

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจในการเลือกใช้การบริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จังหวัดสิบสองปันนา สาธารณรัฐประชาชนจีน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดสิบสองปันนา สาธารณรัฐประชาชนจีน 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จังหวัดสิบสองปันนา สาธารณรัฐประชาชนจีน และ 3) เพื่อศึกษาถึงปัญหาของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากการใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดสิบสองปันนา สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนา สาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 382 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเฉลี่ย และการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติทดสอบที แบบ One sample t-test และ Chi-square

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 23-40 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 25,000 บาท

พฤติกรรมเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสิบสองปันนาเพื่อเข้าร่วมประชุม/สัมมนา/ดูงาน มากที่สุด เดินทางมาเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนาเป็นครั้งแรก โดยซื้อบริการท่องเที่ยวจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย ชอบเดินทางท่องเที่ยวตามโอกาสหรือความสะดวก ส่วนใหญ่ระบุว่านอกจาก วัด หลวงเมืองลี่ สวนป่าคงคิบ หมู่บ้านไทลื้อกาหลันป่า ถ้ำเมืองหยวน ควรมีแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ป่า ธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และศาสนาสถานที่ เช่น วัด พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถานเพิ่มเติม

กระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดลพบุรี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้เหตุผลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรีเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจมากที่สุด โดยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรีสองปีมาจากบริษัทนำเที่ยว สำหรับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เพื่อน/คนรู้จัก ระยะเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวที่จังหวัดลพบุรีสองปีคือ จำนวน 4 – 5 วัน และราคาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรีสองปีคือ จำนวน 7,500 – 8,500 บาท ผู้ให้ข้อมูลเกือบครึ่งหนึ่งมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่จังหวัดลพบุรีสองปีในระดับมาก โดยมีความต้องการกลับมาเที่ยวจังหวัดลพบุรีสองปีอีกครั้งหากมีโอกาส และจะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวที่จังหวัดลพบุรีสองปีอีก

ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่จังหวัดลพบุรี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ด้านบุคคลผู้ให้บริการ และมัคคุเทศก์ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการระดับมาก ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านบุคคลผู้ให้บริการ และมัคคุเทศก์ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรีสองปี ด้านบุคคลผู้ให้บริการ และมัคคุเทศก์โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยด้านบุคคลผู้ให้บริการ และมัคคุเทศก์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากในประเด็น 1) บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ 2) ความสุภาพ มีมารยาท จริงใจ 3) การรู้ข้อมูลให้คำแนะนำที่ดี 4) มีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการอย่างเสมอภาคกัน 5) มีบุคลากรเพียงพอในการให้บริการ และ 6) สามารถแก้ปัญหาเฉพาะด้านได้ ตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรีสองปี ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพพบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากในประเด็น 1) มีบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว 2) ความเหมาะสม และสวยงามของเครื่องแต่งกายของผู้ให้บริการ และ 3) มีป้ายและให้ข้อมูลท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และให้ความสำคัญในระดับปานกลางในประเด็น สถานที่ที่มีความสะอาด มีที่ทิ้งขยะ และมีการรักษาสีเงาแวลล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านราคา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนา ด้านราคาโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยด้านราคา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากในประเด็น 1) ราคาเหมาะสม และ 2) มีหลายระดับราคาให้เลือก ให้มีความสำคัญในระดับปานกลางในประเด็นมีส่วนลดตามฤดูกาล

ด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนา ด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากในประเด็น 1) วัฒนธรรมและวิถีชีวิตคนในท้องถิ่นของสิบสองปันนา 2) มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย 3) รสชาติ ความหลากหลายและความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม และ 4) บริการยานพาหนะในการเดินทางมีสภาพที่ดี และปลอดภัย ให้มีความสำคัญในระดับปานกลางในประเด็น 1) บริการของสถานที่พักแรม 2) การดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว 3) สถานที่ช้อปปิ้ง/ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก 4) มีโปรแกรมท่องเที่ยวที่หลากหลายให้เลือก 5) การให้ข้อมูลในสถานที่ท่องเที่ยว 6) สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ (เช่น ห้องน้ำ ตู้เอทีเอ็ม ธนาคาร และโทรศัพท์สาธารณะ)

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนา ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากในประเด็นการให้บริการตรงเวลาและครบถ้วนตามโปรแกรม ส่วนประเด็นที่ให้มีความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ 1) บริการเสริมต่าง ๆ เช่น รับ – ส่ง สนามบินและที่พักเป็นต้น 2) ให้บริการรวดเร็วระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 3) ให้บริการที่สะดวก ด้านตรวจคนเข้าเมือง และ 4) สามารถชำระผ่านบัตรเครดิต

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากในประเด็นการซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านตัวแทนที่ประเทศไทย และให้ความสำคัญในระดับปานกลางในประเด็น 1) ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวโดยติดต่อทางโทรศัพท์ และ 2) ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวโดยติดต่อทางอินเทอร์เน็ต

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนา ด้านการส่งเสริม

การตลาดโดยรวมในระดับปานกลางในประเด็น 1) การโฆษณาผ่านทางสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์ 2) จัดทำข้อมูลท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต 3) การขายโดยพนักงานขาย และ 4) จัดรายการส่งเสริมในบางโอกาส (สะสมแต้ม การชิงโชค) ตามลำดับ

จากการเปรียบเทียบข้อมูลอายุ อาชีพ กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ การส่งเสริมทางการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากในประเด็น วัฒนธรรมและชีวิตคนในท้องถิ่นของสิบสองปันนา มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย รสชาติความหลากหลายและความสะอาดของอาหารและเครื่องดื่ม การซื้อ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่านตัวแทนที่ประเทศไทย และการโฆษณาทางสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

การทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานที่ 1 ที่ระบุว่าปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวที่จังหวัดสิบสองปันนาในระดับมากนั้น พบว่าปัจจัยทางการตลาดในด้านบุคคล ผู้ให้บริการ และมัคคุเทศก์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวที่จังหวัดสิบสองปันนาในระดับมาก ส่วนปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ด้านราคา และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวที่จังหวัดสิบสองปันนาในระดับปานกลาง

จากสมมติฐานที่ 2 ที่ระบุว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวที่จังหวัดสิบสองปันนานั้น พบว่าระดับการศึกษากับความต้องการมาท่องเที่ยวสิบสองปันนาอีกครั้ง อาชีพกับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกการท่องเที่ยว และอาชีพกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสิบสองปันนา
 สาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีปัญหาเกี่ยวกับห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ว่ามีความสกปรก ผู้ให้บริการนำเที่ยวนำไปร้านค้าที่ไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อาหารเข้ามีราคาแพง และไม่มี ความหลากหลาย การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวไม่ตรงกัน ความปลอดภัยในการเดินทางมีน้อย ส่วนทางด้านข้อเสนอแนะนั้น ผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่า ควรมีการปรับปรุงห้องน้ำให้มีความสะอาดและทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทุกหน่วยงานควรช่วยกันรณรงค์เพื่อรักษาความสะอาดให้มากขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวครั้งต่อไป นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลยังแนะนำว่า ควรเพิ่มจำนวนวันตลาดนัดมากขึ้นและราคา ควรยุติธรรมต่อผู้ซื้อ ไม่ควรคิดราคาแพงเกินไป ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวควรมีการอธิบายหรือสื่อสาร

ด้วยภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นเพิ่มขึ้น รวมทั้งควรมีการปรับปรุงราคาของอาหารให้มีความเหมาะสม และจัดรายการอาหารให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปีนนาในระดับมากในด้านบุคคลผู้ให้บริการ และมัคคุเทศก์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ซึ่งผู้วิจัยเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า บุคคลผู้ให้บริการ เป็นผู้ที่ดีต่อกับนักท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้นผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อบริษัทนำเที่ยว ต่อภาพลักษณ์ต่อจังหวัดสิบสองปีนนา ต่อมณฑลยูนนานและต่อประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อันจะนำไปชวนไปสู่ชุมชนในท้องถิ่นที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ซึ่งจะหมายถึงเม็ดเงินจำนวนมหาศาล และการสร้างงานสร้างรายได้ ทั้งนี้ผู้ให้บริการอาจหมายถึงพนักงานในบริษัทนำเที่ยวที่ทำหน้าที่ขายโปรแกรม หรือให้บริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของการท่องเที่ยว ในขณะที่ลักษณะทางกายภาพซึ่งเป็นการใช้สื่อที่มองเห็น สัมผัส และจับต้องได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัสเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่เป็น “รูปธรรม-Tangible” ในการนำมาเชื่อมระหว่างสินค้าทางการท่องเที่ยวกับบริการที่ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ ปณิศา ลัญชานนท์ (2548: 102) ที่กล่าวไว้ว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า ซึ่งถ้าผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในการเลือกชมสินค้า ก็จะมีส่วนช่วยให้เกิดการบริโภคง่ายและเร็วขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าผู้ค้าหรือบริษัทนำเที่ยว หรือผู้ให้บริการการท่องเที่ยวจะต้องพยายามทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ในการท่องเที่ยวอย่างมีความสุขและสะดวกสบาย เช่น การให้แสง สี เสียง บรรยากาศภายในดนตรี กลิ่น ความสะอาดและรู้สึกได้ถึงความปลอดภัย ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาท่องเที่ยวที่สิบสองปีนนานานวันยิ่งขึ้นและเพิ่มจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินในสิบสองปีนนามากยิ่งขึ้นนั่นเอง ในทำนองเดียวกัน ธนกฤต สังข์เฉย (2550: 125) อธิบายเพิ่มเติมว่า ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยว สนามบิน ยานพาหนะ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร การบริการของบริษัทนำเที่ยว ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ฯลฯ ปัจจัยต่าง ๆ

เหล่านี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางเร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ผู้ให้ข้อมูลระบุถึงปัญหาในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสิบสองปันนา ว่าห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสกปรก ผู้ให้บริการนำเที่ยวนำไปร้านค้าที่ไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว อาหารเข้ามีราคาแพง และไม่มีทางเลือกหลาย การสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวไม่ตรงกัน ความปลอดภัยในการเดินทางมีน้อย ผู้วิจัยเห็นว่าการเตรียมความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาของนักท่องเที่ยวดังกล่าว ไม่สามารถกระทำโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ ต้องอาศัยความร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นคนในท้องถิ่น องค์กรส่วนท้องถิ่น ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ได้แก่คนในหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนา องค์กรการท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ด้านตรวจคนเข้าเมืองบ่อหาร ฯลฯ ซึ่งหากเกิดความร่วมมืออย่างเป็นจริงเป็นจังและเป็นรูปธรรมแล้วจะนำไปสู่การกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวที่จังหวัดสิบสองปันนาเร็วยิ่งขึ้น ส่วนประเด็นด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ ที่ได้ข้อมูลจากการวิจัยนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะกระตุ้นหรือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากหากไปท่องเที่ยวที่ใดที่หนึ่งแล้ว สามารถเลือกชมหรือท่องเที่ยวได้หลายกิจกรรม ก็เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่าผู้ให้ข้อมูลมีเหตุผลในการประกอบในการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปันนาเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจมากที่สุด และสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 29-30) ที่กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (attraction) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมสถานทีนั้น ๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ตามที่มีการประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 8 ของกลุ่มประเทศอาเซียน ทำให้ก้าวเข้าสู่ความสำเร็จของเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) ซึ่งเป็นการร่วมกันกำหนดทิศทางให้อาเซียนมุ่งสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) โดยได้ออกแถลงการณ์ Bali Concord II ทั้งนี้เพื่อเร่งเปิดเสรีการค้าและบริการให้บรรลุผลในปี 2020 โดยมีการท่องเที่ยวก็เป็นเป้าหมายสำคัญหนึ่งของข้อตกลงนั้น

ประกอบกับ โครงการความร่วมมือพัฒนาแนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North South Economic Corridor: NSEC) ภายใต้กรอบ GMS (Great Maekong Subregion) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุน ลดความยากจนเพิ่มรายได้ให้กลุ่มประชากรชายแดน และส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย ลาว จีน พม่า นอกจากนั้นแล้วยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศจีน ที่มุ่งส่งเสริมให้มณฑลยูนนานและจีนตะวันตก ขยายฐานเศรษฐกิจสู่ทางออกทะเล โดยผ่านกลุ่มประชาคมอาเซียน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในยุทธศาสตร์นี้ด้วย

ด้วยเหตุและปัจจัยความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศดังกล่าวข้างต้น ล้วนมีส่วนกระตุ้นต่อการลงทุนและการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดสิบสองปีนนา กับ ประเทศไทย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปีนนาเพิ่มมากขึ้น เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสิบสองปีนนา และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดสิบสองปีนนา ผู้วิจัยได้เสนอข้อเสนอแนะและกลยุทธ์ทางการตลาดดังต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลมีความต้องการให้เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ป่า และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น พิพิธภัณฑสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัด มากขึ้น ดังนั้นบริษัทนำท่องเที่ยวจึงควรมีการปรับปรุงโปรแกรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นการเฉพาะ โดยแยกโปรแกรมนักท่องเที่ยวชาวไทยออกจากนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยทั่วไป ซึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยวควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ๆ ที่แสดงออกทางด้านขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริงเช่น ที่วัดแปลเขา ซึ่งเป็นวัดโบราณ มีประวัติความเป็นมาเก่ากว่า 500 ปี ซึ่งถึงแม้ว่าจะห่างไกลจากเมืองเชียงรุ่ง และบริษัทนำเที่ยวทั่วไปไม่ได้จัดไว้ในรายการท่องเที่ยว แต่ควรค่าแก่การไปสัมผัสอย่างยิ่ง เพราะเป็นจุดที่จะได้ศึกษา วัฒนธรรมได้อีกดั้งเดิมที่อนุรักษ์อย่างดียิ่ง ในขณะที่เดียวกันสมาคมการท่องเที่ยวสิบสองปีนนาควรร่วมมือกับรัฐบาลท้องถิ่นรณรงค์ให้ประชาชนอนุรักษ์ศิลปะ โบราณสถานและศิลปวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นสิบสองปีนนาดั้งเดิมเอาไว้ให้มากที่สุด เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศแห่งการท่องเที่ยว และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น และควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งสมาคมการท่องเที่ยว และบริษัทนำเที่ยวร่วมมือวางแผนและกำหนดทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีความรู้สึกผูกพันต่อจังหวัดสิบสองปีนนาทางชาติพันธุ์เป็นทุนเดิม ฉะนั้นควรเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ผสมผสานกับแหล่งโบราณวัตถุทางประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวสิบสองปีนนา จัดกิจกรรมงาน

เทศกาลรำลึกฟื้นฟูความสัมพันธ์ปัจจุบันและอดีตระหว่างอาณาจักรล้านช้างสิบสองปันนากับอาณาจักรล้านนาไทย เป็นต้น

2. ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากในประเด็น ชื่อโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านตัวแทนที่อยู่ประจำประเทศไทย เพราะฉะนั้นบริษัทนำเที่ยวควรสร้างเครือข่ายหรือตัวแทนขายประจำไว้ที่ประเทศไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญและเชื่อมั่นในการชื่อโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านตัวแทนประจำประเทศไทยมากกว่า ทั้งนี้รัฐบาลจีนควรมีการสนับสนุนให้บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ของจีนได้มีโอกาสเข้าร่วมงานด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศอาเซียนให้มากยิ่งขึ้น เช่น Thailand Travel Mart (TTM) นอกจากนี้บริษัทนำเที่ยวควรเข้าร่วมงาน และมีการสร้างพันธมิตรธุรกิจการท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อเกิดแรงกระตุ้นการขายและการสร้างเครือข่ายหรือตัวแทนการขายเพิ่มขึ้นในประเทศไทย

3. บริษัทนำเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดำเนินตรวจคนเข้าเมืองที่ด่านบ่อหารควรเพิ่มความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในกรณีที่มีผู้ผ่านด่านจำนวนมาก ควรเพิ่มช่องทำงานตรวจคนเข้าเมืองให้มาก เพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องรอคอยเป็นเวลานาน นอกจากนี้ในเมืองเชียงรุ่ง ควรเพิ่ม ตู้ ATM โทรศัพท์สาธารณะ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ สำหรับนักท่องเที่ยว และควรเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายโปรแกรมท่องเที่ยวให้หลากหลายช่องทาง เช่นการให้บริการแบบ one stop service ผ่านอินเทอร์เน็ต คือให้บริการทุกชนิดแก่นักท่องเที่ยว ณ จุดเดียวกัน เช่นการจองเส้นทางกรท่องเที่ยว การจองตั๋วเครื่องบิน โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร วิชาท่องเที่ยว ฯลฯ นอกจากนี้ควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวได้ทราบอย่างกว้างขวาง

4. ปัญหาเกี่ยวกับห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีความสกปรกนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยเฉพาะสมาคมการท่องเที่ยวสิบสองปันนา รัฐบาลท้องถิ่น สถานศึกษา และผู้ประกอบการทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ต้องจัดให้มีแผนงาน โครงการหลัก หรือวาระกิจกรรมแห่งรัฐ รมรงค์ส่งเสริม ปลูกฝังให้ประชาชน เยาวชนทั้งในสถานศึกษา และทั่วไป ให้รักและเห็นความสำคัญของความสะอาด โดยกระทำอย่างต่อเนื่องตลอดไป เน้นกิจกรรมที่หลากหลายรูปแบบ เช่นจัดให้มีกิจกรรมการประกวดแข่งขันห้องน้ำสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยว หรือสถานที่บริการสาธารณะทั่วไปอย่างต่อเนื่อง และต้องปรับปรุงเครื่องสุขภัณฑ์ในห้องน้ำให้มีความทันสมัยตามมาตรฐานสากล และรัฐบาลท้องถิ่นต้องจัดให้มีหน่วยงานรักษาความสะอาด ห้องน้ำในสถานประกอบการท่องเที่ยวและห้องน้ำสาธารณะขึ้นเป็นการเฉพาะ โดยมีพนักงานทำความสะอาดและพนักงานตรวจตราควบคุมดูแลความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดสิบสองปันนาส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวเนื่องจากมาเข้าร่วมประชุม/สัมมนา/มาดูงาน ดังนั้นหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลท้องถิ่น สมาคมการท่องเที่ยวสิบสองปันนา รวมทั้งหน่วยงานภาคเอกชนต่าง ๆ ควรได้ร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีกิจกรรมประชุมสัมมนาระดับสากลหรือการประชุมระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี และจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ศึกษาดูงาน กับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนระหว่างประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง เป็นต้น ตลอดทั้งควรมีการส่งเสริมการลงทุนให้มีการสร้างสถานที่ประชุมขนาดใหญ่ได้มาตรฐานสากลรองรับการประชุมนานาชาติได้

6. ปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง ซึ่งปัญหาข้อนี้สำคัญมาก หากเกิดความไม่ปลอดภัยขึ้นอาจทำให้นักท่องเที่ยวยกเลิกแผนการท่องเที่ยว หรือไม่กลับมาท่องเที่ยวอีก เพราะฉะนั้นรัฐบาลท้องถิ่นต้องให้ความสำคัญแก่นักท่องเที่ยวเป็นกรณีพิเศษ โดยกำหนดเป็นแผนงานโครงการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รมรงค์ป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจร ยวดยานพาหนะบนเส้นทางจราจรของนักท่องเที่ยวเป็นพิเศษ และทำความเข้าใจความร่วมมือกับรัฐบาลระหว่างประเทศได้แก่ประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศลาวกำหนดให้มีหน่วยงานสากลระหว่างประเทศทำหน้าที่ป้องกัน และคุ้มครองดูแลความปลอดภัยร่างกายและทรัพย์สินให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดทั้งกำหนดให้มีการปรับปรุงดูแลรักษาสภาพถนน เส้นทางจราจรทางรถยนต์โดยสาร และเรือโดยสารให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐานสากล

7. ปัญหาด้านอาหารเข้าขาดความหลากหลาย สมาคมการท่องเที่ยวสิบสองปันนาควรมีการจัดฝึกอบรมผู้เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม หรือร้านอาหาร ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือเขตที่นักท่องเที่ยวชอบไปพัก โดยอบรมด้านการสร้างความหลากหลายอาหารเข้า และสุขอนามัย

8. กลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยว (Marketing mix strategies)

ผู้วิจัยเห็นควรนำเสนอกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดสิบสองปันนาดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการ (Product Strategy)

1. จัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อการดูงาน/สัมมนา

การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าที่เดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อการดูงานเข้าร่วมสัมมนา ซึ่งบริษัทนำเที่ยวสิบสองปันนาต้องมีการร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยวสิบสองปันนา สามารถให้บริษัทนำเที่ยวพานักท่องเที่ยวเข้าไปดูงานศึกษาได้ ดังนั้นบริษัทจะได้ร่วมมือกับตัวแทนที่ประเทศไทย ทำโปรแกรมการศึกษาดูงานเสนอให้หน่วยงานรัฐ หรือบริษัทเอกชนประเทศไทยเข้าไปดูงานศึกษาที่สิบสองปันนา

2. การจัดงานเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และชีวิตวัฒนธรรมพื้นถิ่น (Ethnic Tourism)

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีความรู้สึกผูกพันต่อจังหวัดสิบสองปีนนาทางชาติพันธุ์เป็นทุนเดิม การเดินทางไปท่องเที่ยวสิบสองปีนนาเพื่อชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นต้องมีการจัด โปรแกรมท่องเที่ยวให้ตรงกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ ซึ่งมีการจัดรายการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay) โดยจัดให้พักที่หมู่บ้าน กินอาหารท้องถิ่น ชมการแสดงท้องถิ่นอันเป็นการทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสชีวิตวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างใกล้ชิด

3. การจัดงานเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

เป็นการนำ เที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซาบซึ้งกับความงาม ความยิ่งใหญ่หรือความพิศวงของธรรมชาติ ซึ่ง โปรแกรมการท่องเที่ยวนี้จะเป็น โปรแกรมที่แตกต่างจากที่บริษัทนำเที่ยวสิบสองปีนนาทั่วไปใช้อยู่ เพื่อตอบสนองกับนักท่องเที่ยวที่การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการดูบ้านเมือง ธรรมชาติ การค้า วัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งมีเวลาท่องเที่ยว 3 – 4 วัน

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

กลยุทธ์ที่ 1: กำหนดราคาปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม (Discriminatory Pricing)

การกำหนดราคาเช่นนี้หมายความว่า บริษัทกำหนดราคาแบบยืดหยุ่น สามารถปรับโปรแกรม และราคาให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยมีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้เลือกเพิ่มเติม (Options) ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ

กลยุทธ์ที่ 2: กำหนดราคาโปรโมชั่น (Promotional Pricing)

มีการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครอบครัวได้รับส่วนลด 10% หรือช่วง Low Season มีการทำการส่งเสริมการขายด้วยการท่องเที่ยวราคาถูก

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายบิลบอร์ด นิตยสาร อินเทอร์เน็ต ทีวี ไลน์ แผ่นพับ ฯลฯ เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายได้ข้อมูลการท่องเที่ยวสิบสองปีนนาอย่างสะดวก เช่นลงนิตยสารแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นนิตยสารที่ชาวอาเซียนนิยมอ่าน และต้องมีการทำแผ่นพับ วางไว้ที่สนามบิน หรือที่นักท่องเที่ยวหอบหิ้วสะดวก

การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image Building) และกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Sales Promotions) ซึ่งหากเป็นกิจการที่จำหน่ายผ่านช่องทางบริษัทนำเที่ยวตัวแทนที่ประเทศไทย มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายกับบริษัทนำเที่ยว

ตัวแทนที่ประเทศไทย ซึ่งมีการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับตัวแทนขายที่เมืองไทย เช่น มีการเข้างานการ แสดงการท่องเที่ยวไทย งาน Travel expo Thailand Thailand travel mart เป็นต้น ทำให้มี นักท่องเที่ยวรู้จักเรามากขึ้น หรือมีการทำโฆษณาที่สื่อต่าง ๆ ด้วยกันเพื่อการส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

1. การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การจัดให้มีพนักงานขายที่มี ประสิทธิภาพ และชำนาญภาษาไทยไปพบกับหน่วยงานที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มักจะจัดให้การ ประชุมสัมมนา ฐานที่จังหวัดสิบสองปีนนา โดยตรงเพื่อแนะนำโปรแกรม แหล่งท่องเที่ยวแห่ง ใหม่ รายการส่งเสริมการขาย และตอบคำถาม

2. จัดจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนที่ประเทศไทย หรือ (BtoB – Business to Business) บริษัทนำเที่ยวต้องมีตัวแทนขายที่ประเทศไทยเพราะว่านักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไป ท่องเที่ยวสิบสองปีนนานั้น มีความรู้สึกที่ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวที่เมืองไทยมีความน่าเชื่อถือมากกว่า อีกประการหนึ่งการที่มีตัวแทนขายที่ประเทศไทยจะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้นกล่าวคือ สามารถขยายฐานการตลาดได้กว้าง และลักษณะของลูกค้าแตกต่างกันออกไปดังนั้นบริษัทควร สร้างตัวแทนขายที่ประเทศไทยให้มาก จำแนกตามภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคอีสานของ ประเทศไทย

กลยุทธ์ด้านผู้ให้บริการ (People Strategy)

1. จัดมีการฝึกอบรมภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้กับผู้ให้บริการนำเที่ยวและ ผู้ให้บริการที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งบริษัทนำเที่ยวควรเป็นผู้รับผิดชอบการฝึกอบรมให้แก่ผู้ให้ บริการ เช่นมัคคุเทศก์ พนักงาน ฯลฯ นอกจากนี้ควรมีการเพิ่มความรู้ด้านวัฒนธรรมไทยและอบรม ด้านจิตวิทยาการให้บริการให้นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย

2. นำทฤษฎีแรงจูงใจมาใช้ในบริษัท เพื่อกระตุ้นให้พนักงานในบริษัทมีความ กระตือรือร้น และความรับผิดชอบในการทำงาน สุดท้ายตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ชาวไทย เช่นการให้รางวัลแก่มัคคุเทศก์ดีเด่น เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process Strategy)

ควรนำ หลักการ one stop service มาใช้ในการบริการนักท่องเที่ยว คือการบริการ แบบครบวงจรในจุดเดียว อันเป็นการให้บริการสมบูรณ์แบบ จัดการได้ทุกปัญหาให้เสร็จสิ้น สะดวกสบาย รวดเร็วทันใจ ไม่เสียเวลา เช่น

1. รับจองโรงแรม ทุกระดับ ตั้งแต่ 1 – 5 ดาว ทุกเมือง ทั่วโลก (เน้นใจกลางเมือง
เที่ยวสะดวก เดินทางง่าย)
2. รับจองตั๋วเครื่องบินในประเทศจีน อาทิเช่น ตั๋วรถไฟระหว่างมณฑลยูนนานกับ
มณฑลต่างๆในประเทศจีน ทุกเมือง ทั้งที่เป็นแบบเหมาจ่าย 3 – 5 วันหรือแบบจุดต่อจุด แต่ละที่ ตั๋ว
โปรโมชั่นรถไฟแอมเทคตลอดปี
3. รับยื่นวีซ่าประเทศจีนพร้อมให้คำปรึกษาเรื่องปัญหาวีซ่าต่าง ๆ อย่างมั่นใจ
ข้อมูล การกรอก และการเตรียมเอกสารต่าง ๆ
4. รับจองตั๋วเครื่องบินราคาถูก ตั๋วโปรโมชั่นแอมเทคทุกเดือน ทุกสายการบิน จะ
ออกตั๋วเดี่ยว, ตั๋วกรุ๊ป และ Domestic Flightภายในประเทศจีน รวมทั้งตั๋ว LOW COST
5. รับจัดทัวร์เป็นหมู่คณะ/ท่องเที่ยว/ดูงาน และทัศนศึกษาต่าง ๆ และให้
คำแนะนำเส้นทางต่าง ๆ ในประเทศจีน อย่างประหยัด และคุ้มค่าที่สุดให้แก่นักท่องเที่ยว ตามความ
ต้องการ
6. ออกแบบ Package ในการเดินทางทั่วประเทศจีนดำเนินการให้ทุกอย่าง
สะดวก สบาย ไม่เสียเวลา

กลยุทธ์ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation Strategy)

1. บริษัทนำเที่ยวร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยวที่สิบสองปีนา จัดทำป้ายชี้ทาง
ที่สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว
2. จัดทำรายการอาหาร (Menu) เป็นภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษ ตอบสนอง
ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. บริษัทต้องมีการทำ website ของบริษัท โดยมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันครบถ้วน
สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้รวดเร็ว มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เป็น website ที่มีความ
โดดเด่นน่าสนใจ เพื่อเพิ่มความสะดวก ความน่าเชื่อถือให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย อันเป็นการ ดึง
คุณนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวก



ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยในครั้งต่อไป เพื่อให้มีความครอบคลุมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติที่มาท่องเที่ยว จังหวัดสโขงปีนนา สาธารณรัฐประชาชนจีน
2. การวิจัยครั้งต่อไปอาจมุ่งประเด็นไปที่การศึกษาเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและร่วมกับหน่วยงานท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว เพื่อค้นหาจุดเด่น และพัฒนาจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสโขงปีนนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว