

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในจังหวัดเชียงราย” จากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวจำนวน 12 บริษัท ผู้วิจัยได้ประเมินผลวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย โดยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเข้าเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจนำเข้าเที่ยว

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจนำเข้าเที่ยว

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเข้าเที่ยว

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวต่อปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญต่อธุรกิจนำเข้าเที่ยว

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์คำถามปลายเปิดเพื่อสอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวสำหรับปัจจัยสู่ความสำเร็จในธุรกิจนำเข้าเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยว

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเข้าเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 400 คน โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเข้าเที่ยว ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจนำเข้าเที่ยวโดยได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

จากตารางด้านล่าง พบว่า ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการธุรกิจนำเข้าเที่ยวในจังหวัดเชียงรายนั้น พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็น ร้อยละ 52 รองลงมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48 ตามลำดับ โดยมีอายุ

ระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 23.00) รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 19.50) ส่วนนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวอายุมากกว่า 60 ปี (ร้อยละ 10.75)

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
เพศชาย	208	52.00
เพศหญิง	192	48.00
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	60	15.00
21 – 30 ปี	92	23.00
31 – 40 ปี	78	19.50
41 – 50 ปี	63	15.75
51 – 60 ปี	64	16.00
มากกว่า 60 ปี	43	10.75
รวม	400	100.00
3. รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	94	23.50
10,001 – 20,000 บาท	102	25.50
20,001 – 30,000 บาท	100	25.00
มากกว่า 30,000 บาท	104	26.00
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี		
ปริญญาตรี		
ปริญญาโท		
รวม	400	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
ผู้บริหารบริษัทเอกชน	24	6.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	5.75
นักศึกษาปริญญาโทขึ้นไป	23	5.75
พ่อบ้าน, แม่บ้าน	19	4.75
นักเรียน	21	5.25
ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	18	4.50
รวม	400	100.00

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากตาราง 4.1 รายได้ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พบว่ามีรายได้มากกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 26) รองลงมามีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 25.50) ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่น้อยที่สุด (ร้อยละ 23.50) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 48) สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวนั้น เมื่อพิจารณาพบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 22.75) รองลงมาประกอบอาชีพลูกจ้างงานรับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 13.75) และมีเพียง (ร้อยละ 4.50) ของนักท่องเที่ยวเท่านั้นที่ประกอบกิจการส่วนตัว

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์หลักที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยวจำนวนครั้งที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเรียงตามลำดับมากไปน้อย

วัตถุประสงค์หลัก	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อพักผ่อน	125	31.25
เพื่อเยี่ยมญาติ/ครอบครัว/เพื่อน	100	25.00
เพื่อติดต่อธุรกิจ	89	22.25
เพื่อประชุม สัมมนา	86	21.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 เมื่อพิจารณาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวที่มากที่สุดคือเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 31.25) รองลงมาเพื่อเยี่ยมญาติ/ครอบครัวและเพื่อน (ร้อยละ 25.00) ส่วนวัตถุประสงค์หลักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวที่น้อยที่สุดคือเพื่อการประชุม สัมมนา (ร้อยละ 21.50)

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทของการท่องเที่ยว

ประเภทของการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อน หย่อนใจ	83	20.75
ศิลปวัฒนธรรม	68	17.00
จับจ่ายใช้สอย	38	9.50
ผจญภัย ตื่นเต้น ท้าทาย	37	9.25
เสริมความงาม สปา	35	8.75
ธรรมชาติ เชิงนิเวศน์	31	7.75
ศาสนา แสวงบุญ	28	7.00
กีฬา	24	6.00
ธุรกิจ สัมมนา	21	5.25
ชนบทและเกษตร	18	4.50
บันเทิงยามราตรี	17	4.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 เมื่อพิจารณาพบว่า ประเภทของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้บริการหรือตั้งใจจะมาใช้บริการในจังหวัดเชียงรายมากที่สุดคือ พักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 20.75) รองลงมาคือ ศิลปวัฒนธรรม (ร้อยละ 17) ส่วนประเภทที่น้อยที่สุดคือ บ้านเที่ยงยามราตรี (ร้อยละ 4.25)

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

จำนวนครั้งที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
2 ครั้งขึ้นไป	227	56.75
ครั้งแรก	173	43.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 เมื่อพิจารณาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว 2 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 56.75) ในขณะที่นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 43.25) มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเป็นครั้งแรก

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวจังหวัดเชียงราย

บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	123	30.75
บุคคลในครอบครัว	100	25.00
ตนเอง	94	23.50
คู่สมรส	83	20.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 เมื่อพิจารณาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวโดยบุคคลที่มีอิทธิพลคือ เพื่อน มากที่สุด (ร้อยละ 30.75) รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว (ร้อยละ 25) ที่น้อยที่สุดคือคู่สมรส (ร้อยละ 20.75)

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

แหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
จากอินเทอร์เน็ตและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	273	68.25
ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยเดินทางมาก่อน	137	59.25
จากโฆษณาในนิตยสารการท่องเที่ยว	234	58.50
ได้รับการติดต่อจากตัวแทน	222	55.50
จากโฆษณาวิทยุ	173	43.25
งานแสดงสินค้าจากการท่องเที่ยว	167	41.80
จากโฆษณาโทรทัศน์	112	28.00
จากจดหมายตรงถึงนักท่องเที่ยว (Direct Mail)	68	17.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 8 เมื่อพิจารณาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับทราบเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวจากแหล่งข้อมูลคือ ได้รับคำแนะนำจากอินเทอร์เน็ตและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด (ร้อยละ 68.25) รองลงมาคือ ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยเดินทางมาก่อน (ร้อยละ 59.25) แหล่งข้อมูลที่น้อยที่สุด คือจากจดหมายตรงถึงนักท่องเที่ยว (Direct Mail) (ร้อยละ 17)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยว

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยว โดยใช้ปัจจัยทางการตลาด 8 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านความร่วมมือทางธุรกิจ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ความสะอาดสบายของสถานที่พักแรม ยานพาหนะสถานที่รับประทานอาหาร เป็นต้น	3.63	0.69	มาก
2.	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท	3.56	0.71	มาก
3.	ความน่าสนใจของโปรแกรมการนำเที่ยว	3.55	0.67	มาก
4.	มีการให้ประกันความเสียหายให้กับผู้ใช้บริการ	3.43	0.67	ปานกลาง
5.	ความหลากหลายของโปรแกรมการนำเที่ยว	3.42	0.63	ปานกลาง
6.	มีการจัดช่วงและระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสม	3.42	0.75	ปานกลาง
รวม		3.48	0.43	ปานกลาง

จากตาราง 9 เมื่อพิจารณาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะอาดสบายของสถานที่พักแรม,ยานพาหนะ,สถานที่รับประทานอาหาร เป็นต้น นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.63 รองลงมาคือความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ส่วนการจัดช่วงและระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.32

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านราคา

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านราคา	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ราคาค่าบริการเหมาะสมกับฤดูกาลการท่องเที่ยว และตามสภาวะเศรษฐกิจ	3.58	0.62	มาก
2.	ราคาค่าบริการเหมาะสมกับโปรแกรมนำเที่ยวและการบริการ	3.44	0.65	ปานกลาง
3.	ราคาค่าบริการต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ๆ	3.44	0.66	ปานกลาง
4.	มีการรับชำระค่าบริการหลายช่องทาง เช่น เงินสด โอนเงิน และบัตรเครดิต	3.41	0.76	ปานกลาง
รวม		3.47	0.56	ปานกลาง

จากตาราง 10 เมื่อพิจารณาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านราคาโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาบริการเหมาะสมกับฤดูกาลการท่องเที่ยวและตามสภาวะเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.58 รองลงมาคือราคาบริการเหมาะสมกับโปรแกรมนำเที่ยวและการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ส่วนการรับชำระค่าบริการหลายช่องทาง เช่น เงินสด โอนเงินและบัตรเครดิต นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.41

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	สามารถจองโปรแกรมการนำเที่ยวและชำระค่าบริการผ่าน Internet ได้	3.72	0.63	มาก
2.	สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากงานเทศกาลการท่องเที่ยวเช่นงานไทย เที่ยวไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.57	0.58	มาก
3.	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ประกอบการสะดวกในการติดต่อ	3.49	0.73	ปานกลาง
4.	สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวผ่านบริการบัตรเครดิต	3.49	0.71	ปานกลาง
5.	มีจำนวนบริษัทสาขาหรือตัวแทนที่ให้บริการมาก ทำให้สะดวกในการใช้ บริการ	3.57	0.58	มาก
รวม		3.52	0.44	มาก

จากตาราง 11 เมื่อพิจารณาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวสามารถจองโปรแกรมการนำเที่ยวและชำระค่าบริการผ่าน Internet ได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.72 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวสามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากงานเทศกาลการท่องเที่ยวเช่นงานไทยเที่ยวไทย ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนจำนวนบริษัทสาขาหรือตัวแทนที่ให้บริการมาก ทำให้สะดวกในการใช้บริการ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.35

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคาดหวังของ
นักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจ นำเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	มีการให้ของสมนาคุณแก่นักท่องเที่ยว	3.59	0.59	มาก
2.	มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับจากการท่องเที่ยว	3.52	0.60	มาก
3.	มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้จดหมายเชิญชวน	3.51	0.56	มาก
4.	มีการโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต	3.49	0.68	ปานกลาง
5.	มีการโฆษณาผ่านสื่อสารต่าง ๆ ทางโทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.45	0.67	ปานกลาง
6.	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางแสดงสินค้า	3.28	0.65	ปานกลาง
รวม		3.47	0.39	ปานกลาง

จากตาราง 12 เมื่อพิจารณาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว
ด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เมื่อพิจารณาเป็นราย
ข้อพบว่า การให้ของสมนาคุณแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ
การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับจากการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ส่วนการ
ประชาสัมพันธ์ผ่านทางแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับ
ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.28

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคาดหวังของ
นักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านบุคลากร

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้ บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านบุคลากร	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.55	0.65	มาก
2.	พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.54	0.76	มาก
3.	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	3.46	0.59	ปานกลาง
4.	พนักงานมีบุคลิกภาพดี และการแต่งกาย เหมาะสม	3.43	0.60	ปานกลาง
5.	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเองและยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.38	0.58	ปานกลาง
6.	พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.37	0.69	ปานกลาง
รวม		3.45	0.47	ปานกลาง

จากตาราง 13 เมื่อพิจารณาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านบุคลากรโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาคนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.55 รองลงมาคือพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ส่วนพนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.37

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้าน ลักษณะทางกายภาพ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	บริษัทมีสำนักงานถาวร บรรยากาศดี ตกแต่ง ทันสมัย สวยงาม และมี ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.71	0.65	มาก
2.	เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลด้านการบริการหรือด้าน คุณภาพ	3.65	0.62	มาก
3.	เครื่องแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสม	3.62	0.59	มาก
4.	รถที่ให้บริการนำเที่ยวมีความปลอดภัย ทันสมัยและสะดวกสบาย	3.52	0.76	มาก
รวม		3.62	0.42	มาก

จากตาราง 14 เมื่อพิจารณาพบว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บริษัทมีสำนักงานถาวร บรรยากาศดี ตกแต่งทันสมัย สวยงามและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.71 รองลงมาเป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลด้านการบริการหรือด้านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนรถที่ให้บริการนำเที่ยวมีความปลอดภัย ทันสมัยและสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.52

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้	3.62	0.64	มาก
2.	มีการให้บริการที่มีคุณภาพและใส่ใจในความ ต้องการของลูกค้า	3.60	0.69	มาก
3.	ความตรงต่อเวลาของผู้ให้บริการ	3.58	0.70	มาก
4.	มีระบบการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	3.58	0.67	มาก
5.	มีความปลอดภัยของสถานที่พักแรม และยานพาหนะ	3.53	0.62	มาก
รวม		3.57	0.49	มาก

จากตาราง 15 เมื่อพิจารณาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.62 รองลงมาคือข้อมีการให้บริการที่มีคุณภาพและใส่ใจในความ ต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ส่วนความปลอดภัยของสถานที่พักแรมและยานพาหนะ มีค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุดเท่ากับ 3.53

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพและเป็นมิตร	3.64	0.66	มาก
2.	บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจเช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ จัดเตรียม โปรแกรมนำเที่ยวและการ ให้บริการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า	3.46	0.63	ปาน กลาง
3.	ลูกค้าใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ได้อย่างสะดวก	3.42	0.62	ปาน กลาง
รวม		3.51	0.46	มาก

จากตาราง 16 เมื่อพิจารณาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความร่วมมือทางธุรกิจโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าบริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ จะให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.64 รองลงมาคือคาดหวังว่าบริษัทนำเที่ยวและพันธมิตร เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ จะร่วมกันจัดเตรียมโปรแกรมนำเที่ยวและการให้บริการตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะให้บริการจากบริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ได้อย่างสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.42

ตาราง 17 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว โดยรวมเรียงจากมากไปน้อย

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว โดยรวม	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1	ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.62	0.42	มาก
2	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.57	0.49	มาก
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.52	0.44	มาก
4	ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ	3.51	0.46	มาก
5	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.48	0.43	ปานกลาง
6	ด้านราคา	3.47	0.56	ปานกลาง
7	ด้านส่งเสริมการตลาด	3.47	0.36	ปานกลาง
8	ด้านบุคลากร	3.45	0.47	ปานกลาง
รวม		3.51	0.27	มาก

จากตาราง 17 เมื่อพิจารณาสรุปความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว โดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุดเป็นอันดับแรกมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.62 อันดับที่ 2 คือด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 อันดับ ที่ 3 คือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และอันดับที่ 4 คือด้าน

ความร่วมมือทางธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ตามลำดับ ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังก่อนการให้บริการธุรกิจนำเที่ยวน้อยที่สุดคือด้านบุคลากร โดยอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.45 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจนำเที่ยว

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยว โดยใช้ปัจจัยทางการตลาด 8 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านความร่วมมือทางธุรกิจ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	($\bar{X}$)	S.D	ระดับ
1.	ความสะอาดสบายของสถานที่พักผ่อน ยานพาหนะ สถานที่รับประทานอาหาร เป็นต้น	3.61	0.62	มาก
2.	มีการให้ประกันความเสียหายให้กับผู้ใช้บริการ	3.57	0.65	มาก
3.	ความน่าสนใจของโปรแกรมนำเที่ยว	3.54	0.67	มาก
4.	ความหลากหลายของโปรแกรมการนำเที่ยว	3.53	0.62	มาก
5.	มีการจัดช่วงและระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสม	3.45	0.61	ปานกลาง
6.	ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท	3.41	0.55	ปานกลาง
รวม		3.52	0.38	มาก

จากตาราง 18 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความสะอาดสบายของสถานที่พักผ่อน, ยานพาหนะ, สถานที่รับประทานอาหาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.61 รองลงมาคือการให้ประกันความเสียหายให้กับผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ส่วนความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.41

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านราคา

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านราคา	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ราคาค่าบริการเหมาะสมกับฤดูกาลการท่องเที่ยวและตามสภาวะเศรษฐกิจ	3.64	0.61	มาก
2.	ราคาค่าบริการเหมาะสมกับโปรแกรมนำเที่ยวและการบริการ	3.54	0.72	มาก
3.	ราคาค่าบริการต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ๆ	3.54	0.69	มาก
4.	มีการรับชำระค่าบริการหลายช่องทาง เช่น เงินสด โอนเงิน และบัตรเครดิต	3.46	0.76	ปานกลาง
รวม		3.53	0.43	มาก

จากตาราง 19 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านราคาโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาค่าบริการเหมาะสมกับฤดูกาลการท่องเที่ยวและตามสภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.64 รองลงมาข้อราคาค่าบริการเหมาะสมกับโปรแกรมนำเที่ยวและการบริการและข้อราคาค่าบริการต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ส่วนการรับชำระค่าบริการช่องทาง เช่น เงินสด โอนเงินและบัตรเครดิต นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.46

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	สามารถจองโปรแกรมการนำเที่ยวและชำระค่าบริการผ่านอินเทอร์เน็ตได้	3.60	0.60	มาก
2.	สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากงานเทศกาลการท่องเที่ยวเช่นงานไทยเที่ยวไทยของ ททท	3.59	0.65	มาก
3.	ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการสะดวกในการติดต่อ	3.54	0.65	มาก

ตาราง 20 (ต่อ)

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
4.	มีจำนวนบริษัทสาขาหรือตัวแทนที่ให้บริการมาก ทำให้สะดวกในการใช้บริการ	3.48	0.65	ปานกลาง
5.	สามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวผ่านบริการบัตรเครดิต	3.47	0.67	ปานกลาง
รวม		3.54	0.47	มาก

จากตาราง 20 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สามารถจองโปรแกรมการนำเที่ยวและชำระค่าบริการผ่านอินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.60 รองลงมาคือข้อสามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากงานเทศกาลการท่องเที่ยวเช่นงานไทยเที่ยวไทยของ ททท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ส่วนการสามารถซื้อโปรแกรมนำเที่ยวผ่านบริการบัตรเครดิต นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.47

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้จดหมายเชิญชวน	3.69	0.66	มาก
2.	มีการโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต	3.52	0.59	มาก
3.	มีการให้ของสมนาคุณแก่นักท่องเที่ยว	3.51	0.55	มาก
4.	มีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับจากการท่องเที่ยว	3.51	0.63	มาก
5.	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	3.41	0.68	ปานกลาง
6.	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง การแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว	3.41	0.58	ปานกลาง
รวม		3.51	0.39	มาก

จากตาราง 21 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การประชาสัมพันธ์โดยการใช้จ่ายหมายเชิญชวน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.69 รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ส่วนการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง การแสดงสินค้าทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.41

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านบุคลากร

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านบุคลากร	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.58	0.53	มาก
2.	พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.53	0.61	มาก
3.	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเองและยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.46	0.57	ปานกลาง
4.	พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	3.44	0.65	ปานกลาง
5.	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.34	0.60	ปานกลาง
6.	พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม	3.31	0.69	ปานกลาง
รวม		3.44	0.35	ปานกลาง

จากตาราง 22 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านบุคลากรโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.58 รองลงมาคือข้อพนักงานมีความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ส่วน พนักงานมีบุคลิกภาพดีและการแต่งกายเหมาะสม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปาน กลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.31



ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพ

ลำดับ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจ นำเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	เครื่องแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสม	3.59	0.70	มาก
2.	บริษัทมีสำนักงานถาวร บรรยากาศดี ตกแต่งทันสมัย สวยงามและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.58	0.67	มาก
3.	รถที่ให้พนักงานนำเที่ยวมีความปลอดภัย ทันสมัยและ สะอาดสวยงาม	3.36	0.66	ปานกลาง
4.	เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลด้านการบริการหรือด้านคุณภาพ	3.30	0.67	ปานกลาง
รวม		3.46	0.49	ปานกลาง

จากตาราง 23 เมื่อพิจารณาพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำ
เที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเครื่องแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสม นักท่องเที่ยวมีความพึง
พอใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือบริษัทมีสำนักงานถาวร บรรยากาศ
ดี ตกแต่งทันสมัยสวยงามและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ส่วนการเป็น
บริษัทที่ได้รับรางวัลด้านการบริการหรือด้านคุณภาพ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปาน
กลางมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.30

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการ ธุรกิจนำเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	3.62	0.64	มาก
2.	มีการให้บริการที่มีคุณภาพและใส่ใจในความ ต้องการของลูกค้า	3.60	0.69	มาก
3.	ความตรงต่อเวลาของผู้ให้บริการ	3.58	0.70	มาก
4.	มีระบบการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	3.58	0.67	มาก
5.	มีความปลอดภัยของสถานที่พักแรมและยานพาหนะ	3.53	0.62	มาก
รวม		3.58	0.42	มาก

จากตาราง 24 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.62 รองลงมาคือการให้บริการที่มีคุณภาพและใส่ใจในความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ส่วนความปลอดภัยของสถานที่พักผ่อนและยานพาหนะ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.53 ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านร่วมมือทางธุรกิจ

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพและเป็นมิตร	3.60	0.66	มาก
2.	บริษัทนำเที่ยวและพันธมิตร เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ จัดเตรียมโปรแกรมนำเที่ยว และการให้บริการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.50	0.66	ปานกลาง
3.	ลูกค้าใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวและพันธมิตร ทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ได้อย่างสะดวก	3.45	0.61	ปานกลาง
รวม		3.52	0.44	มาก

จากตาราง 25 เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้ บริการธุรกิจนำเที่ยว ด้านความร่วมมือทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าบริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.60 รองลงมาคือบริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรเช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ จัดเตรียมโปรแกรมนำเที่ยวและการให้บริการตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ส่วนลูกค้าใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวและพันธมิตรทางธุรกิจเช่น โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ได้อย่างสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.45

ตาราง 26 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวโดยรวม เรียงตามลำดับมากไปน้อย

ลำดับ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้ บริการธุรกิจนำเที่ยว โดยรวม	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.58	0.46	มาก
2	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.54	0.47	มาก
3	ด้านราคา	3.53	0.43	มาก
4	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.52	0.38	มาก
5	ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ	3.52	0.44	มาก
6	ด้านส่งเสริมการตลาด	3.51	0.39	มาก
7	ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.46	0.49	ปานกลาง
8	ด้านบุคลากร	3.44	0.35	ปานกลาง
รวม		3.51	0.25	มาก

จากตาราง 26 เมื่อพิจารณาสรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำ
เที่ยว โดยรวมในทุก ๆ ด้านนั้นพบว่าอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เมื่อพิจารณาเป็นราย
ด้านพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการมาเป็นอันดับ 1 โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.58 อันดับ 2 คือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อันดับ
3 คือด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และอันดับ 4 คือด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.52 ตามลำดับ ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวน้อย
ที่สุด คือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ตาราง 27 แสดงการเปรียบเทียบความความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการ
ธุรกิจนำเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว
โดยรวม

ความคาดหวังของ นักท่องเที่ยว		ด้าน	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว		
ค่าเฉลี่ย	ระดับ		ค่าเฉลี่ย	ระดับ	หมายเหตุ
3.57	มาก	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.58	มาก	มีความพึงพอใจ
3.51	มาก	ด้านความร่วมมือและธุรกิจ	3.52	มาก	มากเท่าที่คาดหวัง
3.52	มาก	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.54	มาก	

ตาราง 27 (ต่อ)

ความคาดหวังของ นักท่องเที่ยว			ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว		
ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ด้าน	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	หมายเหตุ
3.48	ปานกลาง	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.52	มาก	มีความพึงพอใจ
3.47	ปานกลาง	ด้านราคา	3.53	มาก	มากกว่าที่ คาดหวัง
3.47	ปานกลาง	ด้านส่งเสริมการตลาด	3.50	มาก	มีความพึงพอใจ เท่าที่คาดหวัง
3.62	มาก	ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.46	ปานกลาง	มีความพึงพอใจ
3.45	ปานกลาง	ด้านบุคลากร	3.44	ปานกลาง	น้อยกว่าที่ คาดหวัง
3.51	มาก	รวม	3.51	มาก	

จากตาราง 27 เมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบความความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ก่อนใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวโดยรวม พบว่า มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.51 แต่เมื่อพิจารณา เป็นรายด้านแล้วพบว่าหลังการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก 6 ด้าน จากทั้งหมด 8 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านส่งเสริมการตลาด, ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านความร่วมมือทางธุรกิจ ซึ่งใน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ, ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ มากกว่าความคาดหวัง ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวนมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับปาน กลางคือด้านบุคลากร และเป็นที่น่าสังเกตว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังก่อนการใช้บริการธุรกิจ นำเที่ยวในด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก แต่หลังจากได้รับบริการแล้วนักท่องเที่ยวนมีความ พึงพอใจเพียงแค่ระดับปานกลางเท่านั้น

ตาราง 28 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความพึงพอใจในการใช้
บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

สรุปความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจ	353	88.25
ไม่พึงพอใจ	28	7.00
ไม่แน่ใจ	19	4.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 28 เมื่อพิจารณาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้
บริการธุรกิจนำเที่ยวในครั้งนี้ มีมากถึงร้อยละ 88.25 และมีนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจเพียงแค่ร้อยละ
7 ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตาราง 29 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการกลับมาท่องเที่ยวใน
เชียงรายและจะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวนี้อีกในอนาคต

การกลับมาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว	325	81.25
ไม่กลับมาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว	28	7.00
ไม่แน่ใจ	47	11.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 29 เมื่อพิจารณาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงรายและใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในอนาคต มากถึงร้อยละ 81.25 และ
จำนวน นักท่องเที่ยวที่ไม่กลับมาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีเพียงร้อยละ 7 ส่วน
จำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 11.75

ตาราง 30 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการแนะนำให้มาใช้บริการที่บริษัทนำเที่ยวที่ใช้บริการในจังหวัดเชียงราย

การแนะนำให้มาใช้บริการที่บริษัทนำเที่ยวที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	372	93.00
ไม่แนะนำ	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 30 เมื่อพิจารณาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะแนะนำให้มาใช้บริการที่บริษัทนำเที่ยวที่ใช้บริการในจังหวัดเชียงราย มากที่สุดถึงร้อยละ 93 ส่วนนักท่องเที่ยวที่จะไม่แนะนำมีเพียงแค่ร้อยละ 7 เท่านั้น

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 12 บริษัท โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเที่ยว ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่อปัจจัยทางการตลาดส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของธุรกิจนำเที่ยว จะสำรวจในด้านรูปแบบของกิจการระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ จำนวนทุนจดทะเบียนเริ่มต้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจจำนวนลูกค้าคิดเป็นร้อยละเท่าใดของนักท่องเที่ยวในตลาดจังหวัดเชียงราย และอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจนำเที่ยวจำแนกตามข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเที่ยว

ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งสูงสุดในกิจการ		
เจ้าของกิจการ	5	41.67
กรรมการผู้จัดการ	7	58.33
รวม	12	100.00

ตาราง 31 (ต่อ)

ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบของธุรกิจ		
เจ้าของคนเดียว	5	41.67
บริษัทจำกัด	7	58.33
รวม	12	100.00
ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ		
1 – 5 ปี	4	33.33
6 – 10 ปี	6	50.00
11 – 15 ปี	2	16.67
รวม	12	100.00
จำนวนทุนจดทะเบียนเริ่มต้น/ทุนเริ่มต้น		
1,000,000 – 2,000,000 บาท	2	16.67
2,000,000 – 3,000,000 บาท	7	58.33
มากกว่า 3,000,000 บาท	3	25.00
รวม	12	100.00
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ		
หน่วยงานราชการ อาทิ เช่น อบต.อบจ.	2	16.67
สถาบันการศึกษา	2	16.67
บริษัทเอกชน	4	33.33
โรงแรม	3	25.00
ร้านอาหาร	1	8.33
ธนาคาร	0	0.00
รวม	12	100.00
จำนวนลูกค้าของบริษัทคิดเป็นร้อยละเท่าใดของนักท่องเที่ยว		
ในตลาดจังหวัดเชียงราย		
1 – 5%	4	33.33
6 – 10%	5	41.67
มากกว่า 10%	3	25.00
รวม	12	100.00
อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย		
1 – 5 %	6	50.00
6 – 10%	6	50.00
รวม	12	100.00

จากตาราง 31 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวสามารถจำแนกตามข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจนำเที่ยว ดังนี้

ตำแหน่งสูงสุดในกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 41.67

รูปแบบของธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 41.67

ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่พบว่า มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจระหว่าง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.33 ส่วนธุรกิจนำเที่ยวที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจระหว่าง 11 – 15 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.67

จำนวนทุนจดทะเบียนเริ่มต้น/ทุนเริ่มต้นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่พบว่า มีจำนวนทุนจดทะเบียนเริ่มต้นระหว่าง 2,000,000 – 3,000,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือมากกว่า 3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25 และระหว่าง 1,000,000-2,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละเพียง 16.67

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่พบว่า เป็นบริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือสถาบันการศึกษา และหน่วยงานราชการ เช่น อบต.อบจ. คิดเป็นร้อยละ 16.67

การเข้าร่วมเครือข่าย/พันธมิตรของธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่พบว่า เป็นโรงแรม มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ สายการบิน และสมาคมการท่องเที่ยวคิดเป็น ร้อยละ 16.67 และธุรกิจนำเที่ยวไม่ได้เข้าร่วมเครือข่าย/พันธมิตรกับการท่องเที่ยวกับธนาคาร

จำนวนลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวคิดเป็นร้อยละเท่าใดของนักท่องเที่ยวในตลาดจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่พบว่า มีจำนวนลูกค้าร้อยละ 6-10% มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ 1-5% คิดเป็นร้อยละ 33.33 และที่น้อยที่สุดคือมีจำนวนลูกค้ามากกว่า 10% คิดเป็นร้อยละ 25

อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่พบว่า มีอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายร้อยละ 1-5% คิดเป็นร้อยละ 50 และอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย 6-10% คิดเป็นร้อยละ 50 เช่นกัน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่อปัจจัยทางการตลาด

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีบทบาทในการสร้างความสำเร็จแก่ธุรกิจนำเที่ยว โดยบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย 12 บริษัท ได้ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

ตาราง 32 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ธุรกิจให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง	4.75	0.45	มากที่สุด
2.	ธุรกิจมุ่งเน้นการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า	4.50	0.52	มาก
3.	ธุรกิจให้ความสำคัญกับความชัดเจนในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ	4.25	0.45	มาก
4.	ธุรกิจเชื่อมั่นว่าสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์	4.17	0.72	มาก
5.	ธุรกิจให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเหมาะสม	3.92	0.67	มาก
รวม		4.32	0.34	มาก

จากตาราง 32 เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.75 รองลงมาคือข้อธุรกิจมุ่งเน้นการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ส่วนการให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเหมาะสม ผู้ประกอบมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์น้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ตาราง 33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการ
ธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์ให้มีหลายราคาได้เลือก	4.75	0.45	มากที่สุด
2.	ธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์ให้มีราคาเท่ากับบริษัททัวร์อื่น ๆ	4.58	0.52	มากที่สุด
3.	ธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์ให้มีราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ	4.50	0.67	มาก
4.	ธุรกิจให้เงื่อนไขการชำระค่าบริการโดยให้มีการแบ่งจ่ายหรือชำระเป็นงวด	4.33	0.78	มาก
5.	ธุรกิจตั้งราคาค่าบริการเหมาะสมตามฤดูกาลการท่องเที่ยวและตาม สภาวะเศรษฐกิจ	3.92	0.67	มาก
6.	ธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์สูงกว่าบริษัททัวร์อื่น ๆ (บริการโรงแรม, อาหาร ระดับสูง)	1.67	0.49	น้อย
รวม		3.96	0.30	มาก

จากตาราง 33 เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์ให้มีหลายราคาให้ลูกค้าได้เลือกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.75 รองลงมาคือข้อธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์ให้มีราคาเท่ากับบริษัททัวร์อื่น ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ส่วนธุรกิจตั้งราคาโปรแกรมทัวร์สูงกว่าบริษัททัวร์อื่น ๆ (บริการโรงแรม, อาหาร ระดับสูง) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ด้านราคาน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเพียง 1.67

ตาราง 34 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการ
ธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านพนักงานขาย	4.67	0.65	มากที่สุด
2.	ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านอินเทอร์เน็ต	4.17	0.83	มาก
3.	ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านงานนิทรรศการเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว	4.00	0.74	มาก
4.	ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านตัวแทนขาย	3.92	1.16	มาก

ตาราง 34 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
5.	ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์ผ่านบูธของบริษัทท่องเที่ยว	3.92	0.67	มาก
6.	ธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านบัตรเครดิต	3.75	0.62	มาก
รวม		4.07	0.31	มาก

จากตาราง 34 เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านพนักงานขายอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาคือข้อธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนธุรกิจมีการขายโปรแกรมทัวร์โดยผ่านบริการบัตรเครดิต ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ธุรกิจส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย เช่น การ ลด แลก แจก แถม โปรแกรมทัวร์ต่าง ๆ	4.50	0.52	มาก
2.	ธุรกิจส่งเสริมการตลาดโดยใช้การโฆษณาเช่น นิตยสารท่องเที่ยว โฆษณาทีวี วิทยุ	4.42	0.67	มาก
3.	ธุรกิจมีการแสดงความขอบคุณลูกค้าเสมอ เช่น ส่งการ์ด อวยพระ, กระเช้าของขวัญ, โทรศัพท์ขอบคุณ	4.25	0.87	มาก
4.	ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ องค์กร เช่น การเข้าร่วมโครงการเพื่อช่วยเหลือสังคม	4.00	0.60	มาก
5.	ธุรกิจส่งเสริมการตลาด โดยการขายโดยบุคคลคือมีพนักงานขาย	3.67	0.78	มาก
รวม		4.17	0.27	มาก

จากตาราง 35 เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขายเช่น การลด แลก แจก แถม โปรแกรมหักร์ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือข้อธุรกิจส่งเสริมการตลาดโดยใช้การโฆษณาเช่น นิตยสารท่องเที่ยว โฆษณา ทีวี วิทย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ส่วนที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุดคือ ธุรกิจส่งเสริมการตลาด โดยการขายโดยบุคคลคือมีพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านบุคลากร

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด ด้านบุคลากร	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	บุคลากรของธุรกิจเข้าใจความต้องการของลูกค้าและมีเทคนิคการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ	4.08	0.67	มาก
2.	บุคลากรของธุรกิจเน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	3.83	0.58	มาก
3.	ธุรกิจเน้นบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญ	3.58	0.79	มาก
4.	บุคลากรของธุรกิจเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า	3.58	0.79	มาก
5.	ธุรกิจสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ	3.50	0.90	ปานกลาง
รวม		3.72	0.64	มาก

จากตาราง 36 เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าบุคลากรของธุรกิจเข้าใจความต้องการของลูกค้าและมีเทคนิคการให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.08 รองลงมาคือ บุคลากรของธุรกิจเน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ส่วนธุรกิจสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.50

ตาราง 37 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ธุรกิจเน้นคุณภาพของรถที่ให้บริการนำเที่ยว ให้มีความปลอดภัยทันสมัย และสะดวกสบาย	4.67	0.65	มากที่สุด
2.	ธุรกิจมีการตกแต่งสำนักงานให้มีความสวยงาม สะดวกสบายในการเข้ามาติดต่อ	4.00	0.60	มาก
3.	ธุรกิจปรับปรุงความทันสมัยของอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการสม่ำเสมอ	3.83	0.58	มาก
4.	ธุรกิจเน้นความสำคัญของเครื่องกายพนักงานให้มีความเหมาะสม	3.83	0.72	มาก
5.	ธุรกิจจัดเตรียมความพร้อมของเอกสาร, แผ่นพับ, แผนที่และเอกสารอื่น ๆ ที่ใช้แจกลูกค้า	3.75	0.75	มาก
รวม		4.02	0.49	มาก

จากตาราง 37 เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าธุรกิจเน้นคุณภาพของรถที่ให้บริการนำเที่ยวให้มีความปลอดภัย ทันสมัย และสะดวกสบายอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.65 รองลงมาคือธุรกิจมีการตกแต่งสำนักงานให้มีความสวยงาม สะดวกสบายในการเข้ามาติดต่อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนธุรกิจจัดเตรียมความพร้อมของเอกสารแผ่นพับ, แผนที่และเอกสารอื่น ๆ ที่ใช้แจกลูกค้า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ตาราง 38 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ธุรกิจมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	4.67	0.65	มากที่สุด
2.	ธุรกิจมีการให้บริการด้านสถานที่พักแรม และยานพาหนะอย่างปลอดภัย	4.33	0.65	มาก
3.	ธุรกิจมีระบบการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	4.17	0.72	มาก
4.	ธุรกิจมีการให้บริการที่มีคุณภาพและใส่ใจในความต้องการของลูกค้า	4.08	0.90	มาก
5.	ธุรกิจมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการต่อลูกค้า	3.75	0.97	มาก
รวม		4.20	0.34	มาก

จากตาราง 38 เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้ามีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำและเชื่อถือได้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.67 รองลงมาคือธุรกิจมีการให้บริการด้านสถานที่พักแรมและยานพาหนะอย่างปลอดภัยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ส่วนธุรกิจมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการต่อลูกค้า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้ามีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75



ตาราง 39 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น
ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านความร่วมมือ
ทางธุรกิจ

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ธุรกิจให้ความสำคัญมีพันธมิตรทางธุรกิจที่น่าเชื่อถือ	4.42	0.90	มาก
2.	ธุรกิจมีการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อ ลูกค้า ทั้งด้านอุปสงค์ (Demand) อาทิ เช่น กลุ่มลูกค้า การ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมท่องเที่ยว และด้าน อุปทาน(Supply) อาทิเช่น โรงแรม สายการบินธนาคาร ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ฯลฯ	4.42	0.67	มาก
3.	ธุรกิจให้ความสำคัญในการเป็นสมาชิกสมาคมการ ท่องเที่ยวหรือการร่วมกลุ่มการสร้างพันธมิตรใหม่	4.25	0.87	มาก
รวม		4.36	0.64	มาก

จากตาราง 39 เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อ
ปัจจัยทางการตลาดด้านความร่วมมือทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจให้ความสำคัญมีพันธมิตรทางธุรกิจที่น่าเชื่อถือและธุรกิจ
มีการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าทั้งด้านอุปสงค์ (Demand) อาทิเช่น กลุ่ม
ลูกค้า, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมท่องเที่ยว และด้านอุปทาน (Supply) อาทิเช่น
โรงแรม สายการบิน ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.42
รองลงมาคือธุรกิจให้ความสำคัญในการเป็นสมาชิกสมาคมท่องเที่ยวหรือการร่วมกลุ่มการสร้าง
พันธมิตรใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ

ตาราง 40 แสดงสรุปความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว โดยรวม

ลำดับ	ปัจจัยทางการตลาด	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ
1.	ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ	4.36	0.64	มาก
2.	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.32	0.34	มาก
3.	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.20	0.34	มาก
4.	ด้านส่งเสริมการตลาด	4.17	0.27	มาก
5.	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.07	0.31	มาก
6.	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.02	0.49	มาก
7.	ด้านราคา	3.96	0.30	มาก
8.	ด้านบุคลากร	3.72	0.64	มาก
รวม		4.08	0.21	มาก

จากตาราง 40 เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านความร่วมมือทางธุรกิจมาเป็นอันดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.36 อันดับที่ 2 คือด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และอันดับที่ 3 คือด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้ความสำคัญในด้านบุคลากรน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่าเท่า 3.72

ผลการวิเคราะห์คำถามปลายเปิดเพื่อสอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวสำหรับปัจจัยสู่ความสำเร็จในธุรกิจนำเที่ยว

หลังจากได้ประมวลผลการสำรวจนักท่องเที่ยวแล้ว ผู้วิจัยได้สอบถามเพิ่มเติมไปยัง 6 บริษัท ซึ่งได้แก่ เชียงรายฟาร์อีสท์เทอร์นทัวริซึม พันธุ์จินดาบริการ (พีดีทัวร์) ท็อปนอร์ททัวร์ แอนด์เซอร์วิส เชียงราย เทรเวลแอนด์เซอร์วิส พีพีทราเวลเอเจนซี และจตุรพรทัวร์ เกี่ยวกับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากทั้ง 6 บริษัทมีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีผลประกอบการเป็นกำไรสุทธิมากกว่าร้อยละ 5 และเป็น

สมาชิกศูนย์บริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย (สมาคมท่องเที่ยวเชียงราย) ซึ่งทำให้มีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนรวมทั้งมีเว็บไซต์เป็นของตนเองจึงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

จากการสอบถามเพิ่มเติมผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจนำเที่ยวว่า บริษัทนำเที่ยวจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดทุก ๆ ด้านเมื่อดำเนินธุรกิจ แต่จากประสบการณ์แล้วประเด็นที่บริษัทนำเที่ยวให้ความสำคัญและเน้นย้ำมากกว่าประเด็นอื่น ๆ ได้แก่

1. ด้านกระบวนการให้บริการ โดยธุรกิจนำเที่ยวนั้นเรื่องการให้บริการด้วยความแม่นยำและใส่ใจความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกสินค้าและบริการในการจัดรายการนำเที่ยวนั้นก็จะมุ่งเน้นความปลอดภัยของสถานที่พักแรมและยานพาหนะ โดยมีการตรวจตรายานพาหนะทุกวัน

2. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่จะเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ โดยเน้นที่ความน่าสนใจและความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยว มีการจัดช่วงระยะเวลาในการเดินทางที่เหมาะสมตามฤดูกาล ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธุรกิจก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

3. ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ ธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่เน้นการสร้างพันธมิตรที่ดี เหนียวแน่นและไว้วางใจได้ ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ส่วนสถานที่พักแรมจะเลือกเฉพาะที่พักแรมขนาด 4 ดาวขึ้นไปที่เป็นพันธมิตรเท่านั้น เนื่องจากสามารถไว้วางใจได้ว่านักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวจะได้รับบริการที่มีคุณภาพ มีความพึงพอใจสูงสุดและกลับมาใช้บริการอีก

โดยสรุปจากการสอบถามเพิ่มเติมผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่ประสบความสำเร็จทั้ง 6 บริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดใน 3 ด้าน คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านความร่วมมือทางธุรกิจ เนื่องจากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเห็นว่าปัจจัยทางการตลาดทั้ง 3 ด้าน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมากที่สุด