

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง จากนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย ที่เคยท่องเที่ยว ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) แบ่งนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ ออกเป็น 4 ชั้นปี ปีที่ 1, 2, 3 และ 4 เก็บตัวอย่างชั้นปีละ 50 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้คือค่าความถี่ และร้อยละ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-22 ปี มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3,000 บาท ที่มาของรายได้มาจากผู้ปกครอง

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย

##### จังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี แหล่งท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่นิยมไปมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก และอุทยานแห่งชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไปอยู่ในจังหวัดเชียงรายมากที่สุด และแหล่งท่องเที่ยวที่อยากไปเที่ยวในระยะเวลา 1 ปีข้างหน้าเมื่อมีความพร้อม คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ภูมิภาคของแหล่งท่องเที่ยวที่อยากไปมากที่สุดคือ ภาคใต้ จุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวไปกับเพื่อนหรือไปเป็นหมู่คณะ ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว แต่มีความสนใจใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ส่วนผู้ที่เคยใช้

บริการของบริษัทนำเที่ยวมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากสะดวกสบายและไม่ต้องจัดการเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง เช่น เรื่องที่พัก โดยปัจจัยในการเลือกบริษัทนำเที่ยว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ความน่าสนใจของโปรแกรมการท่องเที่ยว อันดับ 2 ได้แก่ ความน่าสนใจของโปรแกรมการท่องเที่ยว เช่นกัน และอันดับ 3 การให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงาน

ในด้านการเดินทางไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางในวันหยุดช่วงปิดภาคเรียน ระยะเวลา 3-4 วัน ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง 1,000-3,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายมากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ค่าพาหนะ อันดับ 2 ได้แก่ ค่าที่พัก และอันดับ 3 ได้แก่ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ในการเดินทางส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนตัว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวได้จากเพื่อนคนรู้จัก มากเป็นอันดับ 1 อันดับ 2 ได้จากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และอันดับ 3 จากนิตยสาร และวารสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ด้านที่พักส่วนใหญ่จะพักตามบ้านญาติ บ้านเพื่อน ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก อันดับ 1 ได้แก่ ความปลอดภัย อันดับ 2 ได้แก่ ความสะอาด และสะดวกสบาย และอันดับ 3 ได้แก่ ทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักศึกษาศาสน์นราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา และรายได้ต่อเดือน**

### 3.1 ข้อมูลพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักศึกษาศาสน์นราชภัฏเชียงราย

จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก และอุทยานแห่งชาติมากที่สุด สำหรับในระยะเวลา 1 ปีข้างหน้าเมื่อมีความพร้อมด้านเวลาและค่าใช้จ่าย สถานที่ที่ทั้งเพศชาย และ เพศหญิงอยากไปมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รองลงมาอยากไปแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อความสนุกสนานและบันเทิง นอกจากนี้ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 1,000-3,000 บาท รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 3,001-5,000 บาท และพักตามบ้านญาติ บ้านเพื่อนมากที่สุด รองลงมาพักโรงแรม รีสอร์ท

### 3.2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา

สถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกชั้นปี นิยมไปมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก และอุทยานแห่งชาติ รองลงมานิยมไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์หรือบันเทิง สำหรับในระยะเวลา 1 ปีข้างหน้าเมื่อมีความพร้อมด้านเวลาและค่าใช้จ่าย ทุกชั้นปีอยากไปแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รองลงมาได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรม ยกเว้นชั้นปีที่ 2 ที่ต้องการไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์หรือบันเทิง ทุกชั้นปีมีจุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด รองลงมาเพื่อความสนุกสนานและบันเทิง ยกเว้นชั้นปีที่ 4 ที่มีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์หรือหาเพื่อนใหม่ นอกจากนี้ทุกชั้นปีมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง จำนวน 1,000-3,000 บาท มากที่สุด รองลงมามีค่าใช้จ่าย 3,001-5,000 บาท ต่อครั้ง ยกเว้นชั้นปีที่ 3 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 5,000 บาท และทุกชั้นปีพักตามบ้านญาติ หรือบ้านเพื่อนมากที่สุด รองลงมาพักโรงแรม รีสอร์ท

### 3.2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทุกระดับ นิยมไปแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มากที่สุด รองลงมานิยมไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์หรือบันเทิง แหล่งท่องเที่ยวที่อยากไปในระยะเวลา 1 ปีข้างหน้า เมื่อมีความพร้อมด้านเวลาและค่าใช้จ่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้อยากไปแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด โดยแหล่งท่องเที่ยวที่อยากจะไปรองลงมาได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมสำหรับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์หรือบันเทิง โดยทุกกลุ่มรายได้มีจุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด รองลงมาเพื่อความสนุกสนานและบันเทิง สำหรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งของทุกกลุ่มรายได้พบมากที่สุดอยู่ระหว่าง 1,000-3,000 บาท รองลงมา 3,001- 5,000 บาท ส่วนเรื่องที่พัก กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท จะพักตามบ้านญาติ บ้านเพื่อนมากที่สุด ขณะที่กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป พักตามโรงแรม รีสอร์ท มากที่สุด

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย สามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายผลตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและวรรณกรรมที่ได้ทบทวน

โดยตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539) จะใช้การตั้งคำถาม 7 ข้อ (6 W และ 1 H) ซึ่งเป็นคำถามที่จะช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบตลาดเป้าหมาย (Target market) หรือลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ว่าเป็นกลุ่มไหน โดยการแบ่งตามเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และเขตที่พักอาศัย เป็นต้น จากการศึกษาได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาศาสนาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-22 ปี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท โดยส่วนใหญ่รายได้มาจากผู้ปกครอง

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อและต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ (Objects) ซึ่งได้แก่ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) หรือความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation) ซึ่งผลการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นที่นิยมมากที่สุด โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจที่จะไปท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของประทุม สุวดีและคณะ (2533) ที่พบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เยาวชนไปท่องเที่ยวทัศนศึกษาคือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะและวัฒนธรรม

ในส่วนการซื้อบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนน้อยเคยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการแต่ก็มีความสนใจที่จะใช้บริการ ในด้านที่พักกลุ่มเป้าหมายนิยมพักตามบ้านญาติและบ้านเพื่อนมากที่สุด ในขณะที่โรงแรม รีสอร์ท อยู่ในลำดับรองลงมา

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) เหตุผลคือปัจจัยต่างๆ ในการซื้อ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีจุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยวคือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาเพื่อความสนุกสนานและบันเทิง ซึ่งใกล้เคียงกับการศึกษาของ

กาญจนรัตน์ รัตนสนธิ (2544) พบว่าจุดประสงค์หลัก คือเพื่อความเพลิดเพลินและโอกาสในการเรียนรู้ธรรมชาติ

ในส่วนการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกสบายที่ไม่ต้องจัดการเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Organizations) ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล หน่วยงาน หรือสถาบัน เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวไปกับเพื่อนหรือหมู่คณะมากที่สุด รองลงมาจึงเป็นการท่องเที่ยวไปกับครอบครัวและการเสาะหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะสอบถามจากเพื่อนและคนรู้จักมากที่สุด ดังนั้น กลุ่มเพื่อน กลุ่มกิจกรรม จะเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงผู้ประกอบการ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนยังไม่สามารถตัดสินใจเพียงลำพังได้ อีกทั้งมีจำนวนไม่น้อยที่เดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี โอกาสพิเศษ เทศกาลวันสำคัญต่างๆ เป็นต้น จากการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดปิดภาคเรียน ใช้เวลาในการท่องเที่ยวครั้งหนึ่งๆ 3-4 วัน และส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวปีละ 1-2 ครั้ง

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงสถานที่ ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยมีลักษณะการเดินทางไปกับเพื่อนหรือหมู่คณะ โดยการเดินทางส่วนใหญ่ จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีเพียงส่วนน้อยที่เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงขั้นตอนหรือกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ตลอดจนอิทธิพลต่างๆ ซึ่งมุ่งใจให้ตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่หาข้อมูลก่อนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จากเพื่อนคนรู้จักมากที่สุด รองลงมาคือจากโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษากาญจนรัตน์ รัตนสนธิ (2544) ที่ได้ผลการศึกษานักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ใช้การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว



โดยการสอบถามจากเพื่อนที่รู้จัก ในขณะที่เดียวกันก็ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากโทรทัศน์มากที่สุดเช่นกัน

การเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายเดินทางด้วยตนเอง มีเพียงส่วนน้อยที่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงิน 1,000 – 3,000 บาทต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จ่ายเป็นค่าพาหนะมากที่สุด รองลงมาคือค่าที่พัก ในเรื่องที่พักส่วนใหญ่พักตามบ้านญาติ บ้านเพื่อนมากที่สุด รองลงมาพักตามโรงแรม รีสอร์ท การเลือกที่พักจะคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก รองลงมาคือความสะดวกและสะดวกสบาย

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์หรือบันเทิง
2. ภูมิภาคที่ผู้ตอบแบบสอบถามอยากไปมากที่สุดคือภาคใต้ รองลงมา คือ ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว พม่า กัมพูชา หรือมาเลเซีย
3. ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเพียงร้อยละ 19 มีผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 50 ที่ไม่เคยใช้แต่สนใจที่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และที่เหลือร้อยละ 31.0 ไม่เคยใช้และไม่สนใจที่จะใช้บริการ

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ สามารถจะใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวขององค์กรหรือสถาบันการศึกษาให้เหมาะสม สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน ดังจะมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการ หรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการหรือสถาบันการศึกษาอาจจะจัดรายการนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมหรือน่าสนใจของกลุ่มเป้าหมายเช่น แหล่งท่องเที่ยวทางภาคใต้ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

## 2. ด้านราคา (Price)

ระดับราคาไม่ควรจะสูงเกินไปนัก เนื่องจากนักศึกษายังต้องอาศัยเงินจากผู้ปกครองเป็นส่วนใหญ่ จากผลการศึกษาระดับราคาควรอยู่ในช่วง 1,000 – 5,000 บาท

## 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางในการจัดจำหน่ายนี้ เพื่อความสะดวกของกลุ่มเป้าหมาย ทางผู้ประกอบการควรจะไปเสนอสินค้าและบริการในสถานศึกษา กลุ่มกิจกรรมต่างๆ เช่น กลุ่มค่ายอาสาพัฒนา กลุ่มทัศนศึกษา ซึ่งจะเป็นกลุ่มสำคัญที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย

## 4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผู้ประกอบการควรจัดให้มีสื่อประเภทต่างๆ เช่น แผ่นพับ โบว์ชัวร์ เพื่อแนะนำโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างๆ และควรจัดให้มีพนักงานขายเข้าไปแนะนำกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ร้อยละ 50 ไม่เคยใช้แต่มีความสนใจที่จะใช้บริการของบริษัทนี้

## 5. ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการ (People & Process)

ผู้ประกอบการควรจัดหาบุคลากรที่มีความชอบงานด้านบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี บุคลิกท่าทางแจ่มใส และมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นอย่างดี กระบวนการในการให้บริการ ควรจะมุ่งเน้นการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะทำให้เกิดการบอกเล่าต่อไปยังบุคคลที่รู้จัก นอกจากนี้ในกระบวนการให้บริการควรส่งเสริมด้วยการให้ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และสร้างจิตสำนึกให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการและสร้างความแตกต่างในการบริการให้ต่างจากคู่แข่งในธุรกิจอีกด้วย