

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การพัฒนาาระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่าย ได้ผลลัพธ์จากการดำเนินการตามขั้นตอนที่วางแผนไว้ มีดังต่อไปนี้

- 1) รายการทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายและรายการที่พัก
- 2) ระบบจองทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายและที่พัก และการจ่ายเงินผ่านเพย์เมนต์ที่เกตเวย์
- 3) การรวมบางส่วนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ผนวกเข้ากับระบบจองทัวร์เหมาจ่าย
- 4) การรวมระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่าย เข้าไปในส่วนของผู้ดูแลระบบ

#### 4.1 รายการทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายและรายการที่พัก

##### 4.1.1 ผลการวิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้ใช้

ผู้ประกอบการต้องการนำเสนอรายการทัวร์โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ในเบื้องต้นเป็น 6 หมวดหมู่ อันได้แก่

- ทัวร์นำเที่ยวชมมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)
- ทัวร์นำเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและงานประเพณีต่างๆ (Cultural and Traditional Tours)
- ทัวร์นำเที่ยวในหมู่บ้าน ชมวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ (Rural Tourism / Village Tours)
- ทัวร์นำเที่ยวชม ศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมชนกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism)
- ทัวร์นำเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tours) อาทิ การทำนา การทำสวนไม้ตัดดอก การทำสวนผลไม้ การทำสวนแบบผักสวนครัว การทำสวนสมุนไพร การทำฟาร์มปศุสัตว์ รวมไปถึงงานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกชุก เช่น มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลิ้นจี่ เทศกาลลำไย เทศกาลกินปลา เป็นต้น
- ทัวร์นำเที่ยวศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา และฝึกทำสมาธิ (Edu - Meditation Tours)

- ทัวร์นำเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay and Farm Stay) เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวแบบใช้ชีวิตอย่างใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่น

- ทัวร์นำเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tours)

ในส่วนหน้าของทัวร์แต่ละรายการผู้ประกอบการต้องการให้แสดงรายการทัวร์ที่สามารถแยกตามแต่ละประเภท แสดงรายการส่งเสริมการขาย (Promotion) และแสดงราคาตามช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (Low or High Season) และราคาที่ลดลงมีจำนวนคนที่จองทัวร์เหมาจ่ายในรายการเดียวกันเพิ่มขึ้นตามอัตราที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งสามารถเพิ่ม แก้ไข ลบ และซ่อนรายการทัวร์เหมาจ่ายในส่วนของผู้ดูแลระบบได้ตามความต้องการ

ในส่วนการนำเสนอรายละเอียดของทัวร์เหมาจ่าย ผู้ประกอบการต้องการนำเสนอรายการนำเที่ยวที่น่าสนใจ และมีรายละเอียดการเดินทางและกิจกรรมที่ชัดเจนในแต่ละวัน รวมไปถึงการนำเสนอรูปภาพกิจกรรมที่น่าสนใจ พร้อมทั้งรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

ผู้ประกอบการต้องการนำเสนอรายการที่พักเพื่อเป็นบริการสนับสนุนทัวร์เหมาจ่ายซึ่งเป็นบริการหลักของธุรกิจ โดยแบ่งรายการที่พักในเบื้องต้นเป็น 3 หมวดหมู่หลัก ได้แก่

- บูติกโฮเทล (Boutique Hotels)

- เกสต์เฮาส์ (Guesthouse)

- ที่พักระยะสั้นและระยะยาว (Short & Long Term Stay) เช่น เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ บ้านเช่า และโฮมสเตย์ เป็นต้น

#### 4.1.2 ผลการวิเคราะห์และการออกแบบระบบด้วยยูเอ็มแอล

หลังจากขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้และความต้องการของระบบเรียบร้อยแล้ว ได้มีการออกแบบระบบด้วยการใช้ยูเอ็มแอลในรูปแบบของยูสเคสไดอะแกรม โดยเมื่อพิจารณาถึงความต้องการของระบบในส่วนที่ 1 นี้แล้วพบว่า ผู้ใช้ระบบมีสองประเภท คือ ผู้ใช้ทั่วไป (User) ที่ต้องการเข้าชมรายการทัวร์และที่พัก และผู้ดูแลระบบ (Admin) ที่ต้องการบริหารจัดการรายการทัวร์เหมาจ่ายและที่พัก ดังนั้นในระบบในส่วนนี้จึงประกอบด้วยยูสเคสและความสัมพันธ์ระหว่างยูสเคสดังต่อไปนี้

- เลือกหมวดหมู่ทัวร์ (Browse Tour Category) และดูรายละเอียดของทัวร์เหมาจ่าย (View Tour Package Detail)

- เลือกหมวดหมู่ของที่พัก (Browse Accommodation Category) และดูรายละเอียดของที่พัก (View Accommodation Detail)

- เพิ่มทัวร์เหมาจ่ายรายการใหม่ (Add New Tour Package)

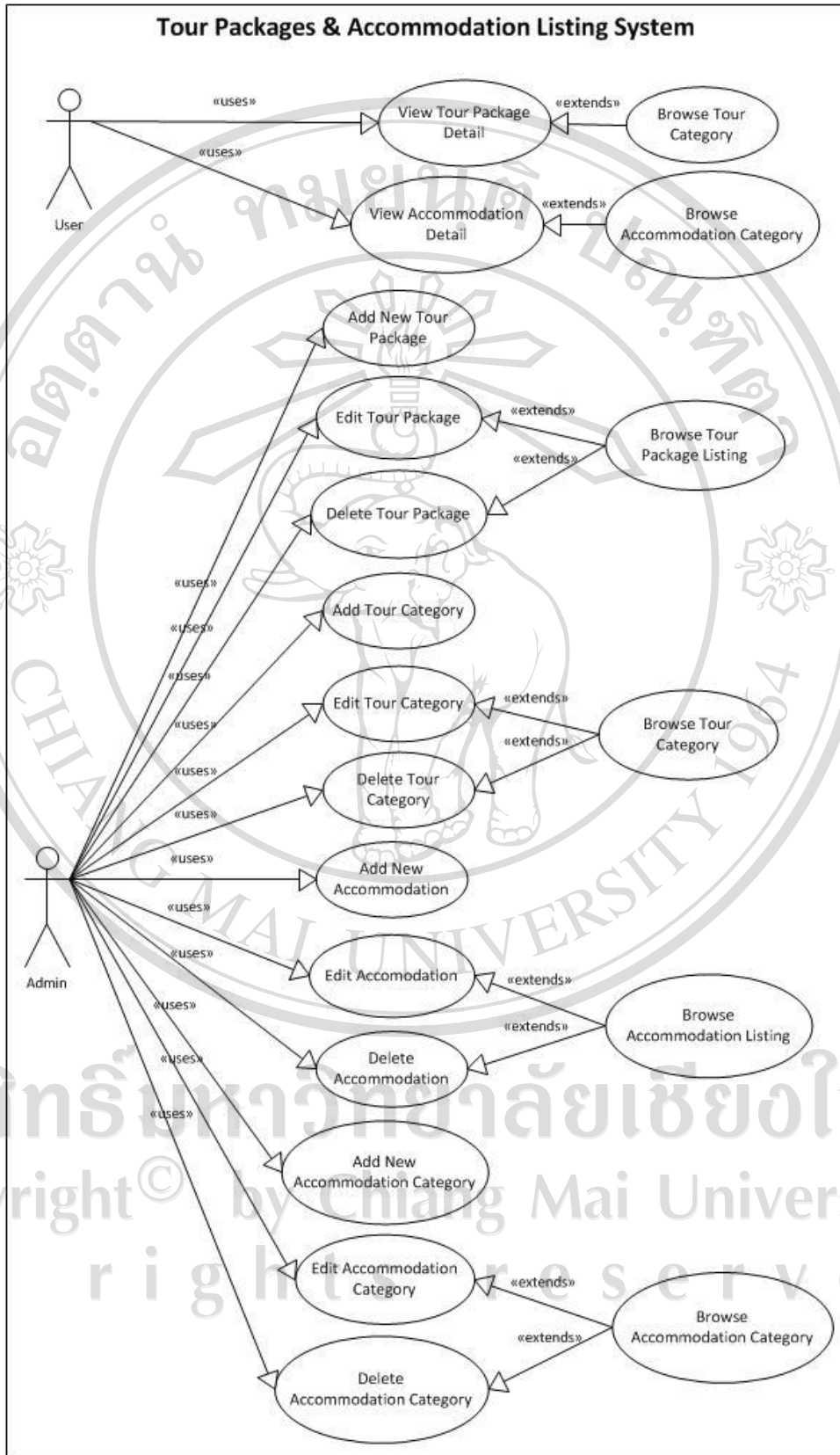
- แก้ไขรายละเอียดของทัวร์เหมาจ่าย (Edit Tour Package) และเลือกรายการทัวร์เหมาจ่าย (Browse Tour Package Listing)
- ลบรายการทัวร์เหมาจ่าย (Delete Tour Package) และเลือกรายการทัวร์เหมาจ่าย (Browse Tour Package Listing)
- เพิ่มหมวดหมู่ทัวร์เหมาจ่าย (Add Tour Category)
- แก้ไขรายละเอียดของหมวดหมู่ทัวร์เหมาจ่าย (Edit Tour Category) และเลือกหมวดหมู่ทัวร์ (Browse Tour Category)
- ลบหมวดหมู่ทัวร์เหมาจ่าย (Delete Tour Category) และเลือกหมวดหมู่ทัวร์ (Browse Tour Category)
- เพิ่มที่พักรายการใหม่ (Add New Tour Package)
- แก้ไขรายละเอียดของที่พัก (Edit Accommodation) และเลือกรายการที่พัก (Browse Accommodation Listing)
- ลบรายการที่พัก (Delete Accommodation) และเลือกรายการที่พัก (Browse Accommodation Listing)
- เพิ่มหมวดหมู่ที่พัก (Add Accommodation Category)
- แก้ไขรายละเอียดของหมวดหมู่ที่พัก (Edit Accommodation Category) และเลือกหมวดหมู่ที่พัก (Browse Accommodation Category)
- ลบหมวดหมู่ที่พัก (Delete Accommodation Category) และเลือกหมวดหมู่ที่พัก (Browse Accommodation Category)

#### 4.1.3 ผลการทำงานระบบโดยรวม ในส่วนติดต่อกับผู้ใช้และการแสดงผล

การพัฒนากระบวนงานสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายในส่วนที่ 1 ตามมาตรฐานการประกันคุณภาพกระบวนการผลิตซอฟต์แวร์ ISO 12207 และตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานจากการทดสอบการยอมรับซอฟต์แวร์ ผลลัพธ์การทำงานของระบบโดยรวมด้านส่วนติดต่อกับผู้ใช้ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

หน้าหลักของเว็บไซต์ (รูปที่ 4.2) ประกอบด้วยส่วนรายการส่งเสริมการขาย (Promotion) ของทัวร์เหมาจ่ายเพื่อชมงานวัฒนธรรมและงานประเพณีต่างๆ เช่น ทัวร์นำเที่ยวสงกรานต์ในเชียงใหม่ ทัวร์นำเที่ยวงานไม้ดอก และทัวร์นำเที่ยวงานลอยกระทงเชียงใหม่ เป็นต้น

ส่วนเนื้อหาส่วนกลางเป็นส่วนแนะนำบริการหลัก อาทิ ทัวร์เหมาจ่ายเชิงวัฒนธรรม ที่พักในภาคเหนือ (Accommodations) และบริการวางแผนการเดินทาง (Custom Travel Planning)



รูปที่ 4.1 แสดงแผนภาพยูสเคสและความสัมพันธ์ของยูสเคสในส่วนรายการทัวร์เหมาจ่ายและที่พัก

ส่วนล่างของหน้าจอประกอบด้วยส่วนสมัครรับข่าวสารโปรโมชัน และรายการทัวร์ที่น่าสนใจ ในช่วงต่างๆ ทางอีเมล (Newsletter Sign Up) ส่วนแนะนำโปรไฟล์ของ Chiang Mai Fascination ใน ทวิตเตอร์ (Twitter) เฟสบุ๊ก (Facebook) และฟลิคเกอร์ (Flickr) เพื่อให้ผู้สนใจติดตาม (Follow) ผ่าน เว็บเครือข่ายสังคม (Social Networking) เหล่านั้น และส่วนท้ายสุดซึ่งอยู่ล่างขวาของหน้าจอแนะนำ ส่วนแนะนำไกด์นำเที่ยวในเครือข่ายของ Chiang Mai Fascination โดยนำเสนอผ่านบล็อกเอ็นจิน (Blog Engine) โดยใช้เวิร์ดเพรส (WordPress) ซึ่งเป็นส่วนที่จะพัฒนาต่อไปในอนาคต



รูปที่ 4.2 รูปแสดงหน้าหลักของเว็บไซต์

สำหรับหน้าเว็บรายการทัวร์เหมาะจ่ายประกอบด้วยการนำเสนอหมวดหมู่ย่อยของทัวร์เชิง วัฒนธรรมแบบเหมาะจ่าย และแสดงรายการทัวร์เหมาะจ่ายแบบสุ่ม (Random) และมีการใช้สกริปต์แบ่ง หน้า (Pagination) เพื่อให้หน้าเว็บโหลดเร็วขึ้น ดังแสดงในรูปที่ 4.3 นอกจากนี้ยังมีหน้าหมวดหมู่ย่อย ของทัวร์เหมาะจ่ายที่แสดงรายการทัวร์เหมาะจ่ายในหมวดหมู่นั้นๆ ดังรูปที่ 4.4

ส่วนหน้าจอรายละเอียดทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาะจ่าย ประกอบด้วยรายละเอียดและ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัวร์เหมาะจ่าย (Tour Description) ภาพประกอบ (Thumbnail Gallery) กิจกรรมใน แต่ละวันตามจำนวนวันของทัวร์เหมาะจ่าย (Day Activity) และราคาของทัวร์เหมาะจ่ายที่แยกตาม ฤดูกาล และราคาที่ลดลงตามจำนวนคน ได้แก่ ราคาเมื่อจอง 1 คน 2-3 คน 4-5 คน 6-8 คน และ 9-10 คน เป็นต้น ในส่วนล่างของหน้าจอได้มีการนำเสนอการซื้อต่อยอด ดังแสดงในรูปที่ 4.5

ส่วนของหน้าจอรายละเอียดของที่พัก (รูปที่ 4.6) ประกอบด้วย รูปที่ปัก สถานที่ตั้งโดยนำเสนอเฉพาะโซน เช่น ในคูเมืองเชียงใหม่ (Chiang Mai Old City) เป็นต้น รายละเอียดห้องพัก ห้องอาหาร ส่วนบริการสปาและเลเซอร์ ห้องประชุม รายการส่งเสริมการขายอื่นๆ ในช่วงเวลานั้นๆ ราคาห้องพักตามประเภทห้องพัก และรายละเอียดอื่นๆ ตามลำดับ

The screenshot displays the 'Chiang Mai Fascination' website interface. The header includes a search bar and navigation links: Home, Cultural Tours & Packages, Accommodations, About Us, and Contact Us. The main content area is titled 'Cultural Tours & Packages' and features a list of tour options such as Agro-Tours, Cultural and Traditional Tours, Cultural Heritage Tours, Edu - Meditation Tours, Ethnic Tours, Historical Tours, Home Stay and Farm Stay Tours, and Rural Tours / Village Tours. A 'TOUR & PACKAGES LISTING' section highlights three specific tours: 'Colorful Flower Carriage - Chiang Mai Flower Festival...', '2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History...', and '2 Days 1 Night Memory Night activities Home Stay Local Thai...'. The footer contains a newsletter sign-up form, social media links for Twitter, Facebook, and YouTube, and a 'Our Professional Guide' section.

รูปที่ 4.3 แสดงหน้าจอหลักของรายการทัวร์เหมาจ่ายทางวัฒนธรรม

The screenshot displays the homepage of 'Chiang Mai Fascination'. The header includes a logo, a search bar, and navigation links for 'My Itinerary', 'My account', and 'Logout'. The main navigation menu features 'Home', 'Cultural Tours & Packages', 'Accommodations', 'About Us', and 'Contact Us'. The central content area is titled 'HISTORICAL TOURS' and lists two tour packages: '4 Days 3 Nights Magnificence of Upper North...' and '2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History...'. A right sidebar contains sections for 'My Account', 'Cultural Tours & Packages', and 'Accommodations'. The footer includes a newsletter sign-up form, social media links, and a professional guide section.

รูปที่ 4.4 แสดงหน้าจอรายการทัวร์เหมาจ่ายเชิงวัฒนธรรมในหมวดหมู่ทัวร์ทางประวัติศาสตร์

ในส่วนของผู้ดูแลระบบ ผู้ดูแลระบบจะต้องทำการล็อกอินเข้าสู่ระบบก่อนจากนั้นจึงจะสามารถเข้าถึงหน้าจอหลัก (Dashboard) ของส่วนดูแลระบบทั้งหมด ซึ่งในหน้าหลักนี้จะแสดงลิงก์แยกตามประเภทของการบริหารจัดการ ได้แก่ ส่วนบริหารจัดการรายการทัวร์เหมาจ่าย (Tours & Packages Management) ส่วนบริหารจัดการที่พัก (Accommodations Management) ส่วนบริหารจัดการการจองทัวร์และที่พัก (Booking Info/Management) การจัดการในส่วนของผู้ใช้ (Users Management) ส่วนระบบสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อออกรายการส่งเสริมการขายหรือโปรโมชั่น (Promotions Decision) ส่วนความคิดเห็นของลูกค้าและรายงานผลต่างๆ (Customers Review & Reports)

 **Chiang Mai Fascination**

 [search](#)  
[My Itinerary](#) | [My Account](#) | [Logout](#)

[Home](#)
[Cultural Tours & Packages](#) ▾
[Accommodations](#) ▾
[About Us](#)
[Contact Us](#)

[Home](#) > [Cultural Tours & Packages](#) > [Historical Tours](#) > 2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History

### 2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History

2 Days 1 Night Chiangmai, Lampoon, Lampang, Sukhothai & Phisanulok - Departing from Chiang Mai to Lampoon, Kingdom of Hariphunchai. After that proceed to Lampang and ride a horse-drawn carriage. Then, drive further to visit the first Thai Historical Park, Sukhothai and continue to Phisanulok.



**Queen Chama Dhewi Monument**  
Phra Bang Chammuei Statue is located in the Nong Dok public park in town commemorating the first ruler of Hariphunchai. In front of the Town Hall is the Satharua-Ruak Statue.








[Continue Search](#)
[Add to Itinerary](#)

**DAY 1**    **DAY 2**

**Chiang Mai - Lampoon - Lampang - Sukhothai**

**07.30** Departing from Chiang Mai to Lampoon, Kingdom of Hariphunchai. Lamphun is an ancient Mon kingdom founded in 660 and known as the oldest city in the Kingdom. Queen Janathevee was its first ruler. The remnants of the old fortified city walls and the surrounding moat, constructed in the 19th century, still exist. After that, we will make a visit to Wat Prathat Hariphunchai and its golden pagoda. There are two impressive chedis, the taller of which - Ahtit Dayalat, stands a majestic 51 meters high. Both of them were created in Lanma style with a huge call-to-prayer gong.

**10.00** Proceed to Lampang and ride a horse-drawn carriage (The ride is optional and can be arranged upon request). Explore Wat Prathat Lampang Luang and have lunch after that.

**13.00** Continue on to Sn Satchanalai, the birth place of high-fired Thai ceramics and an important place in the annals of South East Asian art. Then, drive further to visit the first Thai capital city, Sukhothai.

**17.30** Check in to a hotel. Dinner will be at restaurant.

**Tour included**

1. Transportation - van
2. Accommodation - 1 night at Pailyn Hotel or a similar place (Twin sharing) with breakfast.
3. Meals - 2 lunches and 1 dinner.
4. Admission fees
5. English speaking Guide
6. Vat

**Tour Prices (Per Person)**

Program	1 Pax	2-3 Pax	4-5 Pax	6-8 Pax	9-10 Pax
Low: 2010-05-01 to 2010-10-31	13000	7150	4550	3680	2950
Hight: 2009-11-01 to 2010-04-30	14000	8150	5550	4680	3950

[Continue Search](#)
[Add to Itinerary](#)

**RELATED PACKAGES**

**2 Days 1 Night Memory Night activities Home Stay Local Thai ...**



This tour is for guests who intend to experience everyday life living with local people in Lanma home as opposed to a hotel or guest house (and be a part of Thai traditional family hood). Observe local lifestyle, language, working and eating habits, culture, and living everyday life. [more information>>](#)

**4 Days 3 Nights Magnificence of Upper North...**



4 Days 3 Nights Chiang Mai - Lampang - Payao - Chiang Rai. Indulge in magnificent cultural sites, beauty of history, and natural sight-seeing of Northern Thailand's 4 important cities including Chiang Mai, Lampang, Payao, and Chiang Rai. [more information>>](#)

[Home](#) | [Cultural Tours & Packages](#) | [Accommodations](#) | [About Us](#) | [Our Mission Objectives](#) | [Privacy / Security](#) | [Terms and Conditions](#) | [Cancellation / Refund Policy](#)
**Newsletter Sign Up**
**Follow Us**
**Our Professional Guide**

[send](#)





Nulla eu nisi lorem, ac consectetur mi. Vivamus semper, lorem vitae laconia fuctus, sapien libero ullamcorper diam. [more information>>](#)

รูปที่ 4.5 แสดงหน้าจอรายละเอียดของทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบหมาง่าย





# Chiang Mai Fascination

search >

My Itinerary | My account | Logout

Home
Cultural Tours & Packages ▾
Accommodations ▾
About Us
Contact Us

Home > Chiang Mai & Northern Thailand Accommodations > Boutique Hotels > Tamarind Village

### Tamarind Village



Location: Chiang Mai City  
 Rating: 4 Stars  
 Rate-Standard Room: 4000 THB To 5500 THB

Add to Itinerary
Continue Search

Tamarind Village is an oasis of calm and tranquility, the perfect base for exploring Chiang Mai and beyond. Tamarind Village is a unique and charming boutique property nestled in the heart of historic Chiang Mai. Surrounded by ancient temples and quaint shopping streets, it takes its name from a magnificent 200 year old tamarind tree that shelters the hotel in a shady embrace. Set around a series of garden courtyards, the 42 guest rooms and 3 suites reflect the rich ethnic diversity of northern Thailand by using fabrics and patterns drawn from the various tribes of the region. Intimate, serene and relaxing.

**Accommodation Facilities:**

- Air-Conditioned Rooms
- Business Centre
- Laundry Service
- Lounge Bar
- Poolside Bar
- Restaurant

**Setting and location:** Tamarind Village is set in the heart of the historic city of Chiang Mai. The hotel is conveniently situated fifteen minutes from the airport, train station and bus terminal and only ten minutes from the night bazaar and riverside restaurants. Within a five to ten minute walk of the hotel are Wat Chedi Luang, Wat Phra Singh, the Lanna Architectural Museum, the Three Kings Monument and several other important temples and historic sites like the Tha-Pae Gate, Wat Umong Mahatherachan and Wat Phan On.

ROOM
DINING
SPA/LEISURE
CONFERENCE
SPECIAL PROMOTION

**Room Description:** Tamarind Village's rooms exude a rustic ambiance that is casual yet simply elegant. The rooms are decorated in a fresh contemporary style that draws on the rich tradition of northern Thailand's tribal people as well as Chiang Mai's vibrant design community for the runners, throw rugs and accessories. All rooms feature modern, fully equipped bathrooms.

**Room Amenities:** Air-Conditioning, Baby Sitting Service, Minibar, Non-Smoking Rooms Available, Room Safe, Room Service, Satellite TV, Telephone

#### My Account

My profile  
 My Itinerary  
 Booking Status  
 Logout

#### Cultural Tours & Packages

Agro Tours  
 Cultural and Traditional Tours  
 Cultural Heritage Tours  
 Edu - Meditation Tours  
 Ethnic Tours  
 Historical Tours  
 Home Stay and Farm Stay Tours  
 Rural Tours / Village Tours

#### Accommodations

Boutique Hotels  
 Guesthouses  
 Short/Long-Term Stay

**Rates per Room per Night**

Room Type	Occupancy	Rates (by season)		
		2009/01/01-2009/12/20	2009/12/21-2010/01/10	2010/01/11-2010/02/12
Lanna Room	Single	4,943.00 THB	7,062.00 THB	4,943.00 THB
	Double	4,943.00 THB	7,062.00 THB	4,943.00 THB
	Extra Bed	1,177.00 THB	1,177.00 THB	1,177.00 THB
Lanna Deluxe Room	Single	6,591.00 THB	9,416.00 THB	6,591.00 THB
	Double	6,591.00 THB	9,416.00 THB	6,591.00 THB
	Extra Bed	1,177.00 THB	1,177.00 THB	1,177.00 THB
Tamarind Suite	Single	11,535.00 THB	16,478.00 THB	11,535.00 THB
	Double	11,535.00 THB	16,478.00 THB	11,535.00 THB
	Extra Bed	1,177.00 THB	1,177.00 THB	1,177.00 THB
Spa Suite	Single	14,830.00 THB	21,186.00 THB	14,830.00 THB
	Double	14,830.00 THB	21,186.00 THB	14,830.00 THB
	Extra Bed	1,177.00 THB	1,177.00 THB	1,177.00 THB

**Remark :**  
 - The above rates are net, including breakfast, service charge, VAT and provincial tax.

**Child Policy:**  
 - No charged for one child 12 years old and under sharing room with parents, using existing bedding. (Maximum 2 children per room)

**Additional Information :** Extra charge for transfer from airport, railway and bus station to the hotel is 177 THB per person per way.

Home | Culture Tours & Packages | Accommodations | About Us | Our Mission Objectives | Privacy / Security | Terms and Conditions | Cancellation / Refund Policy

**Newsletter Sign Up**

Enter your e-mail address... send >

**Follow Us**

**Our Professional Guide**

Nulla eu nisi lorem, ac consectetur mi. Vivamus semper, lorem vitae lacinia luctus, sapien libero ullamcorper diam... [more information >>](#)

รูปที่ 4.6 แสดงหน้าจอรายละเอียดของที่พักแบบโรงแรมประเภทบูติกโฮเทล

ในการพัฒนาระบบส่วนที่ 1 นี้ ส่วนของผู้ดูแลระบบมีส่วนประกอบ ดังต่อไปนี้

1) ส่วนบริหารจัดการทัวร์เหมาจ่าย ในหน้าหลักของส่วนนี้จะแสดงรายการทัวร์เหมาจ่ายทั้งหมด และมีลิงค์ไปหาหน้าแก้ไข และลบทัวร์เหมาจ่ายของแต่ละรายการ ดังรูปที่ 4.8

2) การสร้างรายการทัวร์เหมาจ่ายรายการใหม่ ประกอบด้วย 5 ส่วนคือ

2.1) ส่วนข้อมูลทั่วไป (General Info) ดังรูปที่ 4.9 ประกอบด้วย

- การเลือกหมวดหมู่ทัวร์เหมาจ่ายเชิงวัฒนธรรม (Tour Category)
- ชื่อทัวร์ (Name)
- ยูอาร์แอลพารสำหรับตอนทำ URL Mod Rewrite ใน .htaccess file
- รหัสบริการ (Service Code)
- การมองเห็น (Visibility) โดยเลือกว่าจะแสดงหรือไม่แสดงรายการทัวร์ในหน้าหมวดหมู่นั้นๆ โดยมีตัวเลือกสองประเภทคือ แสดง (Active) และไม่แสดง (Inactive)

- จำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยว (Days)

- วันที่เริ่มต้นและวันสิ้นสุด (Start – End) ระบุสำหรับรายการทัวร์เหมาจ่ายในหมวดหมู่เที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณีเท่านั้น

- การอธิบายเกริ่นนำข้อมูลทัวร์ (Preview Description)

- สิ่งที่มีรวมอยู่ในทัวร์ (Tour Included)

- ข้อมูลอื่นๆ (Extra Info)

2.2) ส่วนตารางกิจกรรมและการเดินทางในแต่ละวัน (Days and Schedule) ดังรูปที่ 4.10

2.3) ส่วนการกำหนดราคาของทัวร์เหมาจ่าย ประกอบด้วย ราคาของทัวร์เหมาจ่ายที่แยกตามฤดูกาล (Low or High Season) และราคาที่ลดลงตามจำนวนคน ได้แก่ ราคาเมื่อจอง 1 คน 2-3 คน 4-5 คน 6-8 คน และ 9-10 คน ดังรูปที่ 4.11

2.4) ส่วนของรูปภาพประกอบในรายการทัวร์ ประกอบด้วยภาพขนาดเล็ก (Listing Thumbnail Picture) ที่แสดงบนรายการทัวร์เหมาจ่ายในหน้าหมวดหมู่ต่างๆ และรูปภาพสำหรับแสดงในส่วน โปรโมชันในหน้าหลัก สำหรับรายการที่ต้องการแสดงเพื่อส่งเสริมการขายเท่านั้น ดังรูปที่ 4.12

2.5) ส่วนเมตดาแท็กซ์ของหน้าเว็บรายละเอียดทัวร์ ดังรูปที่ 4.13 ประกอบด้วย Meta Title, Meta Description, Meta Keywords และ Custom Meta Tag ที่ต้องการเพิ่มเข้าไปเป็นพิเศษ เฉพาะหน้าเว็บของรายการทัวร์เหมาจ่ายรายการนี้ เช่น Canonical Link Element เป็นต้น

**CMF Admin**

HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING USERS REVIEW & REPORTS LOG OUT

Tours & Packages  
Accommodations  
Booking Info  
Users  
Promotion Decision  
Customer Review & Reports  
Log Out

**Welcom, Admin!**

**Tours & Packages Management**

- View Tours Listing
- Create New Tours & Packages
- Manage Tours & Packages Categories

**Accommodations Management**

- View Accommodations
- Create New Accommodations
- Manage Categories

**Booking Info/Management**

- View Booking
- Update Status

**Users Management**

- View Users Listing
- Add New User
- View Users' Ages
- View Users' Nationality

**Promotions Decision**

- Google Insight for Search
- Google Keywords Tool

**Customers Review & Reports**

- Add Reviews
- Edit Reviews
- Delete Reviews
- Sale Reports

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.7 แสดงหน้าจอหลักของส่วนผู้ดูแลระบบ

**CMF Admin**

ADMIN HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING INFO USERS REPORTS LOG OUT

View Tours Listing  
Create New Tours & Packages  
Manage Tours & Packages Categories  
Log Out

**Tours & Packages Listing**

NO	Name	Service Code	Category	Visibility	Modification
1	<a href="#">2 Days 1 Night Memory Night activities Home Stay Local Thai Living (Home Stay Night - Live Like a Local)</a>	HFS001	<a href="#">Home Stay and Farm Stay Tours</a>	Active	<a href="#">Edit /Delete</a>
2	<a href="#">2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History</a>	HIS001	<a href="#">Historical Tours</a>	Active	<a href="#">Edit /Delete</a>
3	<a href="#">4 Days 3 Nights Magnificence of Upper North</a>	HIS002	<a href="#">Historical Tours</a>	Active	<a href="#">Edit /Delete</a>
4	<a href="#">Colorful Flower Carriage - Chiang Mai Flower Festival</a>	CTT002	<a href="#">Cultural and Traditional Tours</a>	Active	<a href="#">Edit /Delete</a>
5	<a href="#">Grand Chiang Mai - Sukhothai Loy Krathing Festival</a>	CTT003	<a href="#">Cultural and Traditional Tours</a>	Active	<a href="#">Edit /Delete</a>
6	<a href="#">Spectacular Chiang Mai Songkran Packages</a>	CTT001	<a href="#">Cultural and Traditional Tours</a>	Active	<a href="#">Edit /Delete</a>

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.8 หน้าจอหลักของส่วนการจัดการรายการทัวร์เหมาจ่าย

**CMF Admin**

ADMIN HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING INFO USERS REPORTS LOG OUT

**General Info**

Tour Category:\* Please select category

Name:\*

URL Path:

Service Code:\*

Visibility: Inactive

Duration: day(s)

Start - End

Preview Description:

Tour include:

Extra Info:

Submit

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.9 แสดงการสร้างรายการทัวร์ในส่วนข้อมูลทั่วไป

---

**CMF Admin**

ADMIN HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING INFO USERS REPORTS LOG OUT

**Day(s) and Schedule**

Day 1:

Day 2:

Day 3:

Day 4:

Submit

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

รูปที่ 4.10 แสดงการสร้างรายการทัวร์ในส่วนตารางกิจกรรมและการเดินทางในแต่ละวัน

**CMF Admin**

ADMIN HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING INFO USERS REPORTS LOG OUT

**Pricing Info (THB)**

General Info  
Day(s) and Schedule  
Pricing Info  
Media Management  
Metatag Info  
Upsell  
Crosssell

Low Season:

1 Pax 2-3 Pax 4-5 pax 6-8 pax 9-10 pax

High Season:

1 Pax 2-3 Pax 4-5 pax 6-8 pax 9-10 pax

Submit

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.11 แสดงการสร้างรายการทัวร์เหมาจ่ายในส่วนการกำหนดราคา

**CMF Admin**

ADMIN HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING INFO USERS REPORTS LOG OUT

**Media Management**

General Info  
Day(s) and Schedule  
Pricing Info  
Media Management  
Metatag Info  
Upsell  
Crosssell

Listing Thumbnail: Browse...

Promotion Photo (on homepage): Browse...

Submit

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.12 แสดงการสร้างรายการทัวร์เหมาจ่ายในส่วนของรูปภาพประกอบ

**CMF Admin**

ADMIN HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING INFO USERS REPORTS LOG OUT

**Metatag Info**

General Info  
Day(s) and Schedule  
Pricing Info  
Media Management  
Metatag Info  
Upsell  
Crosssell

Meta Title:

Meta Description:

Meta Keywords:

Meta Custom:

Submit

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.13 แสดงการสร้างรายการทัวร์ในส่วนเมตาแท็กของหน้ารายละเอียดทัวร์

## 4.2 ระบบจองทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายและที่พัก และการจ่ายเงินผ่านเพย์เมนต์เกตเวย์

### 4.2.1 ผลการวิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้ใช้

จากการศึกษาระบบจองทัวร์ผู้ประกอบการมีระบบงานทางธุรกิจตามขั้นตอนต่างๆ โดยเริ่มจากลูกค้านักท่องเที่ยวทำการจองทัวร์กับทางบริษัท ซึ่งลูกค้าต้องจองล่วงหน้าก่อนวันกำหนดเดินทางเป็นเวลา 3-5 วัน หลังจากที่ลูกค้าทำการจ่ายเงินเป็นจำนวน 30 เปอร์เซ็นต์ของราคาทัวร์เหมาจ่าย หรือราคาบริการทั้งหมดแล้ว พนักงานของบริษัทจะทำการติดต่อจองที่พัก จองสถานที่ท่องเที่ยว จัดเตรียมกิจกรรมต่างๆ ติดต่อไกด์นำเที่ยว รวมไปถึงรถเช่าต่างๆ หรือตัวเครื่องบินในกรณีที่ลูกค้าต้องการ จากนั้นพนักงานจะทำการยืนยันกับลูกค้าว่าลูกค้าสามารถใช้บริการตามที่ต้องการได้ พร้อมทั้งยืนยันการเดินทางและบริการต่างๆ ว่าลูกค้าสามารถเดินทางและใช้บริการดังกล่าวตามที่ต้องการได้ทางอีเมลล์หรือโทรศัพท์ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการจองทัวร์เหมาจ่ายหรือบริการมักจะไม่นับขั้นตอนทั้งกระบวนการในครั้งเดียว ในลูกค้าหลายรายที่มีการติดต่อเกี่ยวกับรายละเอียดทั้งหมด อาทิ โรงแรมที่ลูกค้าต้องการ ไม่มีห้องว่าง เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นจะต้องจัดเก็บประวัติลูกค้าที่จะทำการจองทัวร์เหมาจ่ายและ/หรือใช้บริการอื่นๆ โดยเฉพาะอีเมลล์และโทรศัพท์ เพื่อประโยชน์สูงสุด และอำนวยความสะดวกในการบริการให้กับลูกค้านักท่องเที่ยว

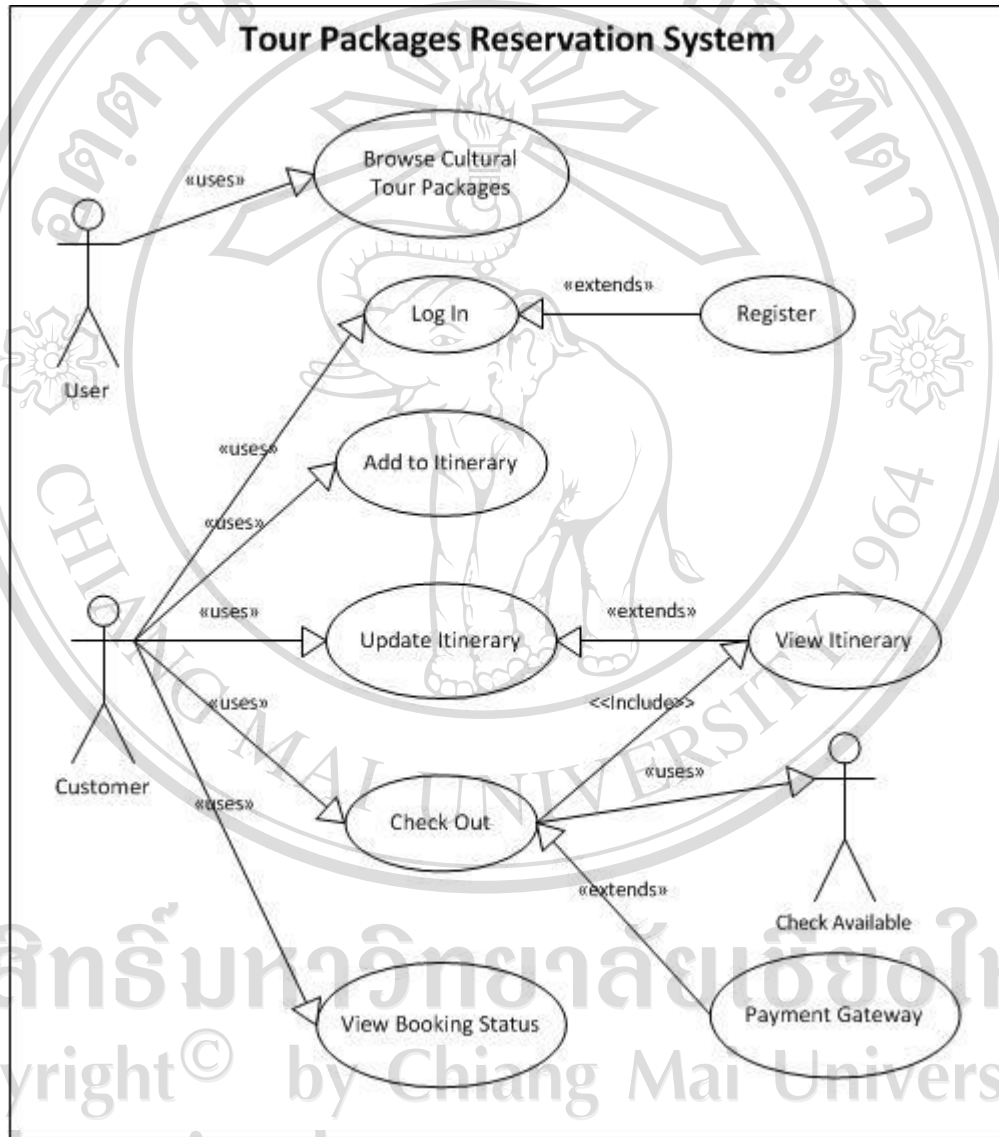
### 4.2.2 ผลการวิเคราะห์และการออกแบบระบบด้วยยูเอมแอล

หลังจากขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้และความต้องการของระบบจองทัวร์และที่พักนี้แล้วได้มีการออกแบบระบบด้วยการใช้ยูเอมแอลในรูปแบบของยูสเคสไดอะแกรม โดยเมื่อพิจารณาถึงความต้องการของระบบในส่วนที่ 2 นี้แล้วพบว่า ผู้ใช้ระบบมี 2 ประเภท คือ ผู้ใช้ทั่วไป (User) ที่ต้องการเข้าชมรายการทัวร์และที่พัก และลูกค้าหรือสมาชิก (Clients or Members) ที่ต้องการจองรายการทัวร์เหมาจ่ายและที่พัก ดังนั้นระบบในส่วนนี้จึงประกอบด้วยยูสเคสและความสัมพันธ์ระหว่างยูสเคสดังต่อไปนี้

- เลือกทัวร์เหมาจ่าย (Browse Tour Packages) หรือที่พัก
- การเข้าสู่ระบบ (Log In) และสมัครสมาชิก (Register)
- เพิ่มทัวร์เหมาจ่ายหรือที่พักเข้าสู่แผนการเดินทาง (Add to Itinerary)
- แก้ไขแผนการเดินทาง (Update Itinerary) และดูแผนการเดินทาง (View Itinerary)
- ชำระเงิน (Check Out) ซึ่งส่วนนี้จะเป็นการยืนยันการจองและการชำระเงิน ซึ่งการชำระเงินจริงจะยังไม่เกิดขึ้นจนกว่าพนักงานทำการเช็คสถานะของบริการนั้นว่าว่างหรือไม่ แล้วจึง

จะแจ้งลูกค้าว่าบริการที่ลูกค้าต้องการว่างอยู่และลูกค้าสามารถใช้บริการได้ผ่านอีเมล พร้อมทั้งแจ้งจำนวนเงินและวิธีการชำระเงินให้กับลูกค้าในคราวเดียวกัน

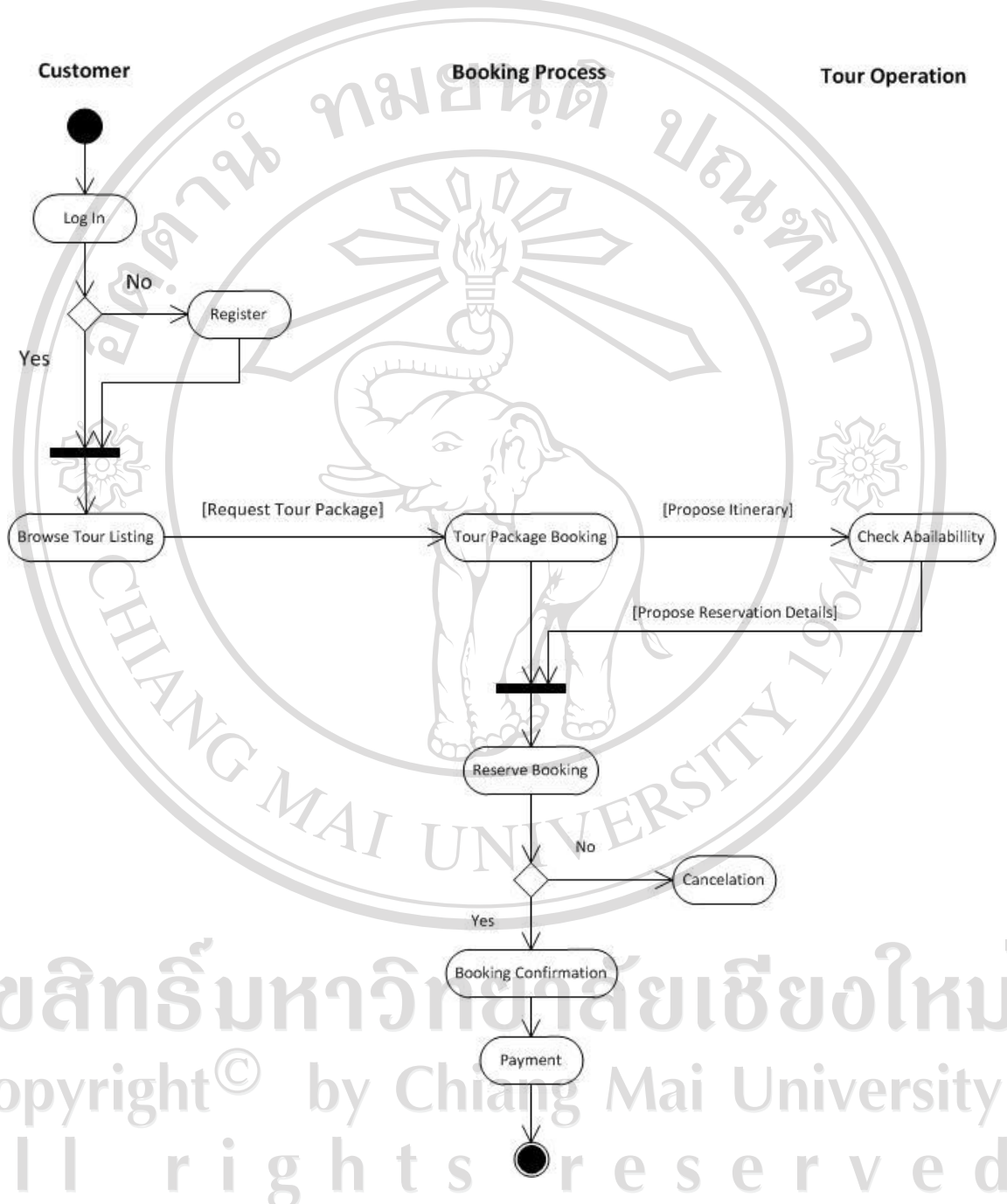
- สถานะการจอง (View Booking Status)
- เพย์เมนต์เกตเวย์ ซึ่งใช้บริการของเพย์พาลในเบื้องต้น



รูปที่ 4.14 แสดงแผนภาพยูสเคสและความสัมพันธ์ของยูสเคสในระบบจองทัวร์เหมาจ่าย

แผนผังกิจกรรมของระบบจองทัวร์เหมาจ่าย (รูปที่ 4.15) โดยการทำงานเริ่มต้นจากการเข้าสู่ระบบ โดยถ้ายังไม่ได้เป็นสมาชิกจะต้องทำการสมัครเป็นสมาชิกก่อน หลังจากเข้าสู่ระบบจึงเข้าไปเลือกทัวร์เหมาจ่ายและทำการจอง และพนักงานจะตรวจสอบว่าบริการที่ลูกค้าต้องการว่างหรือไม่

และทำการยืนยันให้กับลูกค้า ลูกค้าจะต้องทำการตัดสินใจว่าจะยืนยันการจองทั้งหมดและจ่ายเงินเป็นจำนวน 30% ของราคารวมทั้งหมดที่ลูกค้าได้จองทัวร์และบริการต่างๆไว้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

รูปที่ 4.15 แสดงแผนผังกิจกรรมของระบบจองทัวร์เหมาจ่าย



#### 4.2.3 ผลการทำงานระบบโดยรวม ในส่วนติดต่อกับผู้ใช้ และการแสดงผล

ระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายในส่วนที่ 2 ตามมาตรฐานการประกันคุณภาพกระบวนการผลิตซอฟต์แวร์ ISO 12207 และตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานจากการทดสอบการยอมรับซอฟต์แวร์ ผลลัพธ์การทำงานของระบบโดยรวมด้านส่วนติดต่อกับผู้ใช้ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

การสมัครสมาชิกและการเข้าสู่ระบบ สามารถเข้าสมัครและล็อกอินในหน้าเดียวกัน (รูปที่ 4.16) ซึ่งส่วนของการสมัครสมาชิกจะอยู่ด้านซ้ายมือ และด้านขวามือจะเป็นการเข้าสู่ระบบของสมาชิก โดยส่วนของการสมัครสมาชิกผู้ใช้ต้องกรอกรายละเอียด ได้แก่ ชื่อผู้ใช้ (Username) รหัสผ่านที่ต้องการ (Password) คำนำหน้านาม (Title) ชื่อ (Name) นามสกุล (Surname) สัญชาติ (Nationality) วันเกิด (Birthday) อีเมล (E-mail) และเบอร์โทรศัพท์พร้อมรหัสประเทศ (Phone) ส่วนการเข้าสู่ระบบสมาชิกจะต้องกรอกชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านที่ถูกต้องจึงจะทำการเข้าสู่ระบบได้ ทั้งนี้สมาชิกเข้าสู่ระบบสมาชิกสามารถที่จะแก้ไขข้อมูลประวัติของตนเองได้ ดังรูปที่ 4.17 และสามารถเข้าชมแผนการเดินทางของตนเอง (My Itinerary) ไปจนถึงการยืนยันการจอง (Submit Booking) ดังรูปที่ 4.18 และ 4.19 ตามลำดับ รวมไปถึงสมาชิกยังสามารถเข้าสู่สถานะการจองของตนเองได้อีกด้วย

The screenshot displays the user interface for the Chiang Mai Fascination website. At the top, there is a search bar and a login prompt: "You're not login. To view your itinerary, please Login or Create an Account". The main navigation menu includes "Home", "Cultural Tours & Packages", "Accommodations", "About Us", and "Contact Us". The central content area is divided into two columns: "Register" on the left and "Login" on the right. The "Register" form includes fields for Username, Password, Title (with a dropdown menu), First Name, Last Name, Nationality (with a dropdown menu), Birthday, E-mail, and Phone. A checkbox is present for "Would you like to hear about the promotional packages from CMF?". The "Login" form includes fields for Username and Password, with a "Forgot password?" link. Both forms have "register" and "login" buttons respectively. The footer contains a "Newsletter Sign Up" form, social media icons for Twitter, Facebook, and YouTube, and a section for "Our Professional Guide" with a "more information >>" link.

รูปที่ 4.16 แสดงส่วนของการสมัครสมาชิก และการเข้าสู่ระบบของสมาชิก

รูปที่ 4.17 แสดงหน้าจอการแก้ไขข้อมูลของสมาชิก

#### 4.3 การรวมบางส่วนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ผนวกเข้ากับระบบจองทัวร์เหมาจ่าย

##### 4.3.1 ผลการวิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้ใช้

บางส่วนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ลูกค้าต้องการผนวกเข้าไปในเบื้องต้น ได้แก่ ส่วนการของการนำเสนอการซื้อต่อเนื่องและการซื้อต่อยอด รวมไปถึงส่วนของการเก็บข้อมูลประวัติลูกค้า และความคิดเห็นของลูกค้าหลังจากที่ลูกค้าได้ท่องเที่ยวไปกับทัวร์รายการนั้นๆ ซึ่งอาจมีลูกค้าที่จองมาพร้อมกับลูกค้าท่านอื่นในคราวเดียวกัน หรือจองทัวร์ผ่านช่องทางบริการอื่น ทางผู้ประกอบการจึงจะต้องมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าที่ยังไม่ได้สมัครสมาชิกของเว็บไซต์ พร้อมทั้งเก็บรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการของบริษัท และระดับความพึงพอใจในทัวร์เหมาจ่ายของบริษัทด้วยในคราวเดียวกัน

ทั้งนี้การเก็บหลังจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวจะทำการเก็บโดยใช้แบบสอบถามและดำเนินงานโดยพนักงานของบริษัท โดยข้อมูลประวัติและความคิดเห็นของลูกค้านักท่องเที่ยวที่บริษัทต้องการมีหลายด้าน อาทิเช่น

**Chiang Mai Fascination**

Home | Cultural Tours & Packages | Accommodations | About Us | Contact Us

Home > Itinerary

No	Service Name	Category	Date	Cost (USD)	Change	Delete
1	2 Days 1 Night Memory Night activities Home Stay Local Thai Living (Home Stay Night - Live Like a Local) #3 Person(s)	Home Stay and Farm Stay Tours	2010-03-26 to 2010-03-27	14100	Change	<input type="checkbox"/>
2	2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History #3 Person(s)	Historical Tours	2010-03-31 to 2010-04-01	24450	Change	<input type="checkbox"/>
<b>Total (incl. VAT )</b>				<b>USD 38550</b>		

[Add to Itinerary](#)

**My Account**

- My profile
- My Itinerary
- Booking Status
- Logout

**Cultural Tours & Packages**

- Agro Tours
- Cultural and Traditional Tours
- Cultural Heritage Tours
- Edu - Meditation Tours
- Ethnic Tours
- Historical Tours
- Home Stay and Farm Stay Tours
- Rural Tours / Village Tours

**Accommodations**

- Boutique Hotels
- Guesthouses
- Short/Long-Term Stay

Home | Culture Tours & Packages | Accommodations | About Us | Our Mission Objectives | Privacy / Security | Terms and Conditions | Cancellation / Refund Policy

Newsletter Sign Up: Enter your e-mail address... [send >](#)

Follow Us: [Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#)

Our Professional Guide: Nulla eu nisi lorem, ac consectetur mi. Vivamus semper, lorem vitae lacinia luctus, sapien libero ullamcorper diam... [more information >>](#)

รูปที่ 4.18 แสดงแผนการการเดินทางก่อนที่จะเข้าสู่การยืนยันการจอง

**Chiang Mai Fascination**

Home | Cultural Tours & Packages | Accommodations | About Us | Contact Us

Home > Itinerary > Submit Booking

Submit  My Itinerary

**Guest Itinerary**

No	Service Name	Category	Date	Cost (USD)
1	2 Days 1 Night Memory Night activities Home Stay Local Thai Living (Home Stay Night - Live Like a Local) #3 Person(s)	Home Stay and Farm Stay Tours	2010-03-30 to 2010-03-31	14100
2	2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History #3 Person(s)	Historical Tours	2010-03-27 to 2010-03-28	24450
<b>Total (incl. VAT )</b>				<b>USD 38550</b>

Please check this box if you have read and agree with our Terms and Conditions and Cancellation Policy.

[Submit Booking >](#)

**My Account**

- My profile
- My Itinerary
- Booking Status
- Logout

**Cultural Tours & Packages**

- Agro Tours
- Cultural and Traditional Tours
- Cultural Heritage Tours
- Edu - Meditation Tours
- Ethnic Tours
- Historical Tours
- Home Stay and Farm Stay Tours
- Rural Tours / Village Tours

**Accommodations**

- Boutique Hotels
- Guesthouses
- Short/Long-Term Stay

Home | Culture Tours & Packages | Accommodations | About Us | Our Mission Objectives | Privacy / Security | Terms and Conditions | Cancellation / Refund Policy

Newsletter Sign Up: Enter your e-mail address... [send >](#)

Follow Us: [Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#)

Our Professional Guide: Nulla eu nisi lorem, ac consectetur mi. Vivamus semper, lorem vitae lacinia luctus, sapien libero ullamcorper diam... [more information >>](#)

รูปที่ 4.19 แสดงการยืนยันการจอง

- ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า (Customer Profile) สำหรับลูกค้าที่ไม่ได้ลงทะเบียนภาพจองทัวร์เหมาจ่ายผ่านเว็บไซต์ หรือลูกค้าที่จองร่วมกับผู้อื่นและไม่ได้ลงทะเบียนเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ เป็นต้น ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่ต้องการให้อ้างอิงข้อมูลพื้นฐานที่ต้องการในการสมัครเป็นสมาชิกของระบบจองทัวร์เหมาจ่าย
- รหัสบริการ (Service Code) ของรายการทัวร์เหมาจ่าย
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในภาพรวมของทัวร์ (Overall Score) โดยการให้คะแนนจาก 0 ถึง 10
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัท (Customer Service Score) โดยการให้คะแนนจาก 0 ถึง 10
- ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในแง่ของการคุ้มค่าเงินของกิจกรรมในทัวร์เหมาจ่าย (Value for Money Score) โดยการให้คะแนนจาก 0 ถึง 10
- สิ่งที่ถูกใจชอบ และ/หรือ สิ่งที่ถูกใจสนับสนุนให้มันต่อไปและทำให้ดียิ่งขึ้น (Like)
- สิ่งที่ถูกใจไม่ชอบ และ/หรือ ต้องการให้ปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (Don't Like)
- ความคิดเห็นในแง่มุมอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการเสนอแนะ (Other Comments)

**แบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหลังการใช้บริการทัวร์เหมาจ่าย**

รหัสบริการ (Service Code).....

วันและเวลาที่แสดงความคิดเห็น (Date).....

ชื่อ และสกุล (Name and Surname) ..... วันเดือนปีเกิด (Birthday) .....

Mr./Miss/Mrs.....

ที่อยู่ (Address) .....

.....ประเทศ (Country).....

โทรศัพท์ (Tel.) .....อีเมล (Email).....

ระดับความพึงพอใจ (0-10 คะแนน) Score (0-10) ภาพรวม (Overall).....

การบริการ (Customer Services).....การคุ้มค่าเงิน (Value for Money).....

สิ่งที่ชอบ (Like).....

สิ่งที่ไม่ชอบ (Don't Like).....

ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่นๆ .....

.....

รูปที่ 4.20 ตัวอย่างต้นแบบเอกสารแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหลังการใช้บริการ

#### 4.3.2 ผลการวิเคราะห์และการออกแบบระบบด้วยยูเอ็มแอล

หลังจากขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้และความต้องการของระบบย่อยนี้แล้ว ได้มีการออกแบบระบบด้วยการใช้ยูเอ็มแอลในรูปแบบของยูสเคสไดอะแกรม พบว่ามีแอ็คเตอร์ 3 ประเภท ได้แก่ ผู้ใช้ทั่วไป ลูกค้าหรือสมาชิก และผู้ดูแลระบบ โดยระบบประกอบด้วยยูสเคส ดังต่อไปนี้

- ดูรายละเอียดทัวร์เหมาจ่ายและที่พักที่ได้เพิ่มส่วนของการซื้อต่อยอด และ/หรือการซื้อต่อเนื่อง (View Tour Package Detail) และเลือกดูหมวดหมู่ทัวร์เหมาจ่าย (Browse Tour Category)
- การเข้าสู่ระบบ (Log In) สำหรับผู้ดูแลระบบ
- แก้ไขรายการทัวร์เหมาจ่าย โดยเพิ่ม และลบส่วน การซื้อต่อยอดและการซื้อต่อเนื่อง (Edit Tour Package)
- การนำเข้าสู่ข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้า (Add Customer Review) และเพิ่มประวัติลูกค้า (Add Customer Profile)
- การแก้ไขข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้า (Edit Customer Review) และดูเกณฑ์หรือวิธีการให้คะแนน (View Review Score Meaning)
- การลบข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้า (Delete Customer Review)
- การดูข้อมูลรายละเอียดความคิดเห็นของลูกค้า (View Customer Review Detail) และเลือกดูรายละเอียดความคิดเห็นของลูกค้าโดยการค้นหาจากข้อมูลรหัสบริการ (Search Review)

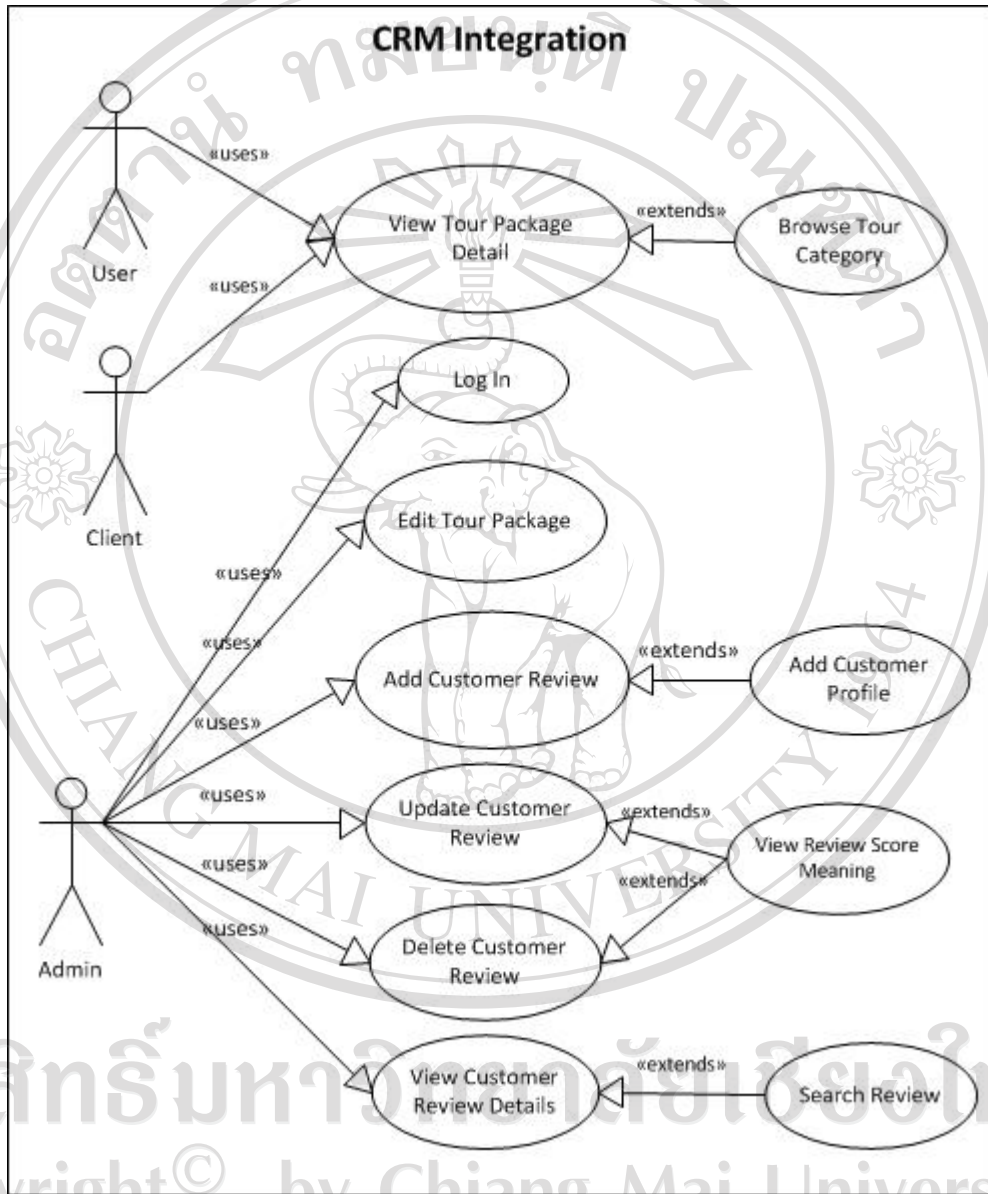
#### 4.3.3 ผลการทำงานระบบโดยรวม ในส่วนติดต่อกับผู้ใช้และการแสดงผล

การพัฒนากระบวนงานสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายในส่วนที่ 3 มีผลลัพธ์การทำงานของระบบโดยรวมด้านส่วนติดต่อกับผู้ใช้ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

การพัฒนาส่วนการซื้อต่อเนื่องและการซื้อต่อยอดรวมเข้าไว้ในส่วนที่ 1 ของระบบ โดยผู้ดูแลระบบสามารถจัดการแก้ไขเพิ่มรายการดังกล่าวได้ในส่วนของการแก้ไขทัวร์เหมาจ่าย ดังรูปที่ 4.22 และ 4.23 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อทำการแก้ไขส่วนดังกล่าว รายการซื้อต่อยอดและการซื้อต่อเนื่องก็จะแสดงในส่วนล่างของหน้ารายละเอียดทัวร์เหมาจ่ายที่เรียกว่าส่วนทัวร์เหมาจ่ายที่เกี่ยวข้อง (Related Packages) ดังรูปที่ 4.24

ในส่วนการจัดการประวัติของสมาชิก (User Management) ในหน้าจอหลักของส่วนนี้จะแสดงรายชื่อสมาชิกทั้งหมด (รูปที่ 4.25) โดยที่สามารถทำการแก้ไขหรือลบสมาชิกของระบบ เพิ่ม

ประวัติสมาชิกจากส่วนของผู้ดูแลระบบ (รูปที่ 4.26) รวมไปถึงการเพิ่มความคิดเห็นของลูกค้าซึ่งผู้ดูแลระบบจะต้องกรอกข้อมูลตามที่ได้จากแบบสอบถามหลังการใช้บริการของลูกค้า



รูปที่ 4.21 แสดงแผนภาพยูสเคสและความสัมพันธ์ของยูสเคสในระบบส่วนที่ 3 การรวมบางส่วนของ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

**Upsell**

Name	Service Code	Category	Visibility
<input type="checkbox"/> <a href="#">2 Days 1 Night Memory Night activities Home Stay Local Thai Living (Home Stay Night - Live Like a Local)</a>	HFS001	<a href="#">Home Stay and Farm Stay Tours</a>	Active
<input type="checkbox"/> <a href="#">2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History</a>	HIS001	<a href="#">Historical Tours</a>	Active
<input type="checkbox"/> <a href="#">4 Days 3 Nights Magnificence of Upper North</a>	HIS002	<a href="#">Historical Tours</a>	Active
<input type="checkbox"/> <a href="#">Colorful Flower Carriage - Chiang Mai Flower Festival</a>	CTT002	<a href="#">Cultural and Traditional Tours</a>	Active
<input type="checkbox"/> <a href="#">Grand Chiang Mai - Sukhothai Loy Krathing Festival</a>	CTT003	<a href="#">Cultural and Traditional Tours</a>	Active
<input type="checkbox"/> <a href="#">Spectacular Chiang Mai Songkran Packages</a>	CTT001	<a href="#">Cultural and Traditional Tours</a>	Active

Submit

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.22 แสดงการสร้างรายการทัวร์ที่รวมจ่ายในส่วนของการซื้อต่อยอด


**Crosssell**

Name	Service Code	Category	Visibility
<input type="checkbox"/> <a href="#">Kaomai Lanna and Resort</a>	BTH002	<a href="#">Boutique Hotels</a>	Active
<input type="checkbox"/> <a href="#">Tamarind Village</a>	BTH001	<a href="#">Boutique Hotels</a>	Active

Submit

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.23 แสดงการสร้างรายการทัวร์ที่รวมจ่ายในส่วนของการซื้อต่อเนื่อง

 **Chiang Mai Fascination**


 [search >](#)  
You're not login. To view your itinerary, please Login or Create an Account.

[Home](#) | [Cultural Tours & Packages](#) | [Accommodations](#) | [About Us](#) | [Contact Us](#)

[Home](#) > [Cultural Tours & Packages](#) > [Home Stay and Farm Stay Tours](#) > 2 Days 1 Night Memory Night activities Home Stay Local Thai Living (Home Stay Night - Live Like a Local)

### 2 Days 1 Night Memory Night activities Home Stay Local Thai Living (Home Stay Night - Live Like a Local)

This tour is for guests who intend to experience everyday life living with local people in Lanna home as opposed to a hotel or guest house (and be a part of Thai traditional family hood). Observe local lifestyle, language, working and eating habits, culture, and living everyday life with Lanna people. There is no better way to gain experience for life than our Home Stay.



**Working on a rice field**  
Now it's time to actually work in a rice field. Working in a rice field is not an easy task.

[Continue Search](#)
[Add to Itinerary](#)

**Cultural Tours & Packages**

- Agro Tours
- Cultural and Traditional Tours
- Cultural Heritage Tours
- Edu - Meditation Tours
- Ethnic Tours
- Historical Tours
- Home Stay and Farm Stay Tours
- Rural Tours / Village Tours

**Accommodations**

- Boutique Hotels
- Guesthouses
- Short/Long-Term Stay

**DAY 1** | **DAY 2**

<b>08.00</b>	Breakfast at house and relax.
<b>09.00</b>	Walk around the village and observe peoples at work in the fields. You are welcome to watch and work with the farmers in the farm if you want to gain unique experience!! It is also possible to stop at view another scene of agriculture life where local people mainly do garlic and bean plantation (depends on an occasional).
<b>12.00</b>	Picnic lunch with local food which you may never taste before!! Don't worry they are edible and taste good!
<b>13.00</b>	Return to the house and take some time to relax.
<b>13.30</b>	Say good bye to your family and ride back to Chiang Mai.

End of service.

**Tour included**

1. Transportation: Private van, Bicycle
2. Accommodation: 01 Night at Thai family's house
3. Meal: 02 lunches, 01 dinner, 01 breakfast
4. English speaking guide
5. Vat

**Tour Prices (Per Person)**


Program	1 Pax	2-3 Pax	4-5 pax	6-8 pax	9-10 pax
Low: 2010-05-01 to 2010-10-31	4500	4200	2820	2450	2360
High: 2009-11-01 to 2010-04-30	5500	4700	3320	2950	2850

**\*\* Extra:**  
Local Thai music 2,000 Baht  
Local Thai dances 700 Baht/one  
Blessing Ceremony 1,000 Baht.

[Continue Search](#)
[Add to Itinerary](#)


**RELATED PACKAGES**

**2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History...**



2 Days 1 Night Chiangmai - Lampoon - Lampang - Sukhothai & Phisanulok - Departing from Chiang Mai to Lampoon, Kingdom of Hanphunchai. After that proceed to Lampang and ride a horse-drawn carriage. Then, drive further to visit the first Thai Historical Park, Sukhothai and cont. [more information>>](#)




**4 Days 3 Nights Magnificence of Upper North...**



4 Days 3 Nights Chiang Mai - Lampang - Payao - Chiang Rai Indulge in magnificent cultural sites beauty of history, and natural sight seeing of Northern Thailand's 4 important cities including Chiang Mai, Lampang, Payao, and Chiang Rai. ... [more information>>](#)

Home | [Cultural Tours & Packages](#) | [Accommodations](#) | [About Us](#) | [Our Mission Objectives](#) | [Privacy / Security](#) | [Terms and Conditions](#) | [Cancellation / Refund Policy](#)


[Newsletter Sign Up](#)  
 [send >](#)

[Follow Us](#)  
  

**Our Professional Guide**  
Nulla eu nisi lorem, ac consectetur mi. Vivamus semper, lorem vitae lacus luctus, sagittis lobortis ullamcorper diam. ... [more information>>](#)

รูปที่ 4.24 แสดงหน้าจอรายละเอียดของทัวร์เหมาจ่ายซึ่งมีรายการซื้อต่อเนื่องและ/หรือซื้อต่อยอด





**CMF Admin**

HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING **USERS** REVIEW & REPORTS LOG OUT

**Users Management** [Home > Users Management](#)

[View Users Listing](#) **View All Users**

[Add New User](#)

**Users Report**

[View Users' Ages](#)

[View Users' Nationality](#)

NO	Username	Title	First Name	Last Name	Country	Email	Area Code	Phone	Birthday	Modification
1	bobmarley	Mr.	Bob	Marley	United States	<a href="mailto:bobmarlev@gmail.com">bobmarlev@gmail.com</a>	+002	123456	1960-11-22	Edit/Delete
2	chrisacton	Mr.	Christofer	Marley	United States	<a href="mailto:chrisacton@gmail.com">chrisacton@gmail.com</a>	+002	12345678	1960-11-22	Edit/Delete
3	connie	Mr.	Connie	Yuen	Hong Kong	<a href="mailto:connie@netvidator.com">connie@netvidator.com</a>	852	90929676	1970-11-12	Edit/Delete
4	gabriealsaldana	Mr.	Gabriel	Saldana	United Kingdom	<a href="mailto:saldana@gmail.com">saldana@gmail.com</a>	+002	12345678	1960-11-22	Edit/Delete
5	jeremyallison	Mr.	Jeremy	Allison	Canada	<a href="mailto:jeremyallison@gmail.com">jeremyallison@gmail.com</a>	+002	4444444444444444	1980-02-11	Edit/Delete
6	jojo	Mr.	Jojo	Injai	Algeria	<a href="mailto:jojo@gmail.com">jojo@gmail.com</a>	+66	818115	1985-11-09	Edit/Delete
7	klatskous	Miss	Kiet	Skous	United States	<a href="mailto:klatskous@gmail.com">klatskous@gmail.com</a>	+002	12345678	1985-02-24	Edit/Delete
8	lesliehawthorn	Ms.	Leslie	Hawthorn	United States	<a href="mailto:lesliehawthorn@gmail.com">lesliehawthorn@gmail.com</a>	+111	999999999999	1976-06-30	Edit/Delete
9	myers	Mr.	Rob	Myers	United States	<a href="mailto:myers@gmail.com">myers@gmail.com</a>	+999	33333333333333	1972-12-31	Edit/Delete
10	nancy	Miss	Nancy	Jones	United Kingdom	<a href="mailto:nancy@gmail.com">nancy@gmail.com</a>	+01	33333333	1980-01-31	Edit/Delete
11	nicolle	Mr.	Nicolle	Chin	Malaysia	<a href="mailto:nicoline@gmail.com">nicoline@gmail.com</a>	08	0813870491	1980-03-23	Edit/Delete
12	nidcha	Mrs.	Nidcha	Injai	Thailand	<a href="mailto:nidcha@gmail.com">nidcha@gmail.com</a>	+66	53818115	1979-11-23	Edit/Delete
13	oho	Mrs.	Jane	Smith	United States	<a href="mailto:jane_smith@gmail.com">jane_smith@gmail.com</a>	856	12345666	1967-02-09	Edit/Delete
14	paul	Mr.	Paul	Khong	Australia	<a href="mailto:paulkhong@gmail.com">paulkhong@gmail.com</a>	333	1234566	1955-08-03	Edit/Delete
15	prodromou	Mr.	Stav	Prodromou	United States	<a href="mailto:prodromou@gmail.com">prodromou@gmail.com</a>	2222	2222222222222222	1977-08-12	Edit/Delete
16	ron	Mr.	Ron	Ighetzi	United States	<a href="mailto:ronelzi@san.rr.com">ronelzi@san.rr.com</a>	853	4541222	1967-08-30	Edit/Delete
17	shannon	Miss	Shannon	Campbell	United States	<a href="mailto:smc@email.arizona.edu">smc@email.arizona.edu</a>	520	7476212	1970-04-27	Edit/Delete
18	techglance	Ms.	techglance	techglance	Australia	<a href="mailto:techglance@gmail.com">techglance@gmail.com</a>	+002	12345678	1960-11-22	Edit/Delete
19	timbl	Mr.	Tim	Berners-Lee	United States	<a href="mailto:timbl@gmail.com">timbl@gmail.com</a>	2222	22222222222222	1977-08-12	Edit/Delete

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.25 แสดงหน้าจอในส่วนการจัดการประวัติของสมาชิก



**CMF Admin**

HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING **USERS** REVIEW & REPORTS LOG OUT

**Users Management** [Home > Users Management](#) > Add New User

[View Users Listing](#) **Add New User**

[Add New User](#)

**Users Report**

[View Users' Ages](#)

[View Users' Nationality](#)

Username:

Password:

Title:

First Name:

Last Name:

Nationality:

Birthday:  eg YYYY-MM-DD

E-mail:

Phone:

\* indicates required fields

Would you like to hear about the promotional packages from CMF?

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.26 แสดงหน้าจอแสดงการเพิ่มประวัติสมาชิกในส่วนของผู้ดูแลระบบ

**CMF Admin**

HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING USERS REVIEW & REPORTS LOG OUT

**Customers Review Results**

View Customers Review Summary Result

View Customers Review Details

**Customer Review Management**

Add Customer Review

Edit Customer Review

Delete Customer Review

Review Score - What the Numbers Mean

**Report & Compare**

View Tour Report & Compare

**Customers Report**

View Customers' Ages

View Customers' Nationality

Home > Review & Reports > Add Customer Review

**Add Customer Review**

Service Code:  \* View Tour listing & Service Code

Username:  \* View Username

Overall Score:  \* Maximum Score is 10, View "What the Numbers Mean"

Customer Service Score:  \* Maximum Score is 10

Value for Money Score:  \* Maximum Score is 10

Recommend to Friend:  YES  NO \*

Like:

Dont Like:

Other Comments:

Submit

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.27 แสดงหน้าจอเพิ่มความเห็นของลูกค้า

#### 4.4 การรวมระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายเข้าไปในส่วนของผู้ดูแลระบบ

ระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายแบ่งออกเป็น 2 ส่วนประกอบหลักคือ

- ส่วนการออกรายการส่งเสริมการขายสำหรับทัวร์เหมาจ่าย โดยใช้เครื่องมือเจาะลึกการค้นหาและเครื่องมือค้นหาศักยภาพของคูเกิลในการช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นแนวทางในการออกโปรโมชั่นต่างๆ อาทิ ระยะเวลาที่เหมาะสมในการออกแบบทัวร์เหมาจ่าย และโปรโมชั่นทัวร์เหมาจ่าย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยแยกตามถิ่นที่อยู่ เป็นต้น
- ส่วนการแสดงผลความคิดเห็นของลูกค้านักท่องเที่ยวและรายงานต่างๆ โดยมีการพัฒนาโดยใช้พีเอสทีสคริปต์ดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลนำมาแสดงผ่านแผนภูมิคูเกิล โดยเลือกใช้แผนภูมิที่มีอยู่ในคูเกิลชาร์ทไลเบอรีตามความเหมาะสม ซึ่งในการศึกษาวิจัยนี้จะใช้วิธีเรียกแสดงผลแผนภูมิโดยการร้องขอยูอาร์แอลอย่างง่ายที่เรียกว่าชาร์ทเอพีไอ

#### 4.4.1 ผลการวิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้ใช้

เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวและทัวร์โอเปอเรเตอร์หน้าใหม่ในธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจึงมีความต้องการที่จะปรับปรุงคุณภาพของทัวร์นำเที่ยวเหมาจ่ายของตนเอง และนำเสนอรายการนำเที่ยวใหม่ๆ ให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า โดยการรวบรวมความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์หลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมทั้งหมดในการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นการประกันว่าองค์กรได้รับข้อมูลที่ต้องการจากลูกค้าแน่นอน และนำเข้าสู่ข้อมูลดิบเหล่านั้นเข้าสู่โปรแกรมเพื่อให้คำนวณคะแนน โดยเฉลี่ยของแต่ละรายการ และนำเสนอข้อมูลเหล่านั้นโดยการประยุกต์การนำเสนอผ่านแผนภูมิภูิกเกิดพร้อมทั้งเตรียมพร้อมด้านการนำเสนอทางเลือกและการสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าที่ต้องการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับทัวร์เหมาจ่ายและบริการของบริษัทผ่านเว็บไซต์ด้วยตนเองในอนาคต

ในส่วนของรายงานต่างๆ เพื่อเป็นส่วนประกอบในการสนับสนุนการตัดสินใจ บริษัทต้องการให้มีนำข้อมูลการท่องเที่ยวที่เก็บรวบรวมมาได้นำมาจัดเป็นกลุ่มๆ (Category Data) ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไปในอนาคต โดยมีการนำเสนอข้อมูลผ่านแผนภูมิภูิกเกิด ตัวอย่างของข้อมูลเช่น การจำแนกนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการตามถิ่นที่อยู่ ในเบื้องต้นจำแนกตามประเทศหรือทวีป ปริมาณการจองทัวร์เหมาจ่ายในแต่ละช่วงเวลา และประเภทของทัวร์เหมาจ่ายที่นักท่องเที่ยวสนใจจากปริมาณการจอง เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังต้องการให้มีส่วนชี้แนะในการออกรายการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม อาทิเช่น ช่วงเวลาในการออกแบบรายการโปรโมชั่น ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการโปรโมทรายการส่งเสริมการขายต่างๆ หรือการเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สนใจรายการทัวร์เหมาจ่ายนั้นๆ โดยแยกตามถิ่นที่อยู่ เป็นต้น

#### 4.4.2 ผลการวิเคราะห์และการออกแบบระบบด้วยยูเอ็มแอล

หลังจากขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้และความต้องการของระบบสนับสนุนการตัดสินใจนี้แล้วได้มีการออกแบบระบบด้วยการใช้ยูเอ็มแอลในรูปแบบของยูสเคสไดอะแกรม (รูปที่ 4.28) โดยมีแอกเตอร์เป็นผู้ดูแลระบบ โดยมีส่วนประกอบหลักๆ คือ ส่วนเครื่องมือการค้นหาของภูิกเกิด และส่วนรายงานความคิดเห็นของลูกค้าและรายงานทัวร์เหมาจ่าย (Google Search Tool, Customers Review and Tour Reports) และมีรายละเอียดยูสเคสดังต่อไปนี้

- เข้าสู่ระบบ
- ดูสรุปความคิดเห็นของลูกค้า (View Customers Review Summary Result) ในรูปแบบคะแนนเป็นเปอร์เซ็นต์

- ดูข้อมูลรายละเอียดความคิดเห็นของลูกค้า (View Customer Review Detail) โดยมี ส่วนการแสดงผลระดับคะแนนผ่านแผนภูมิวงกลม
- ดูรายงานการจองทัวร์เหมาจ่ายและการเปรียบเทียบในแต่ละช่วงเวลาที่กำหนดใน หน่วยเดือนและปี (View Tour Report & Compare)
- ดูข้อมูลลูกค้าจำแนกตามช่วงอายุ (View Customers' Age Summary)
- ดูข้อมูลลูกค้าจำแนกตามถิ่นที่อยู่ (View Customers' Country)
- ค้นหา 키워ด์ โดยใช้เครื่องมือค้นหา 키워ด์ของกูเกิล (Google Adwords Tool)
- การใช้เครื่องมือเจาะลึกการค้นหาของกูเกิล (Google Insight for Search)

#### 4.4.3 ผลการทำงานระบบโดยรวม ในส่วนติดต่อกับผู้ใช้และการแสดงผล

การพัฒนากระบวนงานสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายในส่วนที่ 4 ตามมาตรฐานการประกันคุณภาพกระบวนการผลิตซอฟต์แวร์ ISO 12207 และตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานจากการทดสอบการยอมรับซอฟต์แวร์ ผลลัพธ์การทำงานของระบบโดยรวมด้านส่วนติดต่อกับผู้ใช้ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

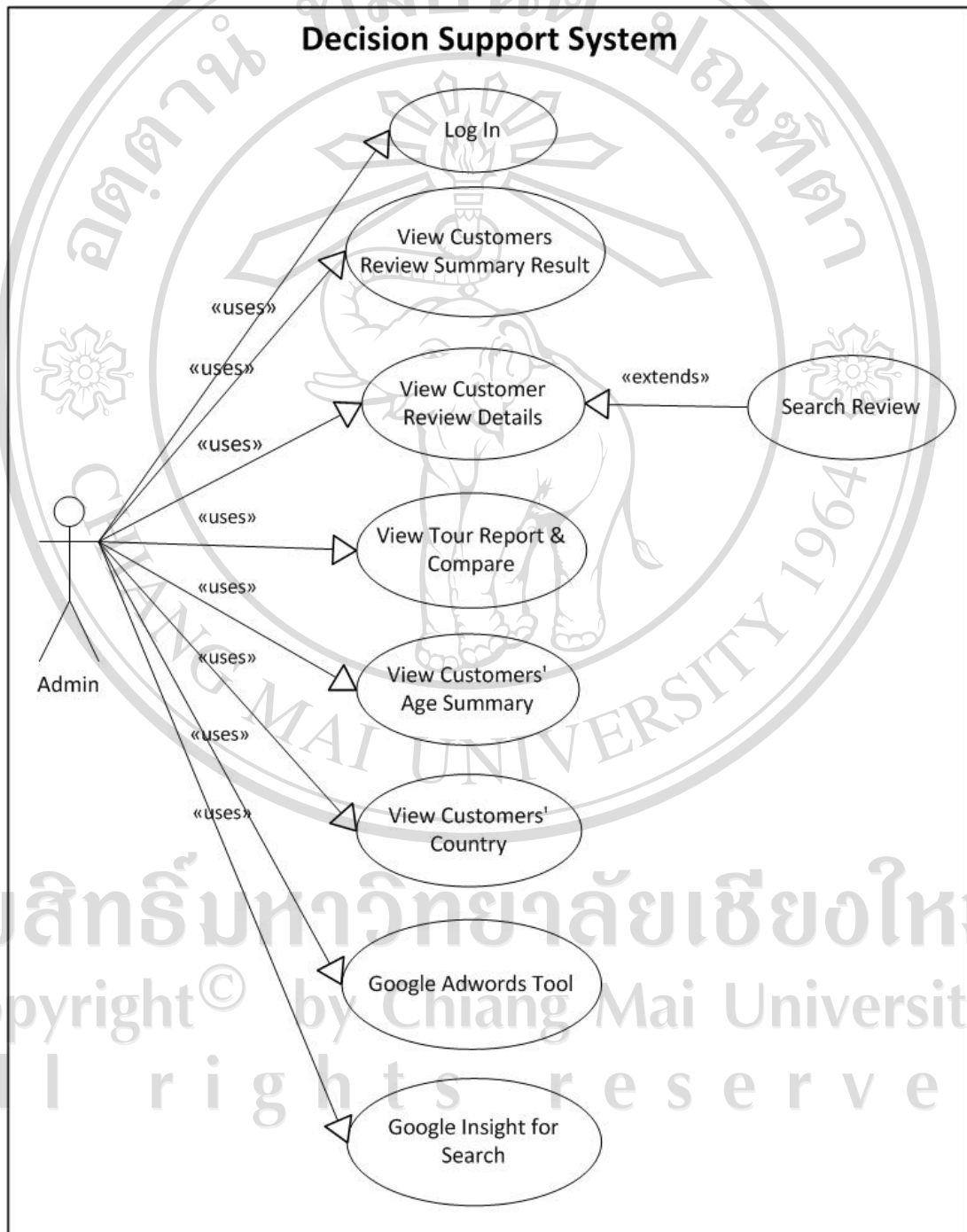
1) ส่วนเครื่องมือการค้นหาของกูเกิล ประกอบด้วยเครื่องมือเจาะลึกการค้นหาของกูเกิล และเครื่องมือค้นหา 키워ด์ของกูเกิล

ในหน้าจอเครื่องมือเจาะลึกการค้นหาของกูเกิล (รูปที่ 4.29) ผู้ใช้สามารถค้นหาโดยใช้คำ 키워ด์เปรียบเทียบได้ถึง 5 วลี (Keyword Phrases) และสามารถกรองการค้นหาในแต่ละครั้งโดยมีทางเลือกต่างๆ อาทิเช่น ค้นหาเฉพาะเว็บไซต์ ค้นหาเฉพาะที่ตั้งที่กำหนด การค้นหาในช่วงเวลาเป็นเดือนหรือปี และการค้นหาโดยแยกตามหมวดหมู่ต่างๆ เป็นต้น

ทั้งนี้ถ้าหากว่าผู้ใช้ไม่ทราบควรจะใช้คำค้นหาใดในเครื่องมือเจาะลึกการค้นหาแล้ว ผู้ดูแลระบบสามารถใช้เครื่องมือค้นหา 키워ด์ของกูเกิลได้ (รูปที่ 4.30) ซึ่งเครื่องมือนี้มีประโยชน์ในการค้นหา 키워ด์ที่มีปริมาณคำค้นหาจำนวนมาก หรือค้นหา 키워ด์เพื่อที่จะนำไปเปรียบเทียบ ประกอบกับการใช้เครื่องมือเจาะลึกการค้นหาของกูเกิล ได้เป็นอย่างดี ซึ่งการใช้เครื่องมือนี้เป็นเพียงการหาแนวความคิดในการใช้คำ 키워ด์ในเบื้องต้น โดยมีทางเลือกในการกรองการค้นหาคือ เลือกภาษา และประเทศเป้าหมายที่ต้องการ

นอกจากนี้ผู้ใช้สามารถใช้เครื่องมืออื่นๆ ที่ไม่ได้นำเสนอในที่นี้ร่วมด้วย เช่น เครื่องมือแนะนำคำ 키워ด์ (Suggestion Tool) ซึ่งจะแสดงในส่วนบาร์ที่ให้คำ 키워ด์ของเซิร์ชเอนจินสำคัญๆ เช่น กูเกิล หรือ ยะฮู เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากภายหลังที่มีเครื่องมือแนะนำคำ 키워ด์นี้ ทำให้พฤติกรรมการค้นหาของผู้ใช้ทั่วโลกค่อยๆ เปลี่ยนไป มีการค้นหาโดยอาศัยคำ 키워ด์แนะนำเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น

การใช้คีเวิร์ดแนะนำที่อยู่ลำดับต้นๆ ของคำแนะนำจึงมีโอกาสที่ผู้ใช้จะคลิกมากกว่าลำดับล่างๆ หรือการจัดกลุ่มคำที่เกี่ยวข้องและนำมาเปรียบเทียบรวมกัน จะทำให้ผู้ที่ต้องทำการตัดสินใจได้เห็นผลลัพธ์ที่มีความแน่นอนมากขึ้น จากข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่ชัดเจนมากขึ้นนั่นเอง



รูปที่ 4.28 แสดงแผนภาพยูสเคสและความสัมพันธ์ของยูสเคสในส่วนที่ 4 ระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่าย

**CMF Admin**

ADMIN HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING INFO USERS REPORTS LOG OUT

Google Keywords Tool  
Google Insight for Search  
Keywords Research Guideline - Step by Step

Google Insights for Search beta

Compare by: Search terms, Locations, Time Ranges

Search terms: All search terms

Filter: Web Search, Worldwide, 2004 - present, All Categories

See what the world is searching for.

With Google Insights for Search, you can compare search volume patterns across specific regions, categories, time frames and properties. See [examples](#) of how you can use Google Insights for Search.

**Categories**  
Narrow data to specific categories, like finance, health, and sports.  
Examples: [apple in the Food and Drink category in the US](#) | [The top vehicle brands in France \(last 30 days\)](#)

**Seasonality**  
Anticipate demand for your business so you can budget and plan accordingly.  
Examples: [hotel in 2009, 2007...](#) | [basketball in 2009, 2007...](#)

**Geographic distribution**  
Know where to find your customers. See how search volume is distributed across regions and cities.  
Examples: [pizza in Italy vs. the USA](#) | [kangaroo in United States vs. Australia](#)

**Properties**  
See search patterns in other Google properties.  
Examples: [Rising product searches in the USA \(last 30 days\)](#) | [Rising image searches in France \(last 30 days\)](#)

©2010 Google - [Terms of Use](#) - [Privacy Policy](#) - [Insights for Search Help Center](#)

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.29 แสดงหน้าจอของเครื่องมือเจาะลึกการค้นหาของกูเกิล

**CMF Admin**

HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING USERS REVIEW & REPORTS LOG OUT

Google Keywords Tool  
Google Insight for Search  
Keywords Research Guideline - Step by Step

Google AdWords

New! Check out the new Keyword Tool (beta).

**Keyword Tool**

Use the Keyword Tool to get new keyword ideas. Select an option below to enter a few descriptive words or phrases, or type in your website's URL. [Keyword Tool Tips](#)

**Important note:** We cannot guarantee that these keywords will improve your campaign performance. We reserve the right to disapprove any keywords you add. You are responsible for the keywords you select and for ensuring that your use of the keywords does not violate any applicable laws.

Want more keyword ideas? Try the [Search-based Keyword Tool](#), a new tool that will generate ideas matched to your website.

Results are tailored to the languages and countries you choose below:

English, Chinese (simplified), Chinese (traditional), Danish, Dutch, Finnish

All Countries and Territories, United States, Australia, Austria, Belgium

How would you like to generate keyword ideas? Enter one keyword or phrase per line:

Descriptive words or phrases (e.g. green tea)  
Website content (e.g. www.example.com/product?id=748933)

Use synonyms  
Type the characters you see in the picture below.

angbn

Letters are not case-sensitive

Filter my results  
Get keyword ideas

**Selected Keywords:**

To advertise with these keywords on Google, export them in TEXT or CSV format. Click 'Sign up for AdWords' to create your AdWords account, then paste the keywords into your new campaign.

No keywords added yet  
Add your own keywords  
Sign up for AdWords

©2010 Google - [AdWords Home](#) - [Advertising Policies](#) - [Privacy Policy](#) - [Contact Us](#)

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.30 แสดงหน้าจอของเครื่องมือค้นหา 키워ด์ของกูเกิล

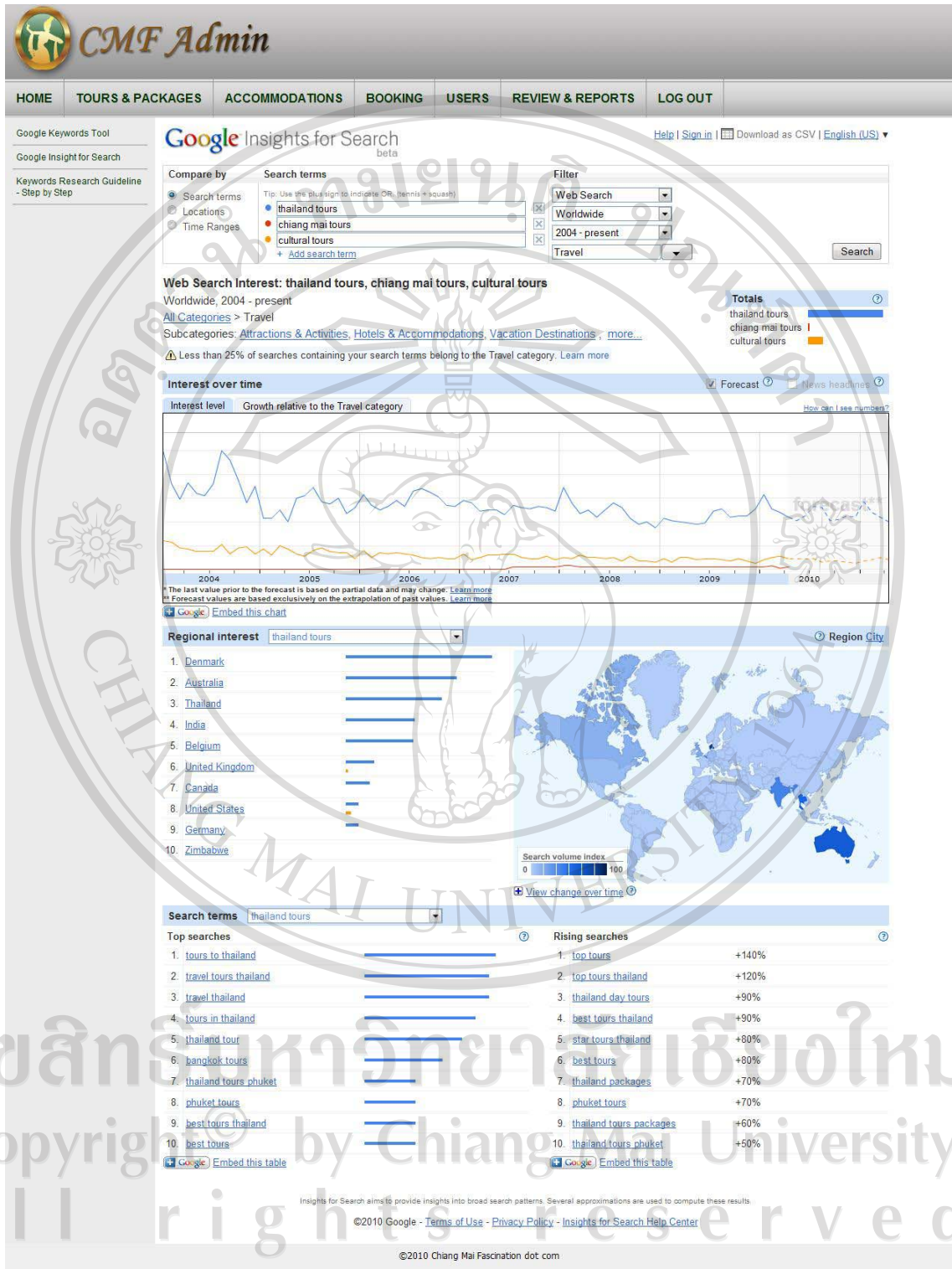
ตัวอย่างที่ 1 ในการใช้เครื่องมือเจาะลึกการค้นหาของกูเกิล โดยการใส่คีย์เวิร์ด Thailand Tours, Chiang Mai Tours และ Culture Tours โดยเลือกเงื่อนไขการกรองการค้นหาเฉพาะเว็บไซต์ทั่วโลกจากปีค.ศ. 2004 ถึงปัจจุบัน เฉพาะในหมวดหมู่การท่องเที่ยว ซึ่งผลลัพธ์การค้นหาจะแสดงระดับความน่าสนใจในรูปแบบกราฟ เฉพาะเว็บไซต์เป็นภาษาอังกฤษ และแนวโน้มระดับความสนใจหลังจากเดือนเมษายน ค.ศ. 2010 เป็นต้นไป และยังพบว่าคำว่า Thailand Tours มีระดับความสนใจสูงสุด 3 ลำดับแรกในประเทศเดนมาร์ก ออสเตรเลีย และประเทศไทย และยังพบว่าเรื่องที่น่าทึ่งที่สุดก็คือเนื้อหาประเภท Top Tours Thailand และ Best Tours Thailand เป็นต้น (รูป 4.31 ก.)

เมื่อสังเกตอัตราการเติบโตของระดับความสนใจ (Growth relative to the Travel Category) เมื่อค้นหาด้วยคีย์เวิร์ด Chiang Mai Tours (รูป 4.31 ข.) แล้วพบว่าผลลัพธ์การพัฒนาของระดับความสนใจในหมวดหมู่การท่องเที่ยว ซึ่งมีแนวโน้มที่ควรที่จะเพิ่มขึ้น แต่ในช่วงเดือนเมษายน ค.ศ. 2010 เป็นต้นไปกลับลดลง ซึ่งเป็นไปได้ว่าจะมีสาเหตุเนื่องมาจากปัญหาการเมืองในช่วงเวลาดังกล่าวนั่นเอง

นอกจากนี้ เมื่อทำการค้นหาในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จำแนกตามถิ่นที่อยู่ และสังเกตในส่วนที่แสดงอันดับคีย์เวิร์ดที่มีปริมาณการค้นหาสูงสุด (Top Searches) หรืออันดับคีย์เวิร์ดที่มีปริมาณการค้นหาเพิ่มสูงขึ้น (Rising Search) ดังรูปที่ 4.31 ค. จะพบว่าประเทศที่ให้ความสนใจทัวร์เหมาจ่ายเชิงวัฒนธรรม โดยไม่ได้ระบุประเทศเป้าหมายปลายทางที่ต้องการท่องเที่ยว (Destination) ได้แก่ ประเทศอเมริกา และอังกฤษ และพบว่าหมวดหมู่ย่อยของทัวร์เหมาจ่ายเชิงวัฒนธรรมที่มีคนให้ความสนใจในระดับสูงคือ ทัวร์นำเที่ยวชมมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage Tours) เป็นต้น

ตัวอย่างที่ 2 แสดงผลลัพธ์จากการทดลองค้นหาความสนใจด้วยคีย์เวิร์ด Historical Tour, Home Stay Tour, Farm Stay Tour, Rural Tour และ Village Tour (รูปที่ 4.32 ก.) โดยไม่ได้ระบุประเทศเป้าหมายปลายทาง พบว่าคีย์เวิร์ดที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ Village Tour และประเทศที่ให้ความสนใจในทัวร์เหมาจ่ายเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tour) คือประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสเปนให้ความสนใจทัวร์เหมาจ่ายแบบ Rural Tour มากที่สุด (รูปที่ 4.32 ข.) และประเทศที่ให้ความสนใจทัวร์เหมาจ่ายแบบ Village Tour คือประเทศอิตาลี ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และแคนาดา (รูปที่ 4.32 ค.)

ตัวอย่างที่ 3 เป็นการค้นหาเพื่อกำหนดช่วงเวลาที่ควรออกแบบทัวร์เหมาจ่าย ช่วงเวลาในการโปรโมททัวร์ รวมไปถึงการค้นหาในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแต่ละรายการทัวร์ ซึ่งในตัวอย่างนี้จะทำการค้นหาผลลัพธ์สำหรับรายการทัวร์ท่องเที่ยวในช่วงสงกรานต์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้คำค้นหา Chiang Mai Songkran ประกอบกับคำว่า Water Festival ดังรูปที่ 4.33 และ 4.34 ตามลำดับ



รูปที่ 4.31 ก. แสดงหน้าจอเจาะลึกการค้นหาโดยใช้คีย์เวิร์ด Thailand Tours, Chiang Mai Tours และ Culture Tours



**Web Search Interest: thailand tours, chiang mai tours, cultural tours**

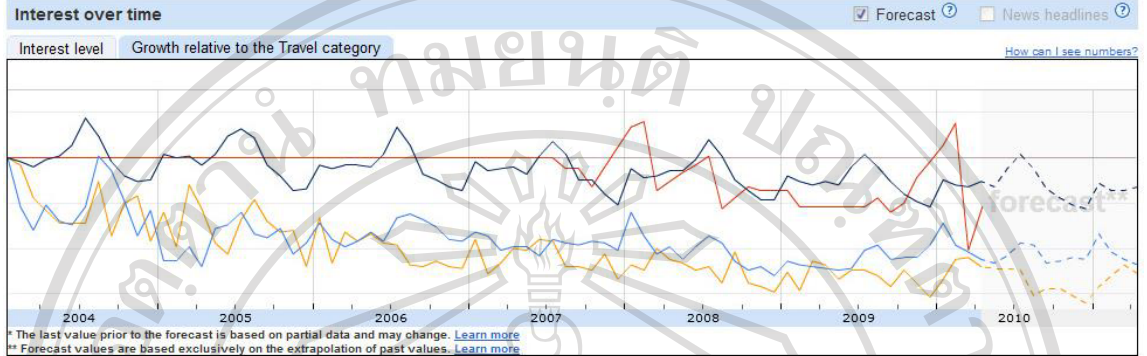
Worldwide, 2004 - present

[All Categories](#) > Travel

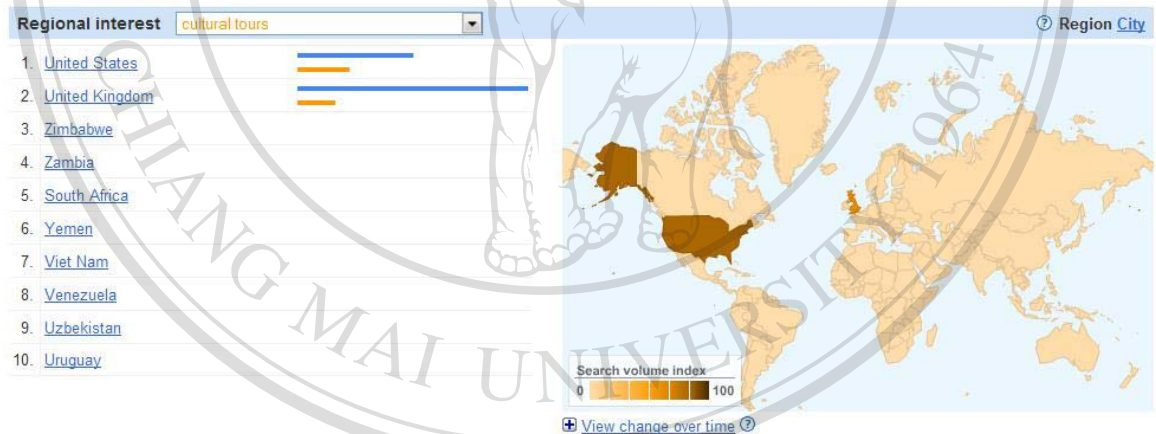
Subcategories: [Attractions & Activities](#), [Hotels & Accommodations](#), [Vacation Destinations](#), [more...](#)

⚠ Less than 25% of searches containing your search terms belong to the Travel category. [Learn more](#)

Totals	
thailand tours	<div style="width: 100%;"></div>
chiang mai tours	<div style="width: 10%;"></div>
cultural tours	<div style="width: 10%;"></div>



รูปที่ 4.31 ข. แสดงผลลัพธ์การพัฒนารูปแบบของระดับความสนใจในหมวดหมู่การท่องเที่ยวเมื่อค้นหาด้วยคีย์เวิร์ด Chiang Mai Tours



**Search terms** **cultural tours**

Top searches	Rising searches
1. <a href="#">cultural travel tours</a>	1. <a href="#">world cultural tours</a> Breakout
2. <a href="#">polynesian cultural center</a>	2. <a href="#">pearl harbor tours</a> Breakout
3. <a href="#">gahu tours</a>	3. <a href="#">gahu tours</a> Breakout
4. <a href="#">cultural heritage tours</a>	4. <a href="#">ef cultural tours</a> Breakout
5. <a href="#">pearl harbor tours</a>	5. <a href="#">cultural tours europe</a> Breakout
6. <a href="#">world cultural tours</a>	6. <a href="#">cultural heritage tours</a> Breakout
7. <a href="#">ef cultural tours</a>	7. <a href="#">chicago cultural tours</a> Breakout
8. <a href="#">cultural tours india</a>	8. <a href="#">polynesian cultural center</a> +50%
9. <a href="#">cultural tours europe</a>	

[Google](#) [Embed this table](#)

รูปที่ 4.31 ค. แสดงผลการค้นหาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จำแนกตามถิ่นที่อยู่ แสดงอันดับคีย์เวิร์ดที่มีปริมาณการค้นหาสูงสุด และอันดับคีย์เวิร์ดที่มีปริมาณการค้นหาเพิ่มสูงขึ้น

The screenshot displays the CMF Admin dashboard with a navigation menu (HOME, TOURS & PACKAGES, ACCOMMODATIONS, BOOKING, USERS, REVIEW & REPORTS, LOG OUT) and a sidebar with tools like Google Keywords Tool and Google Insight for Search. The main content area features Google Insights for Search results for the term 'cultural tours'.

**Search terms:** cultural tours, thailand tours, chiang mai tours, thailand cultural tours, chiang mai cultural tours.

**Web Search Interest:** cultural tours, thailand tours, chiang mai tours, thailand cultural tours, chiang mai cultural tours. Worldwide, 2004 - present.

**Interest over time:** A line chart showing search interest from 2004 to 2010. The x-axis represents years, and the y-axis represents interest level. A red line shows the actual data, and a blue line shows the forecast. A watermark 'Nesocas\*\*\*' is visible on the chart.

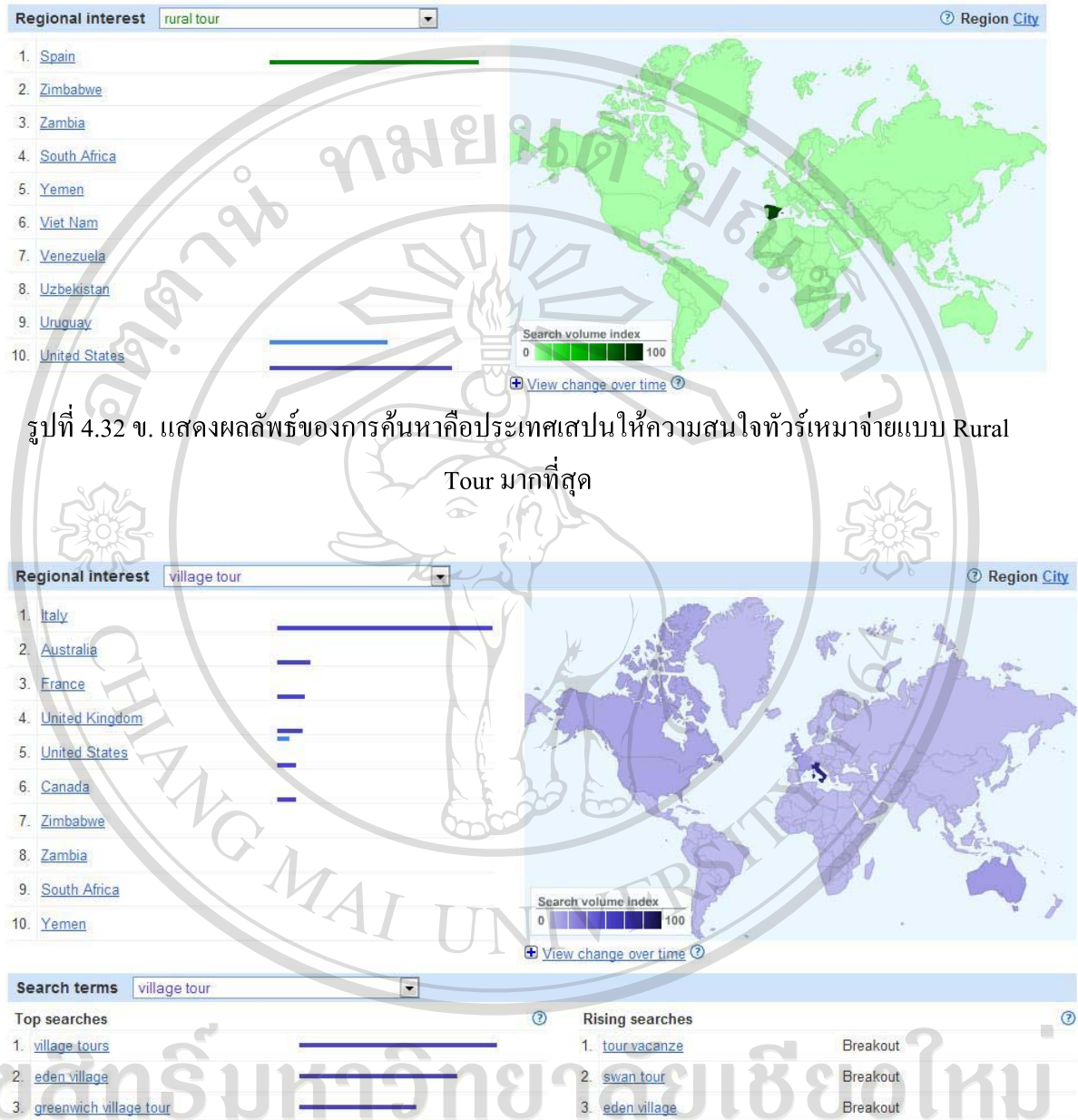
**Regional interest:** A list of countries and a world map showing search volume index. The top 10 countries are: 1. United States, 2. United Kingdom, 3. Zimbabwe, 4. Zambia, 5. South Africa, 6. Yemen, 7. Viet Nam, 8. Venezuela, 9. Uzbekistan, 10. Uruguay.

**Search terms:** cultural tours

Top searches	Rising searches
1. cultural travel tours	1. world cultural tours Breakout
2. cultural travel	2. pearl harbor tours Breakout
3. polynesian cultural center	3. oahu tours Breakout
4. pahu tours	4. af cultural tours Breakout
5. cultural heritage tours	5. cultural tours europe Breakout
6. india cultural tours	6. cultural heritage tours Breakout
7. pearl harbor tours	7. chicago cultural tours Breakout
8. chicago cultural tours	8. polynesian cultural center +50%
9. world cultural tours	
10. af cultural tours	

Copyright © 2010 Chiang Mai Fascination dot com

รูปที่ 4.32 ก. แสดงผลลัพธ์จากการค้นหาความสนใจด้วยคีย์เวิร์ด Historical Tour, Home Stay Tour, Farm Stay Tour, Rural Tour และ Village Tour

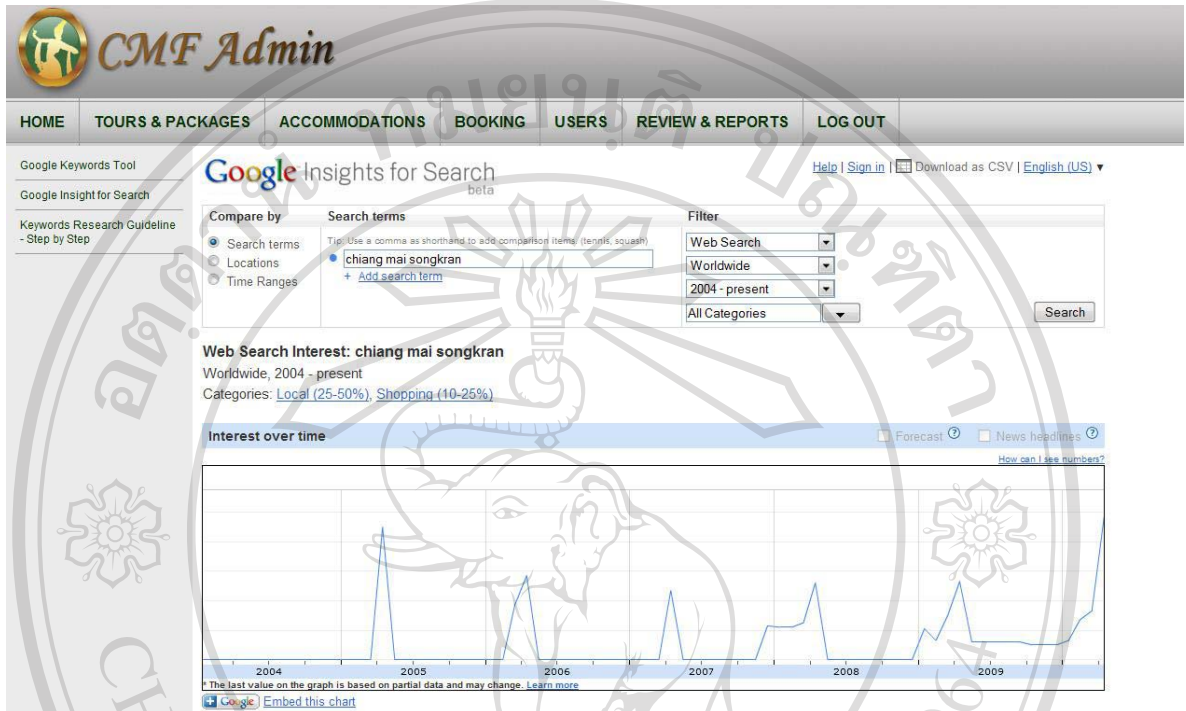


รูปที่ 4.32 ข. แสดงผลลัพธ์ของการค้นหาคือประเทศสเปนให้ความสนใจทัวร์เหมาจ่ายแบบ Rural Tour มากที่สุด

รูปที่ 4.32 ค. แสดงผลลัพธ์ของการค้นหาว่าประเทศอิตาลีคือประเทศที่ให้ความสนใจทัวร์เหมาจ่ายแบบ Village Tour มากที่สุด

เมื่อทดลองค้นหาด้วยคีย์เวิร์ด Chiang Mai Songkran พบว่าจากสถิติการค้นหาในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 2007 – 2010 มีแนวโน้มการค้นหาสูงขึ้นในช่วงเดือนพฤศจิกายนจนถึงเมษายนของปีถัดไป ดังนั้นจะพบว่าช่วงเวลาของบริษัทควรจะวางแผนทัวร์เหมาจ่ายเพื่อชมประเพณีสงกรานต์

เชียงใหม่ของปีถัดไป ในช่วงเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายนของปีนี้ และนำเสนอการส่งเสริมการขาย  
ทัวร์นี้ในช่วงเดือนพฤศจิกายนหรือตุลาคมของปีนี้ไปจนถึงเดือนเมษายนปีหน้า



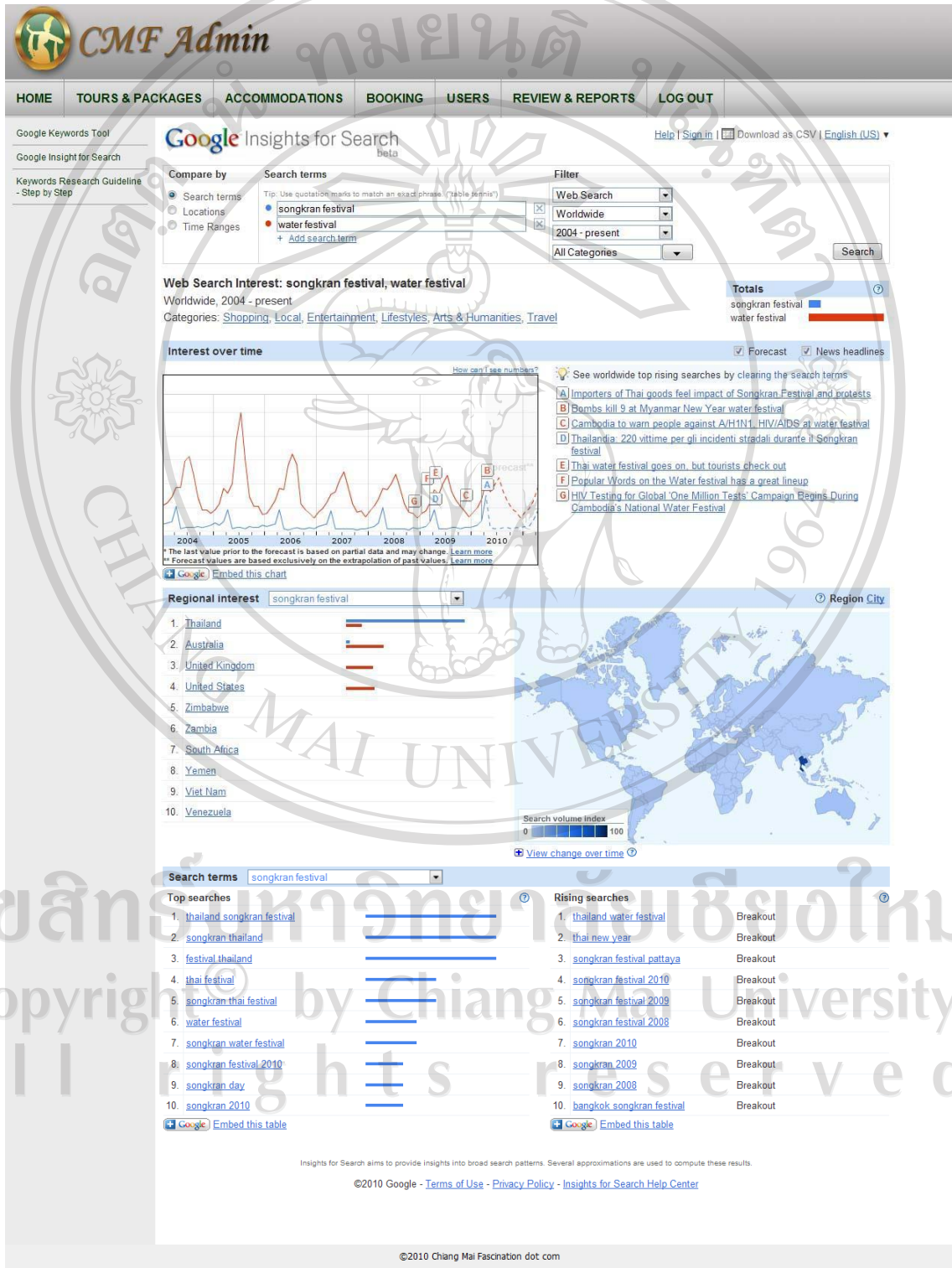
รูปที่ 4.33 แสดงผลลัพธ์การค้นหาด้วยคำว่า Chiang Mai Songkran

เมื่อทำการทดลองค้นหาอีกครั้งด้วยคีย์เวิร์ด Songkran Festival และ Water Festival (รูปที่ 4.33) พบว่าประเทศที่ให้ความสนใจได้แก่ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และประเทศไทย และประเทศเป้าหมายปลายทางที่ได้รับความสนใจมากที่สุดคือประเทศไทย รวมไปถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสงกรานต์ที่ได้รับความสนใจคือ สงกรานต์ในประเทศไทยเริ่มขึ้นแต่นักท่องเที่ยวเช็กเอาท์ (Thai water festival goes on, but tourists check out) และกัมพูชาเตือนประชาชนต่อต้านเอคส์ในช่วงประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

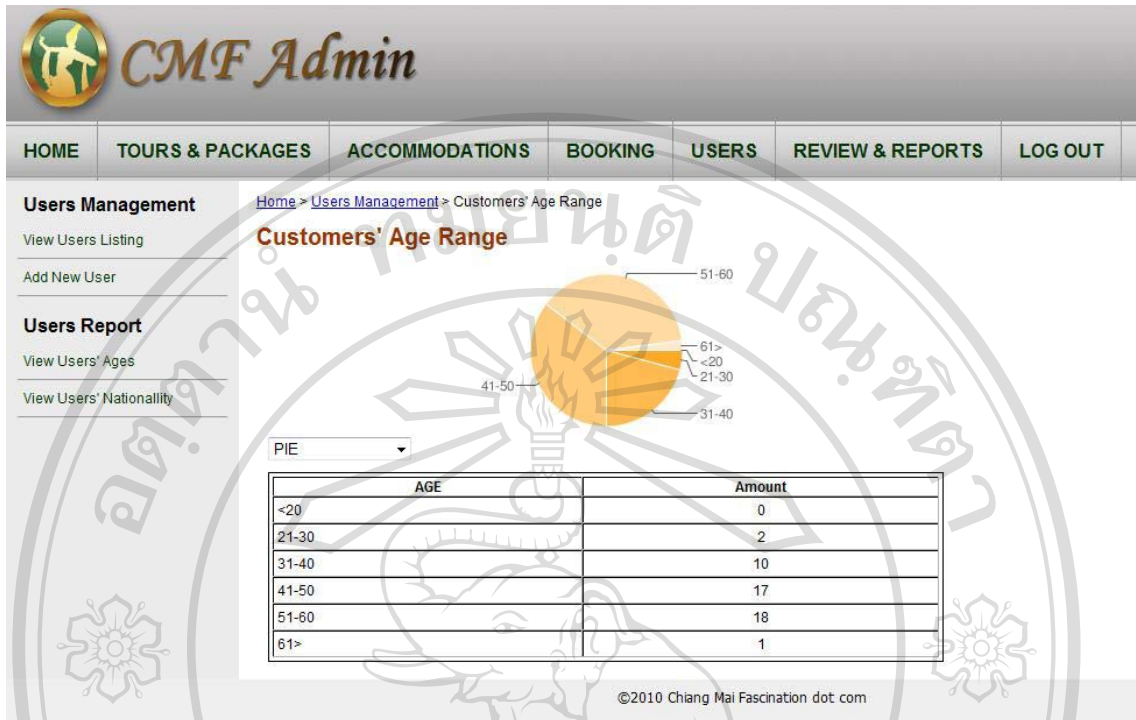
2) ส่วนแสดงรายงานความคิดเห็นของลูกค้า และประวัติของลูกค้าผ่านแผนภูมิวงกลมประกอบด้วย

รายงานช่วงอายุของลูกค้า โดยจำแนกเป็นช่วงๆ ตั้งแต่ อายุน้อยกว่า 20 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี อายุ 51-60 ปี และมากกว่า 60 ปี โดยนำเสนอผ่านแผนภูมิวงกลมในรูปแบบแผนภูมิวงกลมสองมิติ (Pie Chart) แผนภูมิวงกลมสามมิติ (3Ds Pie Chart) และแผนภูมิแท่ง (Vertical Bar Chart) ดังแสดงในรูปที่ 4.35, 4.36 และ 4.37 ตามลำดับ

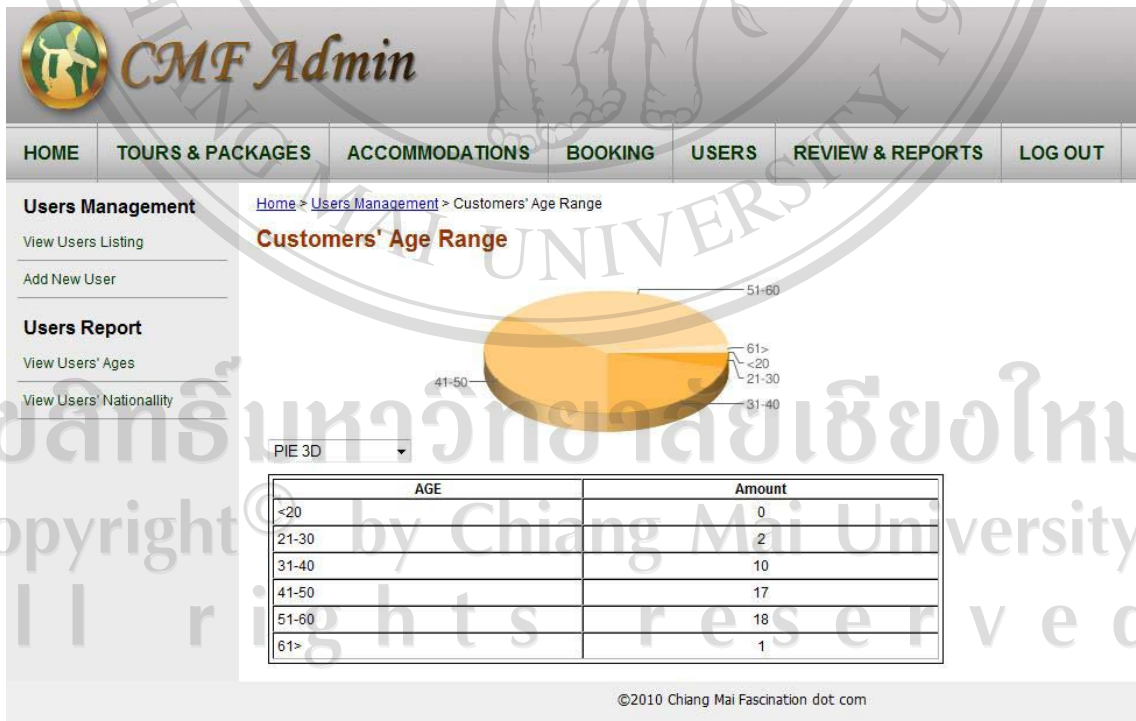
รายงานจำนวนลูกค้าโดยจำแนกตามถิ่นที่อยู่ในแต่ละประเทศ โดยใช้แผนที่โลกของกูเกิลแมพ และมีระดับความเข้มของสีแสดงความหนาแน่นของข้อมูลของยูสเซอร์ในแต่ละประเทศ ดังแสดงในรูปที่ 4.38



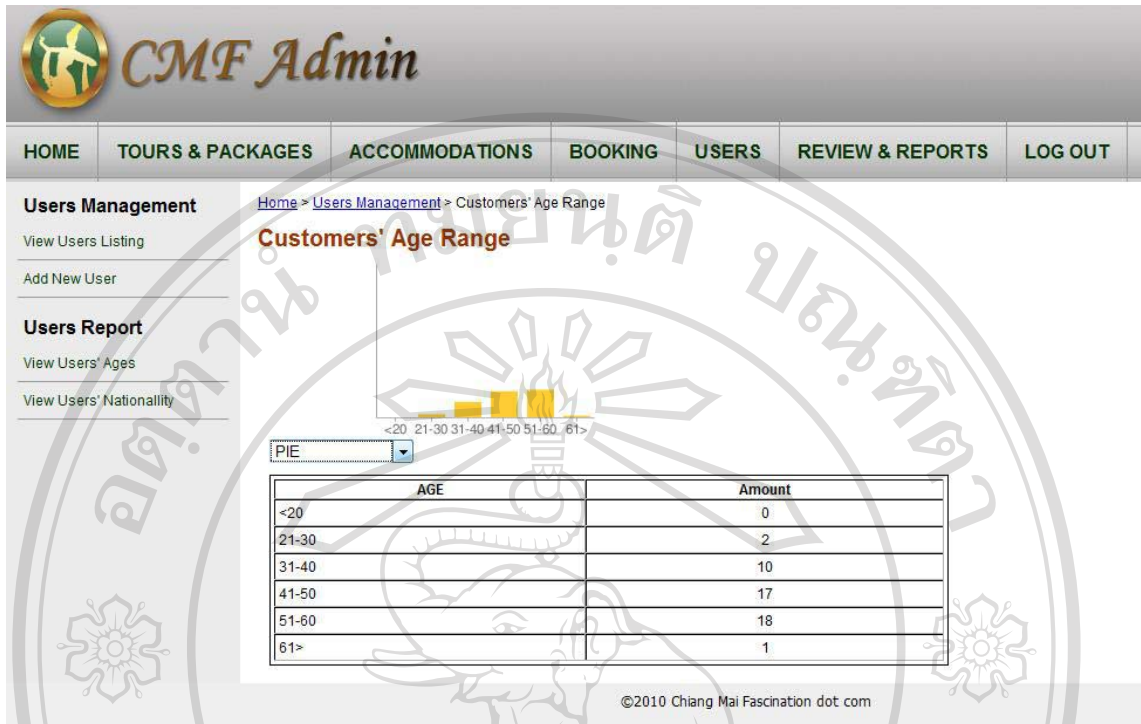
รูปที่ 4.34 แสดงผลลัพธ์จากการค้นหาด้วยคีย์เวิร์ด Songkran Festival และ Water Festival



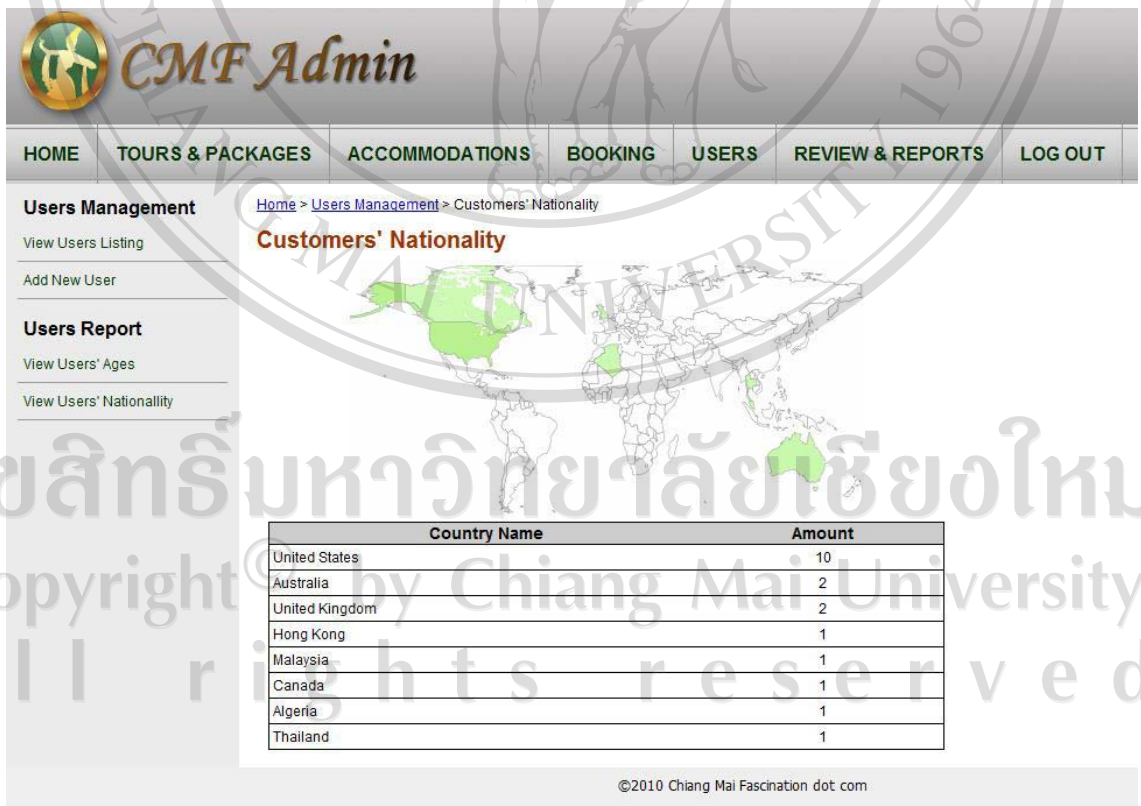
รูปที่ 4.35 แสดงช่วงอายุลูกค้าในรูปแบบแผนภูมิวงกลมสองมิติ



รูปที่ 4.36 แสดงช่วงอายุลูกค้าในรูปแบบแผนภูมิวงกลมสามมิติ



รูปที่ 4.37 แสดงช่วงอายุลูกค้าในรูปแบบแผนภูมิแท่ง



รูปที่ 4.38 แสดงถิ่นที่อยู่ของสมาชิกเชิงปริมาณโดยใช้แผนที่โลก และมีระดับความเข้มของสีแสดงความหนาแน่นของข้อมูล

ส่วนแสดงสรุปความคิดเห็นของลูกค้า จะทำการคำนวณคะแนนของส่วน Customer Service, Value for Money และ Overall Score โดยใช้พีเอชพีสคริปต์คำนวณจากสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Customer Service Score} &= \frac{\text{ผลรวมของคะแนน Customer Service ทั้งหมด} \times 100}{\text{จำนวนลูกค้าที่โหวต}} \\ \text{Value for Money Score} &= \frac{\text{ผลรวมของคะแนน Value for Money ทั้งหมด} \times 100}{\text{จำนวนลูกค้าที่โหวต}} \\ \text{Overall Score} &= \frac{\text{Customer Service Score} + \text{Value for Money}}{2} \end{aligned}$$

จากสูตรคำนวณข้างต้น จะได้ผลลัพธ์ออกมาในหน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ ซึ่งแสดงผลโดยใช้แผนภูมิภูมิกูเกิลแบบ Google-O-Meter Charts (GOM) ดังแสดงในรูปที่ 4.39 และสามารถจำแนกพร้อมทั้งอธิบายความหมายได้ ดังนี้

**คะแนน 100% Perfect** คือ ระดับสูงสุด ซึ่งในทางปฏิบัติเป็นไปได้ยากที่ตัวราชการใดจะได้คะแนนในระดับนี้ อย่างไรก็ตามหากตัวใดได้รับคะแนนดังกล่าวก็ไม่มี ความจำเป็นต้องปรับปรุงใดๆ ในช่วงเวลานั้น และควรนำไปเป็นตัวอย่างสำหรับการออกแบบตัวอื่นที่คล้ายคลึงกัน

**คะแนน 90 - 99% Excellent** คือ ระดับยอดเยี่ยม แสดงว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อตัวราชการอย่างมาก จึงไม่จำเป็นต้องมีการปรับปรุงใดๆ และควรนำไปเป็นตัวอย่างสำหรับการออกแบบตัวราชการอื่นที่คล้ายคลึงกัน

**คะแนน 80 - 89% Very good** คือ ระดับดีมาก และยังไม่จำเป็นต้องปรับปรุงใดๆ และควรนำไปเป็นตัวอย่างสำหรับการออกแบบตัวราชการอื่นที่คล้ายคลึงกัน

**คะแนน 70 - 79% Good** คือ ระดับดี ตัวที่ ได้รับคะแนนในระดับนี้จะมีข้อเสียที่ไม่ได้สำคัญมากนัก ดังนั้นการจะพิจารณาปรับปรุงหรือไม่ อย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจผู้ทำการตัดสินใจ

**คะแนน 60 - 69% Fair** คือ ระดับพอใช้ โดยทั่วไปคะแนนในระดับนี้คือค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในตัวราชการ แสดงให้เห็นว่าตัวนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสีย และไม่มี ความโดดเด่น ถ้าหากตัวราชการนี้มีราคาต่ำ ก็อาจจะมีลูกค้าสนใจเอง แต่ถ้าหากตรงกันข้ามลูกค้าก็จะมองหาตัวอื่นที่ดีกว่า จึงควรปรับปรุงราชการตัวนี้ตามข้อสรุปผู้ร่วมทำการตัดสินใจ โดยพิจารณาจากความคิดเห็นของลูกค้าเป็นหลัก

**คะแนน 50 - 59% Mediocre** คือระดับปานกลาง โดยทั่วไปคะแนนในระดับนี้คือค่าเฉลี่ยในแง่ลบของความพึงพอใจในตัวราชการ แสดงให้เห็นว่าตัวนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสียที่มีปริมาณใกล้เคียงกัน ข้อเสียมักจะทำให้ลูกค้ามองข้ามข้อดีไป และควรพิจารณาปรับปรุงอย่างเร่งด่วน



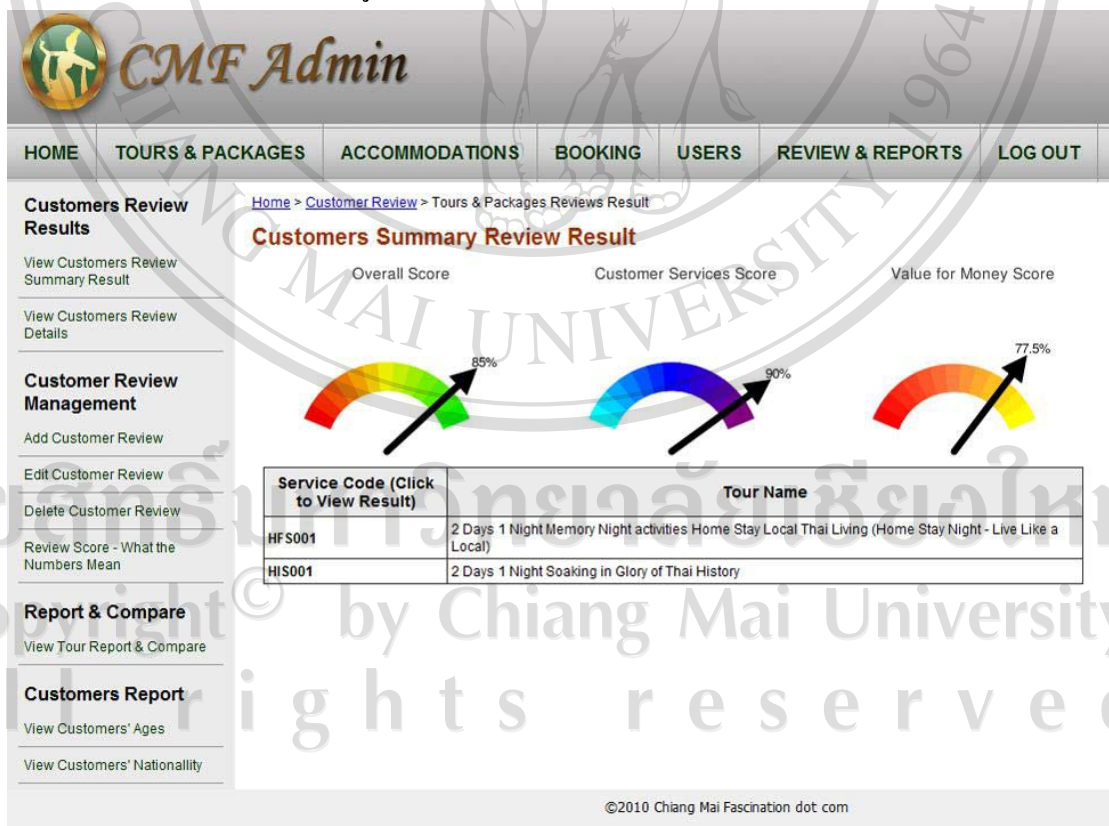
**คะแนน 40 - 49% Poor** คือระดับแย่มาก ซึ่งทัวร์ที่ไม่มีคุณภาพเพียงพออาจจะได้ระดับคะแนนในช่วงนี้ ถึงแม้ว่าในทัวร์นี้จะมีจุดดีอยู่บ้าง แต่ก็ไม่สามารถทำให้ทัวร์ประสบความสำเร็จได้

**คะแนน 30 - 39% Very Poor** คือระดับแย่มาก เป็นรายการทัวร์ที่ไม่ควรจอง มีคุณภาพน้อย และมีจุดอ่อนมากจนเกินไป

**คะแนน 20 - 29% Terrible** คือระดับย่ำแย่ เป็นทัวร์ที่ไม่ได้สร้างความพึงพอใจใดให้กับลูกค้าเลย และไม่มีจุดแข็งใดๆ สมควรปรับปรุงหรือพิจารณาถอนออกจากบริการอย่างเร่งด่วน

**คะแนน 10 - 19% Abysmal** คือระดับแย่มากที่สุด เป็นทัวร์ที่ไม่มีคุณภาพใดๆ เลย นอกจากจะไม่ได้สร้างความพึงพอใจใดๆ ให้กับลูกค้าแล้ว ยังไม่มีจุดแข็งใดๆ สมควรพิจารณาถอนออกจากบริการขององค์กรอย่างเร่งด่วน

นอกจากนี้ระบบยังแสดงส่วนของข้อมูลรายละเอียดความคิดเห็นของลูกค้าของทัวร์ ซึ่งประกอบด้วยส่วนแสดงระดับคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละบุคคลผ่านแผนภูมิวงเกิดแบบกราฟแท่งแนวนอน รวมไปถึงข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า เช่น ชื่อผู้ใช้ที่ให้ความเห็น อีเมล สิ่งที่ชอบ สิ่งที่ไม่ชอบ และความเห็นอื่นๆ ดังรูปที่ 4.40



รูปที่ 4.39 แสดงหน้าจอสรุปความคิดเห็นของลูกค้าของทัวร์เหมาจ่ายรหัสบริการ HFS001

**CMF Admin**

HOME TOURS & PACKAGES ACCOMMODATIONS BOOKING USERS REVIEW & REPORTS LOG OUT

Admin Home > Customer Review > Tours & Packages Reviews Listing

### Customer Review Detail

Service Code: HIS001

Tour Package: 2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History  
 Service Code: HIS001  
 By: nicolle (v8online@gmail.com)  
 Recommend to Friend?: YES

I Like:  
 I Don't Like:  
 Others:

Tour Package: 2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History  
 Service Code: HIS001  
 By: connie (confat@netvigator.com)  
 Recommend to Friend?: YES

I Like:  
 I Don't Like:  
 Others:

Tour Package: 2 Days 1 Night Soaking in Glory of Thai History  
 Service Code: HIS001  
 By: jojo (jojo@gmail.com)  
 Recommend to Friend?: NO

I Like:  
 I Don't Like:  
 Others: I was sick so i didn't enjoy any schedule

Customer Satisfaction

Overall Score:

Customer Service Score:

Value Score:

Customer Satisfaction

Overall Score:

Customer Service Score:

Value Score:

Customer Satisfaction

Overall Score:

Customer Service Score:

Value Score:

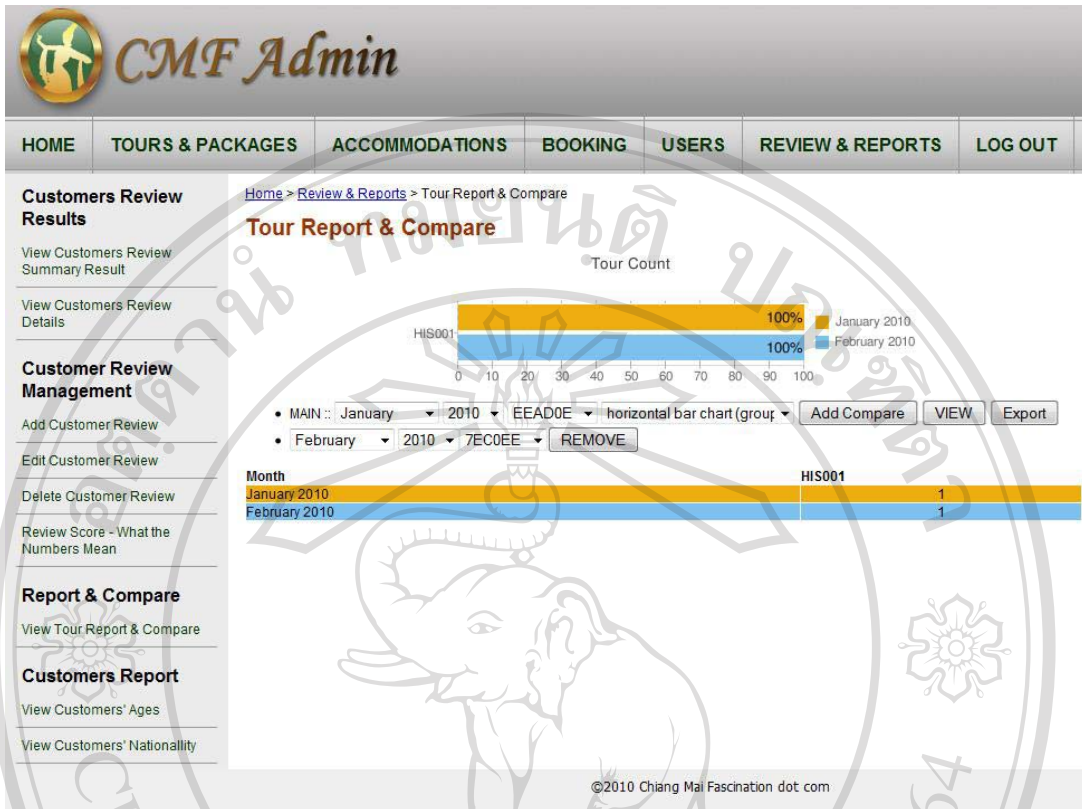
Found 4 listing(s) of : 2 page

©2010 Chiang Mai Fascination dot com

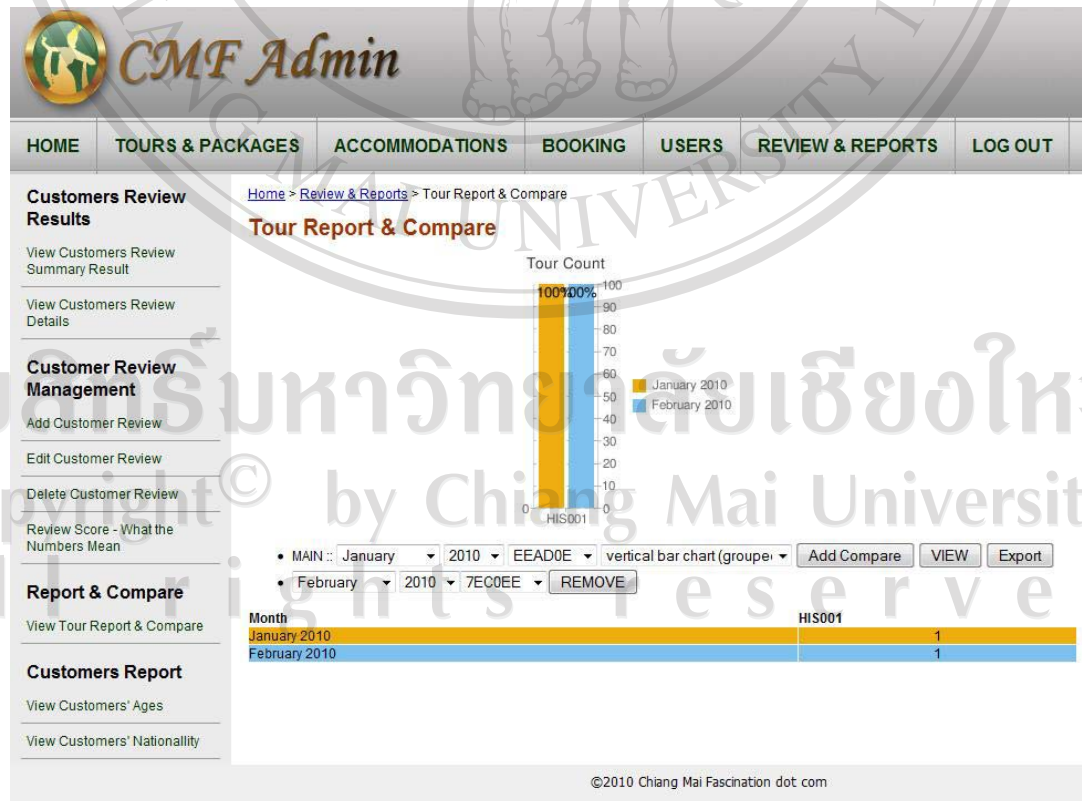
รูปที่ 4.40 แสดงหน้าจอรายละเอียดความคิดเห็นของลูกค้าของทัวร์เหมาจ่ายรหัสบริการ HIS001

### 3) ส่วนรายงานทัวร์เหมาจ่าย

ในส่วนนี้เป็นการแสดงผลจากจำนวนยอดการจองทัวร์เหมาจ่ายที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินเกิดขึ้น และลูกค้าได้มาท่องเที่ยวจริง โดยการดึงข้อมูลจากระบบส่วนที่ 2 ระบบจองทัวร์เหมาจ่าย โดยใช้พีเอชที และแสดงผลผ่านแผนภูมิภูิกูเกิด โดยผู้ใช้สามารถเลือกแสดงผลทัวร์เหมาจ่าย ในช่วง 1 เดือน ของแต่ละปี และสามารถเลือกเปรียบเทียบยอดการจองกับเดือนอื่นๆ โดยไม่จำกัดจำนวนเคสในการเปรียบเทียบ และสามารถเลือกรูปแบบของการแสดงผลได้ ดังตัวอย่างในรูปที่ 4.41 ซึ่งแสดงผลพร้อมเมื่อทำการเปรียบเทียบจำนวนการจอง โดยการเลือกเปรียบเทียบระหว่างเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ และเลือกแสดงข้อมูลแบบกราฟแท่งแนวนอน (Horizontal Bar Chart) และรูปที่ 4.42 ซึ่งเลือกแสดงข้อมูลแบบกราฟแท่งแนวตั้ง (Vertical Bar Chart)



รูปที่ 4.41 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนการจองโดยเลือกแสดงข้อมูลแบบกราฟแท่งแนวนอน



รูปที่ 4.42 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนการจองโดยการเลือกแสดงข้อมูลแบบกราฟแท่งแนวตั้ง

หลังจากที่ได้พัฒนาระบบในแต่ละส่วนทำให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นส่วนสำคัญของระบบในส่วนแสดงผลของผู้ใช้ และลูกค้าประกอบด้วยหมวดหมู่ย่อยของทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่าย รายละเอียดทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่าย หมวดหมู่ย่อยของที่พัก รายละเอียดของที่พัก ซึ่งในส่วน ของรายละเอียดของทัวร์และที่พักระบุแสดงการเชื่อมต่อเนื้อรวมไปถึงการเชื่อมต่อยอด และส่วนของรูปภาพที่สวยงามกิจกรรมที่น่าสนใจและคำอธิบายประกอบ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ให้จองทัวร์เหมาจ่าย เพราะภาพกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวแสดงความรู้สึกสนุกสนาน หรือภาพที่กำลังมีความสุขกับการท่องเที่ยวไปกับทัวร์นั้นๆ จะเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง

ส่วนของระบบจองมีระบบสมาชิกรองรับเพื่อจัดเก็บประวัติลูกค้าและการจอง ทำให้ลูกค้าสามารถดูแผนการเดินทางของตนเองเพื่อปรับเปลี่ยนได้ก่อนการยืนยันการจอง นอกจากนี้ลูกค้าจะได้รับอีเมลยืนยันว่าสามารถใช้บริการที่ต้องการได้และวิธีการจ่ายเงินผ่านเพย์เมนต์เกตุเวย์จากพนักงานผู้ดูแลระบบแล้วลูกค้ายังสามารถติดตามสถานะการจองผ่านเว็บไซต์ได้พร้อมทำธุรกรรมจ่ายเงินผ่านเพย์เมนต์เกตุเวย์อีกด้วย

ส่วนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ นอกจากจะได้รับการเชื่อมต่อยอดและการเชื่อมต่อเนื้อแล้วเข้าไปไว้ในระบบแล้ว ยังได้พัฒนาส่วนของการจัดเป็นประวัติลูกค้าเพิ่มเติมให้กับผู้ดูแลระบบ เพื่อเพิ่มข้อมูลลูกค้าที่ไม่ได้สมัครสมาชิกและจองผ่านระบบจองเข้ามา รวมไปถึงการเพิ่มข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้า หลังจากที่ได้ใช้บริการอีกด้วย

ในส่วนสุดท้าย คือส่วนของระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่าย ได้นำแนวคิดของแบบจำลองฮิวริสติกมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา และเป็น การนำรายงานด้านการจองทัวร์เหมาจ่าย ประวัติลูกค้า และความคิดเห็นของลูกค้าที่แสดงผ่านแผนภูมิ กุณิลมาประกอบการตัดสินใจในการออกแบบทัวร์รายการใหม่ และปรับปรุงทัวร์เหมาจ่ายที่มีอยู่เดิม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับทัวร์และบริการลูกค้า รวมไปถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ระบบนี้ยังมีส่วนของการตัดสินใจสำหรับส่วนรายการส่งเสริมการขายของทัวร์ ซึ่งสามารถกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกแบบ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมไปถึง การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จำแนกตามถิ่นที่อยู่ โดยใช้เครื่องมือเจาะลึกการค้นหาของกุณิลอีกด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นแนวทางในการเจาะตลาด ขยายฐานลูกค้า และรักษาฐานลูกค้ากลุ่มเดิม กำหนดทิศทางในการส่งเสริมการขายได้ดียิ่งขึ้น และก่อให้เกิดประโยชน์ให้องค์กรสามารถก้าวไปสู่ความสำเร็จในระยะยาวต่อไป

สำหรับส่วนของสรุปผลการศึกษา ปัญหาที่พบและวิธีแก้ไข และข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาต่อไปในอนาคตของระบบทั้งสี่ส่วนจะกล่าวถึงในบทต่อไป