

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

แผนธุรกิจ ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ “เอ็มพลัส ทราเวล”
กรณีศึกษา กลุ่มลูกค้าคณะบุคคลากรทางการศึกษาภาคตะวันออก

สุนิสา มือนันต์

746012499

27 ก.ย. 2554

293927

ลิขสิทธิ์

© 2011

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤศจิกายน 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ สุนิสา มีอนันต์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัย
บูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์

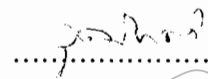



.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์

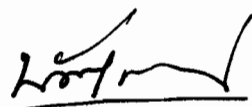


.....ประธาน
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เตียววิเศษ)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

วันที่ 19 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๖

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้ ในนามของแผนธุรกิจนำเที่ยว เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) กรณีศึกษาปัจจัยและความต้องการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว รูปแบบการนำเที่ยวสำหรับคนไทยภายในประเทศ ของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านเป็นอย่างดี และในนามของผู้จัดทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ ต้องขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานหลักสูตร ที่ให้โอกาสที่ดีในการเริ่มต้นธุรกิจ คอยให้คำชี้แนะ และให้กำลังใจเสมอมา รวมถึงเป็นกรรมการในการสอบงานนิพนธ์

ขอบพระคุณ ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ที่คอยชี้แนะ ดูแลให้คำแนะนำในการปรับแก้งานนิพนธ์ฉบับนี้อย่างใกล้ชิด

ขอบพระคุณ รศ.ดร.วรรณิ เดียววิเศษ เป็นอย่างสูงที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบงานนิพนธ์ ตลอดจนได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้งานนิพนธ์ฉบับนี้ ได้รับความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอบพระคุณคณะครู อาจารย์ เจ้าหน้าที่ ที่ได้ให้คำแนะนำ ชี้แนะ และให้คำปรึกษาที่ดีตลอดมา

ขอบพระคุณคณะกรรมการทางการศึกษา สังกัด สำนักงานการศึกษา ระยอง เขต 1 ที่ได้ให้โอกาสในการสัมภาษณ์ พูดคุย และตอบคำถามจากแบบสอบถาม พร้อมทั้งให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวในรูปแบบหมู่คณะของแต่ละหน่วยงานเป็นอย่างดี และสุดท้ายนี้ ขอบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ผู้ถือหุ้นของบริษัททุกคน รวมถึงเพื่อน ๆ นิสิต SME รุ่น 7 และรุ่นพี่ทุกคน ที่เป็นกำลังใจ และคอยให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำต่าง ๆ ที่ผ่านมา เพื่อให้การทำแผนธุรกิจครั้งนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ หากงานนิพนธ์ฉบับนี้ มีข้อมูลใดที่ไม่ชัดเจน หรือมีความผิดพลาดประการใด ทางผู้จัดทำต้องขออภัย มา ณ โอกาสนี้ และงานนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจประเภทนี้ และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ขอขอบคุณงามความดีทั้งหลาย แต่ผู้มีพระคุณทั้งที่ได้กล่าวมาแล้ว และไม่ได้กล่าวมา รวมถึงครอบครัว ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจเป็นอย่างดี จนประสบความสำเร็จในการศึกษา

สุนิสสา มือนันต์

52920121: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ปัจจัย/ การตัดสินใจ/ บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ/แผนธุรกิจ/บุคลากรทางการศึกษา/ สังกัด สำนักงานการศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา เขต 1

สุนิสา มือนันต์ : แผนธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศของบริษัทเอ็มพลัสทราเวล: กรณีศึกษา กลุ่มลูกค้าคณะบุคลากรทางการศึกษาภาคตะวันออกเฉียง (DOMESTICS TRAVEL BUSINESS PLAN OF MPLUS TRAVEL AGENCY: CASE STUDY IN EASTERN EDUCATION PERSONNEL) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: สมบัติ ธีรวงศ์สินถาวร, D.B.A. 105 หน้า. ปี พ.ศ. 2553.

การจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อวางแผนและใช้ในการดำเนินการประกอบธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศของ เอ็มพลัสทราเวล สำหรับกลุ่มลูกค้าคณะบุคลากรทางการศึกษา เขตภาคตะวันออกเฉียง 2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศของคณะบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานการศึกษาพื้นที่ฉะเชิงเทรา เขต1 ทั้งนี้ผู้จัดทำได้แนวคิด และมองเห็นช่องทางทางธุรกิจหลังจากศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา จึงได้เกิดธุรกิจนำเที่ยว เอ็มพลัส ทราเวล นี้ขึ้น ซึ่งแผนธุรกิจฉบับนี้ ได้ทำการศึกษาวิจัย และเก็บข้อมูล รวมถึงการพูดคุยสัมภาษณ์ ด้านปัจจัยและความต้องการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว จากคณะบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานการศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 จำนวน 45 ตัวอย่าง จากจำนวนประชากร 50 หน่วยงาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานการศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นสถานบันประเภทโรงเรียนประถมศึกษา ที่มีจำนวนบุคลากรไม่เกิน 10 ซึ่งมีนักเรียนและบุคลากรในสังกัดอยู่ที่ประมาณ 101-200 คน ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มสถานบันการศึกษาขนาดเล็ก จนถึงขนาดกลาง ซึ่งส่วนใหญ่แต่ละหน่วยงานเคยจัดประชุม อบรม ศึกษาน สัมมนา รวมถึงท่องเที่ยว ให้กับบุคลากรนอกสถานที่ ที่ผ่านมาส่วนใหญ่เคยจัดประมาณ 1-3 ครั้ง โดยแต่ละครั้งที่จัดกิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเล็กไม่เกิน 50 คน และมีงบประมาณต่อครั้งไม่เกิน 50,000 บาท ทั้งนี้ที่ผ่านมาแต่ละหน่วยงานเคยจัดกิจกรรมแล้วในจังหวัดเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลและสอบถาม พบว่าในหลายๆ หน่วยงานมีการวางแผนการจัดกิจกรรมฯ ดังกล่าว ประมาณปีละ 1-3 ครั้ง ครั้งละ 1-3 วัน โดยใช้ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และบางส่วนจัดในช่วงวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ อีกด้วย แต่ยังไม่มีการกำหนดสถานที่จัดกิจกรรมที่แน่นอนไว้

ในส่วนของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ปัจจัยหลักได้แก่ด้านคุณภาพและบริการ ราคาที่สมเหตุสมผลกับบริการ และความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ ตามลำดับ ส่วนที่ได้รับจะเป็นเรื่องของความพิเศษและแตกต่างจากตัวแทนเที่ยวอื่นๆ ให้ได้ และทำให้ลูกค้ารู้จักและประทับใจ

ซึ่งผู้วิจัยและในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว “เอ็มพลัส ทราเวล” จึงได้นำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้มาปรับใช้กับการเขียนแผนธุรกิจฉบับนี้ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านต่างๆ เช่น กลยุทธ์ “มากกว่าบริการ” กลยุทธ์ “เพื่อครู” กลยุทธ์ “เยี่ยมบ้านครู” และกลยุทธ์ “เปิดใจครู” เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจต่อไป

52920121: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE MANAGEMENT; M.M.
(SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE MANAGEMENT)

KEYWORDS: FACTORS FOR DECISION/ DOMESTICS TRAVEL AGENCY/ BUSINESS PLAN/
EDUCATION PERSON / PERSON EDUCATION IN DEPARTMENT
EDUCATION CHACHOENGSAO AREA 1

SUNISA MEEANAN: DOMESTICS TRAVEL BUSINESS PLAN OF MPLUS TRAVEL
AGENCY: CASE STUDY IN EASTERN EDUCATION PERSONNEL. ADVISORY; SOMBAT
THUMRONGSINTHAWON, D.B.A. 105 P. 2010.

This business plan made for 1. Planning and proceeds Mplus Travel business for education personnel customer. 2. Study and analysis the factor and customer requirement of education personnel in Chachoengsao area 1.

In order that the organizer have the idea after study in Master Degree of Management at Burapha University. This business plan made from the customer research by customer interview about the factor and customer requirement for education personnel Chachoengsao area 1 with 45 of sample size from the population of 50 departments. The tool we use is a questionnaire and use the statistics to analysis the data with the statistics software.

The result from the research show the majority of sample is the elementary and the education personnel is not higher than 10, overall of the personnel and student is around 101-200 person, make the activity like travel around 1-3 time and have person attend to this activity less than 50 person per time, use the budget less than 50,000 Bath per time, the place that they choose is in the East.

From the questionnaire we found that the departments plan to make the activity like travel 1-3 time per year and 1-3 days per time, they choose the period as Saturday and Sunday to attend the activity but not fix the place. In the part of factor to make the decision to choose the travel agency we found that quality and service. Is the first priority to effect the decision, the next one is the price appropriate with the service and reliability of the agency.

The organizer have made the travel business will use this data and suggestion to apply with this business plan for make the business market strategic. In order that it will useful for proceed the business later.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	1
บทสรุปผู้บริหาร.....	1
วัตถุประสงค์ของการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
ความเป็นมาของธุรกิจ.....	2
ขอบเขตของการจัดทำแผนธุรกิจ และกรณีศึกษาวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 บริการ.....	6
รายละเอียดการบริการ.....	6
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	8
สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด.....	8
แนวโน้มทางการตลาด.....	10
สภาพการแข่งขัน.....	12
การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	12
สภาพการแข่งขัน Five Force Analysis.....	13
การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis.....	16
4 แผนการบริหารจัดการ	19
ข้อมูลธุรกิจ	19
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ.....	19

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 แผนการดำเนินงาน.....	26
การวางแผนโปรแกรมท่องเที่ยว	26
การติดต่อ / ประสานงานกับสถานที่ต่างๆ.....	26
ขั้นตอนการจำหน่ายโปรแกรมทัวร์/กรุ๊ปทัวร์.....	27
6 การวิจัยตลาดและการวิเคราะห์ตลาด.....	31
กลุ่มลูกค้า	31
รูปแบบการวิจัย.....	31
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	31
สรุปผลการวิจัย	32
ประเมินแนวโน้มตลาดในอนาคต.....	36
7 แผนการตลาด.....	37
การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด	37
การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	37
การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด.....	38
กลยุทธ์ทางการตลาด	39
8 แผนการเงิน.....	43
แหล่งที่มาของเงินลงทุน.....	44
สมมติฐานทางการเงิน.....	44
สรุปจุดเด่น ปัญหา และเป้าหมายทางการเงิน.....	47
9 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	49
รายละเอียดของแผน	49
บรรณานุกรม.....	54
ภาคผนวก.....	55
ประวัติของผู้วิจัย.....	105

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1	ขั้นตอนดำเนินงานจำแนกตามรายการ..... 4
2-1	ตัวอย่างรายการบริการของเอ็มพลัส ทราเวล..... 7
3-1	การเปรียบเทียบคู่แข่ง..... 13
4-1	รายนามคณะกรรมการบริษัท..... 19
4-2	หุ้นส่วน และสัดส่วนถือครอง..... 20
6-1	ผลการวิจัย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป 32
6-2	ผลการวิจัย ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว..... 32
6-3	ผลการวิจัย ส่วนที่ 3 ด้านความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม สัมมนา..... 33
6-4	ผลการวิจัย ส่วนที่ 4 ด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว..... 34
8-1	ประมาณการในการลงทุน..... 43
8-2	ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน..... 43
8-3	สมมติฐานทางการเงินปี พ.ศ. 2554-2556..... 45
8-4	ประมาณการในการให้บริการรายปี..... 45
8-5	งบกำไรขาดทุน..... 46
8-6	ประมาณการงบดุล ปี 2554-2556..... 46
9-1	ตัวอย่างแบบฟอร์มการเปรียบเทียบคู่แข่ง..... 51

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3-1 วิเคราะห์ Five Force	14
3-2 วิเคราะห์ SWOT	16
4-1 แผนผังองค์กร	21
7-1 ส่วนแบ่งการตลาดของกิจการ.....	37
7-2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ.....	38
7-3 ตำแหน่งทางการตลาดของกิจการ.....	38

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 1

บทนำ

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัทเอ็มพลัส เซอร์วิส จำกัด ประกอบกิจการด้านธุรกิจบริการ ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะนำเสนอบริการที่ดีที่สุด สร้างความสุข ความสะดวกสบายใจ ความประทับใจ ในทุก ๆ ด้านของบริการ ดังปณิธานที่ว่า “ความสุขของลูกค้า คือสิ่งที่มีค่าจากบริการของเรา” ซึ่งบริการแรกที่บริษัทต้องการนำเสนอคือ บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ในนาม “เอ็มพลัส ทราเวล” โดยมีสถานที่ตั้งที่ 114/1 หมู่ 9 ต.หมอนทอง อ.บางน้ำเปรี้ยว จ.ฉะเชิงเทรา ซึ่งถึงเป็นกิจการช่วงเริ่มต้นในแผนธุรกิจฉบับนี้ทางผู้จัดทำมีความมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งเพื่อจะใช้เป็นแผนในการดำเนินงานทางธุรกิจ และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาหรือค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง สำหรับแผนธุรกิจฉบับนี้จะมุ่งเน้นที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อันได้แก่ คณะบุคลากรทางการศึกษาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้ได้รับความกรุณาจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว จากกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานการศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา เขต 1

วิสัยทัศน์ของกิจการคือการเป็นผู้นำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างครบวงจร เฉพาะสำหรับกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา และคณะบุคคลหน่วยงานในโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยบริการที่คุ้มค่าและมีความสุขทุกการเดินทางกับ เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) โดยมีวัตถุประสงค์ที่สร้างรายได้จากการดำเนินงาน 400,000 บาท ต่อเดือน และมีผลกำไรจากการดำเนินงาน 30% สร้างฐานลูกค้าประจำได้ 35% ภายในสิ้นปี พ.ศ. 2554 ตามลำดับ

กิจการมีจุดแข็งจากการเป็นผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และมีสำนักงานตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ยังมีคู่แข่งจำนวนน้อยที่สามารถเข้าถึง ประกอบกับกิจการมีบุคลากรที่มีประสบการณ์ยาวนานและเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มลูกค้าบุคลากรทางการศึกษาเป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้งบลงทุนมาก สามารถเรียกเก็บเงินมัดจำค่าบริการจากลูกค้าได้ก่อนและเพียงพอต่อการจัดนำเที่ยวและกิจกรรม ทำให้กิจการมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ และไม่ทำมีปัญหาด้านการบริหารเงินในกิจการ แต่ยังมีจุดอ่อนจากการที่เป็นบริษัทเปิดใหม่และไม่มีฐานลูกค้าเดิม รวมถึงมีพนักงานจำนวนน้อย ที่อาจทำให้ไม่สามารถบริการลูกค้าได้ครอบคลุมในช่วงเวลาที่ลูกค้ามีความต้องการจำนวนมากพร้อม ๆ กัน ทั้งนี้

กิจการ ได้เก็บข้อมูลด้านปัจจัยในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง
ลูกค้ำเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

1. เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว ภายในประเทศ ในนาม เอ็มพลัส ทราเวล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ประเภทธุรกิจนำเที่ยว

ภายในประเทศ (Domestic) สำหรับกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา และเขต
ภาคตะวันออก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ “เอ็มพลัส ทราเวล” สำหรับ
กลุ่มลูกค้ำคณะบุคลากรทางการศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา และภาคตะวันออก
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ
จะได้นำข้อมูลต่าง ๆ ไปพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการบริการ ให้ตรงกับความต้องการของของลูกค้ำ
สำหรับรูปแบบการจัดนำเที่ยวภายในประเทศ สำหรับกลุ่มลูกค้ำบุคลากรทางการศึกษา ภาค
ตะวันออก

ความเป็นมาของธุรกิจ

ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

ธุรกิจนำเที่ยว ประเภทธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ “เอ็มพลัส (Mplus Travel)”

ภายใต้การบริหารงานโดยบริษัทเอ็มพลัส เซอร์วิส จำกัด ตั้งอยู่เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งกิจการได้
สนใจศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว รูปแบบการนำเที่ยวสำหรับคนไทย
ภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นสำหรับกลุ่มลูกค้ำคณะบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

เริ่มก่อตั้งโดย

นายบุญสม มือนันต์

นางสาวสุนิสา มือนันต์

นายสามารถ ศรีสมย์

นางสาวบัณฑิตา มือนันต์

นายทนต์ชัย อริยเกษตรมงคล

วันเริ่มดำเนินการ

1 ตุลาคม 2553

แนวคิดในการก่อตั้งกิจการ

ธุรกิจเริ่มจากผู้ก่อตั้งแต่มองเห็นช่องทางและโอกาสทางธุรกิจนำเที่ยว ประเภทธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Travel) เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีลักษณะทางภูมิประเทศ อากาศและฤดูกาล สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ที่โดดเด่นมีความเป็นเอกลักษณ์ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายทั่วประเทศ ดังเช่นสโลแกนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) ว่า “เที่ยวเมืองไทย ไม่ไปไม่รู้” และ “เที่ยวเมืองไทย ไปได้ทุกเดือน” ประกอบกับทางผู้ตั้งมีความรักและความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในเมืองไทยเป็นพิเศษมาเป็นเวลานาน มีกลุ่มเครือข่ายคณะครู และบุคลากรทางการศึกษา และอื่น ๆ ที่รู้จักกันอย่างดีและสามารถเข้าถึง

สำหรับบริการนำเที่ยวในนาม “เอ็มพลัส ทราเวล” นั้น มุ่งเน้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก 2 กลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดใกล้เคียง ในภาคตะวันออก และกลุ่มคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมภาคตะวันออก อันได้แก่ นิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นซีบอร์ด นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่ากิจการมีความได้เปรียบในการเข้าถึงแหล่งของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าวเป็นอย่างดี เนื่องจากกิจการมีบุคลากรที่มีประสบการณ์อันยาวนานในวงการการศึกษา มีเครือข่ายที่ดีกับกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา อีกทั้งมีความคุ้นเคยและเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดประชุม สัมมนา ดูงาน และการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว อย่างใกล้ชิดอีกด้วย

ประกอบกับ ปัจจุบัน หลายส่วนทางภาครัฐและภาพเอกชน มีการส่งเสริมให้คนไทยหันมาเที่ยวไทย อย่างเช่น สามารถนำค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปลดหย่อนภาษีได้

ทั้งนี้ ผู้เริ่มก่อตั้งยังมีความรักและความเอาใจใส่ในธุรกิจบริการอย่างยิ่ง ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และมุ่งมั่นที่จะสร้างประสบการณ์ดี ๆ ในการเดินทาง ก่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบบริการที่มีคุณภาพ เพื่อความสุขและความประทับใจ จากการได้ใช้บริการในทุกครั้ง สร้างความแตกต่างและแปลกใหม่ เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันที่กำลังเพิ่มขึ้นจำนวนมาก

ซึ่งในครั้งนี้ ได้มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการ บริษัทนำเที่ยว ประเภทธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศสำหรับกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นหลัก เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ มาประยุกต์ใช้ สร้างกลยุทธ์ ทางด้านการตลาดและบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุด ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สร้างความไว้วางใจ สร้างกลุ่มเครือข่าย และลูกค้าระยะยาว ให้กับธุรกิจในอนาคต

ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ตารางที่ 1-1 ขั้นตอนดำเนินงานจำแนกตามรายการ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	เวลา ดำเนินการ	คาดว่าจะ แล้วเสร็จ
1.	ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการขออนุญาตประกอบ ธุรกิจนำเที่ยว ภายในประเทศ	สิงหาคม 2553	31 ตุลาคม 2553
2.	ติดต่อลูกค้า และเก็บข้อมูลความต้องการและพฤติกรรม การใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว	กันยายน 2553	31 ตุลาคม 2553
3.	ขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ	11 ตุลาคม 2553	11 ตุลาคม 2553
4.	สร้าง Information เพื่อการประชาสัมพันธ์ Web site, Brochure / Catalog	พฤศจิกายน 2553	31 ธันวาคม 2553
5.	ติดต่อขอ Contact กับโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร วิซ่า รถทัวร์ บริษัททัวร์พันธมิตร การจัดสัมมนา	ธันวาคม 2553	31 มกราคม 2554
6.	สรุปราคาค่าบริการ โปรแกรมทัวร์ และอื่น ๆ	ธันวาคม 2553	31 มกราคม 2554
7.	เปิดตัวเว็บไซต์ ส่งข้อมูลแนะนำกิจการ และบริการ ให้แก่ลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย และลูกค้าทั่วไป	1 มกราคม 2554	ปัจจุบัน
8.	ติดต่อลูกค้า และดำเนินการบริการนำเที่ยว รับจองที่พัก ตั๋วเครื่องบิน รับทำวิซ่า และอื่น ๆ	1 มกราคม 2554	ปัจจุบัน
9.	พัฒนารูปร่างบริการ สร้างการจดจำของลูกค้า สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ความแตกต่าง ปรับปรุงรูปแบบ การนำเสนอบริการ	กรกฎาคม 2554	ปัจจุบัน

ขอบเขตของการจัดทำแผนธุรกิจ และกรณีศึกษาวิจัย

1. ผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ มุ่งเน้นกลยุทธ์สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อันได้แก่ คณะบุคลากรทางการศึกษา ภาคตะวันออก ซึ่งในแผนธุรกิจนี้อาจมีการปรับแก้ได้ในอนาคต หลังจากได้นำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจจริง ๆ

2. ประชากรที่ศึกษา ได้แก่บุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานการศึกษาจังหวัด ฉะเชิงเทรา เขต 1 ซึ่งมีอายุระหว่าง 25-60 ปี และต้องเป็นผู้ที่ทำงานในหน่วยงาน หรือสถานบัน การศึกษาสังกัดเขตพื้นที่ดังกล่าว รวมถึงเกี่ยวข้องกับต่อการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ประชุม อบรม คูงาน รวมถึงสัมมนา ทั้งในและนอกสถานที่ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการจัดกิจกรรม เท่านั้น

3. เนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ พฤติกรรมการเลือกซื้อ ปัจจัยทางด้านสินค้า เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้าที่ระลึกในทัศนะของผู้ซื้อ

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยวกลุ่ม Mice ซึ่งเป็นคำย่อมาจากการประชุม (Meetings) แรงจูงใจ (Incentive) การจัดประชุมและการแสดงสินค้าหรือผลงาน (Conventions) งานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ (Expositions) ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีผสมผสานการเดินทางเพื่อธุรกิจและการพักผ่อนเข้าด้วยกัน

บุคลากรทางการศึกษา หมายถึง ผู้ที่รับราชการ หรือ พนักงานสังกัด กระทรวงศึกษาธิการ ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการศึกษา ตั้งแต่ ครู อาจารย์ นักวิชาการ พนักงานประจำสำนักงานการศึกษา นักการภารโรง และผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับสถานบันการศึกษา ต่าง ๆ

ปัจจัยในการตัดสินใจ หมายถึง หนึ่งในองค์ประกอบพฤติกรรม หรืออิทธิพลที่มีส่วนร่วมเพื่อส่งผลต่อการลงมติทางความคิดเห็นหรือการตกลงใจที่จะทำหรือไม่ทำอะไร การตัดสินใจเลือกใช้บริการ หมายถึง แรงกระตุ้นหรือสิ่งเร้าที่ทำให้บุคลากรทางการศึกษา หรือลูกค้าเป้าหมาย รับประทานแล้วรู้สึกพอใจในการที่จะใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวนั้น กิจกรรมฯ หมายถึง การกระทำใด ๆ ก็ตาม ที่อาจมีการทำสิ่งนั้น ๆ ด้วยบุคคลเดียว หรือเป็นกลุ่ม หมู่คณะ แต่ในแผนธุรกิจฉบับนี้จะหมายถึง กิจกรรมกลุ่ม การประชุม อบรม คูงาน สัมมนา ท่องเที่ยว เป็นต้น

บทที่ 2

บริการ

รายละเอียดการบริการ

ธุรกิจหลัก

บริการรับจัดทัวร์หมู่คณะ บริการจัดสัมมนาคุณงาน และทำกิจกรรมเพื่อสังคมและ
สิ่งแวดล้อม สำหรับบุคคลากรทางการศึกษา กลุ่มคณะบุคคลากร โรงงานอุตสาหกรรม
ภาคตะวันออก และบริการนำเที่ยวสำหรับบุคคลทั่วไป ประเภทธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ
(Domestic Travel) แบบครบวงจร

ธุรกิจรอง

บริการรับจองห้องพัก ตัวเครื่องบิน ทำวีซ่า และบริหารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. บริการรับจัดทัวร์หมู่คณะ จัดสัมมนา คุณงาน และทำกิจกรรมเพื่อสังคมและ
สิ่งแวดล้อม

เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) มุ่งเน้น การให้บริการให้กับกลุ่มลูกค้าประเภทหมู่
คณะ สำหรับการสัมมนา คุณงาน และทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกสถานที่ ภายใน
ประเทศ โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าประเภทคณะบุคคลากรทางการศึกษา เขตภาคตะวันออก อันได้แก่
จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และปราจีนบุรี

โดยให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่ ช่วยเดินเรื่องและข้อมูลสนับสนุนการไปจัดสัมมนา
คุณงาน หรือ ไปทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนอกสถานที่ และดูแลตลอดกิจกรรมอย่าง
ครบวงจร ในรูปแบบพิเศษ ตามความต้องการจริงของลูกค้าแต่ละกลุ่ม พร้อมทั้งให้คำแนะนำ
ปรึกษา ฟรี อย่างเป็นกันเอง

2. บริการ รับจองที่พัก ตัวเครื่องบิน รับทำวีซ่า และบริการอื่น ๆ

เอ็มพลัส ทราเวล ของเรามีหน้าเว็บไซต์ สำหรับเปิดรับจองที่พักราคาพิเศษทั่วไทย
บริการรับจอง ตัวเครื่องบิน และบริการรับทำวีซ่า ทั่วโลก งานบริการเฉพาะกิจ รวมถึงงานบริการ
อื่น ๆ บริการสายด่วนสำหรับให้คำปรึกษา ในทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเทศไทย ฟรี
โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ด้วยบริการที่ใส่ใจในทุกรายละเอียดของคุณลูกค้า

ตัวอย่างสินค้า โปรแกรมทัวร์ และบริการ ที่ทาง เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel)
จัดให้บริการ

ตารางที่ 2-1 รายการบริการของเอ็มพลัส ทราเวล

ภาพถ่าย	รายการบริการ
	<p>บริการรับจัดทัวร์หมู่คณะ จัดสัมมนา ดูงาน และทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สำหรับคณะบุคลากรทางการศึกษาภาคตะวันออก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดประชุม อบรม สัมมนา นอกสถานที่ 2. จัดดูงานนอกสถานที่ 3. กิจกรรมค่ายอาสา ชุมชน ค่ายลูกเสือ 4. กิจกรรมแรลลี่ และ กีฬา การกุศล 5. กิจกรรม เพื่อสังคม และ สิ่งแวดล้อม 6. ทัวร์เฉพาะกิจ 7. ทัวร์หมู่คณะสำหรับบุคคลทั่วไป ได้แก่ ทัวร์ 5 ภาค, ทัวร์กุศล, ทัวร์ห้องถิ่น <p>เที่ยวอุทยานแห่งชาติ</p>
	<p>บริการ รับจองที่พัก ตัวเครื่องบิน รับทำวีซ่า และบริการอื่น ๆ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รับจองที่พักทั่วประเทศ ราคาพิเศษ 2. รับจองตัวเครื่องบินทั่วโลก 3. รับทำวีซ่าทุกประเทศ <p>บริการติดต่อประสานงาน กับหน่วยงานราชการ รับจัดงาน Event ของหน่วยงานราชการ</p>
	<p>บริการถ่ายภาพหรือถ่ายทำเทปวิดีโอ ในกรณีการจัดสัมมนา หรือนำเที่ยวแบบหมู่คณะ และงานเฉพาะกิจ</p>

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

สถานการณ์ภาพรวมการท่องเที่ยว

ในช่วงปี 2553 ตัวเลขและรายได้จากการท่องเที่ยวไทย จะดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่อีกมาก จากการได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาล จำนวนนักท่องเที่ยวรายสัญชาติเดินทางเข้าประเทศไทย ในช่วงครึ่งปีแรก ของปี 2553 มีจำนวน 7.5 ล้านคน อัตราขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.7 ซึ่งเป็นการเติบโตในทุกภูมิภาคสะสมจากการได้รับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นสูงมาก ในช่วงไตรมาสแรก สำหรับในไตรมาส 2 อยู่ในภาวะลดลงจากปี 2552 เพียงร้อยละ 3.6 แต่ที่จังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ทำอากาศยานภูเก็ต คงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึงร้อยละ 40 ทั้งนี้ คาดว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวในปี 2553 จะอยู่ในภาวะที่ดีกว่าปี 2552 มีโอกาสขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ได้มากกว่า 14.5 ล้านคน ส่วนสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2553 แม้จะเกิดวิกฤตการณ์ภายในประเทศ แต่มิได้ส่งผลกระทบต่ออารมณ์การท่องเที่ยวของคนไทยในภาพรวมมากนัก เพราะคนไทยยังยึดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการเติมความสุขให้กับตนเอง และเป็นทางออกหลักของการผ่อนคลายความเครียด ทั้งนี้คาดว่าในปี 2553 จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำนวนประมาณ 88 ล้านครั้ง และก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท

แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2554 ในปี 2554 จะมีปัญหาอัตราเงินเฟ้อ คาดว่าปัจจัยหนุนที่เกิดขึ้นจะมีกำลังมากกว่าปัจจัยจุด โดยคาดว่าตลาดในประเทศคนไทยจะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวน 91 ล้านครั้ง มีรายได้ประมาณ 432,000 ล้านบาท ในอัตราการเพิ่มร้อยละ 4.6 ซึ่ง ได้พยากรณ์แนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในปี 2554 มีโอกาสเติบโตได้สูงถึงร้อยละ 6 ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่มีผลกระทบทางการเมืองอีก โดยอาศัย ความเป็นมิตร ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และความคุ้มค่าเงิน ยังคงเป็นจุดแข็งของประเทศไทยในการแข่งขัน โดยคาดว่า จำนวนนักท่องเที่ยว น่าจะขยายตัวได้ ในอัตราร้อยละ 6 สำหรับด้านตลาดต่างประเทศ น่าจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 ประมาณการจำนวนรายได้ 600,000 ล้านบาท และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว 15.5 ล้านคน สำหรับตลาดในประเทศ กลุ่มลูกค้าและพฤติกรรมของลูกค้า แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าระดับ A คือ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้สูง มีฐานะทางการเงินดี มีอำนาจการซื้อสูง ชอบการบริการที่ดี มีระดับ ราคาไม่ใช่ว่าปัจจัยสำคัญในการพิจารณา กลุ่มลูกค้าระดับ A ได้แก่ ผู้บริหารเจ้าของกิจการ เป็นต้น กลุ่มลูกค้าระดับนี้จะเป็กลุ่มเป้าหมายของบริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ ที่มีชื่อเสียงด้านการบริการที่ดี

2. กลุ่มลูกค้าระดับ B คือ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ปานกลาง ฐานะทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่ราคาก็เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณา เช่นกัน กลุ่มลูกค้าระดับนี้มักจะเปรียบเทียบระหว่างราคากับการบริการ กลุ่มลูกค้าระดับ B ได้แก่ พนักงานบริษัทข้าราชการ นักวิชาการ เป็นต้น กลุ่มลูกค้าระดับนี้มักใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลาง ไปจนถึงขนาดใหญ่

3. กลุ่มลูกค้าระดับ C คือ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่ำ ฐานะทางการเงินไม่ค่อยดีนัก และจะใช้ราคาในการตัดสินใจโดยไม่ค่อยคำนึงถึงเรื่องการบริการ กลุ่มลูกค้าระดับ C ได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา แม่บ้าน พนักงาน โรงงาน เป็นต้น ดังนั้น การจัดส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็น การลดราคาหรือการจัด โปรโมชันพิเศษจึงดึงดูดคนกลุ่มนี้ได้ไม่น้อย กลุ่มลูกค้าระดับ C มักใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวขนาดเล็กสำหรับพฤติกรรมของลูกค้า สามารถแบ่งได้ ดังนี้

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกร ไทย จำกัด ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะใช้เวลาในช่วงวันหยุดที่ติดต่อกันหลายวันเดินทางท่องเที่ยวไปต่างจังหวัด โดยส่วนใหญ่จะเดินทางไปเที่ยวกันเอง เพราะค่าใช้จ่ายถูกกว่าซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์ และมีความเป็นอิสระในการแวะเที่ยวแต่ละแห่งได้ตามต้องการ ค่าใช้จ่ายของการเดินทางท่องเที่ยวลักษณะนี้จะอยู่ในระดับเฉลี่ยคนละ 500 – 1,500 บาท

ส่วนผู้ที่เดินทางไปเที่ยวโดยซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์มักต้องการไปร่วมงาน ประเพณีต่าง ๆ หรือเดินทางไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลยอดนิยมทั้งหลาย เพราะผู้เดินทางมักประสบปัญหาด้านการจองตั๋วและห้องพัก ดังนั้น การเดินทางไปกับบริษัททัวร์ จะสะดวกทั้งในเรื่องของการเดินทางและที่พัก ค่าใช้จ่ายของการเดินทางท่องเที่ยวลักษณะนี้อยู่ในระดับเฉลี่ยคนละ 3,000 – 5,000 บาท

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกร ไทย จำกัด ชี้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทยในช่วงเทศกาลต่าง ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดทางภาคเหนือตอนบน และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน เพชรบูรณ์ เลย และนครราชสีมา นอกจากนี้ยังรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล อาทิ พัทยา ระยอง ตราด ชะอำ หัวหิน ภูเก็ต กระบี่ พังงา และสมุย ส่วนแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้แบบไม่ค้างคืน จังหวัดในภาคกลางที่ได้รับความนิยม ได้แก่ กาญจนบุรี นครปฐม พระนครศรีอยุธยา สระบุรี และลพบุรี เป็นต้น

นอกจากการท่องเที่ยวแบบทั่วไปแล้ว การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมากในปัจจุบัน คือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ ทรัพยากรทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อม ปัจจุบัน ผู้คนส่วนใหญ่หันมาท่องเที่ยวประเภทนี้กันมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส หรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง

แนวโน้มตลาด

แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี 2553 คาดว่าจะยังขยายตัวได้ประมาณ 10% แม้จะมีปัญหาทางการเมืองเกิดขึ้นก็ตาม แต่ภาคเอกชนก็ยังมีความมั่นใจในทิศทางตลาดโดยรวมเมื่อเทียบกับปี 2552 ที่ผ่านมา จากการประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ครั้งที่ 2/2553 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พร้อมทั้งสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว ผู้แทนจากกระทรวง กรมต่าง ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน อาทิ สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2553 สรุปได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย จะดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่อีกมาก หากภาคท่องเที่ยวของประเทศ ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาล ในการส่งเสริม พัฒนา และ กระตุ้นการท่องเที่ยว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในลักษณะฮาร์ดเซลส์ (Hard Sales) โดยการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยจำนวน หลายแสนล้านบาท ลงทุนเพียงไม่กี่หมื่นล้านบาทในธุรกิจท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นการลงทุนของรัฐบาลที่คุ้มค่าอย่างยิ่ง รัฐบาลควรสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเอกชน ที่รัฐบาลจะต้องเป็นร่วมเงาให้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่ใช่ปล่อยให้ไปตามยถากรรม มองภาพเพียงตัวเลขและรายได้ที่ดีขึ้นมาเพียงเล็กน้อย ในระยะสั้น ๆ และหยุดการช่วยเหลือผู้ประกอบการ แต่ควรจะต้องมองในระยะยาว ที่จะสามารถสร้างสรรค์ผู้ประกอบการภาคเอกชนไทย ให้สามารถแข่งขันกับภาคเอกชนประเทศอื่น ๆ ในระดับนานาชาติ ระดับโลกได้อย่างต่อเนื่อง และอย่างยั่งยืนด้วย

ด้านจำนวนนักท่องเที่ยวรายสัญชาติเดินทางเข้าประเทศไทย ในช่วงครึ่งปีแรก ของปี 2553 มีจำนวน 7.5 ล้านคน อัตราขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.7 ซึ่งเป็นการเติบโตในทุกภูมิภาคสะสมจากการได้รับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นสูงมาก ในช่วงไตรมาสแรก สำหรับในไตรมาส 2 อยู่ในภาวะลดลง จากปี 2552 เพียงร้อยละ 3.6 แต่เป็นที่กลับกัน ณ พื้นที่ของภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้า ผ่านทางท่าอากาศยานภูเก็ต คงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึงร้อยละ 40 ทั้งนี้คาดว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวภาพรวม ในปี 2553 จะอยู่ในภาวะที่ดีกว่าปี 2552 มีโอกาสขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ได้มากกว่า 14.5 ล้านคน หากไม่มีเหตุการณ์วิกฤตเกิดขึ้นซ้ำในช่วงปลายปีนี้

ซึ่งสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทย ภายในประเทศปี 2553 แม้จะเกิดวิกฤตการณ์การเมืองภายในประเทศ แต่ก็ได้ส่งผลกระทบต่อตรงต่ออารมณ์การท่องเที่ยวของคนไทยในภาพรวมมากนัก เพราะคนไทย ยังยึดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการเติมความสุขให้กับตนเอง และเป็นทางออกหลักของการผ่อนคลายความเครียด ทั้งนี้คาดว่าในปี 2553 จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย จำนวนประมาณ 88 ล้านคนครั้ง และก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท ค่ากว่าเป้าหมายประมาณร้อยละ 4

สำหรับแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2554 โดยในปี 2554 จะมีปัญหาอัตราเงินเฟ้อ คาดว่าปัจจัยหนุนที่เกิดขึ้น จะมีกำลังมากกว่าปัจจัยกด โดยคาดว่าตลาดในประเทศคนไทย จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวน 91 ล้านคน-ครั้ง มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 432,000 ล้านบาท ในอัตราการเพิ่มร้อยละ 4.6 สำหรับด้านตลาดต่างประเทศ น่าจะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 ประมาณการจำนวนรายได้ 600,000 ล้านบาท และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว 15.5 ล้านคน ซึ่งทาง PATA ได้พยากรณ์แนวโน้มการขายตัวของนักท่องเที่ยวในปี 2554 มีโอกาสเติบโตได้สูง ถึงร้อยละ 6 หรือมากกว่า ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่มีผลกระทบทางการเมืองอีก ซึ่งประเทศไทย ยังคงอาศัยความเป็นมิตร ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และความคุ้มค่าเงิน เป็นจุดแข็งของประเทศไทยในการแข่งขันในตลาดโลก โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) จะใช้กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็ง ให้แบรนด์ “ประเทศไทย” ใช้แคมเปญ “Amazing Thailand: Always Amazes You” โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสน่ห์ของคนไทย/วิถีชีวิตของผู้คนชาวไทย ที่เป็นลักษณะเฉพาะของคนไทย เป็นตัวแทนของ “เสน่ห์ความเป็นไทย” ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เฉพาะตัว โดยการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่เชื่อมโยงเป็นเอกลักษณ์ไทยอย่างยั่งยืนนั่นเอง

ซึ่งหากไม่มีวิกฤต/เหตุการณ์ทางการเมืองที่ซ้ำซากเกิดขึ้นอีก การเติบโตของตลาดท่องเที่ยวในประเทศ ในปี 2553 น่าจะอยู่ประมาณ 3 % โดยคิดคำนวณจากของจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศ จำนวนประมาณ 80 ล้านคน และการเติบโตของตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศ น่าจะอยู่ที่ประมาณ 6 % คิดคำนวณจากจำนวนของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวนประมาณ 14 ล้านคน ซึ่งตลาดต่างประเทศ มีมูลค่าทางการเงิน และมีการสร้างรายได้สูงกว่าตลาดในประเทศ หากสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาด(Market Share) ได้เพิ่มขึ้น จะสร้างรายได้แก่ประเทศชาติได้อีกมากมาย ทั้งนี้บนพื้นฐานที่รัฐบาลไทย จะต้องเข้าใจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าที่เป็นอยู่ และให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างจริงจังและจริงใจ ในส่วนของการท่องเที่ยวไทย ที่ให้ผลตอบแทนการลงทุนที่คุ้มค่ากว่าทุกธุรกิจและทุกอุตสาหกรรมของชาติ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเป็นวาระของชาติ ที่รัฐบาลต้องให้ความสำคัญในอันดับแรก

สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบัน การแข่งขันในธุรกิจนำเที่ยวทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงและครองตลาดมานานจะเป็นผู้ได้เปรียบ ส่วนผู้ประกอบการรายใหม่ต้องใช้ความพยายามในหลาย ๆ ด้าน เพื่อชิงลูกค้าจากคู่แข่งซึ่งมีอยู่มาก

ปัญหาหลักที่ผู้ประกอบการประสบ คือ ปัญหาด้านการตัดราคา การตัดราคาจะมีทั้งจากตัวแทนบริษัทที่ให้บริการด้านที่พัก ตัวเครื่องบิน หรือร้านอาหาร และการตัดราคาระหว่างบริษัทนำเที่ยวด้วยกัน สำหรับในกรณีแรก ตัวแทนบริษัทต่าง ๆ แย่งกันตัดราคา กรณีนี้จัดเป็นผลดีต่อกิจการเพราะทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนที่ต่ำลง แต่ถ้าเป็นในกรณีหลังคือ บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ตัดราคากันเอง กรณีนี้จะทำให้รายได้ของกิจการลดลง ดังนั้น กิจการจึงจำเป็นต้องมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการบริการมากยิ่งขึ้น โดยจัดรายการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ และเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เพื่อพัฒนารูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

การเปรียบเทียบคู่แข่ง

เนื่องจากปัจจุบัน ประเทศไทย มีผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยวจำนวนมาก จากข้อมูลทางสถิติ พบว่าปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวมาก ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic) ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Inbound) และธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) ซึ่งเอ็มพลัส ทราเวล ได้ดำเนินการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวประเภท ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic) ทั้งนี้ธุรกิจนำเที่ยวต่าง ๆ ปัจจุบันยังมีการเอื้อประโยชน์และช่วยเหลือซึ่งกันและกันอีกด้วย นอกเหนือจากการที่เป็นคู่แข่งกันอีกด้วย เช่น

1. บริษัทเวชสรรค์ธุรกิจและการท่องเที่ยว จำกัด (จังหวัดชลบุรี)
2. บริษัทซียูฮอติเคย์ จำกัด (กรุงเทพฯ)
3. บริษัทกรุงเทพฯทัวร์ จำกัด (กรุงเทพฯ – ฉะเชิงเทรา)
4. บริษัทแฮปปี้ทริป จำกัด (กรุงเทพฯ)
5. บริษัทอีชีทริป จำกัด (กรุงเทพฯ)

ตารางที่ 3-1 การเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

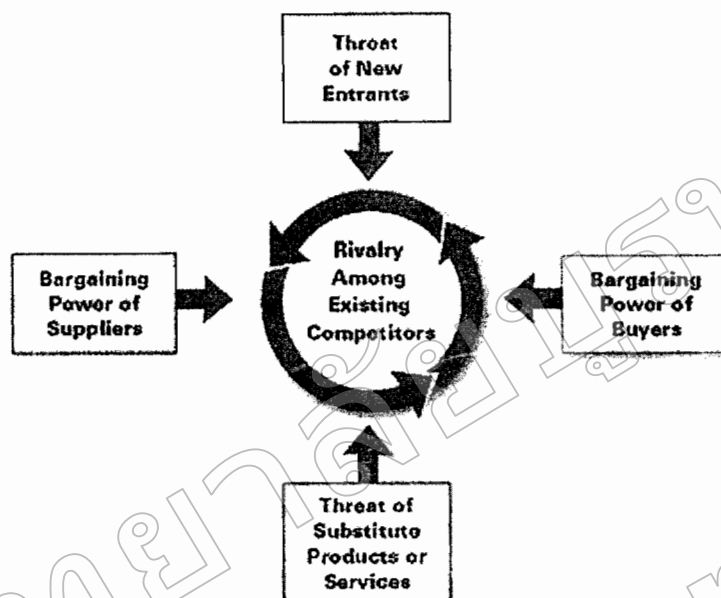
คู่แข่งทางตรง	ข้อดี	ข้อเสีย
1.บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศ ที่ตั้งในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรีที่เปิดกิจการมาก่อน	1. เป็นที่รู้จักมาก่อน 2.สามารถต่อรองราคาได้ 3.มีความไว้ใจกันระหว่าง ผู้ขายและผู้ซื้อบริการ	1. ไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจง แน่ชัด 2. มีช่องทางการขายน้อยกว่า 3. ไม่มีบริการหลังการขาย 4. มีกิจการที่จดทะเบียนเขต จังหวัดฉะเชิงเทราน้อย
2.บริษัทนำเที่ยวต่างจังหวัดใน เขตภาคตะวันออก	1. ใกล้กับลูกค้าในพื้นที่นั้น ๆ 2. สามารถตอบสนองข้อ สงสัยและคำถามของลูกค้า ได้ทันที	1. ไม่ได้ตั้งอยู่ในเขตแหล่ง ท่องเที่ยวที่สำคัญ 2. มีช่องทางการขายน้อยกว่า 3. ไม่มีบริการหลังการขาย
คู่แข่งทางอ้อม	ข้อดี	ข้อเสีย
1.ตัวแทนรับจองที่พักต่าง ๆ	1. มีความน่าเชื่อถือสูง 2. มีข้อมูลที่ทันสมัยอยู่เสมอ 3. ให้บริการลูกค้าได้ไม่จำกัด	1. ให้บริการเฉพาะที่พัก 2. ไม่มีบริการหลังการขาย
2.การจัดนำเที่ยวของทาง โรงแรมและรีสอร์ท	1. ราคาถูกกว่าตัวแทน จำหน่าย 2. มีความน่าเชื่อถือสูง 3. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	1. ให้บริการเฉพาะพื้นที่ 2. ไม่มีบริการหลังการขาย

หมายเหตุ : ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว และรายชื่อ
ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว อ้างอิงตาม เอกสารภาคผนวก

สภาพการแข่งขัน Five Force Model

บริษัทจะใช้ Five Force Model ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีต่อ
บริษัท โดยแยกการวิเคราะห์โดยใช้องค์ประกอบ 5 หลัก ดังนี้

The Five Forces That Shape Industry Competition



ภาพที่ 3-1 ภาพประกอบการวิเคราะห์ Five Force

1. อุปสรรคด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม

1.1 คู่แข่งขันด้านธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่ ตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ และเมืองท่องเที่ยวเช่น พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นหลัก ซึ่งในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดใกล้เคียงยังมีจำนวนน้อย

1.2 ปัจจุบันภาครัฐมีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวในเมืองไทยอย่างจริงจัง ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายที่เน้นการนำเที่ยวต่างประเทศ หันมาจัดโปรแกรมทัวร์ท่องเที่ยวภายในประเทศ

1.3 ผู้ประกอบการรายหลายรายที่มีประสบการณ์ด้านการนำเที่ยวและจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวมายาวนาน มีฐานลูกค้าเก่า และมีความน่าเชื่อถือกว่าผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ

2. อุปสรรคทางคู่แข่งใหม่ที่จะเข้ามา

2.1 เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยว เป็นธุรกิจที่มีต้นทุนต่ำ สามารถทำควบคู่กับงานประจำได้ ขั้นตอนการขออนุญาตไม่ยุ่งยาก ทำให้ปัจจุบันมีผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยวรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก

2.2 เทคโนโลยีที่พัฒนา เช่น อินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ สามารถประกอบกิจการ เพิ่มช่องทางด้านการตลาดผ่านเว็บไซต์ โทรศัพท์ สามารถประกอบกิจการได้ง่ายขึ้น และมีผู้ประกอบการบางราย ดำเนินการในลักษณะพานิชอิเล็กทรอนิกส์

2.3 เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเริ่มกิจการได้ด้วยตนเอง

3. อุปสรรคจากการมีผลิตภัณฑ์อื่นทดแทน

3.1 ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีด้านข้อมูล และการคมนาคมภายในประเทศที่สะดวกสบาย ทำให้ลูกค้าหลายกลุ่ม นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกันเอง โดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

3.2 ปัจจุบันบรรดาโรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่ ในประเทศไทย นิยมจัด Package และรูปแบบกิจกรรมที่ครบวงจร สำหรับการเข้าพักและทำกิจกรรม ที่ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อ Package และเดินทางไปเข้าพักและทำกิจกรรมได้ด้วยตนเอง

4. อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อที่มีมากขึ้น

เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจนำเที่ยวมีจำนวนมาก ทำให้ลูกค้าสามารถ เปรียบเทียบ ราคา Package และ โปร โมชั่น รวมถึง โปร โมชันพิเศษจาก ท.ท.ท. รวมถึงข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ง่าย และมีจำนวนมาก ทำให้ลูกค้ามีอำนาจในการพิจารณาเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรายใหม่ ๆ แต่ทั้งนี้ความไว้วางใจ และฐานลูกค้าเก่าก็ยังเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาอยู่เช่นกัน เพราะราคาและกิจกรรมในการจัดแต่ละที่ย่อมคล้าย ๆ กัน ที่ความประทับใจในบริการ และความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะกับลูกค้าที่เป็นกลุ่มคณะ ครู และ หน่วยงานอุตสาหกรรม

5. อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจุบัน

5.1 เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับภาคการติดต่อด้านที่พัก ร้านอาหาร และรถโดยสาร รวมถึงสายการบิน ซึ่งบรรดาที่พัก และร้านอาหารส่วนใหญ่ยินดีที่จะให้ราคาพิเศษ (Contact Price) กับตัวแทนนำเที่ยว ทั้งรายเก่ารายใหม่ เนื่องจากตัวแทนนำเที่ยวคือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ด้านที่พัก ร้านอาหาร และพาลูกค้าจำนวนมากมาสู่กิจการ

5.2 สำหรับรถโดยสาร มีมาตรฐานด้านราคาและการบริการที่ใกล้เคียงกัน และมีความเป็นสาธารณะ ตัวแทนนำเที่ยวสามารถติดต่อและเลือกใช้บริการได้หลากหลาย

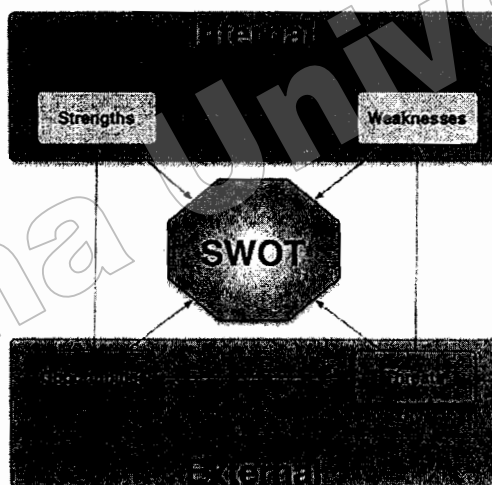
5.3 สำหรับการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็มีความเสรีในการติดต่อ และมีมาตรฐานด้านราคาและการบริการที่เท่าเทียมกัน

สรุป

จากการวิเคราะห์อุปสรรคต่าง ๆ พบกว่า อุปสรรคในการประกอบธุรกิจตัวแทนนำเที่ยว รายใหม่อย่าง เอ็มพลัส ทราเวล (MPlus Travel) นั้น จะเป็นเรื่องของฐานลูกค้าเก่าที่ยัง ไม่มี และความน่าเชื่อถือสำหรับกลุ่มคณะบุคคลากรทางการศึกษา และ โรงงานอุตสาหกรรม และปัญญา คำนาคู่แข่งขันที่มีจำนวนมาก

ส่วนเรื่องของอำนาจการต่อรองของลูกค้าไม่เป็นอุปสรรคเนื่องจาก ธุรกิจนำเที่ยว นั้น จะมีรูปแบบการจัดนำเที่ยวที่คล้าย ๆ กัน มีมาตรฐานด้านที่พัก รถ และอาหาร รวมถึงการบริการ ที่ไม่แตกต่าง ราคาบริการที่ใกล้เคียงกัน สำหรับด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ไม่เป็นอุปสรรค เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อกัน และความเป็นสาธารณะด้านการบริการ

การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis



ภาพที่ 3-2 แสดงการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

จุดแข็ง (Strength)

1. มีบริการหลากหลายและทันสมัย ความแปลกใหม่ของโปรแกรมในการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ที่สามารถดูแลได้ทั่วถึง
2. มีช่องทางการขายหลากหลาย เช่น การขายผ่านเว็บไซต์ Online 24 ชั่วโมง มีทีมขาย เพื่อเข้าไปติดต่อลูกค้าโดยตรง เพื่อจะได้เข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

3. มีการเก็บข้อมูลด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของตัวแทนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายก่อนดำเนินการ รวมถึงการเก็บข้อมูล ด้านพฤติกรรม ความพึงพอใจ การติชม และเสนอแนะจากลูกค้าระหว่างดำเนินงาน และหลังการให้บริการ เพื่อการสร้างกลยุทธ์ด้านการบริการที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เข้าใจลูกค้า และสร้างมีความแปลกใหม่ชัดเจน แตกต่างจากตัวแทนนำเที่ยวทั่วไป

4. มีบุคลากรทีมงานที่มีทั้งคุณวุฒิและวัยวุฒิ มีประสบการณ์ยาวนานในสายงานบุคลากรทางการศึกษา ทราบพฤติกรรมการจัดกิจกรรม ประชุม สัมมนา และการเดินทางท่องเที่ยวแบบหมู่คณะของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษาเป็นอย่างดี และมีทีมที่ปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารจัดการ การตลาด การเงิน ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถปรับกลยุทธ์ใช้ในการบริหารจัดการได้ตามสถานการณ์แวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง

5. มีเครือข่ายและความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มบุคลากรทางการศึกษาจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดใกล้เคียง

6. กิจการตั้งอยู่ในพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีคู่แข่งในพื้นที่จำนวนน้อย

7. มีการจ้างพนักงานขายแบบอิสระ โดยใช้บุคลากรที่ใกล้ชิด ได้แก่ กรรมการบริษัท และพี่น้อง เพื่อนฝูง ที่สนิทและไว้ใจได้ ทำให้ไม่ต้องแบกรับภาระเงินเดือนจำนวนมาก

8. มีการฝึกอบรมพนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน และปลูกฝังให้มีความรักในอาชีพบริการอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อน (Weakness)

1. เป็นบริษัทใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก ไม่มีฐานลูกค้าเดิม

2. กิจการดำเนินการนำเที่ยว จำกัดเฉพาะภายในประเทศเท่านั้น

3. บุคลากรไม่ได้จบการศึกษาหรือมีประสบการณ์ด้านการธุรกิจนำเที่ยวโดยตรง

4. ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและบริการอื่น ๆ ยังไม่แน่ชัด

5. บุคลากรในการดำเนินงานมีน้อย อาจรองรับไม่พอในช่วงเวลาเทศกาลที่มีกลุ่มลูกค้าต้องการใช้บริการจำนวนมาก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

โอกาส (Opportunities)

1. ประเทศไทย มีภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมายทั่วประเทศ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศิลปะพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่ชวนให้น่าเดินทางไปท่องเที่ยวและสัมผัสในทุกท้องถิ่น

2. แนวโน้มของการท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวกลุ่ม Mice ที่มีทำที่ว่าจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าชาวไทย ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หันมาเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นเช่นกัน

3. ภาครัฐและภาคเอกชนมีการตื่นตัวและหันมาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

4. ท.ท.ท. มีการส่งเสริมและจัดกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น สโลแกน “Amazing Thailand” “เที่ยวเมืองไทย ไม่ไปไม่รู้” และ “เที่ยวเมืองไทย ไปได้ทุกเดือน”

5. มีตัวแทนคณา ที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในเมืองไทย อย่างเช่นคุณตึก เจษฎาภรณ์ ผลดี ที่เป็นแรงจูงใจให้คนไทยหันมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น

6. มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลาและเป็นທີ່ดึงดูดใจของลูกค้า

7. การเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีให้มากมาย

8. คนไทยมีพฤติกรรมที่ชอบการท่องเที่ยวสังสรรค์ ทำกิจกรรมเป็นหมู่คณะ

9. หน่วยงานราชการต่าง ๆ รวมถึงโรงงานอุตสาหกรรม มีนโยบายด้านการทำกิจกรรมเพื่อสังคม การอบรมพัฒนาบุคลากร การสัมมนาจัดงานนอกสถานที่ มีงบประมาณและเงินทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เกือบทุกหน่วยงาน

10. กลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษามีการจัดอบรม สัมมนา และท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี

11. ปัจจุบันหน่วยงานราชการต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการคืนกำไรสู่สังคม การทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากขึ้น

12. มีนโยบายที่สามารถนำไปเสร็จจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ มาใช้ในการลดหย่อนภาษีได้

อุปสรรค (Threats)

1. ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาทำธุรกิจประเภทนี้ได้ไม่ยาก เพราะเริ่มต้นได้ที่ต้นทุนไม่สูง ส่งผลให้ปัจจุบันมีบริการธุรกิจนำเที่ยวทั้งรายใหญ่และรายย่อยเกิดขึ้นจำนวนมาก

2. มีการให้บริการกิจกรรมท่องเที่ยวแบบครบวงจรเองของผู้ให้บริการสถานที่พักเอง เช่น โรงแรม รีสอร์ท ทาวน์โฮมที่พัฒนา เช่น อินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ สามารถประกอบกิจการ เพิ่มช่องทางด้านการตลาดผ่าน Website โทรศัพท์ สามารถประกอบกิจการได้ง่ายขึ้น และมีผู้ประกอบการบางราย ดำเนินการในลักษณะพานิชอิเล็กทรอนิกส์

บทที่ 4

แผนการบริหารจัดการ

ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel)
ที่อยู่ที่ตั้งกิจการ	114/1 หมู่ที่ 9 ต.หมอนทอง อ.บางน้ำเปรี้ยว จ.ฉะเชิงเทรา
ทุนจดทะเบียน	500,000 บาท

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ

ดำเนินกิจการด้านงานบริการอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งในสายงานบริการแรก คืองานบริการด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ สำหรับกลุ่มคณะบุคคลากรทางการศึกษา เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ระยอง ชลบุรี จันทบุรี ตราด และปราจีนบุรี และกลุ่มคณะบุคคลากรของหน่วยงานของโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออก อย่าง นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี รวมถึงนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ และนิคมอุตสาหกรรมเวลโกรด์ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการให้บริการแก่กลุ่มเยาวชนรุ่นใหม่ ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทั่วประเทศรวมถึงการให้บริการด้านข้อมูลการท่องเที่ยวจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแก่บุคคลทั่วไปอีกด้วย

รายนามคณะกรรมการบริษัท

ตารางที่ 4-1 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ -นามสกุล	ตำแหน่ง
1.	นายบุญสม มือนันต์	ประธานกรรมการ
2.	นางสาวสุณิสา มือนันต์	กรรมการ
3.	ว่าที่ร้อยตรี สามารถ ศรีสมัย	กรรมการ
4.	นางสาวบัณฑิตา มือนันต์	กรรมการ
5.	นายทัญชัช อริยเกษมมงคล	กรรมการ

อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ
กำหนดให้ นายบุญสม มีอนันต์ หรือ นางสาวสุนิสา มีอนันต์ มีอำนาจผูกพันบริษัท
ในการลงชื่อ พร้อมประทับตราสำคัญของบริษัท เท่านั้น
รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ตารางที่ 4-2 หุ้นส่วน และสัดส่วนถือครอง

ลำดับ	ชื่อ -นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	ร้อยละ
1.	นายบุญสม มีอนันต์	1,000	100,000 บาท	20
2.	นางสาวสุนิสา มีอนันต์	2,500	250,000 บาท	50
3.	ว่าที่ร้อยตรี สามารถ ศรีสมัย	500	50,000 บาท	10
4.	นางสาวสุนิสา มีอนันต์	500	50,000 บาท	10
5.	นายพนัญชัย อริยเกษมมงคล	500	50,000 บาท	10
รวมจำนวนหุ้น		5,000	500,000 บาท	100

ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

1. นายบุญสม มีอนันต์ อายุ 60 ปี

1.1 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(บางแสน)

1.2 อดีต ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดโพธิ์แสงกาญจนราษฎร์ เขต 1 จังหวัดฉะเชิงเทรา

(โรงเรียนตัวอย่างระดับประเทศ)

1.3 อดีต นายกสมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพและบุคลากรทางการศึกษา จังหวัด

ฉะเชิงเทรา

1.4 อดีต ประธานสหกรณ์ครู จังหวัดฉะเชิงเทรา

1.5 ที่ปรึกษา ผลงานทางวิชาการพิเศษ

1.6 อดีตประธานกิจกรรมทางการศึกษา มากมาย เขต 1 จังหวัดฉะเชิงเทรา

1.7 ที่ปรึกษา และคณะกรรมการประชาภิการณ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และ ระยอง

2. นางสาว สุนิสา มีอนันต์ อายุ 25 ปี

2.1 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรม

อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย บูรพา

2.2 ปัจจุบันศึกษาระดับปริญญาโท คณะการจัดการและการท่องเที่ยว สาขา
การจัดการมหาบัณฑิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3. ว่าที่ร้อยตรี สามารถ ศรีสมัย อายุ 34 ปี

3.1 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหาร จากมหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพฯ

3.2 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ

3.3 จบการศึกษาระดับปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัย

พัฒนศาสตร์ (NIDA)

3.4 อดีตผู้จัดการโรงงาน บริษัท ไซมิส จำกัด กรุงเทพฯ

3.5 ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการโรงงานแปรรูปอาหาร GSB ปทุมธานี

4. นางสาวบัณฑิตา มีอนันต์ อายุ 27 ปี

4.1 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะการจัดการ สาขาการเงิน จาก
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4.2 ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อระดับปริญญาโท คณะการจัดการ สาขาเศรษฐศาสตร์
ธุรกิจระหว่างประเทศ

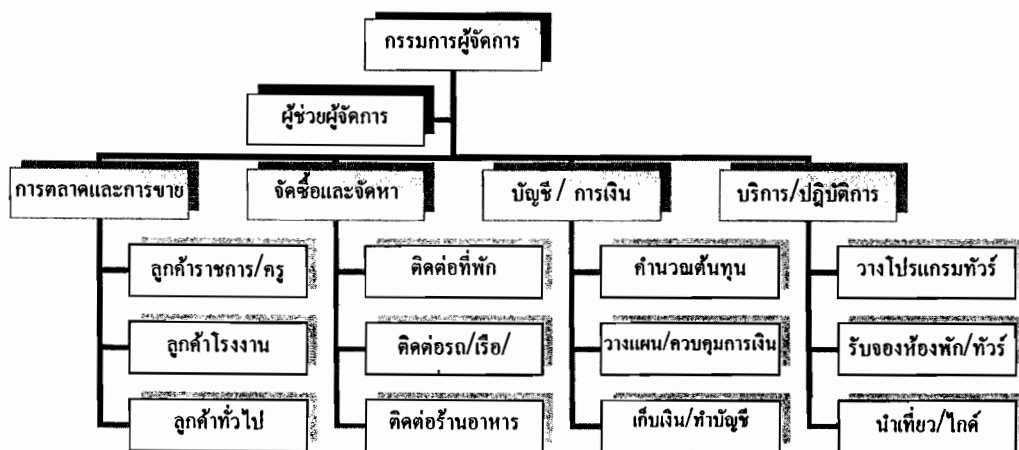
4.3 ปัจจุบันเป็นพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบางน้ำเปรี้ยว

5. นายทนต์ชัย อริยเกษมมงคล อายุ 25 ปี

5.1 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรม
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย บูรพา

5.2 ปัจจุบันศึกษาระดับปริญญาโท คณะการจัดการและการท่องเที่ยว สาขา
การจัดการมหาบัณฑิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แผนผังองค์กร



ภาพที่ 4-1 แผนผังองค์กร

หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1. ผู้จัดการ (Manager) นายบุญสม มือนันต์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ดูแลบริหารงานทั่วไป ติดตามความก้าวหน้าของงานในแต่ละส่วน และมีอำนาจในการตัดสินใจสูงสุด มีอำนาจผูกพันและลงนามกับบริษัท เช่นเดียวกับนางสาวสุนิสา มือนันต์

คุณสมบัติ

เป็นผู้ที่มีทั้งคุณวุฒิ และวัยวุฒิสูงที่สุดในบริษัท มีประสบการณ์ยาวนานในด้านการบริหาร และการปกครองบุคคล เป็นผู้ที่มีความน่าเกรงขาม เป็นที่เคารพนับถือจากบุคคลทั่วไป มีชื่อเสียงที่ดีงามอย่างกว้างขวาง เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์และเที่ยงตรง มีเครือข่ายสายงานจำนวนมาก

2. ผู้ช่วยผู้จัดการ (Assistant Manager) นางสาวสุนิสา มือนันต์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ดูแลบริหารงานทั่วไป รองจากผู้จัดการ ติดตามความก้าวหน้าของงานในแต่ละส่วนเพื่อรายงานต่อกรรมการ เป็นผู้ประสานงานจากทุกหน่วยงาน รวมถึงเป็นผู้ดูแลแก้ปัญหาเฉพาะกิจจากแต่ละหน่วยงาน และมีอำนาจในการตัดสินใจรองจากกรรมการผู้จัดการ มีอำนาจผูกพันและลงนามกับบริษัท เช่นเดียวกับ นายบุญสม มือนันต์ (แต่ทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรรมการก่อน)

คุณสมบัติ

เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งมีอำนาจผูกพันกับบริษัทร่วมกับนายบุญสม มือนันต์ เป็นคนมีเหตุผล จบการศึกษาทางด้านบริหารโดยตรง อันได้แก่การบริหารทางด้านวิศวกรรมอุตสาหกรรม ซึ่ง และการจัดการมหาบัณฑิตวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นผู้ทำงานเต็มเวลาให้กับบริษัท ประจำอยู่ที่สำนักงาน และสามารถปฏิบัติงานนอกสถานที่ได้ตลอดเวลา

3. ฝ่ายการตลาด (Marketing) ว่าที่ร้อยตรี สามารถ ศรีสมัย

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ทำหน้าที่ดูแลกลุ่มลูกค้าทั้งหมดของกิจการ บริหารจัดการและดำเนินการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นผู้จัดหาฐานลูกค้าให้กับกิจการ และดูแลความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับกิจการ เป็นผู้รับข้อมูลความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาประชุมร่วมกันกับองค์กรให้สามารถจัดบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

คุณสมบัติ

เป็นผู้ที่มีความสามารถในการติดต่อประสานงานและการเจรจา มีความน่าเชื่อถือ มนุษย์สัมพันธ์ดี มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น มีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจ

สำนักงานหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. ๒๕๖๒ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

23

บุคคล มีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

5. ฝ่ายจัดซื้อ/จัดหา (Purchase & Sourcing) นายทนต์ชัย อริยเกษมมงคล

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ทำหน้าที่ประสานงานไปยังสถานที่พัก/ โรงแรม ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อขอราคาพิเศษสำหรับตัวแทน(Contact Price) และการติดต่อเพื่อทำการจองให้กับลูกค้า รวมถึง การติดต่อที่พัก รถ ร้านอาหาร ที่ท่องเที่ยว เพื่อรองรับการจัดโปรแกรมทัวร์ของกิจการ รวมถึง เก็บข้อมูลราคาค่าต้นทุน เพื่อนำมาคำนวณค่าใช้จ่าย ของการจัดทัวร์และกิจกรรมการบริการ

คุณสมบัติ

เป็นผู้ที่มีความสามารถในการติดต่อประสานงาน การเจรจาต่อรอง และมีความคล่องแคล่วในการทำงาน มีการทำงานอย่างเป็นระบบ

6. ฝ่ายบัญชี / การเงิน (Accounting) นางสาวบัณฑิตา มือนันต์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ทำหน้าที่วางแผนทางการเงินของบริษัท ควบคุมค่าใช้จ่าย ต้นทุน ดูแลระบบบัญชี / รายรับ - รายจ่าย / ระบบการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท

คุณสมบัติ

จบสาขาการจัดการการเงิน และทำงานเกี่ยวข้องกับบัญชี เศรษฐศาสตร์ และการเงิน โดยตรง เป็นผู้ที่มีความรอบคอบ ละเอียด และมีการวางแผนการใช้เงินอย่างเหมาะสม

7. ฝ่ายปฏิบัติการ (Operation & Tour Leader) นางสาวสุนิสา มือนันต์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ทำหน้าที่วางแผนจัดนำเที่ยว ควบคุมดูแลการนำเที่ยว ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า ดูแลใน ส่วนของกรุ๊ปทัวร์และไกด์ และให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดทัวร์ของบริษัท การจัดการกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น การทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมเฉพาะกิจ เก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาประชุมกับองค์กร

คุณสมบัติ

เป็นพนักงานเต็มเวลาให้กับบริษัท ประจำอยู่ที่สำนักงาน และสามารถปฏิบัติงานนอก สถานที่ได้ตลอดเวลา มีความรักในอาชีพบริการ มนุษย์สัมพันธ์ดี เป็นคนร่าเริงสดใส กระตือรือร้นในการทำงาน มีทักษะในการเจรจาและแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เป็นผู้ที่สามารถปรับตัว กับสภาพแวดล้อมได้ง่าย ทั้งนี้กิจการได้ติดต่อ เพื่อจ้างไกด์ และผู้ดูแลนำเที่ยวอิสระ ที่มีความเชี่ยวชาญสำหรับการนำเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉพาะไว้จำนวน 4 ท่าน เพื่อสลับหมุนเวียนใน การให้บริการรับรองลูกค้า รวมถึงการติดต่อกับพันธมิตรธุรกิจตัวแทนนำเที่ยวอื่น ๆ เพื่อร่วมจัด

293927

338.4791593

๗ 818๘

๑.๒

กิจกรรมนำเที่ยว สัมมนาคุณงาน แก่คณะบุคคลขนาดใหญ่ โดยจัดและดำเนินการในนามของเอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel)

การบริหารบุคลากร

แนวทางการบริหารบุคลากร

1. ให้ความสำคัญกับการสรรหาและการพัฒนาบุคลากร ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงานทุกระดับ และมีระบบจูงใจที่เหมาะสม

2. สร้างความภาคภูมิใจแก่พนักงานในการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มัคคุเทศก์เป็นบุคลากรที่ต้องมีความรู้ในเรื่องราว ข้อมูลต่างๆ ที่จะอธิบายให้แก่นักท่องเที่ยว มีทักษะการนำเสนอข้อมูลให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้าใจ

3. มีการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานส่วนหน้า ซึ่งต้องบริการลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการฝึกอบรมพนักงานในเรื่องอื่น ๆ ด้วยเนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ให้บริการ ดังนั้นพนักงานบริการซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ในการให้บริการลูกค้าจึงถือว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญดังนั้นทางบริษัทฯ จะเน้นเป็นพิเศษและพิถีพิถันในการคัดเลือกพนักงานให้บริการลูกค้า โดยจะต้องมีการทดสอบระดับความรู้ความสามารถในด้านมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการที่ประทับใจกับลูกค้า นอกจากนี้แล้วบริษัทฯ จะมีการตรวจสอบประวัติอาชญากรรมของพนักงานทุกคนที่เข้ามาสมัครกับทางบริษัทฯ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในด้านความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า

วิสัยทัศน์

เราต้องการเป็นผู้นำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างครบวงจร เฉพาะสำหรับกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา และคณะบุคคลหน่วยงานในโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออก ด้วยบริการที่คุ้มค่า และมีความสุขทุกการเดินทางกับ เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel)

พันธกิจ

1. กิจการมุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์สูงสุดให้กับลูกค้า โดยต้องการให้ลูกค้าทุกรายที่ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของบริการ ราคาที่ยุติธรรม ดำเนินงานด้วยความรวดเร็วตรงเวลา มีความซื่อสัตย์จริงใจในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก

2. กิจการมุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์สูงสุดให้กับลูกค้า ด้วยการนำเสนอสินค้าที่หลากหลายแปลกใหม่

3. กิจการมุ่งเน้นในด้านคุณภาพของการให้บริการที่ดีเยี่ยม

4. กิจการดำเนินการทางด้านราคาของบริการที่ยุติธรรม

5. กิจการมุ่งเน้นการดำเนินงานที่รวดเร็วและตรงเวลาเสมอ

6. กิจการมุ่งเน้นให้ทุกคนในองค์กรดำเนินกิจการด้วยความซื่อสัตย์ มุ่งมั่น และมีความ
จริงใจในการให้บริการเสมอ

เป้าหมายธุรกิจ

1. สร้างชื่อเสียงของกิจการให้เป็นที่รู้จักและจดจำสำหรับลูกค้าภายใต้ชื่อเอ็มพลัส
ทราเวล (Mplus Travel) ผ่านเว็บไซต์ www.mplustravel.com บน โลกอินเทอร์เน็ตภายในสิ้นปี
2553

2. มีกลุ่มลูกค้าประจำ ในการใช้บริการ คิดเป็น 35% ของมูลค่าทั้งหมด

3. ให้บริการด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพภายในระยะเวลาที่กำหนด

4. อัตราผลตอบแทนกำไรจากการดำเนินกิจการ 30%

5. สร้างยอดขายจากช่องทาง Online และช่องทางอื่น ๆ รวม คิดเป็นมูลค่าประมาณ
400,000 บาท ต่อเดือน ภายในสิ้นปี 2554

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor)

1. มีโปรแกรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตรงตามความต้องการของลูกค้า

2. มีการบริการที่รวดเร็ว และตรงเวลา

3. ราคาเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

4. มีการช่องทางการจัดจำหน่ายที่รวดเร็ว สะดวกสบายหลายช่องทาง รวมถึงมีการจัด
จำหน่ายทาง Internet ให้บริการเลือกซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง

5. ผู้ประกอบการควรมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงฤดูกาลท่องเที่ยว สภาพของแหล่ง
ท่องเที่ยว รวมทั้งข้อมูลความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เพื่อช่วยสร้างสีสันและความสนุกสนานใน
การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

6. การให้บริการลูกค้าตลอดเวลา เมื่อลูกค้าเกิดปัญหาต่าง ๆ องค์กรก็สามารถแก้ไขให้
ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงปรับปรุงในสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้แก้ไข

7. มีความซื่อสัตย์ และจริงใจในการให้บริการ

ทั้งนี้กิจการให้ความสำคัญด้านทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างสูง มุ่งมั่นที่จะสร้างทัศนคติที่ดี
ในอาชีพบริการ ให้พนักงานทุกคนปฏิบัติกับลูกค้าทุกราย เสมือนกับการปฏิบัติที่ดีต่อครอบครัว
และเพื่อนฝูง นอกจากนี้ กิจการยังมุ่งเน้นการทำงานที่คล่องตัวของพนักงานทุกคน โดยสามารถ
ทำงานออนไลน์ได้ในทุกที่และทุกเวลา ในการเข้าระบบการทำงานออนไลน์ในเว็บไซต์ขององค์กร

บทที่ 5

แผนการดำเนินงาน

ทางกิจการได้มีการวางแผนการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุด ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการ และรูปแบบการให้บริการดังต่อไปนี้

การวางแผนโปรแกรมท่องเที่ยว

ในกรณีที่เป็นการจัดนำเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ บริษัทจะต้องทำการวางแผน โปรแกรมท่องเที่ยวดังนี้

1. วางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยเรียกประชุมและปรึกษาหารือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การประชุมอาจเริ่มจากการกำหนดลักษณะการนำเที่ยวว่าจะจัดแบบใดในเบื้องต้น
2. กำหนดจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางไป โดยศึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับคามนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว
3. หลังจากทีวางแผน โปรแกรมเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วางแผนต้องจัดเจ้าหน้าที่ฝ่ายที่รับผิดชอบทางด้านสถานที่พักหรือฝ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมัคคุเทศก์ เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และร้านอาหารต่าง ๆ
4. หารือร่วมกันอีกครั้งในเรื่องของการจัดหาแหล่งที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว เพื่อจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวขึ้นมา

การติดต่อ / ประสานงานกับสถานที่ต่าง ๆ

หลังจากทีวางแผนโปรแกรมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฝ่ายทัวร์ในประเทศหรือกรุ๊ปทัวร์จะจัดทำหนังสือเสนอต่อโรงแรมและร้านอาหาร เพื่อขอทำสัญญา (Contract) ในการส่งลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ณ โรงแรมและร้านอาหารนั้น ๆ โดยทางโรงแรมจะมอบส่วนลดให้กับบริษัทนำเที่ยวเพื่อเป็นค่าตอบแทนที่ส่งผู้ให้บริการให้ ส่วนเงื่อนไขและระยะเวลาในการทำสัญญาขึ้นอยู่กับโรงแรมแต่ละแห่งจะเป็นผู้กำหนด

โดยปกติแล้ว สถานที่พักต่าง ๆ จะให้ส่วนลดกับบริษัทนำเที่ยวที่ทำสัญญา (Contract) ไว้ประมาณ 20 – 40 % โดยเฉลี่ย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อตกลงกับทางโรงแรมและจำนวนนักท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวส่งไปให้ คือ ถ้านักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ทางบริษัทนำเที่ยวก็จะได้รับส่วนลดมาก

ส่วนร้านอาหารที่จะพาลูกค้าไปรับประทานอาหารนั้น ทางบริษัทน่าจะจะต้องจองไว้ก่อนล่วงหน้า โดยทั่วไป ร้านอาหารจะให้ส่วนลดกับบริษัทน่าจะไม่เกิน 20 % ของราคาอาหารในมือนั้น ๆ เมื่อทำสัญญาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฝ่ายทัวร์ในประเทศหรือกรุ๊ปทัวร์จะต้องดูความเรียบร้อยของ โปรแกรมทัวร์อีกครั้ง โดยการคำนวณต้นทุนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าสถานที่พัก ค่าอาหาร ค่ามัคคุเทศก์ เพื่อนำมาเป็นตัวกำหนดราคาทัวร์ในแต่ละโปรแกรม หลังจากนั้น ผู้ประกอบการจึงนำโปรแกรมที่เสร็จสมบูรณ์แล้วพิมพ์ออกมาในรูปของแผ่นพับเพื่อแจกให้กับลูกค้า

ขั้นตอนการจำหน่ายโปรแกรมทัวร์ /กรุ๊ปทัวร์

การจำหน่ายโปรแกรมทัวร์ให้ลูกค้า ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. พนักงานฝ่ายจำหน่าย โปรแกรมทัวร์สอบถามถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ลูกค้าต้องการเดินทาง โดยส่วนมากบริษัทน่าจะจะทำเป็นแคตตาล็อกเพื่อให้ลูกค้าเลือกสถานที่พัก โรงแรมต่าง ๆ
2. พนักงานฝ่ายจำหน่าย โปรแกรมทัวร์เสนอสถานที่พัก / โรงแรมที่บริษัทได้ทำการติดต่อ (Contract) ไว้ โดยบริษัทจะมีที่พัก/โรงแรม พร้อมราคาค่าที่พักให้ลูกค้าเลือกหลายแห่ง
3. เมื่อลูกค้าเลือกสถานที่พักแล้ว ทางฝ่ายจำหน่าย โปรแกรมทัวร์จะโทรศัพท์สอบถามไปยังเจ้าหน้าที่ของ โรงแรมเพื่อตรวจสอบห้องพัก หลังจากที่ทางโรงแรมตรวจสอบแล้วว่ามีห้องว่าง พนักงานฝ่ายจำหน่าย โปรแกรมทัวร์จะตกลงกับลูกค้าในเรื่องการจ่ายค่ามัดจำ
4. ลูกค้าจ่ายค่ามัดจำและทางฝ่ายจำหน่าย โปรแกรมทัวร์ออกใบเสร็จรับเงิน (Voucher) พร้อมใบยืนยันการจองให้กับลูกค้า ฝ่ายจำหน่าย โปรแกรมทัวร์ประสานงานไปยังสถานที่พัก เพื่อยืนยันวันและเวลาที่ลูกค้าจองห้องพัก

ส่วนการจำหน่ายแบบกรุ๊ปทัวร์ จะมีขั้นตอนดังนี้

1. พนักงานฝ่ายจำหน่ายกรุ๊ปทัวร์สอบถามถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ลูกค้าต้องการเดินทาง โดยบริษัทน่าจะพาลูกค้าไปโปรแกรมท่องเที่ยวที่บริษัทจัดทำขึ้นเสนอให้กับลูกค้า
2. พนักงานฝ่ายจำหน่ายกรุ๊ปทัวร์เสนอสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อลูกค้าสนใจ จึงให้ลูกค้าทำการสำรองที่นั่งไว้ โดยจ่ายเงินค่ามัดจำ (ทางบริษัทจะออกทัวร์ได้ก็ต่อเมื่อจำนวนลูกค้าทัวร์ครบตามที่ต้องการ) การเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ ลูกค้าจะไม่สามารถเลือกสถานที่พักร้านอาหาร ทางบริษัทน่าจะ เป็นผู้กำหนดสิ่งเหล่านี้ให้
3. เมื่อจำนวนลูกค้าทัวร์ครบตามที่บริษัทต้องการ ทางฝ่ายจำหน่ายกรุ๊ปทัวร์จะโทรศัพท์สอบถามไปยังที่พัก/โรงแรมที่ได้ติดต่อ (Contract) ไว้ เพื่อจองที่พัก / โรงแรม และร้านอาหาร

4. ฝ่ายจำหน่ายกรู๊ปทัวร์ติดต่อไปยังลูกค้าอีกครั้ง เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบว่า จำนวนกรู๊ปทัวร์ที่ลูกค้าสำรองที่นั่งไว้ครบแล้ว และให้ลูกค้านำเงินส่วนที่เหลือมาชำระ (ถ้ากรู๊ปทัวร์มีจำนวนลูกค้าไม่ถึงตามที่กำหนด ทางพนักงานควรแจ้งให้ลูกค้าเปลี่ยนกรู๊ปทัวร์ใหม่ทันที)

5. หลังจากที่ลูกค้านำเงินมัดจำมาจ่ายแล้ว ทางฝ่ายจำหน่ายกรู๊ปทัวร์ออกใบเสร็จรับเงิน (Voucher) และใบยืนยันการจองให้กับลูกค้า พร้อมส่งหมายกำหนดการต่าง ๆ ให้กับลูกค้า

6. ฝ่ายจำหน่ายกรู๊ปทัวร์ประสานงานไปยังสถานที่พัก เพื่อยืนยันวันและเวลาที่ลูกค้าจองห้องพัก

เมื่อลูกค้าเดินทางไปถึงจุดที่นัดหมายไว้ ลูกค้ายื่น Voucher พร้อมใบยืนยันการจองให้กับมัคคุเทศก์หรือผู้ช่วยมัคคุเทศก์ และเมื่อลูกค้ากรู๊ปทัวร์มาครบแล้วจึงออกเดินทาง

การมัดจำเงิน

ทางลูกค้าจะต้องชำระค่ามัดจำก่อน 50 % หลังจากที่วางมัดจำเสร็จเรียบร้อย ทางบริษัทจะออกใบเสร็จรับเงิน โดยใบใบเสร็จรับเงินจะกำหนดระยะเวลาการจ่ายเงินส่วนที่เหลือว่า ลูกค้าต้องจ่ายเงินไม่เกินกี่วันก่อนการเดินทาง หรือแล้วแต่ข้อกำหนดของบริษัท

วิธีชำระเงิน สามารถชำระได้ 3 ทาง คือ

1. ชำระเงินค่าบริการด้วยตนเองที่บริษัท
 2. ชำระเงินค่าบริการผ่านบัตรเครดิต
 3. ชำระเงินค่าบริการผ่านระบบบัญชีธนาคาร ด้วยการ โอนเงินผ่านบัญชีของบริษัท
- กรณีการขอยกเลิกทัวร์

1. เมื่อลูกค้าขอยกเลิกทัวร์ เนื่องจากเหตุสุดวิสัยใด ๆ ก็ตาม ลูกค้าจะต้องแจ้งให้ทางบริษัททราบ ทางบริษัทจะมีเงื่อนไขในการยกเลิกทัวร์ดังนี้

2. ยกเลิกทัวร์อย่างน้อย 16 วันก่อนการเดินทาง ทางบริษัทจะคืนเงินให้เต็มจำนวนตามมูลค่าของแต่ละรายการ

3. ยกเลิกทัวร์ภายใน 15 – 8 วันก่อนการเดินทาง ทางบริษัทจะริบเฉพาะเงินมัดจำเท่านั้น ยกเลิกทัวร์ภายใน 7 – 2 วันก่อนออกเดินทาง ทางบริษัทจะหักเงิน 50% จากราคาเต็มของรายการทัวร์แต่ละรายการ

4. ยกเลิกทัวร์ 1 วันก่อนการเดินทาง หรือในวันเดินทาง ทางบริษัทจะไม่คืนเงินค่าทัวร์ทั้งหมด

กรณีไม่ชำระเงินตามกำหนดนัดหมาย

เมื่อลูกค้าไม่สามารถชำระเงินตามที่กำหนดไว้ บริษัทมีสิทธิที่จะยกเลิกการจองและริบเงินมัดจำคืนได้ในทุกกรณี

กรณีเลื่อนการเดินทางและเปลี่ยนรายการท่องเที่ยว

ในกรณีที่ลูกค้าขอเลื่อนการเดินทาง หรือต้องการเปลี่ยนแปลงรายการท่องเที่ยว ลูกค้าจะต้องแจ้งความจำนงขอยกเลิกรายการจองให้บริษัททราบก่อนการเดินทางอย่างน้อย 7 วันพร้อมทั้งนำหลักฐานการวางเงินมัดจำหรือใบเสร็จรับเงินมาแสดงต่อพนักงาน จึงจะถือว่าสมบูรณ์

การเตรียมตัวก่อนออกเดินทาง

เมื่อลูกค้าชำระเงินเป็นที่เรียบร้อยแล้ว พนักงานฝ่ายทัวร์ในประเทศและกรุ๊ปทัวร์จะติดต่อไปยังสถานที่พักและร้านอาหารอีกครั้ง เพื่อยืนยันการจอง และจัดเตรียมของขวัญหรือของที่ระลึก พร้อมอาหารว่างในขณะเดินทางให้แก่ลูกค้าก่อนการออกเดินทาง 7 วัน บริษัทจะจัดส่งหมายกำหนดการต่าง ๆ เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบบริษัทติดต่อไปยังบริษัทประกันภัย เพื่อทำการประกันภัยให้แก่ลูกค้าในกรณีที่เดินทางเป็นหมู่คณะ

การบริการระหว่างการเดินทาง

เมื่อลูกค้าเดินทางมาตามเวลาที่ระบุไว้ในหมายกำหนดการ ทางบริษัทนำเที่ยวจะมอบหน้าที่ให้กับมัคคุเทศก์และผู้ช่วยมัคคุเทศก์เป็นผู้ดูแลลูกค้าทัวร์ หลังจากที่มีมัคคุเทศก์ตรวจจำนวนลูกค้าทัวร์ครบแล้ว จึงออกเดินทาง ระหว่างการเดินทาง มัคคุเทศก์จะบรรยายถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะเดินทางไป การเล่นเกมสัจของรางวัล และบริการอาหารว่างในระหว่างการเดินทาง

หลังจากถึงสถานที่พักแล้ว มัคคุเทศก์พาลูกค้าแยกย้ายเข้าห้องพัก และนัดหมายเวลาที่จะเดินทางต่อ เมื่อลูกค้ามาตามเวลาที่นัดหมายไว้ มัคคุเทศก์จะพาไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก โดยมัคคุเทศก์ติดต่อไปยังเจ้าหน้าที่ของสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ๆ รวมถึงร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อยืนยันการจอง มัคคุเทศก์จะดูแลทัวร์อย่างใกล้ชิดตั้งแต่ก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง

การดูแลลูกค้าไม่ให้พลัดหลง

ขณะนำเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Tour) มัคคุเทศก์จะไม่สามารถควบคุมดูแลลูกค้าทัวร์ได้ทั้งหมด ดังนั้น มัคคุเทศก์จึงต้องสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยใช้ธงเป็นสัญลักษณ์เผื่อในกรณีที่ลูกค้าพลัดหลง ลูกค้าจะสอดส่องหาธงของทัวร์ นอกจากมัคคุเทศก์จะมีธงและเครื่องหมายหรือเครื่องหมายเป็นสัญลักษณ์แล้ว ลูกค้าเองจะต้องมีสติ๊กเกอร์หรือป้ายติดหน้าอกประกาศให้รู้ว่าคุณกลุ่มไหนอย่างชัดเจน เพื่อจะหาเพื่อนร่วมทัวร์ได้ถูกต้อง

การบริการหลังการเดินทาง

ก่อนเดินทางกลับ มัคคุเทศก์จะแจกแบบสอบถาม (Questionnaires) ให้กับลูกค้า เพื่อประเมินผลการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ว่ามีจุดบกพร่องใดบ้างที่ควรแก้ไข ภายหลังจากประเมินผลเสร็จสิ้นแล้ว มัคคุเทศก์จะส่งแบบประเมินผลนี้ให้กับฝ่ายทัวร์แผนกต่าง ๆ เพื่อปรึกษาหารือและหา

ทางแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป รวมถึงบริษัทนำเที่ยวจะเก็บรวบรวมรายชื่อของลูกค้า เพื่อจัดส่ง โบรชัวร์การท่องเที่ยวให้กับลูกค้าในคราวต่อไป

การบริหารค่าใช้จ่าย

ทางบริษัทวางแผนด้านบัญชีและการเงินไว้ล่วงหน้า เพื่อมิให้เกิดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้ธุรกิจมีสภาพคล่องทางการเงิน การบริหารค่าใช้จ่ายของธุรกิจนำเที่ยวที่ทางบริษัทจัดทำคือ

1. แยกระหว่างบัญชีธุรกิจและบัญชีส่วนตัวของผู้ประกอบการออกจากกัน
2. นำกำไรจากการดำเนินงานมาเป็นทุนสำรอง หรือสำหรับขยายกิจการ
3. ไม่สร้างภาระค่าใช้จ่ายประจำมากเกินไป
4. นำระบบคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีมาช่วย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

การทำงานและลดค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน

บทที่ 6

การวิจัยตลาดและการวิเคราะห์ตลาด

กลุ่มลูกค้า

Target Market ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานการศึกษาเขตเชิงเทรา เขต 1 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย ไปพัฒนาประยุกต์ใช้ กับกลุ่มลูกค้าหมู่คณะบุคลากรทางการศึกษาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อ้างอิงภาคผนวก ก)

การศึกษานี้ ทางกิจการได้ทำการเก็บข้อมูลตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือเป็นชุด แบบสอบถาม (อ้างอิงตามเอกสารแนบ) และจากการพูดคุยสอบถาม กับตัวแทนคณะบุคคล ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ และเป็นผู้จัดกิจกรรมสัมมนา ศึกษาดูงาน รวมถึงจัดกิจกรรมนอกสถานที่ อันได้แก่ ผู้บริการสถานศึกษา ผู้บริหารทางการศึกษา ครู อาจารย์ บุคลากรประจำหน่วยงาน ราชการทางการศึกษา

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของกลุ่มลูกค้าคณะบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตการศึกษาจังหวัดระยอง เขต 1 มีตัวแปรสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้แก่

1. ปัจจัยด้านคุณภาพและบริการ
2. ปัจจัยทางด้านราคา
3. ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัย
5. ปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอ

รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเป็นการศึกษาแบบตัดขวาง ซึ่งเป็นการศึกษาในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งที่ศึกษา (Cross Sectional Study)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเขตเชิงเทรา เขต 1 จำนวน 50 แห่ง โดยใช้วิธีการสุ่มตามพื้นที่แบบสะดวก (Convenience Sampling) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างบริษัทอย่างน้อย 45 ตัวอย่างขึ้นไป

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 6-1 ผลการวิจัย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป			
รายการ	ผลสำรวจ	จำนวน	ร้อยละ
1.ระดับของสถาบัน	ประถมศึกษา	27	60.00
2.จำนวนบุคลากรในสถาบัน	ไม่เกิน 10 คน	25	55.60
3.จำนวนนักเรียนหรือบุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน	101-200 คน	12	26.70

ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าขนาดของสถานศึกษาและจำนวนบุคลากรในสถานศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง เป็นสถาบันขนาดเล็ก ถึง กลาง ซึ่งมีจำนวนบุคลากรจำนวนไม่มาก

ตารางที่ 6-2 ผลการวิจัย ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว			
รายการ	ผลสำรวจ	จำนวน	ร้อยละ
1.ที่ผ่านมาจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานานาชาติ หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	1-3 ครั้ง	34	75.60
2.จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานานาชาติ สัมมนา แก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน	น้อยกว่า 50 คน	31	68.90
3.เสียค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานานาชาติ สัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	10,001-50,000 บาท	27	60.00
4.สถานที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานานาชาติ หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	ตะวันออก	38	36.54
	เหนือ	18	17.31

จากผลการวิจัยในด้านของรูปแบบการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวที่ผ่านมากของกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เคยจัดประชุม อบรม สัมมนา ศึกษานานาชาติ ประมาณ 1-3 ครั้ง และแต่ละครั้งมีผู้ร่วมกิจกรรมน้อยกว่า 50 คน นั่นคือเป็นการจัดประชุม ศึกษานานาชาติ

หรือนำเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ และมีงบประมาณครั้งละ 10,001-50,000 บาท และที่ผ่านมามีส่วนใหญ่มักจะจัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก และรองลงมาจัดที่ภาคเหนือ ตามลำดับ

ตารางที่ 6-3 ผลการวิจัย ส่วนที่ 3 ด้านความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม สัมมนา

ส่วนที่ 3 ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม สัมมนา				
รายการ	ผลสำรวจ	จำนวน	ร้อยละ	
1.เคยเข้าร่วมการจัดประชุม จัดนำเที่ยวอบรม ศึกษานสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวหรือไม่	เคย	44	97.80	
2.มีการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกี่ครั้ง	1-3 ครั้ง	36	80.00	
3.มีการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว แก่บุคลากรครั้งละประมาณกี่วัน	1-3 วัน	42	93.30	
4.ช่วงวันที่มีการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว แก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	วันหยุด	22	48.90	
	ส.-อา.	21	46.70	
	จ.-ศ.			
5.ส่วนใหญ่มักมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว ในภูมิภาค และจังหวัดใด	ยังไม่เจาะจง	24	41.38	

จากผลการวิจัยในด้านความต้องการการจัดประชุม อบรม ศึกษาน สัมมนา หรือนำเที่ยวของกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว และในแต่ละหน่วยงานมีการวางแผนในการจัดกิจกรรมฯ ประมาณ 1-3 ครั้งต่อปี และวางแผนการจัดกิจกรรมฯ ครั้งละประมาณ 1-3 วัน โดยส่วนใหญ่มักจะเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ที่เลือกจัดในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และอีกกลุ่มจะจัดกิจกรรมฯ ในช่วงวันธรรมดา ทั้งนี้สถานที่ในการจัดกิจกรรม ยังไม่ได้สรุปไว้ในแผน แต่เท่าที่มีการสอบถามและพูดคุย ลูกค้าตัวอย่างกลุ่มนี้ในช่วงปลายปีนี้จะสนใจเดินทางไปทางภาคอีสาน และภาคเหนือ เป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 6-4 ผลการวิจัย ส่วนที่ 4 ด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

ส่วนที่ 4 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว		
ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ	ด้าน
1.คุณภาพและบริการ	มากที่สุด	ด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีตลอดการเดินทาง
2.ราคา	มากที่สุด	ราคาสมเหตุสมผลกับบริการ
3.ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปานกลาง	สามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่น
4.ความน่าเชื่อถือของ บริษัทนำเที่ยว และความ ปลอดภัย	มากที่สุด	คนขับรถ ที่มีความชำนาญทาง มีความ ระมัดระวังเป็นพื้นฐาน และไม่ใจร้อน
5.ความหลากหลาย และ แตกต่างของรูปแบบ บริการที่นำเสนอ	มาก	การร่วมกับหน่วยงานเพื่อนำเสนอ รูปแบบการจัดอบรม ประชุม และ สัมมนา ที่แปลกใหม่

จากผลการวิจัยในด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพและบริการ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัย ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุดตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านความหลากหลาย และความแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอ อยู่ในระดับที่ลูกค้าให้ความสำคัญพอสมควร แต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักให้การตัดสินใจ และปัจจัยลำดับสุดท้ายที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว คือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะมีการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวเดิมที่เคยใช้บริการกันอยู่แล้ว

ส่วนการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อคน (รวมค่าที่พัก อาหารว่าง อาหารเช้า อาหารกลางวันและอาหารเย็น) สำหรับการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนา

จากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่กำหนดค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมฯ ต่อคน ประมาณ 1,001-3,000 บาท

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพื่อการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ประชุม อบรม คูงาน และสัมมนา ที่เหมาะสม กับกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา

จากการพูดคุยสอบถาม ทางผู้ใหญ่หลายท่านก็ได้ให้คำแนะนำสำหรับการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ประชุม อบรม คูงาน และสัมมนา ตามที่ทางหน่วยงานมีการจัด หรือวางแผนไว้ รวมถึงสิ่งที่ต้องการและอยากให้บริการนำเที่ยวจัด โดยภาพรวมสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ ส่วนใหญ่แต่ละหน่วยงานจะมีงบประมาณในการจัดอบรม คูงาน รวมถึงสัมมนายู่แล้ว แต่งบประมาณก็จะขึ้นอยู่กับขนาดของหน่วยงาน รวมถึงจำนวนนักเรียนและบุคลากร กล่าวคือ ส่วนใหญ่จะเป็นโรงเรียนขนาดเล็ก จนถึงขนาดกลาง ทำให้งบที่มีให้จำนวนไม่มาก แต่ส่วนใหญ่ จะเป็นการเข้าร่วมประชุม อบรม คูงาน และสัมมนา กับหน่วยงานส่วนกลาง ระดับกลุ่ม อำเภอ จนถึงสังกัดสำนักงาน เขต ระดับจังหวัด ที่มีการจัดอยู่อย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว อีกทั้งยังมีการจัดนำเที่ยวสำหรับกลุ่มคณะในช่วงปิดเทอมทั้งเดือนเมษายน และเดือนตุลาคม ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการจัดนำเที่ยวภายในประเทศ ครั้งละ 60-120 คน

ทั้งนี้งบประมาณในการจัดกิจกรรมต่อหัว ของแต่ละหน่วยงานที่ได้รับ จะเป็นจำนวนไม่มาก เฉลี่ยประมาณ 1,000 – 3,000 บาท หากมีการเดินทางไปต่างจังหวัดไกล ๆ จะต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเอง และหากเป็นการจัดกิจกรรมในพื้นที่เช่น ในจังหวัดละโว้หรือเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่จะจัดในวันธรรมดา และถ้าเป็นกิจกรรมสัมมนาคูงาน รวมถึงมีการนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นทางภาคเหนือ และภาคอีสาน และจัดในวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ หรือช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ และปิดเทอม

สิ่งที่หลาย ๆ ท่านคาดหวังจากบริการนำเที่ยว ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจใหม่ และสามารถมีการค้างแรม หรือจัดอบรมได้ด้วย ในเขตพื้นที่นั้น ๆ รวมถึงไม่ไกลมาก ที่พักโรงแรม ต้องอยู่ในระดับมาตรฐานดี รถที่ใช้ต้องสะดวกสบายและมีความปลอดภัยสูง รวมถึงอาหารทุกมื้อต้องอร่อย ดี สามารถรับประทานได้ไม่จำกัดจำนวน มีกิจกรรมบันเทิง เช่น คาราโอเกะ สถานที่นั่งเล่นพักผ่อนสังสรรค์ อีกทั้งต้องการบริการนำเที่ยว รวมถึงไกด์ที่มีอัธยาศัยดี คุยรู้เรื่อง และดูแลดีตลอดกิจกรรม รวมถึงสามารถเข้ากับลูกทัวร์ที่มีอายุมากๆ ได้อย่างดี หากจัดกิจกรรมได้ประทับใจได้ตั้งแต่ครั้งแรก ทางคณะก็ยินดีที่จะเรียกใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง และไม่กล้าที่จะเปลี่ยนบริษัททัวร์บ่อย ๆ นอกจากนี้ทางผู้ใหญ่ยังให้แนวคิดเกี่ยวกับการจัดธุรกิจนำเที่ยวที่มีความพิเศษและแตกต่างจากตัวแทนเที่ยวอื่น ๆ ให้ได้ และทำให้ลูกค้ารู้จักและประทับใจ

ประเมินแนวโน้มตลาดในอนาคต

กลุ่มตลาดเป้าหมายเริ่มมีแนวโน้มที่จะสนใจการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวมากยิ่งขึ้น รวมถึงหลายๆ หน่วยงานให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรม อบรม ศึกษาน สัมมนา มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในกลุ่มของครู-อาจารย์ที่เกษียณอายุราชการไปแล้ว ยังมีการรวมกลุ่มเพื่อไปท่องเที่ยวตามที่ต่าง ๆ ร่วมกับเพื่อนครู-อาจารย์ที่ยังเป็นข้าราชการทำงานอยู่ ในช่วงปิดเทอม หรือวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

นอกจากนี้ทางภาครัฐก็มีการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการ ให้งบประมาณสนับสนุน รวมทั้งยังสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้อีกด้วย

ทั้งนี้ในพื้นที่ภาคตะวันออก ยังมีผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นบริการนำเที่ยวให้กับกลุ่มบุคคลากรทางการศึกษายังมีอยู่จำนวนน้อย โอกาสที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่นเป็นไปได้สูง

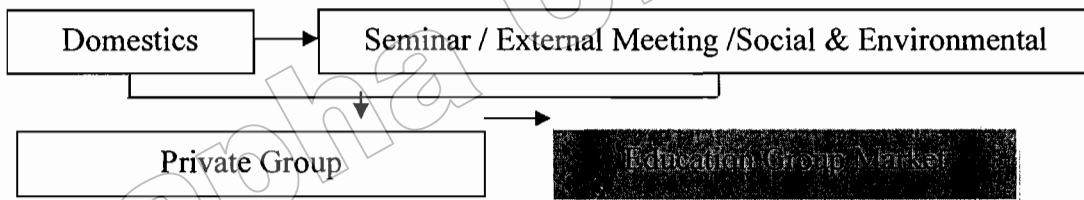
บทที่ 7

แผนการตลาด

เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ ทางกิจการจึงได้ทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มลูกค้าหมุ่คณะของบุคลากรทางการศึกษา โดยผลสำรวจข้อมูลครั้งนี้ทางกิจการข้อมูลหลายด้านที่เป็นประโยชน์มาก รวมถึงได้ติดต่อกับกลุ่มลูกค้าของกิจการ สร้างเครือข่ายทางธุรกิจตั้งแต่ก่อนเริ่มเปิดดำเนินการทางเป็นทางการ ทั้งนี้กิจการได้นำผลการวิจัยครั้งนี้นำมาปรับใช้ในการวางแผนการตลาดและการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจดังต่อไปนี้

การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด (Segmentation)

เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม การนำเที่ยวภายในประเทศ สำหรับกลุ่มลูกค้าประเภทหมุ่คณะ ทั้งการสัมมนา จัดประชุม ดูงาน การทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงกิจกรรมนำเที่ยวในช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ หรือปิดเทอม



ภาพที่ 7-1 ส่วนแบ่งการตลาดของกิจการ

การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย (Customer Target)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยวประเภทหมุ่คณะ อันได้แก่ หน่วยงานราชการ ทั้งนี้มุ่งเน้นไปที่ คณะบุคลากรทางการศึกษา เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี ชลบุรี ระยอง และจันทบุรี อันได้แก่ บุคลากรในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา ประถมศึกษา กลุ่มโรงเรียนขยายโอกาส อาชีวศึกษา รวมถึงวิทยาลัยอาชีวศึกษา วิทยาลัยเทคนิค และข้าราชการ พนักงานสำนักงานการศึกษา ทั้งระดับท้องถิ่น อำเภอ และระดับจังหวัด



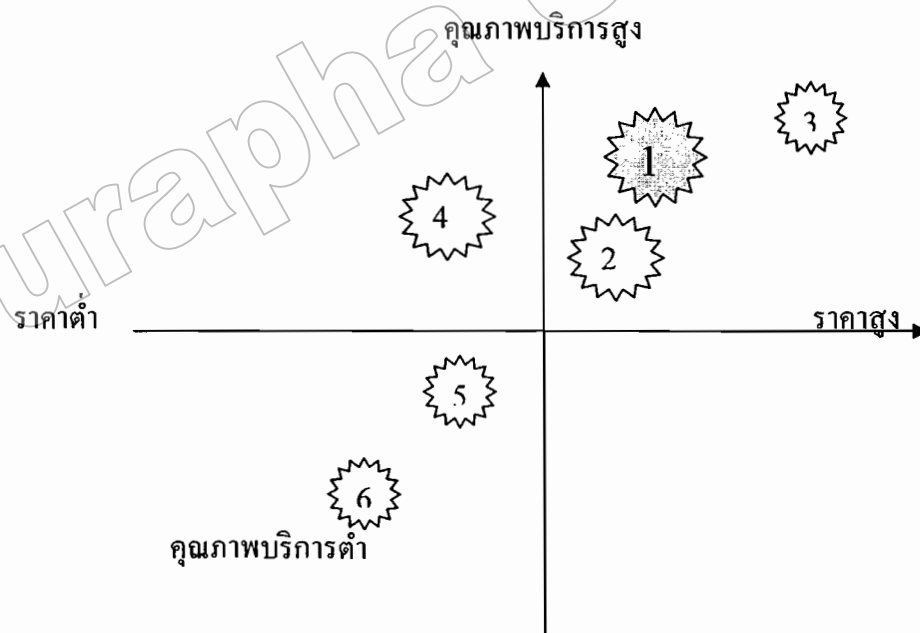
ภาพที่ 7-2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มที่ชัดเจน สำหรับการนำเที่ยวภายในประเทศ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สร้างโอกาสในการทำกิจกรรมหมู่คณะร่วมกันภายในหน่วยงานหรือองค์กร

ดังนั้นบริการที่เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) นำเสนอ จึงเป็นบริการที่มีคุณภาพระดับปานกลางถึงสูง บนราคาที่เป็นธรรม และขอมเยา เพื่อการวางรากฐานการเป็นผู้นำด้านการนำเที่ยว และจัดกิจกรรม ภายในประเทศ สำหรับกลุ่มลูกค้าข้าราชการทางการศึกษาภาคตะวันออก รวมถึงลูกค้าทั่วไปในเขตภาคตะวันออก

การกำหนดตำแหน่งบริการ (Positioning) ดังภาพที่ 7-3



ภาพที่ 7-3 ตำแหน่งทางการตลาดของกิจการ

1. Mplus Travel (เอ็มพลัสทราเวล) ฉะเชิงเทรา และภาคตะวันออก
2. Estern Planet Tour (ชลบุรี)
3. บริษัทเวชสรรคร์ธุรกิจและการท่องเที่ยว จำกัด (จังหวัดชลบุรี)
4. บริษัทซียูสอติเคย์ จำกัด (กรุงเทพฯ)
5. บริษัทกรุงเทพฯทัวร์ จำกัด (กรุงเทพฯ – ฉะเชิงเทรา)
6. บริษัทแฮปปี้ทริป จำกัด (กรุงเทพฯ)

กลยุทธ์ทางการตลาด

มากกว่าบริการ (Service)

เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) มีการมุ่งเน้นการให้บริการเฉพาะภายในประเทศ มีความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะนำเสนอบริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพิ่มมูลค่าของบริการ ด้วยรอยยิ้ม ความสุข และความประทับใจ และเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีมากเป็นพิเศษ ตลอดทุกการเดินทางและทำกิจกรรมกับ เอ็มพลัส ทราเวล ของเรา ตามคติที่เรายึดถือ การเอาใจเขามาใส่ใจเราเสมอ ให้นักงานทุกคนปฏิบัติต่อลูกค้าเสมือน การพาที่ครอบครัว หรือเพื่อนฝูงไปเที่ยว ไปพักผ่อน กินกำไรให้ชีวิตร่วมกัน รวมถึงการไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน

1. มีการออกแบบสำรวจ Survey สอบถามพูดคุยกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งก่อนเริ่มดำเนินงาน และระหว่างการทำงาน รวมถึงรับฟังเรียงตอบรับ คำแนะนำ และติชมจากลูกค้า ทั้งเก่าและใหม่เสมอ
2. การกิจกรรมกลุ่ม เช่น การจัดประชุม ดูงาน หรือสัมมนา นอกสถานที่ ที่ไม่น่าเบื่อ และต้องเคร่งเครียดกับวิชาการหรือบรรยากาศการประชุมมากเกินไป แต่ทีมงานของเราพยายามสร้างบรรยากาศ พิศกรสั้นเวลา มีเพลงบรรเลงเบา ๆ เวลาพักเบรก กิจกรรมเซอร์ไพร้ สำหรับกลุ่มคณะ เกมสัสั้น ๆ ดี ๆ ที่เหมาะสมตามแต่ละกลุ่มลูกค้า
3. การจ้ดนำเที่ยวภายในประเทศ ทำกิจกรรม ที่เป็นกลุ่มส่วนตัว (Private Group) ทำให้ลูกค้าสามารถ เลือกกำหนด ปรับแผนการเดินทาง และการทำกิจกรรมได้ตรงตามความต้องการ และความสะดวกของหมู่คณะ มีกิจกรรมคนพิเศษประจำทริป และกิจกรรมเสริมอื่นๆ เพื่อไม่ให้เกิดการเดินทางและท่องเที่ยวหุคชะงักและขาดความต่อเนื่อง สร้างความคุ้นเคย และเป็นกันเอง
4. มีการคัดเลือก แสงสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่สำหรับทำกิจกรรม ที่พัก อาหารรถ และสิ่งอำนวยความสะดวก คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม เพื่อทุกๆ การเดินทางและทำกิจกรรมเป็นสิ่งที่มีความหมาย แดกต่าง แปลกใหม่ มีรูปแบบเฉพาะ

5. ทุกการเดินทาง เอ็มพลัส ทราเวล จะคัดสรรค์ ของที่ระลึก รวมถึง ภาพถ่าย ที่เป็นเรื่องราวแห่งความทรงจำดี ๆ ของเส้นทางหรือกิจกรรมนั้นๆ ซึ่งสามารถปรับรูปแบบได้ตามหมู่คณะที่ได้ให้บริการ แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ ของเอ็มพลัส ทราเวล ไว้

6. ในการนำเสนอโปรแกรมทัวร์ หรือกิจกรรมฯ กิจกรรมจะเน้นภาพประกอบจากสถานที่จริง บรรยากาศจริง อยู่ในโปรแกรมเพื่อให้ลูกค้าสามารถจินตนาการตามและเข้าใจได้ง่ายขึ้น

การกำหนดราคา (Price)

กำหนดราคาอยู่ระดับกลาง แต่ทั้งนี้สามารถมีการปรับลดให้ข้อมเยาลงกว่าคู่แข่งกันได้ให้เหมาะสมกับความต้องการและกลุ่มลูกค้า สถานที่และกิจกรรม ทั้งนี้ราคาค่าบริการก็อยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ และมีอัตราการใช้บริการที่สูง เนื่องจากต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายอยู่บนมาตรฐานเดียวกัน สำหรับการจ้ดนำเที่ยวหรือจัดกิจกรรมภายในประเทศ

ทั้งนี้จากผลการวิจัย พบว่า ราคาต่อหัวสำหรับการจัดกิจกรรมของกลุ่มลูกค้าที่ตั้งไว้ จะอยู่ที่ประมาณ 1,000 – 3,000 บาท ซึ่งจากการพูดคุยสอบถามกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าหน่วยงานราชการจะมีการจัดสรรค่าใช้จ่ายต่อหัวสำหรับการจัดกิจกรรมประเภทนี้ ไม่สูงมากนัก ทำให้หากมีการจัดกิจกรรมที่ต้องเดินทางไปต่างจังหวัด และใช้เวลาหลายวัน ส่วนนี้จะต้องมีการจ่ายเพิ่มเติมกันเอง ดังนั้น เอ็มพลัส ทราเวล ของเราจึงกำหนดกลยุทธ์ “เพื่อครู” ด้วยการรับสมัครสมาชิกกลุ่มเฉพาะสำหรับบุคลากรทางการศึกษา ที่ให้สิทธิพิเศษ ทั้งส่วนลด การสะสมแต้ม และการดูแลมากกว่าลูกค้าคนสำคัญ ที่เพิ่มเติมสำหรับครู หรือลูกค้าผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกกับเรา นอกเหนือจากที่เอ็มพลัส ทราเวล เป็นตัวแทนจัดนำเที่ยว หรือกิจกรรมให้กับหน่วยงานส่วนกลางเท่านั้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ทั้งนี้จากผลการสำรวจและวิจัย พบว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกิจการ อันได้แก่ ตัวแทนกลุ่มคณะกรรมการทางการศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา ส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญด้านช่องทางจัดจำหน่าย เช่น การที่สามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวได้จากพื้นที่ท้องถิ่น หรือจากช่องทางเว็บไซต์และอื่น ๆ เนื่องจาก คณะบุคลากรกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่ที่มีอำนาจใจการตัดสินใจส่วนใหญ่อาจไม่ได้เป็นผู้แสวงหา ตัวแทนนำเที่ยวรายใหม่ แม้จะมีอยู่ในท้องถิ่น รวมถึงไม่ค่อยได้ใช้งานเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังยึดติดอยู่กับผู้ให้บริการรายเดิม ๆ ที่เคยมีการติดต่อและดำเนินงานร่วมกัน ดังนั้น กลยุทธ์หลักด้านช่องทางจัดจำหน่าย คือ กลยุทธ์ “เยี่ยมบ้านครู” โดยการนำเทคนิคการขายแบบเก่า ในลักษณะการขายตรง(Direct Sale) แบบเข้าถึงตัว เคาะประตูบ้านกลับมาใช้ เนื่องจากกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา อันประกอบด้วย ครู อาจารย์ นักวิชาการ ข้าราชการ รวมถึงพนักงานทุกระดับ ล้วนแต่เป็นผู้ที่มีความเมตตา และเป็นผู้ให้ ทั้ง

ความรู้ คำแนะนำ ล้วนมีความเป็นมิตรอย่างยิ่ง ดังนั้น เอ็มพลัส ทราเวล จึงมองเห็นช่องทางที่ว่าการเข้าไปแนะนำตัว แสดงถึงความมุ่งมั่นตั้งใจ ในการให้บริการที่มีคุณภาพ และใส่ใจทุกความสุขของลูกค้า เข้าไปขอพบลูกค้าด้วยความนอบน้อม แสดงความจริงใจ ซึ่งกิจการมั่นใจในมิตรภาพที่จะได้รับ และโอกาสไม่มากนักน้อย

1. มีการเข้าไปเยี่ยมเยียนและแนะนำกิจการ (Customer Visit) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พร้อมกับแนะนำกิจการ และรูปแบบบริการที่น่าเสนอ พร้อมเก็บฐานข้อมูลของลูกค้าแบบเคาะประตูบ้าน (Knock Door Marketing) แบบเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตั้งแต่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และจังหวัดตราด

2. เปิดเว็บไซต์ www.mplustravel.com

3. แจก Brochure เพื่อนำเสนอ สถานที่ท่องเที่ยวดีเด่น ในแต่ละช่วงเวลา กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่น่าสนใจ

4. ฝากประชาสัมพันธ์ผ่าน สำนักงานการศึกษาเขตพื้นที่ ในจังหวัดต่าง ๆ

5. ฝากประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก กับกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษาที่รู้จัก

6. จัดบู๊ท ตามงานการท่องเที่ยว และงานกิจกรรมของหน่วยงานราชการต่าง ๆ

การส่งเสริมการขาย (Promotion)

จัดโปรโมชันพิเศษสำหรับกลุ่มลูกค้าบุคลากรทางการศึกษา โดยใช้กลยุทธ์ “เปิดใจครู” ด้วยการศึกษาระบุข้อมูลความต้องการ พฤติกรรม และปัจจัยหลาย ๆ ด้านในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เพื่อนำมาปรับรูปแบบการนำบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด รวมถึงความต้องการแฝงที่อาจเป็นเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่ ของการได้เป็นผู้นำด้านธุรกิจนำเที่ยวสำหรับบุคลากรทางการศึกษาโดยเฉพาะ เรียกได้ว่า “ครู พาครูเที่ยว”

1. เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) มีการส่งเสริมการขายโดยการจัดโปรแกรม (Package) สุดคุ้มสำหรับในแต่ละฤดูกาลต่างๆ จัดงานกิจกรรม(Champlain) งานสังคม งานกิจกรรม

2. บริการช่วยจัดเตรียมข้อมูล สำหรับการทำหนังสือขออนุญาต จัดกิจกรรม สัมมนา ดูงาน ประชุม นอกสถานที่ จนถึงทำรายงานสรุปการจัดทำกิจกรรมต่างๆ แบบครบวงจร

3. การมอบส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้า การจัดสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล หรือการแจกของขวัญในเทศกาลวันหยุดหรือวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันแม่แห่งชาติ วันปีใหม่วันสงกรานต์ หรือฉลองครบรอบการก่อตั้งบริษัท เป็นต้น

4. การสร้างกลุ่มเครือข่าย สังคม ที่มากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนทั่วไป โดยจะมีการจัดกิจกรรม “Mplus Member Club” เพื่อสิทธิพิเศษสำหรับกลุ่มสมาชิก มีการส่งข้อมูล กิจกรรม และการท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงส่งข่าวคราวของกลุ่มสมาชิกด้วยกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ต้นฉบับไม่ปรากฏหน้า

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

แหล่งที่มาของเงินลงทุน

กิจการใช้เงินลงทุนในส่วนของเจ้าของ อันได้แก่การเรียกเก็บชำระค่าหุ้นจากผู้ถือหุ้น รวมมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 500,000 บาท และวางแผนที่จะทำการกู้ยืมจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สำหรับช่วงการขยายกิจการในอีก 3 ปีข้างหน้า

สมมติฐานทางการเงิน

1. รายได้จากค่าบริการของกิจการในปี พ.ศ. 2554 เท่ากับ 1,000,000 บาท
2. ปี พ.ศ. 2554-2556 ยอดขายรายเดือนของกิจการเพิ่มขึ้นจากยอดขายรายเดือนเดียวกัน ของปีก่อนหน้า ในอัตราร้อยละ 10 ต่อปี
3. ต้นทุนค่าบริการมีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 50-60% ของรายได้ค่าบริการ
4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและบริหารปี พ.ศ. 2554 เดือนละ 50,000 บาท

ประกอบด้วย

- 4.1 ค่าจ้างพนักงานประจำ เดือนละ 20,000 บาท
- 4.2 ค่าจ้างโกค้ออิสระและพนักงานดูแลลูกค้าอิสระประมาณ 10% จากรายได้ค่าบริการ
- 4.3 ค่าน้ำมันสำหรับติดต่oprะสานงาน ประมาณเดือนละ 3,000 – 4,000 บาท
- 4.4 ค่าโทรศัพท์ และค่าไฟฟ้า เดือนละ 6,000 บาท
5. ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวรปีละ 10%
6. ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%
7. กิจการจองที่พัก ค่าเช่ารถ และต้นทุนค่าบริการอำนวยความสะดวกทั้งหมด โดย การมัดจำ 30-50% และจ่ายเงินสดส่วนที่เหลือทั้งหมดทันทีที่เข้าใช้บริการ และเรียกเก็บค่าบริการ ในสัดส่วนเงินมัดจำ 30-50% และเงินสดในส่วนที่เหลือ

ประมาณการรายได้จากค่าบริการ ต้นทุนค่าบริการ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการบริหาร

จากสมมติฐานทางการเงิน สามารถประมาณการรายได้จากค่าบริการ ต้นทุนค่าบริการ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการบริหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2556 ได้ดังนี้

ตารางที่ 8-3 สมมติฐานทางการเงินปี พ.ศ. 2554-2556

หน่วย : บาท

รายละเอียด	ปี พ.ศ.		
	2554	2555	2556
รายได้จากการให้บริการ	1,000,000	1,100,000	1,210,000
อัตราการขยายตัวของรายได้เทียบกับปีก่อน	-	10%	10%
ต้นทุนค่าบริการ	600,000	660,000	726,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการบริหาร	100,000	110,000	121,000
กำไรขั้นต้น	300,000	330,000	363,000

ประมาณการในการให้บริการ

เนื่องจากทางกิจการมีผู้นำเที่ยวอยู่ประมาณ 3 คนดังนั้นจะประมาณการให้บริการลูกค้า

สูงสุดดังนี้

ตารางที่ 8-4 ประมาณการในการให้บริการรายปี

ผู้นำเที่ยว	จำนวนลูกค้า/ โปรแกรมเที่ยว	จำนวนครั้งในการ ให้บริการต่อปี	จำนวนลูกค้า ต่อปี
ผู้นำเที่ยวคนที่ 1	10	48	480
ผู้นำเที่ยวคนที่ 2	10	48	480
ผู้นำเที่ยวคนที่ 3	10	48	480
	รวม	144	1,440

เมื่อพิจารณาการประมาณการบริการต่อปีจะได้จำนวนการให้บริการลูกค้าเต็มกำลังอยู่ที่ 144 ครั้งต่อปี ในการประมาณการทางการเงินจะคิดที่กำลังการให้บริการที่ 70% ดังนั้นจะให้บริการลูกค้าต่อปีอยู่ที่ประมาณ 100 ครั้งต่อปี โดยมีลูกค้า 10 คนต่อครั้งดังนั้นจะมีลูกค้าใช้บริการต่อปีจำนวน 1,000 คนจากยอดขายที่ทางบริษัทตั้งไว้ที่ 1,000,000 บาทต่อปีจึงมีค่าใช้จ่ายต่อคนอยู่ที่ 1,000 บาทต่อคน

ตารางที่ 8-5 งบกำไรขาดทุน (สิ้นสุด 31 ธันวาคม)

(หน่วย : บาท)

รายการ	2554	2555	2556
รายได้	1,000,000	1,100,000	1,210,000
หัก ต้นทุนค่าบริการ	600,000	660,000	726,000
กำไร (ขาดทุน) ขั้นต้น	400,000	440,000	484,000
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	100,000	110,000	121,000
ค่าเสื่อมราคา	30,000	27,000	24,000
กำไรก่อนดอกเบี้ย	270,000	303,000	339,000
ดอกเบี้ยจ่าย	0	0	0
กำไรก่อนภาษี	270,000	303,000	339,000
ภาษีเงินได้	81,000	90,900	101,700
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	189,000	212,100	237,300
ส่วนของเจ้าของและกำไรสะสมต้นปี	189,000	212,100	237,300
รายการปรับปรุง	-	-	-
ส่วนของเจ้าของและกำไรสะสมปลายปี	189,000	401,100	638,400

ตารางที่ 8-6 ประมาณการงบดุล ปี 2554 – 2556 (ณ 31 ธันวาคม)

(หน่วย : บาท)

รายการ	2554	2555	2556
สินทรัพย์			
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	359,000	290,570	331,310
ลูกหนี้การค้า	-	124,530	141,990
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	359,000	415,100	473,300
ที่ดิน อาคาร และรถยนต์	300,000	270,000	240,000
สินทรัพย์อื่น	30,000	27,000	24,000
รวมสินทรัพย์	689,000	712,100	737,300

ตารางที่ 8-6 (ต่อ)

(หน่วย : บาท)

รายการ	2554	2555	2556
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
เงินกู้เบิกเกินบัญชีและเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	180,000	195,500	200,800
เงินประกันขออนุญาตนำเที่ยว	50,000	50,000	50,000
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	180,000	195,500	200,800
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	30,000	20,000	10,000
รวมหนี้สินหมุนเวียน	440,000	476,000	515,600
เจ้าหนี้เงินกู้ธนาคาร	-	-	-
หนี้สินอื่น	20,000	14,000	5,000
รวมหนี้สิน	<u>460,000</u>	<u>465,000</u>	<u>466,600</u>
ส่วนของผู้ถือหุ้นและกำไรสะสม	229,000	247,100	270,700
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	<u>229,000</u>	<u>247,100</u>	<u>270,700</u>
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	<u>689,000</u>	<u>712,100</u>	<u>737,300</u>

สรุปจุดเด่น ปัญหา และเป้าหมายทางการเงิน

จุดเด่น

1. เป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนมาก เพราะไม่จำเป็นต้องมีสินค้าใน Stock
2. กิจการไม่มีความเสี่ยงในการลงทุนจัดกิจกรรม เนื่องจาก กิจการมีการขอราคาพิเศษ (Contact Price) กับโรงแรม ที่พัก รถ และร้านอาหาร เก็บไว้สำหรับการดำเนินกิจกรรม ซึ่งกิจการสามารถเรียกเก็บเงินมัดจำจากลูกค้าได้ก่อนที่จะมีการตกลงจัดกิจกรรม ซึ่งสามารถนำเงินมัดจำส่วนนี้หมุนเวียนไปจ่ายมัดจำกับที่พัก รถ และร้านอาหารต่างๆ ได้ครอบคลุมเช่นกัน โดยไม่ต้องใช้เงินทุนของบริษัท (แต่ทั้งนี้ในช่วงเทศกาล กิจการอาจต้องจัดวงเงินบางส่วนในการสำรองจอง ที่พัก ต่างๆ ไว้ก่อน เพื่อป้องกันไม่ให้เสียโอกาสในการขายโปรแกรมแก่ลูกค้าในช่วงเวลาดังกล่าว)
3. เงื่อนไขการเก็บเงินจากลูกค้า มัดจำ 30-50% และเก็บเงินสดก่อนออกเดินทาง 1 สัปดาห์ 30-50% ที่เหลือ ทำให้ไม่เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน

บทที่ 8
แผนการเงิน

ประมาณการในการลงทุน

ตารางที่ 8-1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	รวมมูลค่า
1.	สำนักงาน	50,000	-	50,000
2.	รถตู้	250,000	-	250,000
3.	เครื่องใช้สำนักงาน	30,000	-	30,000
4.	ค่าใช้จ่ายการจดทะเบียนบริษัท	6,000	-	6,000
5.	ค่าใช้จ่ายการจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว	2,000	-	2,000
6.	เงินประกันขอใบอนุญาตนำเที่ยว	-	50,000	50,000
7.	เงินทุนสำรองค่าสาธารณูปโภค	8,000	-	8,000
8.	ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	9,000	-	9,000
9.	อื่นๆ	10,000	-	10,000
10.	เงินทุนหมุนเวียน	85,000	-	85,000
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	450,000	50,000	500,000

ตารางที่ 8-2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	ประเภท	เงินทุน	หมายเหตุ
1.	สำนักงานพร้อมที่ดิน	ที่ตั้งสำนักงาน	50,000	ดูแลความเรียบร้อย
2.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	เฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง	30,000	บางอย่างมีของอยู่
3.	เครื่องใช้สำนักงาน	โทรศัพท์/แฟกซ์/คอมพิวเตอร์		
4.	ยานพาหนะ	ติด NGV	250,000	ดูแลความเรียบร้อย
5.	เงินประกันขอใบอนุญาต	ธุรกิจนำเที่ยว ภายในประเทศ	50,000	ได้คืนเมื่อเลิกกิจการ
	รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน		380,000	

4. กิจกรรมมีจำนวนพนักงานเงินเดือนจำนวนน้อย ทำให้ไม่ต้องแบกรับต้นทุนคงที่ต่อเดือนจำนวนมาก

ปัญหา

1. การติดต่อประสานงาน บางครั้งจะต้องรอขั้นตอนการส่งจ่ายและเบิกเงินในหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งกิจการอาจต้องสำรองเงินส่วนตัวในการจ่ายมัดจำที่พัก รถ และร้านอาหารไปก่อน

2. ในช่วงเทศกาลที่กิจการจะต้องใช้เงินสำรองในการมัดจำที่พัก ซึ่งบางครั้งอาจมีความเสี่ยงในการขายห้องพักที่จองไว้ได้ไม่หมด เนื่องจากเหตุการณ์บ้านเมืองและสภาพแวดล้อมที่ผิดปกติ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

เป้าหมายทางการเงิน

1. รักษาสภาพคล่องทางการเงินในอยู่ในระดับที่คงที่เสมอ
2. เก็บเงินสด หรือรับบัตรเครดิต เท่านั้น
3. รักษาอัตราส่วนกำไรที่ 20-30% หรือไม่ต่ำกว่า 10%
4. ป้องกันความเสี่ยงทางการเงินทุกด้าน ดำเนินกิจการอย่างพอเพียง
5. จัดทำระบบบัญชีที่ตรงไปตรงมา สามารถตรวจสอบได้

บทที่ 9

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้าในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้นจนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ เพื่อตั้งรับสถานการณ์ไม่ให้เกิดความเสียหายในการดำเนินธุรกิจ

รายละเอียดของแผน

กรณีที่ 1 รายได้ / ลูกค้านั้นไม่เป็นไปตามที่คาดไว้

เงื่อนไข

1. ในกรณีที่รายได้ไม่เป็นไปตามที่คาดไว้จากการบริการ
2. ในกรณีที่รายได้น้อยกว่าที่คาดไว้มากในระยะเวลา 6 เดือนแรกหลังจากการเริ่มดำเนิน

ธุรกิจ

การดำเนินการด้านการตลาด

1. พิจารณาว่าการบริการ หรือ โปรแกรมที่ตัวนั้นๆ มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ โดยเฉพาะหากการบริการไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค บริษัทต้องทำการปรับปรุงการบริการหรือโปรแกรมที่ตัวนั้นๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

2. พิจารณาช่องทางจำหน่ายว่าสามารถทำการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนช่องทางจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และหาช่องทางประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่

3. วิเคราะห์สาเหตุที่การบริการและโปรแกรมที่ตัวนั้นๆ ไม่สามารถขายได้ตามที่ประมาณการไว้ โดยหาข้อมูลวิเคราะห์สภาพตลาดโดยรวมเทียบกับยอดขายของบริษัท

4. ปรับส่วนผสมทางการตลาด โดยใช้ผลจากการวิเคราะห์ในการพิจารณาแนวทางการวางแผนดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)

ทำวิจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับตัวโปรแกรมที่ตัว และบริการ เพื่อหาสาเหตุว่าเหตุใดผู้บริโภคจึงไม่ซื้อสินค้าและบริการ และนำผลที่ได้จากการวิจัยมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ

ราคา (Price)

1. พิจารณาด้านราคา (Price) ของสินค้าและบริการ ว่าเหมาะสมหรือไม่ แล้วทำ

การปรับหรือคงไว้ตามความเหมาะสม

2. จัดโปรโมชั่น ทัวร์กระหน่ำ สบายกระเป๋า โดยการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว หรือ กิจกรรมฯ โดยการลดราคาค่าบริการลง 20-30 % เพื่อให้ลูกค้ารายใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ ตัดสินใจง่ายขึ้น และเมื่อลูกค้าได้ใช้บริการเราแล้ว จะเป็นโอกาสในการสร้างความรู้จักคุ้นเคย และความประทับใจ ทั้งคุณภาพบริการและ การเอาใจใส่ดูแลอย่างดีตลอดทุกการเดินทางและ กิจกรรม ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีอัตราการใช้บริการซ้ำในระดับหนึ่ง

ช่องทางการจำหน่าย (Place)

1. วิเคราะห์ช่องทางการจำหน่าย โดยจะให้ความสำคัญเพิ่มขึ้น ในช่องทางที่มียอดการจำหน่ายสูง

2. ขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังช่องทางอื่นๆ เช่น การจำหน่ายผ่านตัวแทน หรือกลุ่มลูกค้าเอง

3. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า เช่นการขายตรง หรือการนำเสนอลูกค้าตามสถานที่ต่าง ๆ

ส่งเสริมการขาย (Promotion)

1. เพิ่มรายการส่งเสริมการขายมากขึ้น และปรับทางเลือกใน โปรแกรม เพื่อจูงใจให้เกิดการใช้บริการ

3. การให้ส่วนลด หรือ ค่านายหน้า (Commission) กับตัวแทนบุคคลที่เป็นผู้ประสานงาน และรวบรวมจำนวนลูกค้าให้กับกิจการเราในการจัดนำเที่ยวหรือการจัดกิจกรรมนั้น ๆ เรียกว่าเป็นการเพิ่มพนักงานขายอิสระไปในตัว

4. การจัดกิจกรรมร่วมสนุก และสานความสัมพันธ์กับบรรดาลูกค้าที่เป็นสมาชิกกับเรา เช่น ร่วมลุ้น ชิงรางวัล “เที่ยวทั่วไทย ฟรีไปกับเรา”

5. ทัวร์อัมบุญ “ทำบุญร่วมชาติ ตักบาตรร่วมขัน” ให้กับกลุ่มลูกค้าข้าราชการบำนาญที่เกษียณอายุราชการไปแล้ว

พนักงาน (People)

1. ให้ความรู้และความเข้าใจกับพนักงาน เพื่อสามารถแนะนำข้อมูลให้กับลูกค้าถึงบริการ และโปรแกรมอย่างชัดเจน และจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ให้กับพนักงาน และปลูกฝังหัวใจรักบริการ

2. จัดประชุมร่วมกันระหว่างพนักงานของบริษัท เพื่อร่วมกับคิดและเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงกิจการ ในทุกๆฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ในทุกๆ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง รวมถึงการประชุมร่วมกับไค้และพนักงานอิสระ ของกิจการอย่างน้อยเดือนละ 1-2 ครั้ง

กระบวนการ (Process)

1. จัดทำลูกค้าสัมพันธ์ เช่น การเก็บข้อมูลลูกค้า และมีอีเมลข่าวแจ้งลูกค้าที่เคยรับบริการ เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยลูกค้า

กรณีที่ 2 กรณีที่มีคู่แข่งมาตั้งอยู่ใกล้ และมีรูปแบบสินค้าและบริการที่มีลักษณะเดียวกัน ให้เริ่มดำเนินการทันทีที่มีคู่แข่งมาตั้งอยู่ใกล้หรือคู่แข่งเดิมแย่งส่วนแบ่งตลาด

1. การเปรียบเทียบส่วนผสมทางการตลาด ระหว่างกิจการกับคู่แข่งรายใหม่ โดยใช้แบบฟอร์ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 9-1 ตัวอย่างแบบฟอร์มการเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

7 P's	กิจการของเรา	กิจการของคู่แข่ง	กลยุทธ์เพิ่มเติม
ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)			
ราคา (Price)			
ช่องทางการจำหน่าย (Place)			
ส่งเสริมการขาย (Promotion)			
พนักงาน (People)			
กระบวนการ (Process)			
ลักษณะปรากฏภายนอก (Physical Evidence)			

1. กลยุทธ์เพิ่มเติม คือ วิธีการที่เพิ่มเติมในส่วนที่บริษัทของเราขาดหายไป โดยการพยายามปรับให้เท่ากับหรือมากกว่าของคู่แข่ง

2. กลยุทธ์เปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส หากมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น รวมถึงกรณีคู่แข่งชั้นรายเดิมมีจุดแข็งเพิ่มขึ้น กิจการเราอาจเปลี่ยนมาเป็นการสร้างพันธมิตรแทน เช่น การจัดกิจกรรมร่วมกัน หรือการแบ่งลูกค้าให้กันและกันบ้าง

จากส่วนผสมทางการตลาดของบริษัท นำไปวิเคราะห์เพื่อหากกลยุทธ์ในการแข่งขันด้านการตลาด

ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)

วิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของบริษัทคู่แข่ง เมื่อเทียบกับโปรแกรมของบริษัทและปรับปรุงการบริการให้มีจุดแข็งเหมือนหรือเหนือกว่าคู่แข่ง และนำข้อดีของสินค้าคู่แข่งมานั้นเป็นจุดเด่นของสินค้าของบริษัท

ราคา (Price)

ปรับราคาให้เหมาะสมกับสถานการณ์การท่องเที่ยว

ช่องทางการจำหน่าย (Place)

วิเคราะห์ช่องทางการจำหน่ายของบริษัท เพื่อให้สามารถได้ช่องทางการจำหน่ายเหนือ

คู่แข่ง

ส่งเสริมการขาย (Promotion)

1. เน้นการขายช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ตัวแทน หรือติดต่อการประชาสัมพันธ์ในหนังสือวารสารประจำเดือนของหน่วยงานราชการต่างๆ

2. เน้นการโฆษณา สร้างความมีจุดยืน ในการเป็นตัวแทนนำเที่ยวสำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายบุคคลากรทางการศึกษา ภาคตะวันออกโดยเฉพาะ เพื่อให้เกิด Brand Image ที่ดี และให้ลูกค้ามีการรับรู้และจดจำ

พนักงาน (People)

เน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในด้านการบริการ เพื่อให้ทัดเทียมหรือเหนือกว่าบริษัทอื่น

กระบวนการ (Process)

1. มีการวิเคราะห์คู่แข่งอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยในตอนเริ่มต้นนั้นอาจจะเทียบกับการบริการในรูปแบบเดียวกัน และเมื่อเราอยู่ด้านบนของกลุ่มแล้วจึงอาจเทียบกับกลุ่มรูปแบบบริการอื่น ที่มีจุดแข็งที่สามารถนำมาเปรียบเทียบได้

2. ในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบนั้นควรมองตามลักษณะตามความเป็นจริง และพยายามหาจุดแข็งของเราที่จะทำให้คู่แข่งขันตามทันได้ซ้ำ

กรณีที่ 3 เงินสดหมุนเวียนขาดสภาพคล่อง

1. เน้นการขายช่องทางการจัดจำหน่าย

2. เพิ่มอัตราส่วนแบ่งให้กับตัวแทน

3. เร่งประชาสัมพันธ์ให้ถึงผู้ใช้บริการมากขึ้น เช่น การขายตรงในรูปแบบต่าง ๆ (แจกโบรชัวร์ ส่งอีเมลล์ ฯลฯ)

4. เพิ่มความสามารถในการเรียกเก็บหนี้ หากมีกรณีการให้เครดิตเกิดขึ้น

5. หาแหล่งเงินทุน

6. พิจารณาว่า โปรแกรมใดต้นทุนสูง ทำการลดสัดส่วนการบริการหรือโปรแกรมใดที่สร้างรายได้ ได้มากกว่า ให้ขยายสัดส่วนการบริการให้มากขึ้น

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). สถิติการท่องเที่ยวประจำปี 2552. กรุงเทพฯ : ส่วนวิจัยและสถิติการท่องเที่ยว ททท.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :

ภาควิชาศิลปอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พะยอม จีรวัฒน์ชนพงศ์. (2550). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลเขาพระ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา.

รายงานการศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เพ็ญศรี รัตนะ. (2536). การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาสิ่งแวดล้อมของกรมการพัฒนาชุมชน ศึกษาเฉพาะกรณี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังแวดล้อมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ภรณ์ สวัสดิ์ศิริรักษ์ และคณะ. (ม.ป.ป.). แผนปฏิบัติการการพัฒนาบริการท่องเที่ยว รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

วุฒิชชาติ สุนทรสมย์. (2551). การวิจัยทางธุรกิจและการจัดการ. ชลบุรี: คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมคิด บางโม. (2540). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ. (2541). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____. (2542). การบริหารการตลาด : กลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก

Burapha University

น้อย	2
น้อยที่สุด	1

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยการแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย
ยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีความต้องการในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความต้องการในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความต้องการในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความต้องการในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความต้องการในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเป็นอิสระตามต้องการ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำร่างแบบสอบถามเสนอต่อ ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร เพื่อตรวจสอบและแก้ไข
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอต่อ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย เพื่อตรวจสอบก่อนนำไป
เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) เมื่อสร้างแบบสอบถามพร้อมนำเสนอท่านอาจารย์ที่
ปรึกษางานนิพนธ์เพื่อตรวจแก้ไขและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิ
ตรวจสอบคุณภาพการหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับสถาบันทางการศึกษา
สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงตรา เขต 1 ด้วยเข้าไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง
2. ส่งแบบสอบถามให้กับสถาบันทางการศึกษา โดยการส่ง E-Mail
3. โทรไปสอบถามที่สถาบันทางการศึกษา โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่ได้รับผิดชอบในเรื่องการจัด
ประชุม จัดนำเที่ยวและจัดอบรมสัมมนาโดยตรง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยประกอบไปด้วยข้อคำถาม 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถาบันการศึกษา เป็นคำถามปลายปิด (Closed Ended) คำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) ประกอบด้วย ระดับของสถาบัน จำนวนบุคลากรในสถาบันจำนวนนักเรียน หรือ บุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 เป็นคำถามปลายปิดคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก เกี่ยวกับ จำนวนครั้ง สถานที่ในการจัด จำนวนคน ค่าใช้จ่ายในการจัด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 เป็นคำถามปลายปิดคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก เกี่ยวกับ การจัดประชุม จัดนำเที่ยวอบรม ศึกษาดูงาน หรือสัมมนา แก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยว จำนวนครั้งที่จะจัด จำนวนวันในการจัด ช่วงวันในการจัด และภูมิภาคในการเลือกจัดงาน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เพื่อสอบถามปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 ในด้านต่าง ๆ โดยจำแนกเป็น 5 หัวข้อ

1. ปัจจัยด้านคุณภาพและบริการ
2. ปัจจัยทางด้านราคา
3. ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัย
5. ปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอ

และกำหนดค่าน้ำหนักของตัวเลือก โดยแบ่งระดับความต้องการออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

ระดับความต้องการ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3

งานวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีและขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
4. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
5. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเป็นการศึกษาแบบตัดขวาง ซึ่งเป็นการศึกษาในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งที่ศึกษา (Cross Sectional Study)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 จำนวน 50 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยใช้วิธีการสุ่มตามพื้นที่แบบสะดวก(Convenience Sampling) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างบริษัทย่างน้อย 45 ตัวอย่างขึ้นไป

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ทำตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ใช้วิธีการเลือกประชากรโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น(Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีสุ่มตามพื้นที่แบบสะดวก(Convenience Sampling) และนำจำนวนประชากรที่ได้ประมาณ 50 แห่ง มาเป็นข้อมูลในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
2. นำจำนวนประชากรที่ได้ มากำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยการเปรียบเทียบสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน(วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2551, หน้า109-110 อ้างอิงจาก Crecy & Morgan, 1970, pp.608-609) ได้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 45 แห่ง โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ร้อยละ 5

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก
งานวิจัย

โดยแผนคือตั้งกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 45 แห่ง และเมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามจริงแล้วได้ 45 แห่ง

รายชื่อกลุ่มลูกค้าตัวอย่างที่ทำการวิจัย

ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากคณะบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานการศึกษาระดับพื้นฐาน จังหวัดฉะเชิงเทรา เขต 1 ซึ่งประกอบด้วยคณะผู้บริหารสถานศึกษา ครู อาจารย์ผู้ดูแลการจัดกิจกรรม ผูกอบรม ผู้บริหารสำนักงานเขตพื้นที่ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคลและประชาสัมพันธ์ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นข้าราชการผู้ใหญ่และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์พร้อมคำชี้แนะต่างๆ ด้วยดี

ตารางที่ ก-1 รายชื่อลูกค้าตัวอย่างที่ทำการวิจัย จำแนกตามเขตพื้นที่ในสังกัดสำนักงานการศึกษาระดับพื้นฐาน จังหวัดฉะเชิงเทรา

มัธยมศึกษา/กลุ่มวิชาการที่ 1		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
1	เบญจมารรังสฤษฎ์	นายอำนาจ เศษสุภา
2	คัคครุณี	นางมณฑา สมานบุญ
3	เบญจมารรังสฤษฎ์ 3	นายบำรุง เสน่หา
4	บางน้ำเปรี้ยววิทยา	นางปราณี ปั้นบัว
5	หมอนทองวิทยา	นายมนตรี เดวิดละ
อำเภอเมือง, บ้านโพธิ์ (โรงเรียนขยายโอกาส)		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
6	วัดจุกเขม	นายนิมิต อิศระกุล
กลุ่มวิชาการที่ 2 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
7	วัดประชาบำรุง	นายวัลลภ บุญกิติเจริญ
8	สุเหร่าปากคลอง 20	นางโกศล อู่เงิน
9	วัดสว่างอารมณ์	นายวิรัตน์ รัตนกำเนิด
10	วัดเกตุสโมสร	นายอมรินทร์ ชำสุรีย์
11	สิทธิสุนทรอุทิศ	น.ส.ณัฐนันท์ สุวรรณเจริญ
12	ปากคลองบางขนาก	น.ส.ณัฐภักดิ์ สุวรรณเจริญ

กลุ่มวิชาการที่ 2 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
13	วัดคลอง 18	นายนเรศ ปลอดภัย
14	ตลาดคลอง 16	นายบรรหาร เทียมเมฆ
กลุ่มวิชาการที่ 2 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
15	เฉลิมช่วงวิทยาทาน	นายมงคล อรุณแสงจาน
16	บ้านปลายคลอง 20	นายสุจิน มือนันต์
กลุ่มวิชาการที่ 5 อำเภอเมือง		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
17	วัดนามแดง	นายสิทธิชัย มาลา
กลุ่มวิชาการที่ 6 อำเภอเมือง		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
18	พุทธโสธร	นายชาญชัย วงศ์ธีระพงษ์
19	วัดคอนทอง	นายบุญเลิศ ก่อนสะอาด
20	วัดทศ	นายนิพนธ์ น้อยจินดา
กลุ่มวิชาการที่ 7 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
21	ประชาอุทิศสมบูรณ์	นายจรวช บัตรมาก
กลุ่มวิชาการที่ 7 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
22	วัดบางสาย	นายวิทยา ธรรมธร
23	บึงเทพยา	นายวินัย ทิมย้ายงาม
24	บึงสิงโต	นายสุพิน ที่ภักดี
25	วัดพุทธอุดมวิหาร	นางสลีลา ศรีสำราญ
กลุ่มวิชาการที่ 8 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
26	วัดโพธิ์แสงกาญจนราษฎร์	นายบุญสม มือนันต์
27	บ้านบึงพระอาจารย์	นายฉัตร มือนันต์
28	วัดราษฎร์บำรุงศักดิ์	นายสุทธิศักดิ์ ดีพิน

กลุ่มวิชาการที่ 8 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
29	สุเหร่าดอนกลาง	นายทวี แก่นคำ
กลุ่มวิชาการที่ 9 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
30	วัดไผ่ดำ	นายสมชาย รังสีพรหม
31	สุเหร่าคลอง 14	นายสนั่น นุชพงษ์
32	สุเหร่าคลอง 15	นายกริช สุรัชโม
33	สุเหร่าคู	นายวัลลพ ไกรกุล
กลุ่มวิชาการที่ 10 อำเภอบางปะกง		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
34	บ้านท่าข้ามตั้งตรงจิตร 10	นายสาธิต มาลัย
35	บางปะกงบวรวิทยา	นายศิริธร สุขโขใจ
36	วัดลาดยาว	นางมัญจพร บำเพ็ญเชาว์
กลุ่มวิชาการที่ 11 อำเภอบ้านโพธิ์		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
37	วัดใหม่ประเวศ	นายบำเพ็ญ เหมมาลา
กลุ่มวิชาการที่ 12 อำเภอบ้านโพธิ์		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
38	วัดแสนภูคาย	นายสุพจน์ พลหาญ
39	วัดเขาดิน	นายสมยศ พุทธนิมิตต์
40	วัดอรัญญิการาม	นายทองใบ อุ้งเงิน
41	วัดสนามจันทร์	นายชนวัฒน์ เกตุงาม
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
42	รอง ผอ.สพท.ฉช.เขต 1	นายสมจิตร หงส์อุดม
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
43	นักประชาสัมพันธ์ ชำนาญการ	นายสุจรรยา พัฒนวิวัฒน์
44	นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ	น.ส.สุภาพร โสธรบุญ

กลุ่มนิเทศศึกษา		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
45	หัวหน้ากลุ่ม	นายพิชัย เอี่ยมสอาด

สถิติที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

- สถิติเชิงพรรณนา โดยนำเสนอข้อมูลทั่วไป ด้วยวิธีการแจกแจงความถี่ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติบรรยาย โดยใช้ความถี่ร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- สถิติเชิงอ้างอิง เป็นการนำสถิติเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือ สัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยและความต้องการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว รูปแบบการนำเที่ยว สำหรับคนไทยภายในประเทศ ของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ คณะผู้วิจัยได้กำหนด สัญลักษณ์และอักษรย่อ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	คะแนนเฉลี่ย
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

- ข้อมูลทั่วไปจำแนกตาม ระดับของสถาบันจำนวนบุคลากรในสถาบันจำนวนนักเรียน หรือ บุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน

2. ข้อมูลการการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

3. ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาแก่กลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

4. ปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปจำแนกตาม ระดับของสถาบันจำนวนบุคลากรในสถาบันจำนวนนักเรียนหรือ บุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน

ข้อมูลทั่วไปจำแนกตาม ระดับของสถาบันจำนวนบุคลากรในสถาบันจำนวนนักเรียนหรือ บุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน โดยแจกแจงตามจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ก-2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกิจการของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระดับของสถาบัน		
ประถมศึกษา	27	60.00
มัธยมศึกษา	9	20.00
อื่นๆ	9	20.00
รวม	45	100.00

ตารางที่ ก-2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกิจการของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนบุคลากรในสถาบัน		
ไม่เกิน 10 คน	25	55.60
11-20 คน	6	13.30
21-30 คน	2	4.40
31-40 คน	1	2.20
มากกว่า 50 คน	11	24.40
รวม	45	100.00

ตารางที่ ก-2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกิจการของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนนักเรียนหรือบุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน		
ไม่เกิน 50 คน	7	15.60
51-100 คน	9	20.00
101-200 คน	11	24.40
200-400 คน	5	11.10
401-600 คน	1	2.20
มากกว่า 600 คน	12	26.70
รวม	45	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ระดับของสถาบัน พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างเป็นระดับประถมศึกษาจำนวน 27 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาจำนวน 9 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาคือระดับอื่นๆจำนวน 9 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 20 ในส่วนของสำนักงานการศึกษานั้นไม่พบในกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนบุคลากรในสถาบัน พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีจำนวนบุคลากรไม่เกิน 10 คน จำนวน 25 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 55.60 รองลงมาคือมากกว่า 50 คนจำนวน 11 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 24.40 รองลงมาคือ 11-20 คนจำนวน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.30 รองลงมาคือ 21-30 คน จำนวน 2 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 4.40 รองลงมาคือ 31-40 คนจำนวน 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

จำนวนนักเรียน หรือ บุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีจำนวนบุคลากร มากกว่า 600 คน จำนวน 12 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 26.70 รองลงมาคือจำนวนบุคลากร 101-200 คน จำนวน 11 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 24.40 รองลงมาคือจำนวนบุคลากร 51-100 คนจำนวน 9 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือจำนวนบุคลากรไม่เกิน 50 คน จำนวน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.60 รองลงมาคือจำนวนบุคลากร 200-400 คน จำนวน 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.10 รองลงมาคือจำนวนบุคลากร 401-600 คนจำนวน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการให้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

ข้อมูลการให้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยแจกแจงตามจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ก-3 จำนวนและร้อยละข้อมูลการให้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

ข้อมูลการให้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ที่ผ่านมามีทำนัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานหรือ สัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกี่ครั้ง		
1-3 ครั้ง	34	75.60
4-6 ครั้ง	8	17.80
7-9 ครั้ง	3	6.70
รวม	45	100.00

ท่านจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงานหรือสัมมนาแก่ บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้นกี่คน		
น้อยกว่า 50 คน	31	68.90
50-100 คน	5	11.10
101-150 คน	1	2.20
151-200 คน	4	8.90
201-500 คน	4	8.90
รวม	45	100

ตารางที่ ก-3 จำนวนและร้อยละข้อมูลการให้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยว
ของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 (ต่อ)

อบรม คูงานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	8	17.80
10,001-50,000 บาท	27	60.00
50,001-100,000 บาท	5	11.10
100,001-500,000 บาท	5	11.10
รวม	45	100.00

ท่านจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงานหรือ สัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่ใดบ้าง		
ภาคเหนือ	18	17.31
ภาคกลาง	16	15.38
ภาคตะวันออก	38	36.54
ภาคอีสาน	16	15.38
ภาคใต้	7	6.73
กรุงเทพมหานคร	9	8.65
รวม	104	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาละเชิงเทรา เขต 1 จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

จำนวนครั้งที่บริษัทจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีจำนวนตัวอย่างที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 1-3 ครั้งจำนวน 34 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 75.60 รองลงมาคือจำนวนตัวอย่างที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 4-6 ครั้งจำนวน 8 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 17.80 รองลงมาคือจำนวนตัวอย่างที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 7-9 ครั้งจำนวน 3 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 6.70 ส่วนกิจการที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 10 ครั้งขึ้นไปไม่พบในกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่ที่บริษัทจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีจำนวนตัวอย่างที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคตะวันออก จำนวน 38 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 36.54 รองลงมาคือจำนวนตัวอย่างที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคเหนือจำนวน 18 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 17.31 รองลงมาคือจำนวนตัวอย่างที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคกลางและภาคอีสาน จำนวน 16 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 15.38 รองลงมาคือจำนวนตัวอย่างที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคกรุงเทพมหานครจำนวน 9 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 8.65 รองลงมาคือจำนวนตัวอย่างที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคใต้ จำนวน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.73

จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่บริษัทจัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีตัวอย่างที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่บริษัทจัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง น้อยกว่า 50 คนจำนวน 31 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 68.90 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่บริษัทจัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 50-100 คนจำนวน 5 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 11.10 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่บริษัทจัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 101-200 คน และ 201-500 คน จำนวน 4 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 8.90 ส่วนตัวอย่างที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่บริษัทจัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 101-150 คน จำนวน 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 2.20

จำนวนค่าใช้จ่ายที่บริษัทจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 10,001-50,000 บาท จำนวน 27 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 8 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 17.80 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 50,001-100,000 บาท และ 100,001-500,000 บาทจำนวน 5 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 11.10 ส่วนตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องมากกว่า 1,000,000 บาทนั้นไม่พบในกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1

ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 โดยแจกแจงตามจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ก-4 จำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1

ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยวอบรม หรือสัมมนา	จำนวน	ร้อยละ
สถาบันการศึกษาของท่านเคยเข้าร่วมการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน สัมมนาแก่บุคลากร หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวหรือไม่		
เคย	44	97.80
ไม่เคย	1	2.20
รวม	45	100.00

สถาบันการศึกษาของท่านมีการวางแผนในการจัด
ประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คุงาน หรือสัมมนาแก่
บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกี่ครั้ง

1-3 ครั้ง	36	80.00
4-6 ครั้ง	7	15.60
7-9 ครั้ง	1	2.20
10 ครั้งขึ้นไป	1	2.20
รวม	45	100.00

ตารางที่ ก-4 จำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม
หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1

ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถาบันการศึกษาของท่านมีการวางแผนในการจัด ประชุม จัดนำเที่ยว แก่บุคลากรครั้งละประมาณกี่วัน		
1-3 วัน	42	93.30
4-6 วัน	3	6.70
รวม	45	100.00

สถาบันการศึกษาของท่านมีการวางแผนในการจัด
ประชุม จัดนำเที่ยว แก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง
ในช่วงวันใด

วันหยุดนักขัตฤกษ์	2	4.40
วันจันทร์-ศุกร์	21	46.70
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์	22	48.90
รวม	45	100.00

ตารางที่ ก-4 (ต่อ)

ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยวอบรม หรือ สัมมนา	จำนวน	ร้อยละ
องค์กรของท่านมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัด นำเที่ยว ในภูมิภาคและจังหวัดใด		
ภาคเหนือ	12	20.69
ภาคกลาง	1	1.72
ภาคตะวันออก	3	5.17
ภาคอีสาน	11	18.97
ภาคใต้	6	10.34
กรุงเทพมหานคร	1	1.72
ยังไม่เจาะจง	24	41.38
รวม	58	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการจัดประชุม จัดนำ
เที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ฉะเชิงเทรา เขต 1 จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

การเข้าร่วมการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่
เกี่ยวข้องโดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีตัวอย่างที่เคย
เข้าร่วมการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้
บริการของธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 44 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 97.80 ตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าร่วมการจัด
ประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้บริการของธุรกิจ
นำเที่ยวจำนวน 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 2.20

มีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือ
ผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีตัวอย่างที่มีการวางแผนในการการจัด
ประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 1-3 ครั้ง จำนวน 36
ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว
อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 4-6 ครั้งจำนวน 7 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ

15.60 ส่วนตัวอย่างที่มีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 7-9 ครั้งและมากกว่า 10 ครั้งจำนวน 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 2.20

ระยะเวลาในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต่อครั้ง พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 1-3 วัน จำนวน 42 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 93.30 รองลงมาตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง 4-6 วัน จำนวน 3 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 6.70คือส่วนตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องมากกว่า 6 วันนั้นไม่พบในกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงเวลาที่ยี่งค้กรของท่นมีกรวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีตัวอย่างที่มีช่วงเวลาในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 22 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 48.90 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีช่วงเวลาในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 21 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 46.70 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีช่วงเวลาในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์จำนวน 2 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 4.40

พื้นที่ที่สถาบันของท่นมีกรวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่างมีตัวอย่างที่ยี่งไม่เจาะจงในการเลือกพื้นที่ในการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 24 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 41.38 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคเหนือจำนวน 12 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 20.69 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคอีสาน จำนวน 11 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 18.97 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคใต้จำนวน 6 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 10.34 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 3 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 5.17 รองลงมาคือตัวอย่างที่มีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคกลางและกรุงเทพมหานครจำนวน 1 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 1.72

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของ สถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

ข้อมูลปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของ สถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยจำแนกตามด้านต่างๆ ตารางที่ ก-5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านคุณภาพและบริการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ฉะเชิงเทรา เขต 1

ปัจจัยด้านคุณภาพและบริการ	n = 45		อันดับ	ระดับ
	\bar{x}	S.D.		
มีการคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.62	0.49	4	มากที่สุด
ที่พัก มีระดับมาตรฐาน	4.53	0.50	5	มากที่สุด
รถที่ใช้มีมาตรฐานระดับสูง	4.71	0.45	3	มากที่สุด
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ลูกค้าดี	4.89	0.31	2	มากที่สุด
ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีตลอดการ เดินทาง	4.93	0.25	1	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.73	0.40		มากที่สุด

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านคุณภาพและบริการ ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดี ตลอดการเดินทางมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.93 รองลงมา คือด้านพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ลูกค้าดีมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.89 ด้านรถที่ใช้มีมาตรฐานระดับสูงมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.71 ด้านมีการคัดเลือกสถานที่ ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่อย่างละ 4.62 ด้านที่พัก มีระดับมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.53 ตามลำดับ

ตารางที่ ก-6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยทางด้านราคาในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว
อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา
เขต 1

ปัจจัยทางด้านราคา	n = 45		อันดับ	ระดับ
	\bar{X}	S.D.		
ราคาสมเหตุสมผลกับบริการ	4.96	0.20	1	มากที่สุด
ราคาสามารถปรับลดได้ตามความเหมาะสม	4.76	0.43	2	มากที่สุด
มีโปรโมชั่นราคาพิเศษ	4.73	0.44	3	มากที่สุด
สามารถผ่อนชำระค่าท่องเที่ยวเป็นงวด ๆ ได้	4.27	0.58	4	มาก
โครงการ “ลดกระหน่ำวันธรรมดาที่ไม่ ธรรมดา”	4.02	0.81	5	มาก
เฉลี่ยรวม	4.54	0.49		มากที่สุด

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางด้านราคาในการจัด
ประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านราคาสมเหตุสมผลกับบริการมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.96 รองลงมา คือด้านราคาสามารถปรับลดได้ตามความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.76
ด้านมีโปรโมชั่นราคาพิเศษมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 ด้านสามารถผ่อนชำระค่าท่องเที่ยวเป็นงวด ๆ ได้ มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ด้านโครงการ “ลดกระหน่ำวันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา”มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02
ตามลำดับ

ตารางที่ ก-7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	n = 45		อันดับ	ระดับ
	\bar{x}	S.D.		
สามารถติดต่อเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวได้ง่าย หลายช่องทาง	3.40	0.53	2	ปานกลาง
สามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่นได้โดยตรง	3.67	0.52	1	มาก
สามารถซื้อโปรแกรมทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	2.89	0.53	3	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.32	0.53		ปานกลาง

จากตารางที่ 6 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่นได้โดยตรง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 รองลงมา คือด้านสามารถติดต่อเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวได้ง่าย หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 ด้านสามารถซื้อ โปรแกรมทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.89 ตามลำดับ

ตารางที่ ก-8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัยในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท นำเที่ยว และความปลอดภัย	n = 45		อันดับ	ระดับ
	\bar{X}	S.D.		
บริษัทที่มีประสบการณ์ส่งผลต่อความมั่นใจ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.40	0.61	4	มาก
บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจนำเที่ยว และมีประสบการณ์	4.69	0.46	2	มากที่สุด
คนขับรถ ที่มีความชำนาญทาง มีความ ระมัดระวังเป็นพื้นฐาน และไม่ใจร้อน	4.80	0.40	1	มากที่สุด
มีการทำประกันภัยให้กับลูกค้าทุกการเดินทาง	4.56	0.54	3	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.61	0.50		มากที่สุด

จากตารางที่ 7 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัยในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความมากที่สุดคือ ด้านคนขับรถ ที่มีความชำนาญทาง มีความระมัดระวังเป็นพื้นฐาน และไม่ใจร้อนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 รองลงมา คือด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจนำเที่ยว และมีประสบการณ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.69 ด้านมีการทำประกันภัยให้กับลูกค้าทุกการเดินทางมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 ด้านบริษัทที่มีประสบการณ์ส่งผลต่อความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 ตามลำดับ

ตารางที่ ก-9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

ปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอ	n = 45		อันดับ	ระดับ
	\bar{x}	S.D.		
มีการร่วมกับหน่วยงานเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดอบรม ประชุม และสัมมนา ที่แปลกใหม่	4.09	0.35	1	มาก
นำเสนอกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคม เช่น การออกค่ายชุมชน อาสา	3.91	0.73	2	มาก
นำเสนอกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.76	0.71	3	มาก
นำเสนอกิจกรรมเพื่อศาสนา และประวัติศาสตร์ตามรอยอดีต	3.62	0.71	5	มาก
นำเสนอเส้นทางใหม่ๆ Unseen และวัฒนธรรมใหม่ ในการร่วมเดินทาง	3.69	0.76	4	มาก
เฉลี่ยรวม	3.81	0.65		มาก

จากตารางที่ 8 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางด้านความหลากหลายและแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามียค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านมีการร่วมกับหน่วยงานเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดอบรม ประชุม และสัมมนา ที่แปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 รองลงมาคือ ด้านนำเสนอกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคม เช่น การออกค่ายชุมชน อาสา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 ด้านนำเสนอกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 ด้านนำเสนอเส้นทางใหม่ๆ Unseen และวัฒนธรรมใหม่ ในการร่วมเดินทางมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 ด้านนำเสนอกิจกรรมเพื่อศาสนา และประวัติศาสตร์ ตามรอยอดีตมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62 ตามลำดับ

ตารางที่ ก-10 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1

ระดับการให้ความสำคัญ	n = 45		อันดับ	ระดับ
	\bar{X}	S.D.		
ปัจจัยในด้านต่างๆ				
ปัจจัยด้านคุณภาพและบริการ	4.73	0.40	1	มากที่สุด
ปัจจัยทางด้านราคา	4.54	0.49	3	มากที่สุด
ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.32	0.53	5	ปานกลาง
ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของ บริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัย	4.61	0.50	2	มากที่สุด
ปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่น่าเสนอ	3.81	0.65	4	มาก
เฉลี่ยรวม	4.20	0.51		มาก

จากตาราง 9 พบว่ารูปแบบของตัวอย่างที่ได้ทำการสำรวจมาให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่พิจารณาสำหรับสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามียค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านปัจจัยทางด้านปัจจัยด้านคุณภาพและบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.73 รองลงมา คือปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.61 ด้านปัจจัยทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 ด้านปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่น่าเสนอมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 ด้านปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32 ตามลำดับ

ตารางที่ ก-11 จำนวนค่าใช้จ่ายต่อคน รวมค่าที่พัก อาหารว่าง อาหารเช้า อาหารกลางวันและอาหารเย็น สำหรับการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

ปัจจัยที่พิจารณาสำหรับเลือกใช้บริการประเภทธุรกิจ นำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายต่อคนรวมค่าที่พัก อาหารว่าง อาหารเช้า อาหารกลางวัน และอาหาร ไม่ได้กำหนดไว้	13	28.90
501-1,000 บาท	7	15.60
1,001-3,000 บาท	13	28.90
3,001-5,000 บาท	12	26.70
รวม	45	100.00

จากตาราง 10 พบว่า ตัวอย่างที่ได้ทำการสำรวจมา มีความคิดเห็นต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยไม่ได้กำหนดไว้ และ 1,001-3,000 บาท มีจำนวน 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.90 รองลงมาคือ 3,001-5,000 บาท และ 501-1,000 บาท จำนวน 12 และ 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.70 และ 15.60 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

- ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีระดับของสถาบันทางการศึกษาเป็นประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 60.00 มีจำนวนบุคลากรในสถาบันไม่เกิน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 จำนวนนักเรียนหรือ บุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน มากกว่า 600 คนคิดเป็นร้อยละ 26.70
- ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 พบว่าส่วนใหญ่จำนวนครั้งในการจัดประชุมนำเที่ยวอบรมและคูงานอยู่ที่ 1-3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 75.60 มีการประชุมนำเที่ยวอบรมและคูงานส่วนมากที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 36.54 จำนวนผู้เข้าร่วมในการจัดประชุมนำเที่ยว

อบรมและดูงานน้อยกว่า 50 คนคิดเป็นร้อยละ 68.90 ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมนำเที่ยวอบรมและดูงาน 10,001-50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 60.00

3. ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 97.80 มีการประมาณการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนา 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80.00 ทั้งหมดมีการวางแผนจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนา 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 93.30 มีช่วงเวลาจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาเป็นวันหยุดเสาร์- อาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 48.90 ส่วนมากยังไม่เจาะจงเลือกสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนา คิดเป็นร้อยละ 41.38

3. ปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 นั้นใน เรื่องของปัจจัยด้านคุณภาพและบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 โดยด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างคิดตลอดการเดินทางมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.93 ในเรื่องของปัจจัยทางด้านราคาในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 โดยด้านราคาสมเหตุสมผลกับบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.96 ในเรื่องของปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 โดยด้านสามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่นได้โดยตรง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 3.67 ในเรื่องของปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัยในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 โดยด้านคนขับรถ ที่มีความชำนาญทาง มีความระมัดระวังเป็นพื้นฐาน และไม่ใจร้อนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.80 ในเรื่องของปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 โดยด้านมีการร่วมกับหน่วยงานเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดอบรม ประชุม และสัมมนา ที่แปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.09 สรุปปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่ม

บุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 โดยด้านปัจจัยด้านคุณภาพและบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 4.73

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 เมื่อพิจารณาจากปัจจัยด้านคุณภาพและบริการพบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีตลอดการเดินทางส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือที่พัก มีระดับมาตรฐาน เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทางด้านราคาพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือราคาสมเหตุสมผลกับบริการ รองลงมาคือ ราคาสามารถปรับลดได้ตามความเหมาะสมส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ โครงการ “ลดกระหน่ำวันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา”เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือสามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่นได้โดยตรง รองลงมาคือสามารถติดต่อเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวได้ง่าย หลายช่องทาง ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือสามารถซื้อโปรแกรมทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัยพบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ คนขับรถ ที่มีความชำนาญทาง มีความระมัดระวังเป็นพื้นฐาน และไม่ใจร้อน รองลงมาคือบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจนำเที่ยว และมีประสบการณ์ส่วนค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือ บริษัทที่มีประสบการณ์ส่งผลต่อความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอ พบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการร่วมกับหน่วยงานเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดอบรม ประชุม และสัมมนา ที่แปลกใหม่ รองลงมาคือนำเสนอกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคม เช่น การออกค่ายชุมชน อาสาส่วนค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือนำเสนอกิจกรรมเพื่อศาสนา และประวัติศาสตร์ ตามรอยอดีต

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

แบบสอบถาม

การศึกษาปัจจัยและความต้องการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว รูปแบบการนำเที่ยวสำหรับคนไทยภายในประเทศ ของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

จะเชิงเทรา เขต 1

คำแนะนำ แบบสอบถามชุดนี้เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยและความต้องการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว รูปแบบการนำเที่ยวสำหรับคนไทยภายในประเทศ ของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านตอบคำถามที่ท่านเห็นว่าตรงกับท่านมากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาของนิสิตปริญญาโทหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความหรือทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงเพียงข้อเดียว

1. ระดับของสถาบัน

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> 2) มัธยมศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 3) สำนักงานการศึกษา | <input type="checkbox"/> 4) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

2. จำนวนบุคลากร ในสถาบัน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ไม่เกิน 10 คน | <input type="checkbox"/> 2) 11-20 คน |
| <input type="checkbox"/> 3) 21-30 คน | <input type="checkbox"/> 4) 31-40 คน |
| <input type="checkbox"/> 5) 41-50 คน | <input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 50 คน |

3. จำนวนนักเรียน หรือ บุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ไม่เกิน 50 คน | <input type="checkbox"/> 2) 51-100 คน |
| <input type="checkbox"/> 3) 101-200 คน | <input type="checkbox"/> 4) 200-400 คน |
| <input type="checkbox"/> 5) 401-600 คน | <input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 600 คน |

ส่วนที่ 2 การใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากร
ทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

1. ที่ผ่านมามีท่านจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกี่ครั้ง

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | 1) ไม่เคย (ข้ามไปส่วนที่ 3) | <input type="checkbox"/> | 2) 1-3 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> | 3) 4-6 ครั้ง | <input type="checkbox"/> | 4) 7-9 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> | 5) 10 ครั้ง ขึ้นไป | | |

2. ท่านจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1) ภาคเหนือ (จังหวัด.....) |
| <input type="checkbox"/> | 2) ภาคกลาง (จังหวัด.....) |
| <input type="checkbox"/> | 3) ภาคตะวันออก (จังหวัด.....) |
| <input type="checkbox"/> | 4) ภาคอีสาน (จังหวัด.....) |
| <input type="checkbox"/> | 5) ภาคใต้ (จังหวัด.....) |
| <input type="checkbox"/> | 6) กรุงเทพมหานคร |

3. ท่านจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้นกี่คน

- | | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1) น้อยกว่า 50 คน | <input type="checkbox"/> | 2) 50-100 คน |
| <input type="checkbox"/> | 3) 101-150 คน | <input type="checkbox"/> | 4) 151-200 คน |
| <input type="checkbox"/> | 5) 201-500 คน | <input type="checkbox"/> | 6) มากกว่า 500 คน |

4. ท่านเสียค่าใช้จ่ายเท่าไรในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1) น้อยกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 2) 10,001-50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> | 3) 50,001-100,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 4) 100,001-500,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> | 5) 500,001-1,000,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 6) มากกว่า 1,000,000 บาท |

ส่วนที่ 3 ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความหรือทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

1. องค์กรของท่านเคยเข้าร่วมการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวหรือไม่

- 1) เคย 2) ไม่เคย

2. องค์กรของท่านมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกี่ครั้ง ต่อปี (ประมาณการ)

- 1) 1-3 ครั้ง 2) 4-6 ครั้ง
 3) 7-9 ครั้ง 4) 10 ครั้งขึ้นไป

3. องค์กรของท่านมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องครั้งละประมาณกี่วัน (ต่อเนื่องกัน)

- 1) 1-3 วัน 2) 4-6 วัน
 3) มากกว่า 6 วัน

4. องค์กรของท่านมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในช่วงวันใด

- 1) วันหยุดนักขัตฤกษ์ 2) วันจันทร์-ศุกร์
 3) วันหยุดเสาร์-อาทิตย์

5. องค์กรของท่านมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภูมิภาคและจังหวัดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ภาคเหนือ (จังหวัด.....)
 2) ภาคกลาง (จังหวัด.....)
 3) ภาคตะวันออก (จังหวัด.....)
 4) ภาคอีสาน (จังหวัด.....)
 5) ภาคใต้ (จังหวัด.....)
 6) กรุงเทพมหานคร
 7) ยังไม่เจาะจง

ส่วนที่ 4 บั๊จจัยบั๊จจัยในการเลือกห้องพัคและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาแก่บุคคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง คำชี้แจง โปรดเติมข้อความหรือทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างของระดับความต้องการ

บั๊จจัยที่พิจารณาสำหรับเลือกใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว	ระดับความต้องการ					สำหรับเจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. บั๊จจัยด้านคุณภาพและบริการ						
1.1. มีการคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ						4.1()
1.2. ที่พัก มีระดับมาตรฐาน (สะอาด กว้างขวาง สะดวกสบาย บรรยากาศดี)						4.2()
1.3 รถที่ใช้มีมาตรฐานระดับสูง						4.3()
1.4 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ลูกค้าดี						4.4()
1.5 ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีตลอดการเดินทาง						4.5()
2. บั๊จจัยทางด้านราคา						
2.1 ราคาสมเหตุสมผลกับบริการ						4.6()
2.2 ราคาสามารถปรับลดได้ตามความเหมาะสม						4.7()
2.3 มีโปรโมชันราคาพิเศษ						4.8()
2.4 สามารถผ่อนชำระค่าท่องเที่ยวเป็นงวดๆได้						4.9()
2.5 โครงการ “ลดกระหน่ำวันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา” (การให้ส่วนลดต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในวันจันทร์ – พฤหัส)						4.10()

ปัจจัยที่พิจารณาสำหรับเลือกใช้บริการ ประเภทธุรกิจนำเที่ยว	ระดับความต้องการ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
3. ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
3.1 สามารถติดต่อเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ได้ง่าย หลายช่องทาง เช่น Website, จาก นามบัตรแนะนำตัว และใบ Brochure ต่างๆ						4.11()
3.2 สามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขต พื้นที่ท้องถิ่น (ภาคตะวันออก) ได้โดยตรง						4.12()
3.3 สามารถซื้อแพคเกจทัวร์จากงานนิทรรศการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว						4.13()
4. ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำ เที่ยว และความปลอดภัย						
4.1 บริษัทมีประสบการณ์และดำเนินการมา ยาวนานส่งผลต่อความมั่นใจในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ						4.14()
4.2 บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจนำเที่ยว และมีประสบการณ์						4.15()
4.3 คนขับรถ ที่มีความชำนาญทาง มีความ ระมัดระวังเป็นพื้นฐาน และไม่ใจร้อน สามารถ ควบคุมได้						4.16()
4.4 มีการทำประกันภัยให้กับลูกค้าทุกการเดินทาง						4.17()

ปัจจัยที่พิจารณาสำหรับเลือกใช้บริการ ประเภทธุรกิจนำเที่ยว	ระดับความต้องการ					สำหรับ เจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
5. ปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และ แตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอ						
5.1 ธุรกิจนำเที่ยวมีการร่วมกับหน่วยงานเพื่อ นำเสนอรูปแบบการจัดอบรม ประชุม และ สัมมนา ที่แปลกใหม่ ด้วยสถานที่ อาหาร และ กิจกรรม						4.18()
5.2 นำเสนอกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคม เช่น การออกค่ายชุมชน อาสา						4.19()
5.3 นำเสนอกิจกรรมเพื่อร่วมทำกิจกรรมการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม						4.20()
5.4 นำเสนอกิจกรรมเพื่อศาสนา และ ประวัติศาสตร์ ตามรอยอดีต						4.21()
5.5 นำเสนอเส้นทางใหม่ๆ Unseen และ วัฒนธรรมใหม่ ในการร่วมเดินทาง						4.22()

6. ท่านได้กำหนดค่าใช้จ่ายต่อคน (รวมค่าที่พัก อาหารว่าง อาหารเช้า อาหารกลางวันและ
อาหารเย็น) สำหรับการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาไว้อย่างไร

- 1) ไม่ได้กำหนดไว้
 3) 501-1,000 บาท
 5) 3,001-5,000 บาท

- 2) น้อยกว่า 500 บาท
 4) 1,001-3,000 บาท
 6) มากกว่า 5,000 บาท

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพื่อการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ประชุม อบรม ศึกษาดูงาน และสัมมนา ที่เหมาะสม
สำหรับกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1
และบุคลากรทางการศึกษา ภาคตะวันออก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**** ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างสูง****

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยว

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ ค-1 รายชื่อผู้ประกอบการอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
11-00030	AMBER AIR TRAVELS CO.,LTD.	Rat Thewi	Bangkok
11-00040	AMI THAI TRAVEL LTD.,PART.	Chatuchak	Bangkok
11-00045	AROSA TRAVEL SERVICE CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-00083	A.E.D.TRAVEL CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-00085	ABACUS TRAVEL SERVICE CO.,LTD.	Huai Kwang	Bangkok
11-00099	APEX (THAILAND) CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-00158	AERO INTERNATIONAL CO.,LTD.	Pathumwan	Bangkok
11-00160	ALL TRAVEL (1991) CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-00217	ARLYMEAR TRAVEL CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-00244	ASIAN TOURS CENTER CO.,LTD.	Pathumwan	Bangkok
11-00261	AA TRAVEL SERVICE CO.,LTD.	Pathumwan	Bangkok
11-00314	ASIAN PEARL TRAVEL SERVICE CO.,LTD.	Phaya Thai	Bangkok
11-00132	ATTIC TOUR (THAILAND) CO.,LTD.	Watthana	Bangkok
11-00350	ANANDA TRAVEL (THAILAND) CO.,LTD.	Huai Kwang	Bangkok
11-00418	ADA TRAVEL SERVICE CO.,LTD.	Chatuchak	Bangkok
11-00424	AMERICAN EXPRESS (THAI) CO.,LTD.	Phaya Thai	Bangkok
11-00704	ASIAN HOLIDAY TOUR LTD.,PART.	Taling Chan	Bangkok
11-00759	A.T.CHONBURI TOUR CO.,LTD.	Muang Chon Buri	Chon Buri
11-00803	AIR TRAVEL SERVICES CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-00807	A.T.N. INTERTRADE LTD.,PART.	Bang Rak	Bangkok
11-00824	AMTRA AIR SERVICES CO.,LTD.	Khlong Toei	Bangkok
11-00641	ABERCROMBIE & KENT (THAILAND)	Sathon	Bangkok
11-00880	AIR DRAGON AND TOURISM GROUP	Rat Thewi	Bangkok

ตารางที่ ก-1 รายชื่อผู้ประกอบการอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
11-00914	AL TRAVESQUES CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-00933	A & N ENTERPRISE AND TRAVEL CO.,LTD.	Sathon	Bangkok
23-00103	ASIAN LEISURE	Muang Chiang Mai	Chiang Mai
11-00981	ASKA PLUS CO.,LTD.	Rat Thewi	Bangkok
11-00475	AVIORAMA CO.,LTD.	Din Daeng	Bangkok
11-01692	AQUASPORTS CO.,LTD.	Watthana	Bangkok
11-01221	ASIAN FESTIVAL & SIGHTSEEING	Huai Khwang	Bangkok
11-01710	AMAZING TOUR 1998	Don Muang	Bangkok
11-01153	AIRPLAY STUDIO CO.,LTD.	Dusit	Bangkok
11-01234	ARTHIT TOUR (2531)	Bang Kapi	Bangkok
12-00277	A.B TRAVEL	Phra Nakhon	Bangkok
11-01337	ART AND CULTURE TOUR	Chatuchak	Bangkok
11-01376	ANZEN TRAVEL	Phra Nakhon	Bangkok
11-01389	ASIA WORLD ENTERPRISE CO.,LTD.	Pathumwan	Bangkok
11-01462	AJAX TRAVEL SERVICE CO.,LTD.	Wang Thong Lang	Bangkok
11-01474	ASIAN HORIZON TRAVEL CONSULTANS CO.,LTD.	Huai Khwang	Bangkok
11-01499	ANGELA EXCLUSIVE TOUR AND TRAVEL SERVICE	Sathon	Bangkok
11-01501	ART PLANET CO.,LTD.	Dusit	Bangkok
11-01106	A.P.T. TRAVEL AGENCY CO.,LTD.	Phra Khanong	Bangkok
11-01154	A'CROSS TRAVEL CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-01585	ART OF TOURISTIC CO.,LTD.	Bangkok Noi	Bangkok
11-01573	ASIA WAYS (THAILAND) CO.,LTD.	Pak Kret	Nonthaburi
11-01581	ASIA PACIFIC TRAVEL CO.,LTD.	Din Daeng	Bangkok

ตารางที่ ก-1 รายชื่อผู้ประกอบการอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
11-01603	ASIA TOUR SYSTEM CO.,LTD.	Watthana	Bangkok
11-01593	AIRCLUB INTERNATIONAL CO.,LTD.	Chom Thong	Bangkok
11-01609	A & E TRAVEL CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-01698	ASIA WORLD TOURS	Huai Khwang	Bangkok
11-01659	A.D. MART TOUR & TRANSPORT CO.,LTD.	Prawet	Bangkok
11-01556	AMENITY TOUR CO., LTD.	Bung Kum	Bangkok
11-01397	ASIA BOOMING TRAVEL & TRADING CO.,LTD.	Huai Khwang	Bangkok
14-00014	ARARE TRAVEL AGENCY	Bang Lamung	Chon Buri
11-00513	AEROGLOBAL CO.,LTD.	Pathumwan	Bangkok
11-01700	AMBIKA TOUR AGENCY	Bang Rak	Bangkok
11-01729	AVENUE VACATION TOURS & TRAVEL	Phra Nakhon	Bangkok
11-01744	AMITIER TRAVEL PARTNERSHIP LIMITED	Bang Lamung	Chon Buri
11-01751	A B T	Rat Thewi	Bangkok
11-01803	AMARIN PRINTING AND PUBLISHING	Bangkok Noi	Bangkok
11-01821	ASIAN INTERNATIONAL ENTERPRISE	Thung Kru	Bangkok
12-00030	ASIAN OVERLAND ADVENTURE Co.,Ltd.	Phra Nakhon	Bangkok
11-01833	A.W. BUSINESS AIR CENTRE	Khlong Toei	Bangkok
11-00537	AIR PEOPLE INTERNATIONAL CO.,LTD.	Huai Khwang	Bangkok
11-01857	ABROAD INTER CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-01865	A & F TOUR TRAVEL	Bang Rak	Bangkok
11-01767	ASIAN SPIRIT CO.,LTD.	Pathumwan	Bangkok
11-01888	ACTION PLUS HOLIDAY	Bang Kapi	Bangkok
11-01878	ASIAN ESCAPES	Huai Khwang	Bangkok
11-01904	AMFINE WAY TOUR	Pathumwan	Bangkok

ตารางที่ ก-1 รายชื่อผู้ประกอบการอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
11-01913	ATOP TOURS AND TRADING	Khlong Toei	Bangkok
11-01916	ASIAN TRAILS LTD.	Pathumwan	Bangkok
11-01921	AT NETWORK	Sathon	Bangkok
11-01926	ARCH & LEISURE (THAILAND)	Saphan Sung	Bangkok
11-01930	ALL THAILAND TOUR	Chatuchak	Bangkok
11-01936	ALBATROSS LAND	Din Daeng	Bangkok
11-01948	ANGEL TRANS HOLIDAY	Muang Samut Sakhon	Samut Sakhon
11-01954	ACME HOLIDAY CO.,LTD.	Huai Kwang	Bangkok
11-01967	AVENUE INTER TRAVEL GROUP CO.,LTD.	Watthana	Bangkok
11-01999	AMAZING TRAVEL CO.,LTD.	Khlong San	Bangkok
11-02020	ALPHA CARRIER EXPRESS CO.,LTD.	Watthana	Bangkok
11-02073	ASADAL CO.,LTD.	Sathon	Bangkok
11-02097	ADD-ONE TOUR & TRADING CO.,LTD.	Rat Thewi	Bangkok
11-02105	AIR CHANNEL CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
11-02115	ASEAN GUIDE	Phaya Thai	Bangkok
11-02129	AIRWAYS CO.,LTD.	Khlong San	Bangkok
11-02181	A.D. TRAVEL SERVICE CO.,LTD.	Pak Kret	Nonthaburi
11-02349	ASIA SCENICS CO.,LTD.	Chatuchak	Bangkok
12-00217	A.T.S. TRAVEL LTD.,PART.	Lat Phrao	Bangkok
12-00236	ASIAN LINES CO.,LTD.	Khlong Toei	Bangkok
12-00250	A CHAO PHAYA CHARTERED CO.,LTD.	Samphanthawong	Bangkok
12-00300	A & B ADVENTURE	Kabinburi	Prachin Buri
12-00326	ANGEL TRAVEL CENTER	Sai Mai	Bangkok
12-00358	ANURAK TRAVEL CO.,LTD.	Prawet	Bangkok
13-00009	A.S.MIXED TRAVEL LTD., PART.	Muang Kanchanaburi	Kanchanaburi

ตารางที่ ก-1 รายชื่อผู้ประกอบการอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
14-00054	APRIL TRAVEL CO.,LTD.	Bang Lamung	Chon Buri
13-00066	A.R. TRAVEL SERVICE	Bang Lamung	Chon Buri
14-00115	AMITY TRAVEL SERVICE CO.,LTD.	Din Daeng	Bangkok
11-00138	ALPHA TOURS AND TRAVEL CO.,LTD.	Phaya Thai	Bangkok
14-00156	A A TRAVEL	Bang Lamung	Chon Buri
14-00201	ARISTON TOUR & TRANSPROT CO.,LTD.	Bang Lamung	Chon Buri
14-00233	AO PHAI TRAVEL AGENCY	Muang Rayong	Rayong
14-00234	ASMA TRAVEL AND TRADE CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
14-00236	AMAZING TRAVEL SERVICE	Bang Lamung	Chon Buri
11-00138	ANAN TOUR*	Lom Sak	Phetchabun
11-02229	AMIS SIAM SOCIETE ANONYME	Chatuchak	Bangkok
11-00089	ASIA JOURNEY CO.,LTD.	San Sai	Chiang Mai
11-00099	ASIA I TRAVEL AND TOUR	Mae Sot	Tak
11-00102	AOTEAROA CENTRE CO.,LTD.	Muang Chiang Mai	Chiang Mai
11-00109	ANN TOUR	Chaing Khong	Chiang Rai
12-00068	ABALE TOUR & TRAVEL CO.,LTD.	MuangPhitsanulok	Phitsanulok
13-00083	ASIA SAMMITR TOUR	Muang Chiang Mai	Chiang Mai
13-00091	ASA'S GUEST HOME	Mae Ai	Chiang Mai
14-00064	ARINDA TRAVEL AGENCY	Muang Chiang Mai	Chiang Mai
14-00235	APEX TRAVEL SERVICE	San Sai	Chiang Mai
11-00117	ADVENTURE WORLD (THAI LAND) CO.,LTD.	Muang Chiang Mai	Chiang Mai
14-00247	AKHAHILL HOUSE	Muang Chiang Rai	Chiang Rai
14-00252	AMPORN TOUR	Muang Chiang Mai	Chiang Mai

ตารางที่ ก-1 รายชื่อผู้ประกอบการอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
13-00109	ANGDOI RESORT	Um Phang	Tak
11-00130	ASEV JV CO.,LTD.	Muang Chiang Mai	Chiang Mai
14-00358	AMAZING MAE HONG SON	Muang Mae Hong Son	Mae Hong Son
14-00423	AIYARET TOUR	San Sai	Chiang Mai
14-00540	ASIA GOLDEN TRAVEL LTD., PART.	Muang Chiang Mai	Chiang Mai
11-00041	ANDAMAN PHYA TRAVEL SERVICE CO.,LTD.	Kathu	Phuket
11-00080	ASIAN PREMIER HOLIDAYS CO.,LTD.	Muang Phuket	Phuket
11-00118	ANACOTT ASIA PACIFIC CO.,LTD.	Muang Phuket	Phuket
11-00128	ALBATROSS LEISURE CO.,LTD.	Thalang	Phuket
11-00134	ANDAMAN SCUBA VENTURE CO.,LTD.	Muang Phuket	Phuket
12-00018	AIR SEA TOURISTIK AND REAL ESTATE CO.,LTD.	Ko Samui	Suratthani
13-00006	ANDAMAN QUEEN TOUR LTD.,PART.	Muang Phuket	Phuket
13-00016	ANYWHERE TRAVEL	Muang Phuket	Phuket
13-00030	A A ENTERPRISE & TRAVEL LTD.,PART.	Ko Samui	Suratthani
11-00137	ASIA HANA TOUR CO.,LTD.	Muang Phuket	Phuket
13-00077	AO NANG DIVERS	Muang Krabi	Krabi
13-00019	AO-NANG TRAVEL AND TOUR CO.,LTD.	Muang Krabi	Krabi
13-00100	ANDAMAN SPEED TOURS	Muang Phuket	Phuket
13-00113	ASIA CANOE CLUB (PHUKET) LTD.,PART.	Muang Phuket	Phuket
13-00116	AMICI TRAVEL LTD.,PART.	Kathu	Phuket
14-00019	A.P. TRAVEL	Muang Krabi	Krabi

ตารางที่ ก-1 รายชื่อผู้ประกอบการใบอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
14-00020	AQUALAND CO.,LTD.	Kathu	Phuket
14-00056	AROONSOM CAFE	Kathu	Phuket
14-00108	ASIA TRAVEL 1985	Ko Samui	Suratthani
14-00118	ALEX TOUR	Muang Krabi	Krabi
14-00132	A. N. NATURE TOUR LTD.,PART.	Kathu	Phuket
14-00136	ARIDA TOUR	Muang Krabi	Krabi
14-00190	AZZURRO TRAVEL	Kathu	Phuket
14-00225	A.K. TRAVEL	Ko Samui	Suratthani
14-00234	AMADEUS TRAVEL	Ko Samui	Suratthani
14-00266	AQUARIUS THE ART OF DIVING CO.,LTD.	Muang Phuket	Phuket
14-00285	ALEAM TOUR	Thalang	Phuket
14-00296	AQUA DIVERS CO.,LTD.	Thalang	Phuket
14-00261	ADVENTURE SPORTS CO.,LTD.	Kathu	Phuket
14-00307	AONANG ECO TRAVEL AND TOUR	Muang Krabi	Krabi
14-00317	ADVENTURA GROUP	Muang Phuket	Phuket
14-00340	AQUARIUS DIVING INTERNATIONAL CO.,LTD.	Ko Lanta	Krabi
14-00343	A.P. SILVER TOUR	Ko Samui	Suratthani
14-00359	ANGEL DELIGHT TOUR	Kathu	Phuket
14-00360	AO - NANG ROYAL RESORT	Muang Krabi	Krabi
14-00406	A. LEADER TOUR	Kathu	Phuket
14-00420	AQUA SPORTS	Kathu	Phuket
14-00435	AMBER PHUKET TRAVEL	Kathu	Phuket
14-00440	A. T. A. AIR TRAVEL	Ko Samui	Suratthani
14-00469	A & B TRAVEL	Kathu	Phuket
14-00478	A J T INTER LTD.,PART.	Muang Phuket	Phuket

ตารางที่ ก-1 รายชื่อผู้ประกอบการใบอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
14-00483	ART TRAVEL	Muang Krabi	Krabi
14-00499	AO NANG TOURIST CENTER	Muang Krabi	Krabi
14-00507	ANDAMAN PEARL TOUR	Muang Krabi	Krabi
14-00528	AO PO MARINE	Muang Phuket	Phuket
14-00541	AO NANG VILLAGE	Muang Krabi	Krabi
14-00546	AO NANG ORCHID	Muang Krabi	Krabi
14-00562	AO NANG SAFARI AND TREKKING TOUR	Muang Krabi	Krabi
14-00576	A.P. TRAVEL	Muang Krabi	Krabi
14-00628	ACTION ANDAMAN	Thalang	Phuket
14-00401	ANDAMAN DIVERS	Kathu	Phuket
14-00647	ASIANA TRAVEL & TOUR	Kathu	Phuket
14-00667	AO_NANG ADVENTURE TRAVEL AND TOUR	Muang Krabi	Krabi
14-00679	AO NANG BLUE BAY YOU BANGALOW	Muang Krabi	Krabi
13-00703	ANNA'S TRAVEL SERVICE	Kathu	Phuket
14-00706	A AND N TOUR	Muang Phuket	Phuket
14-00712	ATLAS TRAVEL AGENCY	Ko Samui	Suratthani
14-00725	ABYSS DIVE CENTER LTD.,PART.	Ko Samui	Suratthani
14-00733	AMAZING THAI TRAVEL & TOUR	Ko Samui	Suratthani
14-00749	AIR TRAVEL & TOUR	Ko Samui	Suratthani
14-00780	ALAN TOUR	Thalang	Phuket
14-00827	AQUANAUTS	Muang Krabi	Krabi
14-00836	ACTION PLANNER TRAVEL SERVICE LTD.,PART.	Muang	Phuket
14-00855	ASIA TRAVEL & SERVICE	Kathu	Phuket
14-00871	ALVISIO TRAVEL SERVICE	Muang	Phuket

ตารางที่ ก-1 รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
14-00889	ANDAMAN ADVENTURE MARINE ORD.,PART.	Thalang	Phuket
14-00471	ANDAMAN SEAGULL TRAVEL	Kathu	Phuket
14-00950	A-BUS DIVING	Muang	Phuket
14-00951	ABC TOUR	Muang	Phuket
11-00018	ANGEL TRAVEL SERVICE	Hat Yai	Songkhla
11-00106	AL HIJRAH & TRAVEL LTD.	Muang Pattani	Pattani
12-00050	ANDAMAN BEACH TOUR	Hat Yai	Songkhla
12-00059	A. TRAVEL-NARA	Muang Narathiwat	Narathiwat
13-00021	ANDREW TOUR	Langu	Satun
13-00022	ARAYA TRAVEL CO.,LTD.	Langu	Satun
13-00029	ARCHIPELAGO TRAVEL SERVICE	Hat Yai	Song Khra
14-00007	ATM PHYA TRAVEL SERVICE (HAT YAI)	Hat Yai	Songkhla
11-00101	ARANYA TOUR	Muang Udonthani	Udonthani
12-00011	AMNAT CHAROEN YANYON*	Muang Ubon Ratchathani	Ubon Ratchathani
13-00013	ADANG SEA TOUR CO.,LTD.	Langu	Satun
14-00493	AGAPE TRAVEL & EXPLORATION	Muang Chiang Mai	Chiang Mai
14-00506	ANNA TOUR AND TREKKING	Muang Chiang Mai	Chiang Mai
14-00507	AROON SAWAS TRAVEL	Muang Mae Hong Son	Mae Hong Son
11-02254	AIT ASIA INTERNATIONAL TRAVEL CO.,LTD	Rat Thewi	Bangkok
12-00393	A&Y TRAVEL CO.,LTD.	Khlong Toei	Bangkok

ตารางที่ ค-1 รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
12-00403	ATLAS TRADING & PROPERTY (THAILAND)	Watthana	Bangkok
12-00404	ANDAMAN CLUB CO.,LTD.	Sathon	Bangkok
12-00405	ANDAMAN MARINE	Sathon	Bangkok
13-00151	AMADEUS HOLIDAY PHUKET CO.,LTD.	Kathu	Phuket
14-00978	AMAZING 2000 TOUR	Muang Phuket	Phuket
14-00985	AVIGA TRAVEL	Muang Krabi	Krabi
14-01009	ACRO TRAVEL	Muang Phuket	Phuket
11-00163	ASIA WEB DIRECT CO.,LTD.	Muang Phuket	Phuket
14-01020	AM AM TRAVEL	Muang Phuket	Phuket
14-01045	AORNANONG TRAVEL	Ko Samui	Surat Thani
14-01049	ANDAMAN LANTA RESORT	Ko Lanta	Krabi
13-00163	A. SOUTHEAST TRAVEL	Kathu	Phuket
11-00181	ASIAGATES TRAVELS CO.,LTD.	Kathu	Phuket
13-00254	AO NANG GREEN PARK TOUR	Muang Krabi	Krabi
13-00203	ALANTIS DIVING CO. , LTD.	Ko Lanta	Krabi
13-00245	ALOHA TRAVEL AGENCY (INTERNATIONAL) D-	Muang Phuket	Phuket
13-00248	ASIAN ADVENTURES CO. , LTD.	Kathu	Phuket
12-00055	AR-KARA TOUR	Hat Yai	Songkhla
14-00046	A.O. TRAVEL SERVICE	Sadao	Songkhla
13-00148	ANDAMAN WAVE MASTER CO.,LTD.	Muang Phuket	Phuket
14-00957	APPLE TRAVEL SERVICES	Ko Samui	Surat Thani
11-01651	ACCORD TRAVEL SERVICE	Chatuchak	Bangkok
11-02293	ATN ASIATOURS.NET CO.,LTD.	Sathon	Bangkok
11-02328	ANKANG TOUR CO.,LTD.	Pathumwan	Bangkok
12-00399	A-D TOUR	Din Daeng	Bangkok

ตารางที่ ค-1 รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
14-01036	ALLES TOUR & SERVICE	Muang Phuket	Phuket
14-01041	ASIA SAFARI	Thai Muang	Phangnga
14-01031	ALL SCUBA ADVENTURES CO.,LTD.	Ko Samui	Surat Thani
11-02295	ASIALINK THAI HOLIDAYS CO.,LTD.	Bang Rak	Bangkok
13-00079	A ONE THAILAND TOURS	Bang Lamung	Chon Buri
11-02300.	A. INTER ENTERPRISE	Bang Lamung	Chon Buri
13-00197	A.P. TOUR AND SERVICE	Chiang San	Chiang Rai
11-02364	ANIKO INTERNATIONAL CO.,LTD.	Rat Thewi	Bangkok
11-02363	ACE WORLD INTERNATIONAL CO.,LTD.	Khlong Toei	Bangkok

ภาคผนวก ง

ประเภทของใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ประเภทใบอนุญาตธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทย

ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่

จุดสังเกต : เลขทะเบียนของธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ จะขึ้นต้นด้วย 13/#####

หลักประกัน : ต้องวางหลักประกันจำนวน 10,000 บาท กับ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว
และมัคคุเทศก์

พื้นที่ให้บริการ : สามารถประกอบธุรกิจท่องเที่ยวได้ เฉพาะในจังหวัดที่จดทะเบียนและ
จังหวัดข้างเคียง ซึ่งอยู่ในพื้นที่เดียวกันเท่านั้น

ผู้ใช้บริการ : จำกัดให้บริการได้ เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น

ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic)

จุดสังเกต : เลขทะเบียนของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ จะขึ้นต้นด้วย 12/#####

หลักประกัน : ต้องวางหลักประกันจำนวน 50,000 บาท กับ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว
และมัคคุเทศก์

พื้นที่ให้บริการ : สามารถประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศได้ทุกจังหวัด โดยจำกัดไม่ให้
นำเที่ยวไปยังต่างประเทศ

ผู้ใช้บริการ : จำกัดให้บริการได้ เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น

ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Inbound)

จุดสังเกต : เลขทะเบียนของธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศแบบ Inbound จะขึ้นต้นด้วย 14/#####

หลักประกัน : ต้องวางหลักประกันจำนวน 100,000 บาท กับ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว
และมัคคุเทศก์

พื้นที่ให้บริการ : สามารถประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศได้ทุกจังหวัด โดยจำกัดไม่ให้
นำเที่ยวไปยังต่างประเทศ

ผู้ใช้บริการ : จำกัดให้บริการได้ เฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่านั้น

ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound)

จุดสังเกต : เลขทะเบียนของธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศแบบ Outbound จะขึ้นต้นด้วย 11/#####

หลักประกัน : ต้องวางหลักประกันจำนวน 200,000 บาท กับ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว
และมัคคุเทศก์

พื้นที่ให้บริการ : สามารถประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

ผู้ใช้บริการ : ให้บริการได้ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวสุนิสา มือนันต์
วัน เดือน ปี เกิด	24 กรกฎาคม 2528
สถานที่เกิด	จังหวัดฉะเชิงเทรา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	114/1 ม.9 ตำบลหมอนทอง อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา 24150
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2551 - 2553	วิศวกร (Production Engineer New Model) บริษัทไทยซัมมิท อีสเทิร์นซีบอร์ด อโศปาร์ท อินคัสทรี จำกัด จังหวัดระยอง
พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการบริษัทเอ็มพลัส เซอร์วิส จำกัด จังหวัดฉะเชิงเทรา
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี
พ.ศ. 2553	การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) มหาวิทยาลัยบูรพา