

## บทที่ 6

## สรุป และข้อเสนอแนะ

1. สรุป

โดยปัจจุบัน (พ.ศ. 2529) ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวนประมาณ 60 แห่งกระจายอยู่ทั่วกรุงเทพมหานคร ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่ใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายและยังเป็นโสดอยู่ อายุจะอยู่ในช่วง 20-30 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานธุรกิจเอกชนมากที่สุด และมีการศึกษาชั้นปริญญาตรี นอกจากนี้แล้วส่วนใหญ่มักรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย มีลักษณะชั้น ๆ ลง ๆ ในช่วงเวลาต่าง ๆ เป็นลักษณะของฤดูกาล ช่วงที่มีจำนวนลูกค้าใช้บริการสูงสุด ได้แก่ ช่วงเดือน ตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน ซึ่งนอกจากจะเป็นช่วงฤดูหนาวและฤดูร้อนแล้ว ยังเป็นช่วงที่มีวันหยุดนักขัตฤกษ์และเทศกาลต่าง ๆ มากอีกด้วย ส่วนช่วงที่มีลูกค้าใช้บริการน้อย ได้แก่ ช่วงเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกันยายน ซึ่งเป็นช่วงฤดูฝน ช่วงนี้กิจการนำเที่ยวในประเทศไทย จะมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น กิจกรรมที่นิยมใช้มากที่สุด คือ การจัดโปรแกรมนำเที่ยวพิเศษเพิ่มขึ้น กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงการแข่งขันที่สำคัญที่สุดของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยคือ การสร้างชื่อเสียง และภาพพจน์ ของบริการที่ดีให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น โดยอาศัยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และปากต่อปาก เป็นเครื่องมือสำคัญ นอกจากนี้แล้ว แนวโน้มของกิจการนำเที่ยวในประเทศไทยจะได้รับความนิยมและขยายตัวกว้างขวางยิ่งขึ้น ทั้งยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงมาก ฉะนั้น จึงเป็นการชักจูงให้ผู้ลงทุนรายใหม่ ๆ เข้ามาเปิดกิจการแข่งขันกันอย่างมากด้วย

ปัญหาและอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ การขาดความช่วยเหลือเหลือจากรัฐบาลเท่าที่ควร อุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย มีลักษณะของฤดูกาลเข้ามากระทบ ทำให้ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ไม่ค่อยมั่นคงนักเนื่องจากรายรับที่เกิดขึ้นเป็นฤดูกาลด้วย ปัญหาในเรื่องของการไม่มีมาตรฐานของธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการนำเที่ยวในประเทศไทย และปัญหาด้านบุคคลากร เป็นต้น

## ส่วนผสมทางการตลาด

### ผลิตภัณฑ์

เนื่องจากผู้ประกอบการก็นำเที่ยวในประเทศ เป็นผู้จัดโปรแกรมนำเที่ยวเพื่อเสนอขายให้แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการก็นำเที่ยวเหล่านี้จะเป็นผู้กำหนดส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายรวมกันเป็นแพ็คเกจ ซึ่งได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว สถานที่พักแรม สถานที่รับประทานอาหาร ยานพาหนะ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่จะให้บริการในท้องถิ่น ช่วงระยะเวลาในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

สำหรับโปรแกรมนำเที่ยวนี้ พบว่า กิจกรรมนำเที่ยวในประเทศโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวภาคใต้มากที่สุด รองลงมาคือภาคเหนือ ส่วนอันดับสุดท้ายมีอยู่สามภาคได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้แล้วยังพบว่ามีการนำเที่ยวในประเทศเพียงแห่งเดียวเท่านั้น ที่จัดนำเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยใช้เครื่องบินเป็นยานพาหนะ แสดงให้เห็นได้ว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีโอกาสที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จะได้รับความนิยมอีกภาคหนึ่งในอนาคต นับว่าเป็นกิจกรรมนำเที่ยวตัวอย่างที่ดี เนื่องจาก การนำนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ซึ่งมีรายได้ค่อนข้างจะสูง เท่ากับมีส่วนช่วยกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในภาคนี้ด้วย

### ราคา

การตั้งราคาของโปรแกรมนำเที่ยวในประเทศนี้ ผู้ประกอบการจะนำเอาต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงทั้งหมด ซึ่งได้แก่ ค่ายานพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายในการบริหาร บวกกับกำไรที่ต้องการ ซึ่งกำไรจะมีการบวกมากน้อยเท่าไร ก็ขึ้นกับลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค วัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ เวลาของการบริโภค ขนาดของการซื้อ รวมทั้งความสามารถในการสร้างคุณค่าทางจิตใจให้แก่ผู้บริโภค

### การจัดจำหน่าย

ในด้านการจัดจำหน่าย มีการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนที่เป็นผู้ประกอบการนำเที่ยวในประเทศ รวมทั้งสาขาของกิจการเองตามภูมิภาคต่าง ๆ นอกจากนี้แล้ว ท่าเลที่ตั้งก็เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดจำหน่ายด้วย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ คือ จะต้องเป็นทำเลที่ตั้งที่มีโทรศัพท์ใช้ติดต่อสื่อสารได้

### การส่งเสริมการจำหน่าย

ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศต่าง ๆ มีการส่งเสริมการจำหน่ายในรูปของการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการใช้พนักงานขายตรง การส่งเสริมการจำหน่ายเหล่านี้จะมากน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และนโยบายของบริษัทด้วย

สื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ "นิตยสาร" การส่งเสริมการขายแก่ผู้บริโภคได้แก่ การลดราคา การแถมสิ่งของ การจับสลากชิงโชค การจัดโปรแกรมพิเศษเพิ่มขึ้น และการเพิ่มคุณภาพของโปรแกรม และการส่งเสริมการขายที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ "การจัดโปรแกรมพิเศษเพิ่มขึ้น" ส่วนการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การติดป้าย โปสเตอร์ หรือสิ่งพิมพ์สื่อสารกับลูกค้าหรือสมาชิก การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ และการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและการกุศลต่าง ๆ นอกจากนี้แล้วก็ยังมีการขายทำหน้าที่ส่งเสริมการจำหน่ายโดยตรงแก่ ลูกค้า สมาชิก หรือผู้บริโภคทั่วไป ให้เข้ามาซื้อซ้ำ ในบริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศด้วย

### พฤติกรรมและมูลเหตุจูงใจในการบริโภค

จากการสอบถามลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ จำนวน 284 ราย พบว่า เหตุผลสำคัญ ในการเข้าใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยว ในประเทศ คือ "ต้องการได้รับความสะดวกสบาย ในการเดินทางท่องเที่ยว" และความพอใจของลูกค้าส่วนใหญ่หลังจากใช้บริการแล้วอยู่ในระดับที่ "ดี"

มูลเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดของลูกค้าในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ คือ "ชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ" และสิ่งที่ทำให้ลูกค้ารู้จักและมาใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่ตนเป็นลูกค้าอยู่ก็คือ "นิตยสาร" รวมทั้งผลจาก "การพูดคุยกับผู้อื่น" (Words of Mouth) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่สามารถมองข้ามไปด้วย

ช่วงที่ลูกค้านิยมใช้บริการนำเที่ยวในประเทศนั้น ไม่นานแอมแล้วแต่เวลาว่างจะอำนวยให้ ส่วนใหญ่จะใช้บริการโดยเฉลี่ยปีละ 2 ครั้ง และมักจะใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแล้วครั้งละ 4 วัน โดยที่จะเสียค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ยครั้งละ ประมาณ 2,001-3,000 บาท

ปัจจุบัน ลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศเพียงแห่งเดียว และมักจะนิยมใช้บริการต่อในธุรกิจที่ตนเองเป็นลูกค้าอยู่เดิม ในขณะที่ผู้ที่เป็ลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวใน

ประเทศมากกว่าหนึ่งแห่ง จะนิยมใช้บริการต่อในธุรกิจที่ตนเป็นลูกค้าอยู่บางแห่ง และบางแห่งคิดจะเปลี่ยนไปใช้บริการแห่งอื่น ๆ แทน ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าผู้ที่เป็ลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศเพียงแห่งเดียว จะมีความภักดีต่อตรายี่ห้อ (Brand Loyalty) หรือต่อธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่ตนเป็นลูกค้าอยู่ มากกว่าผู้ที่เป็ลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมากกว่า เคียงแห่ง

สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ลูกค้าโดยส่วนใหญ่มักจะเดินทางเป็นกลุ่ม ประมาณ 2-4 คน และบุคคลในกลุ่มโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นเพื่อนฝูงกันมากที่สุด ส่วนค่าใช้จ่ายในการนำเที่ยว ส่วนใหญ่ตัวลูกค้าจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด

มูลเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของลูกค้าคือ "เพื่อนักผ่อน" ภาคที่ลูกค้านิยมท่องเที่ยวมากที่สุดคือ "ภาคเหนือ" ความสนใจซื้อสินค้าพื้นเมืองของลูกค้าโดยส่วนใหญ่มักอยู่ในระดับที่ "สนใจ" ในขณะที่ "การพักผ่อน" เป็นกิจกรรมที่ลูกค้านิยมทำหลังเวลาอาหารค่ำมากที่สุด และรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ลูกค้าโดยส่วนใหญ่นิยมคือ "เดินทางครั้งเดียวแต่เที่ยวได้หลายจังหวัด"

#### ทัศนคติของผู้บริโภคทั่วไปต่อธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ

จากการสอบถามผู้บริโภคทั่วไป (ที่มีใช้ลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ) เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ พบว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มักมีความสนใจในบริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ โดยที่ความสนใจหรือไม่สนใจมักได้มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของผู้ตอบ

ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่ผู้บริโภครู้จักในตรายี่ห้อ (Brand Awareness) สูงที่สุดคือ "บริษัท เถลิง ทัวร์ จำกัด" และสื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมากที่สุดคือ "วิทยสาร"

เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้บริโภคไม่สนใจในบริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ คือ การที่ไม่ได้รับอิสระเท่าที่ควรในระหว่างที่ใช้บริการอยู่ สำหรับผู้บริโภคที่สนใจในบริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศนั้น เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือ ได้รับความสะดวกสบาย เช่นเดียวกับคำตอบที่ได้รับจากลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ และปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกธุรกิจนำเที่ยวในประเทศของผู้บริโภคคือ ชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ เช่นเดียวกับคำตอบที่ได้รับจากลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศด้วย

สำหรับความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีความสนใจในบริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศ ภายในหนึ่งปีข้างหน้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบว่า "ไม่แน่ใจว่าจะซื้อบริการดีหรือไม่" ส่วนผู้ที่ตอบว่า "ไม่ซื้อ" มีสัดส่วนน้อยที่สุด โดยเหตุผลที่สำคัญที่สุดของผู้บริโภคซึ่งมีความสนใจ แต่คาดว่าจะไม่ซื้อบริการก็คือ "การไม่มีเวลาเพียงพอ"

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศ โดยผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ต่ำจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในขณะที่ผู้ที่มีระดับรายได้สูงจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

สำหรับวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้วิธีขับรถยนต์ส่วนตัวไปเที่ยวเอง มักจะเลือกสถานที่พักแรม คือ โรงแรม และมักจะรับประทานอาหารง่าย ๆ ตามร้านอาหารทั่ว ๆ ไป

ช่วงที่ผู้บริโภคนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น ไม่แน่นอน แล้วแต่เวลาว่างจะอำนวย เช่นเดียวกับคำตอบที่ได้รับจากลูกค้าของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยปีละมากกว่า 3 ครั้ง และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยครั้งละ 3 วัน โดยที่ระยะเวลาในการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับอายุของผู้บริโภค ในขณะที่อายุของลูกค้ามิได้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการท่องเที่ยวกันเลย โดยที่จะเสียค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยครั้งละประมาณ 1,000-2,000 บาท

มูลเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้บริโภคคือ "การพักผ่อน" ภาคที่ผู้บริโภคนิยมท่องเที่ยวมากที่สุดคือ "ภาคเหนือ" ความสนใจซื้อสินค้าพื้นเมืองของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่ "สนใจ" ส่วน "การพักผ่อน" เป็นกิจกรรมที่ผู้บริโภคนิยมทำในช่วงเวลาอาหารค่ำมากที่สุด และรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่นิยมคือ "เดินทางครั้งเดียวแต่เที่ยวได้หลายจังหวัด" เช่นเดียวกับคำตอบที่ได้รับจากลูกค้าของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศทั้งหมด

## 2. ข้อเสนอแนะ

ในการเสนอแนะนี้ ผู้วิจัยได้แยกออกเป็น 2 ภาคด้วยกันคือ ภาคเอกชนซึ่งได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศต่าง ๆ และภาครัฐบาล ดังต่อไปนี้คือ

### ภาคเอกชน

สำหรับการเสนอแนะต่อธุรกิจนำเที่ยวในประเทศต่าง ๆ นั้น จะขอแยกพิจารณาในด้านของส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการขาย

### ผลิตภัณฑ์

1. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศต่าง ๆ ควรมีการเสนอโปรแกรมทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ หรือเปลี่ยนสถานที่พักแรม สถานที่รับประทานอาหารบ้าง ทั้งนี้ เนื่องจากกิจการมีโปรแกรมนำเที่ยวอยู่ในครอบครองหลายชนิด และโปรแกรมแต่ละโปรแกรมจะมีช่วงอายุที่แตกต่างกัน กิจการก็ต้องพยายามรักษาระดับให้คงอยู่ในฐานะที่ดี ดังนั้นจึงต้องมีการคิดค้นโปรแกรมใหม่ ๆ เพราะโปรแกรมที่ขายได้ดีจะช่วยรักษาคุณค่าให้กับโปรแกรมเก่า ๆ ที่ขายเกือบไม่ได้แล้ว

2. ควรมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพ และจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างเข้มข้นถึงวิธีการให้บริการที่ดี รวมทั้งการจัดโปรแกรมเพื่อการพัฒนาตัวบุคลากรอย่างสม่ำเสมอด้วย

3. ควรมีการปรับปรุงคุณภาพของยานพาหนะ และตรวจสอบสภาพของยานพาหนะอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและรู้สึกถึงความปลอดภัย ทั้งนี้เพราะจากการสำรวจพบว่า เหตุผลที่สำคัญประการหนึ่งในการเข้าใช้บริการของลูกค้าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศคือ " มีความปลอดภัย " นั้นเอง

4. กิจการนำเที่ยวต่าง ๆ ควรมีการให้จัดโปรแกรมนำเที่ยวภาคเหนือ ทั้งนี้ ผลจากการวิจัยพบว่า ทั้งลูกค้าและผู้บริโภคทั่วไปต่างก็นิยมเดินทางท่องเที่ยวภาคเหนือมากที่สุด ในขณะที่กิจการนำเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักจะมีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวภาคใต้มากที่สุด นอกจากนั้นแล้ว ก็ควรมีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากขึ้นด้วย เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในภาคนี้ด้วย

5. จากการสำรวจพบว่า มูลเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว

ภายในประเทศของทั้งลูกค้าและผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ คือ " การพักผ่อน " และกิจกรรมที่ชอบทำหลังอาหารค่ำมากที่สุด คือ " การพักผ่อน " เช่นกัน ฉะนั้นกิจการบันเทิงถึงขั้นให้มาก และควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้พักผ่อนอย่างเต็มที่

#### ราคา

- ควรมีการลดราคาในช่วงที่มีผู้มาใช้บริการน้อยในช่วงฤดูฝน ทั้งนี้เพื่อเป็นการชักจูงให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น

#### การส่งเสริมการขาย

1. จากผลการวิจัยพบว่า มูลเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดใการเลือกใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศของลูกค้า คือ ชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ ฉะนั้น กิจการควรมีการให้บริการที่ตัวอย่างสม่ำเสมอ ซื่อสัตย์ และไม่เอาर्डเอาเปรียบลูกค้าในปัจจุบัน โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นการสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ ผลที่จะตามมาก็คือ นอกจากลูกค้าในปัจจุบันจะซื้อบริการของกิจการซ้ำแล้ว ยังจะเป็นผู้ดึงลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาโดยการชักจูงและการพูดปากต่อปากกันออกไปของลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิผลและประหยัดค่าใช้จ่ายที่สุดด้วย

2. นอกจากนั้นแล้วก็ควรมีการใช้ความพยายามทางการตลาดโดยการชักจูงผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้าให้มาใช้บริการ ด้วยการชี้แนะถึงชื่อเสียงและภาพพจน์ของการบริการที่ดีของกิจการ

#### ภาครัฐบาล

1. รัฐบาลควรมีการควบคุมดูแลการเปิดกิจการนำเที่ยวในประเทศอย่างจริงจัง

2. ควรมีการควบคุมดูแลกิจการที่เกี่ยวข้องกับกิจการนำเที่ยว โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจยานพาหนะ ไม่ว่าจะเป็นรถบัส รถสองแถว หรือเรือท่องเที่ยวต่างๆ ควรจะมีกฎหมายบังคับให้มีอุปกรณ์เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย และความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างครบครัน อาทิเช่น เครื่องดับเพลิง เครื่องชูชีพ วิทยุติดต่อ เป็นต้น นอกจากนั้นแล้วก็ควรมีการฝึกอบรมและออกใบอนุญาติให้แก่ผู้ที่จะมาประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยว ให้เข้าใจถึงวิธีการให้บริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวด้วย

3. ควรมีการส่งเสริมให้เอกชนลงทุนสร้างที่พักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ได้มาตรฐานที่สูงขึ้น ทั้งนี้เพราะ กิจการนำเที่ยวบางแห่งสามารถชักจูงให้ลูกค้าไปท่องเที่ยวในภาค

นี้ได้ แต่ก็ยังมีปัญหาว่าที่פקยังไม่ได้มาตรฐานที่ตพอ

4. ควรมีการควบคุม ดูแล และรักษาเส้นทางคมนาคมที่ใช้ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้อยู่ในสภาพที่ดีอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อบำบัดความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการ รักษาสภาพของยานพาหนะ ให้อยู่ในสภาพดีด้วย