



บทที่ 1

บทนำ

## ความเป็นมาและความสำคัญ

### 1. ความเป็นมา

เมื่อเอ่ยถึงคำว่า " ท่องเที่ยว " ในปัจจุบัน มักจะมองเห็นภาพชาวต่างประเทศ สะพายกล้องถ่ายรูปเดินกันเป็นกลุ่ม ใหญ่บ้างเล็กบ้าง อยู่ตามวัด วัง โบราณสถาน หรือทุ่งน้อย ทุ่งน้อย อาบแดดอยู่ตามชายหาด และอีกจำนวนไม่น้อยที่ไปเที่ยวชมป่าเขาลำเนาไพร หรือมักจะ มองเห็นว่าชาวต่างประเทศเหล่านี้ได้ใช้จ่ายเงินเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ไปชมสถานที่ ต่างๆ ค่าซื้อของฝาก ของที่ระลึก โดยที่อาจไม่ได้คิดว่านั่นเป็นการนำเงินตราต่างประเทศ เข้า มาใช้จ่ายในบ้านเมืองของเรา ในขณะที่เดียวกัน ก็มักจะไม่ได้คิดถึงคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ ภายใต้อากาศ ทั้งๆ ที่นักท่องเที่ยวคนไทยเหล่านี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปีและยังมีบทบาทที่สำคัญ อย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ไม่น้อยหน้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อีกด้วย จากการสำรวจของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประมาณว่าในปี 2529 จะมี นักท่องเที่ยวคนไทยประมาณ 24.5 ล้านคน และมีอัตราการเพิ่มปีละ 5% ทั้งนี้เนื่องจากการ เดินทางท่องเที่ยวถือเป็นภาระผ่อนคลายความเคร่งเครียด ร่วมกับการได้รับความรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรม ได้เห็นภูมิประเทศที่แปลกตา และได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย เมื่อการ คมนาคมสะดวก การเดินทางท่องเที่ยวกลายเป็นความนิยม ธุรกิจต่างๆ ก็เกิดขึ้นเพื่อรองรับ การเดินทางท่องเที่ยวมากมาย ธุรกิจที่พักและอาหาร ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจการค้าของที่ ระลึก ธุรกิจเหล่านี้ขายบริการให้กับตัวนักท่องเที่ยวเอง และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การก่อสร้างอาคารที่พัก ร้านอาหาร การผลิตสินค้าเกษตรกรรม ขายให้แก่ธุรกิจที่พักและ อาหาร การผลิตสินค้าเกษตรกรรมที่บ้านเพื่อส่งร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะก่อให้เกิดงานอาชีพใหม่ๆ และเป็นการกระจายรายได้ ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเจริญทาง เศรษฐกิจและสังคมของประเทศนั่นเอง

## 2. ความสำคัญ

ความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศได้ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นตามลำดับในกลุ่มของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจาก

1. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ต่างๆ ทั้งนี้เพราะธุรกิจนำเที่ยวในประเทศจะรับภาระในการจัดการเดินทางท่องเที่ยวให้ทั้งหมด นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

2. การเดินทางท่องเที่ยวรวมกันเป็นกลุ่มของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศทำให้เกิดการประหยัดในด้านค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

3. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมีส่วนในการช่วยขยายตลาดให้กว้างขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางกลุ่มซึ่งแต่เดิมไม่สามารถเดินทางไปเที่ยวทั่วโลกได้ด้วยตนเองได้ ก็เริ่มจะเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านี้ได้

4. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมีส่วนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เป็นที่รู้จักและเสนอแนะต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวในประเทศเหล่านี้จะเริ่มทำการบุกเบิกและสำรวจเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ อยู่เสมอ ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งยังเป็นการป้องกันมิให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพราะอ้างว่าไม่มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ด้วย

5. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ มีส่วนในการพัฒนาและกระตุ้นการบริการท่องเที่ยวในประเทศได้มาตรฐานที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของที่พัก อาหาร ยานพาหนะ ความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการและให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

6. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศเป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจ ความเป็นมิตรไมตรีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของท้องถิ่นในภูมิภาคต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ สักภาคภูมิใจ ห่วงแหมและรักเงินแผ่นดินที่อาศัยของตน ทำให้ตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนรักษาเอกลักษณ์ของชาติสืบต่อไปชั่วลูกชั่วหลาน

7. ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมีส่วนส่งเสริมให้เกิดการสร้างงานในประเทศได้ทั้ง

ทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้จากการวิจัยของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์พบว่า การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย 73 คนจะสามารถสร้างงานทางอ้อมได้ 1 คน เพราะฉะนั้นถ้าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย มีความสามารถในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากเท่าไร ก็จะช่วยสร้างงานให้แก่ประชาชนได้มากเท่านั้น ซึ่งผลที่ตามมาก็คือ ประชาชนมีรายได้อันเพิ่มขึ้นซึ่งชีวิตความเป็นอยู่ก็ดีขึ้น ถือว่าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมากทีเดียว

8. นอกจากนี้ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยยังมีส่วนช่วยเหลือผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการขนส่ง ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและอาหาร ในด้านการจัดจำหน่าย กล่าวคือถึงแม้ว่าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยจะเป็นเพียง ตัวแทนการขายบริการท่องเที่ยวซึ่งมิได้ร่วมเสี่ยงภัยในการลงทุนกับผู้ประกอบการขนส่ง หรือผู้ประกอบการที่พักก็ตาม แต่ก็มิได้หมายความว่า การดำเนินงานธุรกิจนี้ในลักษณะตัวแทนเช่นนี้จะ ไม่มีความเสี่ยงภัยในการดำเนินงานเสียเลย แต่แท้จริงแล้วธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยเหล่านี้มีส่วนช่วยเหลือผู้ประกอบการเดินทางและท่องเที่ยวต่างๆ เป็นอย่างมากในด้านการจัดจำหน่าย เป็นผู้รับภาระในด้านการลงทุนการจัดทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม การจัดสำนักงานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้าซึ่งอยู่กระจัดกระจายทั่วไป ซึ่งแต่ละเดือนต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งได้แก่ ค่าเงินเดือนและค่าแรง ค่าเช่าร้าน ค่าใช้จ่ายในการติดต่อ ค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นจำนวนไม่น้อย ซึ่งในบางครั้งถ้าปริมาณการขายไม่สูงพอค่านายหน้าจากการขาย ก็อาจจะไม่เพียงพอที่จะชดเชยค่าใช้จ่ายที่ธุรกิจต้องแบกรับไว้ก็ได้

จากความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยดังกล่าวข้างต้นนี้ จึงเห็นได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ มีโอกาสที่จะขยายตัวเติบโต เป็นที่ยอมรับกว้างขวางยิ่งขึ้นและที่สำคัญที่สุดก็คือ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศชาติส่วนหนึ่งด้วยเช่นกัน

---

<sup>1</sup> วุฒิเทพ อินทปัญญา และ จำลอง อติกุล, " ผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ", (โครงการวิจัย ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2528 ,) หน้า 10.

## วัตถุประสงค์

จากความสำคัญของ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังได้กล่าวแล้วนั้น จึงเห็นว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจศึกษา โดยการศึกษามุ่งในด้านการตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาวะการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยวในประเทศซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และมูลเหตุจูงใจของลูกค้าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งมีได้เป็นลูกค้าธุรกิจนำเที่ยวใดๆในปัจจุบัน และค้นหากลุ่มลูกค้ามุ่งหวังอันเหมาะสม สำหรับธุรกิจนำเที่ยวในประเทศซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัญหาทางการตลาดของอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยวในประเทศซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่อง "การตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร" นี้ได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหาที่ทำการศึกษา

คำว่า "การตลาด" ในการศึกษานี้จะหมายถึง การศึกษาในเรื่องของสภาวะการแข่งขัน ส่วนผสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย พฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภค รวมทั้งการศึกษาถึงแนวโน้มของธุรกิจด้วย

คำว่า "ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ" นี้ ในที่นี้หมายถึง ตัวแทนขายบริการท่องเที่ยวที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดนำเที่ยวภายในประเทศด้วย ทั้งในรูปของบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน และ ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ซึ่งมีทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น

ส่วนคำว่า "ลูกค้า" และ "ผู้บริโภค" ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามนี้ หมายถึง คน

ไทยที่มีถิ่นที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

## 2. ขอบเขตพื้นที่ทำการสำรวจ

ในการศึกษานี้กำหนดพื้นที่สำรวจเฉพาะธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศ ซึ่งมีทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยเวลาที่ทำการสำรวจ คือช่วงกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2530

3. ในการสำรวจนี้ได้มุ่งสำรวจและรวบรวมข้อมูลจากบุคคล 3 กลุ่ม คือ ผู้บริหารธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศ ลูกค้าของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศ และผู้บริโภคทั่วไปที่มีได้เป็นลูกค้าของธุรกิจนำเข้าเที่ยวใดๆ ในปัจจุบัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

### 1. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ออกทำการสำรวจเบื้องต้นด้วยการสังเกตการณ์และการใช้บริการของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศด้วยตนเอง ขณะเดียวกันก็มีการศึกษาต้นตอจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศและกิจการท่องเที่ยวอื่นๆ รวมทั้งการสัมภาษณ์บุคคลที่ทรงคุณวุฒิ มีความชำนาญ ประสบการณ์ และชื่อเสียงในวงการธุรกิจนำเข้าเที่ยว ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการทำวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยด้วย ทั้งนี้ เพื่อจะได้เข้าใจลักษณะต่างๆ ไป และสภาวะของธุรกิจประเภทนี้ อันจะเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและการศึกษาวิจัยในขั้นต่อไป

### 2. การสำรวจและสุ่มตัวอย่าง

ก. ผู้บริหารธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 23 ราย ด้วยการเลือกตัวอย่างให้เป็นไปโดยเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Purposive Sampling) ทั้งนี้ เนื่องจาก การขยายตัวของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา แต่ประมาณว่ามีจำนวน 50-60 แห่ง ฉะนั้น จึงจำเป็นต้องใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่มีทางที่จะประมาณค่าความน่าจะเป็นของตัวอย่างแต่ละหน่วยได้ เพราะ

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ

สถาบันศรีนครินทราบรมราชชนนี

ข้อมูลอาจไม่สามารถกำหนดกรอบของตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม (Frame)<sup>1</sup>

วิธีการเก็บข้อมูล ใช้วิธีการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face to face interview) และบางส่วนใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์

ข. ลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ จำนวน 284 ราย โดยการฝากไว้กับธุรกิจนำเที่ยวในประเทศให้ช่วยกระจายแบบสอบถามไปยังลูกค้า ในระหว่างที่ลูกค้าใช้บริการขณะนี้ โดยทำการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดจำนวนแบบสอบถาม ไว้บริษัทละ 15-16 ชุด เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรทั้งหมดและไม่สามารถทราบรายละเอียดในแต่ละประเภทของประชากร ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กระจายแบบสอบถามไปทั้งสิ้น 360 ชุด แต่ได้รับกลับคืนมา และใช้ได้เพียง 284 ชุด หรือคิดเป็นร้อยละ 78.89 สาเหตุที่ได้แบบสอบถามคืนมาเพียงเท่านี้ เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการต้องการความสนุกสนานและการพักผ่อน ทำให้การตอบแบบสอบถามไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร

ค. ผู้บริโภคทั่วไปที่มีได้ เป็นลูกค้าของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศใดๆ ในปัจจุบัน จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Multi stage random sampling โดยในขั้นแรกจะทำการแบ่งประชากรในเขตกรุงเทพมหานครออกเป็น เขตรอบในกับ เขตรอบนอก

เขตรอบในมีทั้งหมด 10 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตปทุมวัน เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก เขตยานนาวา เขตดุสิต เขตธนญาไท เขตห้วยขวาง และเขตพระโขนง ทำการเลือกโดยวิธี Simple random เลือกมาได้ 3 เขต คือ เขตปทุมวัน เขตบางรัก และเขตธนญาไท

เขตรอบนอกมีทั้งหมด 14 เขต ได้แก่ เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตหนองจอก เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ เขตบางขุนเทียน เขตตลิ่งชัน เขตราษฎร์บูรณะ และเขตหนองแขม ทำการเลือกโดยวิธีเดียวกันมา 3 เขตคือ เขตบางเขน เขตบางกะปิ และเขตบางขุนเทียน

<sup>1</sup> นราตรี ไวนิชกุล, ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า 97.

จากนั้นทำการกระจายแบบสอบถามไปยังเขตตัวอย่างที่เลือกมาได้ โดยทำการกำหนดโควตาตามอาชีพ ซึ่งเป็นการกำหนดสัดส่วนของตัวอย่างแต่ละกลุ่มที่ต้องการ โดยการแบ่งประชากรออกเป็นประเภท อาชีพละ 80 ราย ดังต่อไปนี้คือ

- ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว
- รัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ
- พนักงานธุรกิจเอกชน
- นักเรียน นิสิต นักศึกษา
- แม่บ้าน

ซึ่งในจำนวนแบบสอบถาม 400 ชุดนี้ บางส่วนใช้พนักงานสัมภาษณ์ และบางส่วนก็เป็นการให้ผู้นับบริโภครอกแบบสอบถามด้วยตนเองตามความเหมาะสมของเวลา สถานที่ และโอกาสอันอำนวยให้

### 3. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับรวบรวมมาจากแบบสอบถาม ซึ่งได้จากการสำรวจดังกล่าวข้างต้น ใช้การประมวลผลด้วยมือและเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วนำมาสรุปผลในรูปของตาราง แล้วจึงวิเคราะห์ความหมายของข้อมูลโดยอาศัยเอกสารและบทความต่างๆ มาช่วยในการวิเคราะห์

### สมมติฐาน

การตั้งสมมติฐานนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งขึ้นตามแนวทางของ วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย ซึ่งได้กำหนดไว้ดังกล่าวข้างต้น สมมติฐานมีดังต่อไปนี้คือ

1. กลยุทธ์ทางการตลาดที่ธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศไทยมาใช้เพื่อการแข่งขันมากที่สุดคือ กลยุทธ์การสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ
2. ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศของลูกค้าคือ ชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ
3. ความแตกต่างของระดับรายได้ของผู้นับบริโภที่ยังไม่เคยใช้บริการธุรกิจนำเข้าเที่ยวใน

ประเทศ มีความสัมพันธ์กับความสนใจในการใช้บริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

การศึกษาในเรื่อง " การตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร" นี้ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือ

1. ทำให้ทราบถึง สภาวะการตลาดของอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยวในประเทศซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านส่วนผสมทางการตลาด การแข่งขัน ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งแนวโน้มของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศด้วย
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาซึ่งจะเป็นแนวทางในการเสนอแนะแนวทางแก้ไข และแนวทางในการวางแผนทางการตลาดอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ และผู้ที่ต้องการลงทุนในอนาคต รวมทั้งผู้สนใจทั่วไป
3. ทำให้รัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญในการส่งเสริมและให้ความคุ้มครองแก่ธุรกิจที่ดำเนินกิจการในรูปของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น