

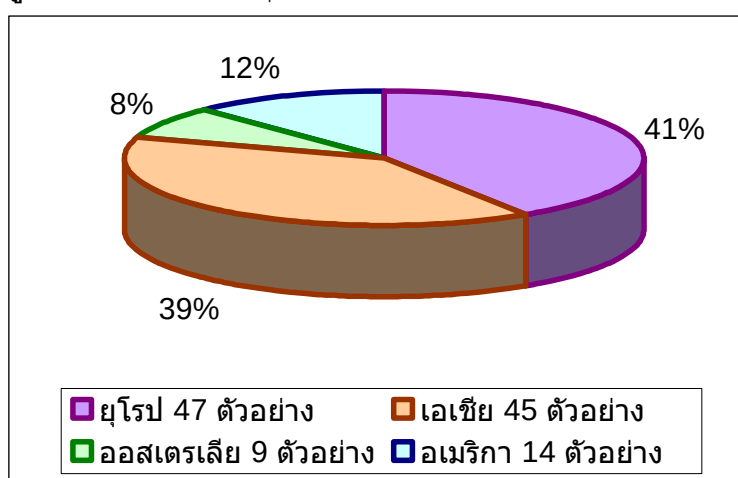
บทที่ 6

การวิเคราะห์การวิจัย และสรุปผลการวิจัย

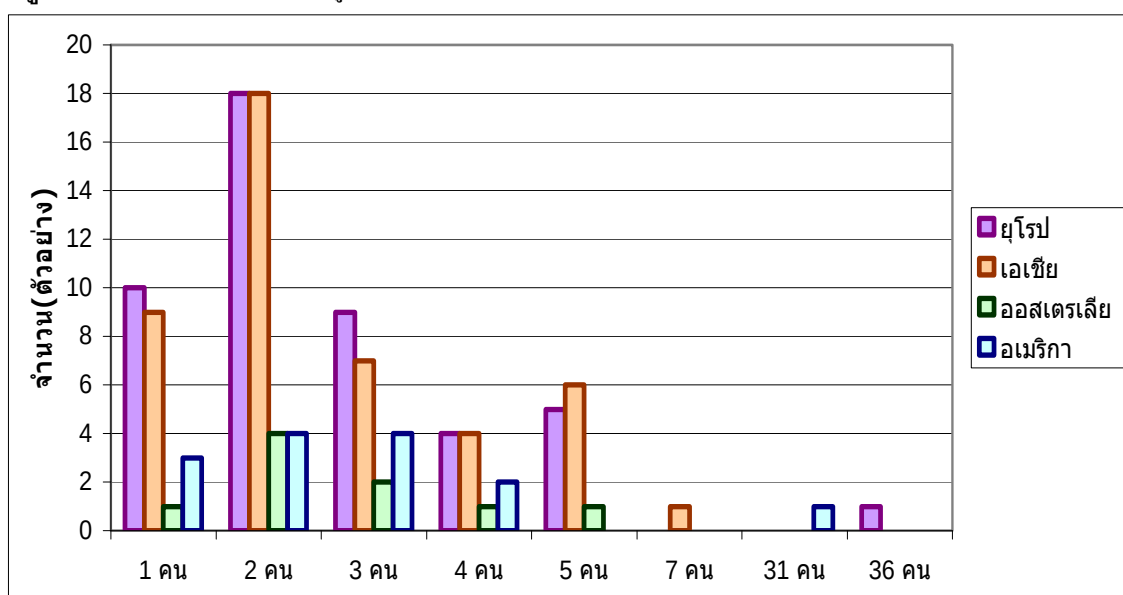
6.1 การวิเคราะห์การวิจัยด้วยวิธีแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลประชากรกลุ่มตัวอย่าง

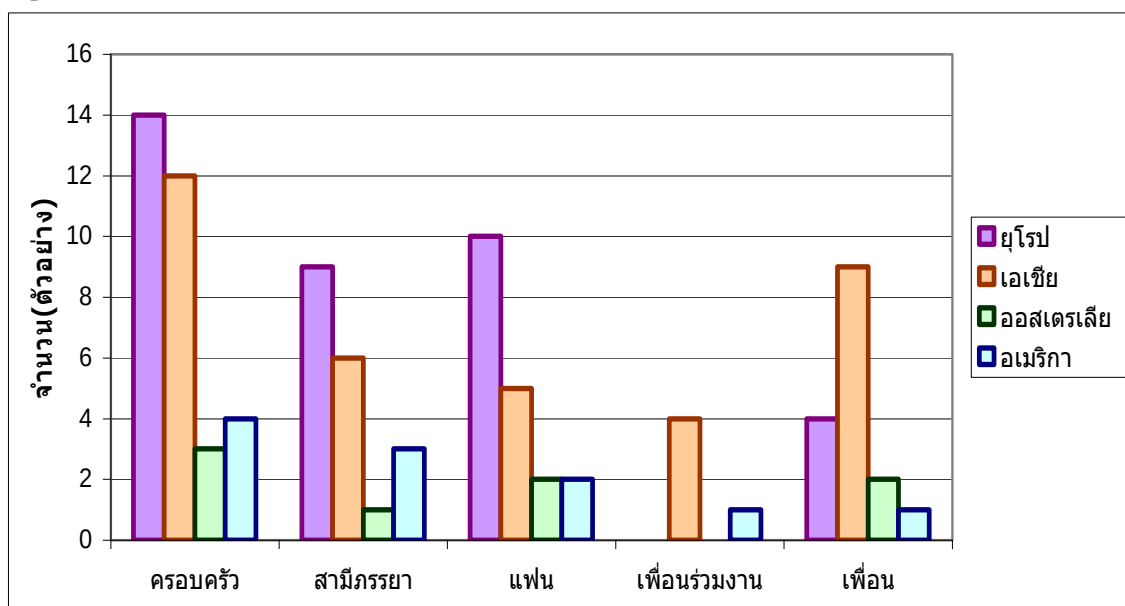
รูปที่ 6.1: ลักษณะของกลุ่มประชากรตัวอย่างแบ่งตามเชื้อชาติ



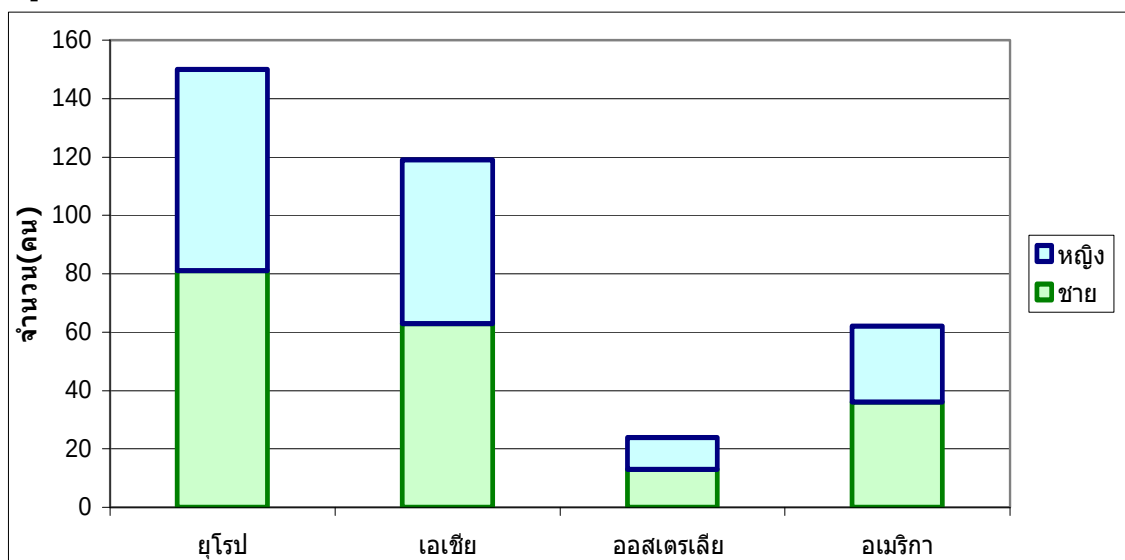
รูปที่ 6.2: ลักษณะของจำนวนผู้ร่วมเดินทางแบ่งตามเชื้อชาติ



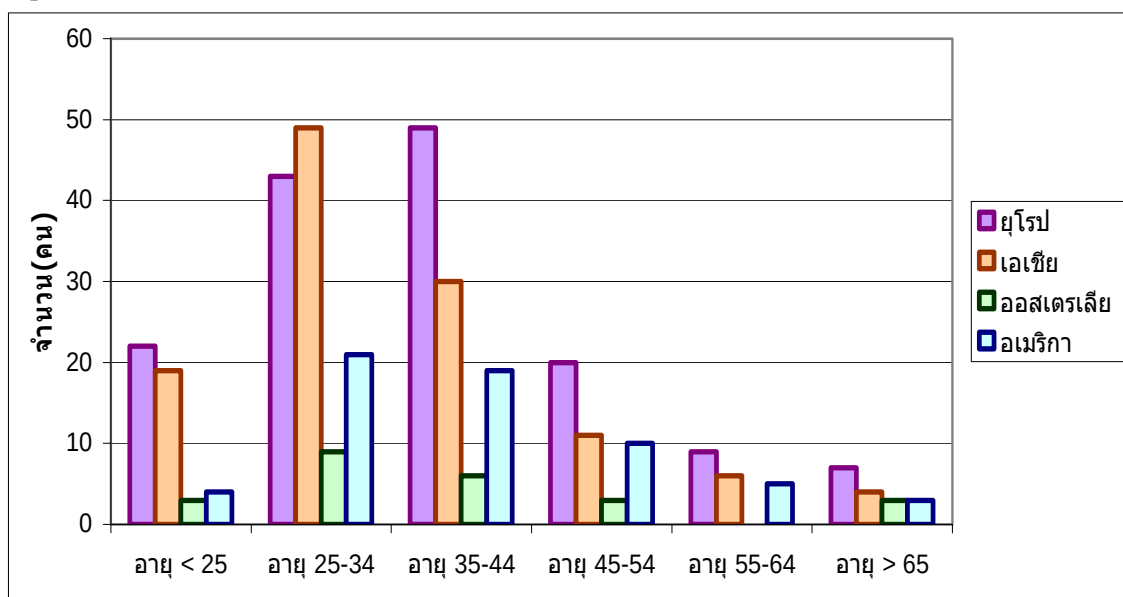
รูปที่ 6.3: ลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมเดินทางแบ่งตามเชื้อชาติ



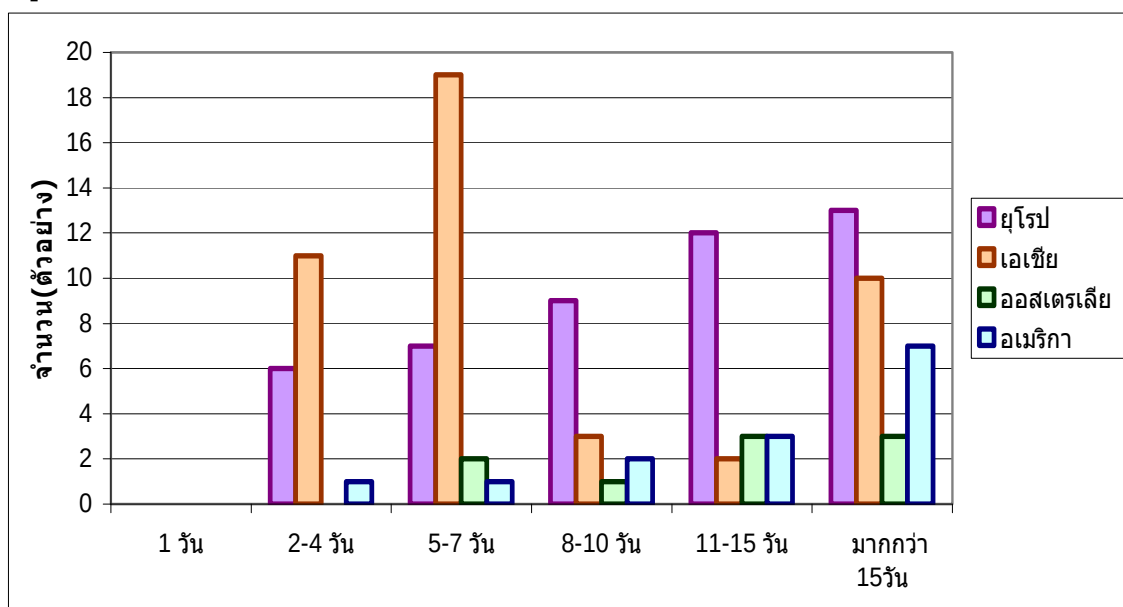
รูปที่ 6.4: ลักษณะของเพศของผู้ร่วมเดินทางแบ่งตามเชื้อชาติ



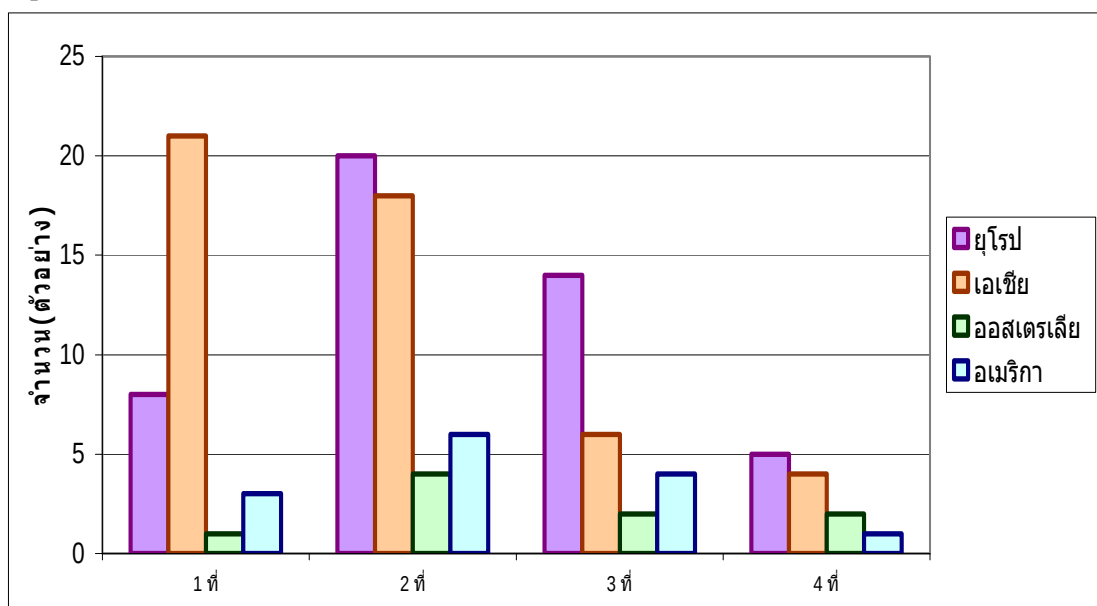
รูปที่ 6.5: ลักษณะของอายุของผู้ร่วมเดินทางแบ่งตามเชื้อชาติ



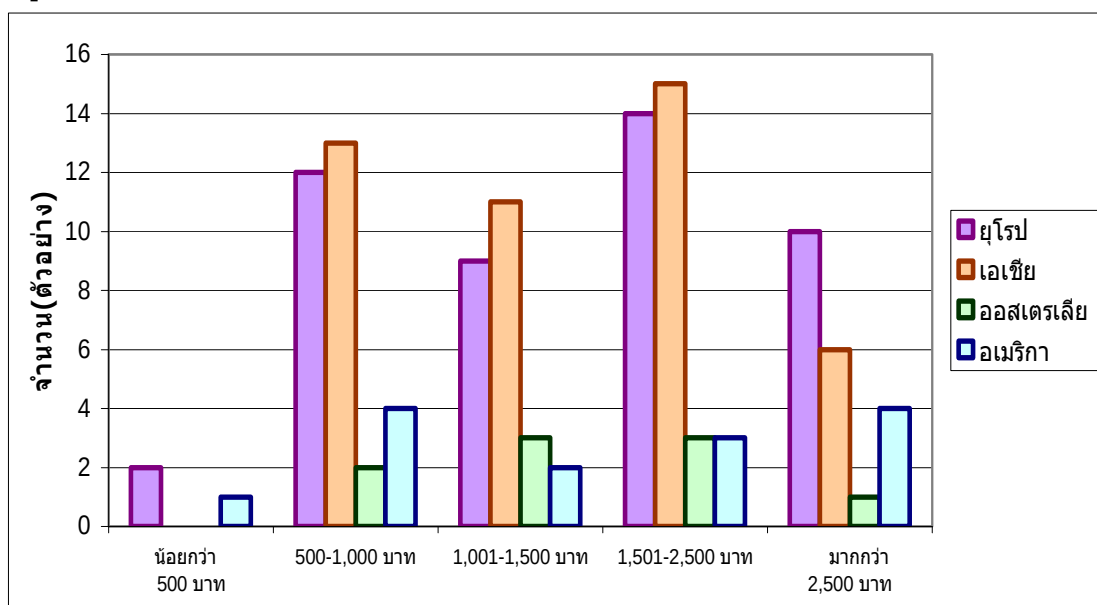
รูปที่ 6.6: ลักษณะของระยะเวลาพำนักร่วมเดินทางแบ่งตามเชื้อชาติ



รูปที่ 6.7: ลักษณะของจำนวนสถานที่ที่ท่องเที่ยวแบ่งตามเชื้อชาติ



รูปที่ 6.8: ลักษณะของค่าห้องพักเฉลี่ยต่อห้องต่อคืนแบ่งตามเชื้อชาติ

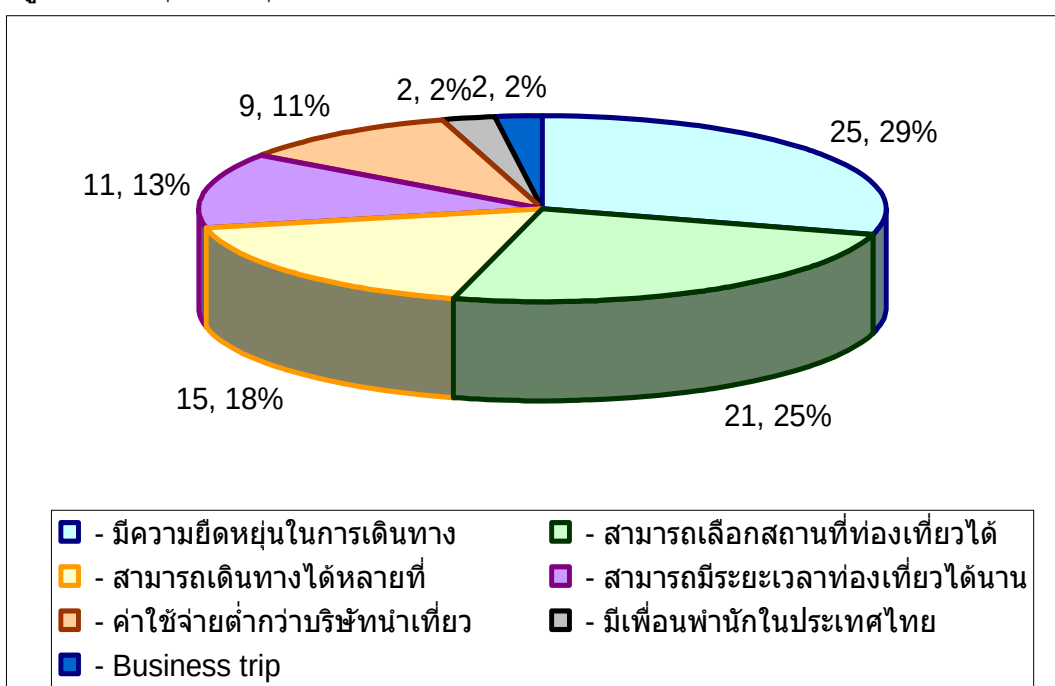


พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 77 มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 1 - 3 คน โดยเฉลี่ยของกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละทวีปมีค่าใกล้เคียงกันอยู่ระหว่าง 2.4 - 2.6 คน ต่อกลุ่ม (ในการหาค่าเฉลี่ยไม่ได้นำตัวอย่างของผู้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยวเข้าร่วมพิจารณา) ซึ่งรูปแบบการเดินทางส่วนใหญ่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละทวีปเป็นลักษณะครอบครัว หรือคิดเป็นร้อยละ 36 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 54 เป็น เพศชาย และช่วงอายุ 25 - 44 ปี เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เข้าเดินทางมาประเทศไทยสูงสุด ร้อยละ 64 โดยสัดส่วนชายต่อหญิงและช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละทวีปมีลักษณะใกล้เคียงกัน

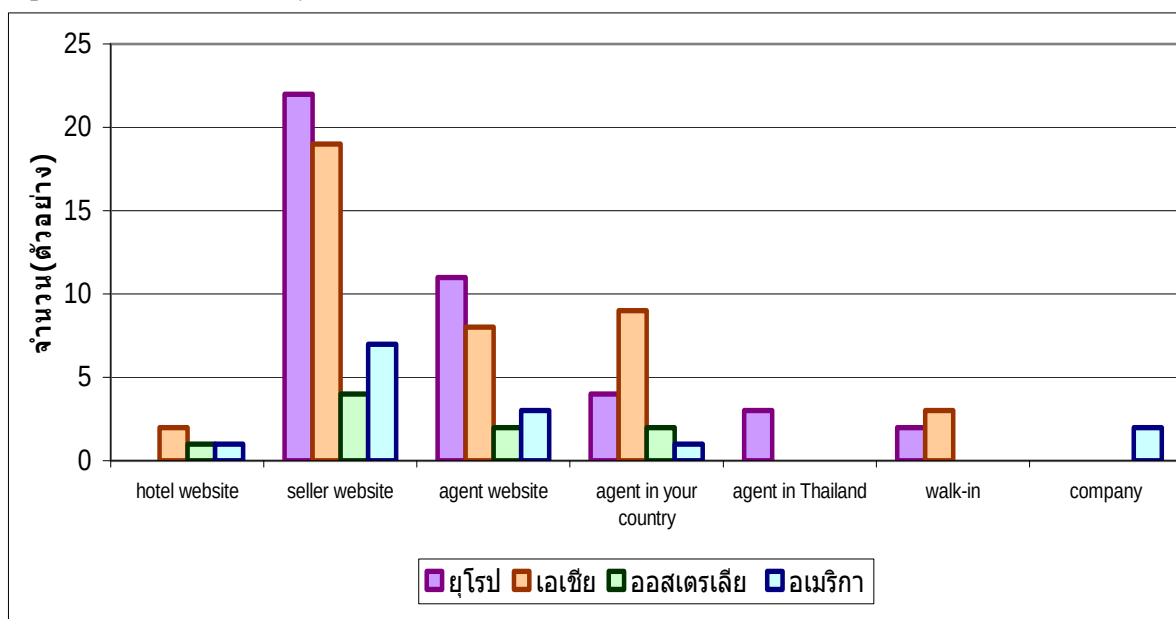
ระยะเวลาพำนักรในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างจากทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และประเทศสหรัฐ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาพำนักรมากกว่า 11 วัน ในขณะที่ทวีปเอเชีย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นการพำนักระยะเวลาสั้น โดยอยู่ระหว่าง 2 - 7 วัน ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวทวีปเอเชียนิยมท่องเที่ยว 1 - 2 ที่ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจากทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และประเทศสหรัฐ นิยมท่องเที่ยว 2 - 3 ที่ สำหรับค่าใช้จ่ายในส่วน of ค่าห้องพัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในทวีปยุโรป ทวีปเอเชีย และทวีปออสเตรเลีย มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,501 ถึง 2,500 บาท ต่อห้องต่อคืน หรือร้อยละ 30 ของกลุ่มตัวอย่าง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มาจากประเทศสหรัฐส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 2,500 บาท

ส่วนที่ 2 : การวางแผน และพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง

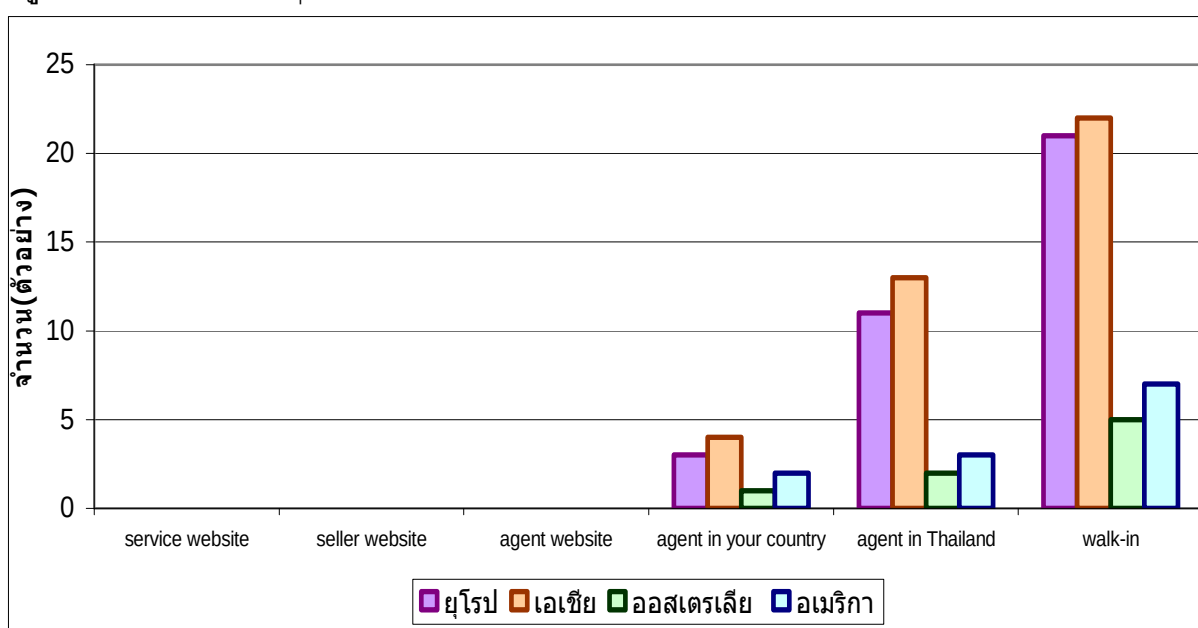
รูปที่ 6.9: เหตุผลของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง



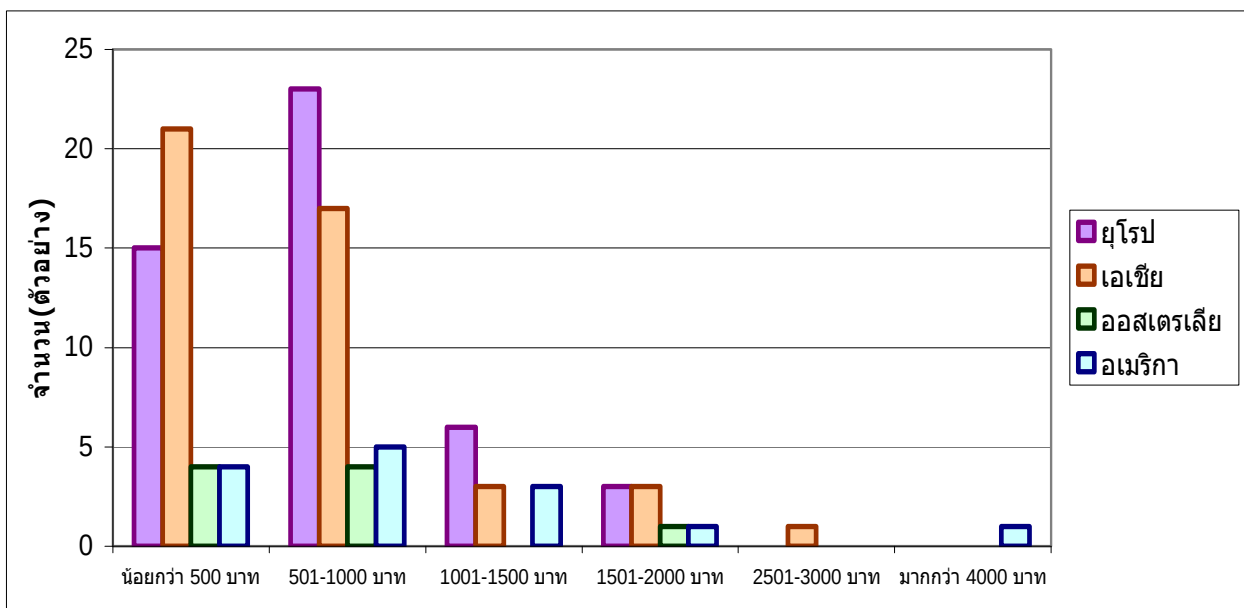
รูปที่ 6.10: ลักษณะของพฤติกรรมการจองโรงแรมแบ่งตามเชื้อชาติ



รูปที่ 6.11: ลักษณะของพฤติกรรมการจองกิจกรรมท่องเที่ยวแบ่งตามเชื้อชาติ



รูปที่ 6.12: ลักษณะของค่าเดินทางเฉลี่ยต่อกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามเชื้อชาติ



กลุ่มตัวอย่างจำนวน 115 ตัวอย่าง ประกอบด้วยกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองจำนวน 114 ตัวอย่าง โดยมีกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในส่วนของการเลือกเดินทางด้วยตนเองจำนวน 73 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 86 โดยสามารถสรุปประเด็นหลักได้ดังนี้

1. มีความยืดหยุ่นในการเดินทาง
2. สามารถเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง
3. สามารถเดินทางได้หลายสถานที่
4. สามารถมีระยะเวลาท่องเที่ยวที่นาน
5. ค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว

(หมายเหตุ : ตัวอย่างบางชุดให้ความคิดเห็นมากกว่า 1 ประเด็น)

สำหรับกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยบริษัทนำเที่ยวจำนวน 1 ตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย จึงเลือกใช้รูปแบบการเดินทางดังกล่าว

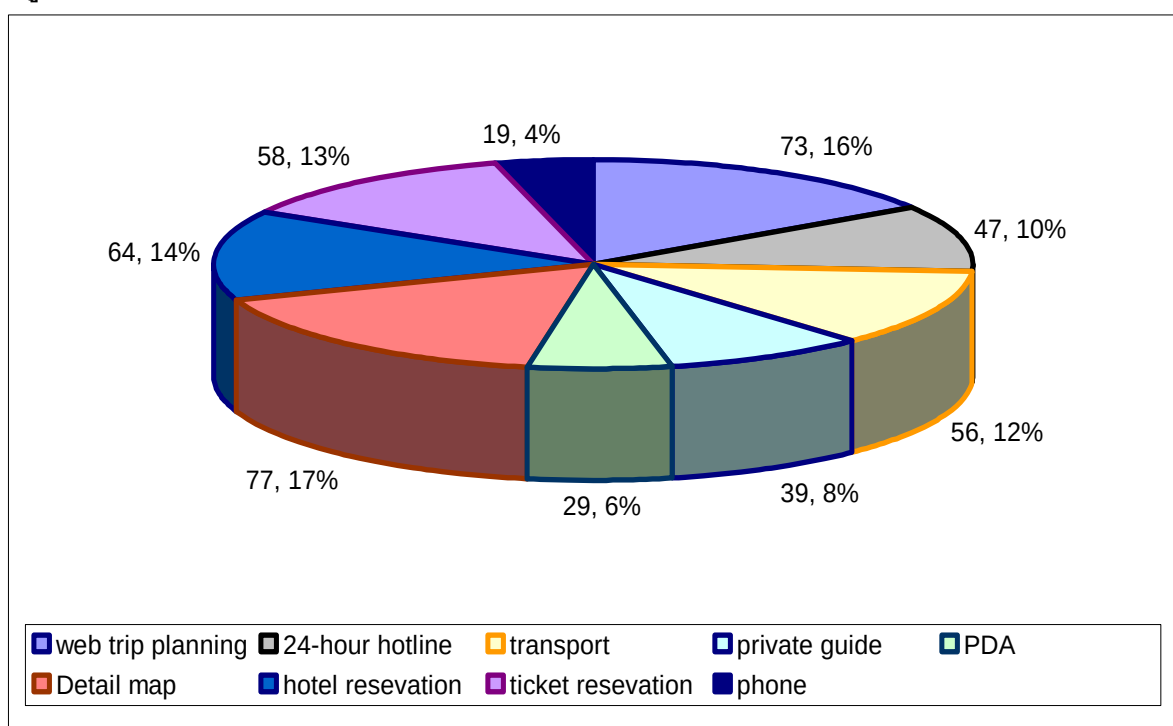
รูปแบบการจองโรงแรม กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการผ่านเว็บไซต์ ทั้งผ่านบริการของตัวแทนของโรงแรม (seller website) ร้อยละ 49 และบริการของบริษัทนำเที่ยว (agent website) ร้อยละ 23 ซึ่งรูปแบบการจองโรงแรมในแต่ละทวีปมีความใกล้เคียงกัน ยกเว้นการจองโรงแรมผ่านบริษัทนำเที่ยวในประเทศตนเอง (agent in your country) ที่กลุ่มตัวอย่างจากทวีปเอเชียมีสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับรูปแบบการจองโรงแรมอื่นๆ สำหรับพฤติกรรมการจองกิจกรรมท่องเที่ยวมีความ

แตกต่างกันอย่างชัดเจนจากรูปแบบการจองโรงแรม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อบริการจากแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง (walk-in) ถึงร้อยละ 59 และบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย (agent in Thailand) ร้อยละ 31

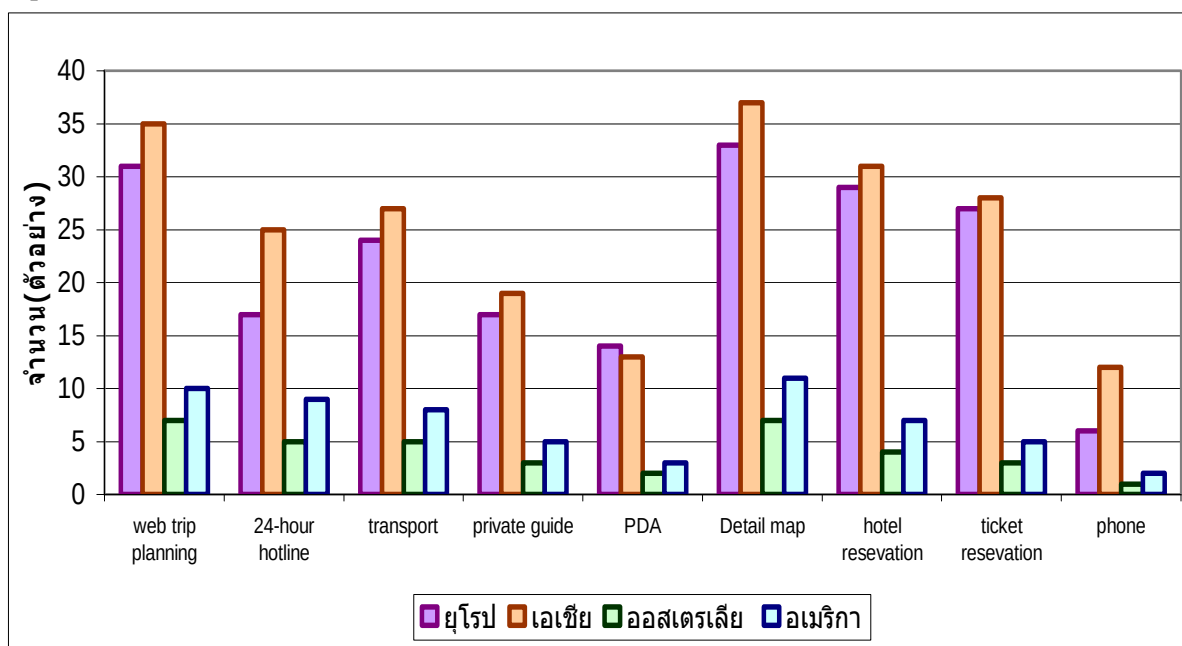
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อกลุ่มต่อวัน ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 501 -1,000 บาท ร้อยละ 43 และต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 38 โดยนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อกลุ่มต่อวัน ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 500 บาท เนื่องจากนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียนิยมท่องเที่ยว 1 ถึง 2 ที่ ซึ่งน้อยกว่านักท่องเที่ยวจากทวีปอื่นๆ

ส่วนที่ 3 : ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวของ ไอ-ไกด์

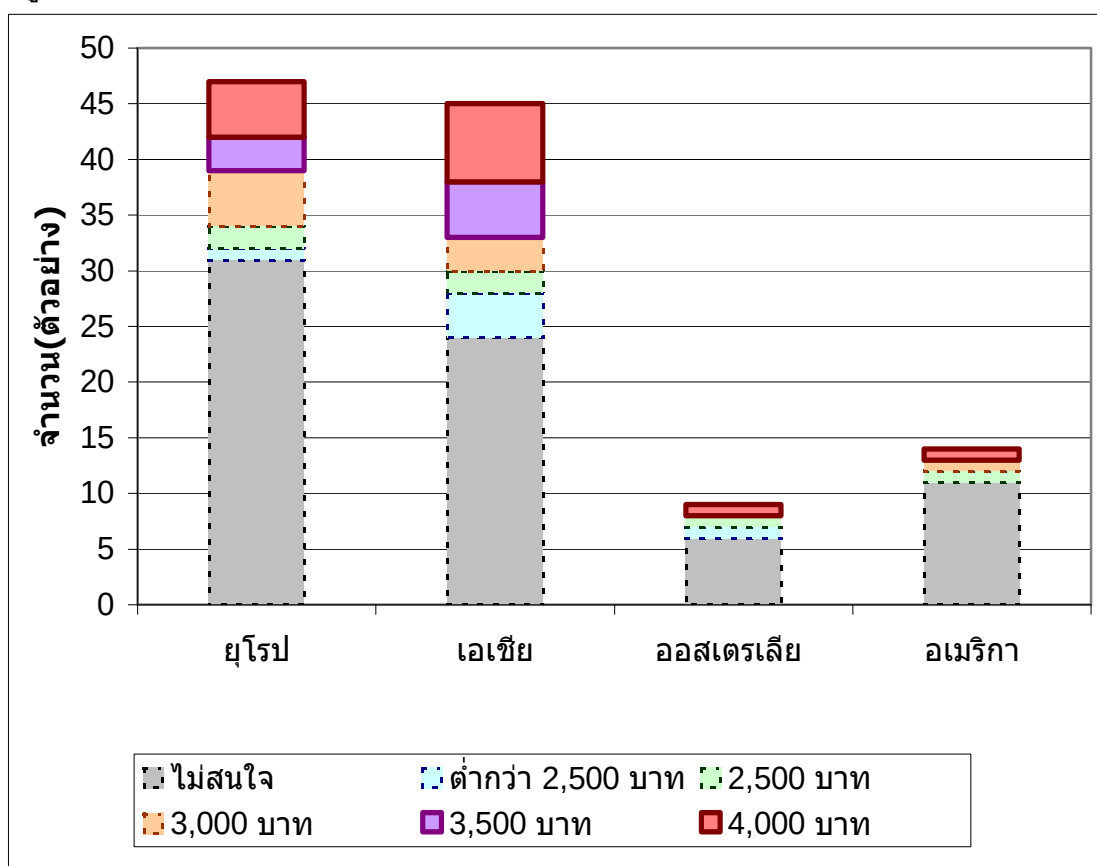
รูปที่ 6.13: ลักษณะของทัศนคติบริการของ i-Guide



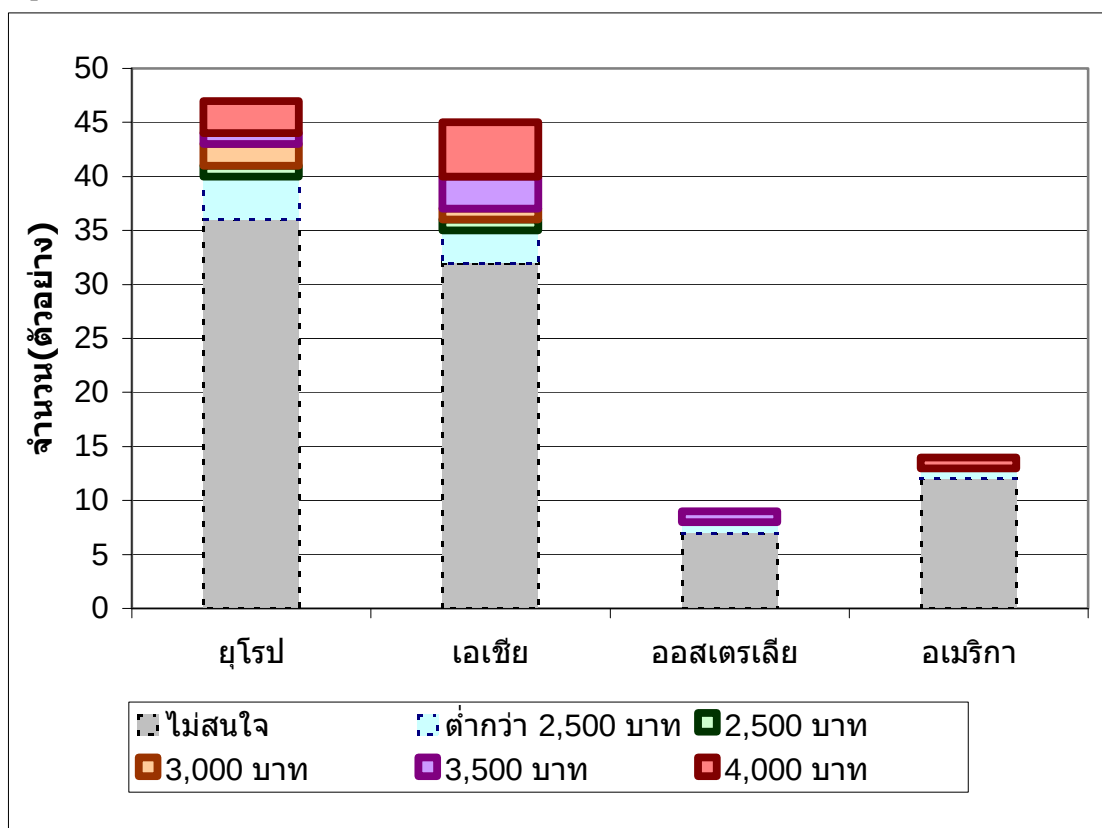
รูปที่ 6.14: ลักษณะของทัศนคติบริการของ i-Guide แบ่งตามเชื้อชาติ



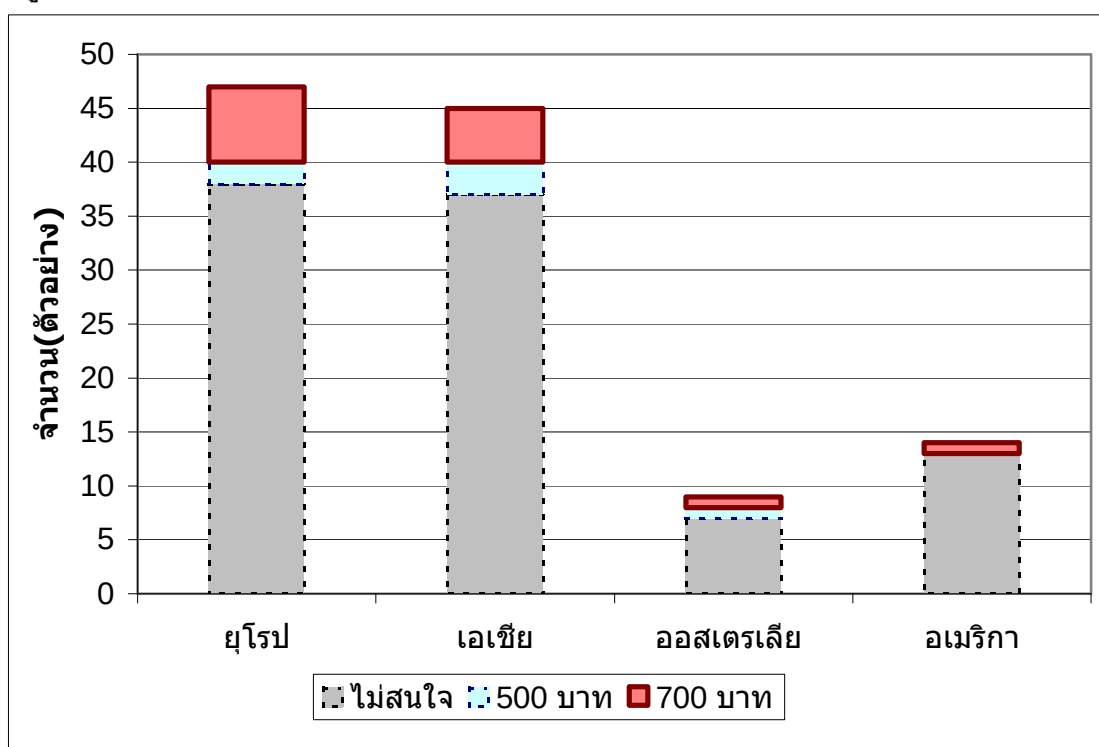
รูปที่ 6.15: ลักษณะของทัศนคติบริการ Transportation แบ่งตามเชื้อชาติ



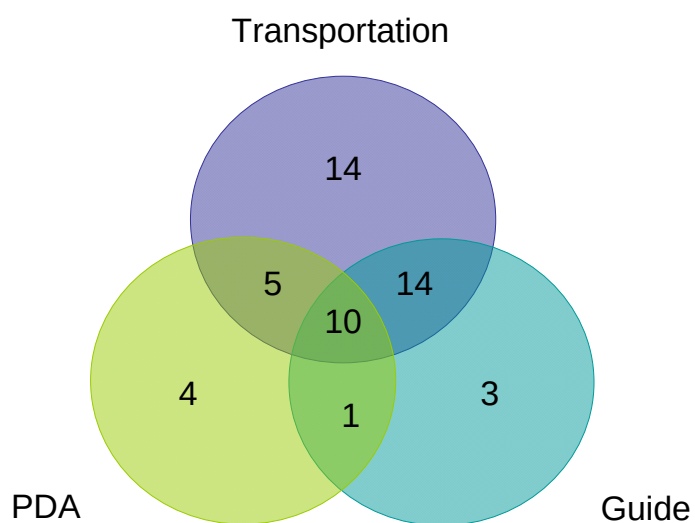
รูปที่ 6.16: ลักษณะของทัศนบริการ Guide แบ่งตามเชื้อชาติ



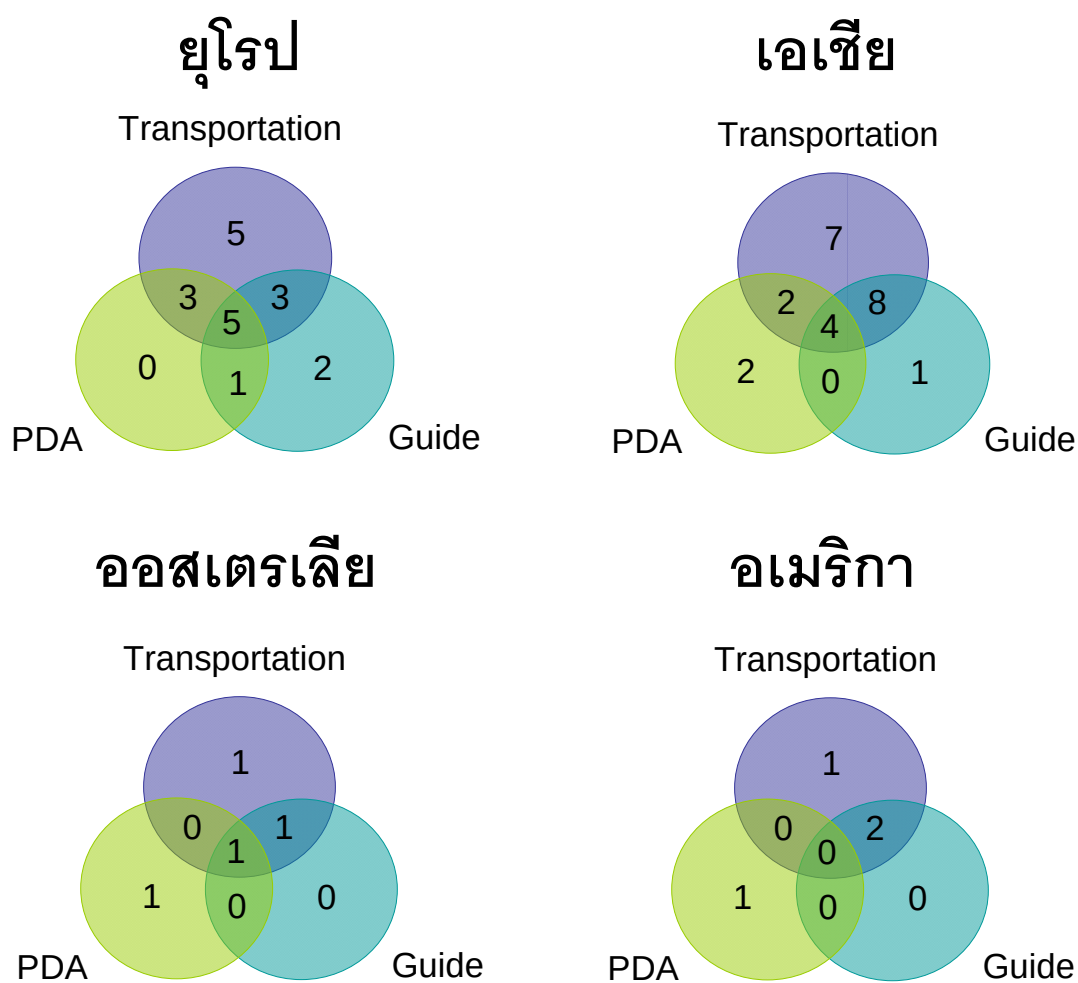
รูปที่ 6.17: ลักษณะของทัศนบริการ PDA แบ่งตามเชื้อชาติ



รูปที่ 6.18: รูปแบบบริการ i-Guide ตามทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง



รูปที่ 6.19: รูปแบบบริการ i-Guide ตามทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามทวีปเชื้อชาติ



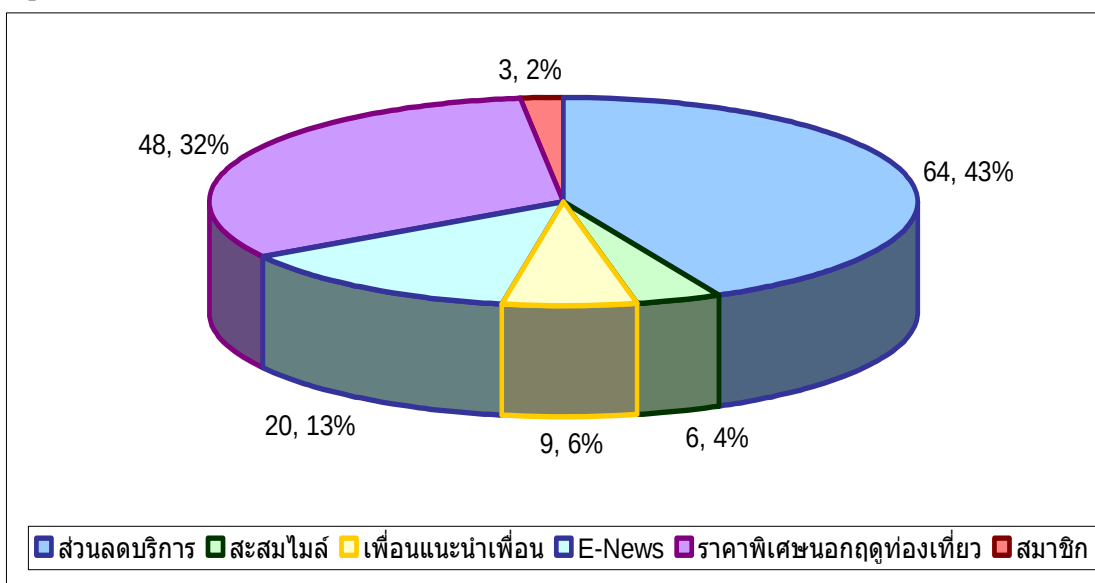
หลังจากการให้คำนิยามเกี่ยวกับรูปแบบบริการเบื้องต้นของบริษัท ไอ-ไกด์ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อบริการที่บริษัท ไอ-ไกด์ ควรเพิ่มเติมแตกต่างกันออกไป โดยสามารถพิจารณา รูปแบบบริการออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. บริการที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เป็นบริการที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นควรเพิ่มเติมสูงสุด ประกอบด้วย
 - 1.1. แผนที่เดินทาง(detail map) ควรเพิ่มเติมร้อยละ 67
 - 1.2. บริการวางแผนการเดินทาง(web trip planning) ควรเพิ่มเติมร้อยละ 63
 - 1.3. บริการสายด่วนตลอด 24 ชั่วโมง(24-hour hotline) ควรเพิ่มเติมร้อยละ 41
2. บริการที่มีรายได้จากค่าห่านาย(Commission) เป็นบริการที่กลุ่มตัวอย่างที่ควรเพิ่มเติมนำดับที่ 2 ประกอบด้วย
 - 2.1. บริการจองโรงแรม(hotel reservation) ควรเพิ่มเติมร้อยละ 56
 - 2.2. บริการจองตั๋ว(ticket reservation) ควรเพิ่มเติมร้อยละ 50
3. บริการที่มีรายได้จากการให้บริการ เป็นบริการที่กลุ่มตัวอย่างที่ควรเพิ่มเติมนำดับที่ 3 ประกอบด้วย
 - 3.1. บริการรถยนต์(transportation) ควรเพิ่มเติมร้อยละ 49 โดยมีกลุ่มตัวอย่างสนใจซื้อบริการ 43 กลุ่ม หรือร้อยละ 37 โดยกลุ่มตัวอย่างจากทวีปเอเชียให้ความสนใจสูงสุดร้อยละ 47 รองลงมาคือทวีปยุโรป ร้อยละ 34 ประเทศสหรัฐ ร้อยละ 21 และประเทศออสเตรเลียร้อยละ 11
 สำหรับค่าบริการที่เหมาะสมสำหรับบริการต่อกลุ่มต่อวัน(ไม่เกิน 7 คน) ระดับราคาที่เหมาะสมที่สุดคือ 4,000 บาท จำนวน 14 กลุ่ม โดยทวีปเอเชียสูงสุดจำนวน 7 กลุ่ม ส่วนระดับราคาเฉลี่ยที่ 3,214 บาทต่อกลุ่มต่อวัน ทวีปยุโรปมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3,281 บาทต่อกลุ่มต่อวัน ส่วนค่าต่ำสุดอยู่ที่ประเทศออสเตรเลียเฉลี่ย 2,833 บาทต่อกลุ่มต่อวัน
 - 3.2. บริการมัคคุเทศก์ส่วนตัว(private guide) ควรเพิ่มเติมร้อยละ 34 โดยมีกลุ่มตัวอย่างสนใจซื้อบริการ 28 กลุ่ม หรือร้อยละ 24 โดยกลุ่มตัวอย่างจากทวีปเอเชียให้ความสนใจสูงสุดร้อยละ 33 รองลงมาคือทวีปยุโรป ร้อยละ 23 ประเทศออสเตรเลีย ร้อยละ 22 และประเทศสหรัฐ ร้อยละ 14
 สำหรับค่าบริการที่เหมาะสมสำหรับบริการต่อกลุ่มต่อวัน(ไม่เกิน 7 คน) ระดับราคาที่เหมาะสมที่สุดคือ 4,000 บาท จำนวน 9 กลุ่ม โดยทวีปเอเชียสูงสุดจำนวน 5 กลุ่ม และมี

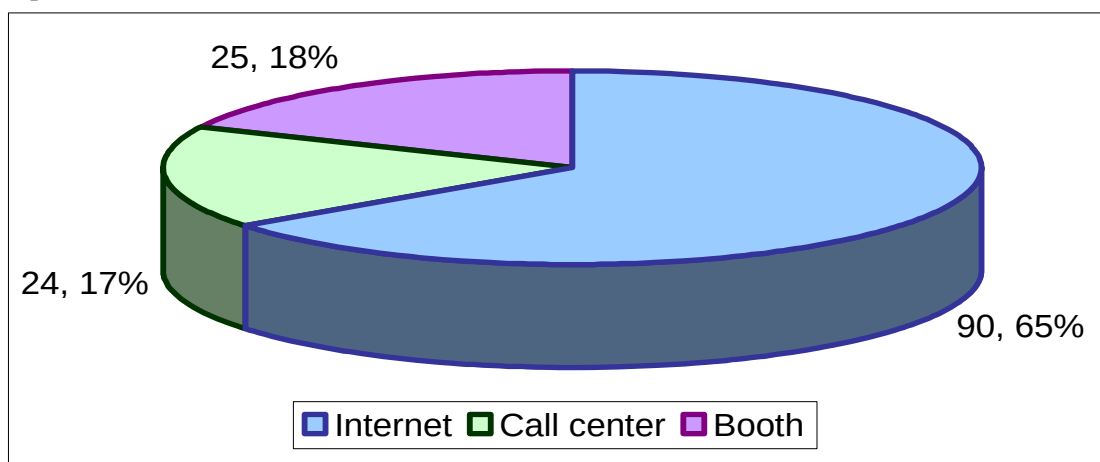
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3,230 บาทต่อกลุ่มต่อวัน ส่วนค่าต่ำสุดอยู่ที่ประเทศออสเตรเลียเฉลี่ย 2,750 บาทต่อกลุ่มต่อวัน

- 3.3. บริการ PDA ควรเพิ่มเติมร้อยละ 25 โดยมีกลุ่มตัวอย่างสนใจซื้อบริการ 20 กลุ่ม หรือร้อยละ 17 โดยกลุ่มตัวอย่างจากประเทศออสเตรเลียให้ความสนใจสูงสุดร้อยละ 25 รองลงมาคือทวีปยุโรป ร้อยละ 19 ทวีปเอเชีย ร้อยละ 17 และประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 7 สำหรับค่าบริการที่เหมาะสมสำหรับบริการต่อเครื่องต่อวันระดับราคาที่เหมาะสมที่สุดคือ 700 บาท จำนวน 14 กลุ่ม โดยทวีปยุโรปสูงสุดจำนวน 7 กลุ่ม ส่วนระดับราคาเฉลี่ยที่ 640 บาทต่อเครื่องต่อวัน ประเทศสหรัฐมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 700 บาทต่อเครื่องต่อวัน ส่วนค่าต่ำสุดอยู่ที่ประเทศออสเตรเลียเฉลี่ย 600 บาทต่อเครื่องต่อวัน
- 3.4. บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone) ควรเพิ่มเติมร้อยละ 17 เป็นบริการที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นควรเพิ่มเติมต่ำสุด

รูปที่ 6.20: รูปแบบ Promotion ของ i-Guide ตามทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง



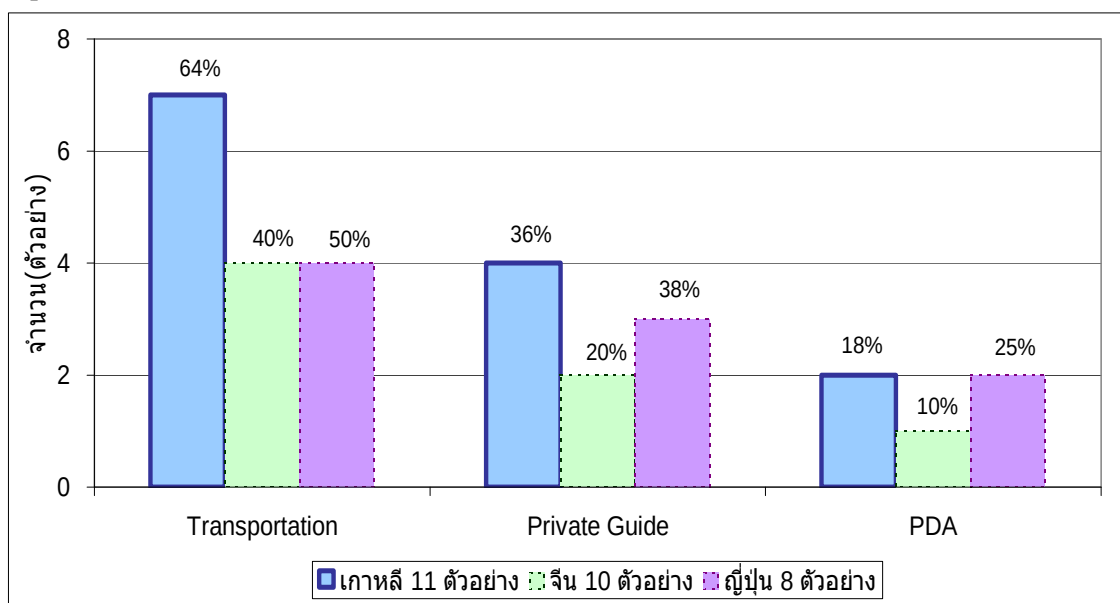
รูปที่ 6.21: รูปแบบช่องทางติดต่อ ของ i-Guide ตามทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมรูปแบบส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับด้านราคาของบริการ โดยเน้นโปรแกรมการท่องเที่ยวราคาถูกในช่วง Low season และส่วนลดค่าบริการ สำหรับช่องทางการติดต่อนิยมติดต่อผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ Booth และ Call Center ตามลำดับ

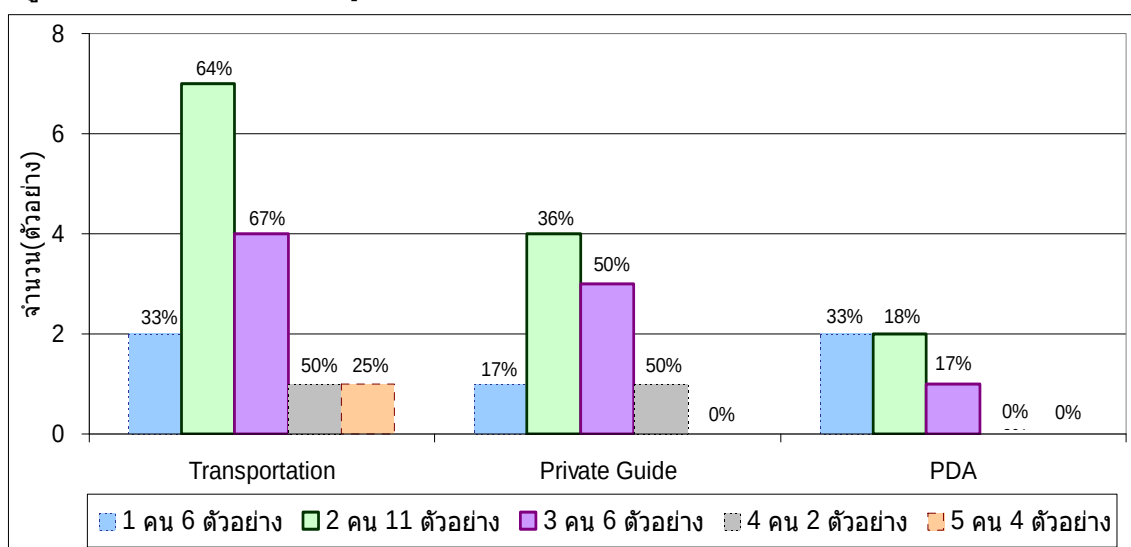
เมื่อพิจารณาความสนใจในบริการของบริษัท ไอ-ไกด์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจากทวีปเอเชียมีความต้องการในบริการของบริษัทมากที่สุด พร้อมทั้งมียินดีในการจ่ายชำระค่าบริการในระดับที่สูง ทางบริษัทจึงมุ่งเน้นการเจาะตลาดเอเชียในปีแรกของการดำเนินงาน โดยพิจารณาจาก 3 ประเทศที่ให้ความสนใจใช้บริการสูงสุด 3 ลำดับแรก

รูปที่ 6.22: ทักษะบริการของ i-Guide แบ่งตามประเทศที่สนใจสูงสุด 3 อันดับแรก

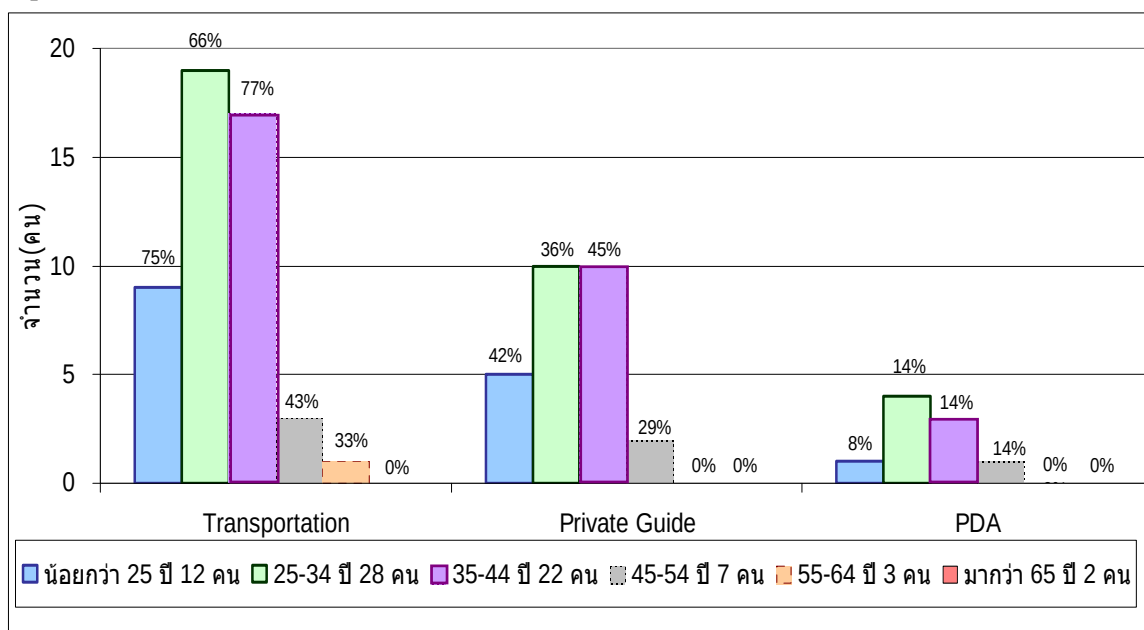


พบว่าประเทศเกาหลีใต้ มีความน่าสนใจเป็นอันดับที่ 1 ประเทศญี่ปุ่นอันดับที่ 2 และประเทศจีน อันดับที่ 3 เนื่องจากงบประมาณของบริษัทมีอยู่อย่างจำกัด ทางบริษัทจึงเน้นทำการตลาดในประเทศเกาหลีใต้ ในช่วงเริ่มต้นดำเนินกิจการ

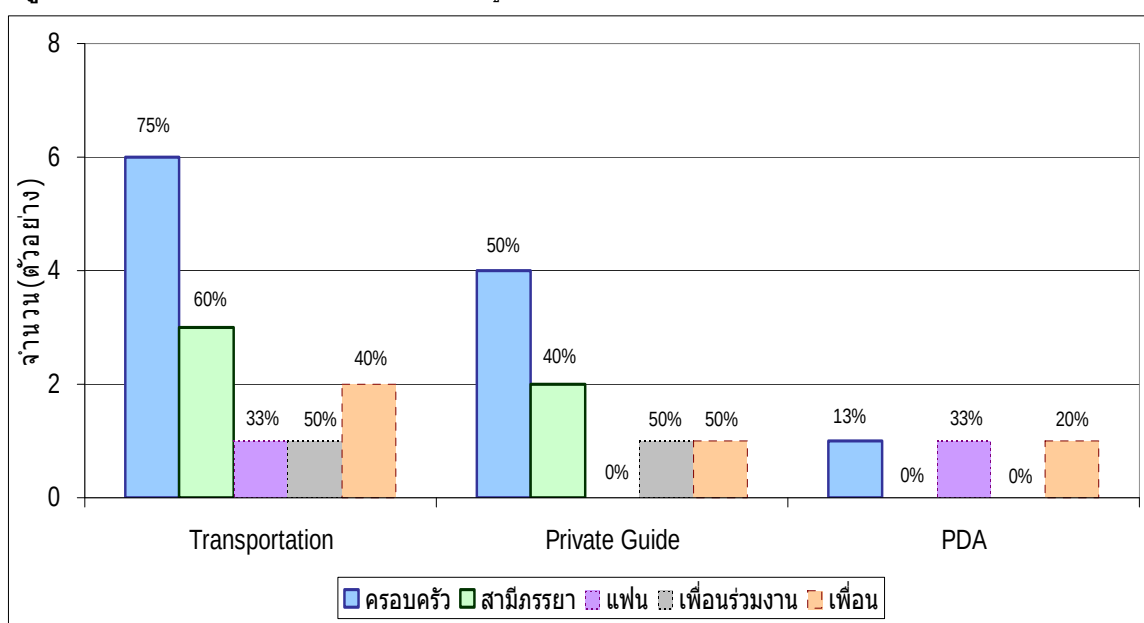
รูปที่ 6.23: ลักษณะของจำนวนผู้ร่วมเดินทางแบ่งตามประเภทบริการ



รูปที่ 6.24: ลักษณะของอายุของผู้ร่วมเดินทางแบ่งตามประเภทบริการ



รูปที่ 6.25: ลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมเดินทางแบ่งตามประเภทบริการ



เมื่อพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจากทวีปเอเชีย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 2-3 คน นิยมใช้บริการในสัดส่วนที่สูง เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับความสัมพันธ์ภายในกลุ่มที่เป็นลักษณะแบบครอบครัว และแบบสามัญภรรยา โดยอายุของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วง 44 ปีลงมา

6.2 การวิเคราะห์การวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

6.2.1 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

Mr.Micheal Oo

ตำแหน่ง : ผู้บริหารบริษัท ควอลิตี้ ทราเวล แอนด์ สปา จำกัด

บริษัท ควอลิตี้ ทราเวล แอนด์ สปา จำกัด เปิดดำเนินการในปี 2549 ให้บริการการจองโรงแรมผ่านทางเว็บไซต์ เน้นโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป โดยปัจจุบันมีทั้งหมด 15 เว็บไซต์ อาทิ www.qualityreservation.com, www.kohchangservation.com, www.fullmoon-party.com, www.thailandbooking.com เป็นต้น ทางด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เข้าใช้บริการของโรงแรมเป็นกลุ่มลูกค้าจากทวีปยุโรป

การดำเนินธุรกิจ เป็นธุรกิจต้องได้รับอนุญาตจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับการติดต่อโรงแรมเพื่อลงโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ นั้น สามารถเข้าติดต่อกับทางโรงแรมได้โดยตรง ส่วนลูกค้าชาวต่างชาติ ต้องให้เว็บไซต์สามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งปัจจุบันให้บริษัทภายนอกเป็นผู้ดำเนินการ โดยมีค่าใช้จ่ายประมาณ 10บาท ต่อจำนวนครั้งที่เข้าเว็บไซต์

การเงิน เป็นธุรกิจที่มีการลงทุนเริ่มต้นไม่สูงมาก โดยทางบริษัทลงทุนประมาณ 2 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นเงินลงทุนในส่วนอาคาร สำนักงาน สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของคนพนักงานเป็นหลัก

สำหรับรายได้มีลักษณะเป็น Seasonal ตามฤดูกาลท่องเที่ยว คือช่วง High season อยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-มกราคม สำหรับช่วง Low season อยู่ระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม โดยรายได้มาจากค่าคอมมิชชั่นตั้งแต่ 10% - 30% จากค่าห้องพัก ซึ่งบริษัทได้รับเฉลี่ยอยู่ที่ 15% จากค่าห้องพักโดยโอนเงินผ่านระบบบัญชีธนาคาร พร้อมทั้งให้ระยะเวลาเครดิต 15-30 วัน

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือให้ลูกค้าเข้าถึงเว็บไซต์ของตนเองได้ง่าย ซึ่งบริษัทพยายามสร้างเว็บไซต์เพิ่มขึ้น รวมถึงการให้บริษัทภายนอกเป็นผู้ดำเนินการให้เว็บไซต์สามารถค้นหาและเข้าถึงได้ง่าย

คุณสุวรรณ เตชะสวัสดิ์นันท์

ตำแหน่ง : ผู้บริหารบริษัท นานไซ ทัวร์ จำกัด

คุณสุวรรณ เตชะสวัสดิ์นันท์ มีประสบการณ์ในการบริหารงานมานานกว่า 20 ปี ในการให้บริการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ในเอเชีย

การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว สิ่งสำคัญคือ การสร้างความแตกต่างของโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย และแตกต่างจากคู่แข่งอื่น รวมถึงการดำเนินธุรกิจร่วมกับพันธมิตร ซึ่งทำให้สามารถแข่งขันภายในธุรกิจที่เน้นต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เป็นกลุ่มคนที่มีความเป็นชาตินิยมสูง การท่องเที่ยวแบบ Group Tour ในประเทศไทยนิยมใช้บริการจากบริษัทที่มีผู้ถือหุ้นเป็นคนญี่ปุ่นเป็นหลัก

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางมาประเทศไทยมากขึ้น แต่ได้เปลี่ยนรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น ซึ่งรูปแบบของ ไอ-โกลด์ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีปัญหาด้านภาษาในการสื่อสาร ดังนั้นเว็บไซต์ต้องมีภาษาญี่ปุ่น รวมถึงมัคคุเทศก์ต้องสามารถพูดภาษาญี่ปุ่นได้ดี

6.2.2 การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

Mr.Kim Jae Jin : นักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้

อายุ 37 ปี เดินทางมาประเทศไทยพร้อมภรรยา และลูกสาว เพื่อพักผ่อนประมาณ 1 สัปดาห์ จัดท่องเที่ยวด้วยตนเอง ชอบท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม-ประเพณี

- การท่องเที่ยวด้วยตนเอง เนื่องจากโปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวให้เลือกไม่มาก และต้องการเดินทางแบบส่วนตัว
- การจองบริการตั๋วเครื่องบินและจองที่พักผ่านทางระบบ อินเทอร์เน็ต
- ปัญหาการเดินทางในประเทศไทย คือ ภาษา
- ปัจจัยในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยว พิจารณาจากรูปแบบบริการที่มีความเหมาะสมกับความต้องการที่แท้จริงของตนเอง
- บริการที่สนใจ คือ บริการให้คำแนะนำวางแผนทางการเดินทาง บริการรถยนต์พร้อมมัคคุเทศก์ สาเหตุที่เลือกบริการ เนื่องจากไม่สะดวกเวลาเปลี่ยนพาหนะการเดินทาง
- ยินดีจ่ายค่าใช้บริการของ ไอ-โกลด์ นั้น เพราะมีลักษณะคิดเป็นต่อกลุ่ม เมื่อคนมากขึ้นทำให้เฉลี่ยต่อคนถูกลง

Ms.Ulrika Johansson : นักท่องเที่ยวจากประเทศสวีเดน

Ms.Ulrika Johansson อายุ 23 ปี เดินทางมาพร้อมกับเพื่อนชาย เพื่อพักผ่อนประมาณ 3 สัปดาห์ จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ชอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

- การท่องเที่ยวด้วยตนเอง เนื่องจากต้องการพักผ่อนในประเทศไทยเป็นเวลานาน
- การจองบริการตั๋วเครื่องบินและจองที่พักผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต
- ปัญหาการเดินทางในประเทศไทย คือ ป้าย สัญลักษณ์ที่ไม่ชัดเจน
- ปัจจัยในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยว พิจารณาจากความเหมาะสมของราคากับบริการที่ได้รับ
- เคยเห็นลักษณะบริการ เช่นเดียวกับ ไอ-ไกด์ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะบริการเสริมจากบริษัทนำเที่ยว และไม่ค่อยเน้นมากนัก บริการที่สนใจ คือ บริการให้คำแนะนำวางแผนทางการเดินทาง และบริการ PDA เพราะเป็นรูปแบบใหม่ในการเดินทาง
- ยินดีจ่ายบริการในส่วน PDA เพียงอย่างเดียว เนื่องจากมีรายได้ไม่สูงมาก

Mr.Steve Parson : นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐ

Mr.Steve Parson อายุ 27 ปี เดินทางคนเดียว เพื่อการพักผ่อนประมาณ 2 สัปดาห์ จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ชอบการท่องเที่ยวแบบ Adventure

- ในการวางแผน เป็นการหาข้อมูลรวมผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต และอาศัยข้อมูลจากความคิดเห็นของคนอื่น (Blog) ประกอบการตัดสินใจ
- สาเหตุที่เลือกการเดินทางด้วยตนเอง เนื่องจากสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ สามารถเลือกสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงสามารถกำหนดระยะเวลาในแต่ละสถานที่ได้ด้วยตนเอง
- ปัจจัยในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยว พิจารณาจากคำแนะนำของเพื่อนร่วมงานที่เคยเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- บริการที่สนใจ คือ บริการให้คำแนะนำวางแผนทางการเดินทาง สาเหตุที่ไม่เลือกบริการรถยนต์ เนื่องจากต้องการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ
- ค่าใช้จ่ายบริการของ ไอ-ไกด์ นั้น เป็นราคาที่ยอมรับได้

6.3 สรุปผลการวิจัย

- สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เนื่องจากมีความยืดหยุ่นในการเดินทาง สามารถเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง สามารถเดินทางได้หลายสถานที่ สามารถมีระยะเวลาท่องเที่ยวที่นาน ซึ่งบริษัทนำเที่ยวไม่สามารถตอบสนองความต้องการส่วนดังกล่าวได้ ส่วนรูปแบบการจองโรงแรม กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการผ่านเว็บไซต์ ทั้งผ่านบริการของตัวแทนของโรงแรม และบริการของบริษัทนำเที่ยว
- ในภาพรวมบริการที่สามารถสร้างรายได้ พบกลุ่มตัวอย่างเอเชีย ให้ความสนใจเป็นส่วนใหญ่ พร้อมทั้งมียินดีในการจ่ายค่าบริการในระดับที่สูง โดยเฉพาะจากประเทศเกาหลีใต้ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 2-3 คน ที่ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มที่เป็นลักษณะแบบครอบครัว และแบบสามีภรรยา โดยอายุของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วง 44 ปีลงมา
- สิ่งที่น่าสนใจจากการสอบถามเชิงลึกผู้บริหารบริษัท ควอลิตี้ ทราเวล แอนด์ สปา จำกัด พบว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือให้ลูกค้าเข้าถึง เว็บไซต์ ของตนเองได้ง่าย เช่น การสร้างเว็บไซต์ ให้มีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของลูกค้า รวมถึงการให้บริษัทภายนอกเป็นผู้ดำเนินการให้ เว็บไซต์ สามารถ search เข้าถึงได้ง่าย
- จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี พบว่าให้ความสนใจในบริการของ ไอ-ไกด์ มากกว่านักท่องเที่ยวชาติอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยจากแบบสอบถาม