



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การจัดโปรแกรมนำเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพี

ANDAMAN THAI-MYANMAR NYAUNGOOPHEE

TRAVELING PROGRAM

โดย

นางสาว ภูวริศา รอดเรืองชีพ 5404400042

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของ วิชา 116-446 สหกิจศึกษา

ภาควิชาการ โรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะ ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อโครงการ การจัดโปรแกรมนำเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอฟี
ANDAMAN THAI-MYANMAR TRAVELING PROGRAM

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวกวีริศา รอดเรืองชีพ

ภาควิชา การโรงแรมและการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์กฤต จุระกะนิศย์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการโรงแรมและ
การท่องเที่ยว ประจำปีภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการสอบโครงการ


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์กฤต จุระกะนิศย์)


.....พนักงานที่ปรึกษา
(นายธนวรรค์ พุทธวงศ์)


.....กรรมการกลาง
(ดร. นันทิรา ภูขาว สนใจ)


.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสหกิจศึกษา
(ศส.ดร.มารุจ ลิมปะวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ	: การจัดโปรแกรมนำเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย –พม่า นาวาโอพี
ชื่อนักศึกษา	: นางสาว ภูวริศา รอดเรืองชีพ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อาจารย์ กฤป จุระกะนิษฐ์
ระดับการศึกษา	: ปริญญาตรี
ภาควิชา	: การโรงแรมและการท่องเที่ยว
คณะ	: ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา	: 3/2560

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจในประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นนั้นๆ และยังสร้างรายได้ให้กับประเทศ เป็นลำดับต้นๆ จากธุรกิจต่างๆ อาทิเช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล มุ่งเน้นความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการ ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ และยังเน้นการท่องเที่ยวแบบหลากหลายเส้นทาง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุดจากบริการ

จังหวัดระนองมีแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็น บ่อน้ำพุร้อน น้ำตก และยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามอย่างเกาะพยามในทะเลอันดามันของประเทศไทย นอกจากนี้จังหวัดระนองยังเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับเกาะสองซึ่งเป็นประตูในการเดินทางท่องเที่ยวทะเลอันดามันของประเทศพม่า อย่างเกาะนาวาโอพีที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ของประเทศพม่าอีกด้วย ผู้จัดทำโครงการจึงจัด โปรแกรมนำเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวาโอพีขึ้น เพื่อให้บริษัทสามารถนำโปรแกรมท่องเที่ยวไปเสนอขายได้จริง และช่วยเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่อีกด้วย

คำสำคัญ : การจัดโปรแกรมนำเที่ยว , ทะเลอันดามัน ไทยพม่า นาวาโอพี

Project Title : ANDAMAN THAI-MYANMAR NYAUNGOOPHEE
TRAVELING PROGRAM

By : MISS PUWARISA RODRUANGCHIP

Advisor : MR. KRIP JURAKANIT

Degree : BACHELOR OF ARTS

Major : HOTEL AND TOURISM STUDIES

Faculty : LIBERAL ARTS

Semester / Academic year : 3 /2017

Abstract

In present day, tourism is a very important part of the Thai economy, as the tourism industry helps create jobs for people in local areas. Tourism is one of the highest grossing industries for Thailand, earning money from various business types, such as travel agencies, accommodation, restaurants, and transportation. Unique Agency Travel Co. Ltd. focuses on service quality in its travel agency, putting high priority on customer's needs and provision of multiple alternative travelling routes for optimal satisfaction.

Ranong province is abundant in its tourism resources and beautiful locations. They include natural springs, waterfalls, or its beaches, such as Phayam Island in Andaman Sea. Ranong's location also puts it next to Song island, a gate to Myanmar tourism, featuring the newly found hot tourism spot, Nyaung Oo Phee Island. With this project, the author aimed to create a traveling program for Thailand-Myanmar Nyaung Oo Phee Island. Therefore the travel agency can utilize and expand its customer base.

Keywords : Traveling Program, Andaman Sea, Thailand-Myanmar

Approved by

.....

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท ยูนิค เอเจนซี ทราเวล จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ มากมาย สำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณ พรเทพ สมุทรธา กรรมการบริษัท
2. คุณ ธนวรรณก์ พุทธรังศรี OP Manager (ที่ปรึกษาโครงการ)
3. อาจารย์ กฤป จูระกะนิศย์ อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำโครงการผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจ กับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาว ภูวริศา รอดเรืองชีพ

23 พฤศจิกายน 2561

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2

บทที่ 2 ทบทวนเอกสาร / วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	3
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	8
2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหนังสือเดินทาง.....	15
2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ประเทศไทย.....	18
2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.....	25
2.6 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาด.....	28
2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การจูงใจ.....	33

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	46
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	46
3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร.....	47
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย.....	47
3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	49
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	49
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	50
3.9 บันทึกการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์.....	51
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 องค์ประกอบการเดินทาง.....	53
4.1.1 ยานพาหนะ.....	53
4.1.2 โปรแกรมการเดินทาง.....	55
4.1.3 ใบบำเหน็จค่าใช้จ่ายในการเดินทาง.....	58
4.2 เส้นทางในการเดินทาง.....	59
4.3 ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว.....	67
4.4 สรุปเส้นทางท่องเที่ยว.....	70
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการสหกิจ.....	71
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	71
บรรณานุกรม.....	73
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ภาพการปฏิบัติงาน	
ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา	
ภาคผนวก ค บทความวิชาการ	
ภาคผนวก ง ไปสเตอร์	
ภาคผนวก จ ประวัติผู้จัดทำ	

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.6 เปรียบเทียบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ.....	33
ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	48
ตารางที่ 3.2 บันทึกการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์.....	49



สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 3.1 บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล จำกัด.....	46
รูปที่ 3.2 แผนผังองค์กร.....	47
รูปที่ 3.3 พนักงานพี่เลี้ยง.....	49
รูปที่ 4.1 เครื่องบินที่ใช้ในการเดินทางวันแรก และวันที่สาม.....	53
รูปที่ 4.2 ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดระนอง.....	54
รูปที่ 4.3 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังเกาะต่างๆ.....	54
รูปที่ 4.4 ใบคำนวณค่าใช้จ่ายในการเดินทาง.....	58
รูปที่ 4.5 เกาะสอง.....	67
รูปที่ 4.6 เกาะนาวโอพี.....	67
รูปที่ 4.7 เกาะพยาม.....	67
รูปที่ 4.8 สุสานเจ้าเมืองระนอง.....	68
รูปที่ 4.9 พระราชวังรัตนรังสรรค์(จำลอง).....	68
รูปที่ 4.10 บ่อน้ำพุร้อนสาธารณะรักษะวาริน.....	69
รูปที่ 4.11 ภูเขาหญ้า.....	69
รูปที่ 4.12 วัดบ้านหงาว.....	69

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก จากแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทั้งโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ แหล่งธรรมชาติ ชุมชนและศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ การท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, เกษตร, ผจญภัย, โฮมสเตย์ แต่ละรูปแบบจะสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยวที่ก้าวไปพบกับความงดงาม ของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย การท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้นๆ จึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมากเพราะการทำให้เกิดการสร้างธุรกิจ อาทิเช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจด้านการขนส่ง การคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในพื้นที่แหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ การท่องเที่ยวยังส่งผลให้ชุมชนที่อยู่ใกล้เคียง เกิดรายได้ หมุนเวียนสร้างเม็ดเงินให้กับคนในชุมชนเกิดการจ้างงาน นำพาการเจริญทางด้านเศรษฐกิจเข้าสู่แหล่งพื้นที่

บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล จำกัด ดำเนินธุรกิจในด้านรับจัดงานท่องเที่ยว บริการนำเที่ยวครบวงจร โดยมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการทำทัวร์และการจัดงานออกแอกไนซ์เซอร์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล จำกัด โดยรูปแบบการจัดการบริษัทที่มุ่งเน้นความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจ การท่องเที่ยว จึงมุ่งมั่นพัฒนาองค์กร และบุคลากรให้เป็นหนึ่งในด้านบริการนำเที่ยว โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุดจากบริการของเราในราคาที่ยุติธรรม บริษัทและผู้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวและการจัดงานของ บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล ไม่เพียงแค่ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวและการจัดงานแบบเต็มอิมและทันสมัยเท่านั้น เรายังเน้นการท่องเที่ยวแบบส่วนตัวเพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้เที่ยวแบบหลากหลายรสชาติ หลากหลายเส้นทาง เนื่องจากเรามีประสบการณ์สั่งสมความรู้เสมอมา โปรแกรมทัวร์ของเราได้ออกแบบมาให้มีความยืดหยุ่นแตกต่างกันมีเรื่องราว สอดคล้องกับเทศกาลแต่ละท้องถิ่น จุดเด่นของแต่ละฤดูอร่อยกับอาหารต่างๆ มารวมอยู่ในทริปเดียวกันให้ท่านได้สัมผัสถึงความเป็นคนพิเศษ จึงขอเสนอเส้นทางพิเศษทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพี เนื่องจากจังหวัดระนอง มีความงดงามทางธรรมชาติอยู่มากมาย ซึ่งจังหวัดระนองยังอยู่ใกล้กับประเทศพม่า ประเทศเพื่อนบ้านของเราที่มีความงดงามทางธรรมชาติที่สวยงามไม่แพ้กัน จึงมีความสนใจที่จะจัดทำโปรแกรมให้มีความหลากหลายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและยังเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทต่อไป ทำให้มีกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นไปอีกด้วย

จังหวัดระนอง เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจอยู่หลายแห่ง แต่ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนัก เช่น บ่อน้ำพุร้อน ที่มีคุณภาพและยังสามารถบรรจุขวดขายได้ด้วย จังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่อยู่ใกล้เขตชายแดน ติดกับเกาะสองประเทศพม่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศพม่าและมีนาไวไฟที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดใหม่ได้ไม่นาน และคนยังไม่รู้จักที่จะเดินทางไปเที่ยว นาไวไฟเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำทะเลที่ใส เหมาะกับการดำน้ำดูปะการังที่สวยงาม ไม่แพ้สิมิลัน หลีเป๊ะ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพียงอย่างเดียวคงไม่เพียงพออีกต่อไป ผู้จัดทำโครงการเล่มนี้จึงอยากศึกษาเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่และจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ใหม่ๆ ได้มีตัวเลือกในการเดินทางมากยิ่งขึ้น และทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาไวไฟ มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เปิดได้ไม่นาน และยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และยังส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอาเซียนที่เป็นประเทศใกล้เคียงกับประเทศไทย จึงเหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการท่องเที่ยวนอกประเทศแต่ไม่ต้องการเดินทางไกลมาก และที่นี่ยังมีธรรมชาติที่สวยงาม น่าดึงดูดใจ เป็นอย่างยิ่ง

1.2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1. เพื่อศึกษาเส้นทางในการเดินทางไปยังทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาไวไฟ
- 1.2.2. เพื่อจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาไวไฟ

1.3. ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1. ขอบเขตด้านข้อมูล ศึกษาข้อมูลการจัดทำโปรแกรมจากเว็บไซต์ของบริษัท
 - 1.3.2. ขอบเขตด้านประชากร คือ Operation แผนกที่จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว
 - 1.3.3. ขอบเขตด้านเวลาและสถานที่คือ วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึง วันที่ 31 สิงหาคม 2561
- ณ บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล จำกัด

1.4. ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.4.1. บริษัทมีโปรแกรมท่องเที่ยวอีกรูปแบบเพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับลูกค้า
- 1.4.2. สามารถนำโปรแกรมท่องเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า ไปใช้ให้เกิดการเพิ่มรายได้ต่อไป

บทที่ 2

ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวทะเลอันดามันไทย-พม่า นาวโอพี ได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เอกสารประกอบการเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวในครั้งนี้

- 2.1 แนวคิดและและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหนังสือเดินทาง
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ประเทศไทย
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด
- 2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การจูงใจ

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ได้นิยามความหมายของ การท่องเที่ยว ไว้เป็นหลายลักษณะ ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางครอบคลุมการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเล่นกีฬา การติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมเยือนญาติพี่น้อง

2.1.2 รูปแบบการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 (Tourism product & activity)

การท่องเที่ยวในสมัยโลกไร้พรมแดน นอกจากคำนึงถึงความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้ว ยังคำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อม โดยใช้หลักการของ แผนแม่บทของโลกหรือ Agenda21 โดยคำนึงถึงหลักการ 4 ประการ คือ

1. การดำเนินกิจการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถการรองรับของธรรมชาติ ชุมชนขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชนขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน(เอกลักษณ์และอัตลักษณ์)

3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน
ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว

4. การประสานความต้องการและกำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจการดำรงอยู่ของสังคม
และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

แนวคิดต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพ
การจัดการ เพื่อเข้าสู่ยุคของกระแสโกที่เปลี่ยนไป(Paradigm Shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยม
เข้าสู่สังคมที่คำนึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนา จึงครอบคลุมทุก
องค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยวหรือกล่าวอีกนัยคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่ง
สู่ความยั่งยืน(All tourism should be Sustainable Tourism : Dowling 1995) กล่าวโดยสรุปรูปแบบ
และกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือนอย่างสม่ำเสมอ
ทรัพยากรท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจบริการมีผลกำไร แม้ต้องม
ีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการบริการอยู่เสมอก็ตาม ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ
สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องไม่เกิดขึ้น หรือหากมีต้องเป็นผลกระทบน้อยที่สุด มีแต่การ
จัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

2.1.3 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism)มีการจัดการดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มี
เอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้
ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมท้องถิ่น เพื่อ
มุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมี
ความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางธรรมชาติทางทะเลที่เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่ง
ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง
ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมในท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึก
ต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

3. การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่
เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อยเพื่อดูความงามภูมิทัศน์ที่มี
ความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นโลก ศักยภาพธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้

ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีจิตสำนึกต่อการรักษา สภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร(Agro tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

5. การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคาและการดูดาวจรัสที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมี รับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนใน ท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการอย่างยั่งยืน

2.1.4 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) มีการจัดการดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไป ยังแหล่งท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทาง โบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลิน ในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และ โบราณคดีบนพื้นฐาน ของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้น ได้รับความ เพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจ ในสุนทรียศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรม ต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมมีประสบการณ์ใหม่ๆเพิ่มขึ้น บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อม และมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / Village tourism) หมายถึงการ เดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานที่สร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์เป็น พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ คุผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มี ความเข้าใจในวัฒนธรรมบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทาง วัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการ การท่องเที่ยว

2.1.5 รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) มีการจัดการดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจ ได้รับความเพลิดเพลิน สุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยปรานทท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

อนึ่ง การท่องเที่ยวสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบการเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพความงาม(Health beauty and spa)

2. การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา(Edu-meditation tourism) หมายถึงการเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และมีความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวนา วัฒนธรรมกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆเช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ ฯลฯ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สุนัขเกอร์ กระดานโต้คลื่นตักใบสกีน้ำ ฯลฯ ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

5. การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยัง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะเข้าไปเที่ยวแล้ว ได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัยและได้ประสบการณ์ ใหม่

6. การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ฟาร์มสเตย์ (Homestay & Farm stay) หมายถึงนักท่องเที่ยว กลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับความประทับใจในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

7. การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยวโดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คราวละนานๆ อย่างน้อยเดือน

คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ ได้กำหนด กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายคือ ที่มีวันพักตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป ระยะแรกเน้นกลุ่มผู้เกษียณอายุการทำงาน

- เป็นชาวต่างประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป
- ประสงค์พักอยู่ในประเทศอย่างน้อย 1 ปี
- มีรายได้อย่างน้อยเดือนละ 65,000 บาทขึ้นไป
- มีเงินฝากในธนาคารไม่น้อยกว่า 800,000 บาท

สำหรับกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ กำหนดความหมายของ Long stay คือ ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาว (Long stay and Health Care) เป็นการให้บริการร่วมกันระหว่างโรงพยาบาล รีสอร์ท โรงแรม ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามทั่วประเทศ โดยการใช้บริการด้านสุขภาพเป็นจุดขาย ให้บริการพักผ่อนระยะยาว พร้อมทั้งบริการด้านสุขภาพอย่างครบวงจร ทั้งนี้โดยการใช้บริการลูกค้าผู้สูงอายุพักในระยะยาวเป็นการพักผ่อนในต่างประเทศที่มีค่าใช้จ่าย ภาระ

8. การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) หมายถึง การจูงใจให้แก่มูลงลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้าต่างๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้น ได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและการจูงใจให้เที่ยว โดยออก

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการ จัดรายการพักรวมตั้งแต่ 2-7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อาจเป็นรายการนำ เที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

9. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting / I=Incentive / C=Conference/ E=Exhibition) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดการประชุมมี รายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-tour) โดยการจัดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการกับผู้เข้าร่วมประชุม ตรง หรือสำหรับผู้ที่ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการท่องเที่ยวพักรวม 2-3-4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

10. การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นรูปแบบหนึ่งของผู้จัดกรท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการ ท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่าง ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วันหรือมากกว่านั้น เช่นการท่องเที่ยวเชิง นิเวศและเกษตร(Eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและ ประวัติศาสตร์ (Geo-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-cultural tourism)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.2.1 นิยามของพฤติกรรม Definition of Behavior

พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใดๆก็ตามแบบคล้ายคลึงกัน หรือบ่อยครั้งจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของพฤติกรรมอาจจะคล้าย กับคำว่า “นิสัย” แต่จะแตกต่างกันเพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ ถือว่าเป็นพฤติกรรม หากไม่ แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่านิสัยตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Behavior หรืออเมริกัน Behavior ซึ่ง แปลว่า การปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อากาหรือการแสดงออกดังนี้

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว(Tourism Behavior) หมายถึง การแสดงออกถึงลักษณะการกระทำ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มชน(ชาติ)นั้นๆ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวก็เพื่อวัตถุประสงค์ ในการ

- ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว ที่จะเดินทางในแต่ละช่วงของฤดูกาล
- วางแผนและพัฒนาด้านการบริการท่องเที่ยว
- วางแผนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

- วางแผนและพัฒนาด้านบุคลากร
- วางแผนและป้องกันการเกิดปัญหา
- วางแผนและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร

การวางแผนดำเนินการในกิจกรรมใดๆก็ตาม หากไม่ทราบถึงพฤติกรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มของตลาดที่เป้าหมาย(Target Market)ความต้องการ(Needs) ย่อมเป็นเรื่องค่อนข้างลำบากและอาจเกิดปัญหาตามมาได้ทั้งนั้น จึงนับว่าการศึกษาพฤติกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องของการใช้เหตุผล(Rationality) หรือจะกล่าวอย่างง่ายก็คือ การใช้เหตุผลเพื่อวิเคราะห์(Analysis) องค์ประกอบ(Component) ของพฤติกรรมที่แสดงออกมาและอาจจะมีขึ้นในอนาคตคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้น โดยเหตุนี้การที่จะประสบผลสำเร็จในด้านการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคลากรในองค์กรนั้นๆว่าประสบการณ์และรอบรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้ดุลยพินิจเพื่อที่จะดำเนินการด้วยความรอบคอบและสุขุมมากเท่าใด

เพื่อทราบถึงพฤติกรรมที่แสดงออกมาของนักท่องเที่ยวนั้น เราควรทราบถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆของกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพสังคมที่นักท่องเที่ยวอยู่อาศัย การคมนาคม รสนิยม ค่านิยม รวมถึงปัจจัยที่ควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ให้พอคาดการณ์ได้ ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงควรทราบถึงปัจจัยเหล่านี้พอสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ(Economic Factor)
2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์(Demographic Factor)
3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์(Geographic Factor)
4. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม(Socio-Cultural Factor)
5. ปัจจัยทางการเมือง(Political Factor)
6. ปัจจัยทางสื่อมวลชน(Media Factor)
7. ปัจจัยทางเวลา สภาพ และสุขภาพ (Factor of Timing, Situation & Healthy)
8. ปัจจัยทางเทคโนโลยี(Technology Factor)

2.2.2 ประเภทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

Cohen (1972) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะร่วมทางพฤติกรรมและบทบาททางสังคม มาจัดประเภทของนักท่องเที่ยวเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม(Organized Mass Tourism) เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อรายการนำเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวได้เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง ที่พัก มีอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว มัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยวไว้เรียบร้อยแล้วโดยนักท่องเที่ยวไม่ต้องวางแผนการเดินทาง

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการการพักผ่อน ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินและความแปลกใหม่ โดยไม่คาดหวังที่จะได้รับความรู้ ทำความคุ้นเคยหรือเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มอิสระหรือปัจเจกกลุ่ม (Individual Mass Tourism) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางชำนาญและสามารถเดินทางเอง โดยไม่มีผู้นำเที่ยวคอยดูแลแต่ยังคงใช้บริษัทนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวตามแผนการเดินทาง หรือความประสงค์ของตน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่ความต้องการคล้านกลุ่มแรก คือต้องการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียงสวยงาม สะดวกสบาย และต้องการที่พักผ่อน ได้รับความสนุกสนานจากการเดินทางนั้น

3. นักสำรวจ(Explorer) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม (non Institutional type) คือหลักเส้นทาง สถานที่และกิจกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วไปนิยมแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางใหม่ด้วยตัวเอง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่คาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบาย หรือความสนุก แต่ต้องการบรรลุความมุ่งมั่นของตน (Self-Actualization) พึ่งพอใจที่จะศึกษาและทำความเข้าใจวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น และเปิดใจกว้างสำหรับประสบการณ์ใหม่

4. นักเดินทางอาสา(Drifter) นักเดินทางกลุ่มนี้ พฤติกรรมคล้ายนักสำรวจ คือ เดินทางโดยลำพัง ไม่ซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว ไม่สนใจไปสถานที่ที่มีชื่อเสียงและหลีกเลี่ยงกิจกรรมหรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวทั่วไปนิยม ไปเดินทางไปยังที่ต่างๆ อย่างไรก็ตาม นักเดินทางอาสาที่มีพฤติกรรมที่แตกต่างจากนักสำรวจคือ นักเดินทางอาสาไม่เพียงแต่ศึกษาและเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นเท่านั้นแต่จะใช้ชีวิตความเป็นอยู่เช่นเดียวกับคนในท้องถิ่นหรือในสังคมนั้น เพราะต้องการแสวงหาความหมายและคุณค่าชีวิต และต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมท้องถิ่น พวกเขาสมัครกลุ่มนี้ ได้แก่ นักสอนศาสนา หมอ และครูที่เข้าไปอยู่และทำประโยชน์ให้แก่สังคม

2.2.3 พฤติกรรมทางสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ

Holloway และ Plant (1988) ได้กล่าวว่า “ถ้าจะขายการพักผ่อนในวันหยุด เราจะต้องขจัดความกลัวของนักท่องเที่ยว 3 ประการ คือความกลัวการบิน ความกลัวอาหารต่างชาติ และความกลัวคนต่างชาติ” ความกลัวที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทางอาจทำให้นักท่องเที่ยวมีความวิตกกังวลและอาจปิดกั้นที่จะรับสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ วัฒนธรรม การสื่อสารที่แตกต่างไปจากของตน ซึ่งความกลัวนี้อาจทำให้นักท่องเที่ยวประเมินค่า (Value) ของการท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่ำกว่าควรที่จะเป็น Oberg (1960) ได้เรียกการวิตกกังวลเช่นนี้ว่า การตระหนกทางวัฒนธรรม(Culture shock) ซึ่งเกิดจากคนสูญเสียสัญญาณ (Signs) สัญลักษณ์ (Symbol) หรือบรรทัดฐานทางสังคม (Norms) ที่ปฏิบัติกันมาอย่างคุ้นเคย คนที่เดินทางจากต่างประเทศคน ไปประเทศอื่น ก็อาจพบว่าวัฒนธรรมใหม่ มีผลกระทบทางจิตใจของตน ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว

ไม่ควรเสนอรูปแบบการบริการ สถานที่ ที่พัก อาคาร ฯลฯ ที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวอย่างสิ้นเชิง แต่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทำความเข้าใจวัฒนธรรมและพฤติกรรมทางสังคมของนักท่องเที่ยว เพื่อที่เข้าใจกิจกรรมรายทหรือการกระทำของนักท่องเที่ยว และสามารถที่จะหาวิธีนำเสนอความเป็นไทย โดยไม่ฝืนความคิดและความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ผู้เขียนจะกล่าวถึงพฤติกรรมทางสังคม และ ข้อต้องห้ามของชนชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย คือ อเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

2.2.3.1 พฤติกรรมทางสังคมของคนอเมริกัน

Wanning (1991) กล่าวถึงค่านิยมของคนอเมริกันมีค่านิยมที่เน้นเรื่องความเสมอภาค (Equality) การมองหรือวางแผนสู่อนาคต (Future outlook) และความเป็นอิสระที่พึ่งพาตนเอง (Independence) นอกจากนี้คนอเมริกันให้คุณค่ากับเวลามาก และไม่ปล่อยให้เวลาผ่านไปโดยเปล่าประโยชน์ คนอเมริกันจึงไม่ชอบการรอคอย แต่มีแผนการหรือกำหนดการ สำหรับกิจกรรมต่างๆ อย่างชัดเจน การตรงต่อเวลาจึงแสดงให้เห็นถึงการเคารพสิทธิของกันและกัน แม้ว่าอเมริกันไม่เน้นสถานภาพ(The no-Status society) คนอเมริกัน กลับเป็นผู้ไขว่คว้า สถานภาพให้กับตนเอง (The status seeker) ให้สังคมอเมริกัน คนจะมีครอบครัวแบบใด มีตำแหน่งอะไรไม่สำคัญ เพราะทุกคนมีสิทธิที่จะแสวงหาสถานภาพที่ดีกว่า

1. ความเป็นมิตร คนอเมริกันมีลักษณะความเป็นมิตรสูง มีความเป็นกันเองต่อคนทุกคน ทักทายและเปิดเผยกับคนที่ไม่คุ้นเคย การทักทายคนแปลกหน้าไม่ได้หมายความว่าต้องเป็นเพื่อนสนิท เพราะคนอเมริกันคิดว่าการทักทายคนแปลกหน้า หรือคนที่ไม่คุ้นเคยกันนั้นเป็นการแสดงออกประการหนึ่ง que แสดงถึงความหัดเทียมความสังคม

2. การแสดงอารมณ์ คนอเมริกันไม่ชอบเก็บซ่อนอารมณ์ แต่จะแสดงอารมณ์และความรู้สึกออกมาอย่างชัดเจน เช่น เมื่อสนใจสิ่งใดก็จะแสดงถึงความกระตือรือร้น เมื่อดีใจก็จะส่งเสียงดีใจออกมาดังๆ เป็นต้น

3. การพูด คนอเมริกันจะพูดเสียงดังจนดูเหมือนโกรธ ทั้งนี้เพื่อให้คนที่พูดด้วยได้ยินอย่างชัดเจน เวลาพูดก็จะมองตาผู้พูดด้วย เพราะคิดว่าการหลบตาเวลาพูดแสดงถึงความไม่จริงใจหรือการปิดบัง

4. มารยาท การที่คนอเมริกันดำเนินชีวิตง่ายๆ ไม่เป็นทางการ (Casual life) จึงทำให้คนอเมริกันไม่มีกฎเกณฑ์ทางด้านภาษา และมารยาทที่เคร่งครัด คนอเมริกันวัยหนุ่มสาวจึงนิยมแสดงความเป็นกันเอง และใช้ภาษาแสดงมากกว่าภาษาดั้งเดิมที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งชาวต่างชาติไม่

คุ้นเคยกับมารยาทของคนอเมริกัน อาจคิดเป็นสิ่งที่หยาบคาย แต่สำหรับคนอเมริกันมารยาทที่ดี คือ การให้โอกาสและความทัดเทียมกับคนทุกระดับ

5. พฤติกรรมการบริโภคอาหาร คนอเมริกันเป็นคนที่ชอบอาหารแปลกใหม่ อาหารจานหลักเป็นอาหารรสจืด ซึ่งมีเครื่องชูรสหลัก คือ เกลือและพริกไทย คนอเมริกันนิยมของหวานที่ทำมาจากน้ำตาล เช่น แพนเค้ก ราดน้ำเชื่อมเมเปิ้ล (Maple syrup) เป็นต้น

2.2.3.2 พฤติกรรมทางสังคมของคนฝรั่งเศส

คนฝรั่งเศสเป็นชนชาติหนึ่งที่ไม่เก็บอารมณ์และความรู้สึก แต่จะแสดงความรู้สึกของตนด้วยภาษาท่าทางมากมายซึ่ง Sally Anderson Taylor (1990) ได้ศึกษาและเขียนพฤติกรรมของคนฝรั่งเศสไว้ดังนี้

1. การพูด คนฝรั่งเศสเป็นคนที่ช่างพูดและสามารถวิจารณ์ทุกสิ่งและทุกคนที่ทำให้ตนไม่พอใจ หรือไม่เห็นด้วย การวิจารณ์ การตำหนิและการโต้เถียงกันจึงเป็นสิ่งธรรมชาติที่เกิดขึ้นในสังคมฝรั่งเศส และการกระบวนกรหรือวิธีการหนึ่งในการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange) นอกจากนี้คนฝรั่งเศสนิยมซักถามข้อมูลจากตัวบุคคลมากกว่าแสวงหาข้อมูลจากเครื่องจักร หรือคอมพิวเตอร์เพราะเชื่อว่าแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุด คือ มนุษย์

2. การทักทาย การจับมือและการจูบแบบฝรั่งเศส (French kiss) เป็นวิธีการที่คนฝรั่งเศสทักทายกันบ่อย บ่อยครั้งในแต่ละวัน แม้ว่าคนที่ทักทายด้วยนั้นจะเป็นคนที่ทักทายกันไปแล้วหรือเป็นคนที่ไม่คุ้นเคยก็ตาม

3. การแสดงความสุภาพ แม้ว่าคนฝรั่งเศสจะเป็นที่ชอบแสดงออก แต่คนฝรั่งเศสแสดงออกอาการนิ่งเงียบ เพื่อแสดงความสุภาพในบางสถานการณ์

4. ภาษาท่าทาง คนฝรั่งเศสใช้ภาษาท่าทางประกอบคำพูด ซึ่งท่าทางความหมายทั้งสิ้นดังตัวอย่างต่อไปนี้

- การจับมือ การจับมือเป็นอาการที่แสดงการทักทายแต่ลักษณะการจับมือของคนฝรั่งเศสแตกต่างจากการจับมือของคนอเมริกัน ในขณะที่คนอเมริกันจะจับมือกันค่อนข้างแน่นนาน และมีการประสานสายตาระหว่างการจับมือ คนฝรั่งเศสจับมือค่อนข้างหลวมและใช้เวลาสั้น ในการจับมือ แต่จะทักทายด้วยการจับมือบ่อยครั้งในวันหนึ่ง

- การแสดงท่าทางด้วยมือและนิ้วมือ คนฝรั่งเศสนิยมแสดงท่าทางด้วยนิ้วมือ ซึ่งลักษณะและตำแหน่งของนิ้วมือที่แตกต่างกันมีความหมายที่แตกต่างกัน เช่น การจูบปลายนิ้วทั้งห้า หมายถึง “ขอเดชะ” การดึงแก้มส่วนใต้ตาลงด้วยมือขวา หมายถึง “ไม่เชื่อ” การขยี้ปลายนิ้ว หมายถึง “แพง” การควัดมือไปข้างหลัง หมายถึง “เรื่องเล็กน้อยที่สามารถควบคุมได้” เป็นต้น

- การกอดและการจูบ คนฝรั่งเศสแสดงความรัก ความคุ้นเคย ความใกล้ชิดสนิทสนมด้วยการกอดการจูบ ไม่ว่าจะเป็นเพศเดียวกันหรือเพศต่างกัน การจูบของคนฝรั่งเศสมีความเป็นเอกลักษณ์ คือการกอดแก้มทั้งสองข้าง

5.ทัศนคติที่คนฝรั่งเศสมีต่อคนเอเชีย คนฝรั่งเศสส่วนใหญ่คิดว่าคนเอเชียสุภาพ นฉลาด ทำงานหนักและไม่ก้าวร้าว แต่การที่คนเอเชียยิ้มง่าย บ่อยและบ่อยครั้งดูเหมือนไม่มีเหตุผลในการยิ้ม ทำให้คนฝรั่งเศสรู้สึกว่า การยิ้มของคนเอเชีย แสดงให้เห็นถึงความเย็นชาหลอกลวง

2.2.3.4 พฤติกรรมทางสังคมของคนญี่ปุ่น

แม้ว่าคนญี่ปุ่นเป็นชาวเอเชียเช่นเดียวกับคนไทย แต่คนญี่ปุ่นมีวัฒนธรรม วิธีการดำรงชีวิตแตกต่างจากคนไทยอย่างมาก นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจึงเป็นอีกชาติหนึ่งที่ผู้ให้บริการ ควรศึกษาพฤติกรรมและมารยาททางสังคม เพื่อหลีกเลี่ยงการตระหนกทางวัฒนธรรม Rex.Shelly (1993) ได้ศึกษาวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่น ซึ่งมีพฤติกรรมทางสังคมทางสังคมที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ภาษาท่าทาง คนญี่ปุ่นเป็นชาติตะวันตกที่มีภาษาท่าทางที่แฝงความหมาย ซึ่งภาษาท่าทางของคนญี่ปุ่น มีลักษณะและความหมายแตกต่างจากภาษาท่าทางของคนตะวันตกเป็นอย่างมาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- การสบตาและการแสดงสีหน้า คนญี่ปุ่นจะหลีกเลี่ยงการสบตากับคนที่พูดด้วย เพราะถือว่าการสบตาเป็นการแสดงการทำทนายและความไม่อ่อนน้อม คนญี่ปุ่นมักทำสีหน้าราบเรียบ ไม่ว่าจะรู้สึกยินดี เศร้าใจ ไม่พอใจหรือปฏิเสธ เพราะการแสดงอารมณ์ทางสีหน้าเป็นกิริยาที่ไม่สุภาพ

- การยิ้มและการหัวเราะ คนญี่ปุ่นไม่ยอมรับคำว่า “ใช่” หรือ “ไม่ใช่” แต่จะใช้การยิ้มและการหัวเราะ เป็นการตอบแทน นอกจากนี้การยิ้มอาจหมายถึงความรู้สึกลังเลการปฏิเสธ ความรู้สึกอึดอัดและความไม่สบายใจ คนญี่ปุ่นหัวเราะอยู่เสมอ แม้ว่าจะไม่มีเรื่องขบขัน แต่หัวเราะเมื่อรู้สึกเงิน หัวเราะเพื่อกลบเกลื่อน ความรู้สึกของตนหรือหัวเราะขบขันตนเอง

- การหลับตาขณะฟัง คนญี่ปุ่นจะหลับตาเมื่อต้องการฟังผู้พูดอย่างตั้งใจ หรือในขณะที่ใช้ความคิด เพราะการหลับตาเป็นการปิดการรับทางสายตา ซึ่งทำให้เกิดสมาธิ

- การกั๊กฟันขณะฟัง การกั๊กฟันพูดพร้อมกับสูดลมหายใจเข้าออก หมายถึง การใช้ความคิดอย่างหนัก ขณะฟังหรือไม่เข้าใจคำพูดที่ได้ยินหรือไม่สามารถใช้คำตอบกับผู้ที่พูดด้วยได้ในทันทีทันใด

-การเกาท้ายทอย การเกาท้ายทอยแสดงความรู้สึกเงินอาย

-การยื่นมือออกมาข้างหน้าพร้อม โบกไปมา หมายถึง การปฏิเสธหรือขอบคุณ

-การซึ่งมุกของตนเองมีความหมายว่า“ตัวนั่นเอง”

-การนิ่งเงียบ สำหรับคนญี่ปุ่น การนิ่งเงียบไม่ได้หมายความว่าถึงการไว้ตัว หยิ่ง หรือ การเมินเฉย แต่อาจมีความหมายในเชิงตอบรับ ปฏิเสธหรือคัดค้านได้ เช่น เข้าใจ ไม่เข้าใจ รู้ ไม่รู้ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เป็นต้น นอกจากนี้ คนญี่ปุ่นจะนิ่งเงียบเมื่อฟังผู้อื่นพูด เพราะการพูดแทรก แสดงถึงความไม่สุภาพและความก้าวร้าว

2. การสื่อสารที่ต้องห้ามในสังคมญี่ปุ่น

-อย่าตั้งคำถามด้วยคำว่า “ทำไม” แสดงถึงความก้าวร้าว การไม่อ่อนน้อมถ่อมตน และแสดงถึงความไม่ไว้วางใจ

-อย่าถูกเนื้อต้องตัวคนญี่ปุ่นที่ไม่สนิทด้วย เพราะจะทำให้เขาอึดอัด การถูกเนื้อต้องตัวกับเพศเดียวกันหรือต่างเพศ จะเกิดขึ้นเมื่อมีความคุ้นเคยและสนิทสนมกัน

-อย่าปฏิเสธจนสนิทสนมกับคนญี่ปุ่นจนเกินไปในระหว่างทำงาน เพราะคนญี่ปุ่นจำสะสมกริยาท่าทางในระหว่างการทำงาน หรือขณะที่อยู่ในสถานที่ราชการ คนญี่ปุ่นคิดว่าการปฏิบัติตามสบายจนเกินไป แสดงความเป็นเด็กและความไม่น่าเชื่อถือ คนญี่ปุ่นจึงไม่ค่อยแสดงสีหน้าและมักทำหน้าเฉย

-หลีกเลี่ยงการเล่าเรื่องขบขัน เพราะเรื่องขบขันของแต่ละชาติมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะท่าวัฒนธรรมและการดำรงชีวิต เรื่องขบขันของคนไทยอาจจะไม่ใช่เรื่องขบขันของคนญี่ปุ่นก็ได้ นอกจากนี้คนญี่ปุ่นถือว่าเรื่องขบขันเกี่ยวกับเรื่องเพศ เป็นสิ่งที่น่ารังเกียจ

2.2.3.5 พฤติกรรมทางสังคมของชาวมุสลิม

แม้ว่านักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม มีจำนวนไม่มากเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะได้เดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี และมีช่วงเวลาที่พำนักเฉลี่ย คือ 8-12 วัน (การท่องเที่ยวนานาชาติ , 2540) โดยส่วนใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เคร่งครัดมักจะเดินทางท่องเที่ยวกับชาวมุสลิมด้วยกันเอง และจะเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มจำนวนคนที่ไม่มาก นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ส่วนใหญ่มาจากเมืองหรือท้องถิ่นที่มีสังคมและวัฒนธรรมที่หลากหลาย สามารถปรับตัวในสถานการณ์และสังคมที่แตกต่างกันได้ อย่างไรก็ตาม มัคคุเทศก์ที่นำนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเที่ยวในประเทศไทย ควรศึกษาคุณและระเบียบของศาสนาอิสลาม เพื่อจะได้ปฏิบัติตนไม่ขัดต่อความเชื่อและศรัทธาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ความเชื่อและพฤติกรรมทางสังคมที่น่าสนใจของชาวมุสลิม

(เชคมุลตะวัตลี อัชชะออีวี, (2540) ยูซุฟ ก็อรูฏอรี, (2539) นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความเชื่อและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ดังนี้

1. ชาวมุสลิมนับถือพระเจ้าองค์เดียว คือ พระอัลเลาะห์(ช.บ.) และมีศาสดาองค์สุดท้ายคือ พระมุฮัมมัด(ช.ล.) นอกจากนี้ชาวมุสลิมเชื่อเรื่องสวรรค์ นรก อวสานของโลก และชีวิตในโลกหน้า ซึ่งไม่ใช่การกลับชาติมาเกิด แต่เป็นชีวิตใหม่ที่นรันดร์

2. ชาวมุสลิมส่วนใหญ่จะไม่เดินทางถือศีลอด (รอมาดอน) เพราะจะประกอบกิจทางศาสนาเป็นเวลา 1 เดือน ซึ่งเป็นเดือนที่ชาวมุสลิมรอคอย เพื่อแสวงหาและขอความเมตตาจากพระอัลเลาะห์ (ช.บ.) เนื่องจากเดือนถือศีลอดจะหมุนเวียนกันไปในแต่ละปี ผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์จึงจำเป็นต้องศึกษาปฏิทินชาวมุสลิม เพื่อวางแผนกิจกรรมการเดินทางหรือการท่องเที่ยวไม่ตรงกับเดือนดังกล่าว

3. ชาวมุสลิมต้องละหมาด 5 ครั้งในแต่ละวัน คือ เช้า กลางวัน บ่าย ค่ำ และกลางคืน

4. ชาวมุสลิมไม่รับประทานหมู เลือด สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ และสัตว์ที่นำมาเป็นอาหารจำต้องนำไปฆ่าและจากชาวมุสลิมเท่านั้น

5. ชาวมุสลิมที่เคร่งครัดจะไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่เสพยาเสพติดและเล่นการพนัน

6. ชาวมุสลิมทักทายกันด้วยการจับมือ เรียกว่า “การสลาม” และกล่าวภาษาอาหรับความหมายว่า “ความสันติสุขจงมีแก่ท่าน” ซึ่งผู้สนทนาอีกฝ่ายต้องกล่าวประโยคดังกล่าวตอบด้วย

2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหนังสือเดินทาง

1. หนังสือเดินทางทูต
2. หนังสือเดินทางราชการ
3. หนังสือเดินทางขององค์การสหประชาชาติ
4. หนังสือเดินทางหมู่
5. เอกสารที่ใช้แทนหนังสือเดินทาง

2.3.1 ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติในการตรวจหนังสือเดินทางขาออกประเทศ

1. ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของหนังสือเดินทาง
2. ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยของบัตรขาออกและบัตรขึ้นเครื่องบิน
3. ตรวจสอบบัญชีใฝ่ดูจากระบบคอมพิวเตอร์
4. ประทับ “ขาออก” ในหนังสือเดินทางบัตรขาออก

5. เก็บบัตรขาออกเพื่อนำไปตรวจสอบกับบัญชีคนโดยสาร
6. มอบหนังสือเดินทางคืนคนโดยสาร

2.3.2 ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติในการตรวจหนังสือเดินทางขาเข้าประเทศ

1. ตรวจหนังสือเดินทางหรือเอกสารใช้แทนหนังสือเดินทางว่าถูกต้องและมีอายุการใช้งานหรือไม่
2. ตรวจสอบบัตรขาเข้า(ตม.6)ว่ากรอกข้อความครบสมบูรณ์หรือไม่
3. ตรวจสอบบัญชีใฝ่คูจากระบบคอมพิวเตอร์
4. ประทับ “ขาเข้า” ในหนังสือเดินทางและบัตรขาเข้า
5. เก็บบัตรขาเข้าเพื่อนำไปตรวจสอบกับบัญชีคนโดยสาร
6. มอบหนังสือเดินทางคืนคนโดยสาร

2.3.3 วิธีปฏิบัติในการตรวจสอบหนังสือเดินทางโดยทั่วไป

1. ตรวจหนังสือเดินทางหรือเอกสารที่ใช้แทนหนังสือเดินทาง
2. ตรวจสอบบัญชีใฝ่คูโดยเครื่องคอมพิวเตอร์
3. ตรวจโรคต้องห้าม
4. สังเกตพฤติกรรมของบุคคลที่เข้ามา
5. พิจารณ์ตรวจบุคคลต่างด้าว ที่อาจไม่มีเงินหรือปัจจัยยังชีพ

2.3.4 การตรวจคนโดยสารที่เดินทางเข้า-ออก โดยพาหนะทางอากาศ

1. การตรวจคนโดยสารที่ถือหนังสือทางไทย
2. การตรวจคนต่างด้าวที่มีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักรแล้ว
3. การตรวจคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตให้เข้ามามีถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร
4. การตรวจคนต่างด้าวที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราว
5. การตรวจคนต่างด้าวที่ถือ Seaman's Discharge Book

2.3.5 มาตรา 12

มาตราที่ 12 ห้ามมิให้คนต่างด้าว ซึ่งมีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้เข้ามาในราชอาณาจักร

1. ไม่มีหนังสือเดินทางหรือเอกสารใช้แทนหนังสือเดินทางอันถูกต้องและสมบูรณ์อยู่ หรือไม่ แต่ไม่ได้รับการตรวจลงตราในหนังสือเดินทางหรือเอกสารใช้แทนหนังสือเดินทางหรือ เอกสารใช้แทนหนังสือเดินทาง เช่นว่านั้นจากสถานทูต หรือสถานกงสุลไทยใน ต่างประเทศหรือกระทรวงต่างประเทศ เว้นแต่กรณีที่ไม่ต้องมีการตรวจลงตราให้เป็นไป

ตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกระทรวงมีความมีความเพิ่มขึ้นเป็นวรรค 3 ใน(1)ของมาตรา12 โดยมาตรา3 แห่งพ.ร.บ.(ฉบับที่ 2)พ.ศ.2523 ดังต่อไปนี้ “การตรวจลงตาม (1) ให้เสียค่าธรรมเนียมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง”

2. ไม่มีปัจจัยในการยังชีพ ตามควรแก่กรณีที่เข้ามาในราชอาณาจักร
3. เข้ามาเพื่อมีอาชีพเป็นกรรมกร หรือเข้ามาเพื่อรับจ้างทำงานด้วยกำลังกายโดยไม่ได้อาศัยวิชาความรู้หรือการฝึกตามวิชาการ หรือเข้ามาเพื่อทำงานอื่นอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการทำงานของคนต่างด้าว
4. วิกลจริตหรือติโรคอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่กำหนดในกฎกระทรวง
5. ยังมีได้ปลุกผีป้องกัน ไข้ทรพิษ หรือฉีควักซัน หรือปฏิบัติการอย่างอื่นตามวิชาการแพทย์ เพื่อป้องกันโรคติดต่อตามที่กฎหมายบัญญัติ และยอมให้แพทย์ตรวจคนเข้าเมืองกระทำการเช่นนั้น
6. เคยได้รับโทษจำคุกหรือคำพิพากษาของศาลไทยหรือคำสั่งที่ชองด้วยกฎหมาย หรือคำพิพากษาของศาลต่างประเทศ เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดลหุโทษ หรือความผิดได้ทำกระทำโดยประมาทหรือความผิดที่ได้ยกเว้นในกฎกระทรวง
7. มีพฤติการณ์ที่น่าเชื่อว่าบุคคลที่เป็นภัยต่อสังคม หรือจะก่อให้เกิดเหตุร้ายให้เกิดอันตรายต่อความสงบสุขหรือความปลอดภัยของประชาชนหรือความมั่นคงของราชอาณาจักรหรือบุคคลซึ่งเจ้าหน้าที่ต่างประเทศได้ออกหมายจับ
8. มีพฤติการณ์เป็นที่น่าสนใจเชื่อว่าเข้ามาเพื่อการค้าประเวณี การค้าหญิงและเด็ก การค้ายาเสพติดให้โทษการลักลอบหนีภาษีศุลกากร หรือเพื่อประกอบกิจการอื่นๆที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน
9. ไม่มีเงินติดตัวหรือเงินประกันที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 14
10. รัฐมนตรีไม่อนุญาตเข้ามาในราชอาณาจักร ตามมาตรา 16
11. ถูกรัฐบาลไทยหรือรัฐบาลต่างประเทศเนรเทศ หรือถูกเพิกถอนสิทธิการอาศัยอยู่ในราชอาณาจักร หรือในต่างประเทศแล้วหรือถูกพนักงานเจ้าหน้าที่ที่กลับออกไปนอกราชอาณาจักร โดยรัฐบาลไทยเสียค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ เว้นแต่รัฐมนตรีได้พิจารณาขกเว้นให้กรณีพิเศษเฉพาะราย

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ประเทศไทย

2.4.1 ที่ตั้ง

ประเทศไทยตั้งอยู่กึ่งกลางของดินแดนภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือเอเชียอาคเนย์ (Southeast Asia) ชาวตะวันตกรู้จักในนามคาบสมุทรอินโดจีน (Indo-China peninsula) ตั้งอยู่ระหว่างอินเดียและจีน ในสมัยจักรวรรดินิยม ชาวตะวันตกต่างเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากเจ้าของท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติที่ชาวยุโรปสนใจที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องเทศ ดีบุก ข้าว ไม้สัก ยางพารา สมนไพร นอกจากนี้ภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ยังเป็นตลาดการค้าใหญ่ในยุคนั้นตลอดมาจนถึงปัจจุบัน

1. ที่ตั้ง (Location) ที่ตั้งของประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความเจริญ ความสะดวกและ

ในด้านยุทธศาสตร์คุณค่าและความสำคัญของที่ตั้งย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาการพิจารณาที่ตั้งของประเทศไทยแยกออกเป็น 2 ด้าน คือ

- 1.1 ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ (Geographic location) ประเทศไทย ตั้งอยู่ในคาบสมุทรอินโดจีน บริเวณซีก

โลกเหนือ ระหว่างเส้นศูนย์สูตร (Equator) กับเส้นทรอปิก ออฟ แคนเซอร์ (Tropic of Cancer) ตามพิกัดภูมิศาสตร์ดังนี้

- ทิศเหนือ อยู่ที่ละติจูด 20 องศา 27 ลิปดาเหนือ ดินแดนเหนือสุดอยู่ที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
- ทิศตะวันออก อยู่ที่ลองจิจูด 105 องศา 37 ลิปดาตะวันออก ที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี
- ทิศใต้ อยู่ที่ละติจูด 5 องศา 37 ลิปดาเหนือ ที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
- ทิศตะวันตก อยู่ที่ลองจิจูด 97 องศา 22 ลิปดาตะวันออก ที่อำเภอแม่สะเรียงจังหวัดแม่ฮ่องสอน

การที่ประเทศไทยตั้งอยู่ระหว่างเส้นศูนย์สูตร กับเส้นทรอปิก ออฟ แคนเซอร์ ทำให้มีผลต่อประเทศไทยดังนี้

1. ระยะเวลากลางวันกับกลางคืน เกือบจะเท่ากันตลอดปี สะดวกต่อการประกอบกิจกรรมต่างๆ ได้ตามปกติ
2. จะเห็นดวงตะวันขึ้นทางทิศตะวันออกและตกทางทิศตะวันตกสม่ำเสมอ ตลอดปี

3. การทำตามแผนที่ ทั้งในด้านขนาด พื้นที่ ทิศทาง รูปร่าง จะไม่มีปัญหาเนื่องจาก ละติจูดและลองจิจูดบริเวณใกล้เส้นศูนย์สูตร จะตัดออกเป็นมุมฉาก หรือเกือบเป็น มุมฉากจึงทำให้มาตราส่วนใกล้เคียงความจริงมากที่สุด
4. ได้รับความร้อนและแสงสว่างจากดวงอาทิตย์เต็มตลอดปี

1.2 ที่ตั้งสัมพัทธ์(Relative location)หมายถึงที่ตั้งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยรอบ ประเทศไทยตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของคาบสมุทรอินโดจีน ภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้

ประกอบด้วยสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา มาเลเซีย มีพรมแดนประมาณ 8,000กิโลเมตร แบ่งเป็นพรมแดนทางบก5,300กิโลเมตร และพรมแดนทางน้ำ ประมาณ 2,700กิโลเมตร

ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ ของภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้มีความสะดวกในด้านการคมนาคมขนส่ง เป็นการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น แหล่งธุรกิจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

การที่ประเทศไทยตั้งอยู่ใจกลางคาบสมุทรอินโดจีน มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจการเมืองและ วัฒนธรรมของประเทศไทยอย่างยิ่ง ในแง่ของเศรษฐกิจประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทาง บก ทางอากาศ ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจาก ระบบทางหลวงเอเชีย (The Asian Highways) สายเอ1และสายเอ2ผ่านเข้ามาในประเทศไทยและเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยรอบ สำหรับการคมนาคมขนส่งทางอากาศนั้นท่าอากาศยานกรุงเทพมีสายการบินระหว่าง ประเทศจากทุกภูมิภาคทั่วโลก จุดจอดมากกว่า 50 สายการบิน นับว่าเป็นสนามบินที่มีการจราจร ทางอากาศคับคั่งแห่งหนึ่งและทันสมัยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ถ้าได้พิจารณาในแง่การเมือง การที่ประเทศไทยมีพรมแดนยาวประมาณ 8,000 กิโลเมตร ติดต่อประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ แต่ละประเทศรูปแบบการปกครองแตกต่างกันไปกับประเทศ ไทย ย่อมทำให้เกิดผลดีและผลเสียดังนี้

ผลดีคือ ก่อให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างประเทศในภูมิภาค รวมกลุ่มกันเป็นสมาคม ประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้(ASEAN) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะร่วมมือกันในการ พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกการจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม การศึกษา การแข่งขันกีฬา ในภูมิภาค โดยผลัดกันเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาซีเกมส์(SEA GAME) เป็นต้น

ผลเสียของการที่มีที่ตั้งอยู่ตรงกลาง ซึ่งล้อมรอบด้วยประเทศต่างๆ ย่อมได้รับผลกระทบ เมื่อเกิดการขัดแย้งกันภายในประเทศนั้นๆ ดังเช่น เมื่อครั้งที่เกิดสงครามกลางเมืองในกัมพูชาและ

ลาว รวมทั้งการปฏิวัติภายในพม่า ทำให้มีการปฏิวัติในพม่า ทำให้มีประชาชนลี้ภัยเข้ามาในพื้นที่แผ่นดินไทย การสู้รบตามแนวชายแดน ทำให้เกิดการทำลายชีวิตทรัพย์สินของประชาชนคนไทยด้วย รัฐบาลต้องเสียงบประมาณเป็นอย่างมาก ฉะนั้นที่ตั้งสัมพัทธ์เชิงการเมืองของประเทศไทยถูกสถานการณ์บังคับที่ต้องเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับปัญหาการเมืองในภูมิภาคอย่างไม่มีทางเลือกเลยได้

2.4.2. ลักษณะภูมิประเทศ

ภาคเหนือ เป็นภาคที่ประกอบด้วยภูเขาและหุบเขาซึ่งประกอบไปด้วย 9 จังหวัดคือ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน อุตรดิตถ์ และพะเยา

ลักษณะของภาคเหนือ

ภูมิประเทศโดยทั่วไปประกอบด้วยภูเขาและเทือกเขาสูง ทอดยาวตามแนวเหนือใต้ ขนาดกับลองจิจูด แนวเทือกเขาเหล่านี้ต่อเชื่อโยงมาจากเทือกเขาหิมาลัยและเทือกเขาในแผ่นดินนานทางส่วนใหญ่ของประเทศจีน สืบเนื่องจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางธรณีวิทยาเห็นว่าเคยมีการดันและแทรกตัวของหินหนืด(Magma) ขึ้นมาจากเบื้องล่างประกอบกับมีแรงบีบและแรงอัดในแนวตะวันออกกับตะวันตก ทำให้ผิวพื้นแผ่นดิน โกงงอ กลายเป็นสันสูงขึ้นมา คือ ภูเขาและเทือกเขาสูง บริเวณระหว่างเทือกเขาเหล่านี้มีที่ราบระหว่างภูเขา(Intermundane Basin) สันนิษฐานว่าเกิดจากรอยเลื่อนในยุคเทอร์เชียรี(Tertiary Faulting) แผ่นดินที่ทรุดต่ำลงไปเป็นแอ่งกราเบน(Graben) แบบเรือท้องแบน รวมทั้งการสึกกร่อนและผุพัง ด้วยการกระทำโดยฟิสิกส์และเคมีของบรรยากาศ(Physical and Chemical Weathering) ทำให้ภูมิประเทศดังกล่าว กลายเป็นพื้นที่ราบระหว่างเทือกเขา เช่น บริเวณที่ราบของจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นพื้นที่ต่อเนื่องกัน ที่ราบจังหวัดลำปาง และที่ราบจังหวัดเชียงราย ที่ราบจังหวัดแพร่ และที่ราบจังหวัดน่าน ที่ราบเหล่านี้มีแม่น้ำสายสำคัญที่สาขาอยู่บนเทือกเขาสูง ไหลผ่านกลางที่ราบ เช่น แม่น้ำปิง วัง ยม น่าน และกก บริเวณที่ราบดังกล่าวมีความสำคัญทางเกษตร เศรษฐกิจ และการตั้งถิ่นฐานของประชากรในภูมิภาคนี้เป็นอันมาก

สำหรับที่ราบที่พบอยู่ระหว่างเทือกเขา มีกำหนดสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางโดยเฉลี่ยหรือประมาณดังนี้ คือ ที่ราบจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ความสูงระหว่าง 270 ถึง 300 เมตร ที่ราบในเขตอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่าง 470 ถึง 500 เมตรที่ราบในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ระหว่าง 200 ถึง 300 เมตรที่ราบในเขตอำเภอนาน อำเภอมะเอยี และอำเภอพะเยา ในจังหวัดเชียงราย ระหว่าง 390 ถึง 400 เมตร ที่ราบลุ่มน้ำวัง จังหวัดลำปางประมาณ 230 เมตร ที่ราบจังหวัดแพร่ประมาณ 170 เมตร และที่ราบในเขตอำเภอท่าวังผา และอำเภอปัว จังหวัดน่านระหว่าง 280 ถึง 290 เมตร

ภาคกลาง เป็นภาคที่ประกอบไปด้วยที่ราบลุ่มแม่น้ำ ซึ่งประกอบไปด้วย 2 จังหวัด คือ สุโขทัย พิษณุโลก กำแพงเพชร พิจิตร เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี อ่างทอง สระบุรี สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงครามและนครนายก

ส่วนใหญ่ของภูมิภาคประเทศภาคกลาง ประกอบด้วยที่ราบซึ่งเกิดจากการทับถมของ เศษดิน เศษหิน กรวด ทราย และตะกอน ซึ่งถูกกระแสน้ำพัดพอกพูนขึ้น เป็นเวลานานนับได้หลายล้านปี จนกลายเป็นพื้นที่ราบแบน กว้างขวางออกไปทุกทิศทุกทางบริเวณตั้งแต่ทางตอนใต้ของ จังหวัดอุตรดิตถ์ลงไปจนจรด อ่าวไทย นับว่าเป็นพื้นที่ราบที่มีขนาดใหญ่กว่าภูมิภาคอื่นของ ประเทศไทย อย่างไรก็ตาม เฉพาะบริเวณส่วนน้อยของที่ราบตอนกลาง มีภูเขาสูงโดดๆ ปรากฏอยู่ ประปราย เช่น ในเขตจังหวัดนครสวรรค์ และทางด้านตะวันตกของจังหวัดพิษณุโลก เป็นต้น ทาง ธรณีวิทยาสันนิษฐานว่า ภูเขาสูงโดดเหล่านี้เคยเป็นเกาะมาก่อน ในขณะที่บริเวณที่ราบนี้ที่ราบนี้มี ลักษณะเป็นอ่าว และมีน้ำทะเลเข้ามาถึงในบริเวณจังหวัดอุตรดิตถ์เมื่อหลายยุคหลายสมัยทางธรณี วิทยาต่อมาการตกตะกอนในอ่าวมีมากขึ้นและประกอบด้วยระดับน้ำทะเลต่ำลงพร้อมกับมีการ ยกกระดับของแผ่นดินตอนนี้ให้สูงขึ้น รวมทั้งการพัดพาตะกอนของบรรดาแม่น้ำลำธาร ที่อยู่ทาง ตอนเหนือ มาทับถมมากขึ้นเป็นลำดับ จึงทำให้ฐานภูเขาดังกล่าวมีลักษณะราบเรียบโดยรอบ อยู่ ท่ามกลางที่ราบอันกว้างใหญ่ การยกกระดับของพื้นที่ราบตอนกลางนี้ อาจยืนยันว่าเป็นความจริงได้ เพราะอ่าวไทยขณะนี้รูปร่างเป็นรูปสี่เหลี่ยมและโดยเฉพาะกันอ่าวไทย มีขอบน้ำทะเลตัดกับ แผ่นดิน เกือบเป็นเส้นตรงขนานกับแนวละติจูด

บริเวณภาคกลางนี้ อาจแยกพิจารณาตามลักษณะโครงสร้างได้ 3 ภาคย่อย คือ

1. ภาคกลางตอนบน ได้แก่ บริเวณตั้งแต่จังหวัดนครสวรรค์ขึ้นไปตอนบนครอบคลุม พื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร สุโขทัย รวมทั้งบางบริเวณทางตอนใต้ของจังหวัดอุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ ภูมิภาคนี้โดยทั่วไปของภาคกลางตอนบนนี้ เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำที่ราบลูกฟูก (Rolling Plains) ประมาณ 2/3 ของพื้นที่ทั้งหมดพื้นที่ลูกฟูกนั้นเป็นพื้นที่ซึ่งเกิดการเซาะของแม่น้ำปิง แม่น้ำ ยม แม่น้ำน่าน และสาขาของแม่น้ำดังกล่าว รวมทั้งการพัดพาเอาตะกอนจากตอนบนลงมาทับถม พอกพูนขึ้นด้วย ตะกอนพวกนี้ประกอบด้วย เศษหิน กรวด ทราย ที่มีทั้งขนาดใหญ่อยู่ตอนกลาง และละเอียดกว่า รวมทั้งดินอยู่ตอนบน แต่ตะกอนเม็ดใหญ่ที่อยู่ตอนล่าง มีความทนทานต่อการสึก กร่อนมากกว่า ภูมิภาคนี้ในปัจจุบันนี้ จึงมีลักษณะเป็นลูกคลื่น หรือลูกเนิน สลับกันบริเวณที่ต่ำ ซึ่งถูกกระแสน้ำเซาะเป็นร่องลึก จึงคล้ายกับลูกฟูกไปทั่วทั้งบริเวณ จึงถูกเรียกว่าที่ราบลูกฟูก (Rolling or dissected Plain) นอกจากนั้นการกระทำของแม่น้ำ ยังทำให้เกิดที่ราบขั้นบันได

(Terraces) ที่ราบลุ่มแม่น้ำ หรือที่ราบน้ำท่วม(Flood Plain) เช่น ที่ราบของแม่น้ำปิง แม่น้ำยม และแม่น้ำน่าน เป็นต้น

2. ภาคกลางตอนล่าง หรือที่ราบกรุงเทพฯ หรือที่คอนสามเหลี่ยมแม่น้ำเจ้าพระยา ภูมิภาคของภาคกลางตอนล่าง เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ ซึ่งแม่ตั้งแต่ตอนใต้ของจังหวัดนครสวรรค์ลงไปจนจรดอ่าวไทย ครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่ละติจูด 15 องศา 15 ลิปดาเหนือลงไป ส่วนใหญ่เป็นดินตะกอนที่แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง และแม่น้ำบางปะกง พัดพามาทับถมลงไป แม่น้ำนี้เมื่อไหลผ่านบริเวณ ที่เป็นที่ราบ อัตราเร็วของกระแสกน้ำจะลดลง วัตถุที่ถูกพัดพามา และสารละลายที่อยู่กับน้ำ จะตกตะกอนเพิ่มพูนมากขึ้น และส่วนใหญ่ประกอบด้วยทรายละเอียด ดินเหนียว ดินตะกอนบางส่วนไปตกตะกอนในบริเวณปากแม่น้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปากแม่น้ำเจ้าพระยา ตกตะกอนที่ทับถมห่างจากชายฝั่งออกไปไม่ต่ำกว่า 1.5 กิโลเมตรก่อตัวสูงขึ้นจนเป็นสันดอนขวางร่องน้ำ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการคมนาคมทางน้ำเป็นอย่างมาก รัฐบาลต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมากในการขุดลอกสันดอนนี้เกือบทุกปี อย่างไรก็ดี ดินตะกอนบางส่วนที่กระแสน้ำพัดพาทับถมไว้ในบริเวณท้องน้ำของภาคนี้ มีประโยชน์มากต่อการปลูกข้าว ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศ เพราะดินแดนที่ตกตะกอนในท้องน้ำ เป็นดินเหนียวสามารถอุ้มน้ำได้ดี ความหนาของชั้นดินตะกอนนี้ในบางบริเวณที่มีการขุดเจาะเพื่อสำรวจทางธรณีวิทยา พบว่ามีความหนาเกินกว่า 120 เมตรลึกจากระดับน้ำไปเป็นหินคาค(Bedrock) รองรับอยู่ ความสูงของพื้นที่ราบในภาคนี้เช่นที่กรุงเทพฯ ประมาณ 1.5 ถึง 2 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลางและที่จังหวัดอยุธยา ประมาณ 4 ถึง 5 เมตรจากระดับน้ำทะเล

3. บริเวณขอบที่ราบ(Marginal Plain) ประกอบด้วยภูมิภาคที่มีลักษณะเป็นที่ราบแคบในบริเวณทางตะวันตกของจังหวัดอุทัยธานี สิงห์บุรี สุพรรณบุรีและนครปฐม กับบริเวณทางตะวันออกของจังหวัดสระบุรี ลพบุรี ลักษณะของภูมิภาคดังกล่าวเพื่อพิจารณาในแง่ของธรณีสถิติวิทยา แตกต่างจากที่ราบลุ่มแม่น้ำทั้งนี้เพราะหินที่สึกกร่อนเป็นดิน รวมทั้งกระแสน้ำเป็นตัวพาหะที่พาเอาเศษหิน เศษดินเหล่านั้นมาทับถมในบริเวณเชิงเขา และส่วนที่ต่อแนวของที่ราบลุ่มแม่น้ำ เมื่อเปรียบเทียบกับลักษณะการเกิดของที่ราบ โดยนัยนี้จึงเห็นว่าแตกต่างกันบริเวณทางด้านตะวันออกของลพบุรี โดยเฉพาะในเขตอำเภอโคกสำโรงและลำนารายณ์ เป็นที่ราบสลับลูกเนินเตี้ยบริเวณดังกล่าวนี้เกิดขึ้นจากซากหินปูน(ชุตราชบุรี)หินชนวน และหินดินดาน ทำให้ดินมีสีเทาจนถึงสีดำ นอกจากนี้ บางแห่งมีหินอัคนีแทรกขึ้นมาเป็นหย่อม กับมีหินบะซอลท์ และหินแอนดีไซต์ปะปนอยู่ด้วย ในหินเหล่านี้มักจะพบแร่เหล็ก เช่น ที่เขาทับควาย อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

อำเภอท่าเรือ จังหวัดอยุธยา ในปัจจุบันนี้พื้นที่ตามขอบที่ราบทั้งสองด้านมีความสำคัญในการปลูกพืชไร่ เช่น ข้าวโพด ข้าวฟ่าง อ้อย มันสำปะหลัง และพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างอื่นของประเทศด้วย

ภาคตะวันออก เป็นภาคที่ประกอบด้วยภูเขา ที่ราบลูกฟูก และที่ราบชายฝั่งทะเล ประกอบด้วยมี 7 จังหวัด คือ ปราจีนบุรี สระแก้ว ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี และตราด

ภูมิประเทศภาคตะวันออก ประกอบด้วยภูเขา เทือกเขาสูงและที่ราบแคบทางตอนบน และตาม ชายฝั่งทะเล สำหรับที่ราบตอนบน อยู่ในจังหวัดปราจีนบุรีซึ่งเป็นที่ราบ ระหว่างเทือกเขาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กับเทือกเขาของภาคนี้เดิมเทือกเขาทั้งสอง อาจติดต่อกันเป็นเทือกเดียวกัน แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางธรณีวิทยา จึงทำให้แผ่นดินยุบลงเกิดที่ราบแคบระหว่างเทือกเขาขึ้น เรียกว่าฉนวนไทย(Thai Corridor) ติดต่อกันที่ราบของประเทศกัมพูชา

เทือกเขาสูงในภาคตะวันออกที่สำคัญ ได้แก่ เทือกเขาจันทบุรี ซึ่งเป็นเทือกเขาหินแกรนิตที่มีความแข็งแรง มียอดสูงโดยเฉพาะ คือ ยอดเขาสอยดาวเหนือและสอยดาวใต้ซึ่งประมาณ 1,586 เมตร และ 1,633 เมตร ตามลำดับ ยอดเขาสูงทั้งสองนี้เป็นหมายเด่นที่อาจเห็นได้จากระยะไกล นอกจากนี้ได้แก่ เทือกเขาบรรทัด ซึ่งใช้เป็นพรมแดนประเทศไทยกับกัมพูชา ทางด้านตะวันออกภูมิภาคนี้

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่ประกอบด้วยที่ราบสูง มีทั้งหมด 19 จังหวัด คือ หนองคาย เลย อุดรธานี นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด ชัยภูมิ ยโสธร อุบลราชธานี ศรีสะเกษ หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ บึงกาฬ และมุกดาหาร จะมีภูมิประเทศแตกต่างกับภาคเหนือ และภาคกลางอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้เพราะแผ่นดินของภาคนี้ถูกยกให้สูงขึ้นทั้งสองด้าน คือ ทางด้านตะวันตกและด้านใต้ ทำให้พื้นที่ที่ตะแคงลาดเอียงไปทางตะวันออกตามแนวเทือกเขาเพชรบูรณ์และติดต่อยาวลงไปทางใต้เป็นเทือกเขาตงพญาเย็น ขอบของพื้นที่ซึ่งชันมาก หันไปทางตะวันตกติดกับบริเวณที่ราบตอนกลาง มีความสูงโดยเฉลี่ยประมาณ 120 ถึง 200 เมตรจากระดับน้ำทะเล

ภูมิประเทศทางส่วนใหญ่ คือตามแนวเทือกเขาสันกำแพง และเทือกเขาตงรักเกิดจากการยกของ แผ่นดินสูงขึ้นเช่นเดียวกับภาคตะวันตก โดยมีขอบที่สูงชันหันไปด้านกัมพูชาและพื้นที่ตอนบนในเขตประเทศไทยลาดเอียงไปทางเหนือ ความสูงของขอบชันทางด้านกัมพูชานั้น สูงจากพื้นระดับน้ำทะเล โดยเฉลี่ยประมาณ 400 เมตร แต่ยอดเขาบางแห่งที่เป็นยอดสูงเด่น อาจสูงถึง 700 เมตร

บริเวณทางตอนกลางของภาคนี้ มีลักษณะเป็นแอ่งคล้ายกระทะ และส่วนที่ต่ำมากอยู่ในลุ่มแม่น้ำแม่จัน และแม่น้ำมูล ทั้งนี้เพราะเทือกเขาภูพานซึ่งอยู่ทางด้านตะวันออกแยงเหนือทอดตัวยาว

ตั้งแต่ทางตะวันตกเฉียงเหนือ ไปทางตะวันตกเฉียงใต้ ส่วนบริเวณทางตอนบนเป็นที่ราบลาดเอียง ไปสู่มแม่น้ำโขง และมีพื้นที่เป็นแอ่งต่ำ ที่หนองหาริมแม่น้ำโขงนั่นเอง

โครงสร้างทางธรวิทยาโดยทั่วไปของภาคนี้ ส่วนใหญ่ประกอบด้วยหินชั้นซึ่งมีหินทราย และเกลือหินแทรกอยู่ จากการสำรวจพบว่า บางแห่งชั้นเกลือมีความหนาหลายร้อยเมตร หินดาน (Bed rock) ซึ่งเป็นหินทรายเหล่านี้ เมื่อสึกกร่อนสลายตัวลงไปจะกลายเป็นหินทรายขาดความ สมบูรณ์และไม่เก็บน้ำ ทำให้เกษตรที่อาศัยพื้นที่ทางการเพาะปลูกต้องประสบปัญหาแห้งอยู่เสมอ ทั้งที่บริเวณของภูมิภาคนี้ มีปริมาณฝนตกมากกว่าตอนภาคกลางของประเทศ

ภาคตะวันตก เป็นภาคที่ประกอบด้วยภูเขา เทือกเขาสูง และหุบเขาแคบ ประกอบด้วย 5 จังหวัด คือ ตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วยภูเขาและเทือกเขาสูง ต่อจากเทือกเขาทางภาคเหนือ ซึ่งเป็นแนวยาวทอดลงไปทางใต้ บางส่วนของเทือกเขานี้เป็นเส้น พรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหภาพพม่า ภูเขา และเทือกเขาสูงภาคนี้ ได้แก่ เทือกเขาถนน รังษัย ซึ่งเป็นแนวยาว ตั้งแต่ภาคเหนือลงไปถึงด่านพระเจดีย์สามองค์ ประมาณละติจูด 15 องศา 8 ลิปดา เหนือ ถัดจากนี้ ได้แก่ เทือกเขาตะนาวศรี ซึ่งทอดยาวไปทางใต้ ตามพรมแดนระหว่างประเทศไทยด้วย หินชุดกาญจนบุรี ชุดราชบุรี และชุดแก่งกระจาน บางแห่งมีหินอัคนีซึ่งเป็นจำพวกแกรนิตแทรกขึ้นมา มีปรากฏอยู่ทั้งในเทือกเขาถนนรังษัย และเทือกเขาตะนาวศรี

ความแตกต่างของภูมิประเทศในภาคเหนือ ทั้งๆที่ทั้งสองภาคมีเทือกเขาด้วยกัน คือ ภาคนี้ไม่มี ที่ราบระหว่างหุบเขาที่กว้างขวาง หรือมีขนาดใหญ่เหมือนอย่างภาคเหนือที่มีอยู่ เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ ขนาดแคบ เช่น ที่ราบลุ่มน้ำแม่กลอง ในอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี สภาพภูมิประเทศอย่างอื่นใน บางบริเวณแตกต่างจากภาคเหนือ เช่น ส่วนที่แม่น้ำแควน้อยไหลผ่าน บางแห่งเป็นหุบเขาลึก และมีความลาดชันมาก ทำให้มีน้ำตกสวยงามตามร่องธารน้ำหลายแห่ง นอกจากนี้ภูมิประเทศที่ถูกกัดเซาะจน สึกกร่อน จนกลายเป็นภูเขาโดด (Isenberg) มีอยู่ทั่วไปบริเวณที่ราบเชิงเขา ประกอบด้วยเศษหิน และเศษ ดินที่น้ำพัดมาจากที่สูงทับถมไว้ ถ้าธารขนาดสั้นหลายสายทางด้านตะวันออกของเทือกเขารังษัยและ เทือกเขาตะนาวศรี ที่ราบเชิงเขา และที่ราบดังกล่าวมีดินที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์เหมาะสำหรับการปลูก พืชไร่หลายชนิด เช่น อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ละหุ่งและพืชอย่างอื่นที่มีความสำคัญทาง เศรษฐกิจของประเทศ

นอกจากหินแกรนิต ที่ดันแทรกขึ้นมาทำให้เกิดแร่ที่มีค่าหลายชนิด เช่น ดีบุก ฟลูออไรท์ ทองแดง ตะกั่ว เหล็ก ซึ่งเป็นแร่โลหะแล้ว ยังมีหินบะซอลต์ไหลออกมาเป็นหย่อมทางทางตอนเหนือ ของอำเภอป้อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี บริเวณนี้มีการขุดพลอยและทับทิมจำหน่ายมีชื่อเสียงบริเวณหนึ่ง

แม่น้ำสายสำคัญที่มีต้นน้ำอยู่ในเทือกเขาของเขตนี้นี้ ได้แก่ แม่น้ำเมย ซึ่งมีต้นน้ำอยู่ทางตอนใต้ของเทือกเขานนทขัย แม่น้ำไหลวกขึ้นไปทางเหนือ แล้วลงสู่แม่น้ำสาละวิน และอีกสองสายได้แก่ แม่น้ำแควน้อย และแม่น้ำแควใหญ่ ซึ่งไหลอยู่ทางด้านตะวันออกของเทือกเขาตะนาวศรี ทั้งสองสายนี้ไหลเข้ารวมกันในตอนกลางกลายเป็นแม่น้ำแม่กลอง นอกนั้นเป็นแม่น้ำขนาดสั้น เช่น แม่น้ำเพชรบุรี และแม่น้ำปรางบุรี เป็นต้น

ภาคใต้ ประกอบด้วย 14 จังหวัด คือ ชุมพร ระนอง พังงา ภูเก็ต ตรัง ภูเก็ต สตูล สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา ปัตตานี นราธิวาส ยะลา เป็นภาคที่ประกอบด้วยเทือกเขาเป็นสันอยู่ตอนกลาง และพื้นที่ลาดลงสู่ฝั่งทะเลทั้งสองด้าน ทางด้านตะวันออกคือจังหวัด ทะเลของอ่าวไทย ทางตะวันตก คือ ทะเลอันดามันมีเทือกเขาภูเก็ต ทอดยาวตั้งแต่จังหวัดชุมพรจนถึงพังงา ถัดจากนั้นเป็นภูเขาหินปูนเตี้ยๆเทือกเขานครศรีธรรมราช เป็นแนวต่อจากเทือกเขาภูเก็ต ทอดจากตอนใต้ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีผ่านจังหวัด กระบี่ นครศรีธรรมราช จนถึงจังหวัดสตูล เทือกเขาทั้งสองมีแนวยาวขนาดกบลองจืด คล้ายแกนกลางของภาคใต้ ทำให้ภูมิประเทศประกอบด้วยเทือกเขาเป็นสันอยู่ตอนกลาง แล้วพื้นที่ลาดลงสู่ฝั่งทะเลทั้งสองด้าน ทางตอนใต้สุดของภาคมีเทือกเขาสันกาลาศีรีทอดยาวในแนวตะวันออกสู่ตะวันตก บางส่วนของเทือกเขานี้เป็นพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย ตามบริเวณชายฝั่งทะเลของทั้งสองด้าน มีที่ราบแคบโดยทั่วไป แต่ทางด้านตะวันออกมีที่ราบกว้างกว่าและใหญ่กว่า

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เป็นกระบวนการดำเนินการอย่างมีระบบในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติสนองความต้องการของมนุษย์ โดยไม่มีผลกระทบต่อระบบสิ่งแวดล้อม เพื่อมีทรัพยากรใช้ในอนาคตตลอดไป

2.5.1 แนวคิดในการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

- การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเป็นนิเวศน์พัฒนาปฏิบัติ(Eco development in Action) คือ เปิดโอกาสให้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้ โดยไม่ทำให้คุณค่าทางนิเวศวิทยาเสียไป โดยคำนึงถึงสมรรถนะการรองรับได้ของระบบ ที่ทำให้ธรรมชาติสามารถฟื้นสภาพเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นทั้งหลักการและแผนปฏิบัติงานที่ใช้ในการดำเนินงาน
- การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นขบวนการนำหลักอนุรักษ์วิทยาไปสู่การปฏิบัติโดยมีแผนการใช้และดำเนินการต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างมีขั้นตอนและมีกลไกควบคุม
- การจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นการใช้ทรัพยากรภายในระบบสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักอนุรักษ์

วิทยาทำให้มีทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพียงพอและเหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ในเวลาที่ต้องการไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ ก็ยอมให้เกิดได้น้อยที่สุดตามสมรรถนะการรองรับได้ของระบบ อันจะไม่ก่อให้เกิดมลพิษในสิ่งแวดล้อมหรือขัดขวางการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ

- การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นกระบวนการ คือ ต้องมีกลไกสิ่งแวดล้อมควบคุม และมีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างมีแบบแผน
- การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นแผนการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมซึ่งการกำหนดแผนจะต้องควบคุมนโยบาย มาตรการแผนงาน และโครงการ หรือแผนปฏิบัติ(Action plan)ที่มีขั้นตอนและกลไกควบคุมให้แผนงานดำเนินไปได้

2.5.2 หลักการใช้ทรัพยากรในระบบสิ่งแวดล้อม

การจัดการทรัพยากรภายในระบบหนึ่งๆนั้นจำเป็นจะต้องทราบว่าในระบบนั้นๆ มีองค์ประกอบอะไรบ้าง แต่ละอย่างมีมากน้อยและพฤติกรรมอย่างไรรวมทั้งต้องมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอื่นหรือไม่ โดยเน้นหลักสมดุลของระบบสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ เช่น ชนิด ปริมาณ สัดส่วนการกระจายของผู้ผลิต ผู้บริโภค ผู้ย่อยสลาย และสิ่งสนับสนุนภายในระบบอย่างไร ควรใช้อะไรก่อนหลัง มีของเสียออกจากขบวนการหรือไม่ ทำอย่างไรจึงจะทำให้ระบบนั้นอยู่ได้

2.5.3 หลักการใช้ทรัพยากรนอกระบบสิ่งแวดล้อม

ทรัพยากรนอกระบบแม้มิได้ถูกนำมาใช้ภายในระบบหรือนำทรัพยากรธรรมชาติจากระบบมาใช้หรือมีเกี่ยวข้องกับทรัพยากรภายในระบบเลยอาจเกิดปัญหาผลกระทบต่อระบบได้ เช่นมลพิษที่เกิดจากการรั่วไหลของสารพิษ การสงครามในประเทศเพื่อนบ้าน การเพิ่มลดของค่าเงินสกุลต่างๆ การจัดการจำเป็นจะต้องขจัดสิ่งมีพิษจากภายนอกไม่ให้เข้าไปสู่ระบบได้ โดยใช้ความรู้และการวางแผน และการจัดระเบียบของระบบ

2.5.4 หลักการจัดกลุ่มทรัพยากรใช้แล้วไม่หมดสิ้น

- ป้องกันการปนเปื้อนสารมลพิษ อันจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรกลุ่มนี้
- ควบคุมแหล่งมลพิษ
- เลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- พัฒนาความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสม

2.5.5 หลักการจัดกลุ่มทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป

- ใช้ตามความจำเป็น และสมเหตุสมผล

- เลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ขบวนการผลิตและการใช้ประโยชน์ ให้มีการสูญเสียทรัพยากรน้อยที่สุด
- ต้องพัฒนานำของเสียมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด
 - Reuse
 - Repair
 - Recycle
 - Recovery

2.5.6 หลักการจัดการกลุ่มทรัพยากรที่สร้างทดแทนได้

- จัดระบบนิเวศให้อยู่ในภาวะสมดุลตามธรรมชาติ มีองค์ประกอบเหมาะสมกับความสามารถรองรับได้ของระบบ(Carrying capacity) ไม่ทำให้คุณภาพภายในผิดไปจากธรรมชาติ
- เพื่อให้ได้ผลผลิตตอบสนองมนุษย์อย่างยั่งยืน ต้องใช้เฉพาะส่วนที่เพิ่มพูน (Increment) และเก็บเกี่ยวผลผลิตเฉพาะที่โตเต็มวัย หรืออัตราความเจริญเป็นศูนย์
- ต้องใช้หลักนิเวศพัฒนา โดยนำหลักอนุรักษ์วิทยามาใช้ร่วมกับหลักนิเวศวิทยา โดยใช้ตามความเหมาะสม ประหยัด ปรับปรุงซ่อมแซม และฟื้นฟูสภาพส่วนที่เสื่อมโทรมให้ดีขึ้นนำมาใช้
- พัฒนาให้Stockของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมมีศักยภาพในการให้ผลผลิตหรือส่วนเพิ่มพูนอย่างมีประสิทธิภาพ
- เลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการพัฒนาการผลิตทรัพยากรที่ทดแทนได้ไม่ให้เกิดมลพิษอันมีผลกระทบต่อทรัพยากรและมนุษย์

2.5.7 ลักษณะของทรัพยากรธรรมชาติ

- ส่วนเก็บคูนของทรัพยากร(Stock)คือส่วนของทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ แต่ยังเก็บไว้ในสภาพธรรมชาติ
- ส่วนสำรองของธรรมชาติ(Reserve) คือส่วนของทรัพยากรที่มนุษย์สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในทันทีที่ต้องการเพราะมีการสำรวจแหล่งปริมาณที่แน่ชัดรวมถึงแร่ที่ขุด หรือซุงที่ตัดรวมไว้แล้ว
- ส่วนของทรัพยากร(Resources) คือการนำส่วนที่เก็บคูนและส่วนสำรองมาใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตชีวิตในลักษณะต่างๆ

2.5.8 การอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ

การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฉลาด เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นประโยชน์ต่อมหาชนมากที่สุด ใช้ได้ยาวนานที่สุดเกิดการสูญเปล่านั้นที่สุดใช้ถูกต้องตามกาลเทศะ(Time and Space)

2.5.9 หลักการบริหารและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

- การสำรวจตรวจหา(Survey and Identify)
- การใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด(Wise Use)
- การใช้ทรัพยากรที่มีคุณภาพรอง (Avoidance of the best)
- การปรับปรุงคุณภาพทรัพยากร(Improvement)
- การนำทรัพยากรอื่นมาใช้ทดแทน(Substitution)
- การนำของเสียกลับมาใช้ใหม่(Recycle)

2.5.10 มาตรการทางสังคมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

- การให้ความรู้(Knowledge)
- การหาแนวร่วม(Cooperation and Social Responsibility)
- การสร้างจิตสำนึก(Awareness)
- มาตรการทางกฎหมาย(Law)

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด

ความหมายของการตลาด

นักวิชาการและนักการตลาดได้ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว (Marketing of Tourism) ไว้ดังนี้

วินิจ วีรยางกูร (2532) ได้ให้ความหมายการตลาดท่องเที่ยวว่า “ปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นนำไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยการวิจัยการตลาดการพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการ เพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) ได้ให้ความหมายต้องการตลาดท่องเที่ยวว่า “เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอะไรและเมื่อไร แล้วจะใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นให้ได้รับความพอใจ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ที่สำคัญมีอยู่ 3 ประการ คือ เพื่อสร้างลูกค้า เพื่อรักษาลูกค้าและต้องสร้างรายได้หรือกำไรให้กับองค์กรหรือธุรกิจท่องเที่ยว”

ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ (2529) ได้ให้ความหมายการตลาดท่องเที่ยวว่า “เป็นการศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว เพื่อใช้กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว และ

ส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ อุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand) และอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply)”

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization) ได้ให้ความหมายการตลาดท่องเที่ยวว่า “ปรัชญาของการจัดการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีการวิจัย การพยากรณ์ และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการตลาด โดยบรรลุวัตถุประสงค์และให้ได้ผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร” (Coltman , M. 1989)

Middleton V. (1990) ได้ให้ความหมายการตลาดท่องเที่ยวว่า “เป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว และการจัดองค์ประกอบที่สำคัญ ของส่วนประสมการตลาด เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมสอดคล้องกัน”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Promotion of Tourism) เป็นส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญ และนักวิชาการส่วนใหญ่ก็มักใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ซึ่งประกอบด้วย สินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้จัดการด้านการบริการก็ว่าได้

1. สินค้าหรือบริการ (Products Element) เราต้องเลือกคุณภาพของผลิตภัณฑ์หลัก รวมถึงการบริการที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นได้
2. สถานที่ (Place) ตามหลักการของการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า นั้น ส่วนใหญ่ก็จะเกี่ยวข้องกับเรื่องของสถานที่และเวลา ซึ่งการที่จะสามารถกระจายสินค้าไปยังลูกค้า นั้นเราจำเป็นต้องทำการวางหลักการของการบริการก่อน การบริการด้านข้อมูล และการให้ข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตจะทำให้เกิดการลดช่องว่างในการติดต่อกับลูกค้าได้ การยืนยันการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า นั้นจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ ซึ่งทั้งนี้จะเป็นผลดีแก่องค์กร เนื่องจากลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับสินค้าตามกำหนดเวลาและตรงเวลา
3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ไม่มีนักการตลาดคนไหนที่จะละเลยการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดสามารถที่จะสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าทำการซื้อสินค้าได้ซึ่งนับว่าเป็นข้อดีที่องค์กรต่าง ๆ นั้นมักจะทำการส่งเสริมการตลาดไปยังลูกค้า ไม่ว่าจะผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา โบรชัวร์ และอินเทอร์เน็ต
4. ราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่ทั้งองค์กรและลูกค้าต่างให้ความสำคัญ ซึ่งทางองค์กรเองก็ต้องทำให้ต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ และทางด้านลูกค้าเองนั้น ก็ต้องการที่จะซื้อในราคาที่ถูกเช่นเดียวกัน บางครั้งองค์กรอาจจะต้องเพิ่มรายได้โดยอาจจะมีการสร้างลูกค้าที่เป็นการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อหรือไม่ว่าจะเป็นกำไรให้ส่วนลดราคา

โคเลอร์ อามสตรอง (Kotler & Armstrong 2006 อ้างถึงใน สุรสิฐ อินตะ, 2551) กล่าวว่ากรอบความคิดเกี่ยวกับ 4Ps กำหนดไว้ว่า นักการตลาดจะต้องทำการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และลักษณะเฉพาะตัวของมัน ทำการกำหนดราคาตัดสินใจว่า จะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนอย่างไรและเลือกวิธีการส่งเสริมการขาย นักวิเคราะห์บางรายรู้สึกว่า หลัก 4Ps มองข้าม หรือให้ความสำคัญต่อกิจกรรมบางอย่างน้อยเกินไป

แนวคิดทางการตลาดเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานที่ควรเรียนรู้เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดวิถีทางการตลาดโดยแนวคิดที่รู้จักกันแพร่หลายและนำมาใช้ในด้านธุรกิจคือ 4Ps ในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดนั้น องค์การต้องคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปแล้วนิยมเรียกว่าเครื่องมือทางการตลาด 4 ประการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

สุรสิฐ อินตะ (2551) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง “สิ่งใด ๆ ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดให้ได้รับความพึงพอใจ” ดังนั้นจากความหมายนี้ “ผลิตภัณฑ์” จึงมีความหมายที่กว้างครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคได้

2.6.2 ราคา (Price)

สุรสิฐ อินตะ (2551) กล่าวว่า ความหมายของราคา คือ อัตราในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันในตลาด โดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง ในปัจจุบันราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานการตลาดอย่างมาก ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการณ์ต่าง ๆ อาทิ สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจพฤติกรรมและกรอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ระดับความรุนแรงของการแข่งขันในตลาดความสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านอื่น ๆ รวมถึงการประยุกต์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) มาเป็นองค์ประกอบการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีระดับราคาที่เป็นที่น่าพอใจขององค์กร คือ สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร และเหมาะสมกับระดับความสามารถหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาด

2.6.3 การจัดจำหน่าย (Place)

สุรสิฐ อินตะ (2551) กล่าวว่า ความหมายของการจัดจำหน่าย (Distribution) คือ กระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ซึ่งอาจจะมีหลายขั้นตอนมีส่วนร่วมจากหลายบริษัท ดังนั้น การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยโครงสร้างของช่องทาง (สถาบันและกิจกรรม) ที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด

2.6.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สุรสิทธิ์ อินตะ (2551) กล่าวไว้ว่า ความหมายของการส่งเสริมการตลาด คือวิธีการติดต่อบอกข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าให้ผู้บริโภคทราบรวมทั้งเป็นกิจกรรมที่ไปกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสารในลักษณะบอกกล่าวเชิญชวนผู้บริโภค โดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ในลักษณะของการจ่ายเงินซื้อสินค้าเครื่องมือที่ใช้ในการโฆษณา มีดังนี้

- แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์
- หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- โทรทัศน์ วิทยุ โรงภาพยนตร์
- โฆษณากลางแจ้ง
- โฆษณาเคลื่อนที่: รถประจำทาง เครื่องบิน รถไฟ ฯลฯ
- ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7P's)

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยทำให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และอยู่รอดได้ อาจรวมถึงสามารถขยายขนาดกิจการได้ในอนาคต โคลเลอร์ (Kotler, 2003, p. 449 อ้างถึงใน ชีราภัส อ่วมอิมคา, 2551) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือ ไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือ P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาจาก Product ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคมักจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางในการทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและเลือกใช้บริการได้ ซึ่งมักจะทำโดยผ่านตัวกลางต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตลาด เช่น บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) และบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Tour Agent) ต่าง ๆ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ เหล่านี้ ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางในการขายสินค้า หรือบริการเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การจอง และการชำระเงินอีกด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย ทำการขาย(Personal Selling) และการติดต่อสื่อสาร โดยไม่ใช้คน (Non - Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจใช้เครื่องมือการสื่อสารแบบผสมประสานกัน(Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

5. บุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีที่สามารถตอบสนองลูกค้ามีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท บุคลากรหรือพนักงานถือได้ว่าเป็นสินทรัพย์ที่มีคุณค่ามากที่สุดในธุรกิจบริการ ผู้บริหารองค์กรที่เป็นธุรกิจบริการมีหน้าที่ที่จะต้องบริหารบุคลากรเหล่านี้ให้เป็นสิ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจ

6. กระบวนการ (Process) เป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Consumer Satisfaction) ในองค์กรธุรกิจด้านบริการ กระบวนการในการให้บริการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในการผลิตบริการนั้นด้วยกระบวนการด้านการบริการจึงต้องได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างสะดวก ลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ในกระบวนการ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7. การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยพยายามสร้างรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer - Value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ด้วยลักษณะที่จับต้องไม่ได้ของการบริการจึงทำให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า ไม่สามารถประเมินการบริการได้จนกว่าจะได้รับการบริการนั้นซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงในการที่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อบริการหรือไม่ ส่วนประกอบที่สำคัญในการวางแผนการตลาด คือ การลดความเสี่ยงที่ลูกค้าจะตัดสินใจไม่ซื้อบริการ โดยการออกแบบลักษณะทางกายภาพต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ ซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น แผ่นพับที่แสดงรูปภาพ ให้เห็นถึงบริการต่าง ๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ เครื่องแบบพนักงานที่ได้รับการออกแบบอย่างเหมาะสม และอาคารสถานที่ที่ได้รับการดูแลเป็นอย่างดี

ตารางที่ 2.6 เปรียบเทียบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7Ps) และทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's	ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7Ps)	ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ
เครื่องมือทางการตลาด 4ประการ (Kotler and Armstrong (2006, p. 44) อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ อินทร์, 2551 หน้า 26) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	(Kotler, 2003, p. 449 อ้างถึงใน ชีราภัส อ่วมอิมคา, 2551 หน้า 9 และ Kotler, 2000 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญา ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์, 2541 อ้างถึงใน วิสูตร บัวชุม, 2551 หน้า 14) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. บุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employees) 6. กระบวนการ (Process) 7. การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	การตัดสินใจถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญที่มนุษย์ทุกคนจะต้องเผชิญ และปฏิบัติอยู่เป็นประจำ เนื่องจากการตัดสินใจจะทำให้มนุษย์เลือก และได้สิ่งต่าง ๆ ที่คิดว่าเหมาะสมกับตนเองมากที่สุด

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนินงานที่เกี่ยว

รูปแบบการดำเนินงานในปัจจุบันจะมีความแตกต่างจากอดีตเป็นอย่างมาก การมีค่านิยมในการเดินทางที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การมีระบบข้อมูลข่าวสาร การคมนาคมที่สะดวก ประกอบกับผู้ผลิตสินค้าบริการที่เกี่ยวข้องมีความสามารถผลิตสินค้าบริการ รายการนำเที่ยวได้น่าดึงดูดใจ มีความสวยงาม สะดวกสบาย รวมไปถึงการที่รัฐบาลให้การสนับสนุนในการลงทุนเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวนับวันจะยิ่งมีความสำคัญและเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะต่างๆ ที่แปลกใหม่เพื่อเป็นจุดขายที่น่าดึงดูดใจมากขึ้น ซึ่งกลวิธีการดำเนินงานที่เกี่ยวของของแต่ละบริษัท จะมีความแตกต่างกันตามนโยบายแนวปฏิบัติ ตามกำลังความสามารถและตามวัตถุประสงค์ของแต่ละบริษัทบางบริษัทก็พยายามเน้นขายจุดขายเดิม บางบริษัทก็พยายามบุกเบิกเส้นทางรายการนำเที่ยวใหม่อยู่ตลอดเวลา บางบริษัทก็เปลี่ยนเป้าหมายเปลี่ยนจุดขายหรือกลยุทธ์ โดยเน้นกระแสรายการท่องเที่ยวที่

ได้รับความนิยม อันเนื่องมาจากการเล็งเห็นอนาคตที่ดีกว่า โดยต่อไปนี้จะกล่าวถึงกลยุทธ์ในภาพรวมของการจัดนำเที่ยว ประเภทหลักๆ ดังนี้

2.7.1 กลยุทธ์การจัดนำเที่ยวในประเทศ (Strategy of Domestic Tour)

บริษัทนำเที่ยวที่จะดำเนินการจัดนำเที่ยวโดยนำนักท่องเที่ยวไทย และชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักในประเทศไทยเดินทางในประเทศไทย ผู้จัดควรคำนึงถึงข้อมูลในการประกอบการพิจารณาการจัดนำเที่ยว (ไกรสิทธิ์ ชาญณรงค์, 2534) ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของบริษัท การจัดนำเที่ยวของบริษัทควรมีจุดเน้นในการจัดนำเที่ยว ลักษณะใดบ้าง เพื่อจะได้หากกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศได้ถูกต้อง จะเน้นทัวร์เทศกาล เน้นกรุ๊ปสัมมนา งาน เน้นทัวร์ตลาดบน ทัวร์จีนหรือทัวร์ AEC เป็นต้น

2. กลุ่มเป้าหมาย ต้องพิจารณาถึงบุคคลที่สามารถท่องเที่ยวได้ว่าเป็นบุคคลใด มีอาชีพอะไร ฐานะทางเศรษฐกิจเป็นอย่างไร ต้องตรวจสอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ว่าต้องการท่องเที่ยวในลักษณะใด ต้องการสัมผัสธรรมชาติ เยี่ยมชมสถานที่ สิ่งบันเทิงรื่นรมย์ หรือเพียงแค่ซื้อของเป็นต้น จากนั้นสำรวจฐานะกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้จัดรายการได้ถูกต้องตามงบประมาณของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

3. การเลือกจุดหมายปลายทาง หลังจากได้กลุ่มลูกค้าหรือแนวทางวัตถุประสงค์ชัดเจนแล้ว ควรพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 แหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหรือจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งเก่าและใหม่ มากน้อยแค่ไหน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นความงดงามตามธรรมชาติหรือที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม รวมถึงเทศกาลประเพณีที่น่าสนใจ โดยมากนักท่องเที่ยวไทยจะชอบความสนุกสนานการได้เที่ยวอย่างคุ้มค่า แต่ไม่ชอบข้อมูลที่เชิงวิชาการมากนัก ชอบมีกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว หรือจัดนำเที่ยวตามกระแส และการประชาสัมพันธ์จาก ททท. เช่นปี 2559 ททท. มีนโยบายการตลาดเชิญชวนให้คนไทย “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ไม่เหมือนใคร” กระตุ้นให้คนไทยท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 150.8 ล้านคน ด้ายโปรดักซ์ไฮไลต์ 5 โครงการ

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว และที่แวะพัก สถานที่พัก โดยมีไฟฟ้า ประปา การสื่อสาร โทรคมนาคม ที่สะดวก มีถนนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในสภาพดี สามารถเดินทางได้หลายทาง นอกจากไปทางบกแล้ว สามารถไปทางเรือและทางอากาศ มีสายการบินต้นทุนต่ำบินลงไป นอกจากนี้ยังรวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น มีห้องน้ำเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีที่จอดรถกว้างขวาง ร้านอาหารที่สะอาดถูกหลักอนามัย ในราคาประหยัด และมีขนาดใหญ่พอที่จะรับลูกค้าที่เป็นคณะทัวร์ได้ รวมถึงมีที่พักแรมที่สามารถ

รองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับคณะทัวร์ได้นักท่องเที่ยวไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบให้คนเอาอกเอาใจ ชอบให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ไม่ชอบเที่ยวในที่ที่เข้าถึงยากลำบาก ชอบใช้จ่ายในราคาถูก ผู้จัดจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องนี้ให้มากๆด้วย

3.3 ความปลอดภัย ควรมีความปลอดภัยตามเส้นทางที่เดินทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวควรปลอดภัยจากโจรสลัด ไม่ควรเลือกสถานที่ที่เพิ่งเคยมีเหตุการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวต้องกังวล ตื่นกลัว หรือไม่กล้าไปเที่ยว

2. การวางแผนการจ้ดนำเที่ยวในประเทศไทย

4.1 การเลือกแหล่งท่องเที่ยว ควรเลือกตามความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก จากนั้นให้พิจารณาตามความเหมาะสม

4.2 ควรตั้งวัตถุประสงค์ในการจ้ดนำเที่ยวให้ชัดเจน จะเป็นเพื่อความสนุกสนานเพื่อชมสถานที่ เพื่อสุขภาพ เพื่อการประชุมสัมมนาหรือเพื่อศึกษาธรรมชาติทั้งนี้การจ้ดนำเที่ยวอาจมีวัตถุประสงค์มากกว่า 1 อย่าง เพื่อสร้างประสบการณ์ความคุ้มค่าให้แก่นักท่องเที่ยว

4.3 ช่วงเวลาของการจ้ด ควรจ้ดนำเที่ยวในช่วงที่สภาพอากาศเอื้ออำนวย วางแผนเรื่องการจ้ดนำเที่ยวโดยยึดจากปฏิทินวันหยุดในเทศกาลต่างๆ เลือกสถานที่ท่องเที่ยวให้ถูกช่วงเวลาที่สวยงาม เช่น การล่องแก่ง ฆมน้ำตกควรไปช่วงปลายฝนตกหนาว ไปทะเลควรไปหน้าร้อน เที่ยวภาคเหนือชมทุ่งดอกไม้ควรไปหน้าหนาว นอกจากนี้ยังควรคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆในช่วงเวลาเดียวกันด้วย เช่น ถ้าไปเที่ยวทะเลค่าน้ำดูปะการังควรไปในช่วงที่ไม่มีลมมรสุม หรืออาจจ้ดในช่วงที่ท้องถิ่นนั้นมีงานเทศกาลประจำปี

4.4 กำหนดการ โปรแกรมนำเที่ยว ควรเขียนรายการนำเที่ยวที่น่าสนใจ โดยกำหนดกิจกรรมให้ลูกค้ามีส่วนร่วม หรือจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้มีช่วงเวลาที่เป็นอิสระของตนเอง

4.5 กำหนดงบประมาณและการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยมีกำหนดระยะเวลาวิธีการ และเลือกสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พร้อมกำหนดวงเงินที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในแต่ละครั้งอย่างชัดเจน

3. การดำเนินการจ้ดนำเที่ยว ควรเป็นไปตามลำดับขั้นดังนี้

5.1 เขียนรายการนำเที่ยวที่น่าสนใจ โดยกำหนดกิจกรรมต่างๆที่คิดว่าลูกค้าสนใจ ถ้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรจัดกิจกรรมอย่างไรจึงทำให้ลูกค้าเพลิดเพลินนอกจากได้สัมผัสแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติสำหรับมือใหม่ก่อนเขียนรายการนำเที่ยวควรมีการสำรวจเส้นทางเดินทางไปยังสถานที่ในรายการเพื่อกันเวลา สอบถามรายละเอียดของ โรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมาเขียนรายการและคิดคำนวณราคาค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ณัฐกานต์ เทียนนรนาฎ, 2548)

5.2 การติดต่อธุรกิจผลิตสินค้าบริการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม บริษัทสายการบิน ภัตตาคาร ร้านอาหาร รถโค้ชและสถานที่เข้าชม ต้องติดต่อล่วงหน้าเพื่อการเตรียมการ โดยการจองควรจองในปริมาณที่มากกว่าจำนวนจริง โดยเฉพาะการจองห้องพักเพื่อประโยชน์กรณีสามารถขายได้เพิ่ม

5.3 มีการส่งเสริมการขาย โดยมากนิยมวิธีการส่งแผ่นพับรายการนำเที่ยวไปให้ลูกค้าทางไปรษณีย์ ส่งรายการนำเที่ยวทางอีเมลล์ทางโซเชียลเน็ตเวิร์คต่างๆ ลงโฆษณาในวารสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรายชื่อส่วนใหญ่จะมาจากลูกค้าเก่า ส่วนลูกค้าใหม่จะได้จากการโฆษณาทางสื่อสารต่างๆ รวมไปถึงการออกบู๊ตามงานเทศกาลท่องเที่ยว

5.4 การขายโปรแกรมนำเที่ยว ถ้าเป็นการขายทัวร์หน้าร้าน เมื่อได้รับการจองจากลูกค้า พนักงานขายจะจัดทำเอกสารใบยืนยันการจอง เมื่อแผนกปฏิบัติการนำเที่ยว(Operation) ได้รับเอกสารแล้วก็จะประสานงานหาที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ติดต่อแผนกรถ และคัดเลือกมัคคุเทศก์ที่มีความชำนาญในเส้นทางนั้น กรณีถ้าเป็นการจัดทัวร์เหมา เมื่อได้รับการติดต่อจากลูกค้าให้จัดทัวร์แบบหมู่คณะ แผนกปฏิบัติการนำเที่ยว(Operation) จะต้องทำตารางการท่องเที่ยวพร้อมจัดเสนอค่าใช้จ่ายต่อหัวหน้าการนำเที่ยว แล้วส่งกลับให้ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบดูว่าพอใจหรือไม่ถ้าพอใจก็จะดำเนินการต่อ โดยแผนกปฏิบัติการนำเที่ยว(Operation) จะติดต่อประสานงานหาที่พักร้านอาหาร ติดต่อแผนกรถ และคัดเลือกมัคคุเทศก์ที่มีความชำนาญในเส้นทางนั้น

5.5 การเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ก่อนออกเดินทางเช่น

- อาหารว่างและเครื่องดื่ม แก้วน้ำ กระติกน้ำแข็ง ผ้าเย็น ฯลฯ
- ป้ายติดแท็กกระเป๋า(Tag) ป้ายชื่อบริษัทนำเที่ยว ใบจดทะเบียนบริษัทสำหรับติดที่หน้าและหลังรถ
- จัดทำแผนผังที่นั่งสำหรับลูกค้า
- จัดพนักงานคอยอำนวยความสะดวกในวันเดินทาง
- เตรียมหลักฐานทางการเงินใบจอง ใบสำคัญที่รับรองการจ่ายเงินมัดจำ(Voucher)ต่างๆ เพื่อมอบให้มัคคุเทศก์นำติดตัวไป เช่น หลักฐานแทนเงิน เงินสด ใบมัดจำการจอง เป็นต้น
- ยืนยันวันออกเดินทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตสินค้าบริการที่เกี่ยวข้องทราบ

5.6 เมื่อกลับจากการเดินทางในแต่ละครั้ง ฝ่ายการเงินจะเป็นผู้จัดทำรายละเอียดการใช้เงิน และฝ่ายปฏิบัติการนำเที่ยวหาจากการเดินทางมาปรับปรุงแก้ไขในอนาคต

4. การติดต่อธุรกิจผลิตสินค้าบริการท่องเที่ยว

6.1 ที่พักแรม สำหรับการเลือกโรงแรมที่พัก ถ้าพักในตัวเมืองควรเลือกโรงแรมที่อยู่ในทำเลดี ลูกค้าสามารถไปเยี่ยมชมย่านศูนย์กลางการค้า หรืออยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว แหล่งบันเทิง ริมยมย์กลางคืนเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะชื่นชอบ ไม่ควรเป็น โรงแรมเก่า แต่ควรเป็น โรงแรมที่มีชื่อเสียง มีขนาดใหญ่พอสมควร(หากเป็นทัวร์คณะใหญ่) ขนาดห้องพักก็ควรมีหลายขนาดให้เลือก ห้องล็อบบี้(Lobby) ต้องกว้างขวางใหญ่พอที่จะให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มาเป็นคณะทัวร์ บางครั้งหลายสิบหรือหลายร้อยคน สามารถเข้ามาลงทะเบียนเข้าพัก(Check in) ได้อย่างไม่แออัด ทั้งนี้หากสถานที่ที่ไปเยือนไม่มี โรงแรมให้เลือกมากนัก ถ้าเป็นไปได้บริษัทนำเที่ยวก็ควรเลือกโรงแรมที่ดีที่สุดในย่านนั้นๆ เพื่อลดข้อเปรียบเทียบต่างๆจากลูกค้า

6.2 สายการบิน กรณีจกนำเที่ยวโดยมีการเดินทางโดยสายการบินภายในประเทศจะมีข้อจำกัดเรื่องจำนวนของสายการบิน เพราะไม่มีสายการบินให้เลือกมากเหมือนการเดินทางไปต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดเรื่องขนาด และรุ่นของเครื่องบินที่มีขนาดเล็ก ไม่สามารถรับผู้โดยสาร ได้มากเหมือนที่ใช้บริการระหว่างประเทศ การติดต่อสำรองที่นั่งต้องทำล่วงหน้าเป็นเวลานาน และถ้าเดินทางในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว ยังต้องมีปัญหาเรื่องการจองที่นั่ง ดังนั้นบริษัทมีแผนการที่จะจัดนำเที่ยวทางเครื่องบิน ก็จำเป็นต้องสำรองที่นั่งบนเครื่องบินก่อนการจองธุรกิจอื่นๆ ส่วนการเจรจาต่อรองเรื่องราคารัน ส่วนใหญ่จะให้ข้อเสนอพิเศษให้บริษัทนำเที่ยว คือ ถ้าซื้อบัตรโดยสาร 15 ที่นั่ง จะได้ฟรี 1 ที่นั่ง แต่บางสายการบินภายในประเทศอาจจะให้ข้อเสนอพิเศษต่างๆ ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้น การสำรองที่นั่ง จะต้องจองจำนวนมากไว้ก่อน ถ้ามีนักท่องเที่ยวน้อยบริษัทสามารถบอกคืนที่นั่งภายในระยะเวลาที่กำหนดหรือบริหารจัดการจำหน่ายต่อบริษัทท่องเที่ยวอื่นที่ต้องการได้ แต่ถ้าขอจองจำนวนน้อย หากต้องการเพิ่มที่นั่งภายหลังอาจมีปัญหา และอาจไม่ได้ตามจำนวนที่ต้องการ ทั้งนี้บริษัทต้องชำระเงินมัดจำส่วนหนึ่ง แล้วแต่จะตกลงกับสายการบิน โคนชำระตามเวลาที่สายการบินกำหนด และต้องยืนยันจำนวนที่แน่นอนครั้งสุดท้ายอย่างน้อย 1 สัปดาห์ก่อนการเดินทาง

6.3 รถโค้ช กรณีที่บริษัทนำเที่ยวไม่มีรถเป็นของตนเอง จำเป็นต้องเช่าจากบริษัทรถเช่า ควรคำนึงถึงความเหมาะสมสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยว การคิดราคารถจะคิดเป็นวัน รถโค้ชจะคิดราคารวมค่าน้ำมัน ส่วนรถตู้จะคิดเป็นราคาเหมาแยกหรือรวมน้ำมันแล้วแต่จะตกลงกัน การติดต่อของจองรถคล้ายคลึงกับธุรกิจอื่นๆ ต้องจองล่วงหน้า และต้องมีการวางมัดจำ โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาเช่าจะแพงกว่าปกติ ส่วนการคิดค่าเช่า จะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับขนาดและความใหม่ ความทันสมัย และประเภทของรถ รวมถึงระยะทางสภาพทางที่ไป ปัจจุบันถึงแม้ว่าการติดต่อรถโค้ชจะไม่จำเป็นต้องแจ้งจำนวนนักท่องเที่ยวให้เจ้าของรถทราบแต่ก็ต้องตกลงเรื่องเส้นทางและยืนยันวันเวลาการใช้บริการเหมือนกับสถานประกอบการอื่นๆ

6.4 ภัตตาคารหรือร้านอาหาร การเลือกภัตตาคารร้านอาหารเป็นสิ่งสำคัญ ผู้จัดจะต้องเลือกร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในเส้นทางการเดินทาง ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะภัตตาคารขนาดใหญ่พอที่จะรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จึงอาจต้องใช้บริการจากทางโรงแรมหรือภัตตาคารร้านอาหารที่อยู่ในทางผ่าน การเลือกร้านอาหารนอกจากจะต้องคำนึงขนาดของร้านแล้ว ยังต้องคำนึงถึงรสชาติ ความสะอาด การบริการที่ดี มีความรวดเร็ว มีรายการอาหารให้เลือก โดยอาจเลือกอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ส่วนการเจรจาต่อรองเรื่องราคาสำหรับค่าอาหารค่อนข้างทำได้ยาก ถ้าจะลดราคาทำได้โดยการเปลี่ยนรายการและลดรายการได้เพียงเล็กน้อยและควรเลือกร้านอาหารที่ให้ออกรับประทานอาหารสำหรับคนขับรถ และทีมงานนำเที่ยวด้วย เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ก่อนเข้าใช้บริการควรยืนยันจำนวนที่แน่นอนล่วงหน้า ส่วนการชำระเงินล่วงหน้าเป็นค่าอาหารอาจมีหรือไม่มีก็ได้แล้วแต่จะตกลงกัน

2.7.2 กลยุทธ์การจัดนำเที่ยวเข้าประเทศ (Strategy of Inbound Tour)

การวางแผนจัดการนำเที่ยวในลักษณะจัดนำเที่ยวประเภทเข้าประเทศ(Inbound Tour) นั้น เป็นการจัดนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาจากทุกมุมโลก การจัดรายการนำเที่ยวจึงมีความยากลำบากในการที่จะสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาตินั้นๆ ซึ่งบริษัทนำเที่ยวจะต้องศึกษาข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการจัดรายการนำเที่ยวให้เหมาะสม และตรงตามความต้องการของตลาด ทั้งนี้รายการนำเที่ยวเข้าประเทศส่วนใหญ่ มักเป็นลักษณะของการจัดนำเที่ยวที่มักมีรายการท่องเที่ยวชมเมือง(City Tour) หรือไม่กี่เที่ยวชมสถานที่ที่มีจุดเด่นในเมืองหรือรอบๆเมือง อาจเป็นแบบเข้าไปเยือนกลับ(Sightseeing Tour) อยู่ด้วยเพราะโดยมาบริษัทนำเที่ยวมักจัดรายการให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวไปจุดสำคัญๆของประเทศนั้นๆก่อน เช่นเดียวกับทัวร์ไทยที่ไปต่างประเทศก็มักจัดนำเที่ยวในลักษณะดังกล่าว เนื่องจากจัดงาน อยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก มีโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ และมีสถานประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกมากมาย ซึ่งต่อไปนี่คือสิ่งที่บริษัทจัดนำเที่ยวเข้าประเทศ(Inbound Tour) ควรให้ความสำคัญก่อนการจัดนำเที่ยว ได้แก่

- 1) ประเมินสถานการณ์ของเหตุการณ์สำคัญต่างๆทั่วโลกว่าจะมีเหตุการณ์ใดส่งผลกระทบต่อการเดินทางเข้ามาของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่มชาติที่เป็นลูกค้าของตน เช่น เหตุการณ์โรคซาร์(SARS) บริษัทจัดทำเที่ยวไทยมักจะไม่นำมาตรการตลาดกลุ่มเป้าหมายจากเอเชียโดยเฉพาะจากประเทศจีน หรือเหตุการณ์ภัยสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิรัก บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยจะไม่นำมาตรการตลาดลูกค้าที่มาจากสหรัฐอเมริกาเนื่องจากคนในประเทศกลัวความไม่ปลอดภัยจากการเดินทางประเทศใดที่มีเศรษฐกิจที่ดี-เยเป็นต้น

2) สมาคมใดที่มีส่วนช่วยเหลือหรือผลักดันให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้าได้บ้าง ที่สำคัญได้แก่ สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว(Association of Thai Travel Agents : ATTA)

3) มีเส้นทางหรือสายการบินใดที่สามารถบินตรงได้ และมีปริมาณการบินเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

4) ความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศ มีส่วนเอื้อในการเข้าออกประเทศมากน้อยเพียงใด

5) มีบริษัทตัวแทนในต่างประเทศ ที่จะช่วยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ทำการตลาดได้มากน้อยเพียงใด มีความไว้วางใจเชื่อใจได้หรือไม่

นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในการจัดนำเที่ยวเข้าประเทศ(Inbound Tour)คือ

1.ศึกษาตลาด โดยมากการจัดนำเที่ยวเข้าประเทศ(Inbound Tour) ควรจะมีจุดเริ่มต้นจากการศึกษาตลาด ศึกษาแนวโน้มที่ผ่านมา อัตราการเจริญเติบโตของแต่ละตลาด โดยอิงจากตลาดดังนี้ (นฤมล คุณากุล,2527)

1.1 ตลาดเก่า ต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่เคยใช้บริการว่าเป็นใคร เชื้อชาติ เพศ อายุ ระดับสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ อาชีพ ระดับการศึกษา เป็นอย่างไร เป็นต้น

1.2 ตลาดใหม่ โดยพิจารณาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับฐานะความเป็นอยู่และเศรษฐกิจ นโยบายของรัฐบาลในการเปิดโอกาสให้คนในประเทศได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ประชาชนมีรายได้ดี ก็ทำให้คนมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศมากกว่า

นอกจากการศึกษาดูมาแล้ว จะต้องศึกษาสถิติและศึกษานโยบายด้านการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อเป็นข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดตามความสามารถที่ตนเองถนัด

2. ศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย นอกเหนือจากการศึกษาสภาพโดยทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เป็นที่คาดหวังของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแล้วนั้น ผู้จัดนำเที่ยวควรทราบว่านักท่องเที่ยวแต่ละชาติจะมีกำลังซื้อและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่ต่างกันอย่างไรบ้าง ซึ่งความต้องการของลูกค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้จัดนำเที่ยวจะต้องให้ความสนใจ บริษัทต้องสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาติที่เป็นตลาดเป้าหมายของตน ในด้านต่อไปนี้ ก่อนตัดสินใจจัดทำรายการนำเที่ยวเพื่อเสนอขาย(พวงบุญหา ภูมิพานิช, 2539)

2.1 ด้านที่พัก ต้องทราบว่าโรงแรมระดับใดที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มบางกลุ่มเลือกที่จะพักโรงแรมในเครือข่ายข้ามชาติ(Chain Hotel) เนื่องจากเป็น โรงแรมที่เป็นเครือข่ายจากประเทศของตน บางกลุ่มชอบพักติดชายหาด บางกลุ่มชอบพักเกสต์เฮ้าส์เนื่องจากราคาถูก บาง

2.4.2 ทดลองทำอาหารไทย/ของหวาน/ผลไม้

2.4.3 แสวงหาสิ่งบันเทิงเริงรมย์ยามราตรี

2.4.4 เล่นกีฬา

2.4.5 ชื้อของ

2.4.6 ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย

หลังจากศึกษารายละเอียดข้อมูลความต้องการของตลาดและสามารถแบ่งกลุ่มตลาดตามความต้องการได้แล้ว จึงจกรายการนำเที่ยวตามกลุ่มตลาดนั้นๆ

3. การดำเนินงาน การจกนำเที่ยวเข้าประเทศ (Inbound Tour) อาจจัดเป็นรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย(Package Tour) ให้กับกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(Incentive Tour) หรือกลุ่มท่องเที่ยวทั่วไป (ทัวร์ขายหน้าร้าน) โดยวิธีการคือบริษัทนำเที่ยวไทยจะร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวที่เป็นตัวแทนขายในต่างประเทศ ทำสัญญาหรือข้อตกลงเป็นตัวแทนขายและตัวแทนจัดการนำเที่ยว หรือบริษัทนำเที่ยวจากต่างประเทศอาจมาตั้งสาขาในประเทศไทย เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายเพื่อความสะดวกในการจัดส่งนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.7.2 กลยุทธ์การจกนำเที่ยวไปต่างประเทศ(Stratgy of Outbound Tour)

การจกนำเที่ยวไปต่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากการมรกระเสและทิศทางของนักท่องเที่ยวไทยที่ให้ความนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศมากขึ้น อาจเนื่องมาจากเหตุผลหลายประการ ได้แก่ นักท่องเที่ยวต้องการเปลี่ยนบรรยากาศการท่องเที่ยว การได้เดินทางไปต่างประเทศจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวภายในประเทศบางคนต้องการไปสัมผัสกับสิ่งมหัศจรรย์ของโลก บางคนต้องการไปสัมผัสอากาศที่หนาวเย็น สัมผัสวัฒนธรรมประเพณี ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยว หรือความศิวิไลซ์ต่างๆในต่างประเทศ ที่ประเทศไทยไม่มีประกอบกับสภาพเศรษฐกิจชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนไทยบางคนบางกลุ่ม การมีเทศกาลวันหยุดที่เอื้ออำนวย ตลอดจนการได้รับการบอกกล่าวถึงความสวยงามจากผู้ที่เคยเดินทาง การถูกกระตุ้นเชิญชวนประชาสัมพันธ์จากบริษัทนำเที่ยวที่เสนอขายรายการนำเที่ยวที่น่าสนใจและสาเหตุอื่นๆอีกมากมาย สาเหตุเหล่านี้เป็นเหตุของการเลือกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศของคนไทยซึ่งนับวันจะมีแนวโน้มมากขึ้นตามลำดับ โดยบริษัททำเที่ยวที่มีการจกนำเที่ยวประเภทนี้ ควรมีการวางแผนระยะยาว และมีการวางแผนประจำปีล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ปี เพื่อความสะดวกในการเตรียมการควรมีการศึกษาข้อมูลต่างๆประกอบการพิจารณาจัดโปรแกรมนำเที่ยวในแต่ละปีดังนี้(พวงบุหงา ภูมิพานิช, 2539)

1. ความต้องการของลูกค้า กระเสนิยมในรายการนำเที่ยวต่างๆ
2. วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ควรคำนึงถึงการให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากการ

เดินทางมากที่สุด ซึ่งบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จะจัดนำเที่ยว โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์หลัก คือการจัดนำเที่ยวเพื่อให้ลูกค้าได้พักผ่อนเพลิดเพลินสนุกสนาน เพื่อการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว ได้ชื่อของเป็นสำคัญ

3. กำหนดการเดินทาง บริษัทต้องคำนึงถึงภูมิอากาศของแต่ละประเทศศึกษาช่วงเวลาที่เหมาะกับไทยชอบเดินทางท่องเที่ยว โดยมากดูจากปฏิทินวันหยุดเทศกาลในแต่ละเดือน เรื่องระยะเวลาการเดินทาง ตลอดจนพิจารณาถึงเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ในต่างประเทศ เช่นจัดไปเทศกาลหิมะที่ซัปโปโร(Sapporo)เกาะฮอกไกโด(Hokkaido) ประเทศญี่ปุ่นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ หรือจัดไปแฟรงก์เฟิร์ต(Frankfort)ประเทศเยอรมนี ในช่วงเทศกาลคิมเบียร์ เป็นต้น

4. รายการนำเที่ยว บริษัทต้องพิจารณาจากรายการนำเที่ยวของแต่ละโปรแกรมที่เคยจัดว่า รายการไหนควรปรับปรุงให้เหมาะกับความต้องการของลูกค้า ควรจัดไปยังภูมิภาคใดในช่วงไหน ระยะเวลาของการจัดตลอดจนวัตถุประสงค์ของการจัดนำเที่ยว โดยข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นข้อมูลหลักที่สามารถนำมาเป็นรายละเอียดในการเจรจากับบริษัทตัวแทนต่างประเทศ

5. จุดเด่นทางการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ บริษัทควรจัดนำเที่ยวให้ลูกค้าได้มีโอกาสเยี่ยมชมจุดเด่นทางการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศให้มากที่สุดเท่าที่เวลาและโอกาสจะอำนวย เช่นไปฝรั่งเศสก็ต้องแวะชมหอไอเฟล ไปกัมพูชาต้องแวะชมนครวัด นครธม ไปอียิปต์ก็ต้องแวะชมปิรามิด เป็นต้น

6. บริษัทควรสำรวจลูกค้าที่ใช้บริการว่าเป็นใคร มีเพศ วัย อาชีพ ระดับการศึกษาเป็นอย่างไร เพื่อจะได้วางแผนจัดรายการทำเที่ยวได้ถูกต้อง

7. บริษัทในประเทศควรประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทตัวแทนในต่างประเทศ (Local Agent) เพื่อประกอบการพิจารณาว่า ควรใช้บริการต่อหรือไม่ ในขณะเดียวกันก็ควรใช้บริการบริษัทตัวแทนใหม่ๆ บ้าง เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบ ดูข้อเสนอต่างๆ จากหลายๆ บริษัทก่อนตัดสินใจเลือก

1. การวางแผนจัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ ควรมีการวางแผนดังต่อไปนี้ (พวงบุญหา ภูมิพานิช, 2539)

1.1 การวางแผนระยะยาว เพื่อกำหนดเป้าหมาย ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจัดทำเป็นช่วงเวลา 10 ปี 5 ปี 3 ปี โดยวางแผนกำหนดเป้าหมายในช่วงต่างๆว่าจะพัฒนาการท่องเที่ยวไปในแนวไหนจัดรูปแบบใดบ้าง เน้นการตลาดไปยังภูมิภาคใด และการบริการของบริษัทตัวแทนต่างประเทศจะเป็นลักษณะอย่างไร การวางแผนระยะยาวจะนิยมทำกันในบริษัทนำเที่ยวยักษ์ใหญ่ที่มีเครือข่ายกว้างขวาง

1.2 การวางแผนประจำปี หลังจากการศึกษาข้อมูลต่างๆในรอบปีที่ผ่านมาแล้ว ควรนำผลจากการศึกษามากำหนดเป็นแผนงานประจำปีโดยมีรายละเอียดของเรื่องต่างๆดังต่อไปนี้

1.2.1 จัดนำเอกสารนำเที่ยว เป็นการกำหนดจำนวน โปรแกรมนำเที่ยวที่จะจัดในรอบ 1 ปี โดยแบ่งเป็นสามส่วน ส่วนแรก เป็นการทำการรายการนำเที่ยวต่างๆ ที่บริษัทตัวแทนต่างประเทศจัดทำขึ้นตามความเหมาะสม เพื่อเสนอหรือจัดตามความต้องการของบริษัทนำเที่ยวไทย มารวบรวมจัดทำโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัท ซึ่งประกอบด้วยรายการนำเที่ยว ราคาท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ(Inclusive Tour) ซึ่งรวมค่าใช้จ่ายทุกอย่าง มีหัวหน้าทัวร์ไปด้วย ส่วนที่สองเป็นการจัดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย(Package Tour) ซึ่งระบุค่ายานพาหนะและที่พักอาหารบางมื้อเท่านั้น และส่วนที่สาม เป็นการจัดนำเที่ยวแบบเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour) โดยบริษัทนำเที่ยวจะจัดตามความต้องการขององค์กรหน่วยงานหรือตัวแทนห้างร้านต่างๆเพื่อให้เป็นรางวัลสำหรับพนักงาน

1.2.2 การส่งเสริมการขายและการวางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัทจะกำหนด ลูกค้าเป้าหมายและสื่อที่จะใช้ กำหนดช่วงเวลาที่จะ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่สำคัญเรื่องงบประมาณที่จะใช้ในการส่งเสริมการขายมีมากน้อยเท่าไร เพราะถ้ามีงบประมาณน้อย ทำให้การส่งเสริมการขายไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการขาย กรณีที่บริษัทต้องการรณรงค์โฆษณาโปรแกรมพิเศษของปี ก็ควรมุ่งเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นพิเศษเช่นกัน

2. กลุ่มตลาดเป้าหมาย

2.1 บุคคลทั่วไป ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเก่าและกลุ่มลูกค้าใหม่ที่บริษัทตั้งเป้าหมายในการเจาะตลาด รวมถึงบุคคลที่ติดต่อสอบถามซื้อรายการนำเที่ยวหน้าร้านหรือโทรศัพท์

2.2 องค์กร หน่วยงาน บริษัท ร้านค้า อาจเป็นกลุ่มลูกค้าเก่า หรือกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยบริษัทจะส่งพนักงานไปติดต่อเสนอขายรายการนำเที่ยว การที่บริษัทตั้งเป้าหมายทางการตลาดไว้ ทำให้สามารถกำหนดวัน และระยะเวลาในการเดินทางได้เหมาะสม สามารถจัด โปรแกรมนำเที่ยวได้ตรงกับเวลาที่ตลาดหรือลูกค้ากลุ่มนั้นๆ สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้

3.การดำเนินงาน

3.1 จัดโปรแกรมนำเที่ยว ควรนำรายการนำเที่ยวที่บริษัทตัวแทนต่างประเทศเสนอมา หรือรายการที่เคยจัดมาแล้วเขียนเป็นสำนวนภาษาท่องเที่ยวที่เป็นภาษาไทยเพื่อขายแก่นักท่องเที่ยวไทย หรือจัดตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเมื่อรับการยืนยันราคาค่าจัดทัวร์ในต่างประเทศ จากบริษัทนำเที่ยวท้องถิ่นในต่างประเทศแล้ว บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยก็จะกำหนดราคาท่องเที่ยว

โดยบวกค่าเครื่องบิน ค่าวีซ่า ค่าดำเนินการต่างๆในประเทศ แล้วบวกด้วยกำไร และระบุเงื่อนไขต่าง เสนอเป็นราคาขาย

3.2 จัดทำเอกสารนำเที่ยวเสนอขายเฉพาะกลุ่ม หรือรวบรวมโปรแกรมนำเที่ยวตลอดทั้งปี จัดทำเป็นรูปเล่ม กรณีเป็นทัวร์หน้าร้าน เพื่อเป็นเครื่องมือในการขาย รวมถึงเตรียมเอกสารต่างๆที่ จำเป็นสำหรับการจัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ

3.3 การส่งเสริมการขาย สามารถทำได้หลายวิธี เช่น

3.3.1 โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ จัดทำสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์ และจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน โดยเฉพาะงาน เทศกาลออกบูทต่างๆ เว็บไซต์ของบริษัท หรือฝากลิงค์ตามเว็บไซต์อื่น

3.3.2 ส่งโปรแกรมนำเที่ยวไปให้ลูกค้าเป้าหมายทางไปรษณีย์หรือทางไปรษณีย์ อีเล็กทรอนิกส์(E-Mail)

3.3.3 ติดต่อโดยตรงเพื่อเสนอรายการนำเที่ยวแก่องค์กร สถาบันฯ หน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่างๆ

3.3.4 ประชาสัมพันธ์บริษัท โดยให้ข้อมูลรายละเอียดแก่ผู้ที่ติดต่อสอบถามเข้ามา

3.4 การขาย จัดขายหน้าร้านและทางโทรศัพท์ โดยกำหนดระยะเวลาในการขายให้เวลา ลูกค้าเตรียมตัว ถ้าเป็นการเดินทางระยะยาวหลายประเทศ ควรปิดการขายอย่างน้อยล่วงหน้า ก่อนการเดินทางหลายวัน เพื่อเผื่อเวลาในการทำวีซ่า ถ้าเป็นการเดินทางระยะสั้นอาจปิดการขาย ก่อนการเดินทางเพียงไม่กี่วันก่อนการเดินทาง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขอำนาจจากสถานทูตของแต่ละ ประเทศที่จัดนำเที่ยวด้วย

3.5 จัดเตรียมเอกสารและรวบรวมเอกสารของลูกค้า สำหรับขอวีซ่า กรณีต้องไปในประเทศ ที่ต้องขอวีซ่า ค่าทำเนียมในการทำวีซ่า ต้องทราบว่าจะเอกสารที่จะนำไปแสดงในการขอวีซ่าแต่ละ ประเทศมีอะไรบ้าง ผู้รับผิดชอบจะต้องศึกษาข้อมูลเหล่านี้ด้วย

3.6 กำหนดบุคคลที่จะทำหน้าที่หัวหน้าทัวร์ให้ไปกับคณะนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาตาม ความสามารถและความเหมาะสม

3.8 เตรียมอุปกรณ์และเอกสารสำหรับชี้แจงแก่ลูกค้าในวันปฐมนิเทศ(ถ้ามี) ได้แก่ ใบเสร็จรับเงิน ควรติดต่อธนาคารสำหรับการแลกเปลี่ยนเงินของลูกค้า เตรียมรายงานนำเที่ยวฉบับ สมบูรณ์ พร้อมคำแนะนำประกอบการเดินทาง อาจมีของที่ระลึกแจกลูกค้า เช่น กระเป๋าเดินทางขึ้น เครื่อง หมวก เป็นต้น

3.9 ปฐมนิเทศหรือการชี้แจงนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเดินทาง โดยอาจกำหนดการชี้แจงอย่างน้อย 10 วันก่อนการเดินทาง เมื่อถึงเวลาผู้ดำเนินการประชุมควรกล่าวต้อนรับ อธิบายรายการนำเที่ยว อาจมีการฉายภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆประกอบด้วยก็ได้ หลังจากนั้นก็เป็นการตอบข้อซักถาม นัดแนะวันเวลาเดินทาง

3.10 ทำการจ่ายเงินโอนเงินให้บริษัทตัวแทนต่างประเทศ พร้อมทั้งเตรียมเงินให้กับหัวหน้าทัวร์เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ควรทำบัญชีทุกครั้งที่มีการรับและจ่ายเงิน และเมื่อเสร็จสิ้นการเดินทางแต่ละครั้ง ฝ่ายการเงินจะต้องคิดรายรับ รายจ่าย ผลกำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายต่างๆแล้ว

3.11 เจ้าหน้าที่ทำการเตรียมอุปกรณ์และเอกสาร สำหรับการเดินทางของลูกค้า เช่น ริปบิ้น และป้ายติดกระเป๋า(Tag) เอกสารต่างๆ เช่น ใบรายชื่อลูกค้าหรือใบการจัดห้องพัก(Rooming List) แบบฟอร์มการเข้าออกประเทศ (Immigration Card) ใบสำแดงรายการสิ่งของที่กรอกข้อความแล้ว เว้นช่องให้ลูกค้าเซ็นชื่อ จัดลำดับหนังสือเดินทางของลูกค้า พร้อมตั๋วเครื่องบิน เตรียมใบมัดจำหรือใบจอง(Voucher) ต่างๆ(ถ้ามี) ควรมีแบบฟอร์มการประเมินผลความพึงพอใจ จากลูกค้าเพื่อมอบให้หัวหน้าทัวร์ก่อนออกเดินทางด้วย

3.12 เมื่อเสร็จสิ้นการเดินทางทุกครั้ง จะต้องมีการประเมินผลการเดินทาง และสรุปค่าใช้จ่ายต่างๆ หลังจากได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาแล้ว ควรนำมาวิเคราะห์ประมวลข้อมูลความคิดเห็นต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น

4. การปฐมนิเทศก่อนการเดินทาง

ก่อนการเดินทางประมาณ 1-2 สัปดาห์ บริษัทนำเที่ยวควรมีการปฐมนิเทศหรือจัดการชี้แจงแก่ลูกค้าเพื่ออธิบายข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการเดินทางไปต่างประเทศ เนื่องจากการเดินทางไปต่างประเทศจะเป็นการไปในประเทศที่ไม่ใช่บ้านของตน ความผิดพลาด ความไม่เข้าใจในวัฒนธรรมประเพณีต่างถิ่น ตลอดจนเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับลูกค้า และหลังจากการปฐมนิเทศ ลูกค้าจะได้มีเวลาในการเตรียมการเดินทาง การปฐมนิเทศอาจจัดที่โรงแรมภัตตาคาร หรือห้องประชุมของบริษัท ในวันปฐมนิเทศควรมีอาหารว่าง เครื่องดื่ม กระเป๋าเดินทางสำหรับลูกค้า

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งสถานประกอบการ



รูปที่ 3.1 โลโก้บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล จำกัด

บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล จำกัด ดำเนินธุรกิจในด้านรับจัดงานท่องเที่ยวบริการนำเที่ยวครบวงจร โดยมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการทำทัวร์และการจัดงานออกแอนด์เซอร์ทิงในประเทศและต่างประเทศ บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2558 ทะเบียนพาณิชย์เลขที่ 0105558103867 โดยรูปแบบการจัดการบริษัทที่มุ่งเน้นความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวจึงมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้เป็นหนึ่งในด้านบริการนำเที่ยว โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุดจากบริการของเราในราคาที่ยุติธรรม

ที่อยู่ : 131/10 หมู่บ้าน นลิน แกรนด์ อเวนิว ถนน กาญจนเกษิก แขวง ทับช้าง เขต สะพานสูง
จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10250

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

- 3.2.1 บริการจัดกรุ๊ปเหมาเป็นหมู่คณะนอกประเทศ
- 3.2.2 บริการจัดงานสัมมนา จัดเลี้ยงนอกสถานที่
- 3.2.3 บริการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวแบบ Incentives
- 3.2.4 บริการจัดหางานคนตรีไฟ แสง สี เสียง และโชว์ต่างๆ
- 3.2.5 บริการรับจองตั๋ว เครื่องบิน และรับจองโรงแรมภายในประเทศและต่างประเทศ
- 3.2.6 บริการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ

3.3 รูปแบบการจัดการองค์การและการบริหารงานขององค์กร

แผนผังองค์กร



รูปที่ 3.2 แผนผังองค์กร

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

3.4.1 การปฏิบัติงานภายในบริษัท

- จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว Incentive ภายในประเทศ
- ตกแต่งโปรแกรมท่องเที่ยวต่างประเทศ สำหรับขายหน้าร้าน
- ทำรายชื่อสำหรับ แท็กซี่ติดกระเป๋า
- ค้นหาโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว
- ทำความสะอาดสถานประกอบการ
- จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับออกทัวร์

3.4.2 ขั้นตอนการปฏิบัติงานก่อนออกทัวร์

1. ก่อนออกทัวร์

- แบ่งหน้าที่ของทีมงานแต่ละคน มี 2 หน้าที่คือ ทีมงานล่วงหน้า และทีมงาน On Bus

- โทรนัดเวลาและจุดนัดพบกับทีมงาน
- ชื่อของสำหรับออกทัวร์ อาทิเช่น น้ำดื่ม น้ำอัดลม ขนม ลูกอม ชา กาแฟ
- จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับ On Bus อาทิเช่น ถาดสำหรับเสิร์ฟ แก้วน้ำแบบใช้แล้วทิ้ง เขี่ยกน้ำ ถุงขยะ ทิชชู ฯลฯ
- จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับซุ้มต่างๆ เช่น ซุ้มสัมภาระ ซุ้มลูกชิ้น ซุ้มเกมส์

2. ระหว่างออกทัวร์

- เดินทางถึงจุดนัดหมายกับทีมงานก่อนเวลา
- ยกของต่างๆขึ้นตามรถบัส
- เช็ทรถบัสให้เรียบร้อย เช่น จัดเตรียมถุงขยะใบเล็กให้ลูกค้าตามที่นั่ง แขน้ำดื่ม
- เมื่อถึงจุดนัดหมายกับลูกค้าแล้ว ช่วยไถ่ลงทะเลเบียนให้ลูกค้า พร้อมช่วยติดแท็กกระเป๋า และช่วยลูกค้ายกกระเป๋าขึ้นรถ
- เสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มให้กับลูกค้า
- ตรวจเช็คจำนวนลูกค้าบนรถบัส
- แจ้งไกด์เมื่อลูกค้าขึ้นรถบัสครบตามจำนวน
- ทีมงานขึ้นแนะนำตัว เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบว่าเราเป็นผู้ดูแลตลอดการเดินทาง
- ถึงจุดแวะพักรถเพื่อให้ลูกค้าเข้าห้องน้ำ ทีมงานต้องบริการกระดาษทิชชูให้แก่ลูกค้า
- ระหว่างการเดินทาง ทีมงานจะบริการเครื่องดื่มและขนมตลอดการเดินทาง
- เมื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวจุดต่างๆ ทีมงานส่วนหนึ่งจะเดินไปพร้อมกับลูกค้า เพื่อบอกทางเข้า หรือห้องน้ำให้กับลูกค้า และทีมงานอีกส่วนหนึ่ง จะประจำอยู่บริเวณจุดจอดรถ เพื่อเตรียมถ้าเย็น และน้ำดื่มไว้ให้พร้อมบริการลูกค้า เมื่อลูกค้าเดินกลับมาที่รถ
- นับจำนวนลูกค้าและแจ้งไกด์เมื่อลูกค้าครบ
- เมื่อถึงโรงแรม ช่วยลูกค้ายกกระเป๋าลงจากรถ และ Check in ให้ลูกค้า หลังจากนั้นให้พนักงานของโรงแรมยกกระเป๋าลูกค้าขึ้นห้อง หากทางโรงแรมไม่มีบริการลูกค้าจะต้องยกกระเป๋าขึ้นห้องด้วยตัวเอง
- เมื่อลูกค้าเข้าห้องพัก ทีมงานช่วยกันเตรียมงานสำหรับปาร์ตี้
- แบ่งหน้าที่ในการดูแลงานปาร์ตี้ และซุ้มต่างๆ
- หลังซุ้มเกมส์ต่างๆจบลง ทีมงานส่วนหนึ่ง มาประจำที่ไลน์อาหาร และทีมงานส่วนหนึ่งเก็บอุปกรณ์ซุ้มให้เรียบร้อย

- จากนั้น ทีมงานทั้งหมด จะคอยดูแลลูกค้าอยู่ภายในงานเลี้ยง เพื่อบริการลูกค้า พร้อมทั้งประสานงานจัดคิวการแสดงต่างๆ(ถ้ามี)
- เมื่องานเลี้ยงจบลง ทีมงานส่งลูกค้าเข้าที่พัก พร้อมกล่าววราตรีสวัสดิ์ จากนั้นแจ้งรายละเอียดงานวันพรุ่งนี้
- เช้าวันต่อมา ทีมงานคอยให้บริการลูกค้าในห้องอาหารของโรงแรม และจุดวางกระเป๋า
- ทีมงานส่วนหนึ่ง ไปเช่ารถบัสก่อน จากนั้นกลับมาคอยดูแลลูกค้า
- หลังจากลูกค้าอาหารและทำธุระส่วนตัวเสร็จ ทีมงานจะช่วยลูกค้าในการCheck out คำนวณเงินห้องพักและยกกระเป๋าลูกค้าขึ้นรถ
- นับจำนวนลูกค้าให้ครบตามจำนวน เมื่อครบแล้วแจ้งไกด์
- หลังจากกลับถึงจุดหมายของลูกค้า ตรวจสอบเช็คของของลูกค้า ก่อนเดินทางกลับบริษัท
- เมื่อถึงบริษัท ตรวจสอบเช็คของ พร้อมส่งคืนอุปกรณ์ต่างๆ
- แยกย้ายกลับบ้าน

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา



รูปที่ 3.3 พนักงานที่ปรึกษา

นาย ธนวรรธก์ พุททวงศ์ ตำแหน่ง Operation

เบอร์โทรศัพท์ มือถือ: 094-241-2565

E-mail: Op1uniqueagency@gmail.com

3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน

14 พฤษภาคม 2561-31 สิงหาคม 2561

3.7 ขั้นตอนและการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม
1. ศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูล	→					
2. กำหนดหัวข้อโครงการและวางโครงร่างเส้นทางการนำเที่ยวขึ้นใหม่		→				
3. วางแผนการจัดทำรายการนำเที่ยว			→			
4. จัดทำรายการนำเที่ยวและศึกษาเส้นทางตามรายการ			→			
5. รวบรวมเอกสารข้อมูลเพื่อปรับปรุงผลงาน และจัดทำเอกสารฉบับสมบูรณ์พร้อมนำเสนอผลงาน				→		

1. ศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดหัวข้อโครงการและวางโครงร่างเส้นทางการนำเที่ยวขึ้นมาใหม่
3. วางแผนการจัดรายการนำเที่ยว
4. จัดทำรายการนำเที่ยวและออกศึกษาเส้นทางตามรายการ
5. รวบรวมเอกสารข้อมูลเพื่อปรับปรุงผลงาน และจัดทำเอกสารฉบับสมบูรณ์พร้อมนำเสนอผลงาน

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์

- เครื่องคอมพิวเตอร์
- โทรศัพท์มือถือ

ซอฟต์แวร์

-โปรแกรม Microsoft Office

-เว็บไซต์ Google

3.9บันทึกการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

ตารางที่3.2 บันทึกการปฏิบัติงานประจำสัปดาห์

สัปดาห์ที่	วันที่เริ่มบันทึก	วันที่สิ้นสุดบันทึก	รายละเอียดการปฏิบัติงาน
1	14 พค.61	19พค.61	-หาข้อมูลทำโปรแกรมท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ -ทำคู่มือการเดินทางและแท็กติดกระเป๋า
2	21พค.61	26พค.61	-จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัด นครนายก จันทบุรี ระนอง -คิดราคารูปทัวร์แต่ละกรุ๊ป
3	28พค.61	2มีย.61	-ทำโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยว ระนอง-เกาะนาว ไอพี -ส่งกรุ๊ปไปประเทศจีน (งานRoad show And Business Matching)
4	4มีย.61	9มีย.61	-จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ให้กับบริษัทต่างๆ เช่นการท่องเที่ยว1Day tripล่องแก่งนครนายก โปรแกรมท่องเที่ยว 2วัน1คืน จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น
5	11มีย.61	16มีย.61	-จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวภาคเหนือ3 จังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ -ตกแต่งโปรแกรมเวียดนาม4 โปรแกรม -โทรติดต่อ สอบถามค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่นค่า เข้าชมสถานที่ ค่าโรงแรมที่พัก และ ร้านอาหาร
6	18มีย.61	22มีย.61	-จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวเวียดนาม ฮอกก ไต้หวัน -จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวประจำปีจังหวัด ชลบุรีให้บริษัทเพอร์รี่ มาร์เก็ตติ้ง

7	25มีย.61	30มีย.61	-จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวประจำปีทั่วหัวหิน 2วัน1คืนให้กับ ทาคาฮาชิ และ โอเทค -จัดทำโปรแกรม1 Day trip ให้กับ อิวอนิก 4 โปรแกรม -จัดทำโปรแกรมให้บริษัทยูเซ็น โลจิสติกส์ 3โปรแกรม แก่งกระจาน ราชบุรี เขาใหญ่
8.	2กค.61	7กค.61	-จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวเขาใหญ่ให้กับ บริษัท ไทยทาทากิ -จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวแก่งกระจานให้ บริษัท นอร์ดสัน เอ็กอะลอย เอเชีย -ตกแต่งโปรแกรมได้วัน
9.	9กค.61	14กค.61	-ติดต่อประสานงานสำหรับงานEvent -ติดต่อร้านอาหารสำหรับมือเย็นให้ลูกค้า -ประสานงานกับร้านทำ แแบ็คดรอป วนิด อุปกรณ์เข้าไฟ แสง สี เสียง และอื่นๆ
10	16กค.61	21กค.61	-รับอุปกรณ์สำหรับจัดงานEVENT -จัดเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ -หาทีมงานเพื่อออกงานEVENT
11	23กค.61	26กค.61	-จัดงานEVENT ให้กับบริษัทXCMG -ทำใบสรุปค่าใช้จ่ายสำหรับงานEVENT
12	30กค.61	4สค.61	-จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวประเทศลาว สำหรับลูกค้า 8 -10ท่าน
13	6สค.61	11สค.61	-จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวให้บริษัท พีพีจี ประเทศไทยจำกัด -คิดราคากรู๊ปให้ตรงตามงบลูกค้า
14	14สค.61	18สค.61	-จัดทำโปรแกรมให้บริษัท โกลูโย ประเทศ ไทย จำกัด -คิดราคากรู๊ป
15	20สค.61	25สค.61	-จัดทำโปรแกรมคิดราคากรู๊ป
16	27สค.61	31สค.61	-จัดทำโปรแกรมที่ยังไม่เสร็จ -จัดทำเอกสารต่างๆให้เรียบร้อย

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวไอพี

ในปัจจุบัน สถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่นั้น ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก เพราะการเดินทางไปยังสถานที่ที่ไม่เคยไปนั้น จะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเจอ กับประสบการณ์ใหม่ๆอยู่เสมอ การจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวในครั้งนี้ ก็เพื่อเพิ่มตัวเลือกในการท่องเที่ยวให้กับผู้ที่สนใจท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ๆ และยังเพิ่มโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวสองประเทศในทริปเดียว เพราะการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ นอกจากจะได้ท่องเที่ยวในภาคใต้ของประเทศไทยแล้ว ยังได้ท่องเที่ยวในภาคใต้ของประเทศพม่า หนึ่งในประเทศอาเซียนอีกด้วย

4.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

4.1.1 ยานพาหนะ ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ เราจะใช้พาหนะในการเดินทางอยู่ 3 ประเภท คือ

4.1.1.1 เครื่องบิน



รูปที่ 4.1 ภาพเครื่องบินที่ใช้ในการเดินทางวันแรก และวันที่สาม

ในปัจจุบันการเดินทางสู่จังหวัดทางภาคใต้นั้น มักจะนิยมใช้ สายการบินเป็นทางเลือกหลัก เพราะนอกจากสะดวกสบายแล้ว ยังช่วยประหยัดเวลาในการเดินทางได้อีกด้วย เพราะใช้เวลาในการเดินทางเพียงแค่ 2-3 ชั่วโมงเท่านั้นเอง และสะดวกในการให้บริการลูกค้าจำนวนมาก ใช้ในการเดินทางจากท่าอากาศยานดอนเมืองสู่ท่าอากาศยานระนอง

4.1.1.2 รถตู้



รูปที่ 4.2 ภาพยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

การเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ เหมาะกับการเดินทางโดยรถตู้ (VIP) 9ที่นั่งไม่รวมที่นั่งคนขับและที่นั่งไกด์เพราะสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ใช้ในการเดินทางจากท่าอากาศยานไปสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

4.1.1.3 เรือสปีด โป๊ท



รูปที่ 4.3 รูปพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังเกาะต่างๆ

ยานพาหนะที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำพานักท่องเที่ยวเดินทางไปยังเกาะต่างๆ สามารถรองรับผู้เดินทางได้ 30 ท่าน มีเสื้อชูชีพ มีคนขับเรือที่เป็นคนในพื้นที่ และรับประกันความปลอดภัย

4.1.2 โปรแกรมการเดินทาง

วันแรก	(กรุงเทพฯ-ระนอง-เกาะสอง-เกาะนาวโอพี)
04.00	คณะเดินทางพร้อมกันที่ท่าอากาศยานสนามบินดอนเมือง โดยมีทีมงานต้อนรับพร้อมบริการอาหารเช้าแบบ Snack box จากนั้นนำทุกท่าน Check in และโหลดกระเป๋าสัมภาระเคาท์เตอร์ของสายการบิน
06.05	คณะเดินทางทุกท่านออกเดินทางสู่จังหวัดระนอง โดยสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินที่ DD7312 เวลา 06.05
07.30	คณะเดินทางถึงท่าอากาศยานระนอง จากนั้นนำทุกท่านออกเดินทางโดยรถตู้ VIP
08.30	นำทุกท่านสู่ท่าเรือแกรนด์อันดามัน พร้อมทำเอกสารผ่านแดน ระหว่างเจ้าหน้าที่ตรวจสอบเอกสาร ให้ทุกท่านเปลี่ยนชุดพร้อมเล่นน้ำ
09.00	เรือออกจากท่าเรือแกรนด์อันดามัน มุ่งสู่เกาะสองประเทศพม่า เพื่อตรวจเอกสารผ่านแดน
09.15	นำท่านมุ่งหน้าสู่เกาะนาวโอพีโดยเรือสปีดโบ๊ท ใช้เวลาในการเดินทางชั่วโมง 45 นาที ระหว่างทาง ท่านจะได้ชมหมู่เกาะทะเลพม่ามากมาย
11.00	เดินทางถึงเกาะนาวโอพีนำทุกท่านลงเรือขมน้ำทะเลสองสีของบริเวณเกาะนาวโอพี ที่เต็มไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติและสัมผัสโลกใต้ทะเลที่ทุกท่านรอคอย นำทุกท่านดำน้ำดูปะการัง ทุ่งดอกไม้ใต้ทะเล แห่งทะเลเมียนมาร์/แหลมดอกไม้/บ้านคุณทองสุข(ปลาไหลมอลเลย์)เป็นต้น
12.30	รับประทานอาหารกลางวันบนเกาะนาวโอพี เทอเรสริมหาด บริการอาหารแบบบุฟเฟ่ต์จากนั้นให้ท่านเช็คอินเข้าห้องพัก ให้ท่านได้พักผ่อนตามอัธยาศัย
14.00	นำทุกท่านดำน้ำดูปะการัง ณ หาดมาดาม
18.00	นำทุกท่านเดินทางกลับสู่เกาะนาวโอพี
19.00	รับประทานอาหารค่ำ ณ เทอเรสริมหาด ชมการแสดงและพักผ่อนตามอัธยาศัย
วันที่สอง	(เกาะนาวโอพี-เกาะสอง-ระนอง)
08.00	รับประทานอาหารเช้า ณ ศาลาริมหาดเกาะนาวโอพี
09.00	ดำน้ำ เกาะภูเขาไฟ หรือหากท่านต้องการพักผ่อนตามอัธยาศัยบริเวณเกาะนาวโอพี เจ้าหน้าที่มีบริการเรือคายัคไว้ให้ท่านได้เล่นหน้าหาด
10.00	เก็บสัมภาระพร้อม Check out

- 11.00 **รับประทานอาหารกลางวัน ณ ศาลาริมหาดเกาะนาวโอพี**
- 12.00 นำทุกท่านออกเดินทางกลับสู่เกาะสองประเทศพม่า
- 13.30 เดินทางกลับท่าเรือแกรนด์อันดามันฝั่งระนอง
- 14.00 ออกเดินทางจากท่าเรือเทศบาลตำบลปากน้ำ มุ่งสู่เกาะพยาม
- 15.00 นำทุกท่านพักผ่อนตามอัธยาศัยกับเกาะพยาม ให้ท่านได้เล่นน้ำบริเวณหน้าหาด
- 16.00 สมควรแก่เวลานำท่านเดินทางกลับสู่ฝั่งระนอง
- 17.00 นำทุกท่านเดินทางเข้าสู่โรงแรม พร้อมCheck in จากนั้นให้ทุกท่านพักผ่อนตามอัธยาศัย
- 19.00 นำทุกท่าน**รับประทานอาหารเย็น ณ ร้านอาหารเคียงเล**
- 20.00 สมควรแก่เวลา นำทุกท่านกลับสู่ที่พัก ให้ทุกท่านได้พักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่สาม (อุทยานเจ้าเมืองระนอง-พระราชวังรังสรรค์-สวนสาธารณะรักษะวาริน-ภูเขาหญ้า-วัดบ้านหวาง-ระนอง-กรุงเทพฯ)

- 07.00 รับประทานอาหารเช้า ณ ห้องอาหารของโรงแรม
- 09.00 เก็บสัมภาระCheck outพร้อมพร้อมออกเดินทางสู่ **อุทยานเจ้าเมืองระนอง** เป็นอุทยานแบบเงินฝังศพของพระยารัตนเศรษฐี(คอซู้เจียง) เจ้าเมืองระนองคนแรก บริเวณอุทยานเป็นที่ดินที่ได้รับพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ภายในบริเวณอุทยานปูด้วยศิลา 3 ชั้น สองข้างมีตุ๊กตาแกรนิตนำมาจากประเทศจีน
- 10.00 **พระราชวังรัตนรังสรรค์จำลอง** พระราชวังอันสง่างามและเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของเมืองระนอง สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์การเสด็จประทับแรมที่ จังหวัดระนอง ของพระมหากษัตริย์ทั้ง 3 พระองค์ ได้แก่ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่5 (พ.ศ.2433) พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่6 (พ.ศ.2452)และพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่7 (พ.ศ. 2471) เป็นพระราชวังที่ทำด้วยไม้สักและไม้ตะเคียนทอง มีห้องไว้จัดแสดงมากมาย
- 11.00 นำท่านไปชมบ่อน้ำร้อน **สวนสาธารณะรักษะวาริน** ซึ่งเมื่อครั้งที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่5 เสด็จประพาสเมืองระนอง ได้ทรงพระราชทานชื่อถนนที่ไปยังบ่อน้ำร้อนแห่งนี้ว่า ชลระอุ โดยอุณภูมิของน้ำ

- ภายในบ่อนั้นจะอยู่ที่ประมาณ 65 องศาเซลเซียส ให้ท่านได้พักผ่อนแช่น้ำร้อน
ธรรมชาติและมีสปาชื่อว่า สยามฮอตสปา
- 12.30 นำท่านเดินทางไปยัง ร้านคูนลิน รับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารจีนชื่อ
ของจังหวัดระนอง ให้ท่านได้ทานอาหารพื้นเมืองของจังหวัดระนอง
- 13.30 เดินชมวิว ภูเขาหญ้า หรือเขาหัวล้านหรือเขาผี เป็นภูเขาที่ไม่มีต้นไม้ขึ้นในฤดูฝนมี
หญ้าสีเขียวปกคลุมแนวเขาที่ทอดตัวจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ จึงเรียกว่าภูเขาหญ้า ที่
ราบเชิงเขามีทางเดินเท้าสำหรับนักท่องเที่ยวขึ้นสู่บนสันเขาเพื่อชมวิวทิวทัศน์
โดยรอบ
- 14.30 แวะร้านของฝากพื้นเมืองให้ท่านได้เลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองของจังหวัดระนองที่
ขึ้นชื่อไม่ว่าจะเป็นกาหยู(เม็ดมะม่วงหิมพานต์)กุ้งแห้ง และกะปิ
- 15.30 นำท่านไปเยี่ยมชม วัดบ้านหวาว เป็นวัดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดระนองวัดนี้มี
ชื่อเสียงด้วยกันอยู่ 3 อย่าง คือ 1.วังมัจฉา มีปลาจำนวนมากและมีขนาดใหญ่แบบที่
ท่านไม่เคยเห็นที่ไหนมาก่อน มีตั้งแต่ปลาบึก ปลาจระเม็ดน้ำจืด และปลาดุกยักษ์ 2.
อุโบสถหลังใหม่ที่มีการตกแต่งอย่างประณีตและสวยงามมาก 3.พระพุทธรูปศิลา
เป็นพระพุทธรูปที่สร้างจากแร่ดีบุกที่ใหญ่ที่สุดในโลก
- 16.45 นำท่านเดินทางสู่ท่าอากาศยานระนอง เพื่อมุ่งหน้าสู่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดย
สายการบิน นกแอร์ เที่ยวบินที่ DD7319 เวลา19.00
- 19.00 อลาจังหวัดระนอง กลับสู่กรุงเทพฯ
- 20.10 นำทุกท่านเดินทางสู่ท่าอากาศยานดอนเมืองโดยสวัสดิภาพ ทางทีมงานหวังเป็น
อย่างสูงว่าจะมีโอกาสให้บริการท่านอีกให้ครั้งต่อไป

อัตราค่าบริการ

กำหนดการเดินทาง	23-25 พฤศจิกายน 2561	จำนวนผู้เดินทาง
ราคาท่านละ	13,990.- บาท	8 ท่าน

อัตรานี้รวม

- ค่าห้องพัก 2 คืน (พักห้องละ 2 ท่าน)
- ค่าเข้าชมสถานที่ตามที่ระบุ
- ค่าอาหารที่ระบุในรายการ
- ค่ามัคคุเทศก์ บริการตลอดการเดินทาง 1 ท่าน

5. ค่าประกันอุบัติเหตุการเดินทาง วงเงิน 1,000,000 บาท/ ท่าน (ตามเงื่อนไขกรมธรรม์)
6. ค่าพาหนะในการเดินทางที่ระนอง
7. ค่ามัคคุเทศก์ท้องถิ่น 1 ท่าน
8. ค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม **7%**

อัตรานี้ไม่รวม

1. ค่าอาหารและเครื่องดื่มที่สั่งเพิ่มนอกเหนือรายการที่ทางบริษัทได้จัดไว้ให้
2. ค่าใช้จ่ายส่วนตัว อื่น ๆ
3. ภาษี หัก ณ ที่จ่าย **3%**
4. ค่าทิปไกด์ที่พม่า
5. ค่าตัวเครื่องบิน

ทางทีมงาน หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับใช้ท่านในโอกาสอันใกล้

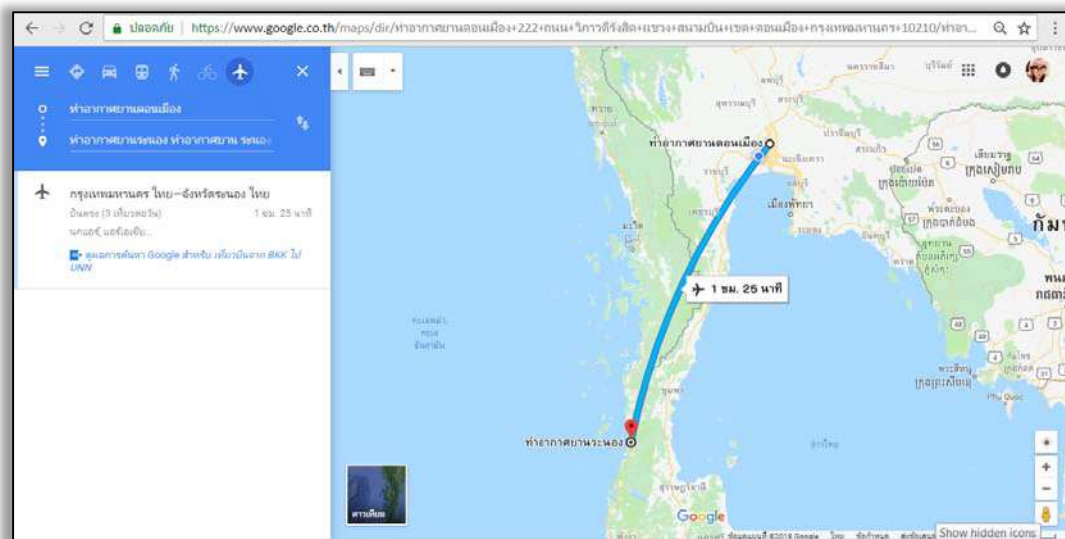
4.1.3 ใบคำนวณค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

วันเดินทาง	23-25 พ.ย. 61	จำนวนคน	8	
วันที่	รายการ	จำนวนเงิน	จำนวน	ยอดเงิน
	ค่าของว่าง	30	8	240
	ค่าอาหารเช้า (Snack Box S&P)	65	8	520
	ค่าแพ็คเกจท่องเที่ยวเกาะนาวโอพี	7990	8	63920
	ค่าธรรมเนียมรถรับส่งสนามบิน	100	8	800
				0
วันที่สอง	ค่าของว่าง	30	8	240
	ค่าธรรมเนียม	125	8	1000
	ค่าเรือสปีดโบ๊ทไปเกาะพยาม	375	8	3000
	ค่าอาหารเย็นร้านเคียงเล	250	8	2000
	ค่าห้องพักโรงแรม ทินดี แอทธะนอง	800	8	6400
วันที่สาม	ค่าของว่าง	30	8	240
	ค่าอาหารกลางวันร้านคูนลิน	250	8	2000
	ค่าเข้าชมพระราชวังรัตนรังสรรค์	50	8	400
	ค่าธรรมเนียม	225	8	1800
				0
				0
	รวม	10320		0
	ค่าตัวทีมงาน	563	8	4504
	ค่าธรรมเนียม			0
	กำไร	1000	8	8000
	ค่าอินสเป็ก			0
	เงินสำรอง	50		0
	ค่าประกันอุบัติเหตุ	30		0
	ค่าเอกสารกรุป	20		0
	รวม	1663		0
	รวมทุน	11983		0
	op	59.915		0
	สำนักงาน 5%	599.15		0
	ต้นทุน	12642.07		0
	ค่าคอม 2 %	239.66		0
	ราคาขายไม่รวมภาษี	12881.73		0
	ภาษี 7%	901.72		
	ขายรวมภาษี	13783.45		
				เสนอขาย 13,990

รูปที่ 4.4 ใบคำนวณค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

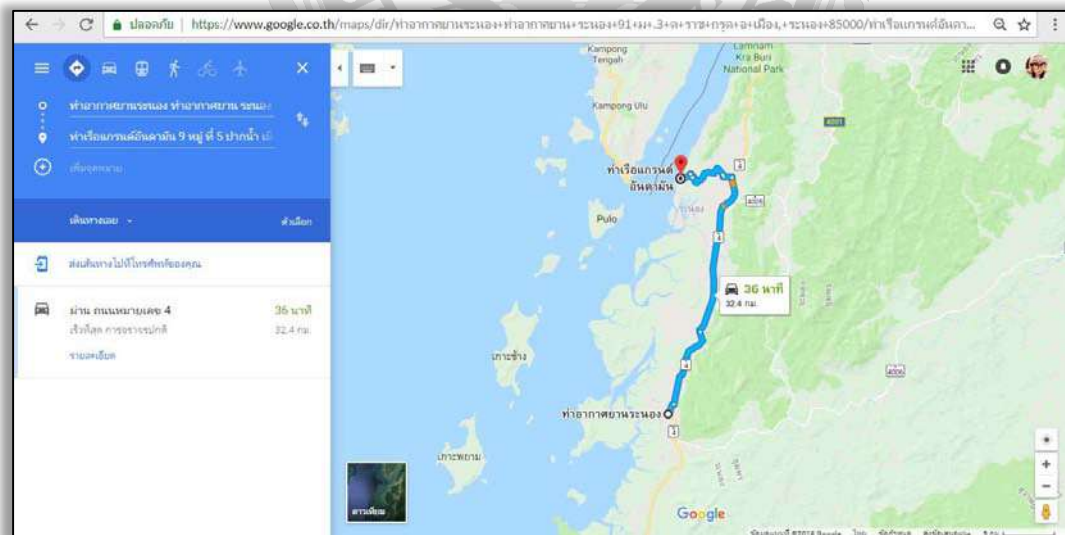
4.2 เส้นทางการเดินทาง

4.2.1 จุดนัดหมาย ท่าอากาศยานดอนเมือง ไปยัง ท่าอากาศยานระนอง



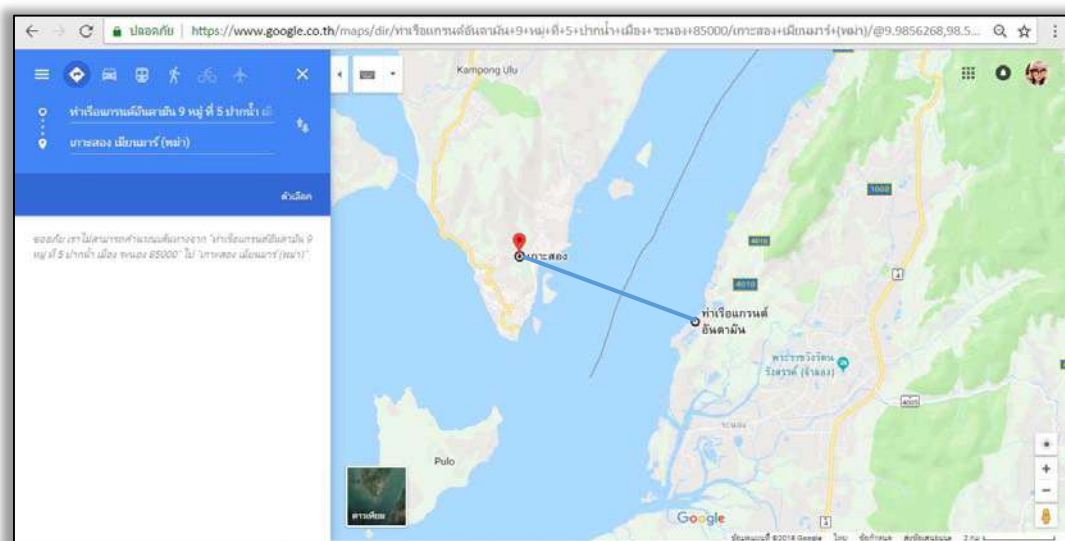
จุดแรกในการเดินทาง พบกันที่ท่าอากาศยานดอนเมือง ก่อนออกเดินทางสู่จังหวัดระนอง มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย อาทิเช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ฯลฯ

4.2.2 ท่าอากาศยานระนอง ไปยัง ท่าเรือแกรนด์อินทนิม



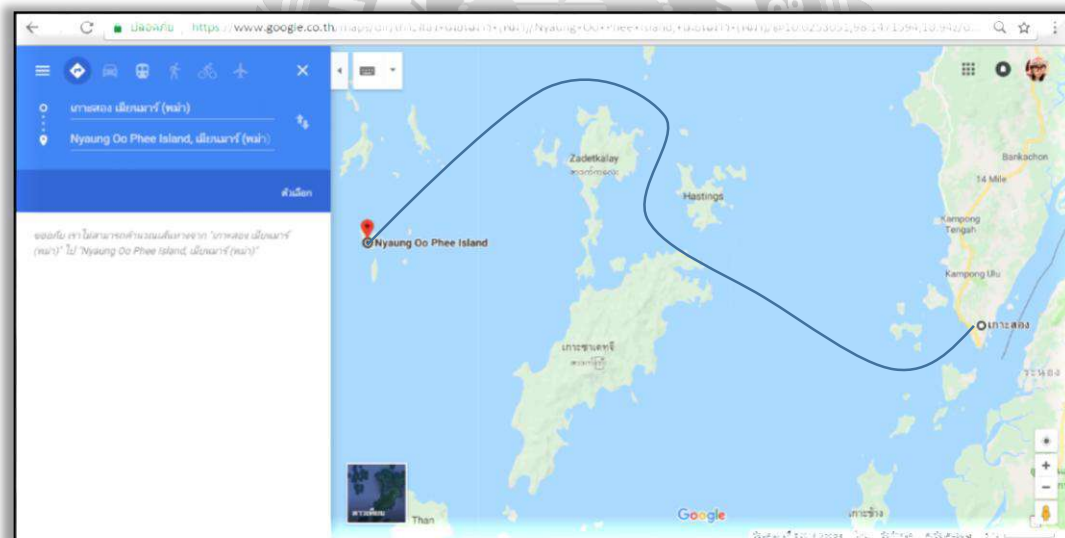
เดินทางโดยใช้ถนนหมายเลข4 ระยะทาง32.4กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง36นาที

4.2.3 ทำเรือแกรนด์อันดามัน ไปยัง เกาะสองประเทศพม่า



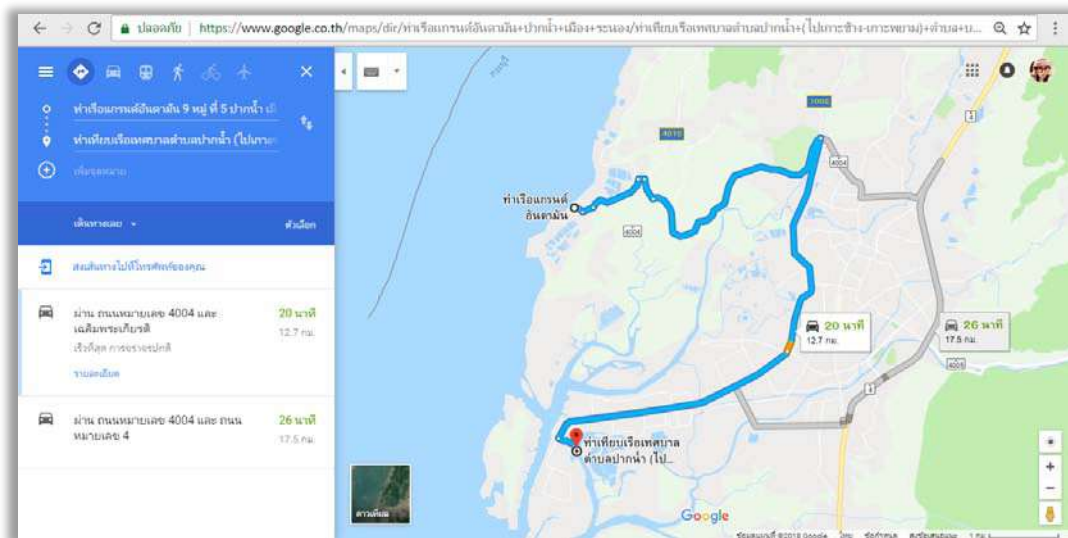
จากทำเรือแกรนด์อันดามันมุ่งสู่เกาะสอง เดินทางโดยเรือ ใช้เวลาในการเดินทาง 10 นาที

4.2.4 เกาะสอง ไปยังเกาะนาวโอพี



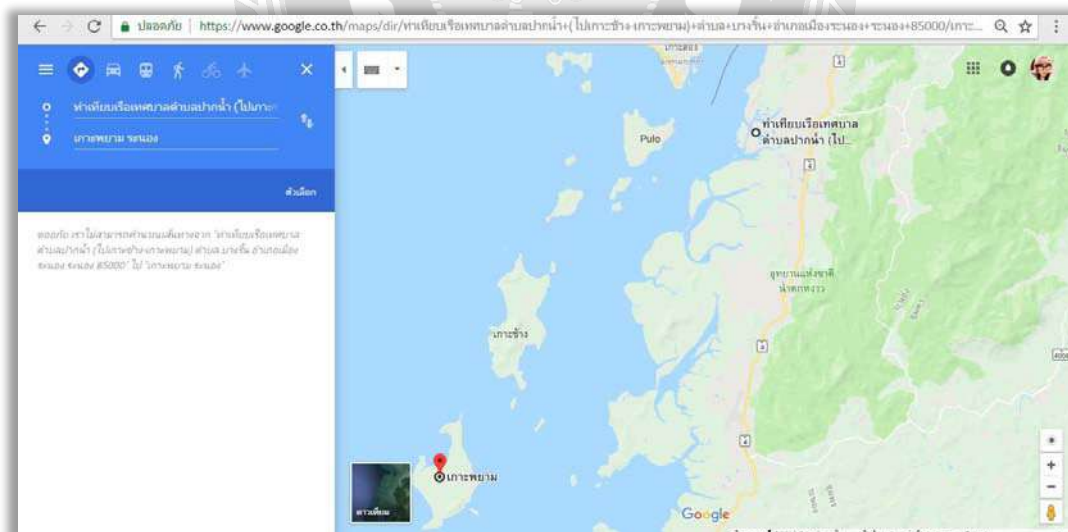
จากเกาะสองไปยังเกาะนาวโอพี เดินทางโดยเรือ ใช้เวลาในการเดินทาง 1 ชั่วโมง 45 นาที

4.2.5 ทำเรือแกรนด์อันดามัน ไปยังท่าเทียบเรือเทศบาลตำบลปากน้ำ



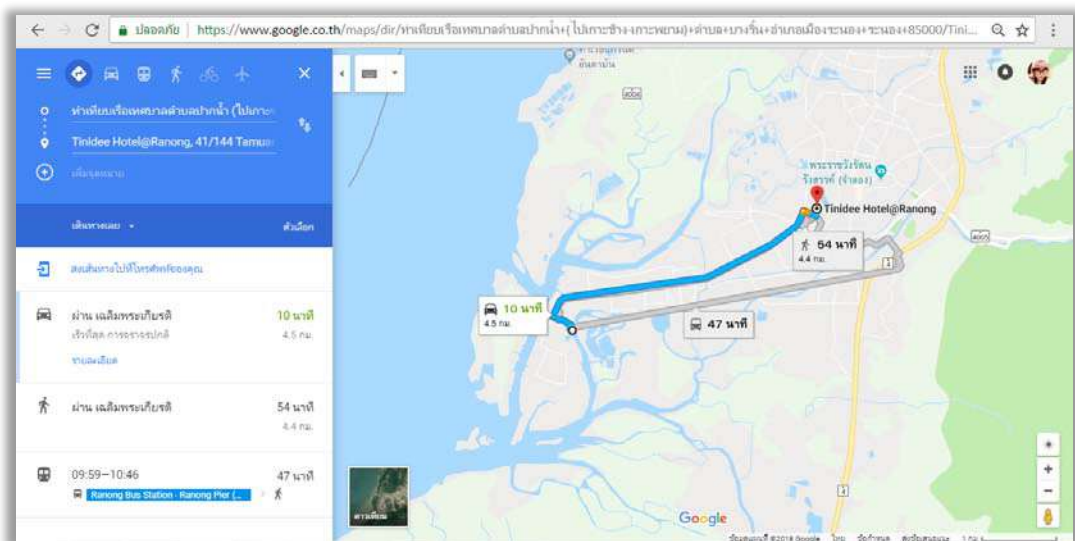
เดินทางโดยใช้ถนนหมายเลข 4004 และถนนเฉลิมพระเกียรติ ระยะทาง 12.7 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง 20 นาที

4.2.6 ทำเรือเทศบาลตำบลปากน้ำ ไปยัง เกาะพยาม



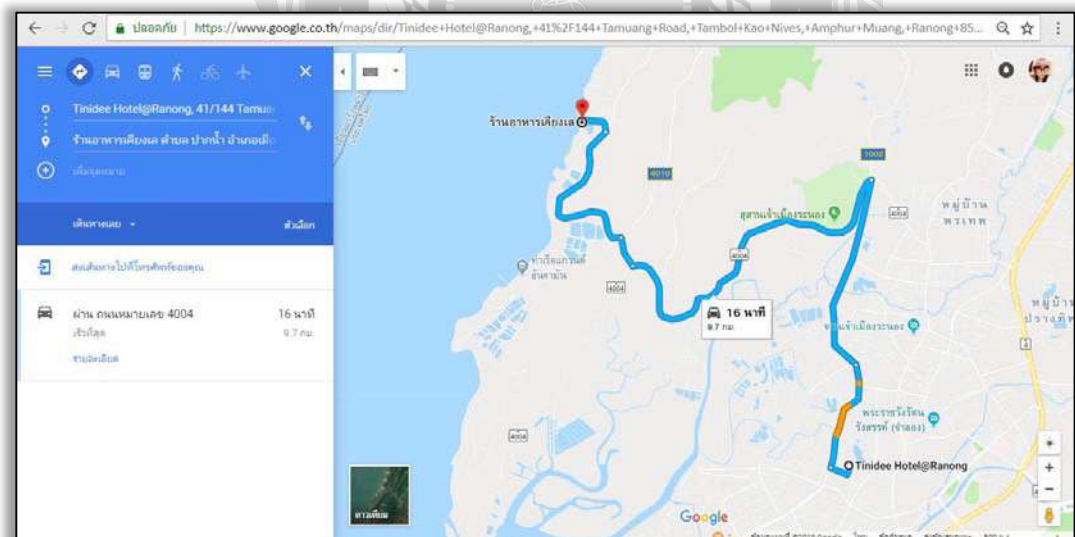
จากท่าเรือเทศบาลตำบลปากน้ำไปยังเกาะพยาม เดินทางโดยเรือ ใช้เวลาในการเดินทาง 40 นาที

4.2.7 ทำเรือเทศบาลตำบลปากน้ำ ไปยัง โรงแรมทินิดีแอทระนอง



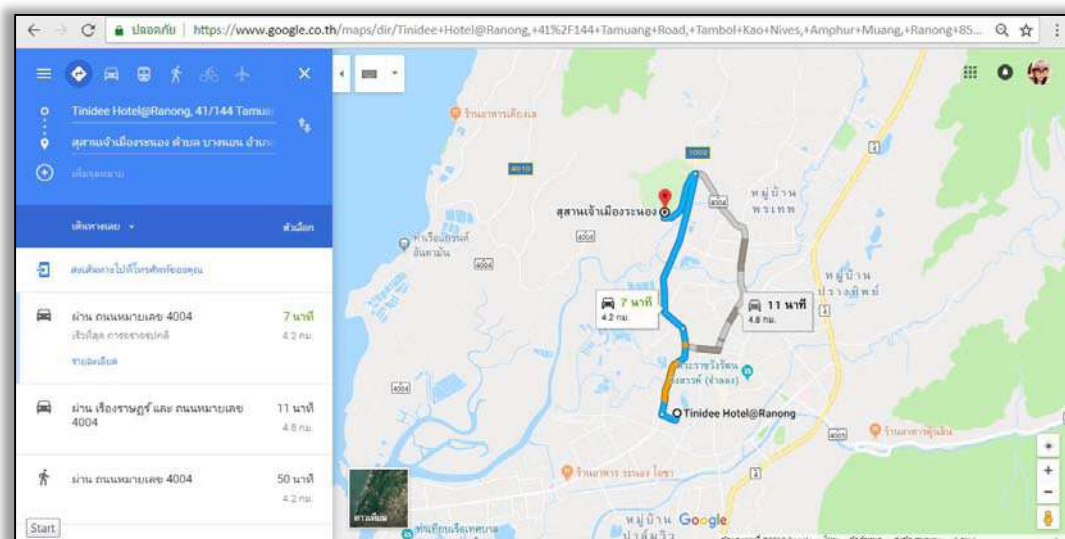
เดินทางโดยใช้ถนนเฉลิมพระเกียรติ ระยะทาง 4.5 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง 10 นาที

4.2.8 โรงแรม ทินิดี แอท ระนอง ไปยัง ร้านอาหารคุณ ไอ้คี่ฟู๊ด



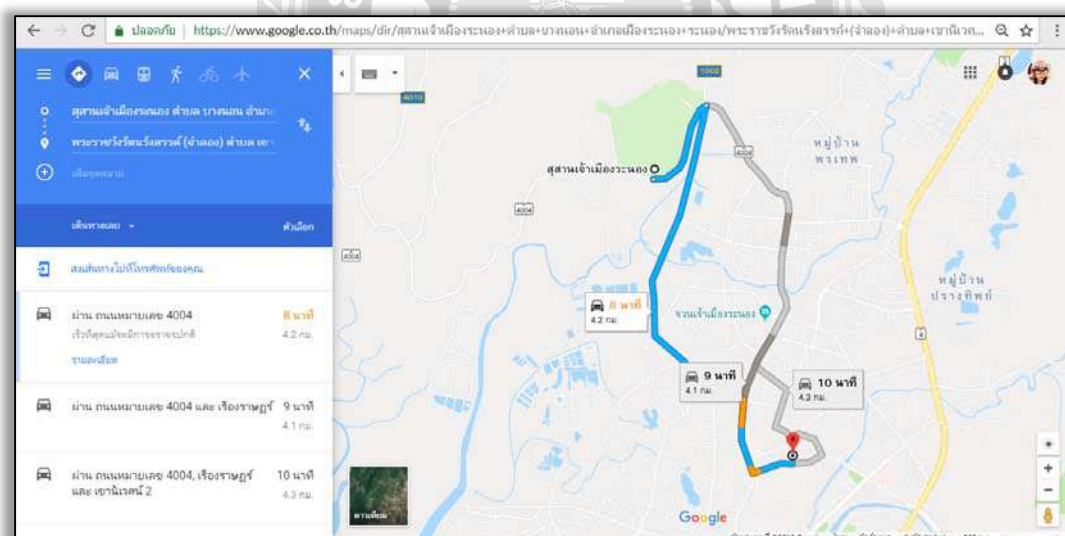
เดินทางโดยใช้ถนนหมายเลข 4004 ระยะทาง 9.7 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง 16 นาที

4.2.9 โรงแรมทีนิตี้ แอทรนอง ไป สุสานเจ้าเมืองระนอง



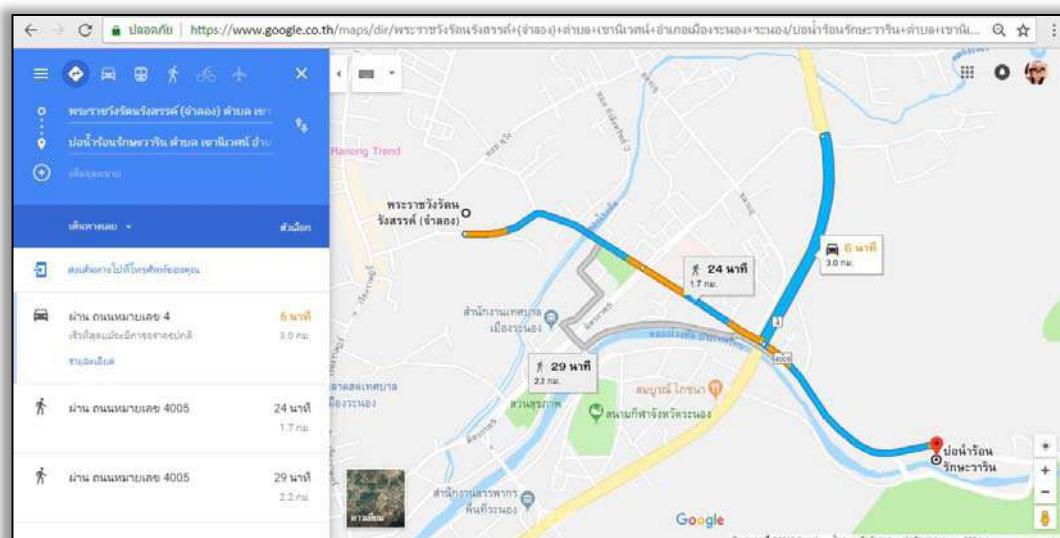
เดินทางโดยใช้นถนนหมายเลข 4004 ระยะทาง 4.2 กิโลเมตร เวลาในการเดินทาง 7 นาที

4.2.10 สุสานเจ้าเมืองระนอง ไปยัง พระราชวังรัตนรังสรรค์(จำลอง)



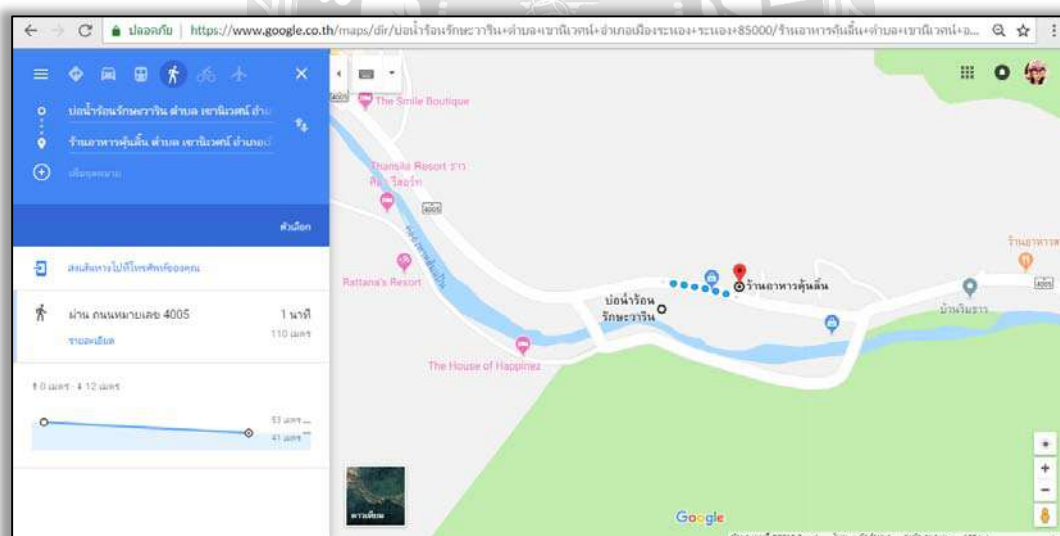
เดินทางโดยถนนหมายเลข 4004 ระยะทาง 4.2 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง 8 นาที

4.2.11 พระราชวังรัตนรังสรรค์(จำลอง) ไปยัง สวนสาธารณะรักษะวาริน



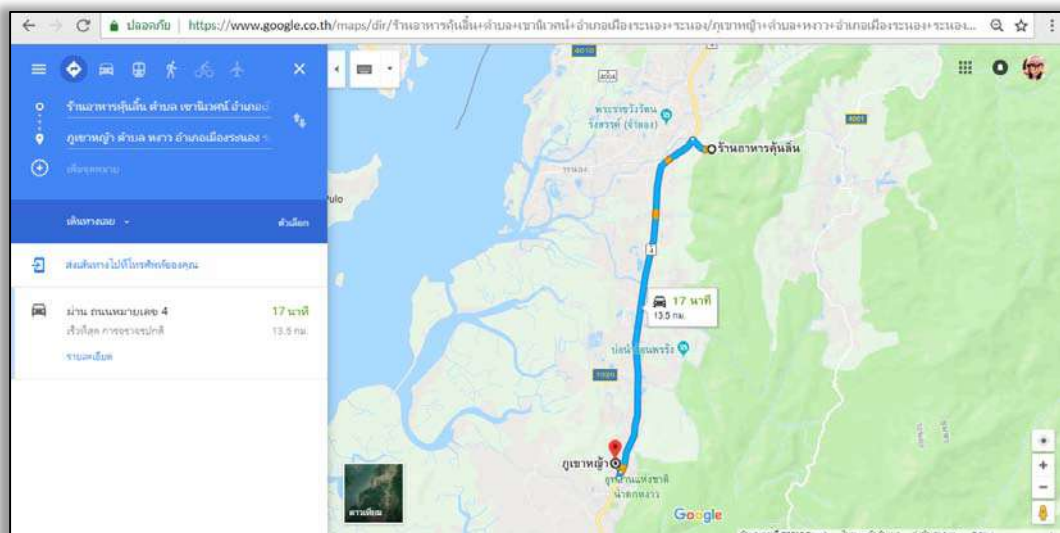
เดินทางโดยใช้ถนนหมายเลข 4 ระยะทาง 3 กิโลเมตร ระยะเวลาในการเดินทาง 6 นาที

4.2.12 สวนสาธารณะรักษะวาริน ไปยัง ร้านอาหารคุ้มลิน



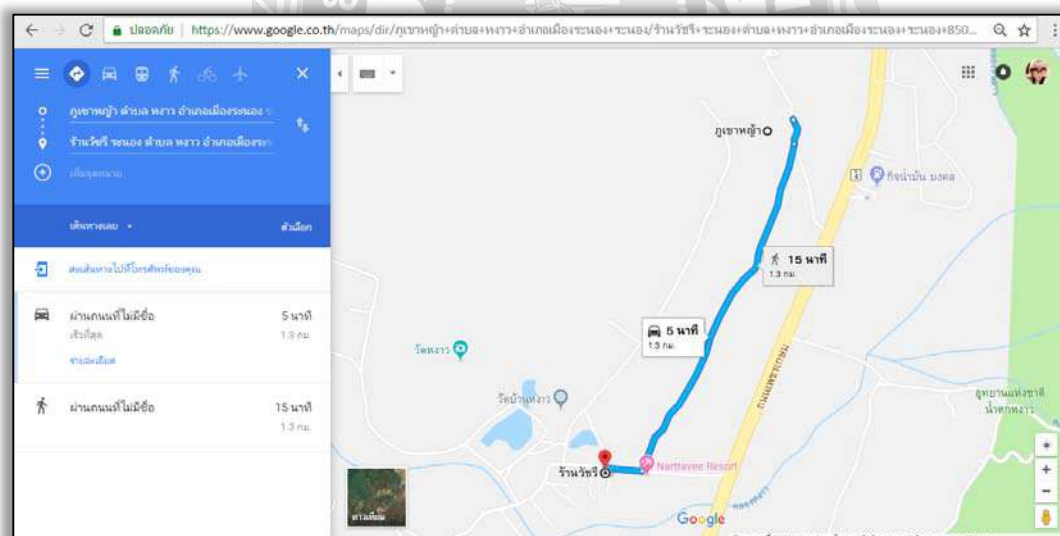
เดินทางโดยถนนหมายเลข 4005 ระยะทาง 110 เมตร ใช้เวลาในการเดินทาง(เท้า) 1 นาที

4.2.13 ร้านอาหารคู่ถนน ไปยัง ภูเขาหญ้า



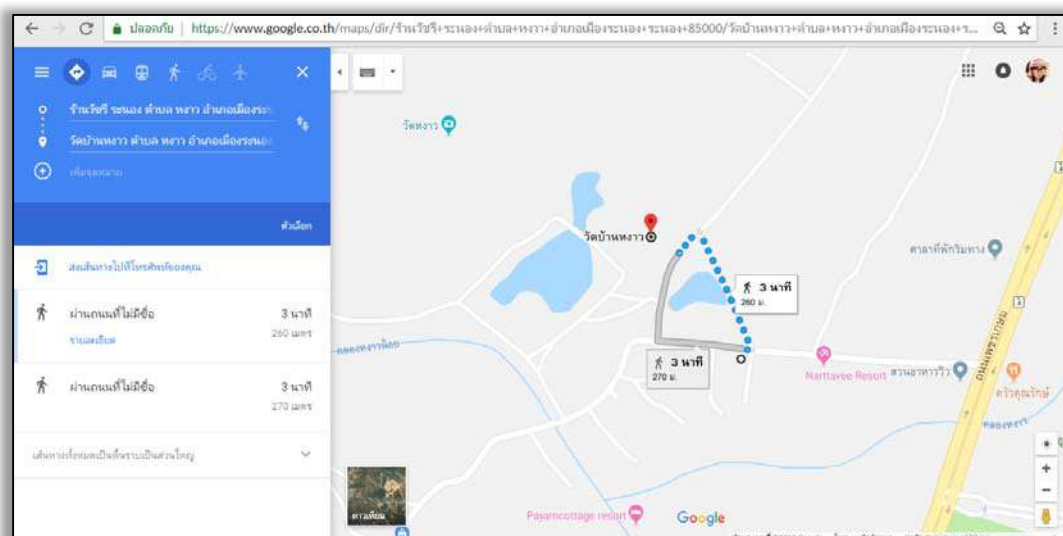
เดินทางโดยใช้ถนน หมายเลข 4 ระยะทาง 13.5 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง 17 นาที

4.2.14 ภูเขาหญ้า ไปยังร้านของฝาก



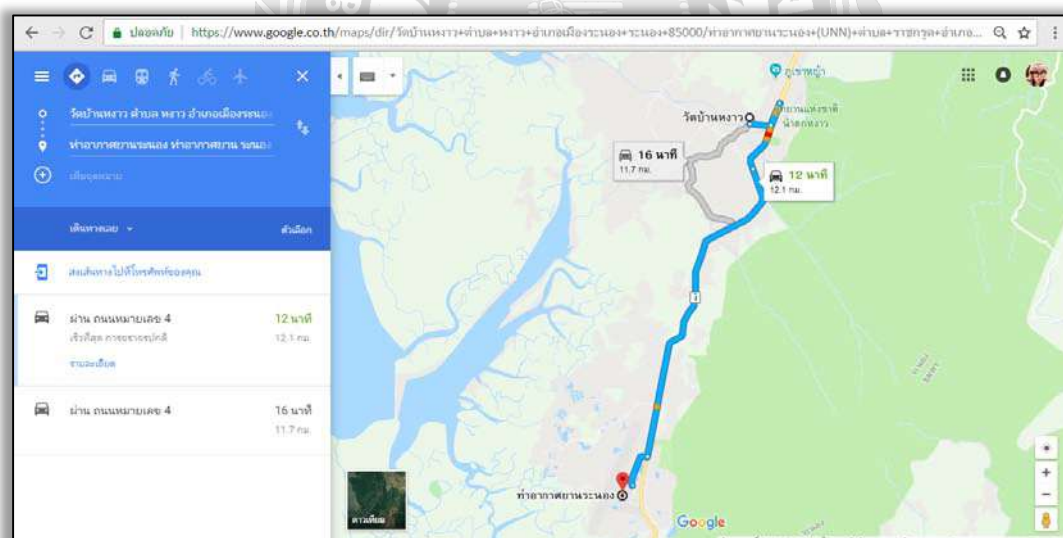
ระยะทาง 1.3 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง 5 นาที

4.2.15 ร้านของฝากไปยัง วัดบ้านหงาว



ระยะทาง 260 เมตร ใช้เวลาในการเดินทาง(เท้า) 3 นาที

4.2.16 วัดบ้านหงาว ไปยัง ทำอากาศยานระนอง



เดินทางโดยใช้ถนนหมายเลข 4 ระยะทาง 12.1กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง 12 นาที

4.3 ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว



รูปที่ 4.5 เกาะสอง

1. เกาะสอง อันเป็นดินแดนทางตอนใต้ในฝั่งเมียนมาร์ ที่อยู่ตรงข้ามกับประเทศไทย โดยมีแม่น้ำกระบุรีกั้น เกาะสองนั้นไม่ใช่เกาะแต่อย่างใด หากเป็นแผ่นดินปลายสุดของเมียนมาร์ ซึ่งตั้งอยู่บริเวณปากแม่น้ำกระบุรีตรงข้ามกับเมืองระนองของ

ไทย ในสมัยที่อังกฤษเข้าปกครองนั้น ที่นี่ใช้ชื่อเรียกว่า “วิกตอเรีย พอยต์” (Victoria Point) แต่ปัจจุบันชาวเมียนมาร์พากันเรียกว่า “บุเรงนอง พอยท์” (Bayintnaung Point) และกลายเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่ทุกคนต้องไปเยือน เมื่อมาถึงระนอง



รูปที่ 4.6 เกาะนาวโอพี

2. เกาะนาวโอพี เป็นเกาะแห่งหนึ่งในกลุ่มเกาะมะริดของพม่า ตั้งอยู่ที่เขตของเมืองเกาะสอง จังหวัดตะนาวศรี ในทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย เกาะมีลักษณะคล้ายกับหัวธนู มีพื้นที่ทั้งหมด 700 เอเคอร์หรือประมาณ 1,500 ไร่ ชื่อเกาะมาจากวีรบุรุษที่ชื่อว่าญองอูพี (Nyaung Oo Phee) ซึ่งเป็นนักรบ

ของพม่าเป็นคนที่ชาญฉลาดมีทักษะความคิดและเก่งกาจ จึงใช้นามนี้ตั้งชื่อเกาะและเรียกติดต่อกันมาจวบถึงปัจจุบัน บนเกาะนาวโอพีนั้นมีหาดทรายอยู่ 4 แห่งเสน่ห์ของเกาะนาวโอพีนั้นอยู่ที่ความขาวนุ่มของหาดทรายและความใสของน้ำทะเลที่ทำให้ผู้มาเยือนต้องหลงใหล



รูปที่ 4.7 เกาะพยาม

3. เกาะพยาม เดิมเรียกว่า เกาะพยาม ซึ่งมาจากคำว่า "พอยยาม" หมายถึง การเดินทางไป เกาะพยามพอยยามจึงจะถึงเกาะ (ประมาณ 4 ชั่วโมง) และเรียกกันต่อมาว่า "เกาะพยาม" และจากคำบอกเล่าของชาวบ้านบนเกาะพยาม มาจากคำว่า "พยายาม" เพราะในสมัยก่อนการเดินทางมาเกาะพยาม

เป็นไปด้วยความลำบาก ต้องอาศัยโดยสารมากับเรือประมงของชาวบ้าน ซึ่งคาดไม่ได้ว่าจะไปจะมาเมื่อไหร่ การเดินทางยากลำบากสมกับชื่อ คำว่า "เกาะพยาม" เดิมเกาะพยาม มีคนอาศัยอยู่ส่วนใหญ่เป็นไทยมุสลิม ในปี พ.ศ. 2500 นายสำเภา ศิริสัมพันธ์ ได้รับสัมปทานการเลี้ยงหอยมุกจากรัฐบาล ได้ใช้พื้นที่เกาะพยามเพาะเลี้ยงหอยมุก (ฟาร์มมุก) และได้อพยพคนอาศัยอยู่เดิมไปอยู่ที่บ้านช้างแหก หมู่ที่ 8 ตำบลราชกรูด อำเภอเมืองระนอง จึงเป็นสาเหตุที่เกาะพยามไม่มีคนมุสลิมอาศัยอยู่เลย ต่อมาสัมปทานหอยมุกเลิกกิจการ เริ่มมีผู้คนจากจังหวัด

สุราษฎร์ธานี อพยพเข้ามา โดยมาจากเกาะ สมุย เกาะพะงัน สภาพรอบเกาะมีหาดทรายอยู่หลายแห่ง รวมทั้งระบบนิเวศน์ป่าชายเลน ซึ่งอยู่ตอนในของอ่าวด้านตะวันออก ส่วนแนวปะการังก่อตัวอย่างหนาแน่น บริเวณปากอ่าว ทั้งอ่าวตอนเหนือและตอนใต้ โดยมีอ่าวที่สำคัญทางธุรกิจการท่องเที่ยว



รูปที่ 4. 8 สุสานเจ้าเมืองระนอง

4. **สุสานเจ้าเมืองระนอง** สร้างในปี พ.ศ. 2426 เป็นสุสานของพระยาดำรงสุจริตมหิศรภักดี (คอซู้เจียง) อดีตเจ้าเมืองระนอง โดยบริเวณ สุสานเป็นที่ดิน ที่ได้รับพระราชทานจากรัชกาลที่ 5 เพื่อเป็นเกียรติประวัติให้แก่ตระกูล ณ ระนอง ที่ คอซู้เจียงเป็นผู้ที่ทำความประโยชน์ให้แก่ประเทศชาติอย่างใหญ่ หลวง

ชาวบ้านเรียกท่านว่า เจ้าคุณเฒ่า ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของประชาชนในท้องถิ่น เป็นตัวอย่างของผู้ประสบความสำเร็จในชีวิต ทั้ง ๆ ที่อพยพมาจากประเทศจีน เข้ามาเป็นกรรมกรรับจ้าง จนได้ตำแหน่งเป็นเจ้าเมือง ก็เพราะเป็นคนที่มีความกตัญญูกตเวที ซื่อตรง อดทน มัธยัสถ์ รอบรู้ และมอง การณ์ไกล รู้จักการจัดการและการแก้ปัญหาทำประโยชน์ให้แผ่นดินอย่างมากเป็นแบบฉบับสำหรับข้าราชการทั้งหลาย อีกทั้งยังมีลูกหลานอยู่ในอิวาท ของ บิดามารดาจนที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานจนได้เป็นใหญ่ในภาคใต้อีกหลายคน จึงเป็นบุคคลที่น่าชื่นชมเอาเยี่ยงอย่างท่าน



รูปที่ 4. 9 พระราชวังรัตนรังสรรค์(จำลอง)

5. **พระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง)** ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขารัตนรังสรรค์ (ใกล้ศาลากลางจังหวัดระนอง) เป็นพระราชวังที่จัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์การ เสด็จประทับแรมจังหวัดระนองของพระมหากษัตริย์ 3 พระองค์ ได้แก่ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 และพระบาทสมเด็จพระปกเกล้า

เจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 พระราชวังรัตนรังสรรค์ (จำลอง) ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขารัตนรังสรรค์ (ใกล้ศาลากลางจังหวัดระนอง) ตำบลเขานิเวศน์ เป็นพระราชวังที่ทำด้วยไม้สักและไม้ตะเคียนทอง สิ่งที่จัดแสดงภายในพระราชวังฯ ได้แก่ ห้องบรรทมพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว(ชั้น 3)ห้องพระราชินี (ชั้น 2) มีจำนวน 6ห้อง อาคารทรงแปดเหลี่ยม อาคารท้องพระโรง สะพานเชื่อมอาคารที่ประทับกับอาคารแปดเหลี่ยม ถือเป็นพระราชวัง ที่มีการประกาศพระบรมราชโองการ ยกขึ้นเป็นพระราชวัง 1 ใน 19 แห่งของ ประเทศไทย และเป็นพระราชวัง 1 ใน 6 แห่งที่สร้างขึ้นตามหัวเมือง ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เป็นพระราชวังที่ สร้างจากไม้ทั้งหมด เพื่อเป็นอนุสรณ์ในการเสด็จประทับแรมของพระมหากษัตริย์ทั้ง 3 พระองค์ และจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อีกแห่งหนึ่ง ของจังหวัดระนองอีกด้วย



รูปที่ 4.10 บ่อน้ำร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน

6. บ่อน้ำร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน เป็นบ่อน้ำร้อนซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาตินี้มีอยู่ 3 บ่อ คือ บ่อพ่อ บ่อแม่ และ บ่อลูก ทั้ง 3 บ่อ มีอุณหภูมิสูงประมาณ 65 องศาเซลเซียส น้ำพุร้อนแห่งนี้ได้รับการวิเคราะห์จากกรมวิทยาศาสตร์บริการว่าประกอบด้วยแร่ธาตุ ที่สำคัญ และเป็นแหล่งเดียว

ในประเทศไทยที่ไม่มีสารกำมะถันเจือปนอยู่เลย จึงทำให้ไม่มีกลิ่นของกำมะถันและมีความบริสุทธิ์ สามารถดื่มได้จากแหล่งกำเนิด โดยไม่ต้องผ่านการกลั่นกรองใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งมีอยู่เพียงไม่กี่แห่งในโลก นอกจากนี้ยังถือเป็นน้ำบริสุทธิ์ จึงเป็นแหล่งหนึ่ง ที่นำไปผ่าน พิธีพุทธาภิเษก ทำน้ำศักดิ์สิทธิ์เพื่อใช้เป็นน้ำพระพุทธรณ์ในพระราชพิธีฉลองพระชนมพรรษาครบ 5 รอบของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ภายในบริเวณบ่อน้ำร้อนมีบริการอาบน้ำแร่บำบัดรักษาสุขภาพผ่อนคลาย ความเมื่อยล้า ด้วยการบำบัดจากน้ำแร่ รวมถึงบริการแช่เท้าฟรีเพื่อผ่อนคลาย นอกจากนี้บริเวณใกล้บ่อน้ำร้อนได้จัดเป็นสวนสาธารณะ "รักษะวาริน" มีศาลาที่พักและห้องอาบน้ำร้อนไว้บริการด้วย ปัจจุบันแหล่งน้ำพุร้อนแห่งนี้เป็นแหล่งที่สำคัญที่สุดของจังหวัดระนอง เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และมีศักยภาพสูง ได้รับการพัฒนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของจังหวัด มีการจัดสร้างตกแต่งสวนหย่อมต่าง ๆ ไว้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน



รูปที่ 4.11 ภูเขาหญ้า

7. ภูเขาหญ้า ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง ระนอง เป็นภูเขาที่ไม่มีต้นไม้ใหญ่ขึ้นมีแต่ต้นหญ้าปกคลุมแนวเขาที่ทอดตัวจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ภูเขาที่เต็มไปด้วย หญ้าต่างสีต่างวันเวลาและเนินเขางดงาม ในช่วงฤดูแล้งภูเขาหญ้าจะแปรเปลี่ยนเป็นสีทองเมื่อแสงอาทิตย์จะลับขอบฟ้าภูเขาทั้งลูกจะกลายเป็น สีเหลืองทอง เมื่อเข้าสู่ฤดูฝนจะเปลี่ยนเป็นสีเขียวขี้เฒ่าในช่วงในตก

ใหม่ๆ อาจมีโอกาสได้แห่งของสายหมอกฝนลอยไปมาอีกด้วย จึงนิยมเรียกกันว่า "ภูเขาหญ้าสองสี" การชมภูเขาหญ้านอกจากจะชมได้จากลานกว้างด้านล่างแล้ว ยังสามารถขึ้นไปชมวิวยามสูงมีทางราบเชิงเขา มีทางเดินเท้าสำหรับนักท่องเที่ยวขึ้นสู่บน สันเขาเพื่อชมทิวทัศน์โดยรอบ ซึ่งภูเขาแต่ละลูกไม่สูงมาก สามารถเดินเท้าขึ้นไปตามทางจากลูกนี้เดินต่อไปยังอีกลูกซึ่งเชื่อมต่อกัน



รูปที่ 4.11 วัดบ้านหงาว

8. วัดบ้านหงาว ตั้งอยู่ที่ ตำบลหงาว อำเภอเมือง จังหวัดระนอง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดระนอง ใกล้กับภูเขา หลู้ระนอง เดิมทีเป็นเพียงที่พักพระสงฆ์จนกระทั่งหลวงพ่อเจียด พระครูคงมาจากปัตตานีมาปักกรดาเพ็ญ แล้วชาวบ้านเกิดการเลื่อมใสศรัทธา จึงได้สร้างวัดขึ้นในปี พ.ศ.2530 และให้ท่าน

พำนักที่วัดแห่งนี้ ปัจจุบันวัดบ้านหงาวมีเจ้าอาวาสชื่อพระครูประจักษ์สุตาสาร เป็นพระนักพัฒนา ได้มีการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างเกิดขึ้นในสมัยพระครูประจักษ์สุตาสาร เช่น อุโบสถหลังใหม่ที่ใหญ่และสวยงาม เป็นอุโบสถ 2 ชั้น หรือที่เรียกว่า อุโบสถลอยฟ้ากว้าง 8 เมตร ยาว 15 เมตร รอบอุโบสถเทศคอนกรีตเป็นลานกว้างมีลูกกรงล้อมรอบ ในแต่ละมุมทั้ง 4 ด้าน มีอาคารจัตุรมุขกว้าง มีบันไดขึ้นลงรอบทิศเหนือ ใต้ ตะวันออก ตะวันตก ด้านล่างของอุโบสถเป็นห้องโถงใช้สำหรับการประชุมสัมมนา ภายในอุโบสถวัดบ้านหงาว เป็นที่ประดิษฐานพระประธาน มีนามว่า “หลวงพ่อดิบุก” เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย มีชื่อเป็นทางการว่า “พระดิบุกะพุทธมหาศากยมุนีศรีระนอง” อันมีความหมายว่า “พระพุทธรูปดิบุกองค์ใหญ่เป็นสิริมงคลและศักดิ์ศรีของเมืองระนอง” และยังมี ความสวยงามของฝาผนังที่แกะสลักเป็นลวดลายต่างๆ อีกด้วย

นอกจากนี้ภายในวัดเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งมีการรวบรวมสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน เก็บรักษาให้อนุชนรุ่นหลังได้ศึกษาค้นคว้า นอกจากนี้ ยังมีวังมัจฉามีพันธุ์ปลาน้ำจืดนานาชนิดที่สามารถให้อาหารได้อย่างใกล้ชิด และที่สำคัญมีบันไดคอนกรีตกว่า 300 ขั้นที่สามารถใช้เดินขึ้นไปบนยอดของภูเขาเพื่อดูทิวทัศน์ของจังหวัดระนองได้รอบ 360 องศา ได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

4.4 สรุปเส้นทางการท่องเที่ยว

รวมเส้นทางโปรแกรมท่องเที่ยว 3 วัน 2 คืน

จุดเริ่มต้นเส้นทาง ทำอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพฯ – ทำอากาศยานระนอง – ท่าเรือแกรนด์อันดามัน – เกาะสอง – เกาะนาวโอพี – ชมน้ำทะเลสองสี – พังคอกไม้ใต้ทะเล – หาดมาดาม – เกาะภูเขาไฟ – เกาะพยาม-โรงแรมทินิดี แอท ระนอง – ร้านอาหารเคียงเล – สุสานเจ้าเมืองระนอง – พระราชวังรัตนรังสรรค์(จำลอง) – ภูเขาหญ้า – บ่อน้ำร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน – วัดบ้านหงาว – ทำอากาศยานระนอง – ทำอากาศยานดอนเมือง – สิ้นสุดการเดินทาง

บทที่ ๕

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปผลโครงการสหกิจศึกษา

ในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวที่นิยมที่จะเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความสวยงาม ซึ่งถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความสวยงามนั้น แน่นอนว่าทะเลฝั่งอันดามัน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จังหวัดระนองเองก็เป็นจังหวัดที่เป็นทะเลอันดามัน และยังเป็นจังหวัดที่ติดกับเกาะสองประเทศพม่าอีกด้วย ในปัจจุบัน จังหวัดระนองนั้นมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงามอยู่มาก เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการการพักผ่อนหย่อนใจ และยังสามารถเดินทางไปยังประเทศพม่า ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศอาเซียนได้อีกด้วย การศึกษาโครงการในครั้งนี้ได้รับความรู้ในการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว ในการศึกษาการจัดทำโครงการครั้งนี้ ได้ศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวต่างๆ อาทิเช่น โรงแรม ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก และพาหนะ เป็นต้น

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้ได้นำความรู้และประสบการณ์ในการทำงานจริง มาประยุกต์ใช้ในการจัดทำโครงการในครั้งนี้ ซึ่งบริษัทยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล มีกลุ่มลูกค้า เป็นอุตสาหกรรมโรงงานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดทำโปรแกรมเป็นจังหวัดที่อยู่ในแถบภาคกลาง ภาคอีสานตอนใต้และภาคตะวันออกเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี นครนายก ราชบุรี นครราชสีมา เป็นต้น ผู้จัดทำจึงอยากเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและแปลกใหม่ เพื่อที่จะตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ ดังนั้นผู้จัดทำจึงได้ศึกษาเส้นทางและจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่านาวโอพี ได้สำเร็จตามเป้าหมาย

5.2. สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1. ข้อดีของการปฏิบัติงาน

5.2.1.1. ได้รับประสบการณ์ในการจัดทำโปรแกรม และได้ฝึกการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ

5.2.1.2. ได้ฝึกตนเองให้ตรงต่อเวลา และรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

5.2.1.3. ได้รับโอกาสในการปฏิบัติงานจริง

5.2.2. ข้อเสนอแนะ

5.2.2.1. จากระยะเวลาที่ได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษานั้น เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อความเสียหายของบริษัท ผู้จัดทำได้เห็นว่าควรจะได้รับพนักงานในส่วนของการจัดทำโปรแกรมเพิ่ม เนื่องจากว่า บุคลากรที่จัดทำโปรแกรมนั้นมีไม่เพียงพอ อาจทำให้บริษัทจัดทำโปรแกรมเสนอให้รับลูกค้านั้นมีความล่าช้า



บรรณานุกรม

- กาญจน์ อายุ. (2560). เกษนาว ไอพี เทพีเมียนมา. เข้าถึงได้จาก <https://www.posttoday.com/travel/531886>
- ไกรสิทธิ์ ชาญณรงค์. (2534). คำบรรยายวิชาการจ้ดนำเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ครุณี แก้วม่วง. (2552). ความเชื่อและพฤติกรรมทางสังคมที่น่าสนใจของชาวมุสลิม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ครุณี แก้วม่วง. (2552). คู่มือประกอบการบรรยายมัคคุเทศก์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ครุณี แก้วม่วง. (2552). พฤติกรรมทางสังคมของชาวมุสลิม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ครุณี แก้วม่วง. (2552) พฤติกรรมทางสังคมของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ครุณี แก้วม่วง. (2552). *All tourism should be Sustainable Tourism*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ. (2529). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับความมั่นคงของชาติ. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- นฤมล คุณากุล. (2527). การโฆษณาโรงแรม. (สารนิพนธ์). กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิติการุณย์ มิ่งรุจิราลัย. (2559). เปิดฟ้าส่องโลก(เกษนาว ไอพี). เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/content/743882>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการบินและการจัดจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- พวงบุหงา ภูมิพานิช. (2539). การจ้ดนำเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537) การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพมหานคร: เอสเอ็ม เซอร์
คิสเพรส

สุรสิฐ อินต๊ะ. (2551). ศึกษาความสัมพันธ์ของการสื่อสารทางการตลาดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว.
(ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ชลบุรี: สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.



Cohen, (1972). อ้างถึงในครุณี แก้วม่วง. (2552). *ลักษณะร่วมทางพฤติกรรมและบทบาททางสังคม*.

กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

Coltman Michael M. (1989). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Middleton, V.T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. 2nd ed. Oxford:

Heinemann Professional Publishing.





ภาคผนวก ก.

ภาพการปฏิบัติงาน



ภาพขณะจัดเตรียมกิจกรรมเกมส์หน้างานปาร์ตี้ให้บริษัทเท็นริว ซอร์



ภาพการ PRESENT โปรแกรมท่องเที่ยวให้กับบริษัท อีวอนิค ไทยแอโรซิด จำกัด



ภาพการปฏิบัติงานนำเที่ยว ให้กับบริษัท ไทโย จำกัด



ภาพจากการเตรียมซุ้มอาหารให้กับบริษัท ไทโย จำกัด



ภาพรับกรู๊ปคนไทยที่ไปดูงานจากประเทศจีน

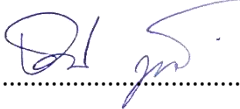


ภาคผนวก ข.
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

โครงการนี้มีประโยชน์ต่อสถานประกอบการอย่างไร

สำหรับโครงการที่นักศึกษาฝึกงานได้จัดทำในครั้ง นี้ มีประโยชน์กับบริษัททางด้านการประหยัดเวลา เพราะนักศึกษาฝึกงานได้ศึกษาหาข้อมูลในส่วนของการหาโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว โดยที่ทางบริษัทสามารถนำข้อมูลนี้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง ในการนำเสนอโปรแกรมให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นกรู๊ป Incentive หรือกรู๊ปสำหรับขายหน้าร้านได้ โดยที่ทางบริษัทไม่ต้องเสียเวลาในการค้นหาข้อมูลต่างๆและการสร้างโปรแกรมขึ้นมาใหม่


.....พนักงานที่ปรึกษา

(นาย ธนวรรณก์ พุททวงศ์)



ภาคผนวก ค.
บทความวิชาการ

การจัดโปรแกรมนำเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพี

ANDAMAN THAI-MYANMAR NYAUNGOOPHEE TRIP PROGRAM

ภูวริศา รอดเรืองชีพ

ภาควิชาการ โรงแรมและการท่องเที่ยว คณะ ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนนเพชรเกษม เขต ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

E-Mail : Puwarisa.rod@siam.edu

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจในประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นนั้นๆ และยังสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นลำดับต้นๆ จากธุรกิจต่างๆ อาทิเช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล มุ่งเน้นความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการ ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ และยังเน้นการท่องเที่ยวแบบหลากหลายเส้นทาง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุดจากบริการ

จังหวัดระนองมีแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็น บ่อน้ำพุร้อน น้ำตก และยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามอย่างเกาะพยามในทะเลอันดามันของประเทศไทย นอกจากนี้จังหวัดระนองยังเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับเกาะสองซึ่งเป็นประตูในการเดินทางท่องเที่ยวทะเลอันดามันของประเทศพม่าอย่างเกาะนาวโอพีที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของประเทศพม่าอีกด้วย ผู้จัดทำโครงการจึงจัดโปรแกรมนำเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพีขึ้น เพื่อให้บริษัทสามารถนำโปรแกรมท่องเที่ยวไปเสนอขายได้จริง และช่วยเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่อีกด้วย

Abstract

In present day, tourism is a very important part of Thai economy as tourism industry helps create jobs for people in that local area. Tourism is one of the highest grossing industry for Thailand, earning money from various business type such as travel agency, accommodation, restaurant, and transportation. Unique Agency Travel Co.,Ltd focuses on service quality in its travel agency undertaking, putting high priority on customer's needs and provision of multiple alternatives travelling route for optimal satisfaction.

Ranong province is abundant in its tourism resources and beautiful spot. These are such as natural spring, waterfall, or its beaches such as the Phayam Island in Andaman Sea. Ranong's location also put it next to Song island, a gate to Myanmar tourism, featuring the newly found hot tourism spot Nyaung Oo Phee Island. With this project, the author aims to create traveling program Thailand-Myanmar Nyaung Oo Phee Island the travel agency can utilize and expand its customer base.

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาเส้นทางในการเดินทางไปยังทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพี
2. เพื่อจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพี

ขอบเขตของโครงการ

1. ขอบเขตด้านข้อมูล ศึกษาข้อมูลการจัดทำโปรแกรมจากเว็บไซต์ของบริษัท
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ Operation แผนกที่จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว
3. ขอบเขตด้านเวลาและสถานที่คือ วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึง วันที่ 31 สิงหาคม 2561 ณ บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. บริษัทมีโปรแกรมท่องเที่ยวอีกรูปแบบเพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับลูกค้า
2. สามารถนำโปรแกรมท่องเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่าไปใช้ให้เกิดการเพิ่มรายได้ต่อไป

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. ศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
2. วางแผนการจัดรายการนำเที่ยว
3. กำหนดหัวข้อโครงการและวางโครงร่างเส้นทางการนำเที่ยวขึ้นมาใหม่
4. จัดทำรายการนำเที่ยวและออกศึกษาเส้นทางตามรายการ
5. รวบรวมเอกสารข้อมูลเพื่อปรับปรุงผลงาน และจัดทำเอกสารฉบับสมบูรณ์พร้อมนำเสนอผลงาน
6. สรุปผลการจัดทำ
7. นำเสนอผลงาน

อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์

- เครื่องคอมพิวเตอร์

- โทรศัพท์มือถือ

ซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Microsoft Office

- โปรแกรม Google

สรุปผล

ในปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวขึ้นที่จะเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความสวยงาม ซึ่งถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความสวยงามนั้น แน่นอนว่าทะเลฝั่งอันดามัน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จังหวัดระนองเองก็เป็นจังหวัดที่เป็นทะเลอันดามัน และยังเป็นจังหวัดที่ติดกับเกาะสองประเทศพม่าอีกด้วย ในปัจจุบัน จังหวัดระนองนั้นมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สวยงามอยู่มาก เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และยังสามารถเดินทางไปยังประเทศพม่า ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศอาเซียนได้อีกด้วย การศึกษาโครงการในครั้งนี้ได้รับความรู้ในการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว ในการศึกษาการจัดทำโครงการครั้งนี้ ได้ศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวต่างๆ อาทิเช่น โรงแรม ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก และพาหนะเป็นต้น จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้ได้นำความรู้และประสบการณ์ในการทำงานจริง มาประยุกต์ใช้ในการจัดทำโครงการในครั้งนี้ ซึ่งบริษัทยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล มีกลุ่มลูกค้า เป็นอุตสาหกรรมโรงงานเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดทำโปรแกรมเป็นจังหวัดที่อยู่ในแถบภาคกลาง ภาค

อีสานตอนใต้และภาคตะวันออกเป็นส่วนใหญ่
ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี นครนายก ราชบุรี
นครราชสีมา เป็นต้น ผู้จัดทำจึงอยากเสนอ
โปรแกรมท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและแปลก
ใหม่ เพื่อที่จะตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ ดังนั้นผู้จัดทำ
จึงได้ศึกษาเส้นทางและจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว
ทะเลอันดามันไทย-พม่า นาวโอพี ได้สำเร็จตาม
เป้าหมาย

กิตติกรรมประกาศ

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสห
กิจศึกษา ณ บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล จำกัด
ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม
2561 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และ
ประสบการณ์ต่างๆมากมาย สำหรับโครงการสหกิจ
ศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและ
สนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณ พรเทพ สมุทรธา กรรมการบริษัท
2. คุณ ธนวรรค์ พุททวงศ์ OP Manager (ที่ปรึกษา
โครงการ)
3. อาจารย์ กฤษณ์ จุระกะนิษฐ์ อาจารย์ที่ปรึกษา
และบุคคลอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้
คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำโครงการ ผู้จัดทำ
ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วน
ร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำ
โครงการฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การ
ดูแลและให้ความเข้าใจ กับชีวิตของการทำงานจริง
ซึ่งคณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ
ที่นี้ด้วย

บรรณานุกรม

กาญจน์ อายุ, (2560). เกาะนาวโอพี เทพีเมียนมา.
กรุงเทพฯ : โปสต์ทูเดย์ [ออนไลน์] :

<https://www.posttoday.com/travel/531886> (สืบค้น
เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2561).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (2540). อ้างถึงใน
ครุณี แก้วม่วง, (2552). **พฤติกรรมทางสังคมของ
ชาวมุสลิม**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
จันทรเกษม.

ไกรสิทธิ์ ชาญณรงค์, (2534). **คำบรรยายวิชาการจัด
นำเที่ยว**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาศิลปอาชีพ คณะ
มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

โคเลอร์ และอาร์มสตรอง, (2006). อ้างถึงใน สุรสิทธิ์
อินต๊ะ. (2551). **ศึกษาความสัมพันธ์ของการ
สื่อสารทางการตลาดกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว**.

ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจ, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัย
บูรพา.

ชูชีพ ฐิติอรุณี, (2539). และ เขมมูลตะวัตติ อังชชะ
อือวี, (2540). อ้างถึงใน ครุณี แก้วม่วง, (2552).

**ความเชื่อและพฤติกรรมทางสังคมที่น่าสนใจของ
ชาวมุสลิม**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
จันทรเกษม.

ณัฐกานต์ เทียนนรนาฎ, (2548). **มัลลเทศก์อาชีพ.
บทสัมภาษณ์**.

ครุณี แก้วม่วง และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,
(2552). **คู่มือประกอบการบรรยายมัลลเทศก์**.

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ, (2529). **อุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวกับความมั่นคงของชาติ**. กรุงเทพฯ:
วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

นฤมล คุณากุล, (2527). **การโฆษณาโรงแรม**. สาร
นิพนธ์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิติการุณย์ มิ่งรุจิราลัย, (2559). **เปิดฟ้าส่องโลก(เกาะ
นาวโอพี)**. กรุงเทพฯ : ไทยรัฐ [ออนไลน์] :

<https://www.thairath.co.th/content/743882> (สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2561).

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, (2542). การจัดการ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. เชียงใหม่: คณะ

มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

----- (2548). อุตสาหกรรมการบินและการจัด

จำหน่ายตั๋วเครื่องบิน. (พิมพ์ครั้งที่2) กรุงเทพฯ:

เพรส แอนด์ ดีไซน์.

พวงบุหงา ภูมิพานิช, (2539). การจ้ดนำเที่ยว.

กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ, ม.ป.ป.

วินิจ วีรขางกูร, (2532). การจัดการอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : คณะเศรษฐศาสตร์

และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, (2537). การโฆษณาและการ

ส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : เอสเอ็ม เซอร์คิสเพรส

Cohen, (1972). อ้างถึงในครุณี แก้วม่วง ,(2552).

ลักษณะร่วมทางพฤติกรรมและบทบาททางสังคม.

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Coltman Michael M, (1989). **Tourism**

Marketing. New York: Van Nostrand Reinhold.

Dowling, (1995). อ้างถึงในครุณี แก้วม่วง, (2552).

All tourism should be Sustainable Tourism.

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Holloway และ Plant, (1988). อ้างถึงในครุณี แก้ว

ม่วง, (2552). **พฤติกรรมทางสังคมของ**

นักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Rex.Shelly (1993). อ้างถึงใน ครุณี แก้วม่วง,

(2552). **พฤติกรรมทางสังคมของคนญี่ปุ่น.**

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Sally Anderson Taylor, (1990). อ้างถึงใน ครุณี

แก้วม่วง, (2552). **พฤติกรรมทางสังคมของฝรั่งเศส.**

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Middleton, V.T.C. (1994). **Marketing in Travel**

and Tourism. 2nd ed. Oxford:

Heinemann Professional Publishing.

Wanning (1991). อ้างถึงใน ครุณี แก้วม่วง, (2552).

พฤติกรรมทางสังคมของคนอเมริกัน.

กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม



ภาคผนวก ง.

โปสเตอร์



การจัดโปรแกรมนำเที่ยว ทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพี

ANDAMAN THAI-MYANMAR NYAUNG OO PHEE TRIP PROGRAM

ภาควิชาการ โรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภูริศา รอดเรืองชีพ

ปรึกษา: อาจารย์กฤต จุระกะนิษฐ์ พนักงานที่ปรึกษา: ธนวรรธก์ พุทธวงศ์

สถานประกอบการ : บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล

บทคัดย่อ

บริษัท ยูนิค เอเจนซี่ ทราเวล มุ่งเน้นความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการ ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ และยังเน้นการท่องเที่ยวแบบหลากหลายเส้นทาง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุดจากบริการ ผู้จัดทำโครงการจึงจัดโปรแกรมนำเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพีขึ้น เพื่อให้บริษัทสามารถนำโปรแกรมท่องเที่ยวไปเสนอขายได้จริง และช่วยเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่อีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเส้นทางในการเดินทางไปยังทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพี
2. เพื่อจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวทะเลอันดามัน ไทย-พม่า นาวโอพี

บทคัดย่อ

คือนักศึกษา

1. ได้รับประสบการณ์ในการจัดทำโปรแกรม และได้ฝึกการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ
2. ได้ฝึกตนเองให้ตรงต่อเวลา และรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
3. ได้รับโอกาสในการปฏิบัติงานจริง

ต่อมหาวิทยาลัย

1. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสถานประกอบการ

ต่อสถานประกอบการ

1. บริษัทมีโปรแกรมท่องเที่ยวอีกรูปแบบเพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับลูกค้า
2. สามารถนำโปรแกรมท่องเที่ยวทะเลอันดามันไทย-พม่าไปใช้ให้เกิดการเพิ่มรายได้ต่อไป

ลักษณะงานที่ปฏิบัติ

1. จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว Incentive
2. ตกแต่งโปรแกรมท่องเที่ยวต่างประเทศ
3. ทำรายชื่อสำหรับ แท็กคิดกระเป๋า
4. ค้นหาโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว
5. จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับออกทัวร์

กระบวนการทำงาน

1. ศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดหัวข้อโครงการและวางโครงร่างเส้นทางกรนำเที่ยวขึ้นมาใหม่
3. วางแผนการจัดรายการนำเที่ยว
4. จัดทำรายการนำเที่ยวและออกศึกษาเส้นทางตามรายการ
5. รวบรวมเอกสารข้อมูลเพื่อปรับปรุงผลงาน และจัดทำเอกสาร
6. ฉบับสมบูรณ์พร้อมนำเสนอผลงาน

บทคัดย่อ

สถานประกอบการสามารถนำโปรแกรมท่องเที่ยวไปปรับใช้ในการเพิ่มทางเลือกทางการท่องเที่ยวให้กับลูกค้าได้ และยังเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ๆที่มีความสนใจในเส้นทางใหม่ๆ ได้อีกด้วย



ภาคผนวก จ.

ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5404400042

ชื่อ - นามสกุล : ภูวริศา รอดเรืองชีพ

คณะ : ศิลปศาสตร์

ภาควิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว

E-mail: aongfong.ok@gmail.com