวันออกกลางเพื่อจัดรูปแบบ package ที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการ
- เพิ่มความพึงพอใจ ในด้าน ราคา เวลา และสถานที่ ให้กับลูกค้ากลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
- ลดต้นทุนและเวลาในการเดินทางของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
- เพิ่มรายได้ให้กับองค์กร

ระยะยาว

- เพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้น จะมีการค้างแรมหรือไม่

ปรีชา แดงโรจน์ (2544: 29-30) ได้อ้างถึง คำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่าหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ

- 1) ต้องมีการเดินทาง
- 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และ
- 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

ซึ่งได้อธิบายเพิ่มเติมของจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ และการไปอยู่ประจำ และเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้ ได้แก่ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร

เหตุจูงใจให้คนเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยผลักดัน เป็นแรงกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลมาจากสาเหตุ คือ ความอยากรู้อยากเห็นและความพึงพอใจ

ปัจจัยดึงดูด เป็นแรงกระตุ้นจากเงื่อนไขภายนอก เช่น ลักษณะภูมิประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเหตุจูงใจอื่นๆอีก คือเหตุจูงใจทางด้านร่างกาย หมายถึง ความต้องการพักผ่อน ความต้องการแสวงหา สิ่งแปลกใหม่เหตุจูงใจด้านวัฒนธรรม หมายถึง มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มูลเหตุด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ซึ่งมูลเหตุเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว Middleton อธิบายถึงปัจจัยต่างๆซึ่งถือว่าเป็นตัวกำหนดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของมนุษย์ คือ

1. สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน
2. ลักษณะของประชากร
3. สภาพภูมิศาสตร์
4. สภาพสังคมและวัฒนธรรม
5. นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ
6. ราคา
7. ความสะดวกในการเดินทาง
8. การโฆษณาประชาสัมพันธ์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คู่มือมัคคุเทศก์ในด้านพฤติกรรมได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อแตกต่างใหญ่ๆคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักมีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยวมากกว่า สำหรับจุดประสงค์ในการให้ความสนใจต่อศิลปวัฒนธรรมใหม่ๆเพราะเป็นเรื่องแปลกจากที่เคยพบเห็น มักสนใจใคร่รู้สิ่งที่พบ สนใจถ่ายภาพเก็บเป็นที่ระลึก ส่วนการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนมักเป็นการพักผ่อนแบบผ่อนคลายโดยแท้จริง และการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก มักเป็นการท่องเที่ยวตามไนต์คลับ โดยมีกำลังการใช้จ่ายค่อนข้างสูง นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความคาดหวังในเรื่องการกำหนดทิศทางของตัวเอง ความสะอาด ความสะดวกสบาย และเอกลักษณ์มากกว่าคนไทย

2.1.2 แนวคิดการจัดรายการนำเที่ยว

การจัดรายการนำเที่ยว หรือการจัดรวมผลิตภัณฑ์ หมายถึง การจัดรวมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวหลายๆ อย่างที่เหมาะสมเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองกลุ่มตลาดเป้าหมายของธุรกิจ การจัดรวมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะกระทำได้ 3 ลักษณะ ดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542)

1. ผู้ประกอบธุรกิจ (Supplier) รายเดียวกันเป็นผู้จัดแล้วหาตลาดลูกค้าและจำหน่ายเอง เช่น Hotel weekend package โรงแรมจัดรวมที่พัก อาหารและกิจกรรมพักผ่อนอื่นๆ ไว้สำหรับลูกค้าครอบครัวในราคาเหมาจ่าย

2. ผู้ประกอบธุรกิจหลายรายร่วมกันจัดรวมผลิตภัณฑ์ แล้วรวมขายเป็นผลิตภัณฑ์เดียว (Single Product) ในราคาเหมาจ่าย ทำให้ลูกค้ามีโอกาสในการเลือกซื้อในราคายุติธรรมและทำให้ผลิตภัณฑ์ขายง่ายกว่าการขายเดี่ยว

3. ผู้ประกอบธุรกิจการจัดนำเที่ยว (Tour Operator) บริษัทตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agent) เป็นผู้จัดรวมผลิตภัณฑ์แล้วจำหน่ายเอง โดยจ่ายค่านายหน้า (Commission) ให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจนั้นๆ การจัดแบบนี้ช่วยให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

หลากหลาย เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของผู้ประกอบธุรกิจและทำให้ธุรกิจการ
ท่องเที่ยวเจริญเติบโตอย่างไรก็ตามการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวแต่ละแห่งจะต้องมี
3 ขั้นตอน คือ (บุญเลิศ จิตตั้งพัฒนา, 2543)

1. การวางแผนการจัดรายการนำเที่ยว

-การวางแผนกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ในการวางแผนการจัดรายการนำเที่ยวจำเป็นต้องกำหนด
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้แน่นอนว่าเป็นใคร ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอาจกำหนดจากอาชีพ
อายุ การศึกษา รายได้ ฯลฯ

- การวางแผนกำหนดสถานที่นำชม เป็นการวางแผนกำหนดประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวที่
ต้องการจะเข้าชมให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยต้องทำการศึกษาว่าทรัพยากร
ท่องเที่ยวประเภทใดที่กำลังอยู่ในความนิยมซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในการวางแผน
เลือกแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำชมนั้นควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้ คือ

- 1) ต้องกำลังอยู่ในความนิยม
- 2) มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมพอสมควร
- 3) มีสิ่งดึงดูดอย่างกว้างขวางแก่คนทุกกลุ่ม
- 4) มีระยะทางไกลพอสมควร เนื่องจากระยะทางไกลจะดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าและให้รายได้
แก่ธุรกิจนำเที่ยวได้ดีกว่าด้วย
- 5) มีฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงที่เหมาะสม
- 6) มีตัวแทนหรือลูกค้าแนะนำให้กำหนดไว้ในรายการท่องเที่ยว

-การวางแผนกำหนดวันเดินทาง เป็นการวางแผนกำหนดจำนวนวันเดินทางท่องเที่ยวแต่ไม่ควร
นานเกินไป และควรกำหนดวันเดินทางในวันหยุดหรือเทศกาล จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถไป
ได้สะดวก แต่จะมีปัญหาเรื่องที่พักในช่วงวันหยุด

- การวางแผนกำหนดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นการวางแผนกำหนดค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว
ต่อคนแบบเหมาจ่าย ซึ่งจะต้องกำหนดว่าจะรวมค่าใช้จ่ายอะไรไว้บ้าง และค่าใช้จ่ายอะไรไม่รวม
ไว้บ้าง เช่น ค่าอาหารจะให้มีกี่มื้อ แต่ละมื้อจะกินดีขนาดไหน เป็นต้น

- การวางแผนการส่งเสริมการตลาด เป็นการวางแผนส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นหรือเร่งเร้าให้
นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกซื้อรายการนำเที่ยวของเรา แม้ว่าเราจะมีรายการนำเที่ยวที่ดี
แต่ถ้าไม่เป็นที่รู้จักย่อมไร้ประโยชน์ จึงต้องใช้การส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือช่วย
นอกจากนั้นยังเป็นที่ยอมรับกันว่าแม้รายการนำเที่ยวที่มีคุณภาพเท่าเทียมกัน นักท่องเที่ยวจะ
เลือกซื้อรายการนำเที่ยวที่มีระบบส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากกว่า

2. การดำเนินการจัดรายการนำเที่ยว

- การเขียนข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางการจัดรายการนำเที่ยวที่ได้วางแผนไว้แล้ว โดยข้อมูลที่ใช้ประกอบการเขียนรายละเอียดการจัดรายการนำเที่ยว ประกอบด้วย

1) แผนที่แสดงที่ตั้งและระยะทางจากสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ทำให้สามารถคำนวณระยะเวลาในการเดินทางได้อย่างคร่าว ๆ

2) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวที่จะไป เช่น แผนที่ แผนผัง วารสาร หรือ สิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ ที่มีประวัติและข้อมูลอื่น ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

3) รายละเอียดของผู้ประกอบอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบธุรกิจขนส่ง ผู้ประกอบธุรกิจที่พักแรม ผู้ประกอบธุรกิจอาหาร ผู้ประกอบธุรกิจสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

4) รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง เช่น ประเภทของการขนส่งที่จะเดินทาง ตารางการเดินทางของการขนส่ง ค่าโดยสาร ที่ตั้งโรงพยาบาล ที่ตั้งสถานีตำรวจ เป็นต้น

- การสำรวจเส้นทางรายการนำเที่ยว เป็นการเดินทางไปสำรวจของรายการนำเที่ยวที่ได้วางแผนไว้ โดยจะกำหนดเส้นทางสำรวจไว้หลาย ๆ ดังนี้

1) ยานพาหนะที่จะใช้ในการเดินทาง

2) ระยะเวลาในการเดินทางจากจุดต่าง ๆ

3) ความยากง่ายในการเดินทาง

4) จุดท่องเที่ยว จุดหยุดพัก จุดพักรับประทานอาหาร จุดพักผ่อน จุดซื้อสินค้าที่ระลึก

5) มาตรฐาน ศักยภาพและคุณภาพของบริการ ณ จุดต่าง ๆ ในข้อ 4

6) กิจกรรมการท่องเที่ยว

- การติดต่อกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เป็นการเดินทางไปติดต่อเจรจาเอง ทำให้สามารถสัมผัสกับสถานที่จริง บรรยากาศของสถานที่ รวมทั้งสามารถเจรจาต่อรองและได้รายละเอียดดียิ่งขึ้นธุรกิจที่ต้องติดต่อเจรจา ได้แก่

1) ที่พักแรม เมื่อสำรวจแล้วว่าจะมีจุดพักรวมที่ใดต้องติดต่อกับธุรกิจที่พักแรมในจุดนั้น อาจเป็นโรงแรม บังกะโล รีสอร์ท ฯลฯ พร้อมทั้งเจรจาเรื่องราคาห้องพักและจองห้องพักด้วย

2) อาหารเครื่องดื่ม เมื่อสำรวจแล้วว่าจะต้องมีจุดพักรับประทานอาหารที่แห่ง ก็ต้องติดต่อกับร้านอาหารที่มีชื่อของจุดพักรับประทานนั้น ๆ ไม่ควรจัดรายการอาหารซ้ำกันระหว่างเดินทาง

3) จุดแวะชมระหว่างทาง เมื่อสำรวจแล้วว่าจะแวะชมจุดไหนและชมอะไร ถ้าหากจำเป็นต้องขออนุญาตเจ้าของสถานที่ก่อน หรือจะต้องเสียค่าเข้าชม หรือต้องมีการจองล่วงหน้า ก็ต้องติดต่อดำเนินการให้เรียบร้อย

4) ยานพาหนะเดินทาง เมื่อสำรวจแล้วว่าจะต้องใช้ยานพาหนะใดเดินทาง ซึ่งอาจจะต้องใช้ยานพาหนะมากกว่าหนึ่งชนิดก็ได้ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงจำนวนวันในการเดินทาง เพื่อจะได้ติดต่อสำรองที่นั่ง หรือเช่ายานพาหนะตามต้องการให้เรียบร้อย

- การเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยว เป็นการเขียนรายละเอียดของรายการนำเที่ยวที่กำหนดไว้ โดยผสมผสานกับข้อมูลที่ได้ไปสำรวจมา ซึ่งการเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยวสามารถเขียนได้เป็น 2 ชนิดใหญ่ คือ

1) การเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นการเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยวแบบคร่าวๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบว่าการนำเที่ยวนั้นมีการเดินทางท่องเที่ยวกี่วัน เริ่มออกเดินทางเมื่อไร สิ้นสุดการเดินทางวันไหน เดินทางโดยยานพาหนะใด ออกเดินทางเมื่อไร สิ้นสุดที่ไหน พักที่ใด มีการเลี้ยงอาหารมื้อใดบ้างไม่เลี้ยงมื้อใดบ้าง จุดแวะพักหรือจุดแวะชมอยู่ที่ไหน แต่ละแห่งใช้เวลาเท่าไร ซึ่งอาจเขียนรายการนำเที่ยวได้ 2 แบบ คือ

- การเขียนรายการนำเที่ยวแบบบอกเฉพาะเส้นทางและจุดท่องเที่ยวพร้อมวันเดินทางไปและกลับหรือบอกจำนวนวันเดินทางท่องเที่ยว

- การเขียนรายการนำเที่ยวแบบกำหนดเป็นตารางที่บอกการท่องเที่ยวอย่างละเอียด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบย่อยๆ คือ (1) แบบ Outline Itinerary เป็นการเขียนรายการนำเที่ยวที่บอกกำหนดการท่องเที่ยวแต่ละวันอย่างไม่มีรายละเอียดและ (2) แบบ Descriptive Itinerary เป็นการเขียนรายการนำเที่ยวบอกกำหนดการท่องเที่ยวแต่ละวันอย่างละเอียดตามเวลาที่กำหนดอย่างคร่าวๆ

2) การเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยวสำหรับหัวหน้าทัวร์ เป็นการเขียนรายการนำเที่ยวอย่างละเอียดสำหรับหัวหน้าทัวร์ โดยการนำรายละเอียดรายการนำเที่ยวที่เขียนเพื่อให้นักท่องเที่ยวมาเพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับการนัดหมายที่ต้องติดต่อ หมายเลขโทรศัพท์ สถานที่ฉุกเฉินพร้อมหมายเลขโทรศัพท์ เช่น โรงพยาบาล โรงพัก บริษัทรถเช่า (ในกรณีเกิดรถเสีย) นอกจากนี้ยังมีระยะเวลาที่ชัดเจนว่าแต่ละจุดต้องใช้เวลาเท่าไร สถานที่นำชม จุดพักกิจกรรมที่จะทำ หมายเลขโทรศัพท์ของบุคคลที่จะต้องติดต่อในกรณีฉุกเฉินด้วย

- การเขียนระบุเงื่อนไขไว้ในรายการนำเที่ยว หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ เกิดขึ้นนักท่องเที่ยวไม่สามารถเอาผิดได้ โดยระบุเงื่อนไขไว้ ดังนี้ “หมายเหตุ: ราคาและรายการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมโดยมีต้องแจ้งล่วงหน้า”

3.การคิดราคารายการนำเที่ยว

- ปัจจัยกำหนดราคารายการนำเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคารายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ซึ่งมีปัจจัยสำคัญอยู่ 5 ปัจจัย คือ

1) คุณภาพของรายการนำเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคารายการนำเที่ยว ถ้าหากกำหนดรายการนำเที่ยวมีคุณภาพสูง ราคาก็มักจะตั้งสูงด้วย เช่น การจัดรายการนำเที่ยวที่เลือกสถานที่ดี มีที่พักดี ยานพาหนะขนส่งดี รับประทานอาหารหรู เป็นต้น

2) ลักษณะเฉพาะของรายการนำเที่ยว เป็นการจัดรายการนำเที่ยวที่มีลักษณะแปลกเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากคู่แข่ง ย่อมทำให้สามารถกำหนดราคาสูงกว่าราคาทั่วไปได้ เช่น จัดรายการนำเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวขี่ช้าง ล่องแพ นั่งรถม้าชมเมือง เป็นต้น

3) สภาพการแข่งขัน เป็นปัจจัยที่สำคัญหนึ่งที่มีผลต่อการกำหนดราคา ถ้าหากตลาดใดมีสภาพการแข่งขันสูง การกำหนดราคาก็ไม่สามารถกำหนดสูงได้ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงราคารู้แข่งขัน

4) ฤดูกาล ถ้าจัดรายการนำเที่ยวในช่วงฤดูการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการท่องเที่ยว มักจะไม่ลดราคาให้ผู้ซื้อมากนักเพราะถือว่าเป็นเวลาทองของการดำเนินธุรกิจ ทำให้ต้นทุนการจัดรายการนำเที่ยวสูงจึงต้องคิดราคารายการนำเที่ยวสูงตามด้วย

5) กำไรที่ต้องการ โดยทั่วไปราคารายการนำเที่ยวมักประกอบด้วยต้นทุนการผลิต+ ต้นทุนการจัดการ+กำไร ถ้าหากธุรกิจนำเที่ยวใดต้องการกำไรมากก็จะทำให้ราคาสูงกว่าคู่แข่ง อาจขายรายการนำเที่ยวไม่ได้จึงมักกำหนดอัตรากำไรอยู่ระหว่าง 10-20%

- โครงสร้างราคารายการนำเที่ยว เป็นส่วนประกอบในการกำหนดราคารายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ซึ่งประกอบด้วยรายการที่สำคัญ 5 รายการ คือ

1) ค่าขนส่ง เป็นค่ายานพาหนะจากจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง และกลับ ซึ่งอาจรวมถึงค่ารับส่งนักท่องเที่ยวจากสถานีขนส่งหรือท่าอากาศยาน ค่าพาหนะขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว ค่าภาษีสนามบิน ภาษีการเดินทางด้วย

2) ค่าที่พัก เป็นค่าพักรวมของนักท่องเที่ยวที่รวมในราคาเหมาจ่ายด้วย อาจเป็นที่พักในโรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกะโล หรือที่พักแรมอื่นๆ ขึ้นอยู่กับประเภทลูกค้าเป้าหมาย

3) ค่าอาหาร เป็นค่าจัดเลี้ยงอาหารแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจเลี้ยงทุกมื้อหรือบางมื้อก็ได้ โดยอาจเลี้ยงแบบธรรมดาหรือหรูหราก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของลูกค้าเป้าหมายแต่ต้องแจ้งไว้ในรายการนำเที่ยวว่าจะบริการอาหารประเภทใด ก็มี มื้อใดบ้าง

4) ค่าบริการอื่นๆ เป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ต้องจ่ายในการบริการนักท่องเที่ยว เช่น ค่าเที่ยวชมเมือง ค่าเข้าชมสถานที่ ค่าเข้าชมการแสดง ค่าทิป ค่าขนกระเป๋า ค่ามัคคุเทศก์ ค่าประกันภัยเดินทาง ค่าเบ็ดเตล็ด เป็นต้น

5) ค่าประกอบการและกำไร เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจัดรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายพร้อมกำไรที่ต้องการ โดยปกติค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจัดรายการนำเที่ยวจะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและค่าใช้จ่ายด้านการจัดการ ส่วนกำไรก็คือผลตอบแทนของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่ต้องเข้ามาเสี่ยงในการดำเนินงานจัดนำเที่ยวโดยปกติมักคิดในอัตรา 10-20% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ขึ้นอยู่กับสภาพการแข่งขันเป็นสำคัญ

2.1.3 แนวคิดประเภทของการจัดรวมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์(2542) จำแนกประเภทของการจัดรวมผลิตภัณฑ์ออกเป็น

1.การผสมผลิตภัณฑ์

- การจัดรวมผลิตภัณฑ์จากองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร การเดินทาง และการขนส่ง กิจกรรมการท่องเที่ยว การนำชมสิ่งบันเทิงและจำหน่ายในราคาเหมาจ่ายที่เรียกว่า All Inclusive Package

- การจัดรวมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบางอย่างเข้าด้วยกันตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่

1) Escorted tour เป็นการจ้ดนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายไปตามเส้นทางที่กำหนด แต่มีบางรายการท่องเที่ยวให้เลือกเดินทางไปเอง หรือรับประทานอาหารบางมื้อเอง และใช้รถโค้ชในการเดินทางเป็นส่วนใหญ่

2) Fly-drive package หมายถึง การเดินทางไปกลับโดยรวมค่าโดยสารเครื่องบินและรถยนต์เช่าที่จุดหมายปลายทาง เช่น สายการบิน Lufthansa จัดรวมผลิตภัณฑ์ร่วมกับบริษัทรถเช่า Avis เรียกว่า Fly drive classics ขายให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางจากประเทศสหรัฐอเมริกาไปประเทศเยอรมนีหรือออสเตรเลีย พร้อมทั้งรถเช่าอีก 5 วันหรือมากกว่า การจัดรวมผลิตภัณฑ์แบบนี้เหมาะสำหรับคนที่ชอบจัดการเดินทางด้วยตนเองในแหล่งท่องเที่ยว

3) Fly-cruise package หมายถึง การเดินทางไปกลับโดยรวมค่าโดยสารเครื่องบินไปยังท่าเรือที่เป็นจุดเริ่มของการเดินทางโดยเรือสำราญ (Cruise)

4) Accommodation and meal package หมายถึง การจัดรวมที่พักประเภทใดก็ได้และอาหารบางมื้อในราคาเหมาจ่าย เช่น

- American Plan (AP) หรือ Full pension รวมค่าอาหาร 3 มื้อในค่าที่พักแต่ละวัน

- Modified American Plan (MAP) รวมค่าอาหาร 2 มื้อในค่าที่พักแต่ละวัน ลูกจ้างจัดหามื้อกลางวันเอง

- Bed and Breakfast (B&B) รวมค่าอาหารเช้าแบบ Continental breakfast ในค่าที่พักแต่ละวัน บางที่เรียกว่า Continental plan

5) Event package การจัดรวมผลิตภัณฑ์เมื่อมีเหตุการณ์ หรือโอกาสพิเศษ เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก นิยมจัดรวมค่าขนส่ง ค่าที่พัก ค่าอาหารและค่าเข้าชม

6) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ตามโปรแกรมความสนใจพิเศษ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การเดินทางไปเล่นสกี เรือใบ ดิกอล์ฟ ทำอาหารและความสนใจพิเศษอื่นๆ

7) Entertainment package จัดรวมผลิตภัณฑ์เพื่อการพักผ่อนให้แก่ลูกค้าในท้องถิ่น ไม่รวมที่พัก เช่น จัดรวมค่าอาหาร ค่าชมละคร ค่าเข้าชมสวนสนุกและนำเที่ยวอื่นๆ

2.ตลาดเป้าหมาย ได้แก่

- กลุ่มลูกค้าที่ได้รับรางวัลในการทำงานให้ไปท่องเที่ยว (Incentive package or tours) จะมีบริษัทตัวกลางในการรับจัดทัวร์รางวัล โดยการติดต่อกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆ บริษัทเหล่านี้มีชื่อเรียกต่างๆ กันไป เช่น Full-service intensive companies, Specialized

incentivetravel planning firms, Corporate travel managers, Convention/Meeting planners และ TravelAgents จัดรวมผลิตภัณฑ์แล้วเสนอขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ

- กลุ่มลูกค้าผู้มาประชุม (Convention/Meeting packages) นิยมจัดรวมค่าที่พัก ค่าอาหารค่านำชมสถานที่ หรือสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นตลาดที่มีอำนาจในการซื้อสูงและเดินทางมาในระยะเวลาที่กำหนดได้
- กลุ่มญาติหรือกลุ่มบุคคลที่มาจากเชื้อชาติ ภาษา ศาสนาเดียวกัน (Affinity group package) เช่น การจัดทัวร์ให้แก่สมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัย ชมรม สโมสรต่างๆ คนพิการและกลุ่มศาสนาอิสลามอื่นๆ
- กลุ่มครอบครัว (Family vacation package) จัดกิจกรรมสำหรับเด็กในโปรแกรม Family weekend package
- กลุ่มลูกค้าที่สนใจกิจกรรมบางอย่างเป็นพิเศษ (Special interest group)

3. ช่วงระยะเวลา ได้แก่

- 1 ช่วงสุดสัปดาห์ (Weekend and minivacation package)
- 2 วันหยุดพักผ่อน (Holiday package)
- 3 ช่วงฤดูกาล (Seasonal package)
- 4 ช่วงก่อนและหลังการประชุม (Pre and Post convention package)
- 5 ระยะเวลาเฉพาะตามที่ต้องการ เช่น 1-2 สัปดาห์
- 6 ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Off-peak specials)

4. การจัดการการเดินทาง ได้แก่

- 1 การเดินทางมาต่างประเทศส่วนตัว (Foreign Independent Tour: FIT) สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนตัว (Free Individual Traveler: FIT)
- 2 การเดินทางมาเป็นกลุ่ม จำนวนคนน้อยสุดเท่าที่จะจัดได้ (Group Inclusive Tour: GIT) เดินทางตามรายการเป็นปกติ
- 3 การเดินทางแบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour)
- 4 การจัดการเดินทางในแต่ละจุดหมายปลายทาง

1. ควรมีการวางแผนล่วงหน้าหลายๆ เดือน (อย่างน้อย 6 เดือน) หรือตลอดทั้งปี เพื่อจะได้มีเวลาเพียงพอที่จะไม่มองข้ามสิ่งจำเป็นไปหรือมีเวลาแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกระยะของการวางแผน

2. ควรเหมาะสมกับความต้องการของตลาดเป้าหมายที่เลือกไว้แล้ว เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มครอบครัว กลุ่มนักธุรกิจ กิจกรรมพักผ่อน อาจแตกต่างกัน

3. ทุกส่วนประกอบของ Package ควรมีคุณภาพที่ทัดเทียมกัน ในระดับราคาที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า

4.ควรมีจุดดึงดูดใจ สร้างความน่าประทับใจให้ลูกค้าที่มีแนวโน้มที่ดีให้มาซื้อ เช่น การแจกของขวัญ หรือการให้ Free cocktail แก่ลูกค้าวันแรกที่เริ่มมาพักที่โรงแรม

5.ควรให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกส่วนผสม คิดรวมภาษีทุกอย่างไว้ในราคาเหมาจ่าย ราคาใกล้เคียงกับคู่แข่ง และสามารถให้ข้อมูลทุกอย่างแก่ลูกค้าได้ เช่น ค่าใช้จ่ายพิเศษที่อาจเพิ่มขึ้น ตลอดจนการมีนโยบายคืนเงินในกรณียกเลิกบางรายการในกรณีจำเป็น แต่เรื่องนี้น่าจะเป็นทางเลือกสุดท้ายเพราะลูกค้าต้องการความพอใจมากกว่าเงินคืน ควรจัดผลิตภัณฑ์หรือให้บริการอย่างอื่นทดแทน

6.ไม่ควรรวมอาหารทุกมื้อ ควรจัด 2 มื้อต่อวันในบางรายการ เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกเองบ้างและไม่ควรรวมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ในรายการอาหารเพราะผู้ที่ไม่ดื่มอาจไม่พอใจ แต่อาจรวมไวน์ฟรีไว้ในรายการอาหารได้ เช่น Club Mediterranean package

7.ไม่คิดรวมค่าทิปในราคาของ Package ลูกค้าจะเป็นผู้พิจารณาเอง

8.ควรจัดเอกสารเพื่อให้ข้อมูลต่างๆ แก่ลูกค้า

9.การลดราคา Package นิยมกระทำในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

2.1.4 แนวคิดการบริหารจัดการการเจ้าหน้าที่

การจัดการการเจ้าหน้าที่ยามืองค์ประกอบที่สำคัญ คือ (อำนาจ งามบุญรัตน์, ม.ป.ป.)

1.การดำเนินการบริการนำเที่ยว นั้น ประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วม (ตกลงรายการนำเที่ยว+ผู้เสนอขายรายการ+มัคคุเทศก์นำเที่ยว) การจัดการร่วมคิด/วางแผน/ดำเนินการขายรายการ/ได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาคกัน การจัดการนี้ควรอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการ/สหกรณ์/บริษัทชุมชน

2.การจัดรายการนำเที่ยว ควรแจ้งรายการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีการเตรียมตัวเดินทางได้ถูกต้อง มุ่งเน้นการให้ความรู้ การสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ จากการเดินทางและให้ข้อคิดกับนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ซึ่งมีหลักการปฏิบัติ ดังนี้

- 1 แจ้งกำหนดการเดินทางนับแต่การเดินทางถึงสิ้นสุดรายการ
- 2 แจ้งราคาค่าบริการ/ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นอกเหนือจากค่าบริการ/การให้บริการเดินทาง
- 3 แจ้งอุปกรณ์ของใช้ที่ให้บริการ/ส่วนไหนนักท่องเที่ยวจะต้องจัดเตรียมไปเอง รวมทั้งบริการอาหารและเครื่องดื่ม
- 4 มัคคุเทศก์เป็นผู้รอบรู้ (กรณี ภาษาต่างประเทศจะต้องแจ้งความสามารถบริการภาษาด้วย)
- 5 แนะนำแนวคิด/ข้อควรพิจารณาแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวนั้นๆ

3.การจัดบริการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มีการประสานประโยชน์ร่วมกันกับประชาชนในท้องถิ่น อาทิ การบริการเดินทาง+การขนส่ง/การบริการลูกหาบ/มัคคุเทศก์

ท้องถิ่น/การบริการอาหารท้องถิ่น (สะอาด) การบริการนั้นจะต้องมีการพัฒนาให้มีมาตรฐานสากล มีความปลอดภัยและเป็นมิตรไมตรี

4. มัคคุเทศก์นั้นจะต้องเป็นมัคคุเทศก์ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1 มีความรอบรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นอย่างดี
- 2 มีความสามารถในการสื่อความหมาย/ การสื่อสารที่ดี
- 3 มีบุคลิกภาพและความประพฤติ สร้างความศรัทธาและความประทับใจ/ความเป็นมิตรไมตรีกับบุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยว (การแต่งกาย/การวางตัว/การเอาใจใส่/การตรงต่อเวลา/รู้จักหวั่นไหว/การทำการกิจกรรม/มีสุขภาพแข็งแรง)
- 4 เป็นผู้ที่ไม่ใฝ่เรียนใฝ่รู้ (สังเกต/อ่าน/จด/รู้จักถาม/มีความคิดสร้างสรรค์)
- 5 รักและรู้คุณค่าศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมพื้นบ้านของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
- 6 มีศีลธรรม มีความกล้าตัดสินใจ และกำหนดจุดยืนของตนเอง เคารพหลักการและเหตุผล หมั่นพิจารณาตัวเอง และมีทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้จัดการรายการนำเที่ยวจะต้องแนะนำรายการเดินทาง การให้บริการและแจ้งกับนักท่องเที่ยวถึงการเตรียมตัวเดินทางใกล้ชิด เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและถูกต้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ต้องแจ้งถึงข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น

1) การเดินทางเข้าชมศาสนสถาน โดยส่วนใหญ่ควรแต่งกายในชุดเรียบร้อยแต่บางแห่งกำหนดการบังคับการใช้สีสันทันของเสื้อผ้า แบบของเสื้อผ้า และบางแห่งต้องเดินด้วยเท้าเปล่า เป็นต้น

2) การร่วมงานประเพณีท้องถิ่น บางโอกาสเข้าร่วมงานพิธี หรือบางโอกาสร่วมรับประทานอาหาร เช่น งานเลี้ยงขันโตก/พาข้าวแดง/งานจัดบายศรีต้อนรับ ต้องแจ้งให้ทราบถึงการแต่งกายและวิธีการร่วมงาน/วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร เป็นต้น

3) การเดินทางสู่แหล่งธรรมชาติ ควรแต่งกายให้เหมาะสมและกลมกลืนกับธรรมชาติ อาทิ การเดินป่าดูนก/แมลง และสัตว์ป่า ควรใช้เสื้อผ้าสีเขียวก ดำ น้ำตาล ไม่ควรใช้สีแดง ส้ม เหลือง เพราะทำให้สัตว์ป่ามองเห็นแต่ไกลจะตื่นหนีเตลิดไป แม้แต่การใช้อุปกรณ์ รองเท้าเดินในป่าที่เปียกชื้น ควรใช้รองเท้าผ้าใบที่เกาะพื้นเพื่อเดินทางไม่ลื่นหกล้มง่าย

4) การจ้ดนำเที่ยวทุกครั้งควรมีการประเมินผลการบริการ เพื่อผู้จัดจะได้นำผลไปปรับปรุงแก้ไขให้การบริการดีขึ้น

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

Kotler and Armstrong (2002) กำหนดลักษณะและคุณสมบัติของการบริการไว้ดังนี้

1. ความไม่มีตัวตนของการบริการ (Service Intangibility) หมายถึง การบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น ไม่มีรูสีก ไม่มีได้ยิน ก่อนที่จะซื้อ ด้วยเหตุผลนี้เพื่อที่จะลดความไม่แน่นอนของผู้ซื้อจึงต้องสังเกตสัญญาณของคุณภาพการบริการ โดยอาจสรุปได้จาก สถานที่ บุคคล

ราคาอุปกรณ์และการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นงานของผู้จัดหาบริการ คือ ต้องทำให้บริการจับต้องได้ในแนวทางใดแนวทางหนึ่งหรือหลายแนวทาง

2. ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ของบริการ (Service Inseparability) หมายถึง ลูกค้าไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิต ไม่ว่าจะผู้ผลิตจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักร ถ้าบุคคลเป็นผู้จัดหาบริการหมายถึง บุคคลเป็นส่วนหนึ่งของบริการและเนื่องจากลูกค้าจะต้องอยู่ในสถานที่และเวลาที่ผลิตบริการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาและลูกค้าจึงเป็นลักษณะสำคัญของการตลาดบริการ ทำให้ลูกค้าและผู้ผลิตมีผลต่อผลผลิตบริการ

3. ความแตกต่างกันของบริการ (Service Variability) หมายถึง คุณภาพของบริการอาจเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ ให้บริการเมื่อไหร่ ให้บริการที่ไหนและให้บริการอย่างไร

4. ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ของบริการ (Service Perishability) หมายถึง กิจกรรมไม่สามารถเก็บบริการไว้เพื่อขายหรือใช้งานในภายหลังได้

2.1.6 ทฤษฎีการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมความงามทางธรรมชาติและคุณค่าทางวัฒนธรรม จึงต้องอาศัยการขนส่งเป็นยานพาหนะในการนำไปแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ เพราะถ้าหากไม่มีการขนส่งที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็ไม่สามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นได้ ดังนั้นการขนส่งกับการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กันดังต่อไปนี้

การขนส่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดหมายปลายทาง การขนส่งให้บริการที่สะดวกสบายในระหว่างการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางท่องเที่ยวไปกับเรือสำราญล่องไปตามมหาสมุทรซึ่งบนเรือจะมีบริการอื่นๆได้แก่ที่พัก อาหาร และความบันเทิง

การขนส่งก่อให้เกิดการกระตุ้นให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เนื่องจากการขนส่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ ย่อมมีผลความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการกระตุ้นให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมและยานพาหนะที่สะดวกสบายและทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านความรวดเร็วและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

การขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากประสิทธิภาพของการขนส่งจะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความเจริญเติบโต ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพ ยกกระดับมาตรฐานในการดำเนินชีวิตหรือคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในประเทศและในท้องถิ่นนั้นๆ

การขนส่งผู้โดยสารเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งช่วยให้แหล่งที่อยู่ห่างไกลหรืออยู่ในแหล่งทุรกันดารได้รับการพัฒนา เนื่องจากการขนส่งผู้โดยสารเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้สะดวกและปลอดภัย ทำให้แหล่งท่องเที่ยววันนั้นเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการขนส่งผู้โดยสาร เมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเจริญเติบโตมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ความต้องการใช้บริการขนส่งผู้โดยสารย่อมเพิ่มขึ้นตาม ทำให้เกิดการพัฒนาการขนส่งให้สามารถบรรทุกผู้โดยสารได้จำนวนมากขึ้น มีความสะดวกสบายมากขึ้น มีความรวดเร็วขึ้น ใช้พลังงานน้อยลง ทำให้ช่วยลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ยิ่งทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

การบริการขนส่ง เป็นการเคลื่อนย้ายบุคคลหรือนักท่องเที่ยวด้วยอุปกรณ์การขนส่งจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่งตามความประสงค์ ทำให้มนุษย์สามารถเดินทางไปไหนมาไหนได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ซึ่งการเดินทางของมนุษย์มีลักษณะที่สำคัญอยู่ 3 รูปแบบ คือ การเดินทางภายในตัวเมือง การเดินทางระหว่างเมือง และการเดินทางระหว่างประเทศ

การขนส่งในตัวเมือง หมายถึง ความพยายามที่จัดการขนส่งในบริเวณชุมชน ซึ่งอาจแบ่งเป็นเทศบาลเมืองต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการทางเศรษฐกิจและสังคม การขนส่งระหว่างเมือง หมายถึง ความพยายามที่จะจัดการขนส่งระหว่างเมืองต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งการขนส่งที่มีบทบาทที่สำคัญที่สุด คือ รถยนต์ รองลงมา คือ รถไฟ

การขนส่งระหว่างประเทศ หมายถึง ความพยายามที่จะจัดการขนส่งระหว่างประเทศต่างๆให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งเครื่องบินมีบทบาทมากที่สุดถึงประมาณ 90% รองลงมาคือเรือ

2.1.7 ทฤษฎีความพึงพอใจ

Philip Kotler (1994 : 36-40) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ไว้ว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกหลังการซื้อของลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้าที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Performance) ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ (Product Performance) ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfied Customer) แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfied Customer) และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted Customer) ซึ่งสอดคล้องกับที่อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้า

หรือผู้บริโภคไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นเครื่องชี้ถึงความสำเร็จของการตลาด ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการปฏิบัติงานของสินค้ากับความคาดหวังที่ผู้บริโภคได้ตั้งไว้ก่อนที่จะมีการซื้อสินค้าหรือบริการ รูปแบบการเปรียบเทียบดังกล่าวแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 การปฏิบัติงานของสินค้าดีกว่าความคาดหวัง ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจ รูปแบบที่ 2 การปฏิบัติงานของสินค้าเท่ากับความคาดหวัง ซึ่งจะนำไปสู่ความรู้สึกเฉยๆ และรูปแบบที่ 3 การปฏิบัติงานของสินค้าเลวกว่าความคาดหวัง ซึ่งจะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรรณา บุญมาเรือน (2546) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้าท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อนักท่องเที่ยวจีน จากสมมติฐานพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น 1250 คน หากรายได้ของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 ดอลลาร์สหรัฐ อัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบมากที่สุดกับนักท่องเที่ยว เกาหลีโดยญี่ปุ่นโดยจำนวนนักท่องเที่ยวเกาหลีจะเพิ่มขึ้น 18,485 คน ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้น 8,432 เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น 1 วอน และ 1 เยน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีนัยสำคัญมากที่สุดต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเยอรมันนี้ นอกจากนี้แล้วการศึกษาผลกระทบจากเหตุการณ์ต่างๆ พบว่าวิกฤตเศรษฐกิจเอเชีย มีผลกระทบทางด้านบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความได้เปรียบทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนกับประเทศไทยมากที่สุดเนื่องมาจากค่าเงินบาทอ่อนค่า ในทางตรงกันข้ามผลกระทบทางด้านลบ จะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวเอเชียเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวมาเลเซีย เกาหลี ใต้หวัน และสิงคโปร์ตามลำดับ ส่วนผลกระทบจากสงครามอ่าวเปอร์เซีย นั้น จะส่งผลทางด้านลบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ซึ่งจะลดลงถึง 251,086 คน

สถาปนา กิตติกุล และ สมชาย บุรณะรุ่งเรืองกิจ (2547) ได้ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้; กรณีศึกษาทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1096 จังหวัดเชียงใหม่ธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีการขยายตัวและพัฒนาทางการท่องเที่ยวที่รวดเร็วทำให้พื้นที่บริเวณทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1096 มีสถานที่ท่องเที่ยวเกิดขึ้นมากมาย ทั้งที่เกิดจากการพัฒนาพื้นที่ธรรมชาติเดิม และที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวจากการสืบค้นเบื้องต้นพบว่าแผนที่หรือข้อมูลที่ได้นั้นไม่ได้มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมสถานที่ท่องเที่ยว และมีได้มีข้อมูลที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อีกทั้งในพื้นที่ยังมีลักษณะทางภูมิทัศน์ที่หลากหลายจึงเป็นที่มาของ การท่องเที่ยวภูมิทัศน์เชิงนิเวศ คือการผสมผสานกันของการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ในเรื่องคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ ในภูมิทัศน์ธรรมชาติ โดยใช้กิจกรรม ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมการ

ท่องเที่ยว และเมื่อได้ข้อมูลดังกล่าวแล้วสามารถนำมาวิเคราะห์ เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารการจัดการ เพื่อการเพิ่มและพัฒนาสมรรถนะการบริหารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและวางแผนการส่งเสริมธุรกิจด้านการท่องเที่ยวหลักการการบริหารและการจัดการ สำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่ภูมิทัศน์ธรรมชาติจุดมุ่งหมายสูงสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คงสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และทางสังคมที่ดี และประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ดังนั้นการจัดการ การท่องเที่ยวจะต้องเป็นไปอย่างรับผิดชอบต่อท่องเที่ยวอย่างไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม จะต้องเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ป้องกันมลพิษและ ควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต กิจกรรมหรือกระบวนการที่ไม่กระทบกระเทือนต่อระบบนิเวศหรือวัฒนธรรม หรือจะเป็นการตื้ออย่างยิ่งหากการท่องเที่ยวนั้นเป็นไปเพื่อการศึกษาเรียนรู้เพื่อพัฒนาหรือเพื่อสร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เสมือนหนึ่งนักท่องเที่ยวเป็นเจ้าของทรัพยากรนั้นๆ ทั้งนี้จิตสำนึกจะต้องเป็นจิตสำนึกเพื่อสร้างสรรค์เพื่อก่อประโยชน์ให้กับท้องถิ่นประกอบกับการสร้างจิตสำนึกแก่ชุมชนให้เกิดความรักในพื้นที่ รักในธรรมชาติของท้องถิ่นและรู้ถึงประโยชน์อันจะได้รับจากการรักษาสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อตนเองและชุมชนในระยะยาวสืบไป

จันทร์จิราพร พิบูลย์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรมและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ จำนวน 200 คนเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ให้ความสำคัญกับบริษัททัวร์ในฐานะสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเลือกที่พักแรมประเภทโรงแรม โดยมีปัจจัยคุณลักษณะของที่พักแรมที่สำคัญที่สุดในการเลือกคือ ทำเลที่ตั้งของโรงแรมที่อยู่ย่านใจกลางเมือง มีความสะดวกสบายในการเดินทาง และเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเช่น น้ำตกภูเขา เป็นต้นโดยมีปัจจัยคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวคือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว และพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงฤดูฝน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - เดือนกันยายน โดยเฉพาะเดือนสิงหาคมมีจำนวนมากที่สุด ระยะเวลาในการพำนักและท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ตั้งแต่ 3 วัน - 7 วันผลของการศึกษาครั้งนี้จะเป็นการชี้แนะแนวทางการจัดการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศตะวันออกกลางต่อแหล่งท่องเที่ยวและที่พักในปัจจุบันและในอนาคตเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่จะวางนโยบายการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

อัญรินทร์ ขจรเวคิน (2548) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่: กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย กลุ่ม ตัวอย่างคือบริษัทนำเข้าเที่ยวที่จดทะเบียนขออนุญาตประกอบธุรกิจประเภทนำเข้าเที่ยวทุกประเภทที่ นำนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่และภายในประเทศที่จดทะเบียนเป็น สมาชิกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและมีสำนักงานตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 54 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า เรื่องบุคลากรของบริษัทมีความสำคัญมาก รวมถึงการตกแต่ง บริษัทให้มีความน่าเชื่อถือและสะดวกในการเข้ามาติดต่อ กระบวนการให้บริการกับนักท่องเที่ยว จัดได้ว่ามีความสำคัญมาก เช่นการต้อนรับลูกค้า อุปกรณ์ในสำนักงานทันสมัย มีการติดตามงาน เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญมากในเรื่องโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มี ความยืดหยุ่นได้ตามความต้องการ

ศิวศักดิ์ ปานสุขขุม (2549) ได้ทำการศึกษาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาตลาด นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศ ชายใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร มีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาใน ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นผู้ทำงานในบริษัท/ ลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ย 20,000 – 39,999 เหรียญสหรัฐ ฯ /ปี

2. ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพักผ่อน/ ท่องเที่ยว ใช้เวลาในการท่องเที่ยว ประมาณ 11 - 20 วัน เดินทางมาเป็นครอบครัว มีสมาชิกในกลุ่ม 1-4 คน เดินทางมาประเทศ ไทยเป็นครั้งแรก พักโรงแรม และ รับประทานอาหารจากร้านอาหารทั่วไป การรับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับประเทศไทย และแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ การบอกเล่าจาก เพื่อนฝูงและญาติมิตร

3. ด้านเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า เหตุผลหลักในการเดินทางมาประเทศ ไทย คือ การจับจ่ายซื้อของ (shopping) และพบว่า ปัญหาโรคระบาดที่เกิดขึ้นในภูมิภาค มีผล มากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว

4. ด้านความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการทั้งภาครัฐ และเอกชนในระดับมาก ทั้งทางด้าน

การให้บริการของที่พักรวม การให้บริการของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการของร้านอาหาร การให้บริการของเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนความสามารถทางด้านการสื่อสารของพนักงานโรงแรมพบว่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะต้องการให้จัดทำแผนที่ และรายชื่อของร้านอาหารฮาลาลและควรให้มีการฝึกพัฒนาทักษะความรู้และความสามารถทางด้านภาษาของพนักงาน/ เจ้าหน้าที่โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะทางด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ

6. ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการ ผู้วิจัย พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกมีความเห็นตรงกันในเรื่องความสะดวกและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ และเสนอให้มีการแก้ปัญหาการล่อลวงของมิชชันนารีในแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัยเสนอแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1.) แนวทางด้านสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ 2.) แนวทางด้านพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 3.) แนวทางด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปยังภูมิภาค 4.) แนวทางด้านสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และ 5.) แนวทางด้านพัฒนาระบบการขนส่งสาธารณะ

เนตรนภา กองงาม (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเชียงใหม่ และมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางบริการเว็บไซต์ ซึ่งมีสัญชาติ อเมริกัน ญี่ปุ่น อังกฤษ ฝรั่งเศส และสิงคโปร์ จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Deviation) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมานานกว่า 4 ปี ช่วงเวลาที่ใช้บริการ คือ 18.01-21.00 น. ใช้เวลาในการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่น้อยกว่า 1 ปี โดยใช้เวลาหาข้อมูลมากกว่า 5 ครั้ง ในแต่ละครั้งใช้เวลา 2-3 ชั่วโมง กลุ่มตัวอย่างสนใจข้อมูลเกี่ยวกับบริการด้านการจองทัวร์มากที่สุด ส่วนในด้านการสืบค้นข้อมูล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สืบค้นจาก Search Engines

ได้แก่ <http://www.google.com> ด้านความพึงพอใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการเลือกใช้บริการเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในระดับมาก โดยส่วนที่มีความพึงพอใจมากที่สุดมีจำนวนที่เท่ากัน ได้แก่ ด้านเนื้อหา และด้านการออกแบบ/การจัดรูปแบบของเว็บไซต์ (lay-out) ใกล้เคียงกับระดับรองลงมา ได้แก่ ด้านภาพประกอบด้านการใช้ประโยชน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในระดับมาก โดยเฉพาะประโยชน์ในด้านการให้ความบันเทิงมากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์ในด้านความรู้ที่น้อยที่สุดผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทย สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอื่นๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ได้รับต่อเดือนนั้นไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทยจากการศึกษาด้านความพึงพอใจพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ได้รับต่อเดือนนั้น ไม่พบว่ามีสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทยด้านการใช้ประโยชน์ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทย สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอื่นๆ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ได้รับต่อเดือนนั้นไม่พบว่ามีสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทย

อนุภา สายบัวทอง (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมฮิลตันหัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการวิจัย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 50 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรป ประกอบอาชีพลูกจ้าง สถานภาพสมรสมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,501-4,000 ดอลลาร์ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อพักผ่อน
2. ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับปานกลาง
3. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการในระดับการปฏิบัติก่อนและหลังการใช้บริการอยู่ในระดับมาก ระหว่างการใช้บริการโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อยู่ในระดับปานกลาง

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปาต่างกัน

ศรินทร์ ดัณฑลีลา (2551) กล่าวว่า ในโลกธุรกิจปัจจุบันการแข่งขันนั้นเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เพื่อความอยู่รอดและผลกำไร การค้นคว้าในครั้งนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งและบริการ โดยจะต้องหาแนวทางในการแก้ปัญหาและปรับปรุงประสิทธิภาพของการขนส่งและบริการ ซึ่งบริษัท AAทัวร์ เป็นผู้ประกอบการรถร่วม บริษัทขนส่ง จำกัด โดยมีเส้นทางให้บริการในหลายเส้นทาง อาทิเช่น กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ , กรุงเทพฯ –ขอนแก่น , กรุงเทพฯ –สุรินทร์ เป็นต้น ซึ่งในการค้นคว้าในครั้งนี้จะเป็นกรณีศึกษาในเส้นทางสายกรุงเทพฯ –ขอนแก่น โดยในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เดินทางด้วยรถประจำทางระหว่างจังหวัด สาย 20 เส้นทาง กรุงเทพฯ –ขอนแก่น) เพื่อวางแผนพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ รถโดยสาร สาย20 กรุงเทพฯ –ขอนแก่น 3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัทในสาย 20กรุงเทพฯ –ขอนแก่นซึ่งการเดินทางในสายกรุงเทพฯ –ขอนแก่น ประสบปัญหาทำให้ผู้ค้นคว้ายกประเด็น กรุงเทพฯ –ขอนแก่น ขึ้นมาเป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการเดินทางให้มีประสิทธิภาพและนำแนวทางในการศึกษาไปปรับใช้ในกรณีอื่นๆ ที่ใกล้เคียงต่อไป

ธนิดา เจริญยิ่ง (2551) กล่าวว่า การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่องการศึกษา และกำหนดกลยุทธ์การลดต้นทุนการขนส่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท พีเคเอส ทราฟพอร์ต จำกัด ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการขนส่ง เพื่อลดปัญหาต้นทุนด้านต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น วัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ระบบต้นทุนการขนส่ง สาเหตุและผลกระทบจากการมีต้นทุนสูง และเพื่อลดต้นทุน เพิ่มผลกำไรของบริษัท และช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และเพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่มีทั้งปัจจัยภายใน คือขาดการศึกษาโครงสร้างด้านต้นทุน และปัจจัยภายนอก คืออัตราน้ำมันของตลาดโลก ผู้ประกอบการรายย่อยที่เกิดขึ้นจำนวนมาก และปัจจัยต่าง ๆ ในการให้บริการ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาโครงสร้างต้นทุนของบริษัท โดยเปรียบเทียบจากงบการเงินประจำปีตั้งแต่ปี 2547 ถึง 2549 โดยในช่วงปี 2548 ที่มีการเพิ่มขึ้นของอัตราน้ำมันพบว่าต้นทุนที่เพิ่มขึ้นคือต้นทุนการบริการ และต้นทุนการบริหาร ซึ่งกลยุทธ์ที่บริษัทนำมาใช้คือ กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) โดยแนวทางที่เลือกใช้คือ การคำนวณต้นทุน ช่วยในการวางแผนดำเนินงาน และการจัดการด้านน้ำมัน คือการทำสัญญาทำให้เกิดการลดต้นทุนการสั่งซื้อ การสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ช่วยให้บริการสามารถตรวจสอบการทำงาน และลดต้นทุนด้านน้ำมัน เพื่อช่วยให้องค์กรดำเนินงานอย่างเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

วันวิสาขบูชา (2551) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยพิจารณาจากระดับรายได้ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ระดับราคาโดยเปรียบเทียบและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรียกว่า ข้อมูล พาแนล (Panel data) ซึ่งเป็นข้อมูลหุตุติภูมิรายปีของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลักที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 10 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เกาหลี จีน สิงคโปร์ สหราชอาณาจักรสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เยอรมนี และไต้หวัน ระยะเวลาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1981 ถึง ปี ค.ศ. 2006 ผลการทดสอบพาแนลยูนิทรูท ด้วยวิธี LLC Test วิธี Breitung Test วิธี Hadri Test วิธี IPS Test และวิธี Fisher-Type Tests โดยใช้ Fisher-ADF และ Fisher-PP พบว่าการทดสอบด้วยวิธี IPS Test และวิธี Fisher-Type Tests โดยใช้ Fisher-PP ตัวแปรทุกตัวมีความนิ่ง ณ ระดับ First Difference หรือมีอันดับความสัมพันธ์ของข้อมูล เท่ากับ 1 หรือ $I(1)$ ผลการทดสอบพาแนลโคอินทิเกรชัน ด้วยวิธีของ Pedroni และวิธีของ Kao พบว่าแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยมีโคอินทิเกรชัน หรือมีความสัมพันธ์กัน สำหรับผลการประมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว ด้วยวิธี Group-Mean FMOLS พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน คือ ระดับรายได้ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ส่วนระดับราคาโดยเปรียบเทียบ และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้าม เมื่อพิจารณาโดยการแยกกลุ่มประเทศต้นทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มประเทศเอเชีย และกลุ่มประเทศนอกเอเชีย ผลการทดสอบพาแนลโคอินทิเกรชัน พบว่าแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของทั้ง 2 กลุ่ม มีโคอินทิเกรชัน สำหรับผลการประมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียในทิศทางเดียวกัน คือ ระดับรายได้ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ส่วนระดับราคาโดยเปรียบเทียบ และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้าม สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศนอกเอเชียในทิศทางเดียวกัน คือ ระดับรายได้ ส่วนระดับราคาโดยเปรียบเทียบ มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ไม่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศนอกเอเชีย ผลการประมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางแต่ละประเทศด้วยวิธี FMOLS พบว่าระดับรายได้ มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของทุกประเทศในทิศทางเดียวกัน สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของประเทศสิงคโปร์ในทิศทางตรงกันข้ามเพียงประเทศเดียว สำหรับระดับราคาโดยเปรียบเทียบ มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน 2 แบบ คือ มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของประเทศเกาหลี ไต้หวัน จีน ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา ในทิศทางตรงกันข้าม และมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของประเทศสิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ ในทิศทางเดียวกัน สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

ต่างประเทศมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของประเทศได้ทุกวันในทิศทางเดียวกันเพียงประเทศเดียว

ตุลยา วุฑฒิปรีชา (2551) ได้ศึกษาผลกระทบของการมีสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคอาเซียนมายังไทยต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางมายังประเทศไทยทางอากาศ พบว่าการมีสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคอาเซียนมายังไทยมีอิทธิพลทางบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เดินทางมายังประเทศไทยทางอากาศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ขึ้นไปการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยวิธี MCA พบว่า ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 90 ขึ้นไป ผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศจะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินไทย 1,198 บาทต่อคนต่อวัน และผู้ที่มาท่องเที่ยวครั้งแรกจะมีค่าใช้จ่ายมากกว่าผู้ที่มาเที่ยวซ้ำ 1,168 บาทต่อคนต่อวัน การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยปัวซอง (Poisson Regression) และวิธีวิเคราะห์ถดถอยกำลังสองน้อยที่สุด Ordinary Least Square) ซึ่งพบว่าทั้งสองวิธีสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนวันพักกับตัวแปรอิสระต่าง ๆ ได้ใกล้เคียงกัน สรุปได้ว่าเพศชายจะมีวันพักยาวนานกว่าเพศหญิง ผู้ที่มีอาชีพเกษียณ ผู้ว่างงานหรือแม่บ้านจะมีจำนวนวันพักมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนผู้ที่มาท่องเที่ยวครั้งแรกจะมีวันพักน้อยกว่าผู้ที่มาเที่ยวซ้ำ และผู้ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางในประเทศจะมีวันพักนานกว่าผู้ใช้สายการบินปกติภายในประเทศการศึกษาในรูปแบบการเดินทางภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม MAP for Windows Version 1.1.2 สรุปได้ว่าทั้งนักท่องเที่ยวที่ใช้สายการบินไทยและสายการบินต้นทุนต่ำมีพฤติกรรมการเดินทางแบบเส้นตรงมากที่สุดการศึกษาการใช้จ่ายเงินที่ประหยัดได้จากการใช้สายการบินต้นทุนต่ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยการวิเคราะห์ในรูปค่าเฉลี่ยร้อยละ พบว่านักท่องเที่ยวที่ยินดีจะนำเงินที่ประหยัดได้จากการใช้สายการบินต้นทุนต่ำมาใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละ 68 ไม่ใช้จ่ายคิดเป็น ร้อยละ 32 ในบรรดานักท่องเที่ยวที่เลือกนำเงินไปใช้จ่ายพบว่านักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าและของที่ระลึกเพิ่มขึ้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 22 ดังนั้น สายการบินต้นทุนต่ำน่าจะช่วยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยขยายตัวมากขึ้นในอนาคต

เบญญาดา ฉัตรไชยาฤกษ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ จำแนก วิเคราะห์และปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนจากบริษัทนำเที่ยวที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปีจำนวน 26 บริษัท แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำเป็นโปรแกรมต้นแบบโดยแบ่งเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวแบบอิสระและโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มซึ่งโปรแกรมการท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มสามารถแบ่งออกเป็นโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงผสมที่มีระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยว 1 วัน 2 วัน และ 3 วันตามลำดับจากนั้นนำโปรแกรมต้นแบบที่ได้มาจัดสนทนากลุ่ม โดยเชิญตัวแทนจากบริษัทนำเที่ยวและสมาคมมัคคุเทศก์มาร่วมกันเสนอแนะการปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เป็นทางเลือกใหม่ที่มีความน่าสนใจมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังจากนั้น นำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ได้มาประเมินความเป็นไปได้อีกครั้งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่าเมื่อจำแนกโปรแกรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบอิสระและโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบกลุ่มเป็น 3 ประเภท คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงผสม พบว่าโปรแกรมการท่องเที่ยวแต่ละแบบที่บริษัทธุรกิจท่องเที่ยวนำเสนอให้บริการแก่นักท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกันมากนักและเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวคล้าย ๆ กัน โปรแกรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน และจังหวัดลำปาง กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วยจังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน ส่วนในภาคเหนือตอนล่างสามารถจัดกลุ่มได้เพียงกลุ่มเดียว ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดกำแพงเพชร เมื่อดำเนินการปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวแล้ว พบว่าโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นแต่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน เนื่องจากจังหวัดในภาคเหนือตอนบนมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างไรก็ตามผลการศึกษาคาดว่าจะประโยชน์และเป็นทางเลือกใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคเหนือ โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยควรประกอบด้วยสถานที่ท่องเที่ยวที่มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความสวยงามจะเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวควรมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการอย่างเพียงพอนอกจากนี้บริษัทนำเที่ยวควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

สุดชีวัน นันทวัน ณ อยุธยา (2551) การศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางกรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจสภาพการณ์ สถานการณ์ และปัญหาด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบัน ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาถึงบริบททั่วไปของชุมชนในการมีส่วนร่วมจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3) ศึกษาวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางการศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300

คน และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการและผู้ที่มีอาชีพอันเกี่ยวข้องกับสิ่ง ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 8 ประการของ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หลังจากนั้น ได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพผลการศึกษา พบว่าประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปีทราบดีว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำรายได้หลักให้จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจาย รายได้ และมีความคิดเห็นว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการ เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ควรอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไว้เพราะมีความเห็นว่าการ อนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีแบบดั้งเดิมไว้จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งวัฒนธรรม งาน ประเพณี เทศกาล ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ล้วนเป็นปัจจัย สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชน แต่พบว่าการเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชน เจ้าของท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวยังมีอยู่น้อยมากและภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการ มีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้นในส่วนของสถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคของปัจจัยดึงดูด ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 8 ประการ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ายังมีปัจจัย ดึงดูดทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบางประการ เช่น พิพิธภัณฑสถาน ดนตรีพื้นบ้าน และ วรรณกรรมท้องถิ่น ที่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนให้เป็นปัจจัยดึงดูดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบปัญหาทั้งทางด้านบุคลากรที่มีองค์ความรู้ เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมีอยู่น้อยและไม่ได้รับการสนับสนุนทั้งทางด้านนโยบายและงบประมาณ คนในชุมชนและเยาวชนคนรุ่นใหม่ยังคงเห็นความสำคัญในเรื่องดังกล่าวน้อย จากผลการศึกษา ดังกล่าวสามารถสรุปแนวทางการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นให้ชุมชนเป็น ศูนย์กลาง ได้ดังนี้คือ 1) การกำหนดนโยบายการศึกษาของรัฐเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการ อนุรักษ์วัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือในการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ 2) คือการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐ จำเป็นต้องส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมใน การจัดการการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนักในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ของท้องถิ่น 3) เสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง และเปิดพื้นที่ให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมใน การดำเนินงาน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการประเมิน และที่สำคัญคือมีส่วนร่วมใน ผลประโยชน์มากยิ่งขึ้น 4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาครัฐ องค์กรที่เกี่ยวข้อง และคนในชุมชนไม่ควรมุ่งเน้นประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวเป็นสำคัญ ควรมุ่งเน้น วัตถุประสงค์และความต้องการของเจ้าของชุมชนและประโยชน์ที่ชุมชนพึงจะได้รับอย่างยั่งยืนใน ทุกๆด้าน ทั้งด้านคุณภาพชีวิต ความมั่นคงทางสังคม ความงามทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ด้วย ทั้งนี้เพื่อป้องกันการผูกขาดทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้นได้

อนรรฆ โภภณปาณิก (2551) กล่าวว่า การศึกษาและกำหนดกลยุทธ์ในด้านการลด ต้นทุนและระยะเวลาการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (กรณีศึกษาการขนส่งสิ่งของส่ง ทางไปรษณีย์ ระหว่างศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่กับศูนย์ไปรษณีย์ศรีราชา) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจในรูป

ของบริษัทจำกัด ซึ่งดำเนินการด้านสาธารณูปการ ในการให้บริการจัดส่งเอกสาร สิ่งของทั้งภายในและระหว่างประเทศผลการวิเคราะห์ปัญหาจากต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นจะมีสาเหตุหลักมาจากราคาค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก การใช้รถยนต์ขนส่งไม่มีประสิทธิภาพ และมีขั้นตอนในการทำงานหลายขั้นตอน ดังนั้น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จึงควรรหาแนวทาง ในการแก้ไขปัญหา ซึ่งเป็นสาเหตุจากภายใน คือ การใช้รถยนต์ขนส่งไม่มีประสิทธิภาพ และการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน ซึ่งผู้ทำการศึกษาได้หาแนวทางแก้ไขปัญญามา 5 แนวทางโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองปัญหา การวิเคราะห์ด้านต้นทุน และการใช้กลยุทธ์สำหรับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และกลยุทธ์ในการจัดการยานพาหนะ ทั้งนี้ ลักษณะการแก้ไขปัญหาจะเป็นในลักษณะใช้หลายวิธีผสมผสานกัน แบ่งการแก้ไขปัญหออกเป็น 2 ระยะคือ ระยะสั้นใช้แนวทางแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนการขนส่งโดยการใช้ผู้รับจ้างภายนอก (Outsourcing) พบว่าสามารถประหยัดกว่าการขนส่งด้วยรถยนต์ของบริษัทฯ เอง และจะเป็นประโยชน์ค่อนข้างมากในการควบคุมการขนส่ง และความแน่นอนในการขนส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ และใช้แนวทางด้านการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ส่วนการแก้ไขปัญหในระยะยาวนั้นจะมีการใช้กลยุทธ์การจัดการยานพาหนะ (Fleet Management) โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการขนส่ง และกลยุทธ์ในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อขยายบริการของบริษัทฯ ให้นำเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับแก่ผู้ใช้บริการ สำหรับการจัดซื้อรถยนต์ขนส่งใหม่นั้นไม่ใช่แนวทางการแก้ไขที่ดีเพราะจะทำให้บริษัทฯ ต้องเสียเงินในการซื้อรถยนต์ขนส่งใหม่ และเสียค่าขนส่งต่อปีอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาด้วยตนเองในครั้งนี้ที่ต้องการลดต้นทุนของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ต่ำลง

สุดาพร ลิ้มพิทักษ์เกษม (2551) กล่าวว่า การศึกษาการลดต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเทรตดิ้ง กรณีศึกษา บริษัท NN เทรตดิ้ง มีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารทางด้านโลจิสติกส์ โดยทำการศึกษาและวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ของบริษัทฯ พบว่าค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าไปยังลูกค้าสูงขึ้นทุกปี ดังนั้นจึงทำการวิเคราะห์หาสาเหตุถึงปัญหาเพื่อนำมาหาแนวทางปรับปรุงและแก้ไขต่อไป ผลการศึกษา ก่อนและหลังการปรับปรุงระบบการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า ก่อนการปรับปรุงมีค่าใช้จ่ายการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า 65,571,196 บาทต่อปี คิดเป็นสัดส่วน 1.74 และหลังการปรับปรุง โดยทำการการจัดเส้นทางขนส่งจากคลังสินค้าไปยังลูกค้าการจัดเส้นทางรถโดยสารโดยใช้รถ 6 ล้อรวมการขนส่งสินค้าให้เป็นแบบเต็มคัน แทนการใช้รถ 4 ล้อวิ่งหลายเที่ยว ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้ 4,794,504 บาทต่อปี และ การลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้าโดยการย้ายสินค้าไปยังคลังสินค้าที่เหมาะสมกว่า ทำโดยการย้ายสินค้าจากคลังสินค้า BSC ไปยังคลังสินค้า

SNT1 เพื่อสะดวกต่อการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าที่อยู่ในจังหวัดระยอง และทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้ 547,272 บาทต่อจากแนวทางการแก้ไขปัญหาทั้งสอง เพื่อลดค่าใช้จ่ายการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า โดยบริษัทฯ ได้ตัดสินใจเลือก โดยนำเอาทั้งสองแนวทางมาเป็นแนวทางแก้ไขร่วมกัน โดยทั้งสองแนวทางนี้สามารถลดค่าใช้จ่ายรวมลงได้ 5,341,776 บาทต่อปี เป็นผลทำให้ค่าใช้จ่ายทางด้านโลจิสติกส์โดยรวมลดลงได้ ทำให้มีค่าใช้จ่ายการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าลดลงเหลือ 60,229,420 บาทต่อปี คิดเป็นสัดส่วน 1.69 ดังนั้นการลดค่าใช้จ่ายหลังการปรับปรุงได้ถึง 1.69

เจียรไน ภัทราคม (2552) การศึกษาครั้งนี้มี 2 วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาการปรับตัวของประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อันเนื่องมาจากวิกฤติเศรษฐกิจและการเมืองไทย 2) เพื่อศึกษาถึงผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองนับตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปัจจุบันที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มีการใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามคือผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมือง อำเภอเชียงใหม่ จำนวน 79 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การแจกแจงความถี่(Frequencies) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการจัดเรียงลำดับความมาก/น้อย (Rating Scale) ผลการศึกษาแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ พบว่าเมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่าง 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 มีผู้ประกอบการปรับตัวจำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.70 ทำให้ทราบถึงสัดส่วนผู้ที่มีการปรับตัวที่มีมากกว่าผู้ที่ไม่ปรับตัว ในจำนวนผู้ประกอบการที่มีการปรับตัว 69 รายนี้ ทำให้ทราบว่า มีการปรับตัวที่มากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านกระบวนการ การปรับตัวของผู้ประกอบการทั้งสองด้านนี้มีการปรับตัวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งการปรับตัวในระดับน้อยนั้นเรียงจากค่าเฉลี่ยของการปรับตัวจากมากไปน้อยคือ การปรับตัวด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านภาพลักษณ์ ตามลำดับ

ญาณิศา ตันศิรินาถกุล (2552) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 300 ราย ซึ่งเลือกมาโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบไคสแควร์ ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟ้าวิพพว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ใน

ซาฟารีเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ นิยมมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวและญาติ การมาเที่ยวครั้งนี้เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว นิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ และส่วนใหญ่รู้จักสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาซาฟารีผ่านคำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาซาฟารีในส่วนของปัจจัยที่ควบคุมได้ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยว ซึ่งใช้การเรียงอันดับความสำคัญของปัจจัยในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อันดับแรกคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้น ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายจะให้ความสำคัญในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศดีสวยงาม มีแสงสีที่ตื่นตาตื่นใจ ยกเว้นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 200 บาทซึ่งให้ความสำคัญในด้านการมีสัตว์หลายประเภทนำเข้ามาจากต่างประเทศและที่อื่นไม่มีการทดสอบความสัมพันธ์ในส่วนของปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ โดยใช้ไคสแควร์พบว่า อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาซาฟารีผลการศึกษาดังระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาซาฟารี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่ควบคุมได้ อยู่ในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวส่วนมากมีความเห็นว่าราคาค่าเข้าชมที่เก็บในปัจจุบันไม่เหมาะสม รวมทั้งมีมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 211.50 บาท

ชบา แซ่ปิง (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทนำเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ การแจกแจงความถี่ จำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยจากการศึกษาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 26-35 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทเที่ยวในรูปแบบจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเองได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต สิ่งที่น่าสนใจให้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวคือมีราคาที่เหมาะสม ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวปีละ 1-2 ครั้ง ระยะเวลาในการเดินทางไปท่องเที่ยว 1-2 วัน ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางท่องเที่ยววันหยุดติดต่อกันหลายวัน ค่าใช้จ่ายเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง 2,001-4,000 บาท ชอบท่องเที่ยวภาคเหนือ แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมไปคือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่ชอบพักผ่อนคือ รีสอร์ทปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้าน ทัศนคติดี มีมนุษยสัมพันธ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้าน การให้บริการที่ตรงต่อเวลา และการอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านมีบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านบริการคุ้มครองความปลอดภัย ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความสะดวกในการเดินทาง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านการลดราคาแพคเกจทัวร์ และปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านค่าบริการนำเที่ยว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิชา โกมลทิต (2553) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง : ศึกษากรณี นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางบริเวณชอยนานาเหนือ กลุ่มตัวอย่างคือบริษัทท่องเที่ยวบริเวณชอยนานาเหนือ และนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางบริเวณชอยนานาเหนือจำนวน 250 คน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย สูงที่สุดในเดือนกรกฎาคม และจะมีจำนวนลดลง ในเดือน พฤษภาคม ช่วงรอมาดอน นักท่องเที่ยวมักไม่นิยมมาเที่ยว แต่หลังจากฤดูการรอมาดอน หรือเทศกาลถือศีลอดของชาวมุสลิม นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง จะมาท่องเที่ยว ตรวจสอบสุขภาพ พร้อมกับจับจ่ายใช้สอยเพื่อให้รางวัลแก่ตัวเอง จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่ พบว่านักท่องเที่ยวมักจะเป็นกลุ่มเพศเดียวกัน หรือมาเป็นครอบครัว ซึ่งมักจะเป็นครอบครัวใหญ่ จึงต้องการห้องพักขนาดใหญ่ ครอบครัวที่มีญาติผู้ใหญ่มาด้วย มักจะมาประเทศไทยเพื่อพาญาติผู้ใหญ่หรือบิดามารดา มารับการรักษาพยาบาล นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มักจะพักเป็นเวลาดั้งแต่สองสัปดาห์ขึ้นไป นักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว ไม่นิยมเดินทางร่วมกลุ่มกับนักท่องเที่ยวอื่นๆ หรือนักท่องเที่ยวเชื้อชาติอื่น ส่วนด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง มักจะใช้บริการของ Tour Agent ในพื้นที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มักไม่มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนท่องเที่ยวหลายวัน เช่น ให้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในวันรุ่งขึ้น การเดินทางจะต้องไม่เริ่มขึ้นในตอนเช้าตรู่ เปลี่ยนใจรวดเร็ว นิยมช้อปปิ้งในแหล่งท่องเที่ยวที่มีเพื่อนหรือญาติมิตรเคยไปมาแล้ว หรือที่ที่ตนเองเคยไป แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจ มักจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นชื่อของประเทศไทย ที่มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีอาหาร มีห้องน้ำ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมเที่ยว ได้แก่ สวนสนุกซาฟารีเวิลด์ สวนสามพราน สวนสยาม ดรีม

เวสต์ ฟาร์มจะเข้าสู่สมุทรปราการ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวต่างจังหวัด ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เกาะสมุย พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต ไม่นิยมไปแหล่งท่องเที่ยวที่บุกเบิกใหม่ๆ และเน้นที่พักที่มีห้างสรรพสินค้าในบริเวณใกล้เคียง หรือที่พักกลางเมือง ที่สามารถเดินเที่ยวชมค่าคืนได้ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ไม่นิยมท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวที่ต้องออกแรง เช่น เดินป่า ปีนเขา การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไร่ไทย มวยไทย และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

กัลยาณี ทองงาม (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยรวมไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน . นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีทวีปต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณค่าทางศิลปกรรม ด้านการบริหารจัดการและด้านบุคลากรผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวที่มีทวีปต่างกัน จะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษาและผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การจัดวางเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด กรณีศึกษา บริษัท เอ็กซ์โซติกส์เกทอะเวย์ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง คือ

1. เพื่อทราบความต้องการของลูกค้ำกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
2. เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ในด้าน ราคา เวลา และสถานที่ ให้กับลูกค้ำกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
3. เพื่อลดต้นทุนและเวลาในการเดินทางของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละโปรแกรมการท่องเที่ยว
4. เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับบริษัท

3.1 ระเบียบวิธีการศึกษา

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในงานวิจัย ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัท EXOTIC GETAWAYS COMPANY ช่วงเดือนธันวาคม 2554 ถึง มกราคม 2555

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัท EXOTIC GETAWAYS COMPANY ช่วงเดือนธันวาคม 2554 ถึง มกราคม 2555 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 189 คน โดยการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่สามารถยอมรับได้ว่ามากพอที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ได้จากสูตรของ Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้

N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ (allowable error)

ถ้ากำหนดระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะใช้ค่า 0.05 แทนค่าในสูตร

จำนวนของประชากร	จำนวนตัวอย่างสำหรับความคลาดเคลื่อนระดับต่างๆ				
	±1%	±2%	±3%	±4%	±5%
100	99	96	92	86	80
200	196	185	169	152	133
300	291	268	236	203	171
400	385	345	294	244	200
500	476	417	345	278	222

การเก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง จากนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัท EXOTIC GETAWAYS COMPANY ช่วงเดือน ธันวาคม 2554 ถึง มกราคม 2555 ได้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 143 คน

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ใช้สำหรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวของบริษัท EXOTIC GETAWAYS COMPANY ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างตามจุดมุ่งหมาย ขอบเขตของการศึกษาและปัญหาในการวิจัย แบบสอบถามสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะผู้ที่ร่วมเดินทาง งบประมาณการท่องเที่ยวต่อเที่ยวต่อคน ระดับมาตรฐานของโรงแรมที่เลือกพัก ประเภทของสายการบินที่นิยมเลือกใช้บริการภายในประเทศไทย ประเภทของร้านอาหารที่ต้องการใช้บริการ โรงพยาบาลที่นิยมใช้บริการด้านการตรวจสุขภาพในประเทศไทย จำนวนวันของโปรแกรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางนิยมเลือกใช้บริการ งบประมาณในการท่องเที่ยวต่อครั้งต่อคนและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกต้องการไปและใช้บริการจะแบ่งออกเป็น 4 ภูมิภาคภายในประเทศไทย ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออก โดยให้คะแนนจาก 1 ถึง 10 ตามลำดับ

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ได้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการศึกษา ซึ่งไม่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มประชากรตัวอย่างโดยตรง แต่เก็บรวบรวมจากแหล่งอื่น ๆ เช่น รวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการที่มีเก็บรวบรวมไว้แล้ว รวมทั้งผลงานการวิจัย นิตยสาร วารสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงาน การค้นคว้าวิจัย สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (web-site) ต่างๆ โดยเก็บรวบรวมจากหอสมุดมหาวิทยาลัยต่างๆ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

3.2.2 การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มประชากรตัวอย่างโดยตรง โดยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ประกอบด้วย

- ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ

- ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะผู้ที่ร่วมเดินทาง งบประมาณการท่องเที่ยวต่อเที่ยวต่อคน ระดับมาตรฐานของโรงแรมที่เลือกพัก ลักษณะของที่ตั้งของที่พักรแรม ประเภทของร้านอาหารที่ต้องการใช้บริการ โรงพยาบาลที่นิยมใช้บริการด้านการตรวจสุขภาพในประเทศไทย จำนวนวันของโปรแกรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางนิยมเลือกใช้บริการ และแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางต้องการไปและใช้บริการจะแบ่งออกเป็น 4 ภูมิภาคภายในประเทศไทย ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออก

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาข้อมูลพื้นฐานพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการนำเสนอในรูปแบบการกระจายร้อยละ (Percentage Distribution)

3.4 ผลการศึกษา

ตาราง 3.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	106	74.13
หญิง	37	25.87
รวม	143	100.00

สำหรับเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 74.13 และเป็นเพศหญิง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 25.87 (ดูตาราง 3.1)

ตาราง 3.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
<25	24	16.78%
26-35	68	47.55%
36-45	15	10.49%
46-55	31	21.68%
> 55	5	3.50%
รวม	143	100%

สำหรับอายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 47.55 (ดูตาราง 3.2)

ตาราง 3.3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 จำแนกตามสัญชาติ

เชื้อชาติ	Kuwait	Oman	Qatar	U.A.E	Yemen	รวม
จำนวน (คน)	14	6	29	88	6	143
ร้อยละ (%)	9.79	4.20	20.28	61.54	4.20	100.00

สำหรับเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 61.54 (ดูตาราง 3.3)

ตาราง 3.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวและผู้ร่วมเดินทาง

ลักษณะการเดินทางผู้ ร่วมเดินทาง	Private Group			Join Group All routing	รวม
	มาคนเดียว	มากับ ครอบครัว	มากับ เพื่อน		
จำนวน(คน)	7	94	42	-	143
ร้อยละ (%)	4.90	65.73	29.37	-	100.00

สำหรับลักษณะการเดินทางและผู้ร่วมเดินทางของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่เป็นแบบ Private Group โดยเดินทางกับครอบครัวจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 65.73 (ดูตาราง 3.4)

ตาราง 3.5 แสดงค่าเฉลี่ยงบประมาณการท่องเที่ยวต่อเที่ยวต่อครั้งต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัท

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทที่กรอกแบบสอบถาม (คน)	143
งบประมาณทั้งหมด (บาท)	19,580,000.00
ค่าเฉลี่ยงบประมาณการท่องเที่ยวต่อเที่ยวต่อคน (บาท)	136,923.08

สำหรับค่าเฉลี่ยงบประมาณการท่องเที่ยวต่อเที่ยวต่อคนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 136,923.08 บาท (ดูตาราง 3.5)

ตาราง 3.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ที่มาใช้บริการการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 จำแนกตามประเภทระดับมาตรฐานของที่พักรวมตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ระดับมาตรฐานของ โรงแรมที่เลือกพัก	มาตรฐาน 5 ดาว	มาตรฐาน 4 ดาว	มาตรฐาน 3 ดาว	รวม
จำนวน (คน)	36	77	30	143
ร้อยละ (%)	25.17	53.85	20.98	100.00

สำหรับระดับมาตรฐานของโรงแรมที่เลือกพักของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับมาตรฐาน 4 ดาว จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 (ดูตาราง 3.6)

ตาราง 3.7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ที่มาใช้บริการการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 จำแนกตามประเภทของสายการบินภายในประเทศที่ต้องการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยว

ประเภทของสายการบิน ภายในประเทศที่ต้องการใช้บริการ	สายการบินต้นทุนต่ำ	สายการบินชั้นนำ ของประเทศ	รวม
จำนวน (คน)	23	120	143
ร้อยละ (%)	16.08	83.92	100.00

สำหรับประเภทของสายการบินภายในประเทศที่ต้องการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่นิยมเลือกเดินทางกับสายการบินชั้นนำของประเทศ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 83.92 (ดูตาราง 3.7)

ตาราง 3.8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ที่มาใช้บริการการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 จำแนกตามประเภทของร้านอาหารที่นิยมใช้บริการตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ประเภทของร้านอาหารที่ ต้องการใช้บริการ	Muslim Restaurant	Seafood Restaurant	Hotel Restaurant	รวม
จำนวน (คน)	85	41	17	143
ร้อยละ (%)	59.44	28.67	11.89	100.00

สำหรับประเภทของร้านอาหารที่ต้องการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้บริการร้านอาหารมุสลิม จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 59.44 (ดูตาราง 3.8)

ตาราง 3.9 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 จำแนกตามจำนวนวันของโปรแกรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางนิยมเลือกใช้บริการตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยว	โปรแกรมท่องเที่ยว			รวม
	แบบ 7 วัน	แบบ 10 วัน	แบบ 12 วัน	
จำนวน(คน)	7	94	42	143
ร้อยละ (%)	4.90	65.73	29.37	100.00

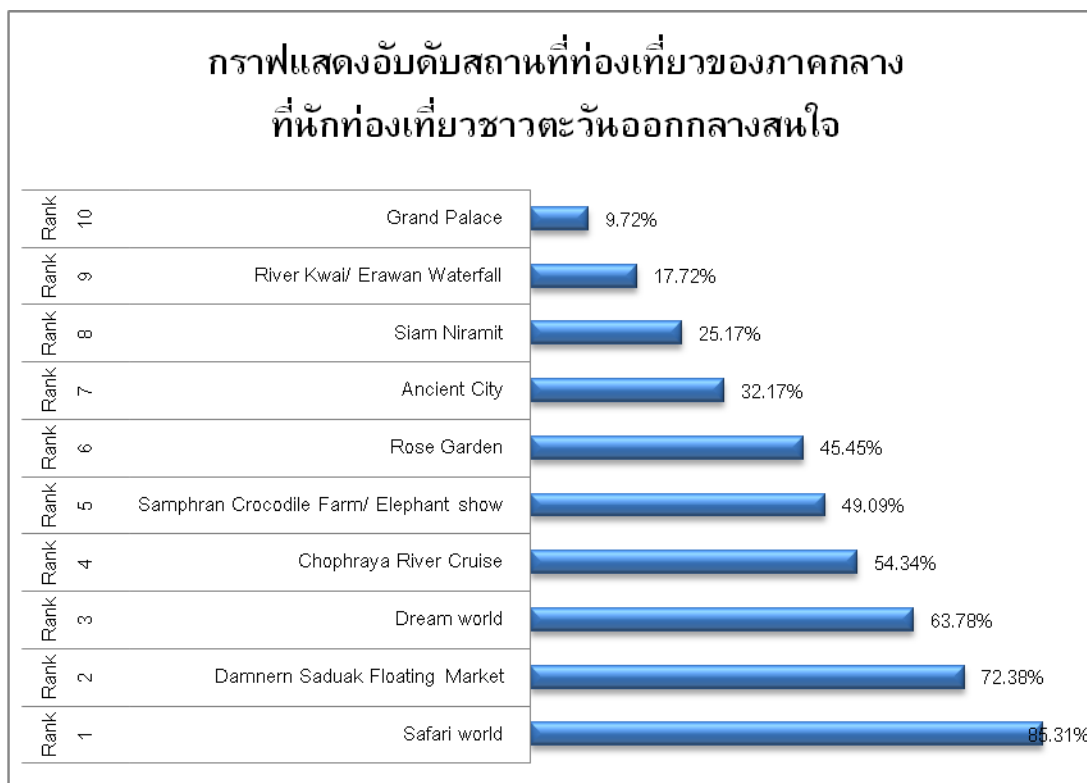
สำหรับจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้บริการโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ 10 วัน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 65.73 (ดูตาราง 3.9)

ตาราง 3.10 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัทช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 จำแนกตามโรงพยาบาลที่นิยมใช้บริการด้านการตรวจสุขภาพในประเทศไทยตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

Hospital	Bangkok	American	Priyavate	Vajtani	Samitivaj	รวม
จำนวน	71	48	4	16	4	143
ร้อยละ (%)	49.65	33.57	2.80	11.19	2.80	100.00

สำหรับโรงพยาบาลที่นิยมใช้บริการด้านการตรวจสุขภาพในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 49.65 (ดูตาราง 3.10)

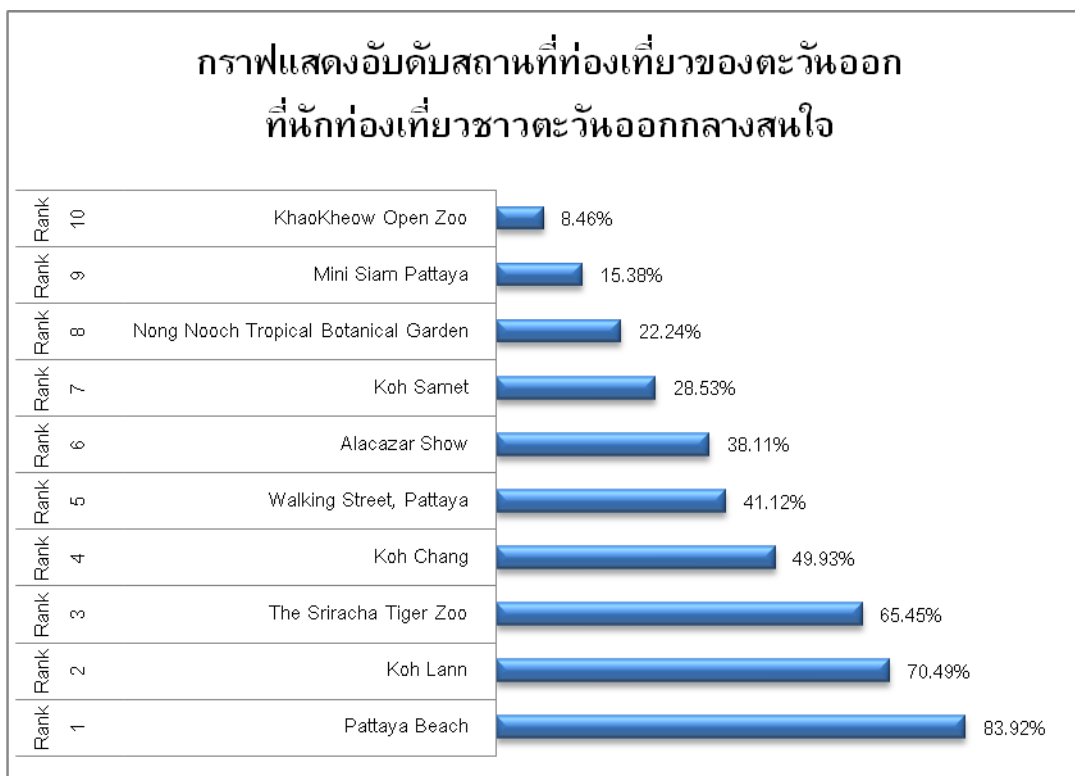
กราฟ 3.1 แสดงอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคกลางของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกู่มประเทศตะวันออกกลาง



จากกราฟ 3.1 ร้อยละอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคกลางของประเทศไทย ของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกู่มประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการการด้านการท่องเที่ยว ของ บริษัท EXOTIC GETAWAYS COMPANY ช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 ทั้งหมด 143 คน โดยแต่ละระดับที่มีความหมาย ดังนี้ 1 = นียมมาก ไปจึงถึง 10 = นียมน้อยสุด

1. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 1 คิดเป็น 85.31% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 2 คิดเป็น 72.38% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 3 คิดเป็น 63.78% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 4 คิดเป็น 54.34% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
5. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 5 คิดเป็น 49.09% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
6. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 6 คิดเป็น 45.45% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
7. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 7 คิดเป็น 32.17% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
8. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 8 คิดเป็น 25.17% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
9. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 9 คิดเป็น 17.20% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
10. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 10 คิดเป็น 9.72% ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กราฟ 3.2 แสดงอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคตะวันออกของประเทศไทย
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกู่มประเทศตะวันออกกลาง

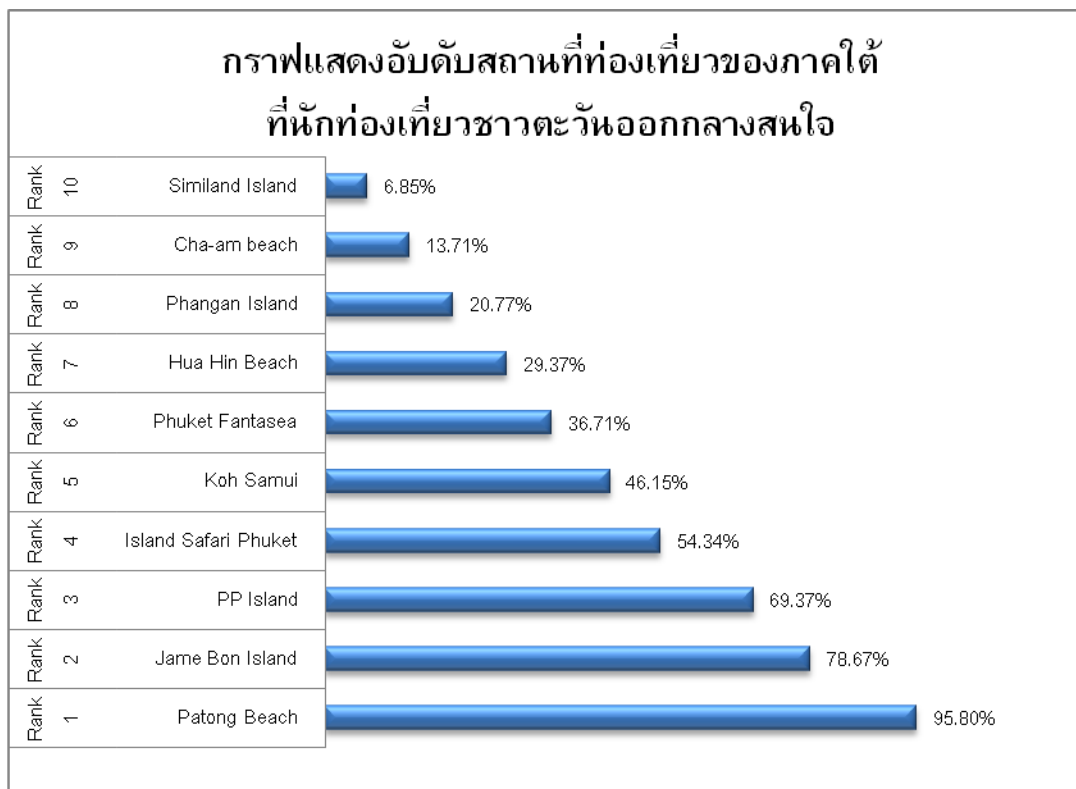


จากกราฟ 3.2 ร้อยละอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคตะวันออกของประเทศไทย ของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกู่มประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการการเดินทางท่องเที่ยวของบริษัท EXOTIC GETAWAYS COMPANY ช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 ทั้งหมด 143 คน โดยแต่ละระดับที่มีความหมาย ดังนี้ 1 = นิยมมาก ไปจนถึง 10 = นิยม
น้อยสุด

1. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 1 คิดเป็น 83.92% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 2 คิดเป็น 70.49% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 3 คิดเป็น 53.71% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 4 คิดเป็น 49.93% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
5. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 5 คิดเป็น 41.12% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
6. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 6 คิดเป็น 38.11% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
7. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 7 คิดเป็น 28.53% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
8. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 8 คิดเป็น 22.24% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
9. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 9 คิดเป็น 15.38% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
10. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 10 คิดเป็น 8.46% ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กราฟ 3.3 แสดงอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชากรุ่นประเทศตะวันออก

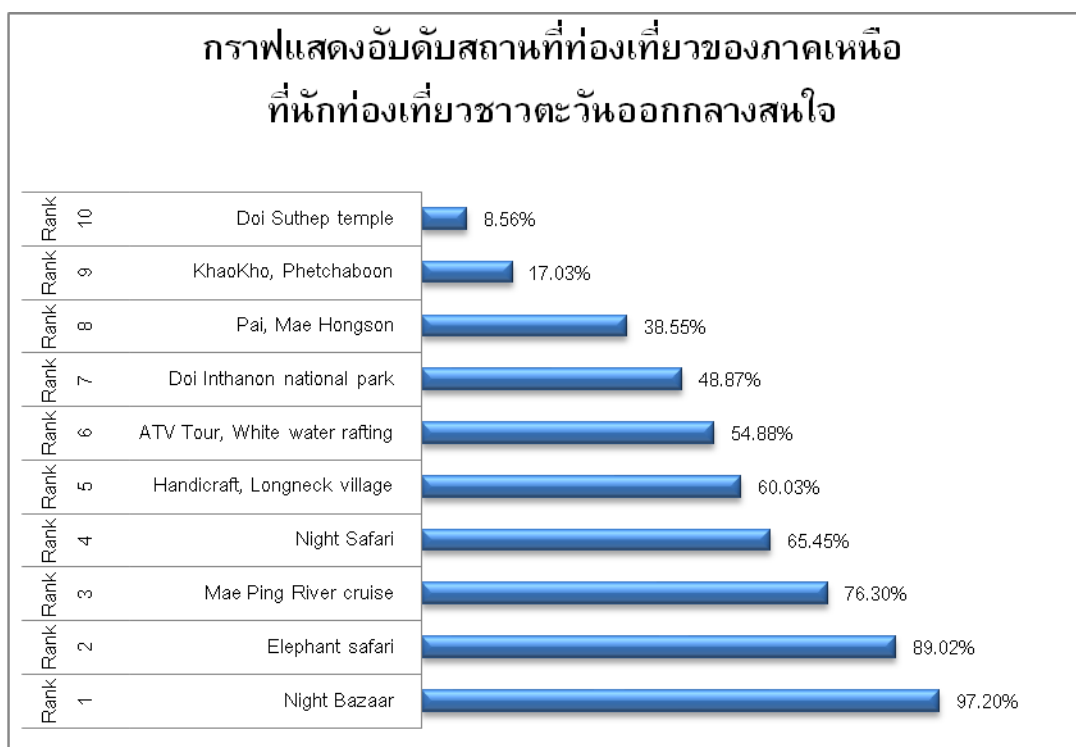
กลาง



จากกราฟ 3.3 ร้อยละอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชากรุ่นประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัท EXOTIC GETAWAYS COMPANY ช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 ทั้งหมด 143 คน โดยแต่ละระดับที่มีความหมาย ดังนี้ 1 = นิยมมาก ไปจนถึง 10 = นิยมน้อยสุด

1. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 1 คิดเป็น 95.80% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 2 คิดเป็น 78.67% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 3 คิดเป็น 69.37% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 4 คิดเป็น 54.34% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
5. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 5 คิดเป็น 46.15% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
6. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 6 คิดเป็น 36.71% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
7. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 7 คิดเป็น 29.37% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
8. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 8 คิดเป็น 20.77% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
9. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 9 คิดเป็น 13.71% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
10. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 10 คิดเป็น 6.85% ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กราฟ 3.4 แสดงอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคเหนือของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง



จากกราฟ 3.4 ร้อยละอันดับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวภาคเหนือของประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาวกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่มาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของบริษัท EXOTIC GETAWAYS COMPANY ช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555 ทั้งหมด 143 คน โดยแต่ละระดับที่มีความหมาย ดังนี้ 1 = นิยมมาก ไปจนถึง 10 = นิยมน้อยสุด

1. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 1 คิดเป็น 97.20% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 2 คิดเป็น 89.02% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 3 คิดเป็น 76.30% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 4 คิดเป็น 65.45% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
5. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 5 คิดเป็น 60.03% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
6. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 6 คิดเป็น 54.88% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
7. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 7 คิดเป็น 48.87% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
8. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 8 คิดเป็น 38.55% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
9. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 9 คิดเป็น 17.03% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
10. มีความนิยมอยู่ในระดับที่ 10 คิดเป็น 8.56% ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.5 แนวทางการแก้ไขปัญหา

3.5.1 โดยการนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามมาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับโปรแกรมท่องเที่ยว ดังนี้

1. โปรแกรมที่จะทำการปรับเปลี่ยนคือ โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 10 วัน
2. นำแหล่งท่องเที่ยวโดยยึดแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและสนใจอันดับ 1-5 ของแต่ละภาคมาปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวในโปรแกรมให้เหมาะสม

3.5.2 นำแหล่งท่องเที่ยวจากการวิเคราะห์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามาจัด route เส้นทาง การเดินทางท่องเที่ยว

1. โดยการคำนึงถึง save time ในการเดินทางแต่ละเส้นทางแต่ละวัน เพื่อลดต้นทุนให้น้อยลง
2. เปรียบเทียบต้นทุนและความคุ้มค่าของ package ในแต่ละ Route

3.5.3 เพิ่มกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ในช่วงเวลาที่ลดลงของ package โดยการพาลูกค้าไป Shopping สินค้าที่มีชื่อเสียงแต่ละแหล่งท่องเที่ยวกับร้านที่บริษัทมี contact เช่น ที่กรุงเทพฯ ได้แก่ ร้านไม้กฤษณาหรือไม้หอม ได้รับ commission 35 % ของยอดซื้อ, ร้านจิวเวลรี่ ได้รับ commission 35 % ของยอดซื้อ และที่ภูเก็ต ร้านไข่มุก ได้รับ 30 % ของยอดการซื้อ

การแก้ไขปัญหาโปรแกรมท่องเที่ยวที่ 1 ดังนี้

1. ลดต้นทุนโดยการปรับเปลี่ยนเส้นทาง
2. ปรับเปลี่ยนแปลงแหล่งท่องเที่ยวในโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยยึดตามผลวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่ได้รับค่านิยมอันดับ 1-5 ของแต่ละภาค
3. ลดเวลาจากการปรับเปลี่ยนโปรแกรมท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับเส้นทาง
4. เพื่อเพิ่มรายได้และใช้เวลาที่ลดลงจากการปรับเปลี่ยนโปรแกรมท่องเที่ยว โดยการนำนักท่องเที่ยวไปที่บริษัทมี connecting ใจ shopping ที่ Games Gallery และร้านขายผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้งซึ่งทางบริษัทจะได้รับ commission จากทางร้านต่างๆ 35 % จากยอดซื้อของนักท่องเที่ยว

ตาราง 3.11 แสดงต้นทุนรวมขนส่งทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทาง

วันที่	รายการเส้นทางเดิม	ยานพาหนะ	ต้นทุนขนส่ง
1	สนามบิณสูวรรณภูมิ-โรงแรมที่พัทยา	รถตู้	1200
3	โรงแรมที่พัทยา-สวนเสือศรีราชา-สนามบิณสูวรรณภูมิ-สนามบิณภูเก็ต-โรงแรมที่ป่าตอง	รถตู้+Bangkok Away+รถตู้	1300 +2050+500
7	โรงแรม(ป่าตอง)-สนามบิณภูเก็ต-สนามบิณสูวรรณภูมิ-โรงแรม(กรุงเทพ)-Dinner cruise Chophaya River-โรงแรม(กรุงเทพ)	รถตู้-Bangkok Away +รถตู้	500+2050+ 800+1400
8	โรงแรม -Damnern Saduak Floating Market- Samphran Crocodile Farm, Elephant show-โรงแรม	รถตู้	2,000
9	โรงแรม-Dream word-โรงแรม	รถตู้	1700
10	โรงแรม-Grand Palace -โรงแรม-สนามบิณสูวรรณภูมิ	รถตู้	2,200
	ต้นทุนค่าขนส่งทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยว		15,700.00

ตาราง 3.12 แสดงต้นทุนค่าเข้าชมต่าง ๆ ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 ก่อนปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวในโปรแกรมประกอบด้วย 10 แหล่งท่องเที่ยว	ราคาต้นทุนค่าเข้าชมต่าง ๆ
koh Lann+Transfer	600.00
Sriracha Tiger Zoo	150.00
Fantasea Show	800.00
Raya Island Tour + Transfer+Lunch	800.00
Jame Bond Island + Transfer+Lunch	1,200.00
Safari Island Phuket + Lunch	700.00
Dinner Cruise Chophaya River	650.00
Damnern Saduak Floating Market, Samphran Crocodile Farm, Elephant show+Lunch	560.00
Dream world + Lunch	455.00
Grand Palace	500.00
ต้นทุนค่าเข้าชมต่าง ๆทั้งโปรแกรมท่องเที่ยว	6,415.00

ตาราง 3.13 การคำนวณต้นทุนรวม ต่อ คน (สำหรับผู้ใหญ่) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	1 ห้อง/ลูกค้า พัก 1 คน	1/ห้องลูกค้าพัก 2 คน	1/ห้องลูกค้า พัก 3 คน
ค่าโรงแรม มาตรฐาน 4 ดาว	9 คืน	19,800.00	10,800.00	7,200.00
ค่าอาหาร มื้อกลางวันที่ต้อง จ่ายเพิ่ม	4 มื้อ	800.00	800.00	800.00
ค่าขนส่งรวมทั้งโปรแกรม	10 วัน	15,700.00	9,900.00	7,966.66
ค่าแรงงานไกด์(รายวัน)	10 วัน	10,000.00	5,000.00	3,333.33
ค่าตัว เข้าชม all package		6,415.00	6,415.00	6,415.00
ค่าประกันอุบัติเหตุ	10 วัน	250.00	250.00	250.00
ต้นทุนรวม ต่อ คน		52,965.00	32,915.00	25,714.99

ตาราง 3.14 การคำนวณต้นทุนรวม ต่อ คน (สำหรับเด็ก) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	เด็กมีเตียงเสริม ต่ำกว่า 12 ปี	เด็กไม่มีเตียงเสริม ต่ำกว่า 12 ปี
ค่าโรงแรม มาตรฐาน 4 ดาว	9 คืน	7,200.00	-
ค่าอาหาร มื้อกลางวันที่ต้อง จ่ายเพิ่ม	4 มื้อ	800.00	800.00
ค่าขนส่งรวมทั้งโปรแกรม	10 วัน	6,991.66	6,991.66
ค่าแรงงานไกด์(รายวัน)	10 วัน	3,333.33	3,333.33
ค่าตัว เข้าชม all package		4,811.25	4,811.25
ค่าประกันอุบัติเหตุ	10 วัน	250.00	250.00
ต้นทุนรวม ต่อ คน		23,136.24	15,936.24

รายการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว
10 Days 9 Nights Pattaya, Phuket Bangkok

Day 01: Bangkok to Pattaya, with Lunch

Arrival in Bangkok pick up from gate of Airport transfer to Hotel at Pattaya beach

Have Lunch at Musalim Restaurant at Pattaya / Relax on Pattaya beach

Day 02: Coral Islands, Pattaya beach

After breakfast, we take you to Coral islands where one can watch corals and marine life from glass bottom boats in crystalline blue waters, one can also opt for various aquatic sports at coral island (own cost), later in the day return back to Pattaya for lunch at Seafood restaurant .

Day 03: Pattaya –Sriracha Tiger Zoo-Phuket

After breakfast, Check out from Hotel than go to Sriracha Tiger Zoo and Have Lunch / after noon we transfer you to Suvarnabhumi International Airport to board flight for

Phuket, Phuket is the prime attraction of Thailand and is famous for its beaches, islands and nightlife. check in at the hotel on Patong Beach and enjoy your night life

Day 04: One Day to Raya Island Tour with lunch

After breakfast, activities tour to Phi Phi Island

Day 05: One Day tour to James Bond Island with Lunch

After breakfast, activities tour to James Bond Island

Day 06: Safari Island in Phuket with Lunch and Phuket Fantasea with dinner

After breakfast, go Safari Island half day tour and night time enjoy with Phuket Fantasea with dinner

Day 07 Phuket to Bangkok and Dinner cruise Chaophaya River

After breakfast, check out from Hotel we transfer you to Phuket International Airport to board flight for Bangkok / arrival after transfer you to check in at Hotel and have Lunch/ Dinner cruise Chaophaya river

Day 08: Damnern Saduak Floating Market, Ratchaburi/ Samphran Crocodile Farm/ Elephant show with Lunch

After breakfast go to Damnern Saduak Floating Market / Samphran Crocodile Farm/ Elephant show with Lunch

Day 9 Full day Tour Dream world with Lunch

After breakfast go to Dream world

Day 10 : Grand Palace Haft Day Tour

After breakfast go to Grand Palace / back to check out from the hotel and transfer you to Suvannabhum airport for your flight

The Tour Cost includes :

All transport by VIP van

Air Ticket Bangkok to Phuket and Phuket to Bangkok by Bangkok Airways

All ticket in trip

Tour Guide (Speak English)

9 Nights 4 stars Hotel accommodation (All Hotel)

All Hotel Taxes /Service tax

Daily breakfast in Hotels (9 breakfasts), (9 Lunches)

Insurance

หลังปรับปรุง

ตาราง 3.15 แสดงต้นทุนรวมขนส่งทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทาง

วันที่	รายการเส้นทางปรับใหม่	ยานพาหนะ	ต้นทุนค่าขนส่ง
1	สนามบินสุวรรณภูมิ-สวนเสือศรีราชา-โรงแรมที่พัทยา	รถตู้	1300
3	โรงแรมพัทยา-สนามบินอู่ตะเภา,ชลบุรี-สนามบินภูเก็ต	รถตู้ + Bangkok Away	400+2,250
6	โรงแรม(ป่าตอง)+สนามบินภูเก็ต-สนามบินสุวรรณภูมิ-โรงแรม(กรุงเทพ)	Bangkok Away + รถตู้	500+2,050 + 800
7	โรงแรม-Damnern Saduak Floating Market-Samphran Crocodile Farm, Elephant show -Dinner cruise Chaophaya River-โรงแรม	รถตู้	2,200
8	โรงแรม-Safari word-Honey Shop-โรงแรม	รถตู้	1400
9	โรงแรม-Dream word-โรงแรม	รถตู้	1700
10	โรงแรม(กรุงเทพ)-สนามบินสุวรรณภูมิ	รถตู้	800
	ต้นทุนค่าขนส่งรวมทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยว		13,400.00

ตาราง 3.16 แสดงต้นทุนค่าเข้าชมต่างๆ ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 หลังปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวในโปรแกรมประกอบด้วย 10 แหล่งท่องเที่ยว	ราคาต้นทุนเข้าชมต่าง ๆ
Sriracha Tiger Zoo	150.00
koh Lann+Transfer	600.00
Half day City Tour Phuket +Transfer Airport to Hotel on Patong Beach	800.00
Phi Phi Island+Transfer+Lunch	800.00
Jame Bond Island+ Transfer+Lunch	1,200.00
Safari Island Phuket +Lunch	700.00
Dinner Cruise Chophaya River	650.00
Damnern Saduak Floating Market, Samphran Crocodile Farm+Elephant show+ Lunch	560.00
Dream world + Lunch	455.00
Safari World +Lunch	395.00
ต้นทุนรวม	6,310.00

ตาราง 3.17 การคำนวณต้นทุนรวม ต่อ คน (สำหรับผู้ใหญ่) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	1 ห้อง/ลูกค้ำ พัก 1 คน	1/ห้องลูกค้ำ พัก 2 คน	1/ห้องลูกค้ำพัก 3 คน
ค่าโรงแรม มาตรฐาน 4 ดาว	9 คืน	19,800.00	10,800.00	7,200.00
ค่าอาหารมื้อกลางวัน ที่ต้องจ่ายเพิ่ม	3 มื้อ	600.00	600.00	600.00
ค่าขนส่งรวมทั้งโปรแกรม	10 วัน	13,400.00	8,850.00	7,333.33
ค่าแรงงานไกด์(รายวัน)	9 วัน	9,000.00	4,500.00	3,000.00
ค่าตัว เข้าชม all package		6,310.00	6,310.00	6,310.00
ค่าประกันอุบัติเหตุ	10 วัน	250.00	250.00	250.00
ต้นทุนรวม ต่อ คน		49,360.00	31,060.00	24,443.33

ตาราง 3.18 การคำนวณต้นทุนรวม ต่อ คน (สำหรับเด็ก) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	เด็กมีเตียงเสริม ต่ำกว่า 12 ปี	เด็กไม่มีเตียงเสริม ต่ำกว่า 12 ปี
ค่าโรงแรม มาตรฐาน 4 ดาว	9 คืน	7,200.00	-
ค่าอาหาร มื้อกลางวันที่ต้องจ่ายเพิ่ม	3 มื้อ	600.00	600.00
ค่าขนส่งรวมทั้งโปรแกรม	10 วัน	6,308.33	6,308.33
ค่าแรงงานไกด์(รายวัน)	9 วัน	3,000.00	3,000.00
ค่าตัว เข้าชม all package		4,732.50	4,732.50
ค่าประกันอุบัติเหตุ	10 วัน	250.00	250.00
ต้นทุนรวม ต่อ คน		21,840.83	14,640.83

รายการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 1 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว
10 Days 9 Nights Pattaya,Phuket Bangkok

Day 01: Bangkok to Sriracha Tiger Zoo Pattaya, with Lunch

Arrival in Bangkok pick up from gate of Airport transfer to Sriracha Tiger Zoo, have Lunch and transfer to Check in at Hotel on Pattaya Beach/ Relax/

Day 02: Coral Islands, Pattaya beach, shopping at Gems Gallery with lunch

After breakfast, we take you to Coral islands where one can watch corals and marine life from glass bottom boats in crystalline blue waters, one can also opt for various aquatic sports at coral island (own cost), later in the day return back to Pattaya for lunch at Seafood restaurant . Shopping at Gems Gallery

Day 03: Haft day tour in Phuket with lunch and visit to Phuket Peal factory /and Hotel on Patong beach

After breakfast, we transfer you to U-Tapao International Airport to board flight for Phuket, Phuket is the prime attraction of Thailand and is famous for its beaches, islands and nightlife. arrival go to have lunch at Sea food restaurant and half day tour in Phuket and visit to Phuket Peal factory for shopping / check in at the hotel on Patong Beach and enjoy your night life

Day 04: Day tour to Phi Phi Island with lunch

After breakfast, activities tour to Phi Phi islands

Day 05: Day tour to James Bond Island with Lunch

After breakfast, activities tour to James Bond Island.

Day 06: Safari Island in Phuket with Lunch and back to Bangkok

After breakfast, go Safari Island half day tour /afternoon time come back to check out from Hotel we transfer you to Phuket International Airport to board flight for Bangkok / arrival go to check in at Hotel in area close for Shopping

Day 07: Damnern Saduak Floating Market, Ratchaburi/ Samphan Crocodile Farm/ Elephant show with Lunch and Dinner cruise Chaophaya River

After breakfast go to Damnern Saduak Floating Market / Samphan Crocodile Farm/ Elephant show with Lunch and Dinner cruise Chaophaya river

Day 08: Full day Tour Safari world with Lunch /Shopping

After breakfast, check out from the hotel. Transfer to Safari world /Shopping Honey shop

Day 9: Full day Tour Dream world with Lunch

After breakfast go to Dream world

Day 10: Free Day for Rolex and Shopping in Bangkok

Afternoon time check out from the hotel transfer you to Suvarnabhumi airport for your flight

The Tour Cost includes :

All transport by VIP van

Air Ticket Pattaya to Phuket and Phuket to Bangkok by Bangkok Airways

All ticket in trip

Tour Guide (Speak English)

9 Nights 4 stars Hotel accommodation

All Hotel Taxes

Service tax

Daily breakfast in Hotels (9 breakfasts), (9 Lunches)

Insurance

การแก้ไขปัญหาโปรแกรมท่องเที่ยวที่ 2 ดังนี้

1. ลดต้นทุนโดยการปรับเปลี่ยนเส้นทาง
2. ปรับเปลี่ยนแปลงแหล่งท่องเที่ยวในโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยยึดตามผลวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่ได้รับค่านิยมอันดับ 1-5 ของแต่ละภาค
3. ลดเวลาจากการปรับเปลี่ยนโปรแกรมท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับเส้นทาง
4. เพื่อเพิ่มรายได้และใช้เวลาที่ลดลงจากการปรับเปลี่ยนโปรแกรมท่องเที่ยว โดยการนำนักท่องเที่ยวไปที่บริษัทมี connecting ไว้ shopping ที่ Games Gallery และร้านขายผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้งซึ่งทางบริษัทจะได้รับ commission จากทางร้านต่างๆ 35 % จากยอดซื้อของนักท่องเที่ยว

ตาราง 3.19 แสดงต้นทุนรวมขนส่งทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทาง

วันที่	รายการเส้นทางเดิม	ยานพาหนะ	ต้นทุนค่าขนส่ง
1	สนามบินสุวรรณภูมิ-สนามบินเชียงใหม่-โรงแรม (Night BaZaar)	Air Ticket by Bangkok Away+รถตู้	1900+200
4	โรงแรม (night BaZaar)-สนามบินเชียงใหม่-สนามบินสุวรรณภูมิ-โรงแรม(กรุงเทพ)-Dinner cruise Chophaya River-โรงแรม(กรุงเทพ)	รถตู้+ Air Ticket by Bangkok Away+รถตู้	200+1900+800+1400
5	โรงแรม -Damnern Saduak Floating Market- Samphran Crocodile Farm, Elephant show-โรงแรม	รถตู้	2,000.00
6	โรงแรม-Dream word-โรงแรม	รถตู้	1,700.00
7	โรงแรม-Grand Palace -โรงแรม-สนามบินสุวรรณภูมิ-สนามบินภูเก็ต-โรงแรม(ป่าตอง)	รถตู้+ Air Ticket by Bangkok Away+รถตู้	800+800+2050+500
10	โรงแรม(ป่าตอง)-สนามบินภูเก็ต-สนามบินสุวรรณภูมิ	รถตู้+ Air Ticket by Bangkok Away	500+2050
	ต้นทุนค่าขนส่งรวม		16,800.00

ตาราง 3.20 แสดงต้นทุนค่าเข้าชมต่าง ๆ ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 ก่อนปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวในโปรแกรม 10 แหล่งท่องเที่ยว	ราคาต้นทุนเข้าชมต่าง ๆ
Handicraft,Longneck village, Hot Spring Water + Transfer+Lunch	1,200.00
Phra Thard Doi Suthep,City tour in Chiang Mai + Transfer+Lunch	1,000.00
Dinner at Mae Ping River cruise + Transfer	650.00
Dinner Cruise Chophaya River	650.00
Damnern Saduak Floating Market, Samphan Crocodile Farm, Elephant show+Lunch	560.00
Dream world + Lunch	455.00
Grand Palace	500.00
Raya Island Tour + Transfer+Lunch	800.00
Jame Bond Island + Transfer+Lunch	1,200.00
Safari Island Phuket + Lunch	700.00
ต้นทุนรวม	7,715.00

ตาราง 3.21 การคำนวณต้นทุนรวม ต่อ คน (สำหรับผู้ใหญ่) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	1 ห้อง/ลูกค้ำ พัก 1 คน	1/ห้องลูกค้ำ พัก 2 คน	1/ห้องลูกค้ำ พัก 3 คน
ค่าโรงแรม มาตรฐาน 4 ดาว	9 คืน	19,800.00	10,800.00	7,200.00
ค่าอาหาร มื้อกลางวันที่ต้องจ่ายเพิ่ม	3 มื้อ	600.00	600.00	600.00
ค่าขนส่งรวมทั้งโปรแกรม	10 วัน	16,800.00	13,500.00	10,700.00
ค่าแรงงานไกด์(รายวัน)	10 วัน	10,000.00	5,000.00	3,333.33
ค่าตัว เข้าชม all package		7,715.00	7,715.00	7,715.00
ค่าประกันอุบัติเหตุ	10 วัน	250.00	250.00	250.00
ต้นทุนรวม ต่อ คน		55,165.00	37,615.00	29,548.33

ตาราง 3.22 การคำนวณต้นทุนรวม ต่อ คน (สำหรับเด็ก) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	เด็กมีเตียงเสริม ต่ำกว่า 12 ปี	เด็กไม่มีเตียงเสริม ต่ำกว่า12 ปี
ค่าโรงแรม มาตรฐาน 4 ดาว	9 คืน	7,200.00	-
ค่าอาหาร มื้อกลางวันที่ต้องจ่ายเพิ่ม	4 มื้อ	600.00	600.00
ค่าขนส่งรวมทั้งโปรแกรม	10 วัน	9,025.00	9,025.00
ค่าแรงงานไกด์(รายวัน)	10 วัน	3,333.33	3,333.33
ค่าตัว เข้าชม all package		5,786.25	5,786.25
ค่าประกันอุบัติเหตุ	10 วัน	250.00	250.00
ต้นทุนรวม ต่อ คน		25,944.58	18,744.58

รายการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 ก่อนปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

10 Days 9 Nights Chiang Mai, Bangkok, Phuket

Day 01: Bangkok to Night Bazaar Chiang Mai, with Lunch

Arrival in Bangkok and connecting flight to Chiang Mai Airport / pick up from Chiang Airport transfer to Hotel close to Night Bazaar for check in and have lunch at hotel and Relax /Enjoy with nightlife at Night Bazaar

Day 02: Handicraft with Lunch, Shopping Honey shop, Longneck village, Hot Spring Water

Visit Handicraft Village, Have Lunch and Shopping Honey shop /Visit Karen Long Neck, Big Ear village and Hot Spring water

Day 03: Phra Thard Doi Suthep with Lunch and City tour in Chiang Mai / Dinner at Mae Ping River cruise Chiang Mai

After breakfast, Visit Phra Thard Doi Suthep, the most important temple in Lanna, Chiang Mai, with a beautiful panoramic view of Chiang Mai city with Lunch and City tour in Chiang Mai / Dinner at Mae Ping River cruise

Day 04 Chiang Mai to Bangkok and Dinner cruise Chaophaya River

After breakfast, check out from Hotel we transfer you to Chiang Mai International Airport to board flight for Bangkok / arrival after transfer you to check in at Hotel and have Lunch/ Dinner cruise Chaophaya river

Day 5 Full day Tour Dream world with Lunch

After breakfast go to Dream world

Day 6 Damnern Saduak Floating Market, Ratchaburi/ Samphran Crocodile Farm/ Elephant show with Lunch

After breakfast go to Damnern Saduak Floating Market / Samphran Crocodile Farm/
Elephant show with Lunch

Day 7: Haft Day Grand Palace /Bangkok-Phuket

After breakfast go to Grand Palace/ back to check out from the hotel and transfer you to
Suvannabhum airport for your flight for Phuket, Phuket is the prime attraction of
Thailand and is famous for its beaches, islands and nightlife. check in at the hotel on
Patong Beach and enjoy your night life

Day 08: One Day to Raya Island Tour with lunch

After breakfast, activities tour to Phi Phi Island

Day 09: One Day tour to James Bond Island with Lunch

After breakfast, activities tour to James Bond Island

Day 10: Safari Island in Phuket with Lunch and back to Bangkok to your connecting
board a returning flight

After breakfast, go Safari Island half day tour /afternoon time come back to check out
from Hotel we will pick you and transfer you to Phuket airport for your flight to Bangkok
and from where you will board a returning flight

The Tour Cost includes :

All transport by VIP van

Air Ticket Bangkok to Chaing Mai to Bangkok to Phuket

All ticket in trip

Tour Guide (Speak English)

9 Nights 4 stars Hotel accommodation

All Hotel Taxes/Service tax

Daily breakfast in Hotels (9 breakfasts), (9 Lunches)

Insurance

หลังปรับปรุง

ตาราง 3.23 แสดงต้นทุนรวมขนส่งทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทาง

วันที่	รายการเส้นทางใหม่	ยานพาหนะ	ต้นทุนค่าขนส่ง
1	สนามบิณสุวรรณภูมิ-สนามบิณ เชียงใหม่-โรงแรม (night BaZaar)	BangkokAway+รถตู้	1900+200
4	โรงแรม (night BaZaar)-สนามบิณ เชียงใหม่-สนามบิณภูเก็ต	รถตู้+ThaiAway	200 +4,300
7	โรงแรม(ป่าตอง)+สนามบิณภูเก็ต- สนามบิณสุวรรณภูมิ-โรงแรม (กรุงเทพฯ)	Bangkok Away + รถตู้	500+2,050 + 800
8	โรงแรม-Damnern Saduak Floating Market-Samphran Crocodile Farm, Elephant show โรงแรม	รถตู้	2,200
9	โรงแรม-Dream word-โรงแรม	รถตู้	1700
10	โรงแรม,(กรุงเทพฯ)-สนามบิณสุวรรณ ภูมิ	รถตู้	800
	ต้นทุนรวมค่าขนส่ง		14,450

ตาราง 3.24 แสดงต้นทุนค่าเข้าชมต่างๆ ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 หลังปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวในโปรแกรม 10 แหล่งท่องเที่ยว	ราคาต้นทุนเข้าชมต่าง ๆ
Handicraft, Longneck village, Hot Spring Water + Transfer+Lunch	1,200.00
Elephant Safari + Transfer+Lunch	1,000.00
Dinner at Mae Ping River cruise + Transfer	650.00
Half day City Tour Phuket +Transfer Airport to Hotel on Patong Beach	800.00
Phi Phi Island+Transfer+Lunch	800.00
Jame Bond Island+ Transfer+Lunch	1,200.00
Safari Island Phuket +Lunch	700.00
Dinner Cruise Chophaya River	650.00
Damnern Saduak Floating Market, Samphran Crocodile Farm+Elephant show+ Lunch	560.00
Dream world + Lunch	455.00
ต้นทุนรวม	8,015.00

ตาราง 3.25 การคำนวณต้นทุนรวม ต่อ คน (สำหรับผู้ใหญ่) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	1 ห้อง/ลูกค้ำ พัก 1 คน	1/ห้องลูกค้ำ พัก 2 คน	1/ห้องลูกค้ำ พัก 3 คน
ค่าโรงแรม มาตรฐาน 4 ดาว	9 คืน	19,800.00	10,800.00	7,200.00
ค่าอาหารมื้อกลางวัน ที่ต้องจ่ายเพิ่ม	3 มื้อ	600.00	600.00	600.00
ค่าขนส่งรวมทั้งโปรแกรม	10 วัน	14,450.00	11,450.00	10,383.33
ค่าแรงงานไกด์(รายวัน)	9 วัน	9,000.00	4,500.00	3,000.00
ค่าตัว เข้าชม all package		8,015.00	8,015.00	8,015.00
ค่าประกันอุบัติเหตุ	10 วัน	250.00	250.00	250.00
ต้นทุนรวม ต่อ คน		52,115.00	35,365.00	29,198.33

ตาราง 3.26 การคำนวณต้นทุนรวม ต่อ คน (สำหรับเด็ก) ทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

รายการ	จำนวน	เด็กมีเตียงเสริม ต่ำกว่า 12 ปี	เด็กไม่มีเตียงเสริม ต่ำกว่า 12 ปี
ค่าโรงแรม มาตรฐาน 4 ดาว	9 คืน	7,200.00	-
ค่าอาหารมื้อกลางวันที่ต้องจ่ายเพิ่ม	3 มื้อ	600.00	600.00
ค่าขนส่งรวมทั้งโปรแกรม	10 วัน	8,420.83	8,420.83
ค่าแรงงานไกด์(รายวัน)	9 วัน	3,000.00	3,000.00
ค่าตัว เข้าชม all package		6,011.25	6,011.25
ค่าประกันอุบัติเหตุ	10 วัน	250.00	250.00
ต้นทุนรวม ต่อ คน		25,232.08	18,032.08

รายการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ 2 หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยว

10 Days 9 Nights Chiang Mai, Phuket, Bangkok

Day 01: Bangkok to Night Bazaar Chiang Mai, with Lunch

Arrival in Bangkok and connecting flight to Chiang Mai Airport / pick up from Chiang Airport transfer to Hotel close to Night Bazaar for check in and have lunch at hotel and Relax /Enjoy with nightlife at Night Bazaar

Day 02: Handicraft with Lunch, Shopping Honey shop, Longneck village, Hot Spring Water

Visit Handicraft Village, Have Lunch and Shopping Honey shop /Visit Karen Long Neck, Big Ear village and Hot Spring water

Day 03: Elephant Safari with Lunch / Dinner at Mae Ping River cruise Chiang Mai

This is one of Chiang Mai's most favorite tour, see unbelievable shows from cute elephants at elephant camp, adventure the nature trails on the back of elephant, include visit orchid, butterfly farm, ride the ox cart / Dinner at Mae Ping River cruise

Day 04: Chiang Mai to Phuket

After breakfast, we transfer you to Chiang Mai international Airport to board flight for Phuket, Phuket is the prime attraction of Thailand and is famous for its beaches, islands and nightlife. arrival go to have lunch at Muslim restaurant and half day tour in Phuket and visit to Phuket Peal factory for shopping / check in at the hotel on Patong Beach and enjoy your night life

Day 05: One Day tour to Phi Phi Island with lunch

After breakfast, day is free for leisure activities tour to Phi Phi islands

Day 06: One Day tour to James Bond Island with Lunch

After breakfast, day is free for leisure activities tour to James Bond Island.

Day 07: Safari Island in Phuket with Lunch and back to Bangkok

After breakfast, go Safari Island half day tour /afternoon time come back to check out from Hotel we transfer you to Phuket International Airport to board flight for Bangkok / arrival go to check in at Hotel in area close for Shopping

Day 08: Damnern Saduak Floating Market, Ratchaburi/ Samphran Crocodile Farm/ Elephant show with Lunch and Dinner cruise Chaophaya River

After breakfast go to Damnern Saduak Floating Market / Samphran Crocodile Farm/ Elephant show with Lunch and Dinner cruise Chaophaya river

Day 9: Dream world with Lunch/ Shopping at Gems Gallery

After breakfast go to Dream world and Shopping at Gems Gallery

Day 10: Free Day for Rolex and Shopping in Angkor

Afternoon time check out from the hotel transfer you to Suvarnabhumi airport for your flight

The Tour Cost includes :

All transport by VIP van

Air Ticket Bangkok to Chiang Mai to Phuket to Bangkok All ticket in trip

Tour Guide (Speak English)

9 Nights 4 stars Hotel accommodation

All Hotel Taxes /Service tax

Daily breakfast in Hotels (9 breakfasts), (9 Lunches)

Insurance

บทที่ 4

สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการจัดวางเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศ ตะวันออกกลางให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด กรณีศึกษา บริษัท เอ็กซ์โซติคส์เกทอะเวย์ ผู้ศึกษาได้ ดำเนินการศึกษา โดยการวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่ได้ทำการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว กลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่เข้ามาใช้บริการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับทางบริษัทในช่วงเดือนธันวาคม 2554 ถึง มกราคม 2555 ทำให้ทราบผลดังนี้ ระยะเวลาของโปรแกรมที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันออก กลางสนใจมากที่สุด คือโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีระยะเวลา 10 วัน โดยมี งบประมาณค่าใช้จ่ายในการ การเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่อคนโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 136,923 คือ ประเภทร้านอาหารที่ต้องการใช้ บริการ คือ ร้านอาหารมุสลิม มาตรฐานของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักคือ โรงแรมระดับมาตรฐาน 4 ดาว ประเภทของสายการบินภายในประเทศไทยที่นิยมใช้บริการ คือ สายการบินชั้นนำของ ประเทศได้ Thai Airways และ Bangkok Airwaysโรงพยาบาลที่ต้องการเข้าตรวจสุขภาพประจำปี ในเมืองไทย คือ โรงพยาบาลกรุงเทพ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว คือ นิยมเดินทางท่องเที่ยว แบบ Group Private โดยนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวและแหล่งท่องเที่ยวใน 4 ภาคหลักๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางที่ต้องการไปท่องเที่ยว โดยการนำผลการวิเคราะห์ 5 อันดับ ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละภาคเข้าปรับเปลี่ยนแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวของ โปรแกรมที่เป็นระยะเวลาการท่องเที่ยว 10 วัน เพื่อลดต้นทุน เวลา เพิ่มรายได้ เพิ่มคุณภาพ ซึ่ง แหล่งท่องเที่ยวที่ติด 5 อันดับของแต่ละภาค ซึ่งได้แก่

ภาคเหนือ

1. Night Bazaar, Chiang Mai
2. Elephant safari, Chiang Mai
3. Chiang Mai Mae Ping River cruise, Chiang Mai
4. Night Safari, Chiang Mai
5. Handicraft Longneck village, Hot Spring Water Chiang Mai

ภาคใต้

1. Patong Beach, Phuket
2. Jame Bond Island
3. Krabi PP Island, Krabi
4. Island safari, Phuket
5. Samui Island, Surat Thani

ภาคกลาง

1. Safari World, Bangkok
2. Damnern Saduak Floating Market, Ratchabui
3. Dream World , Bangkok
4. Chophraya river cruise, Bangkok
5. Samphran Crocodile Farm/ Elephant show

ภาคตะวันออก

1. Pattaya Beach
2. Koh lann or Coral Island, Pattaya
3. The Sriracha Tiger Zoo, Pattaya
4. Koh Chang, Trad
5. Walking Street, Pattaya

4.2 ข้อจำกัดการศึกษา

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้จากการเก็บรวบรวมของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับทางบริษัทช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคมเท่านั้น

4.3 ข้อเสนอแนะ

การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแหล่งท่องเที่ยวภายในโปรแกรมการท่องเที่ยวควรคำนึงตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลักจากนั้นนำโปรแกรมมาจัดเส้นทางการคำนึงถึง save time ในการเดินทางแต่ละเส้นทางแต่ละวัน เพื่อลดต้นทุนให้น้อยลงและ เปรียบเทียบต้นทุนและความคุ้มค่าของ package ในแต่ละ Route

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กัลยาณี ทองงาม. 2553. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง สาขาการจัดการนันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดกรุงเทพฯ.

กรุณา บุญมาเรือน. 2546. ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้าท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.

ชบา แซ่ปิง. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทนำเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง สาขาการจัดการนันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดกรุงเทพฯ.

ญาณิศา ตันศิรินาถกุล. 2552. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.

ดวงใจ เทพสุวรรณและวันชัย รัตนวงษ์. 2549. กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเส้นทางรับส่งเอกสาร กรณีศึกษา บริษัท เอ็กส์ เซอร์วิส จำกัด. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ธนิดา เจริญยิ่ง. 2551. การศึกษาการกำหนดกลยุทธ์การลดต้นทุนการขนส่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท พีเคเอส ทราฟพอร์ต จำกัด. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- เบญญาดา ฉัตรไชยาฤกษ์. 2551. การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.
- พัชรี สมหวังและพงษ์ธนา วาณิชย์กอบจินดา. 2551. การศึกษาปัญหาและการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งกรณีศึกษา บริษัท **Sakura Logistics (Thailand)** จำกัดจำกัด. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- มาลินี ปิ่นแก้ว. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.
- รัตนภรณ์ ถาวร. 2550. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.
- ศิวศักดิ์ ปานสุขชุม. 2549. แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง สาขาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดกรุงเทพฯ.
- สถาปนา กิตติกุล และ สมชาย บุรณะรุ่งเรืองกิจ. 2547. ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวภูมิทัศน์เชิงนิเวศ; กรณีศึกษาทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1096. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.
- สุวิชา โกมลทัต. 2553. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง: ศึกษากรณี นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางบริเวณชอยนาหามาเหนือ. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดกรุงเทพฯ.

- สุขใจ ประสิทธิ์พุทธพรและวันชัย รัตนวงษ์. 2549. การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการของ บริษัท ฟอร์เวิร์ดเดอร์ กรณีศึกษา บริษัท S&A Inland จำกัด. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุชาดา ชาวปากน้ำและวันชัย รัตนวงษ์. 2549. แนวทางพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน กรณีศึกษา บริษัท มิลล์ โปรดักส์ จำกัด. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุดชีวัน นันทวัน ณ อรุณา. 2551. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็น ศูนย์กลางกรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.
- สุดาพร ลิ้มพิทักษ์เกษม. 2551. การลดต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเทรดดิ้ง กรณีศึกษา บริษัท NN เทรดดิ้ง. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จังหวัดกรุงเทพฯ
- อัญรินทร์ ขจรเวคิน. 2548. กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา หักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.
- อนรรฆ โภมณปาณิก. 2551. การศึกษาและกำหนดกลยุทธ์ในด้านการลดต้นทุนและระยะเวลาการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาการขนส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ ระหว่างศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่กับศูนย์ไปรษณีย์ศรีราชา. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

Questionnaires

Part I : Personal information of the respondents

Directions: Please make a \surd mark in the box that describe your best matches

1. Gender

Male

Female

2. Age

not more than 25

26-35

36-45

46-55

over 55

3 Nationality

<input type="checkbox"/>	Bahrain	<input type="checkbox"/>	Oman
<input type="checkbox"/>	Egypt	<input type="checkbox"/>	Qatar
<input type="checkbox"/>	Iran	<input type="checkbox"/>	Saudi Arabia
<input type="checkbox"/>	Iraq	<input type="checkbox"/>	Sudan
<input type="checkbox"/>	Jordan	<input type="checkbox"/>	Syria
<input type="checkbox"/>	Kuwait	<input type="checkbox"/>	United Arab Emirates
<input type="checkbox"/>	Lebanon	<input type="checkbox"/>	Yemen

Part II : The tourists' requirements

4. Who do you travel with?

Group Private

...Alone ...Family ...Friend ...Others.....

Group Join

- Ancient City, Bangkok
- Rose Garden (Thai village Cultural show), Nakhon Pathom
- Samphran Crocodile Farm/ Elephant show, Nakhon Pathom
- Damnern Saduak Floating Market, Ratchaburi
- River Kwai/ Erawan Waterfall/ Tiger Temple , Kanchanaburi
- Others (please specify).....

12. Which is most popular places would you like to visit in Eastern Thailand?

(Choose these Places and rank it by 1 = most >>>>>10 = least)

- Pattaya Beach
- Koh lann Island, Pattaya
- Walking Street, Pattaya
- Alacazar Cabaret, Pattaya
- The Sriracha Tiger Zoo, Pattaya
- Nong Nooch Tropical Botanical Garden, Pattaya
- Mini Siam, Pattaya
- Khao Kheow Open Zoo, Pattaya
- Koh Samet, Rayong
- Koh Chang, Trad
- Others (please specify).....

13. Which is most popular places would you like to visit in Southern Thailand?

(Choose these Places and rank it by 1 = most >>>>>10 = least)

- Patong Beach, Phuket
- Phuket Fantasea
- Island safari, Phuket
- Jame Bon Island, Krabi
- PP Island, Krabi
- Similand Island, Pang Nga
- Samui Island, Surat Thani
- Phangan Island, Surat Thani
- Hua Hin Beach, Prachuap khiri khan
- Cha-am Beach, Phetchaburi

Others (please specify).....

14. Which is most popular places would you like to visit in Northern Thailand?

(Choose these Places and rank it by 1 = most >>>>>10 = least)

- Night Bazaar,Chiang Mai
- Night Safari,Chiang Mai
- Doi Suthep temple,Chiang Mai
- Doi Inthanon national park, Chiang Mai
- Handicraft /Longneck village, Chiang Mai
- Elephant safari/Hot spring, Chiang Mai
- Mae Ping River cruise, Chiang Mai
- ATV Tour /White water rafting, Chiang Mai
- khao kho, Phetchaboon
- Pai, Mae Hongson
- Others (please specify).....

Thank you for your kind operation

Chanidabha Mitreekaew (Exotic Getaways Company)

ประวัติผู้ศึกษา

นางสาวชนิดดาภา ไมตรีแก้ว เกิดเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม พ.ศ.2527 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเทคโนโลยีกรุงเทพ วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ คณะศิลปศาสตร์ ปีการศึกษา 2550 และปัจจุบันได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมหาบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย ที่มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปีการศึกษา 2553 การทำงาน ปี 2550 จนถึง ปี 2554 เข้าทำงานที่บริษัท เดอะฟาลคอนทราเวล แอนด์ เทรด จำกัด และในปี 2554 จนถึงปัจจุบัน บริษัท เอ็กซ์โซติกส์เกทอะเวย์ จำกัด