

## เอกสารประกอบการสอน

TIH 1401

ธุรกิจนำเที่ยวและการจัดนำเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ



อาจารย์ศศิธร เจตananนท์

## บทที่ 1

### สาระสำคัญของธุรกิจนำเที่ยว

Wholesale / Land

FIT / Collective / Corporate(Incentive)

- FIT – บริการจองตั๋วเครื่องบินและโรงแรม
- จองตั๋วเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมต่างๆ
  - ให้คำปรึกษาการวางแผนท่องเที่ยวและระยะเวลาท่องเที่ยว
  -

#### นิยาม “ธุรกิจนำเที่ยว”

- Tour Business / Travel Business

หมายถึง ธุรกิจที่ประกอบกิจการในการนำลูกค้าไปเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ บางครั้งเรียกสั้นๆว่า ทัวร์ โดยการออกจากจุดเริ่มต้น (Starting Point) ไปยังจุดหมายปลายทาง (Destination) ที่ลูกค้าต้องการ

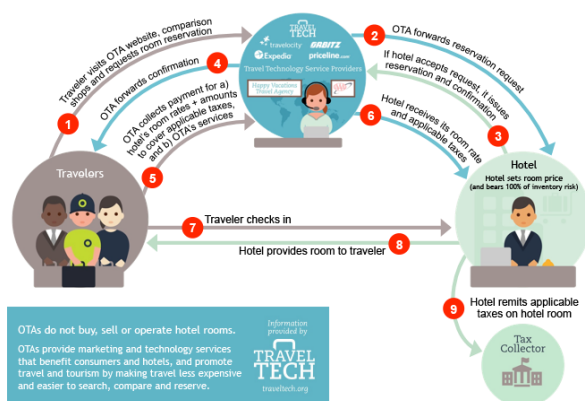
- มีลักษณะเหมือนธุรกิจอื่น ๆ คือ ผู้ผลิต ผู้ขาย ผู้ซื้อ
- ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 หมายถึง การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหารเครื่องดื่ม ทักษนาจร หรือมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว
- ซึ่งไม่รวมถึงธุรกิจให้เช่ายานพาหนะ ให้เช่ารถนำเที่ยว ธุรกิจรับจ้างขนส่ง ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ผู้แทนจำหน่ายบัตรโดยสาร หรือ ตัวแทนฝ่ายขายของโรงแรม ฉะนั้น ธุรกิจที่กล่าวมาจึงไม่เป็นธุรกิจนำเที่ยว แต่เป็นตัวแทนเฉพาะ (Authorized Agent)
- ธุรกิจนำเที่ยวจะต้องเป็นการจัดนำเที่ยวเชิงธุรกิจ
- การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัด หรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทักษนาจร หรือมัคคุเทศก์ ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมุ่งหมายถึง "การนำเที่ยว" เป็นสำคัญ โดยจะเป็นการนำเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

- ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ธุรกิจที่หวังผลตอบแทนด้านกำไร ในการจัดให้นักท่องเที่ยวได้เดินทาง ไปชม ทรัพยากรท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ที่กำหนดให้ โดยมีความชำนาญในเชิงธุรกิจ การจัดบริการด้านการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร จะมีมีคคุเทศก์หรือไม่ก็ได้ ไม่รวมถึง การไป ทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ทัศนศึกษา เพราะไม่ใช่เพื่อธุรกิจ
- "ค่าบริการ" หมายความว่า "ค่าจ้างและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวจ่ายให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว สำหรับการจัดการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร และการทัศนจร ในลักษณะเป็นการเหมาจ่าย"

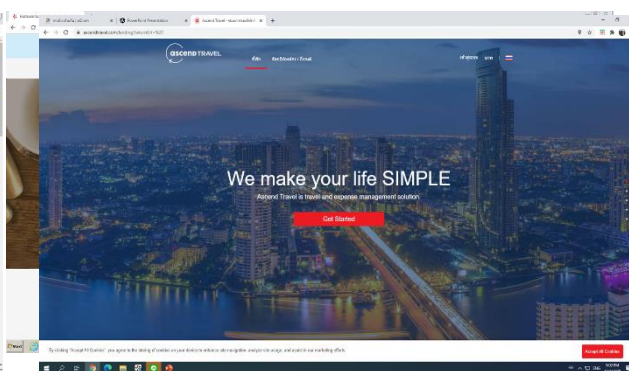
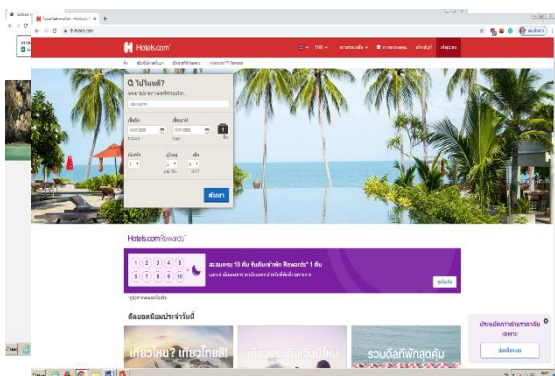
ส่วนคำว่า “Tourism For Specific purpose // Tourism for Special Interest // Niche Tourism” หมายถึง การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม หรือนักท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดย่อย ซึ่งจะมีสินค้าทางการท่องเที่ยว หรือบริการ สามารถปรับตามความต้องการ หรือความ สนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว

### Online Travel Agency (OTAs)

- คือผู้ให้บริการด้านการจองที่พัก โรงแรม ตัวเครื่องบิน รวมถึงบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ในรูปแบบเว็บไซต์ โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการให้บริการให้สมาชิกได้เจอกับผู้ให้บริการที่พัก ตัวเครื่องบิน บริการท่องเที่ยวต่างๆ และจัดแจงจองที่พัก ตัวเครื่องบินให้ โดยนำเสนอสิทธิพิเศษ และราคาสุดพิเศษให้กับสมาชิก



## ตัวอย่างเช่น



- OTA สายพันธุ์ไทย อย่าง Sure2Trips กับสุวิติ ปาจริยางกูร ผู้ก่อตั้งและประธานบริหาร ซึ่งประกาศว่า Sure2Trips เป็น Intelligent Tourism Platform Booking Online B2B2C หรือ Platform Online สำหรับการท่องเที่ยวและเดินทาง สำหรับ Travel Agent หรือบุคคลทั่วไปที่จดทะเบียนมีทะเบียนอิเล็กทรอนิกส์ถูกต้อง สามารถสมัครเพื่อทำธุรกิจและแนะนำขายสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยวออนไลน์ได้ทั้ง B2B2C



ความสัมพันธ์ของธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจอื่นๆ

ธุรกิจนำเที่ยวจัดเป็นองค์ประกอบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นตัวกลางประสานงานเรื่องที่พัก อาหาร พาหนะ และช่วยกระจายรายได้ไปสู่ธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ

- ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว
- ธุรกิจขนส่ง
- ธุรกิจที่พัก
- ธุรกิจอาหารและบันเทิง
- ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

#### **ความสำคัญของธุรกิจบริการท่องเที่ยว**

- เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อ กับ ผู้ผลิตบริการท่องเที่ยว (Suppliers)
- ช่วยให้ Suppliers หาดตลาดผู้ซื้อได้ ช่วยประชาสัมพันธ์
- อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการช่วยตัดสินใจ ช่วยต่อรองราคา ประหยัดค่าใช้จ่าย
- ทำให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ
- มีส่วนกระตุ้นให้คนเดินทางมากขึ้น เพราะสะดวกสบาย
- เป็นตัวกลางในการขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
- สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและประเทศชาติ
- นักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อยสามารถท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาที่กำหนด
- ช่วยสร้างงานและสร้างอาชีพ เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

**ลักษณะสำคัญที่สุดของธุรกิจนำเที่ยว มี 2 ประการ คือ**

- ต้องมีการจ่ายค่าบริการก่อนที่จะได้รับสินค้าหรือบริการ (Prepaid) หมายถึง ลูกค้ำหรือนักท่องเที่ยวที่ เป็นผู้ซื้อจะต้องจ่ายเงินค่าบริการที่จะได้รับการบริการ
- ต้องมีการจัดการล่วงหน้า (Prearrange) ก่อนที่ลูกค้ำจะรับบริการ หมายถึง รายการทัวร์หรือ องค์ประกอบในการทำทัวร์ เช่น การขนส่ง ที่พักแรม อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งผู้จัดรายการ หรือบริการนำเที่ยวจำเป็นต้องจัดการหรือเตรียมการเอาไว้ก่อน เมื่อถึงเวลานักท่องเที่ยวสามารถใช้ บริการได้ทันที

### ลักษณะสำคัญดังกล่าวทำให้เกิด.....

- การตระหนักว่า ธุรกิจนำเที่ยวทุกแห่งควรจะเน้นไปที่ความไว้วางใจ (Reliability) จากลูกค้ำที่มี ให้แก่บริษัท โดยที่บริษัททั้งหลายจะต้องพยายามให้ลูกค้ำเกิดความเชื่อถือนมากที่สุด และต้องพยายาม จัดรายการทัวร์ที่จะสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้ำ ดังนั้น การขายทัวร์จึงเปรียบเสมือนขายความ ไม่แน่นอน หรือ ขายความฝันเพื่อสร้างความสุขให้แก่ลูกค้ำ

### “Selling Holidays is like selling dream”

แม้ว่าลักษณะของการขายการท่องเที่ยวหรือการขายทัวร์ จะเป็นการขายบริการ แต่ถ้าพิจารณาองค์ประกอบ ของการบริการ จะพบว่า .... บริการทัวร์มี 2 องค์ประกอบ

- **องค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Element)** สิ่งที่เราสามารถสัมผัสได้ เช่น ที่นั่งบนเครื่อง ห้างพัก อาหารที่ทาน แต่ก็ต้องไม่ลืมว่า ลูกค้ำไม่สามารถนำเอาไปเป็นของตนเองได้ แสดงว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับผู้บริการ จึงเป็นเรื่องของการอำนวยความสะดวก มากกว่า ที่จะ เป็น สินค้า
- **องค์ประกอบทางจิตใจหรืออารมณ์ (Mental Element)** หมายถึง สิ่งที่ตอบสนองอารมณ์หรือ ความต้องการทางจิตใจ เช่น วัฒนธรรมพื้นบ้านในแหล่งท่องเที่ยวที่ลูกค้ำทัวร์เดินทางไปถึง // สถานที่ สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือมรดกโลก // วิถีชีวิตที่ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน

ธุรกิจนำเที่ยว ประกอบด้วยธุรกิจ 2 ประการ

## 1) ธุรกิจผลิตรายการนำเที่ยวหรือธุรกิจขายส่งบริการนำเที่ยว (Tour Wholesaler / Tour Operator)

หมายถึง ธุรกิจที่ทำการซื้อบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ (Tourism Product) จากผู้ผลิตบริการท่องเที่ยว (Tourism Supplier) เช่น ซื้อค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ซื้อตั๋วเข้าชมการแสดง จองห้องพัก จองร้านอาหาร แล้วนำมาผลิตเป็นรายการนำเที่ยว โดยนำมาเฉลี่ยเป็นต้นทุนต่อคน แล้วบวกด้วยกำไรที่ต้องการ เพื่อกำหนดเป็นราคาขายในลักษณะรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย ซึ่งราคาจะถูกกว่านักท่องเที่ยวซื้อเอง เพราะเป็น Contract Rate

## 2) ธุรกิจตัวแทนการเดินทาง (Travel agent)

- ธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของธุรกิจผู้ขายส่งบริการนำเที่ยว ในการช่วยขายบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายให้แก่ลูกค้าอีกทีหนึ่ง โดยได้รับค่านายหน้าเป็นรายเดือนหรือผลตอบแทน หรืออาจจัดรายการนำเที่ยวของตัวเองขึ้นแล้วขายให้ลูกค้าเองก็ได้
- อาจเป็นตัวแทนของผู้ผลิตบริการท่องเที่ยวอื่นพร้อมกันไปด้วยก็ได้ เช่น ตัวแทนบริษัทกรบิน ตัวแทนโรงแรม ตัวแทนร้านอาหาร ตัวแทนแหล่งบันเทิง

สรุปความแตกต่างระหว่าง

บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator/Wholesaler) กับบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)

Travel Agent	Tour Operator
- ซื้อส่วนต่าง ๆ ของสินค้าจากผู้ผลิต โดยได้รับค่าตอบแทนในรูปของนายหน้า	- ขายสินค้าบริการแทนผู้ผลิตในราคาที่ลดแล้วนำมาขายต่อทำกำไร
- ไม่ต้องรับผิดชอบในสินค้าบริการนั้น ๆ	- รับผิดชอบต่อสินค้าที่ผลิตขึ้น
- ถือเป็นผู้ค้าปลีก	- ถือว่าเป็นผู้ผลิต
- ขายสินค้าแทนผู้ผลิตได้หลาย ๆ ราย	- ไม่ได้ติดต่อโดยตรงกับผู้บริโภค (นอก จากเปิดกิจการค้าปลีกเอง)

## บทที่ 2

### โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจนำเที่ยว

#### ขนาดและการดำเนินงานของบริษัทนำเที่ยว

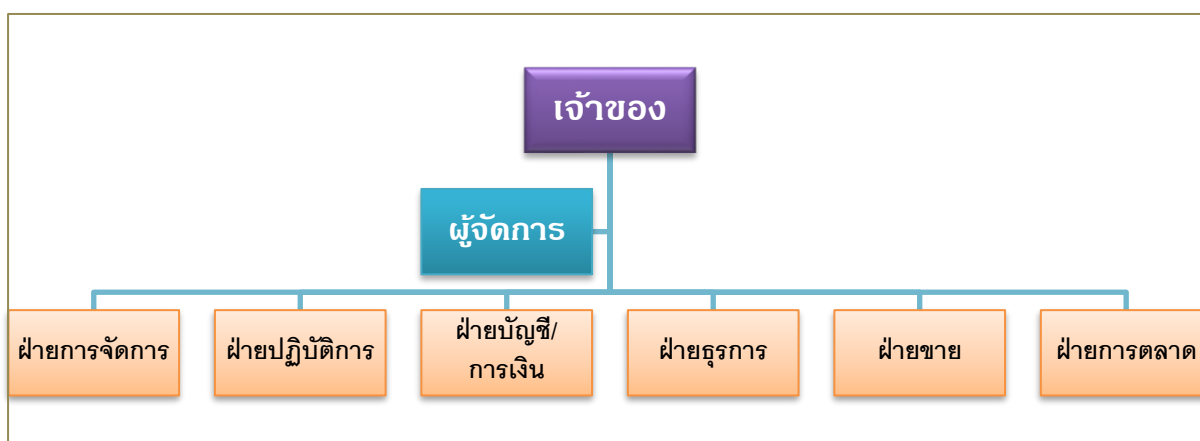
บริษัทนำเที่ยวอาจมีเพียงเคาน์เตอร์ทัวร์เพียงเคาน์เตอร์เดียว อาจตั้งอยู่ในโรงแรมหรือตั้งอยู่หน้าร้าน หรือเป็นบู๊ทตามถนนสายท่องเที่ยว หรือเป็นตึกแถวคูหาเดียว ไปจนกระทั่งเป็นบริษัทที่มีกิจการใหญ่โต มีตึกสูงหลายชั้น มีสาขาอยู่ทั่วโลกก็ได้

#### โครงสร้างของธุรกิจนำเที่ยวสามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ ได้แก่

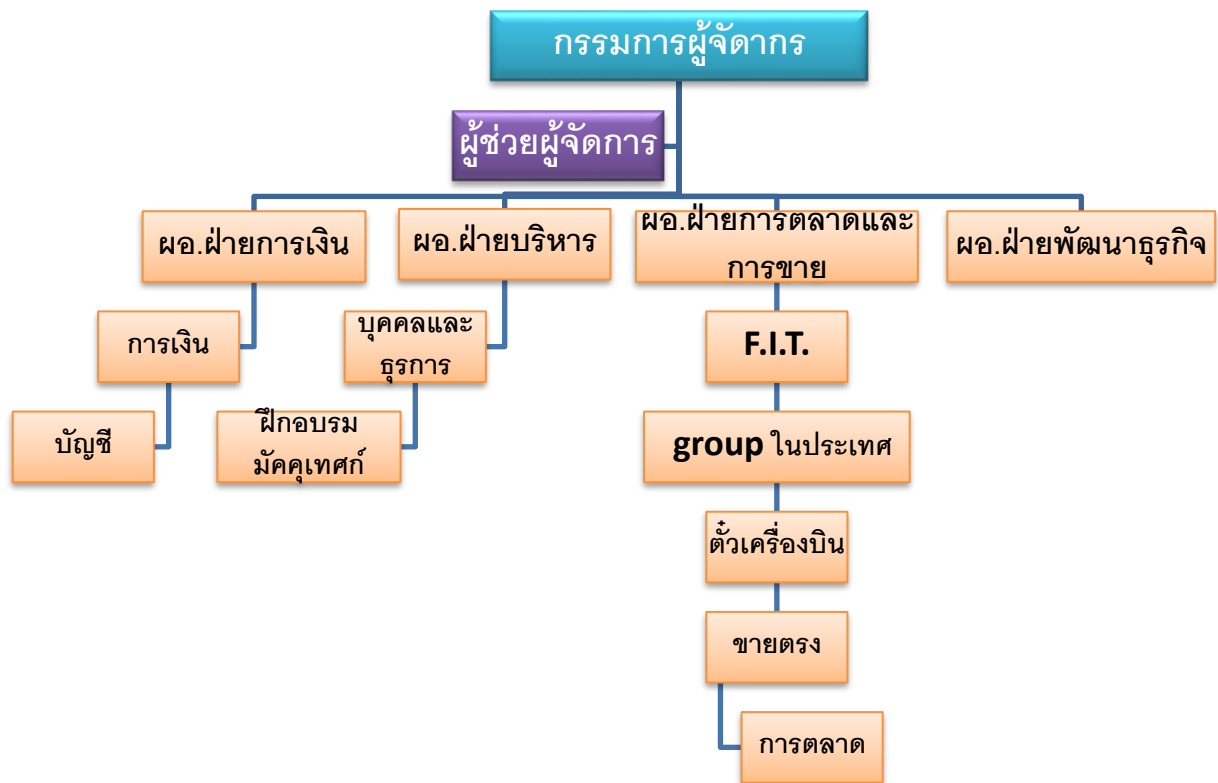
1. โครงสร้างแบบแนวตั้ง คือ โครงสร้างที่เน้นบุคคลคนเดียวให้สามารถทำหน้าที่จัด โปรแกรมนำเที่ยวตั้งแต่ต้นจนจบได้ โดยเริ่มจากการวางแผนติดต่อสายการบิน รถโค้ช โรงแรม ภัตตาคาร เขียนรายการ กำหนดราคา ส่งเสริมการขาย ขายสินค้า เตรียมเอกสารทุกอย่าง ส่งเอกสาร และอาจรวมถึงการนำเที่ยวเองด้วย กล่าวโดยสรุป คนคนเดียวอาจเป็นผู้รับผิดชอบเองทั้งหมด การจัดโครงสร้างลักษณะแนวตั้งนี้ ส่วนมากจะมีในบริษัทเล็ก ๆ

- พบปะบุคคล องค์กรหรือผู้เกี่ยวข้องเพื่อติดตามผลปรับปรุงบริการสำหรับ ครั้งต่อไป
- ประเมินผลการจัดนำเที่ยวจากแบบสอบถาม
- ประเมินผลกำไร ขาดทุน หลังสิ้นสุดการเดินทาง
- จัดหามัคคุเทศก์
- เตรียมเอกสารต่างๆ และคำแนะนำสำหรับลูกค้า
- ยืนยันครั้งสุดท้ายกับผู้ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยว
- ติดต่อผู้ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยว
- ทำการตลาดประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขาย
- จัดทำเอกสารนำเที่ยวพร้อมรายการที่เป็นจริง และวางแผนการตลาด
- คิดราคาต้นทุน กำไร เพื่อกำหนดราคาขาย
- ติดต่อจองสถานที่ต่างๆ
- วางตัวผู้ทำงาน ผู้รับผิดชอบในแต่ละเรื่อง
- เขียนรายการนำเที่ยว กำหนดตารางเวลา ตารางระยะทางและกิจกรรม
- สำรวจเส้นทางในการจัดนำเที่ยว
- วางแผนการจัดนำเที่ยวว่าจะไปในเส้นทางใดบ้าง

## 2. โครงสร้างแบบแนวนอน



## 3. โครงสร้างแบบผสม



### ฝ่ายงานในบริษัทนำเที่ยวและหน้าที่รับผิดชอบ

- แผนกปฏิบัติการ (Operation)
- แผนกบุคคลและมัคคุเทศก์ (Personnel and Guide)
- แผนกการเงินฝ่ายบัญชี (Accounting and Finance)
- แผนกยานพาหนะ(Transporation)
- แผนกเอกสารธุรการ (Support Staff and Documentation)
- แผนกรับจองและขาย (Reservation & sales)
- แผนกแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ(Currency Exchange)

ดังนั้นการที่บริษัทนำเที่ยวจะจัดให้มีแผนกใดในหน่วยงานของตนนั้นก็ขึ้นอยู่กับนโยบายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเป็น สำคัญ และต่อไปนี้เป็นฝ่ายงานที่เน้นการทำงานโดยตัวบุคคลโดยคำนึงถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากร ดังนี้

- ผู้จัดการแผนกปฏิบัติการ มีหน้าที่ดูแลงานของแผนก รับผิดชอบการจัดการนำเที่ยว การฝึกพนักงาน การเขียนรายการนำเที่ยว การพัฒนาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การฝึกอบรมผู้นำเที่ยว ดูแลงานมัคคุเทศก์ รวมถึงงานธุรการ ตลอดจนติดต่อประสานงานกับสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง และควบคุมการเงินการบัญชีของบริษัท
- ผู้จัดการแผนกบริหาร ดูแลนโยบายและทิศทางของบริษัท มีหน้าที่รับผิดชอบงานบุคคล ดูแลเก็บรักษาประวัติของลูกค้า โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าและช่วยงานของแผนกปฏิบัติการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแผนกบริหาร
- ผู้จัดการแผนกจองและขาย รับผิดชอบด้านการขาย และการตลาด โดยอาจติดต่อลูกค้าโดยตรง เพื่อนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยว จัดทำข้อมูลเอกสารการเผยแพร่เพื่อส่งเสริมการขาย นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในเรื่อง การจอง มัดจำ การจ่ายเงิน ควบคุมดูแลปัญหาเกี่ยวกับจำนวนคนจองติดต่อลูกค้าเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงรายการนำเที่ยว หรือวันออกเดินทาง เป็นต้น
- แผนกบุคคลและมัคคุเทศก์ (Personnel and Guide)
 

มีหน้าที่บริหารงานบุคคลในบริษัท สรรหาพนักงาน จัดหามัคคุเทศก์ให้เหมาะสมกับรายการนำเที่ยว จัดให้มีการอบรมพัฒนาบุคลากร จัดหากิจกรรมนันทนาการให้แก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง มีหน้าที่ดูแลบุคลากรต่าง ๆ ในบริษัท ดูแลสวัสดิการ การรับพนักงานใหม่ ตลอดจนการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานเพื่อให้ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิเคราะห์วิจัย เพื่อศึกษาแนวโน้มของการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว และประเมินผลการทำงานของแผนกต่าง ๆ ตลอดจนศึกษาถึงผลสำเร็จของบริษัทในแต่ละปีเพื่อนำข้อมูลข้อบกพร่องมาปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป
- แผนกการเงินฝ่ายบัญชี (Accounting and Finance) มีหน้าที่จัดการด้านบัญชี รายรับรายจ่าย และรายงานสถานการณ์การเงินของบริษัท จ่ายเงินให้กับสถานประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้อง ดูแลสต็อกสินค้า และเงินเข้าออกของบริษัท ดูแลเรื่องเงินเดือนพนักงาน รายรับรายจ่าย ในการเดินทางแต่ละครั้งของมัคคุเทศก์ รวบรวมหลักฐานการเงินต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร และทำงานร่วมกับฝ่าย

ปฏิบัติการ ดูแลเรื่องงบประมาณของบริษัท เรื่องภาษีต่าง ๆ ตลอดจนรายรับรายจ่าย และงบดุลประจำปีของบริษัท รวมถึงคิดผลกำไร โดยแผนการเงินอาจแบ่งเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายบัญชีและฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชีทำบัญชีเกี่ยวกับเงินรายได้และรายจ่ายของบริษัท ซึ่งทำแต่เฉพาะตัวเลขไม่เกี่ยวข้องกับตัวเงิน

ส่วนฝ่ายการเงินรับผิดชอบการเงินของบริษัท ทั้งรายรับและรายจ่าย ตรวจสอบจำนวนเงินให้ถูกต้อง ตัวเงินและตัวเลขจะต้องถูกต้องตรงกัน นอกจากนี้ยังรับผิดชอบเกี่ยวกับการจ่ายภาษี และเงินเดือนพนักงานด้วย นอกจากนี้แผนกบัญชีอาจต้องรับผิดชอบงานทางด้าน การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การโอนเช็ค การประกันชีวิตและการรับจัดส่งหีบห่อพัสดุต่าง ๆ พนักงานแต่ละฝ่ายจะแยกกันรับผิดชอบงาน แต่ต้องทำงานประสานกัน เพื่อให้การเงินและการบัญชีตรงกันและต้องพยายามรักษาผลประโยชน์ของบริษัท โดยตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออก บางบริษัทอาจจัดให้มีฝ่ายแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอยู่ในแผนกนี้ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าด้วย

- แผนกยานพาหนะ (Transportations)

- มีหน้าที่ติดต่อขอเช่ายานพาหนะในการเดินทาง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศถ้าบริษัทมีรถเป็นของตนเองจะทำให้ต้นทุนการจัดนำเที่ยวถูกลง หรือถ้าไม่มีรถเป็นของตัวเอง ก็ต้องติดต่อขอเช่าจากที่อื่น ถ้าเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวก็ต้องจองล่วงหน้าเป็นเวลานาน

- กรณีเดินทางโดยเครื่องบิน ควรประสานงานกับแผนกปฏิบัติการ เพื่อขอทราบจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละโปรแกรม เพื่อจะได้จัดรถได้ถูกต้องตามวัน เวลาที่เครื่องบินเข้าออกเพื่อจัดรถรับส่งได้ถูกต้อง

- จัดมอบหมายคนขับรถให้ไปกับคณะท่องเที่ยว ดูแลการทำงานของคนขับรถให้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย

- แผนกเอกสารธุรการ (Support Staff and Documentation) ทำงานทางด้านธุรการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านงานเสมียน คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ และงานสารบรรณ ติดต่อข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับผู้ประกอบธุรกิจผลิตสินค้าบริการด้านท่องเที่ยวทางจดหมาย ทางโทรสารและโทรพิมพ์ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่

- รวบรวมเอกสาร ข้อมูล แบบฟอร์มต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทาง เช่น กฎระเบียบของการทำหนังสือเดินทาง ตรวจสอบเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการขอทำวีซ่าของลูกค้า

- รวบรวมเอกสารทางวิชาการเกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ สำหรับให้ผู้นำเที่ยวมาค้นคว้าเพื่อประโยชน์ในการนำเที่ยว

- ติดต่อสถานทูตต่าง ๆ เพื่อขอทำวีซ่า

- กรอกแบบฟอร์มในการเดินทางให้กับลูกค้ากรณีเดินทางไปต่างประเทศ
- รวบรวมเอกสารเกี่ยวกับลูกค้าทำเป็นตัวเลข สถิติ เพื่อการคาดการณ์ทิศทางของบริษัท
- รับส่งเอกสารในและนอกบริษัท

- แผนกรับจองและขาย (Reservation & sales)

มีหน้าที่รับจองจากลูกค้า ออกเสนอขาย Package Tour รับผิดชอบเกี่ยวกับการจองและงานบริการต่าง ๆ ของผู้ผลิตสินค้าบริการทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอาจมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นส่วนต่าง ๆ เช่น ขายหรือรับจองตัวเครื่องบิน โดยเฉพาะพนักงานขายตัวเครื่องบิน จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการบินรู้จักการคิดคำนวณระยะทาง สามารถจัดระยะทางให้ได้ไกลที่สุดเพื่อลูกค้าจะได้เสียค่าโดยสารในราคาประหยัด ต้องรู้จักสนามบินสำคัญต่าง ๆ ทั่วโลก รู้จักรหัสย่อของสายการบินรู้ราคาและระดับชั้นต่าง ๆ บนเครื่องบิน นอกจากนี้ยังมีหน้าที่

- จองยานพาหนะ ตั้งแต่เรือ รถโค้ช รถไฟ และเครื่องบิน รถสองแถว รถตู้
- ติดต่อขอเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ
- จองห้องพักจากโรงแรมหรือรีสอร์ท
- จองภัตตาคาร ร้านอาหาร หรืออาจรวมถึงร้านจำหน่ายของที่ระลึกต่าง ๆ ที่มีการสาธิต แสดงฝีมืองานหัตถกรรมต่าง ๆ

### บทที่ 3

#### ประเภทของการจัดนำเที่ยว

##### การจัดนำเที่ยวโดยทั่วไป

- การจัดนำเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด โดยการจัดให้มีกิจกรรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว
- การจัดนำเที่ยวตามรายการนำเที่ยวที่เตรียมไว้แล้ว แบ่งได้ 2 ประเภท
  1. Collective Tour - บริษัทเป็นผู้กำหนดรายการนำเที่ยวทั้งหมดแบบเหมาจ่าย (Package Tour)
  2. Incentive Tour – เป็นการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการในบางเรื่องหรือทุกเรื่อง

##### การจัดนำเที่ยวที่เป็นสากล

- Domestic Tour – เป็นการจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศ เที่ยวภายในประเทศ

- Inbound Tour – เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศจะติดต่อกับ local Agent ประจำประเทศไทยซึ่งก็จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนจัดการท่องเที่ยวภาคพื้นดิน (Land Arrangement)

สามารถทำได้ 2 วิธี

1. จัดตามความต้องการของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ
2. บริษัทนำเที่ยวในประเทศจัดเสนอขายไปยังบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศได้แก่

- รายการนำเที่ยวยอดนิยมต่างๆ	- รายการนำเที่ยวสำหรับกลุ่มสนใจพิเศษ
- รายการนำเที่ยวสำหรับโอกาสพิเศษหรือเทศกาล	- รายการนำเที่ยวก่อนหรือหลังงานประชุมที่จัดขึ้นในประเทศไทย
- จัดโปรแกรมนำเที่ยวให้ได้สัมผัสกับสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น	- จัดตามความต้องการขององค์กรหรือหน่วยงาน
- จัดบริการรับส่ง (Transfer In, Transfer Out)	

- Out bound Tour – เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวในประเทศออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยบริษัทนำเที่ยวในประเทศจะติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ (Local Agent) ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวในต่างประเทศ (Land Arrangement) ให้กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ และจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจ้ดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวขณะท่องเที่ยวอยู่ในต่างประเทศ

การจ้ดนำเที่ยวโดยแบ่งตามขนาด

- Foreign Independent Tour or Free Independent Traveler (F.I.T.)

เป็นการจัดนำเที่ยวส่วนบุคคลหรือครอบครัว หรือผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวตามลำพัง ไปยังจุดหมายปลายทางที่ตนต้องการและมีอิสระในการเดินทาง โดยมากจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งลักษณะที่ลูกค้าจัดการเดินทางด้วยตัวเองโดยซื้อบริการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวในขณะที่พำนักอยู่ในประเทศไทย หรือซื้อบริการผ่านบริษัทนำเที่ยวในประเทศของตนก็ได้ การจัดการการนำเที่ยวแบบนี้ไม่จำเป็นต้องมีรายการนำเที่ยวจัดไว้เป็นตารางแน่นอน

- Group Inclusive Tour (G.I.T.)

คือ การจัดนำเที่ยวเป็นกลุ่มให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวสามารถแยกได้เป็น 2 ประเภท

1. กรู๊ปจัดหรือทัวร์จัด เป็นการจัดนำเที่ยวในลักษณะเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยว มาซื้อรายการนำเที่ยวจากหน้าร้าน โดยบริษัทจะจัดโปรแกรมท่องเที่ยวแบบต่างๆ (Package Tour) ไว้ให้เลือกตามความต้องการในราคาที่แตกต่างกัน

2. กรู๊ปเหมาหรือทัวร์เหมา เป็นการจัดนำเที่ยวให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเฉพาะหมู่คณะของตน อาจเรียกว่า (Incentive Group หรือ Charter Group)



การจัดนำเที่ยวตามวิธี

สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- การจ้ดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour)
- การจ้ดนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour)
- การจ้ดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour)
- การจ้ดนำเที่ยวแบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour)

### การจ้ดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour)

- ทัวร้ดนำเที่ยวเหมาจ่ายอิสระ (Independent Package Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการอิสระในการท่องเที่ยวเอง อาจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างจากบริษัทนำเที่ยว
- ทัวร้ดนำเที่ยวเหมาจ่ายพร้อมบริการ (A Hosted Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าในราคาเหมาจ่าย ณ จุดหมายปลายทางแต่ละแห่งโดยจะมี a Hosted or representative Officer ค่อยบริการให้คำแนะนำ
- ทัวร้ดนำเที่ยวเหมาจ่ายพร้อม “มีเพื่อนเดินทาง” (An Escorted Tour) หมายถึงบุคคลากรของบริษัทธุรกิจนำเที่ยวที่เดินทางไปพร้อมกับกลุ่มทัวร้ดในลักษณะของการเป็นหัวหน้าทัวร้ด

### การจ้ดนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour)

เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่มีกำหนดการนำเที่ยวตั้งแต่ออกเดินทางจนถึงการเดินทางกลับที่แน่นอน มีเส้นทางเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ระยะเวลาเดินทาง โดยบริษัทอาจจัดโปรแกรมท่องเที่ยวไว้หลากหลาย อาจเป็น 3 วัน 5 วัน 7 วัน 10 วัน 15 วัน มีให้เลือกหลายรูปแบบ

### การจ้ดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour)

เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้กับหน่วยงานหรือพนักงานของหน่วยงาน เพื่อเป็นโบนัส รางวัล หรือค่าตอบแทนในความสำเร็จให้กับบุคคล เป็นการให้รางวัลที่สามารถทำธุรกิจการค้าหรือยอดขายได้ตามเป้าที่กำหนด เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้พนักงานเกิดความขยัน

### กรณีศึกษา บริษัท อินฟินิตัส (ไชน่า) จำกัด

- เป็นบริษัทขายตรงยักษ์ใหญ่ของจีน ได้ให้รางวัลพนักงาน มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย พร้อมทั้งจัดงานสัมมนาถึง 12,700 คน
- ใช้เที่ยวบินของสายการบินต่าง ๆ มากถึง 110 เที่ยวบิน ในการนำพนักงาน 12,700 คน จากจีนมายังประเทศไทย โดยจัดแพคเกจทัวร์ให้พนักงานเป็นเวลา 7 วัน 6 คืน พักอยู่กรุงเทพฯ 3 คืน โดยเลือกใช้โรงแรมระดับ 4-5 ดาวเท่านั้น เช่น โรงแรมมณเฑียร ริเวอร์ไซด์ โรงแรมราม่า การ์เด็นท์ และโรงแรมขนาด 4 ดาว บนถนนสุขุมวิท จากนั้นไปพักพัทยาก็อีก 3 คืน โดยพักโรงแรม 5 ดาว เช่น โรงแรมรอยัลครีฟ พัทยา โรงแรมลองบีช พัทยา โรงแรมเดอะ ซายน์ และโรงแรมพูลแมน พัทยา ซึ่งตลอดทั้งทริปนี้เมื่อรวมทั้ง 6 คืน นับรวมห้องพักที่ต้องใช้ทั้งหมดมากกว่า 38,000 ห้อง ใช้รถทัวร์ 400 คัน อีกทั้งในระหว่างอยู่กรุงเทพฯ ได้พาล่องแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งต้องเหมาเรือขนาดจุคนได้ลำละ 300-400 คน ถึง 36 ลำ

### การจัดนำเที่ยวแบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour)

เป็นการจัดนำเที่ยวแบบเช่าเหมาลำซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลายโดยเฉพาะการจัดนำเที่ยวระหว่างประเทศ โดยบริษัทนำเที่ยวจะเช่าเหมาลำเครื่องบิน เพื่อรับนักท่องเที่ยวจากจุดหมายปลายทางหนึ่งไปยังจุดหมายปลายทางหนึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวจะต้องมีปริมาณที่มากพอที่จะเช่าเหมาลำเครื่องบินได้

### การจัดนำเที่ยวตามวัตถุประสงค์

- ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ ค่ายทหาร แหล่งประวัติศาสตร์
- Honeymoon Travel
- ท่องเที่ยวศึกษารัฐธรรมนูญ
- ท่องเที่ยวถ่ายภาพ
- ท่องเที่ยวเดินชม
- ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

**Sightseeing Tour : Siam Hop - Hop On Hop Off Sightseeing Tour in Bangkok**



- Religion Travel เทศกาลตรุษจีน , การไปนครเมกกะ , ทัวร์ธรรมะ



- การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism)
- การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการขายสู่พื้นที่ (Agent Educational Trip : AET) คล้ายกับ Familiarization Trip (FAM Trip)
- การท่องเที่ยวทางวิทยาศาสตร์ : ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา ท้องฟ้าจำลอง
- ท่องเที่ยวเพื่อเล่นหรือชมการแข่งขันกีฬา Sport Tourism

- Shopping Tourism
- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (Agro Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism)
- Home Stay Tourism
- การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture Tourism)
- การท่องเที่ยวดำน้ำ (Diving Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษา (Education Tourism)
- การท่องเที่ยวในรูปแบบฟาร์ม (Farm Tourism)



- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) Spa Tourism
- การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism)
- การท่องเที่ยวในชนบท (Rural Tourism)
- การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)
- การท่องเที่ยวทางอวกาศ (Space Tourism)
- การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Litho Tourism)
- Trekking Tourism
- การท่องเที่ยวทางน้ำที่ใช้เรือแคนู (Sea Canoe Tourism)
- การท่องเที่ยวแบบล่องแพ (Jungle Raft Tourism)
- การท่องเที่ยวแบบล่องไพร (Safari Tourism)
- Dark Tourism

#### การจัดนำเที่ยวตามลักษณะช่วงเวลา

- การจัดนำเที่ยวครึ่งวัน (Half Day Tour)

- การจัดงานเที่ยวเต็มวัน (One Day Tour)
- การจัดงานเที่ยวมากกว่า 1 วัน (Tour Around)

#### **การท่องเที่ยวพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ**

- เที่ยวชมเมือง (City Tour)
- เที่ยวทัศนศึกษาแบบเข้าไปเย็นกลับ (Sightseeing Tour or Excursion Tour)
- เที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรี (Night Tour)
- เที่ยวช้อปปิ้ง (Shopping Tour)

#### **หน้าที่ในการจัดและบริการนำเที่ยว**

- Tour Program
- Tour Leader or Tour Conductor
- Local Guide
  - Permanent Guide
  - Freelance Guide

#### **หน้าที่ในการบริการและอำนวยความสะดวก**

- การให้บริการข้อมูลในการท่องเที่ยว
- การบริการจองตั๋วเดินทาง
- การบริการจองที่พัก
- การบริการขนส่ง
- การบริการจองตัวเข้าชม
- บริการจัดทำหนังสือเดินทางและวีซ่า
- บริการสินค้าที่ระลึก
- บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา

#### **บทสรุป**

- Travel Agents supply information, arrange travel itineraries and obtain necessary reservations
- Advise customers on itineraries and method of travel;
- Prepare itineraries;
- Make and confirm reservations for transportation and accomodations;
- Issue ticket, vouchers and other documents;
- Inform clients of essential travel information such as travel times, transportation connections, and medical and visa requirements;
- Provide clients with assistance in preparing required travel documents and forms;
- Prepare bills and receive payments.

### รูปแบบและลักษณะการจัดนำเที่ยว แบ่งได้ 10 รูปแบบ

#### 1. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย

1.1 แบบเหมาจ่ายที่มีผู้นำเที่ยวด้วย (Escorted Package Tours)

1.2 แบบเหมาจ่ายที่ไม่มีผู้นำเที่ยว (Unescorted Package Tours)

#### 2. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามความต้องการ

2.1 ตามความต้องการของลูกค้า (Tailor-Made Tour)

2.2 ตามความต้องการของธุรกิจนำเที่ยวเอง (Ready-Made Tour)

#### 3. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามลักษณะอาณาเขต

3.1 การจัดนำเที่ยวภายในประเทศ

3.2 การจัดนำเที่ยวภายนอกประเทศ

#### 4. รูปแบบการจัดนำเที่ยวแบบตามลักษณะการเดินทาง

- 4.1 แบบ Joint Tour
  - 4.2 แบบ Private Tour
  - 4.3 แบบ Group Tour
  - 4.4 แบบ Incentive Tour
5. รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบตามระยะทาง
- 5.1 แบบระยะทางใกล้ (Short-haul Tour)
  - 5.2 แบบระยะทางไกล (Long-haul Tour)
6. รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบตาม ลักษณะการซื้อ
- 6.1 แบบเหมาจ่าย (Package Tour)
  - 6.2 แบบเลือกจ่าย (Optional Tour)
7. รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบตามระยะเวลา
- 7.1 แบบครึ่งวัน (Half-day Tour)
  - 7.2 แบบเต็มวัน (All-day Tour)
  - 7.3 แบบมากกว่า 1วัน (Tour-around)
8. รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบตามจุดนำเที่ยว
- 8.1 แบบชมเมือง (City Tour)
  - 8.2 แบบชมภูมิทัศน์ (Sight-seeing Tour)
  - 8.3 แบบแหล่งบันเทิงยามราตรี (Night Tour)
9. รูปแบบการจ้ดนำเที่ยวแบบตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
- 9.1 แบบ Sightseeing Tour

9.2 แบบ Trekking Tour

9.3 แบบ Special Purpose Tour

10. รูปแบบจ้ดนำเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

10.1 แบบเชิงรู้สึกไว (Sensitive Tour)

10.2 แบบเชิงสร้างสรรค์ (Constructive Tour)

10.3 แบบเชิงอนุรักษ์ (Proactive Tour)

## บทที่ 4

### ประวัติความเป็นมาของธุรกิจบริการท่องเที่ยว

ระบบการเดินทางท่องเที่ยวของชาติตะวันตก เกิดขึ้นช่วงสมัยอาณาจักรที่ยิ่งใหญ่ (The Great Empires)

- อาณาจักรเปอร์เซีย
- อาณาจักรเอสซีเรีย
- กรีก
- อียิปต์
- โรมัน
- เกิดจากทหาร พ่อค้าและผู้แทนรัฐบาล
- ช่างศิลป์ สถาปนิกเพื่อการออกแบบและก่อสร้างพระราชวังที่ยิ่งใหญ่ดงามหรือหลุมศพขนาดมหึมาของกษัตริย์ผู้ยิ่งใหญ่

การเดินทางในช่วงนี้ทำให้เกิด.....

- การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ที่สำคัญๆ เช่น ถนน ลำคลอง
- เกิดผู้จัดบ้นที่ระยะทาง คนเฝ้ายามสถานีไปรษณีย์

- การสร้างหลักบอกระยะทาง บ่อน้ำหรืออ่างน้ำดื่ม
- เกิดพนักงาน ในสถานที่พักและร้านอาหาร
- เกิดการสร้างที่พักแรมระหว่างทาง เกิดขึ้น ซึ่งเป็นเพียงแค່ห้องนอนแคบๆ เท่านั้น

### การเดินทางท่องเที่ยวสมัยกรีก

- ไม่มีผู้นำสั่งการให้สร้างถนน จึงนิยมเดินทางทางเรือ
- เดินทางไปยังสถานที่ที่เชื่อว่าเป็นที่สถิตของเทพเจ้า
- เดินทางเพื่อแสวงหาความรู้ เนื่องจากสมัยกรีกนี้มีนักปราชญ์เป็นจำนวนมาก อาทิ อริสโตเติล พลาโต
- เพื่อการศึกษา โดยเฉพาะในกรุงเอเธนส์
- มนุษย์เดินทางไปชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ( Olympic Games) ซึ่งเป็นการแข่งขันกีฬาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดที่ต้องการใช้สถานที่พักและบริการอาหารอย่างดี เป็นจำนวนมากไว้คอยบริการ ยุคนี้เริ่มมีการใช้เงินในการแลกเปลี่ยนสินค้า ทำให้สะดวกในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

### การท่องเที่ยวอาณาจักร บาบิโลน ( Babylonian Kingdom) และอาณาจักรอียิปต์ (Egyptian Kingdom)

- การจัดตั้งพิพิธภัณฑ์โบราณวัตถุ ( Historic Antiquities) 2600 ปีมาแล้วในอาณาจักรบาบิโลน
- มีการจัดงานเทศกาลทางด้านศาสนา มีการพบหลักฐานจากข้อความที่นักเดินทางเขียนไว้ที่ผนังหรือสิ่งก่อสร้าง
- Travel Methods : ม้า ลา ล่อ หรือ อูฐ เกรวียน(Wagons) หรือรถม้าสองล้อ (Chariots)

### อาณาจักรโรมัน (Roma)

- นักสร้างถนนที่ยิ่งใหญ่ ผลงานที่มีชื่อเสียงว่าเป็นถนนที่ก่อสร้างได้ดีที่สุดก็คือ Appian Way ซึ่งเป็นถนนหลวงสายหลักที่เชื่อมต่อไปยังประเทศกรีกและดินแดนภาคตะวันออก
- ชาวโรมันสามารถเดินทางเป็นระยะทางยาวถึง 73 ไมล์ จากกำแพงเฮเดรียน ( Hadrian Wall) ในอังกฤษไปจนถึงลุ่มแม่น้ำยูเฟรติส ( Euphrates River) โดยปราศจากการข้ามเขตแนวพรมแดนของประเทศอื่นใด
- เป็นสมัยที่การท่องเที่ยวรุ่งเรืองที่สุดในยุคโบราณ

- เป็นนักสร้างสรรค์โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของโลกชาติหนึ่ง ถูกสร้างขึ้นอย่าง เป็นระบบ ทั้งถนนหนทาง ที่พักแรม (Inns) ร้านอาหาร ตลอดจนการรักษาความปลอดภัย
- เป็นชนชาติแรกที่แท้จริงที่สร้างวัฒนธรรมการท่องเที่ยวระบบมวลชน (Mass Tourism) ขึ้น เป็นครั้งแรกทั้งโดยตัวอักษรและจิตใจที่แท้จริงในศตวรรษที่ 2 แห่งคริสตศักราช

### ประวัติความเป็นมาของธุรกิจบริการท่องเที่ยว

ต้นกำเนิดของการจัดนำเที่ยว ไม่ทราบแน่ชัดว่าเกิดขึ้นในสมัยใด แต่ถ้าพูดถึง “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม” นั้น น่าจะมีมาตั้งแต่ก่อนปว.

เดินทางเพื่อป้องกันภัย เพื่อการค้าสัตว์ หาเพื่อนร่วมทาง เกิดการเดินทางในท้องถิ่นใกล้ๆ

Pax Romana(ชาวโรมันที่รักสงบ)ส่งเสริมการพักผ่อน – Carriages – Hillside Villas – Local Guide

สมัยโบราณ เดินทางเพื่อการเมือง การทหาร ค้าขาย

### ยุคกลาง

- เป็นช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ ศาสนาเข้ามามีบทบาทในการกำหนดการดำเนินชีวิตของผู้คน
  - เดินทางเพื่อเผยแพร่ศาสนา หาแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ ดินแดนศักดิ์สิทธิ์
  - วันหยุด (Holy Days) เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น
  - ชนชั้นกลางและชั้นสูงนิยมเดินทางเพื่อแสวงบุญ ในระยะทางไกลในเมืองต่างๆ ตามหลักฐานที่ปรากฏเป็นนิทานเรื่อง Canterbury's tales
  - เกิดการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม มีกำหนดเวลาเดินทางทุก 2-3 เดือน
  - กลุ่มผู้ดี ชนชั้นสูง คนร่ำรวย ->มวลชน
  - เริ่มมีการขออนุญาตเดินทางโดยการแสดงหนังสือเดินทางและเอกสารตรวจคนเข้าเมือง
  - นักเรียน นักศึกษา : เป้าหมายทางการตลาด ผู้คนเริ่มใฝ่รู้เกี่ยวกับเรื่องของยุโรปสมัยก่อน โดยเฉพาะชาวอังกฤษที่ร่ำรวย นิยมส่งบุตรชายออกเดินทางไปต่างประเทศพร้อมกับผู้สอนประจำตัว (Travelling Tutors) เป็นระยะเวลา 3 ปี
  - เกิดกลุ่มนักเดินทางกลุ่มเล็ก เพื่อเหตุผลทางเศรษฐกิจ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย
  - เริ่มมีการขออนุญาตเดินทางโดยการแสดงหนังสือเดินทางและเอกสารตรวจคนเข้าเมือง
  - การเฟื่องฟูของอาชีพมัคคุเทศก์
- ค.ศ. 1676 Saint Moris ชุนนางฝรั่งเศส มีความคิดที่จะทำการค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงจัดนำเที่ยวจากญParis ->Tours(ตูร์ส์) ->La Rochelle -> Bordeauxg -> Paris จึงเรียกว่า ทัวร์เล็ก
  - ส่วนอีกเส้นทางหนึ่ง เริ่มจาก Paris – Marseilles – Aix en Provence – Champagne – Roanne – Avignon – Besoncon – Orleans – Paris เรียกว่าทัวร์ใหญ่

- การเดินทางนี้ได้เก็บค่าใช้จ่ายในการจัดนำเที่ยวด้วย

เขียนหนังสือนำเที่ยว และโฆษณาโดยใช้เหตุผลใจเกี่ยวกับการศึกษาว่า ...เพื่อนิยมความงามของประเทศ เพื่อเรียนภาษา และเพื่อออกกำลังกาย...

ศตวรรษที่ 18 The Grand Tourการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ชนชั้นสูงและขุนนางเดินทางข้ามทวีป เพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และหลีกเลี่ยงบรรยากาศจำเจ / มีมัคคุเทศก์พูดฝรั่งเศส / มีคนรับใช้ไปด้วย

Oliver Goldsmith , Lord Byron , Lord Chesterfield : The Guidebooks คู่มือการท่องเที่ยว เช่น ไดอารี่ บทกวี

ศตวรรษที่ 19 คนหนุ่มสาวที่มีการศึกษาดี นิยมgrand tour หวังสอดด้วยกลางคน นิยมไปอิตาลี บริษัทท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุดเกิดในประเทศโปรตุเกส ชื่อ Viagens Abreu (1840)

### Thomas Cook

- ผู้ริเริ่มธุรกิจนำเที่ยวระยะสั้น
- จัดให้มีการเดินทางท่องเที่ยวทางรถไฟในอังกฤษเป็นครั้งแรกปีค.ศ.1841 เช่าเหมาขบวนรถไฟแบบไปกลับ (Round-trip) พาผู้เข้าร่วมประชุมสิ่งต่อต้านมอมเมา British Temperance Movement จำนวน 570 คนจากเมืองLoughboroughไปLeicester โดยรถไฟชั้น 3
- จัดนำเที่ยวสำหรับผู้ที่มีรายได้จำกัด มีการคิดค่าใช้จ่ายที่รวมอาหารกล่องมื่อเที่ยง+น้ำชา
- ตั้งบริษัทชื่อ บ.โทมัส คุก แอนด์ ซัน จก. เพื่อขายบริการท่องเที่ยว ปีค.ศ.1864
- เป็นผู้เปลี่ยนโฉมหน้าของการท่องเที่ยว จากความหรูหรา ฟุ่มเฟือยของชนชั้นสูง -> มวลชนแบบง่ายๆ ราคาถูก สะดวกสบาย
- ผู้ริเริ่มจัดทำกำหนดการเดินทาง (guidebook)
- Hotel Coupon ปีค.ศ.1872 และมีการจัดทัวร์เที่ยวรอบโลกโดยใช้เรือจักรไอน้ำ เดินทางข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกและที่อื่นๆเช่น ไปอเมริกา ญี่ปุ่น จีน อินเดีย
- Traveler's Checkใช้เช็คในการเดินทางแทนเงินสด
- มีผู้เปิดกิจการบริษัทนำเที่ยวตามแบบโทมัส คุก ซึ่งนำเที่ยวในอังกฤษเช่นกัน แต่ยังไม่มียุคผู้นำเที่ยวที่ได้มาตรฐาน บุคคลนี้คือ Thomas Bennett

### John Mason Cook

- ปี1879 ให้ครอบครัวดูแลกิจการ

- กลุ่มเป้าหมาย : นักธุรกิจ ผู้อพยพเพื่อแสวงหาชีวิตใหม่ในทวีปอเมริกาและออสเตรเลีย
- ในปีค.ศ.1884 การรถไฟจัดขบวนรถไฟวิ่งตามเส้นทางที่โทมัสคูกจัดนำเที่ยวประจำ

## หลังสงครามโลกครั้งที่ 2

- เกิดการตื่นตัวทางการท่องเที่ยวมาก มีการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน (Pleasure Travel) และการเดินทางระหว่างประเทศ (International Travel) เพิ่มขึ้นมาก
- นำไปสู่การเกิดตัวแทนจัดการเดินทาง ได้แก่ ครู เสมียน แม่บ้าน จะใช้เวลาว่างส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจัดการเดินทางแบบไม่เต็มเวลา (Part-Time)
- ก่อนหน้านี้ก็มีตัวแทนจัดการเดินทาง คือ พนักงานขนกระเป๋าของโรงแรม(Hotel Porte) ซึ่งจะทำหน้าที่สำรองห้องพัก ซื้อตั๋วรถไฟ ขายตั๋วเครื่องบิน แล้วจะได้ค่านายหน้า (Commission) ตอบแทน

## การท่องเที่ยวของไทย

- สมัยสุโขทัย ราวปลายพุทธศตวรรษที่ 18 ในช่วงเวลาเดียวกับยุคสมัยอาณาจักรล้านนารุ่งเรืองทางตอนเหนือ มีการเดินทางเป็นไปอย่างอิสระ ส่วนมากเป็นไปเพื่อการค้าขาย และทางศาสนา และเป็นการเดินทางภายในประเทศเท่านั้น
- สมัยอยุธยา ผู้คนไม่ค่อยมีอิสระในการเดินทาง ไปเพื่อการค้าเล็กๆ น้อย ส่วนด้านการเดินทางเพื่อการพักผ่อน ไม่ค่อยปรากฏ เพราะประชาชนส่วนมากมีเวลาว่างไม่มากนัก มักจะอยู่กับบ้านมากกว่า
- กลุ่มคนที่มีการเดินทางในสมัยอยุธยา มักจะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในชนชั้นปกครอง ตั้งแต่พระมหากษัตริย์ พระบรมวงศานุวงศ์ และบรรดาขุนนางทั้งหลาย ในบางครั้งอาจจะมีไพร่ทาสติดตามไปเพื่อรับใช้
- โปรตุเกสเป็นชาติตะวันตกชาติแรกที่เดินทางเข้ามายังอาณาจักรอยุธยา ตามมาด้วย ญี่ปุ่น อังกฤษ สเปน ฮอลันดา ฝรั่งเศส ผลจากการเข้ามาของชาวต่างชาติในสมัยอยุธยา ทำให้เกิดความเป็นนานาชาติในพระนครศรีอยุธยามากขึ้น ทำให้เกิดการผสมผสานวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ทั้งของตะวันตก และของไทย ที่น่าสนใจคือ **มีบันทึกการเดินทาง**ของชาวตะวันตกที่เขียนเอาไว้เกี่ยวกับ ชีวิตความเป็นอยู่ การเดินทาง สถานที่ต่างๆ ในอาณาจักรอยุธยา แล้วนำกลับไปตีพิมพ์เผยแพร่ที่ตะวันตก ก่อให้เกิดการเดินทางเข้ามายังเอเชีย และอยุธยา มากขึ้น ในฐานะที่อยุธยาเป็นดินแดนของสินค้าของป่า เครื่องเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ

## สมัยรัตนโกสินทร์

- รัชกาลที่ 2 ทรงทำนุบำรุงทางด้านศิลปวัฒนธรรม และพัฒนาด้านการค้าระหว่างประเทศ
- รัชกาลที่ 3 บ้านเมืองเปิดการค้าขายกับต่างชาติ

- รัชกาลที่ 4 ทรงพยายามทำให้บ้านเมืองมีความทันสมัยตามแบบตะวันตก มีการสร้างที่พัก ร้านอาหารตามแบบตะวันตกเกิดขึ้นหลายแห่ง
- รัชกาลที่ 5 ทรงปรับปรุงบ้านเมืองในทุกๆ ด้าน เช่น มีการสร้างทางรถไฟ เรือกลไฟ มีการเลิกทาสเลิกไพร่ ทำให้คนมีเสรีภาพในด้านต่างๆ มากขึ้น
- รัชกาลที่ 6 สร้างโรงแรมรถไฟ ปรับปรุงการเดินรถไฟ สร้างถนนหนทาง
- รัชกาลที่ 7 มีการเสด็จประทับตากอากาศที่หัวหิน ทำให้มีการสร้างทางรถไฟสาย กรุงเทพ-หัวหิน เพื่อส่งเสริมการพักตากอากาศ
- รัชกาลที่ 8 – ปัจจุบัน ได้มีการเปลี่ยนอำนาจการบริหารประเทศมาอยู่ที่นายกรัฐมนตรี รัฐบาลจอมพล ป. ให้การสร้างโรงแรมขึ้นอีก 3 แห่งเพื่อต้อนรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง

### ปรัชญาในการประกอบธุรกิจน่าเที่ยว

- Professionalism
  - คุณสมบัติด้านทัศนคติ
  - คุณสมบัติด้านบริการ
  - คุณลักษณะด้านความรู้และทักษะ
- Honesty
- Ethical behavior

## บทที่ 5

### องค์ประกอบการท่องเที่ยวและธุรกิจนำเที่ยว

#### ทฤษฎี 6 A's + 2

**1.Attractions** แหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ จะต้องมีความน่าดึงดูด น่าสนใจ มีคุณค่าด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้าน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา

- \* แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ คำถาม ทำไมต้องเป็น “ภูกระดึง” ทำไมต้องเป็น “น้ำหนาว” คำถาม ทำไมต้อง “ทีลอซู” อ.อุ้มผาง จ.ตาก
- \* แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สถาปัตยกรรม บ้าน วัด วัง อาคาร ย่าน ชุมชน ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม คำถาม ที่นี้มีอะไรให้ต้องไปเที่ยว
- \* แหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดขายอยู่ที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น ตลาดนัดดนตรี กีฬา บันเทิง จุดเด่นคือ “สีสันของกิจกรรม” คำถามเสน่ห์ของอัมพวา อยู่ที่ไหน

**2.Accessibility** ระบบการคมนาคม แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เปรียบคือ เมืองที่มีท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ และสถานีขนส่งผู้โดยสาร รถเมล์ รถใต้ดิน รถรางไฟฟ้าสาธารณะ รถแท็กซี่ สามล้อ สกายแล็ป วินมอเตอร์ไซด์

- \* เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เข้าถึงได้ก็เส้นทาง จอดรถตรงไหนได้บ้าง เดินต่ออีกไกลไหม รถใหญ่เข้าได้หรือไม่ ต้องเปลี่ยนรถเพื่อเข้าถึงหรือไม่ เช่น Kanazawa japan

**3.Amenities** การเตรียมความพร้อมในการบริการท่องเที่ยว มีผู้บรรยายนำชมหรือไม่ รถรางนำชม หูฟัง Audio guide บริการถ่ายภาพหมู่ ช่องฝากของสัมภาระ การให้เช่าแว่นกันแดด การเตรียมกิ่งไม้ค้ำยันสำหรับเดินป่าปีนเขา ความพร้อมหากต้องการการจัดเลี้ยง

**4.Accommodation** สถานที่พัก มีโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ร้านอาหาร ที่ไม่ไกลเกินไปหรือไม่ สอดคล้องกับบรรยากาศ สไตล์และสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

**5.Activities** ควรมีกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว



**6.Ancillary** การบริหารจัดการ ให้บริการดูแลสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ปลุกต้นไม้รอบๆ ม้านั่งพัก ระหว่างทาง ไม่เหม็นขยะ

**7.Attitude** แหล่งท่องเที่ยวที่ดี ย่อมเกิดจาก “ทัศนคติที่ดี” ของคนในชุมชน สังคมเปิด-ปิด อุปนิสัย วิถีชีวิต วัฒนธรรม พื้นฐานของชุมชนนั้น ทำที่ที่ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว ความมีอัธยาศัยไมตรี

**8.advertising** การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ป้ายไว้นิล เสียงตามสาย ป้ายบอกทาง วิทยุ โทรทัศน์ Social media

### ธุรกิจนำเที่ยวประกอบด้วย

1.Tourist Business Producer ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว (ธรรมชาติ+ โบราณสถาน) ธุรกิจบริการขนส่ง (รถยนต์ รถไฟ เรือ เครื่องบิน) ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหาร ประกันภัย ของที่ระลึก แลกเปลี่ยนเงินตรา

2.Tour Operator

3.Travel Agent

## องค์ประกอบของ Tourist Business Producer

- \* Transportation ได้แก่ พาหนะในการนำเที่ยว เช่น รถโค้ช รถไฟ รถตู้ เรือ หรือเครื่องบิน
- \* Accommodation ได้แก่ ที่พักต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์
- \* Restaurant ได้แก่ ภัตตาคาร ร้านอาหาร หรือร้านอาหารพร้อมการแสดง
- \* Attractions ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ โบราณสถาน ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต กิจกรรม เทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น
- \* Guide Service ได้แก่ บริการนำเที่ยวจากมัคคุเทศก์หรือผู้นำทัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น วิทยากรบรรยาย พิเศษต่าง ๆ
- \* Shopping ได้แก่ ร้านขายสินค้าตามริมทางผ่าน หรือร้านค้าของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ

## ธุรกิจขนส่ง

ยานพาหนะนับเป็นองค์ประกอบสำคัญในธุรกิจจัดนำเที่ยว เพราะเป็นเครื่องอำนวยความสะดวกในการนำนักท่องเที่ยว ให้เดินทางท่องเที่ยวไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ถ้ามียานพาหนะดีนักท่องเที่ยวก็จะชมว่าบริษัททัวร์ดีตามไปด้วยทั้ง ๆ ที่ยานพาหนะนั้นอาจไม่ใช่เป็นของบริษัท แต่เป็นการเช่ามาจากที่อื่น ดังนั้นการเลือกยานพาหนะจึงต้องมีความละเอียด รอบคอบโดยคำนึงถึงความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับ โดยยานพาหนะที่นิยมใช้ในธุรกิจจัดนำเที่ยว ได้แก่

- \* รถโค้ช (coach) ได้รับการพัฒนาให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้นในด้านขนาดรุ่น และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ห้องน้ำวิดีโอ ซีดี มีกระจกกว้างที่สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ได้ชัดเจน มีที่นั่งผู้โดยสารยกพื้น สูงกว่าระดับที่นั่งคนขับ เพื่อให้มองเห็นจากมุมบนลงมา โดยรถโค้ชที่มีบริการอยู่ในประเทศไทยมีอยู่หลายขนาดสามารถรองรับผู้โดยสารได้ตั้งแต่ 20 คน 40 คน จนถึง 60 คน มีตั้งแต่หนึ่งชั้นขึ้นไปจนถึงสองชั้น
- \* รถตู้ ปัจจุบันรถตู้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพการเดินทางที่เข้าถึงยากลำบาก สภาพทางเป็นเนิน ภูเขา ทางแคบที่รถโค้ชใหญ่ไม่สามารถขับเข้าไปได้ถึง หรือการจัดนำ

เที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นครอบครัวหรือกลุ่มขนาดเล็กๆ รถตู้ส่วนใหญ่มีที่นั่ง 10-11 ที่นั่ง รุ่นใหม่สามารถนั่งได้ 14-15 ที่นั่ง แต่รถที่ปรับให้มีเบาะนั่งกว้างขวางกว่าเดิมอาจเหลือที่นั่งเพียง 5-8 ที่นั่งเพื่อรองรับลูกค้าหรือบุคคลสำคัญ(Very Important Person:VIP)

- \* รถไฟ มีความสามารถในการบรรทุกผู้โดยสารได้มาก ในระยะหลังได้มีการพัฒนารถไฟให้เป็นรถไฟสำราญเพื่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ( มีมากในยุโรป) โดยเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก และความหรูหราเข้าไป เช่น อาจมีการประดับตกแต่งอย่างสวยงาม มีห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องอาหาร ห้องพักผ่อน โทรศัพท วิทยุทัศน์ แต่ในขณะที่เดียวกันการคิดราคาค่าบริการก็จะต้องเพิ่มมากขึ้นกว่ารถไฟธรรมดา

Eastern & Oriental Express ดำเนินการโดยบริษัท Belmond Co.,Ltd เปิดให้บริการครั้งแรกในปี 2538 ซึ่งบริษัทยังเป็นเจ้าของธุรกิจโรงแรม , ร้านอาหาร , เรือและรถไฟนำเที่ยวในเส้นทางๆต่างทั้งในยุโรป,อเมริกาใต้ และโดยเฉพาะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โปรแกรมที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวคือเส้นทาง กรุงเทพฯ – สิงคโปร์โดยเป็นโปรแกรม 4 วัน 3 คืน เริ่มต้นจากกรุงเทพฯ ( สถานีรถไฟหัวลำโพง ) จากนั้นเดินทางต่อไปยังจังหวัดกาญจนบุรี เที่ยวชมสะพานข้ามแม่แคว หรือที่ชาวต่างชาติรู้จักกันในนาม The Bridge over the Riverkwai ก่อนจะสิ้นสุดการเดินทางที่สิงคโปร์ ในระหว่างการเดินทางขบวนรถไฟจะหยุดพักเป็นช่วงเวลาสั้นๆที่สถานีรถไฟหัวหินและสถานีรถไฟห้วยยาง ( ทริปทัวร์ที่อุทยานแห่งชาติหาดวนกรในบาง

- \* ให้บริการห้องพักทั้ง 3 แบบได้แก่ Pullman , State Cabin และ Presidential Cabin โดยมีราคาแพคเกจแตกต่างกันออกไปโดยมีราคาเริ่มต้นที่ 76,500 บาท – 250,000 บาทต่อคนต่อทริป มี Piano Bar
- \* รองรับผู้โดยสารได้เพียง 82 ท่าน มีภัตเลอร์ดพร้อมบริการตลอด 24 ชั่วโมง
- \* ความพิเศษของรถไฟขบวนนี้คือ บรรดาเหล่าเซฟที่มีชื่อเสียงทั้งไทยและต่างประเทศได้มารังสรรค์ฝีมือการทำอาหารให้กับแขก
- \* เครื่องบิน เป็นยานพาหนะที่ดีที่สุดสำหรับการเดินทางระยะไกล ๆ โดยเครื่องบินในปัจจุบัน สามารถบรรทุกผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก และทำให้การเดินทางระหว่างประเทศหรือระหว่างเมือง ใช้ระยะเวลาสั้นกว่าการเดินทางโดยยานพาหนะอื่น ให้ประหยัดเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวมากขึ้น
- \* การจ้ดนำเที่ยวในสายการบินบริการแบบประจำ (Scheduled Service)
- \* การจ้ดนำเที่ยวในสายการบินบริการเช่าเหมาลำ (Charter Service)

- การเช่าเหมาลำในโอกาสต่างๆ
  - การเช่าเหมาลำเพื่อไปตามแหล่งท่องเที่ยวหลายๆ แห่ง หรือ การเช่าเหมาลำแบบเดินทางรอบโลก
  - การเช่าเหมาลำเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นประจำ
- \* เรือ เป็นยานพาหนะที่นำมาใช้ในธุรกิจการท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่การเดินทางจัดนำเที่ยวทางเรือจะเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เนื่องจากต้องเสียค่ายานพาหนะอื่นประกอบการเดินทางต่อเนื่องด้วยเช่น รถโค้ช รถท้องถิ่น รถไฟ การเดินทางโดยทางเรือได้พัฒนาให้ก้าวหน้าเป็นเรือที่มีขนาดใหญ่บรรทุกผู้โดยสารได้เป็นพัน ๆ คน มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นห้องอาหารที่มีหลายห้อง มีดีสโก้เธค โรงภาพยนตร์ ไนท์คลับ เฮลท์คลับ ร้านทำผม ร้านขายเสื้อผ้า ไปจนถึงสถานที่ให้เล่นกีฬาต่าง ๆ เช่น สนามเทนนิส สระว่ายน้ำ เป็นต้น จุดมุ่งหมายในการเดินทางด้วยเรือก็เพื่อให้ผู้โดยสารมีโอกาสพักผ่อนและท่องเที่ยวไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เรือแล่นผ่านระยะหลังเรือได้รับการพัฒนาเป็นเรือสำราญ

การเดินทางทางเรือมีหลายลักษณะ ผู้ที่จัดนำเที่ยวจึงต้องพิจารณาเลือกให้เหมาะกับวัตถุประสงค์ของการจัดนำเที่ยวในครั้งนั้น ๆ ซึ่งอาจจะจัดได้หลายวิธี ดังนี้

- \* เดินทางโดยทางเรือตลอดระยะเวลาของการนำเที่ยว (โดยมากเป็นเรือสำราญ)
- \* เดินทางเรือในบางจุดหมายปลายทางหรือบางเมือง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ทางน้ำ เช่น การเดินทางจากสวีเดนไปนอร์เวย์ โดยค้างคืนในเรือ
- \* เดินทางเรือเพื่อต่อไปยังอีกจุดหมายปลายทางหนึ่งโดยไม่ค้างคืน เช่น การเดินทางข้ามช่องแคบอังกฤษ จากอังกฤษไปฝรั่งเศสหรือเบลเยียม
- \* เดินทางเรือเพื่อชมวิวทิวทัศน์ และอาจจะมีการจอดเรือเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ล่องเรือดูปลาวาฬหรือเพื่อไปดำน้ำดูปะการัง เดินทางไปเที่ยวเกาะแก่งต่าง ๆ แล้วเดินทางกลับ หรือนั่งเรือเพื่อชมคลอง และวิถีชีวิตสองฝั่งคลอง



### ธุรกิจที่พักแรม

- \* โรงแรมประเภทธุรกิจหรือเพื่อการประชุม (Commercial Hotels)
- \* โรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport Hotels )
- \* โรงแรมประเภทห้องชุด (Suite Hotels)
- \* โรงแรมประเภทพักอาศัย (Residential Hotels)
- \* โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotels)
- \* โรงแรมประเภทให้ที่พักกับอาหารเช้า (Bed and Breakfast Hotels)
- \* โรงแรมประเภทอพาร์ทเมนท์ (Service Apartment Hotels)
- \* โรงแรมแบบคอนโดมิเนียม (Condominium Hotels)
- \* โรงแรมกาสิโน (Casino Hotels)
- \* ที่พักเยาวชน (Youth Hostel)
- \* คาราวานและแคมป์ (Caravan and camping)
- \* บังกะโล (Bungalow)
- \* โมเต็ล (Motel)
- \* เกสต์เฮ้าส์ หรือเพ็นซัน หรือบอร์ดดิ้งเฮ้าส์ (Guest House, Pension, Boarding House)
- \* บ้านพักในหมู่บ้าน หรือบ้านพักในฟาร์ม (Home stay, Farm stay)
- \* หอพัก (Hostel Dormitory)

### ธุรกิจภัตตาคาร

- \* ภัตตาคารร้านอาหารของท้องถิ่น
- \* ภัตตาคารที่จัดการแสดงให้แขกชมหลังอาหาร หรือชมระหว่างรับประทานอาหาร
- \* ภัตตาคารร้านอาหารที่จัดแบบบุฟเฟ่ต์
- \* ภัตตาคารอาหารจานด่วน

## แหล่งท่องเที่ยว (Attractions)

ประเภทของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท

- \* ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา ทะเล ชายหาด น้ำตก น้ำพุร้อน ถ้ำ อุทยานแห่งชาติ เกาะแก่ง ทะเลสาบ เป็นต้น
- \* ประเภทประวัติศาสตร์ ได้แก่ โบราณสถาน-วัตถุ ศาสนา แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี อนุสาวรีย์ เมืองเก่า เมืองประวัติศาสตร์ วัดพิพิธภัณฑสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น
- \* ประเภทศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมประเพณี วิถีชีวิต รวมถึง ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก งานแสดงสินค้า การแข่งขันกีฬา ตลอดจนงานเทศกาลต่าง ๆ



## แหล่งซื้อของ

- \* ควรเป็นร้านสินค้าพื้นเมือง มีสินค้าที่ขึ้นชื่อของสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ
- \* ควรเป็นร้านที่มีสินค้าคุณภาพ และราคาไม่แพงเกินไป ทางร้านมีความซื่อสัตย์เป็นที่ยอมรับ
- \* เป็นร้านที่ตั้งอยู่ในเส้นทางที่รถสามารถจอดแวะให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อในเส้นทางผ่านที่เหมาะสม ไม่ต้องขับรถอ้อมเกินไป

## บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์(Tour Leader and Guide)

- \* 1. มัคคุเทศก์ทั่วไป(ต่างประเทศ) บัตรสีบรอนซ์เงิน บริษัทนำเที่ยวสามารถใช้บริการในกรณีให้นำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทุกที่ทั่วราชอาณาจักรไทย
- \* 2. มัคคุเทศก์ทั่วไป (ไทย) บัตรสีบรอนซ์ทอง บริษัทนำเที่ยวสามารถใช้บริการในกรณีให้นำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ทุกที่ทั่วราชอาณาจักรไทย

## บทที่ 6

### การจัดตั้งธุรกิจท่องเที่ยว

#### การดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยว

- การเตรียมประกอบธุรกิจนำเที่ยว
- การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวและขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว
- ขั้นตอนการปฏิบัติงานนำเที่ยว

#### การเตรียมประกอบธุรกิจนำเที่ยว

- ปัจจัยในการประกอบธุรกิจนำเที่ยว
  1. เงินทุน
    - \* งบลงทุน
    - \* งบบริหาร
    - \* งบดำเนินการ
  2. สำนักงาน

### 3. พนักงาน

#### ปรัชญาในการประกอบธุรกิจนำเที่ยว

1. ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism)
2. มีความซื่อสัตย์ (Honesty)
3. มีจรรยาบรรณ (Ethical Behavior)
4. มีมนุษยสัมพันธ์ (Human Relation)

#### ปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนำเที่ยว

1. ศึกษาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
2. ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง
3. มีเงินลงทุนพอสมควร
4. มีทีมงานที่ดี
5. มีความจริงใจ
6. มีความอดทน
7. มีความร่วมมือกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
8. มีการให้บริการที่ประทับใจ
9. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์

#### ข้อควรระวังและเหตุแห่งความล้มเหลว

1. การขยายกิจการเร็วเกินไป
2. ขาดผู้บริหารที่เป็นมืออาชีพ
3. การแข่งขันในเรื่องราคา
4. ปรับตัวไม่ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

- Step 1: Create a plan for your travel business พิจารณาว่าต้องการเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวประเภทใด
- Step 2: Conduct market research and find your niche ค้นหาธุรกิจท่องเที่ยวประเภทใดที่ตลาดต้องการจริงๆ
- Step 3: Develop a brand as a travel agent
- Step 4: Deal with the legal side
- Step 5: Determine your funding strategy
- Step 6: Choose a location and hire employees
- Step 7: Market and launch your travel business

### การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว

- การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวประเภทเจ้าของคนเดียว

(Sole Proprietorship)

- การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership)
- การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวประเภทบริษัทจำกัด

(Company Limited)

### การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวประเภทเจ้าของคนเดียว

(Sole Proprietorship)

#### ข้อดี

- การดำเนินงานรวดเร็ว
- ได้กำไรเพียงผู้เดียว
- สะดวกในการจัดตั้งและล้มเลิกกิจการ
- กฎหมายควบคุมน้อย

#### ข้อจำกัด

- หากกิจการใหญ่ขึ้น จะล่าช้า
- ได้รับความเสี่ยงเพียงผู้เดียว

- พนักงานขาดความก้าวหน้า
- เสียเวลาในการติดต่อลูกค้าเอง

### การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวประเภทห้างหุ้นส่วน (Partnership)

#### • ห้างหุ้นส่วนสามัญ

1. ไม่ต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล
2. ห้างหุ้นส่วนประกอบกิจการแข่งขันในประเภทเดียวกัน
3. สามารถลงทุนด้วยเงิน/ทรัพย์สิน/แรงงาน
4. จะให้คนนอกมาร่วมหุ้น ต้องยินยอมจากหุ้นส่วนทุกคน
5. หากคนใดตาย ล้มละลาย ไร้ความสามารถ ห้างหุ้นส่วนต้องเลิกกิจการ เว้นแต่ตกลงไว้ก่อน

#### • ห้างหุ้นส่วนจำกัด

1. จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล
2. สามารถประกอบกิจการอื่นแม้ว่างานนั้นมีสภาพเดียวกัน
3. ลงทุนด้วยเงิน/ทรัพย์สินเท่านั้น
4. สามารถโอนหุ้นได้ โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากหุ้นส่วน
5. หากคนใดตาย ล้มละลาย ไร้ความสามารถ ห้างหุ้นส่วนไม่ต้องเลิกกิจการ

### การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว

#### ประเภทบริษัทจำกัด (Limited Company)

##### ข้อดี

1. ไม่มีการจำกัดอายุของบริษัท
2. รับผิดชอบเฉพาะส่วนของหุ้นที่ตนค้างจ่ายเท่านั้น
3. สามารถโอนหรือขายให้ใครก็ได้
4. ขยายกิจการง่าย เพิ่มทุนด้วยการออกหุ้นใหม่
5. เหมาะสมทั้งธุรกิจขนาดเล็กและขนาดใหญ่

##### ข้อจำกัด

1. ขั้นตอนการจัดตั้งยุ่งยาก สิ้นเปลือง เสียภาษีสูง

2. มีกฎหมายและข้อบังคับมาก
3. ไม่สามารถปกปิดความลับได้
4. ขาดความจงรักภักดีของฝ่ายบริหาร
5. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรมีน้อย

### การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวประเภทสหกรณ์

- เป็นคณะบุคคลที่ร่วมแรงกันทำงานหรือประกอบธุรกิจนำเที่ยว
- เพื่อให้เกิดความเจริญงอกงามทางเศรษฐกิจ และมีการแบ่งปันผลกำไรที่ได้จากการดำเนินงานนั้นโดยทั่วถึงกัน
- การถือหุ้น จะจำกัดการถือหุ้นสูงสุดไม่เกิน 1 ใน 10 ของหุ้นทั้งหมด
- สมาชิกมีสิทธิลงคะแนนได้เพียง 1 เสียงเท่านั้น

### พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

- ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจนำเที่ยว เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียน
- ผู้ต้องการประกอบธุรกิจนำเที่ยว จะต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ซึ่งได้รับแต่งตั้งโดยผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)
- กรุงเทพมหานคร : นายทะเบียนกรุงเทพ
- ต่างจังหวัด : เชียงใหม่ สงขลา ภูเก็ต นครราชสีมา

### การอนุมัติออกใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

- ให้นายทะเบียนมีหนังสือแจ้งการออกหรือไม่ออกใบอนุญาต ภายใน 60 วัน
- กรณีอนุญาต ให้แจ้งหนังสือไป เพื่อให้มารับใบอนุญาตและวางหลักประกัน ภายใน 30 วัน นับจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้ง
- กรณีไม่ออกใบอนุญาต ให้แจ้งเหตุผลด้วย

### ประเภทใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

- ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวประเภทต่างประเทศ

- ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวประเภทในประเทศ
- ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวประเภทเฉพาะพื้นที่

### การวางหลักประกัน

- เงินสด
- หนังสือค้ำประกันของธนาคาร
- พันธบัตรรัฐบาลหรือรัฐวิสาหกิจ
- ประเภทในประเทศสำหรับการประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวภายในราชอาณาจักร 15,000 บาท
- ประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวภายในราชอาณาจักร 30,000 บาท
- ประเภททั่วไปสำหรับการประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวภายในราชอาณาจักรและภายนอกราชอาณาจักร 60,000 บาท
- ประเภทเฉพาะพื้นที่สำหรับการประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวภายในจังหวัดหนึ่งจังหวัดใดที่มีเขตพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดนั้น 3,000 บาท

### กรณีเกิดความเสียหาย

- นายทะเบียนมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยวชดใช้ค่าเสียหายตามจำนวนและระยะเวลาที่กำหนด
- หากไม่ชดใช้ นายทะเบียนจะเสนอให้ผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อนุมัติสั่งจ่ายเงินค่าเสียหาย จากหลักประกันที่วางไว้

### อายุของใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยว

- มีอายุ 2 ปี นับจากวันที่ออกใบอนุญาต
- ถ้าจะขอต่ออายุ ต้องขอก่อนใบอนุญาตสิ้นอายุ
- ถ้าไม่ต่ออายุ ต้องเลิกประกอบกิจการนำเข้าเที่ยวตั้งแต่วันที่หมดอายุ พร้อมส่งคืนใบอนุญาตแก่นายทะเบียนภายใน 30 วัน

## บทที่ 7

### การตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

### **Marketing in Travel Business**

ก่อนเปิดเสรีการค้า ก่อนโลกาภิวัตน์ ธุรกิจนำเที่ยวนั้นขายโดยตรง มีค่าคอมมิชชั่น ไม่เน้นการตลาดมากนัก ขอบเขต operation มีขนาดเล็ก ไม่ซับซ้อน และแข่งขันได้ แต่ปัจจุบัน บริษัททัวร์มีขนาดใหญ่ ซับซ้อนขึ้น มีระบบอัตโนมัติในการจัดการมากขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวก็ได้รับการฝึกฝน มีประสบการณ์ ต้องการการบริการและแพ็คเกจที่มีคุณภาพสูง

Marketing Knowledge มากกว่า Product Knowledge

กระบวนการทางการตลาด Marketing Process

## การแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย

**การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)** หมายถึง กระบวนการแบ่งตลาดทั้งหมด ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน สำหรับผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งออกเป็นส่วนเล็กๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และจะเลือกกำหนดเป็นตลาดเป้าหมายเพื่อที่จะวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix-4Ps) อื่นๆ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่เลือกไว้แล้ว

### เมื่อแบ่งส่วนตลาดแล้วจะได้

- **ส่วนของตลาด (Market Segment)** กลุ่มของผู้ซื้อที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน
- **ตลาดเป้าหมาย (Target Market)** กลุ่มผู้บริโภคที่ธุรกิจวางแผนที่จะเข้าไปตอบสนองความต้องการ
- **ส่วนถือครองตลาด (Market Share)** ส่วนของตลาดที่ธุรกิจสามารถเข้าควบคุมได้ หรืออัตราส่วนยอดขาย
- **การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Market Positioning)** กิจกรรมการสร้างตำแหน่งทางการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์และรายละเอียดของส่วนประสมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์

## การแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

- หมายถึง การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นหลายๆ กลุ่มตามลักษณะความต้องการ ความสนใจ และตามลักษณะที่คล้ายคลึงกันของนักท่องเที่ยวออกเป็นตลาดย่อยเพื่อกำหนดเป็นตลาดเป้าหมาย แล้ววางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และใช้วิธีการหรือกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจ และเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

### ประโยชน์ของการแบ่งส่วนตลาด

- สามารถใช้งบประมาณการตลาดได้คุ้มค่าตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ละกลุ่ม
- สามารถมองเห็นความต้องการของลูกค้าได้ชัดเจนขึ้น
- วางตำแหน่งสินค้าบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย
- เลือกเครื่องมือวิธีการส่งเสริมการขาย เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้ใช้บริการได้

## วิธีการแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

### พิจารณาจากเกณฑ์ต่อไปนี้

- ตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) การแบ่งตามถิ่นที่อยู่ ของนักท่องเที่ยว จากภูมิภาคต่างๆ ของโลก
- ตามลักษณะของประชากร (Demographic Segmentation) การแบ่งตามลักษณะรวมหน่วย (profile) ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ศาสนา อาชีพ ขนาดครอบครัว ฯลฯ
- ตามลักษณะจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) การแบ่งตามลักษณะความสนใจ ทัศนคติ ค่านิยม ความชอบ ความรู้สึกนึกคิด แรงจูงใจ บุคลิกภาพ วัฒนธรรม แบบแผนการดำรงชีวิต

### ทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ททท.)

- อัยยาศัยไมตรีของคนไทย
- ความสะอาดสบายของโรงแรมที่พัก
- อาหารในร้านอาหาร
- ความสะอาดสบายและการบริการในการซื้อสินค้า
- การอำนวยความสะดวกของสนามบิน
- การบริการของโรงแรม
- แหล่งบันเทิงยามราตรี
- สถานที่ท่องเที่ยว
- การแสดงทางศิลปวัฒนธรรม
- การบริการในร้านอาหาร

### การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ (Behavioristic Segmentation) การแบ่งตามลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว ได้แก่

- โอกาสในการซื้อ (Purchase Occasion) แยกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง เช่น ทางธุรกิจ การพักผ่อน
- การแสวงหาผลประโยชน์ (Benefits Sought) ที่ควรได้รับมากที่สุดจากการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยว เช่น นักธุรกิจต้องการการบริการระดับสูง บริการส่วนตัวที่หรูหรา รวดเร็ว

สะดวกสบายถูกต้อง และตรงเวลา ลูกค้ำกลุ่มครอบครัว แสวงหาประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน และจะขึ้นอยู่กับเด็กมากกว่าผู้ใหญ่ในการเลือกสถานที่และการบริการการท่องเที่ยว

### พฤติกรรมที่ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1. การรับรู้ถึงความต้องการ
2. การค้นหาข้อมูล
3. การประเมินผลทางเลือก
4. การตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

### ตามพฤติกรรมศาสตร์

- Group Tour ซื้อรายการท่องเที่ยวแบบ All Inclusive Package รวมบริการทุกอย่างตั้งแต่ตัวเครื่องบิน ที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ ส่วนใหญ่ซื้อทัวร์จากประเทศต้นทางก่อนเดินทางมาเที่ยว
- Non Group Tour มาเที่ยวด้วยตัวเองหรือซื้อรายการท่องเที่ยวแยกต่างหาก
- การแบ่งส่วนตลาดตามระดับราคาของการบริการ (Price Segmentation) แบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ
  - ระดับหรูหรา (Delux Tourism) ต้องการการเอาใจใส่มาก มีอำนาจการซื้อสูง ผู้ประกอบธุรกิจสามารถทำกำไรได้มาก
  - ระดับปานกลาง (Middle Class Tourism) สามารถตอบสนองความต้องการครบถ้วน ต้องการการบริการที่เหมาะสม ผู้ประกอบการทำกำไรได้ค่อนข้างมาก
  - ระดับมวลชน (Mass Tourism) นักท่องเที่ยวบริโภคสินค้าและบริการแบบเรียบง่าย ราคาถูก ไม่ต้องเอาใจมาก ผู้ประกอบการทำกำไรได้น้อย

### การแบ่งส่วนตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- ใช้การพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยว ภาวะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดหลัก นโยบายการbinพาณิชย์ อัตราแลกเปลี่ยนเงิน แนวโน้มและศักยภาพของแต่ละตลาด ดังนี้
  - ตลาดหลักที่มีศักยภาพสูง (Hight Potential Markets) ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เยอรมนี ออสเตรเลีย อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี อเมริกา
  - ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูง (New Prime Markets) ได้แก่ จีน เนเธอร์แลนด์ กรีซ บราซิล สหรัฐอาหรับเอมิเรต คูเวต ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้

- กลุ่มตลาดอื่นๆ (Other Prime Markets) มีการเดินทางมาบริโภคสินค้าและบริการในระดับ  
คงที่ ได้แก่ มาเลเซีย ใต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย นิวซีแลนด์

### การแบ่งส่วนตลาดของททท.

การแบ่งตามสภาพภูมิศาสตร์ และลักษณะของประชากร ได้แก่

- ภูมิภาคเอเชียตะวันออก (East Asia)
- ภูมิภาคยุโรป (Europe)
- ภูมิภาคอเมริกา (The Americas)
- ภูมิภาคเอเชียใต้ (South Asia)
- ภูมิภาคโอเชียเนีย (Oceania)
- ภูมิภาคตะวันออกกลาง (Middle East)
- ภูมิภาคแอฟริกาใต้ (Africa)

### กลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของธุรกิจการจัดนำเที่ยว

- นิยมแบ่งกลุ่มจากลักษณะประชากร สถานภาพ พฤติกรรมการบริโภค กิจกรรมการท่องเที่ยวและ  
ระดับราคา ดังนี้
- กลุ่มตลาดชั้นดี
- กลุ่มตลาดค่อนข้างดี จัดบริการ Package Tour แบบพิเศษ
- กลุ่มตลาดปานกลาง จัดบริการ Package Tour แบบธรรมดา ระยะสั้น
- กลุ่มตลาดประหยัด เดินทางระยะสั้น และมีงบประมาณจำกัด
- กลุ่มอิสระ หมายถึง บุคคลทั่วไปที่มาซื้อบริการบางอย่าง

### กลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของธุรกิจการขนส่ง

นิยมแบ่งตามระดับอัตราค่าโดยสาร และกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนี้

- ผู้โดยสารชั้นหนึ่ง (First Class Passengers)
- ผู้โดยสารชั้นธุรกิจ (Business Class)
- ผู้โดยสารชั้นประหยัด (Economy Class)
- ผู้โดยสารชั้นนักท่องเที่ยว (Tourist Class)
- ผู้โดยสารเช่าเหมาลำ (Charter Groups)

- ผู้โดยสารภายในประเทศและระหว่างประเทศ (Domestic and International Travellers)

### กลุ่มตลาดเป้าหมายที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยว

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้แก่ ร้านค้า สวนสนุก และสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่

- ประชาชนในท้องถิ่น (Local residents in the area)
- นักทัศนจรจากท้องถิ่นอื่นๆ (Day visits from outside local area)
- นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ (Foreign Tourists)
- นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists)
- นักเรียน นักศึกษา (School Parties)

### เทคนิคของการแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

เป็นการหาปัจจัยต่างๆ ที่เป็นจุดร่วมของความพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนี้

- ความชอบเหมือนหรือคล้ายคลึงกัน
- กิจกรรมการท่องเที่ยวตามศักยภาพของทรัพยากร
- ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว
- วัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเหมือนกัน
- การเข้าถึงส่วนแบ่งตลาด โดยใช้วิธีการส่งเสริมการตลาด
- การป้องกันให้พ้นจากคู่แข่ง พิจารณาจากลักษณะพิเศษของกลุ่ม

### การเลือกตลาดเป้าหมาย

#### (Target Market Selection)

การตลาดเป้าหมาย หมายถึง การเลือกส่วนตลาดหนึ่งส่วนตลาด หรือหลายส่วนตลาด หรือทั้งหมด เพื่อใช้เป็นตลาดเป้าหมายสำหรับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการดำเนินการกับตลาดเป้าหมายที่ได้เลือกไว้

### การวางตำแหน่งทางการตลาด

## *Market Positioning*

หมายถึง กิจกรรมการสร้างตำแหน่งทางการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์และรายละเอียดของส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์ของบริษัทและคู่แข่งโดยเกณฑ์คุณภาพและราคา

การสร้างลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะตรงตามความต้องการของตลาดบริษัทจำเป็นต้องนำเสนอให้ตลาดได้รับรู้ และจัดจำตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของตนทั้งนี้ เพื่อเป็นการตอกย้ำการนำเสนอคุณสมบัติที่สามารถครองใจลูกค้าได้

### การสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์

#### ( Product Differentiation )

เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาด ความแตกต่างที่ลูกค้าเสนออมีหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพ ราคา รสชาติ รูปแบบ หรือคุณสมบัติอื่น ที่สามารถจูงใจผู้ซื้อได้

การสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต้องการเรียกร้องความสนใจจากตลาด กล่าวคือเป็นความพยายามในการนำเสนอให้ตลาดรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของตนมีลักษณะที่แตกต่างจากรายอื่น เพื่อตลาดจะได้หันมาสนใจ และพิจารณาในการเลือกซื้อในอนาคตต่อไป

### Service Marketing Mix

#### ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการจำเป็นต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

#### ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้(Tangible Products) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

เป็นสินค้าและบริการหลายประเภทที่จัดทำให้นักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- การเดินทางโดยเครื่องบิน
- การเดินทางโดยพาหนะอื่นๆ
- การสำรองห้องพักโรงแรม
- การบริการและจัดหารถเช่า
- การจ้ดนำเที่ยว นำชมสถานที่ต่างๆ
- การบริการเรือสำราญ
- การประกันการเดินทาง ตัวแลกเงินเดินทาง จำหน่ายแผนที่ คู่มือเดินทาง
- การบริการภัตตาคารและร้านอาหาร การซื้อสินค้าที่ระลึก
- ภาพลักษณ์และชื่อเสียง

### ด้านราคา (Price)

คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

### ด้านการส่งเสริม (Promotions)

เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ เช่น ลด 50% ,ซื้อ1แถม1

### **ด้านบุคคล (People)**

พนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธะระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

### **ด้านกายภาพและการนำเสนอ**

#### **(Physical Evidence/Environment and Presentation)**

แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้าน การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

### **ด้านกระบวนการ (Process)**

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

## บทที่ 8

### การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism)

แปลว่า “ช่องว่างที่เหลืออยู่ในตลาด” มีขนาดเล็ก มีความจำเพาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าหรือบริการเป็นพิเศษ เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีปริมาณจำกัด แต่สามารถใช้จ่ายสูง

Kim T. Gordon ที่ปรึกษาด้านการตลาดชาวอเมริกัน เขียน ”Bringing Home The Business”

1. Define your niche market กำหนดขอบเขตของตลาด เพื่อดูว่ามีปริมาณลูกค้าเพียงพอ และมีกำลังซื้อ
2. Meet their specific need ผลิตภัณฑ์หรือบริการต้องสนองความต้องการเฉพาะของกลุ่มลูกค้า
3. Say the right thing ในการเสนอสินค้าหรือบริการกับกลุ่มนี้ ต้องเสนอให้โดนใจ ตรงความต้องการและเข้าใจง่าย ใช้ภาษาเหมาะสม ใช้สื่อที่กลุ่มคุ้นเคย

- **NICHE TOURISM** • Special-interest tourism based on particular areas or activities Done by independent travellers or with package tours Appeals to tourists who seek ‘new’ destinations, activities and experiences
- For tourists, special interest tourism appears to offer a more meaningful set of experiences in the knowledge that their needs and wants are being fully met.
- Leisure, as a social phenomenon can be described as free time after the practical necessities of life have been attended to.

special interest tourism could be viewed as a form of tourism, which involves tourists/consumers whose holiday is inspired by specific motivations, interests and needs and whose level of satisfaction is determined by the experience they pursue.

- Special interest leisure and tourism is also referred to as *niche leisure and tourism*.
- special interest leisure and tourism demand has been defined as the total number of special interest leisure tourists who travel or wish to travel, who use tourist facilities and services at places away from their normal places of work and residence.
- **Ecotourism** – visit to rural villages, urban settlements and other location where the environmental and social impacts are minimal
- **Sport tourism** – engage in a football tournament, a marathon, etc., or attend a sporting event such as a football match, the Olympics, etc.
- **Adventure tourism** – canoeing, mountain climbing, etc.



- **Dark tourism** – visit to the location of a tsunami, a genocide, sites of war, etc.

- **Bicycle tourism** – touring around a destination by bike.
- **การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism)**

การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร อาทิ เรียนรู้วิถีชีวิต กิจกรรมทางการเกษตร ขบวนการผลิตพืช ไม้ดอก ไม้ผล หม่อนไหม ศิลปหัตถกรรม หรือชมทิวทัศน์ที่สวยงาม

- **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture Tourism)**

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมหรืองานประเพณีและศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ที่ท้องถิ่นนั้น นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน ศึกษาความเชื่อ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน สังคม และวัฒนธรรม พร้อมทั้งได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง

#### SPECIAL INTEREST LEISURE AND TOURISM ACTIVITIES

- Looking at the area of leisure travel, a significant and growing number of people, especially more experienced travellers, now approach tourism with different expectations.
- Special interest leisure and travel may also fall under other classifications, such as:
  - **Recreational Travel**
- **Independent Travel** The independent travellers does not use travel agents in organizing their holiday and do not participate in an organized group tour.
- **Group Travel** Group travellers use travel agents in organizing their holiday and usually participate in organized group tours. The advantages of group travel include highly competitive prices and the elimination of many travel difficulties for the inexperienced traveller.

#### EFFECT OF SEASONALITY ON DEMAND IN TOURISM

- Special interest leisure and tourism is believed to be able to create less seasonal flow of tourism as the push to visit a destination is linked to specific interest rather than the weather conditions and other high season characteristics.

การท่องเที่ยวยุคต่อไป ผู้คนจะสนใจสถานที่ยอดฮิตน้อยลง เที่ยวแบบมีความหมายมากขึ้น

Business Travel จะเปลี่ยนเป็นการประชุมงานผ่านออนไลน์

TOP 10 → Meaningful Travel

เปลี่ยนจากสถานที่ที่ยอดฮิต Top 10 / Top 50 ของโลก มาเป็นสถานที่เที่ยวที่มีความหมาย เน้นการท่องเที่ยวในพื้นที่เฉพาะ

Meaningful Travel หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นประโยชน์ของกิจกรรมที่เกิดขึ้น เป็นการท่องเที่ยวที่มากกว่าการเดินทางไปสถานที่ยอดฮิต ประเด็นสำคัญคือมีกิจกรรมบางอย่างที่เติมเต็มความหมายของการเดินทาง ครอบคลุมตั้งแต่การท่องเที่ยวและทำกิจกรรมในชุมชนเล็กๆ หรือเที่ยวในป่าแนวธรรมชาติ ไปจนถึงการเดินทางเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในสถานที่แปลกใหม่

อุตสาหกรรมการเดินทางเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดและมีกำไรมากที่สุด

COVID-19 เป็นความท้าทายในยุคปัจจุบัน ต่อการโปรโมทแบรนด์และดึงดูดให้คนเข้ามาชม กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ต้องเปลี่ยนข้อเสนอและกลยุทธ์

1.Context-Aware Marketing ต้องไวต่อสถานการณ์ระดับโลก บอกลูกค้าว่าเรามีความพร้อมอย่างไร อาจเสนอทัวร์ให้กับจนท รพ. หรือshare a blog post ที่เป็น local business, การส่งเสริมการขายที่ไม่คำนึงถึงสุขภาพลูกค้า จะทำให้เสียคุณค่าของแบรนด์ ต้องแสดงให้เห็นว่าเราเคารพกฎด้านสาธารณสุข

2.Invest in Mobile

- ส่วนใหญ่ใช้ smartphone ในการจอง วางแผนการเดินทาง
- ควรทดสอบแอปของธุรกิจสม่ำเสมอและปรับปรุงเท่าที่จำเป็น

3. Increased Use of Virtual Reality

4. Video Marketing Is Going Live

5. Social Media as Customer Service

- **Empathize with your customers.** Whether it's by answering their queries on social media, or creating content that is sensitive to current global events.
- **Optimize for mobile.**ทำให้ประสบการณ์การใช้มือถือดีเท่ากับประสบการณ์บน Desktop
- **Virtual experiences are coming to the forefront.**

- **It's time to go live.** Live video streaming is taking off with consumers. Now is a great opportunity to expand into live online events!

## บทที่ 9

### Ethno Tourism

#### Definition

- Ethno tourism are driven by the desire to see something different.
- To experience first hand the practices of another culture, and may involve performances, presentations and attractions portraying or presented by indigenous communities.
- Differences from cultural tourism

- Cultural Tourism is more about looking for true experiences, for meeting and getting to know other people and other cultures.

Ethno tourism focused on the way of life of the people, not cultural goods

- ชาติพันธุ์ (ethnicity หรือ ethnos) คือ การมีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูดเดียวกัน และเชื่อว่าสืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษกลุ่มเดียวกัน เช่น ไทย พม่า กะเหรี่ยง จีนลาว เป็นต้น
- ในประเทศไทย มีกลุ่มชาติพันธุ์มากมาย เช่น ชาวมอญ ชาวกะเหรี่ยง ไทยเชื้อสายจีน ไทยสยาม ปกาเกอญอ อูรักลาโว้ย เป็นต้น

### Types

- 2 types, categorized by duration Short period and Long period

Short period :

- Short excursion to indigenous communities
- watch or join cultural activities:
  - Performances
  - Festivals
  - Feast

Other cultural presentations

Long period :

- Live in the indigenous communities for a long period of time
- Homestay*
- Live, eat, do things like the local*

Case studies : Ethnic tourism becomes very popular, especially in Africa and Asia including Thailand. การชมวิถีชีวิต หรือการร่วมพำนักกับชาวไทยภูเขากลุ่มต่างๆ เช่น ชนเผ่าอาข่า

- การใช้ชีวิตกับชาวบ้าน เช่น ชาวบ้านหมู่บ้านคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช ชาวเกาะยาว จ.ภูเก็ต
- การชมการทำนาข้าวและวิถีชาวนาไทย ที่ จ. สุพรรณบุรี
- การชมการเก็บมะพร้าว และวิถีชีวิตชาวบ้านที่เกาะสมุย

Other countries : การร่วมพำนัก และทัศนศึกษาหมู่บ้าน ของชนเผ่าพื้นเมืองในแอฟริกา หรือชาวเผ่าไออนุ ในเกาะฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น

- การใช้ชีวิตในทุ่งหญ้า บนที่ราบสูงของมองโกล
- การเที่ยวชม และร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม ของชาวเมารีในนิวซีแลนด์
- การเที่ยวชมวิถีชีวิตและร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมของชาว Embera, Panama

### Contemporary issues

- Social impact**
  - + Cultural preservation and conservation
  - + Social cohesion, inclusion within the community
  - Social problems: alcoholic dependency, land rights, dignity, respect, the right to privacy, cultural exploitation
  - Bringing natives into contact with diseases
  - Degradation or destruction of a unique culture/ language
- Economic impact**
  - + poverty alleviation
  - income inequality

- Community-based approach
- a partnership with a tribe
- Development based on the tribes' needs

### การนำเที่ยวสำหรับ Ethno tourism

- มีความร่วมมือกับคนในชนเผ่า อาจให้คนชุมชนเป็นผู้นำเที่ยวหรือให้ความรู้
- ให้ความรู้เกี่ยวกับประวัตินขนบธรรมเนียมประเพณี แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจวัฒนธรรม ให้ความเคารพ และไม่ควรรบกวนวิถีชีวิตของชนเผ่า
- จัดเตรียมกิจกรรมให้มีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงเวลา ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชนเผ่า และวิถีชีวิตของชนเผ่า

## บทที่ 10

### Elderly Tourism

According to experts, the endowment travel roughly defined as: "Pension elderly tourists travel to different places does not occur in the form of pension to work collectively for the purpose of settlement and longterm migrants travel, temporarily and excursions, which melt vacation, multiple forms of tourism sightseeing, convalescence and health care in one."

Tourism is of great significance for the elderly in addition to relax the body and mind of the elderly also can prolong life and character cultivation

#### The suggestions about elderly tourism

1,check body before trip

2, to avoid fatigue

3, carrying the commonly used drugs

4, stay quiet and suitable

### **The four most famous places for elderly tourism**

#### **Australia: a breath of fresh air**

Recommended reason: pure air, there is no contamination of crops, soothing pace of life, friendly people, in September the Australian climate is warm and cozy, both cultural landscape, but also the natural landscape .....

#### **Russia: recall red years**

Recommended reason: For the 1940s to 1950s-born people, foreign cultures accepted mainly Russian culture. "Field quiet", "history of suffering," "Moscow Nights", "history of suffering" ..... the world perhaps no one country can be like Russia, like so evoke nostalgic feelings of the elderly.

#### **Japan: fine chemicals Oriental culture**

Recommended reason: light diet, mature tourist destinations, excellent infrastructure, Japanese tourism has always been easy to freehand. Japan and China may experience a pulse legend oriental culture, but also very suitable for the elderly guxiang neighborhood slowly play.

#### **France: Autumn romantic feelings**

Recommended reason: the golden leaves, red flowers, blue sky, and the air was filled with the aroma of coffee lingers. About autumn romance, everything you want, you can find it here.

### **Summary**

Older people should plan any travel carefully. Make sure pre-existing medical conditions are well managed. Organise travel insurance with pre-existing illness cover if needed and take enough of your regular medication to last the entire trip.

## บทที่ 11

### การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)

องค์การอนามัยโลก นิยามว่า “สุขภาวะที่สมบูรณ์ (Complete well-being ทางกาย ทางจิต ทางสังคมและทางจิตวิญญาณ)”

หมายถึง ความสมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สังคมและจิตวิญญาณที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ไม่สามารถแยกจากกันได้ การขาดความสมดุลในองค์ประกอบใด ย่อมส่งผลต่อองค์ประกอบอื่นเสมอ การดำรงภาวะสุขภาพแบบองค์รวม ต้องคำนึงถึงการผสมผสานกลยุทธ์ที่จะคงความสมดุลในทุกองค์ประกอบ โดยจะครอบคลุมการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมของบุคคลเป็นสำคัญ

### การท่องเที่ยวมูลค่าสูง (High-Value Tourism)

เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมุ่งแสวงหาความพึงพอใจจากการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย หรือการได้รับบริการที่ดีเยี่ยม มุ่งเน้นการให้ประสบการณ์ด้านอารมณ์ความรู้สึก (emotion) สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism) ที่นักท่องเที่ยวยินดีซื้อเวลา ความสะดวกสบายและความพิเศษเฉพาะบุคคล เพื่อลดขั้นตอนความยุ่งยากในการท่องเที่ยว

### การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and wellness tourism)

- หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึก ต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงามได้ (health beauty and spa)

**ยกตัวอย่างเช่น** ท่องบ่อน้ำพุร้อน เพื่อบำบัดร่างกาย, การเที่ยวทะเล นอนอาบแดด นวดตัว นวดสมุนไพร ทำสปา, ฝึกโยคะ การบริการส่วนบุคคล-การบำบัดโดยใช้น้ำมันหอมระเหย (Aroma Therapy), วารีบำบัด การเที่ยวชมป่า เพื่อรับอากาศอันบริสุทธิ์, ทัศนกรรม, ผ่าตัดเสริมความงาม ผ่าตัดแปลงเพศ

โดยทั่วไปแล้ว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา เป็นการท่องเที่ยว ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อบำบัดโรค บำรุงสุขภาพกายหรือสุขภาพจิต ซึ่งหมายถึง การออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬาเพื่อรักษาสุขภาพด้วย นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะที่ไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรม 3 รูปแบบใหญ่ คือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(Health Tourism)
- 2) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา(Sport Tourism)
- 3) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย(Adventure Tourism)

Health and fitness Tourist includes travel to destinations to receive medical treatment and improve someone's state of health. Health tourism encompasses many different types of activities, which have in common an emphasis on the healthfulness of the tourists. The three main forms of health tourism include:

### 1. Medical Care:

Travel for a special treatment to a facility or physician or a quality of treatment that is not available in the traveller's home area. This would include hospital or physicians that are world – renown for their treatment of certain diseases, or that offer unique or experimental treatments.

## นักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพ

### (Medical Tourist)

หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมาย ความสนใจที่จะเดินทางมาประเทศไทยเพื่อใช้บริการด้านการแพทย์จากโรงพยาบาลหรือศูนย์ให้บริการที่มีการใช้อุปกรณ์ทางการแพทย์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการรักษา มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว เป็นมิตร เช่น ตรวจเช็คสุขภาพ รักษาโรคต่างๆ ทำฟัน ทำเลสิก ทำศัลยกรรมเสริมความงาม กายภาพบำบัด

**2.Fitness and wellness:** Travelling to a destination, such as spa or weight – loss clinic, for the purpose of engaging in preventive health measures. Such as dieting, weight –loss, relaxation and exercise.

### 3.Rehabilitation and Recuperation:

This involves travel to a destination that offers special care, or is located in an area considered to be particularly beneficial to one’s health, to recover from illness.

- **Rehabilitation** การพักฟื้น หลังจากการรักษาแล้ว เป็นช่วงที่ร่างกายเรายังไม่แข็งแรง ยังต้องอยู่ในระหว่างฟื้นฟู
- **Recuperation** การพักฟื้นจนหายป่วย คือ หายเป็นปกติ คล้ายกับคนที่พักฟื้นหลังผ่าตัด

## สถานตากอากาศบางปู

- จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2480 โดยจอมพลป.พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น ดำริให้สร้างเป็นสถานที่พักผ่อนของประชาชนทั่วไปเนื่องด้วยติดทะเลและไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มีการสร้างสะพานยื่นออกไปในทะเล ชื่อว่า “สะพานสุขตา” ต่อมา สถานตากอากาศนี้ได้อยู่ในความดูแลของกองทัพบก ในอดีตจึงเป็นสถานพักฟื้น พักผ่อน ของทหารบกที่ได้รับบาดเจ็บจากการสู้รบ และยังคงเป็นสถานตากอากาศด้วย แต่เมื่อปี พ.ศ. 2542 ได้ยุบสถานพักฟื้นลง ให้เป็นเพียงแต่ที่พักตากอากาศ

Travelling for health is one of the fastest growing sectors of the tourism industry. This niche market can include travel to:

- Make the most of the health benefits from being in a particular environment or climate;

- Revitalise the body and mind (such as lose weight, improve fitness, stress management);
- Relax and unwind (such as pampering and treatments);
- Utilities the health infrastructure and services available (such as specialised surgery) for a specific medical reason; As this list indicates, visitors do not need to be ill to be a health and wellness tourist.

In fact, most people who travel for health reason seek self-improvement health treatments and services. Private health insurers are actively encouraging their customers to seek preventative health products and treatments. These factors will continue to provide an impetus for growing this niche market. This strategy will focus on facilitating the development of four Primary types of spa products:

- **Day Spa** - a spa offering a variety of professionally administered spa services to clients on a daily-use basis.

เป็นธุรกิจที่ให้บริการที่หลากหลายเพื่อจุดประสงค์ในการปรับปรุงสุขภาพความงามและการผ่อนคลายผ่านการดูแลส่วนบุคคลตั้งแต่เส้นผม ใบหน้า การนวด แตกต่างจากร้านเสริมสวยเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ซาวน่า สระว่ายน้ำ ห้องอบไอน้ำ หรืออ่างน้ำวน ไม่มีที่พักราคาแพง

- **Destination Spa** -a spa whose sole purpose is to provide guests with lifestyle improvement and health enhancement through professionally administered spa services, physical fitness and training courses on a full board, live-in basis. Destination spas offer an all-inclusive program that includes facilitated fitness classes, yoga,Tai Chi, healthy cuisine, educational classes and seminars .

- **Resort/Hotel Spa** - a spa located within a resort or hotel, providing professionally administered spa services, fitness and wellness programs and spa cuisine menu choices. Resort Spa อาจทำหน้าที่เป็น day spa หากเปิดให้คนนอกที่ไม่ใช่แขกของโรงแรมมาใช้ได้

- **Medical Spa** - a spa set up by an individual or group is to provide comprehensive medical and wellness care in an environment that integrates spa services, conventional and complementary therapies and treatment.

## แบบฝึกหัด การจ้ดนำเที่ยวที่มีรูปแบบเฉพาะ

### การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรมการบริการ การเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิธีทำและลงมือทำอาหารด้วยตัวเอง ถือเป็นารสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในแต่ละพื้นที่

### การท่องเที่ยวปั่นจักรยาน

**Bicycle touring** means self-contained cycling trips for pleasure, adventure, and autonomy rather than sport, commuting, or exercise. Touring can range from single-to multi-day trips, even years. Tours may be planned by the participant or organised by a holiday business, a club, or a charity as a fund-raising venture.

1. การปั่นจักรยานเดินทางระยะใกล้ (Short-distance touring cycling) ซึ่งเป็นการปั่นเดินทาง

ท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่จะเน้นพื้นที่การปั่นภายในประเทศ (Domestic trip) และมีระยะทางในการปั่นรวมตลอดการเดินทางต่ำกว่า 300 กิโลเมตร การปั่นรูปแบบนี้เป็นที่ปั่นที่ไม่ต้องเตรียมการอะไรมากนัก นักปั่นสามารถปั่นได้ซะเป็นส่วนใหญ่ โดยต้องการการฝึกซ้อมที่ตั้งอยู่ในระดับปานกลาง ถึงระดับสูง เช่น บุคคลทั่วๆ ไปที่จัดการปั่นจักรยานเดินทางทุกๆ เดือน หรือทุกๆ วันอาทิตย์ และจบทริปการปั่นภายในวันเดียว หรือสอง-สามวัน เป็นต้น

### 2. การปั่นจักรยานเดินทางระยะไกล (Long-distance touring cycling) ซึ่งเป็นการปั่นเดินทาง

ท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นตามเส้นทางภายในประเทศแบบข้ามเขต (Cross region) หรือข้ามประเทศ (Cross country) โดยมีระยะทางในการปั่นรวมตลอดการเดินทางตั้งแต่ 500-3,000 กิโลเมตร (ราวๆ นี้) การปั่นจะต้องมีการเตรียมการที่ค่อนข้างจะมาก โดยต้องการการฝึกซ้อมที่เข้มข้น และการพัฒนาสภาพของนักปั่นให้พร้อมสำหรับการเดินทางที่สูด เช่น พี่สว่าง ทองดี ที่จัดทริปปั่นจากประเทศไทย ไปประเทศอินโดนีเซีย เป็นต้น

3. สุดท้ายคือ การปั่นจักรยานเดินทางที่มีชื่อเรียกว่า "Full series" อันเป็นรูปแบบการปั่นจักรยานเดินทางท่องเที่ยวที่ครอบคลุมระยะทางมากกว่า 5,000 กิโลเมตรขึ้นไปภายในทริปการปั่นเดียวที่จัดขึ้น ซึ่งทั้งนักปั่น และรถจักรยานจะต้องมีการเตรียมการที่ดีที่สุด แต่ทว่าการฝึกซ้อมอาจจะไม่ถึงขั้นระดับที่ 2 ที่กล่าวมา โดยเฉพาะจะต้องมีระยะเวลาในการเดินทางยาวนาน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน เช่น พี่หมู และพี่วรรณ ที่ปั่นจักรยานเดินทางรอบโลก หรือคุณป้าสามาร์ธา โฮเวลล์ (Samartha Howell) ที่กระทำเช่นเดียวกัน เป็นต้น

### การท่องเที่ยวด้านมืด Dark Tourism

การท่องเที่ยวแบบDark Tourism นั้นเป็นนำเที่ยวที่นำไปยังจุดที่เคยมีประวัติ อุบัติเหตุ ภัยธรรมชาติ การฆาตกรรมหรือถูก โจมตีจากผู้ก่อการร้าย ดูซากปรักหักพังต่างๆ หรือไปเพื่อย้อนรอยเหตุการณ์ เช่น

1. ศูนย์อนุสรณ์การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์คิกาลี ในประเทศรวันดา (Kigali Genocide Memorial Centre, Rwanda) การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์รวันดาเป็นการสังหารหมู่ในประเทศรวันดา โดยสมาชิกรัฐบาลฝ่ายข้างมากฮูตู ในปี1994 มีชาวรวันดาประมาณ501,000-1,000,000คนเสียชีวิต

2. ค่ายกักกันเอาชวิทซ์ในประเทศโปแลนด์ (Auschwitz Concentration Camp, Poland) สถานที่ที่เป็นอุทาหรณ์ถึงความทารุณโหดร้ายที่มนุษย์กระทำต่อมนุษย์ด้วยกันได้ลงคอ ค่ายกักกันที่ใหญ่ที่สุดในช่วงสงครามโลกครั้งที่สองซึ่งใช้ขังและสังหารหมู่ประชาชนผู้บริสุทธิ์นับล้านชีวิตโดยเฉพาะชาวยิว ตามคำสั่งของอดอล์ฟ ฮิตเลอร์ ผู้เยอรมันที่มีอำนาจสูงสุดในยุโรปขณะนั้น

3.เกาะอัลคาทราช(Alcatraz California) เป็นเกาะเล็กๆ ที่ตั้งอยู่กลางอ่าวซานฟรานซิสโก ในแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เกาะนี้เคยเป็นสถานที่ตั้ง ประภาคาร ป้อมปราการของกองทัพ และยังเป็นคุกทหาร จนถึงปี 1963 หลังจากนั้น เกาะอัลคาทราชก็กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

### Sport Tourism

Sport tourism:engage in a football tournament,a marathon,or attend a sporting event such as a football match ,the olympics Marathon ไตรกีฬา การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก LPGAสมาคมกอล์ฟ อาชีพรถแข่ง Formula One is the highest class of single-seat auto racing that is sanctioned by the Fédération Internationale de l'Automobile (FIA). The "formula", designated in the name, refers to a set of rules, to which all participants' cars must conform. The F1 season consists of a series of races, known as Grands Prix (from French, meaning grand prizes), held worldwide on purpose-built F1 circuits and public roads.

The FIFA World Cup, or the World Cup,is an international association

football competition contested by the senior men's national teams of the members of Internationale de Football Association (FIFA). The current champion is Germany, which won its fourth title at the 2014 tournament in Brazil.

