

มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาเขตชลบุรี

แผนธุรกิจ ธุรกิจนำเที่ยวประเภทภายในประเทศ “เอ็มพลัส ทราเวล”
กรณีศึกษา กลุ่มลูกค้าคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมภาคตะวันออก

ทนายชัย อริยเกษตรมงคล

293885

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤศจิกายน 2553

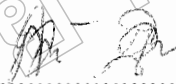
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ ทัศนชัย อริยเกษตรมงคล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัย
บูรพาได้

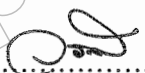
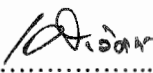
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์


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


คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์


.....ประธาน
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

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

 
..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เดียววิเศษ)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

วันที่ 19 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2553

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากผู้มีพระคุณหลายฝ่าย ที่กรุณาให้คำแนะนำช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ แก่ผู้วิจัยตั้งแต่ขั้นเริ่มต้นจนถึงขั้นสุดท้ายของการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร อาจารย์ที่ปรึกษา นอกเหนือจากการให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมาแล้ว ยังเป็นผู้ส่งเสริมและให้กำลังใจในการดำเนินการศึกษาค้นคว้าแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์ในการทำงานวิจัย และรู้ถึงคุณค่าของการทำงานวิจัยอย่างกว้างขวางในการทำงาน นิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมย์ และรองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เตียววิเศษ เป็นอย่างสูงที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบงานนิพนธ์ ตลอดจนได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้งานนิพนธ์ฉบับนี้ มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการ วิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว

ขอขอบพระคุณคณะบุคลากรแผนกทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรฝ่ายจัดอบรม และบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด จังหวัดระยอง ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ท้ายสุดนี้ หากงานนิพนธ์ เรื่อง แผนธุรกิจนำเที่ยว เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) สำหรับกลุ่มลูกค้าคณะบุคลากร โรงงานอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด จังหวัดระยอง ฉบับนี้ เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาหรือเพื่อประกอบการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว สำหรับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ ขอขอบคุณงามความดีทั้งหลาย แต่ผู้มีพระคุณทั้งที่ได้กล่าวนามมาแล้ว และไม่ได้กล่าวนาม รวมถึงครอบครัว ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจเป็นอย่างดี จนประสบความสำเร็จในการศึกษา

ทนายชัย อริยเกษมมงคล

52920115: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ปัจจัย/ การตัดสินใจ/ บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ/แผนธุรกิจ/บุคลากร

โรงงานอุตสาหกรรม/ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด จังหวัดระยอง

ทฤษฎี อริยเกษตรมงคล : แผนธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศของบริษัทเอ็มพลัสทราเวล

กรณีศึกษา กลุ่มลูกค้าคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมภาคตะวันออก (DOMESTICS TRAVEL

BUSINESS PLAN OF MPLUS TRAVEL AGENCY : CASE STUDY IN EASTERN FACTORY

PERSONNEL). อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: สมบัติ ชำรงสินถาวร, D.B.A. 113 หน้า.

ปี พ.ศ. 2553.

การจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อวางแผนและใช้ในการดำเนินการประกอบธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศของ เอ็มพลัสทราเวล ของกลุ่มลูกค้าคณะบุคลากร โรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง และภาคตะวันออก 2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศของบุคลากร โรงงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ซึ่งในการจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ ผู้จัดทำได้มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กล่าวข้างต้นเท่านั้น ดังนั้นผู้จัดทำจึงมีความสนใจและศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว สำหรับกิจกรรมฯ ต่าง ๆ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัย มาปรับใช้กับแผนทางการตลาด และแผนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจครั้งนี้

ทั้งนี้ผู้จัดทำได้รับความกรุณาจากกลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด จังหวัดระยอง ในการให้ข้อมูล รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้จัดทำได้เก็บด้วยเครื่องมือวิจัยประเภทแบบสอบถาม ทั้งปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลได้จำนวนทั้งสิ้น 60 ชุดตัวอย่าง จากจำนวนประชากรประมาณ 80 โรงงาน และนำมาวิเคราะห์ผลข้อมูลทางสถิติที่ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษานี้ ส่วนใหญ่จะเป็นกิจการประเภทบริษัทจำกัด และเป็นบริษัทต่างชาติ ซึ่งในแต่ละโรงงานมีจำนวนบุคลากรประมาณ 301-500 คน และเมื่อแยกแต่ละแผนกหรือส่วนงานจะมีบุคลากรประมาณ 21-30 คน ทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 60 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งส่วนใหญ่แต่โรงงานหรือหน่วยงานเคยจัดประชุม อบรม ศึกษาน สัมมนา รวมถึงท่องเที่ยวให้กับบุคลากรนอกสถานที่ ที่ผ่านมามีส่วนใหญ่อยุ่จัดประมาณ 1-3 ครั้ง โดยแต่

ละครั้งที่จัดกิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเล็กไม่เกิน 50 คน และมีงบประมาณต่อครั้งไม่เกิน 50,000 บาท เช่นกัน ทั้งนี้ที่ผ่านมาแต่ละหน่วยงานเคยจัดกิจกรรมแล้วในจังหวัดเขตภาคตะวันออก เสียส่วนใหญ่ เนื่องจากเพื่อความสะดวกในการเดินทาง และเพื่อไม่ให้ใช้เวลาการทำงานมากเกินไป

ซึ่งจากการเก็บข้อมูลและสอบถาม พบว่าในแต่ละโรงงานล้วนแต่มีการวางแผนการจัดกิจกรรมฯ ดังกล่าว ทั้งนี้บางโรงงานถือได้ว่าเป็นข้อกำหนดหนึ่งของบริษัทเลยทีเดียว ซึ่งในการวางแผน กำหนดไว้ประมาณปีละ 1-3 ครั้ง ครั้งละ 1-3 วัน โดยใช้ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และส่วนใหญ่มีการวางแผนเดินทางไปท่องเที่ยวหรือจัดกิจกรรมที่ภาคเหนือ ซึ่งจากการสอบถาม พบว่า ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางภาคตะวันออกเคยไปและจัดกิจกรรมหลายครั้งแล้ว และในช่วงปลายปีจนถึงต้นปีหน้าประเทศไทยมีอากาศที่หนาวเย็นยาวนาน เหมาะแก่การเดินทางไปท่องเที่ยวและทำกิจกรรมที่ภาคเหนือมากขึ้น

ในส่วนของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ในแต่ละด้านล้วนมีความพึงพอใจในระดับมากเหมือนกัน แต่เรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังต่อไปนี้ ช่องทางการจัดจำหน่าย ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ และราคา ตามลำดับ

ซึ่งผู้วิจัยและในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว “เอ็มพลัส ทราเวล” จึงได้นำข้อมูลและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ได้มาปรับใช้กับการเขียนแผนธุรกิจฉบับนี้ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดด้านต่าง ๆ เช่น กลยุทธ์ “ครบวงจรนำเที่ยว เพื่อคนโรงงาน” กลยุทธ์ “สบาย ๆ สไตล์ ชาวโรงงาน” กลยุทธ์ “โรงงาน ออนไลน์” และกลยุทธ์ “นอกรั้ว โรงงาน” เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจต่อไป

52920115: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE MANAGEMENT; M.M.
(SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE MANAGEMENT)

KEYWORDS: FACTORS FOR DECISION/ DOMESTICS TRAVEL AGENCY/ BUSINESS PLAN/
FACTORY PERSONNEL / EASTERN SEABOARD INDUSTRIAL RAYONG

TANANCHAI ARIYAKETMONGKOL: DOMESTICS TRAVEL BUSINESS PLAN OF
MPLUS TRAVEL AGENCY : CASE STUDY IN EASTERN FACTORY PERSONNEL.

ADVISER: SOOMBAT THUMRONGSINTHAWON, D.B.A. 113 P. 2010.

This business plan made for 1) Planning and proceeds Mplus Travel business for factory personnel. 2) Study and analysis the factor and customer requirement of factory personnel in Eastern Seaboard Industrial estate.

In order that the organizer focus on the factory personnel and make a research to use the result to make the marketing strategic and other in the business.

This business plan made from the customer research by sending the questionnaire to each factory in Eastern Seaboard Industrial Rayong. The research use 60 of sample size from the population of 80 factory and analysis the data with the statistics software.

The result from the research show that the majority of case study is the company limited and have around 301-500 personnel in there factory and around 21-30 personnel in there department make the activity like travel around 1-3 time and have person to attend 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 convenient of travel.

From the questionnaire we found that all factory plan to make the activity like travel 1-3 time per year and 1-3 days per time, they choose Saturday and Sunday to attend the activity, they choose the majority place to make the activity in the north cause of they want to change the atmosphere in a new place and be appropriate in there place.

In the part of the factor that effect the customer decision to choose the travel agency we found that the channel is the first priority, the next one is the reliability of the agency and price appropriate with the service

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

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
บทสรุปผู้บริหาร.....	1
วัตถุประสงค์ของการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
ความเป็นมาของธุรกิจ.....	2
แนวคิดในการก่อตั้งกิจการ.....	3
ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	4
ขอบเขตของการจัดทำแผนธุรกิจ และกรณีศึกษาวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 บริการ.....	7
รายละเอียดการบริการ.....	7
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	9
สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด.....	9
แนวโน้มทางการตลาด.....	11
สภาพการแข่งขัน.....	13
การเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	13
สภาพการแข่งขัน Five Force Analysis.....	14
สรุป.....	16
การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	17
การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	18

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 แผนการบริหารจัดการ	20
ข้อมูลธุรกิจ	20
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ.....	20
5 แผนการดำเนินงาน.....	27
6 การวิจัยตลาดและการวิเคราะห์ตลาด.....	32
กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการวิจัย.....	32
รูปแบบการวิจัย.....	32
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
สรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย.....	33
การประเมินแนวโน้มตลาดในอนาคต.....	36
7 แผนการตลาด.....	38
การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด	38
การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	38
การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด.....	39
กลยุทธ์ทางการตลาด	40
8 แผนการเงิน.....	44
ประมาณการในการลงทุน.....	44
แหล่งที่มาของเงินลงทุน.....	45
สมมติฐานทางการเงิน.....	45
สรุปจุดเด่น ปัญหา และเป้าหมายทางการเงิน.....	48
9 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	50
รายละเอียดของแผน	50
บรรณานุกรม.....	55
ภาคผนวก.....	56
ประวัติของผู้วิจัย.....	113

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1	ขั้นตอนดำเนินงานจำแนกตามรายการ..... 4
2-1	ตัวอย่างรายการบริการของเอ็มพลัส ทราเวล..... 8
3-1	การเปรียบเทียบคู่แข่ง..... 14
4-1	รายนามคณะกรรมการบริษัท..... 20
4-2	หุ้นส่วน และสัดส่วนถือครอง..... 21
6-1	ผลการวิจัย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป 33
6-2	ผลการวิจัย ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว..... 33
6-3	ผลการวิจัย ส่วนที่ 3 ด้านความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม สัมมนา..... 34
6-4	ผลการวิจัย ส่วนที่ 4 ด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว..... 35
8-1	ประมาณการในการลงทุน..... 44
8-2	ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน..... 44
8-3	สมมติฐานทางการเงินปี พ.ศ. 2554-2556..... 46
8-4	ประมาณการในการให้บริการรายปี..... 46
8-5	งบกำไรขาดทุน..... 47
8-6	ประมาณการงบดุล ปี 2554-2556..... 47
9-1	ตัวอย่างแบบฟอร์มการเปรียบเทียบคู่แข่ง..... 52

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3-1 วิเคราะห์ Five Force	15
3-2 วิเคราะห์ SWOT	17
4-1 แผนผังองค์กร	22
7-1 ส่วนแบ่งการตลาดของกิจการ.....	38
7-2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ.....	39
7-3 ตำแหน่งทางการตลาดของกิจการ.....	39

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 ซึ่งถึงเป็นกิจการช่วงเริ่มต้นในแผนธุรกิจฉบับนี้ทางผู้จัดทำมีความมุ่งมั่นเป็นอย่างยิ่งเพื่อจะใช้เป็นแผนในการดำเนินงานทางธุรกิจ และเป็นการประมวลความรู้ทั้งหมดจากการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาหรือค้นคว้าข้อมูล ที่เกี่ยวข้อง สำหรับแผนธุรกิจฉบับนี้จะมุ่งเน้นที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อันได้แก่ คณะคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งนี้ได้รับความกรุณาจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว จากกลุ่มคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

วิสัยทัศน์ของกิจการคือการเป็นผู้นำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างครบวงจร เฉพาะสำหรับกลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา และคณะบุคคลหน่วยงานในโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออก ด้วยบริการที่คุ้มค่า และมีความสุขทุกการเดินทางกับ เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) โดยมีวัตถุประสงค์ที่สร้างรายได้จากการดำเนินงาน 400,000 บาท ต่อเดือน และมีผลกำไรจากการดำเนินงาน 30% สร้างฐานลูกค้าประจำได้ 35% ภายในสิ้นปี 2554 ตามลำดับ

กิจการมีจุดแข็งจากการเป็นผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และมีสำนักงานตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าจำนวนมากและมีศักยภาพและ Demand เป็นพื้นฐานอยู่แล้ว นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังจบในสายงานอุตสาหกรรมมาก่อน มีประสบการณ์และรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมอย่างดีพอสมควรในการจัดประชุม อบรม สัมมนา จัดงานกิจกรรมสานสัมพันธ์ของหน่วยงานส่วนกลางในแต่ละโรงงาน จึงทำให้ผู้จัดทำและผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ มองเห็นช่องทางและโอกาสร่วมกัน จึงมีความมุ่งมั่นที่จะดูแลลูกค้าคณะบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกกลุ่มนี้เป็นหลักอีกกลุ่มหนึ่ง นอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าคณะบุคลากรทางการศึกษา อีกทั้งธุรกิจนำเที่ยวยังเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้งเงินลงทุนมาก

สามารถเรียกเก็บเงินมัดจำค่าบริการจากลูกค้าได้ก่อนและเพียงพอต่อการจัดนำเที่ยวและกิจกรรม ทำให้กิจการมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ และไม่ทำมีปัญหาด้านการบริหารเงินในกิจการ แต่ยังมีจุดอ่อนจากการที่เป็นบริษัทเปิดใหม่และไม่มีฐานลูกค้าเดิม รวมถึงมีพนักงานจำนวนน้อย ที่อาจทำให้ไม่สามารถบริการลูกค้าได้ครอบคลุมในช่วงเวลาที่ลูกค้ามีความต้องการจำนวนมากพร้อม ๆ กัน ทั้งนี้กิจการ ได้เก็บข้อมูลด้านปัจจัยในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

1. เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ในนาม เอ็มพลัส ทราเวล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ประเภทธุรกิจนำเที่ยว ภายในประเทศ (Domestics) สำหรับกลุ่มบุคลากรใน โรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์น ซีบอร์ด จังหวัดระยอง และภาคตะวันออก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ “เอ็มพลัส ทราเวล” สำหรับกลุ่มลูกค้าคณะบุคลากรใน โรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง และภาคตะวันออก
2. เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ จะได้นำข้อมูลต่าง ๆ ไปพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการบริการ ให้ตรงกับความต้องการของของลูกค้า สำหรับรูปแบบการนำเที่ยวกลุ่มบุคลากร โรงงานอุตสาหกรรมภาคตะวันออก

ความเป็นมาของธุรกิจ

ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

ธุรกิจนำเที่ยว ประเภทธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ “เอ็มพลัส (Mplus Travel)”

ภายใต้การบริหารงาน โดยบริษัทเอ็มพลัส เซอร์วิส จำกัด ตั้งอยู่เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งกิจการได้สนใจศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว รูปแบบการนำเที่ยวสำหรับคนไทย ภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นสำหรับกลุ่มลูกค้าบุคลากรใน โรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง และภาคตะวันออก

เริ่มก่อตั้งโดย นายบุญสม มือนันต์ นางสาวสุนิสา มือนันต์ นายสามารถ ศรีสมัย
นางสาวบัณฑิตา มือนันต์ และนายทนต์ชัย อริยเกษตรมงคล

วันเริ่มดำเนินการ 1 ตุลาคม 2553

แนวคิดในการก่อตั้งกิจการ

ธุรกิจเริ่มจากผู้ก่อตั้งมองเห็นช่องทางและโอกาสทางธุรกิจนำเที่ยว ประเภทธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Travel) เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีลักษณะทางภูมิประเทศ อากาศและฤดูกาล สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ที่โดดเด่นมีความเป็นเอกลักษณ์ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายทั่วประเทศ ดังเช่นสโลแกนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่า “เที่ยวเมืองไทย ไม่ไปไม่รู้” และ “เที่ยวเมืองไทย ไปได้ทุกเดือน” ประกอบกับทางผู้ก่อตั้งมีความรักและความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในเมืองไทยเป็นพิเศษมาเป็นเวลานาน

สำหรับบริการนำเที่ยวในนาม “เอ็มพลัส ทราเวล” นั้น มุ่งเน้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก 2 กลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มคณะบุคลากรทางการศึกษา ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดใกล้เคียง ในภาคตะวันออก และกลุ่มคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมภาคตะวันออก อันได้แก่ นิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นซีบอร์ด นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่ากิจการมีความได้เปรียบในการเข้าถึงแหล่งของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าวเป็นอย่างดีเนื่องจากกิจการมีบุคลากรที่มีประสบการณ์ในโรงงานอุตสาหกรรม มีเครือข่ายที่ดีกับกลุ่มผู้จัดประชุมและนำเที่ยวของบริษัทต่าง ๆ อีกทั้งมีความคุ้นเคยและเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดประชุม สัมมนา ความและการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว อย่างใกล้ชิดอีกด้วย ประกอบกับ ปัจจุบัน หลายส่วนทางภาครัฐและภาพเอกชน มีการส่งเสริมให้คนไทย หันมาเที่ยวไทย อย่างเช่น สามารถนำค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปลดหย่อนภาษีได้

ทั้งนี้ผู้เริ่มก่อตั้งยังมีความรักและความเอาใจใส่ในธุรกิจบริการอย่างยิ่ง ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และมุ่งมั่นที่จะสร้างประสบการณ์ดี ๆ ในการเดินทาง คัดสรรแหล่งท่องเที่ยว และรูปแบบบริการที่มีคุณภาพ เพื่อความสุขและความประทับใจ จากการใช้บริการในทุกครั้ง สร้างความแตกต่างและแปลกใหม่ เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบัน ที่กำลังเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ซึ่งในครั้งนี้ได้มุ่งมั่นในการศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการ บริษัทนำเที่ยว ประเภทธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ สำหรับกลุ่มคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองเป็นหลัก เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ มา

ประยุกต์ใช้ สร้างกลยุทธ์ ทางด้านการตลาดและบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุด ของ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สร้างความไว้วางใจ สร้างกลุ่มเครือข่าย และลูกค้าระยะยาว ให้กับธุรกิจในอนาคต

ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ตารางที่ 1-1 ขั้นตอนดำเนินงานจำแนกตามรายการ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	เวลาดำเนินการ	คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1.	ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการขออนุญาต ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ภายในประเทศ	เดือนสิงหาคม 2553	สิ้นเดือนตุลาคม 2553
2.	ติดต่อลูกค้า และเก็บข้อมูลความต้องการ และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว	เดือนกันยายน 2553	สิ้นเดือนตุลาคม 2553
3.	ขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ภายในประเทศ	11 ตุลาคม 2553	11 ตุลาคม 2553
4.	สร้าง Information เพื่อการประชาสัมพันธ์ Web site Brochure / Catalog	เดือนพฤศจิกายน 2553	สิ้นเดือนธันวาคม 2553
5.	ติดต่อขอ Contact กับ โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร วิชา รดทัวร์ บริษัททัวร์ พันธมิตร การจัดสัมมนา และอื่น ๆ	เดือนธันวาคม 2553	สิ้นเดือนมกราคม 2554
6.	สรุปราคา ค่าบริการ โปรแกรมทัวร์ ราคา การรับจองที่พัก ตัวเครื่องบิน ค่าบริการค่า ทำ วิชา และอื่น ๆ	เดือนธันวาคม 2553	สิ้นเดือนมกราคม 2554
7.	เปิดเว็บไซต์ ส่งข้อมูลแนะนำกิจการ และบริการให้แก่ลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย และลูกค้าทั่วไป	1 มกราคม 2554	ปัจจุบัน

ตารางที่ 1-1 (ต่อ)

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	เวลาดำเนินการ	คาดว่าจะแล้วเสร็จ
8.	ติดต่อ กับลูกค้า และดำเนินการบริการ นำเที่ยว รับจองที่พัก ตัวเครื่องบิน บริการรับทำวีซ่า และอื่น ๆ	1 มกราคม 2554	ปัจจุบัน
9.	พัฒนารูปร่าง บริการ สร้างการจดจำของ ลูกค้า สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ความแตกต่าง ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอ บริการ	เดือนกรกฎาคม 2554	ปัจจุบัน

หมายเหตุ : เนื่องจากเป็นกิจการเปิดใหม่ และยังไม่มียานลูกค้าเดิม ดังนั้นในช่วงแรกของการดำเนินการจึงมุ่งเน้นการศึกษาความต้องการลูกค้า และการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

ขอบเขตของการทำแผนธุรกิจ และกรณีศึกษาวิจัย

ผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ มุ่งเน้นกลยุทธ์สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อันได้แก่ บุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง และภาคตะวันออก ซึ่งในแผนธุรกิจนี้อาจมีการปรับแก้ได้ในอนาคต หลังจากได้นำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจจริง ประชากรที่ศึกษา ได้แก่บุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง และต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจในหน่วยงาน รวมถึงเกี่ยวข้องต่อการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ประชุม อบรม ศึกษาน รวมถึงสัมมนา ทั้งในและนอกสถานที่ และมีอำนาจในการตัดสินใจในการจัดกิจกรรม เท่านั้น

เนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อปัจจัยทางด้านสินค้า เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้าที่ระลึกในทัศนะของลูกค้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

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

คณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม หมายถึง พนักงานที่ทำงานอยู่ในโรงงาน
อุตสาหกรรม ในแผนกต่าง ๆ เช่น พนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายจัดอบรม ฝ่ายผลิต วิศวกร
ผู้จัดการ ฝ่ายประกันคุณภาพ และพนักงานทุกส่วนงานที่ทำงานอยู่ในโรงงานอุตสาหกรรม

ปัจจัยในการตัดสินใจ หมายถึง หนึ่งในขององค์ประกอบพฤติกรรม หรืออิทธิพลที่มีส่วน
ร่วมเพื่อส่งผลต่อการลงมติทางความคิดเห็นหรือการตกลงใจที่จะทำหรือไม่ทำอะไร

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ หมายถึง แรงกระตุ้นหรือสิ่งเร้าที่ทำให้บุคลากรทางการ
ศึกษา หรือลูกค้าเป้าหมาย รับทราบแล้วรู้สึกพอใจในการที่จะใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว
กิจกรรมฯ หมายถึง การกระทำใด ๆ ก็ตาม ที่อาจมีการทำสิ่งนั้น ๆ ด้วยบุคคลเดียว หรือเป็นกลุ่ม
หมู่คณะ แต่ในแผนธุรกิจฉบับนี้จะหมายถึง กิจกรรมกลุ่ม การประชุม อบรม คูงาน สัมมนา
ท่องเที่ยว เป็นต้น

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 2

บริการ

รายละเอียดการบริการ

ธุรกิจหลัก

บริการรับจัดทัวร์หมู่คณะ บริการจัดสัมมนาดูงาน และทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สำหรับบุคคลากรทางการศึกษา กลุ่มคณะบุคคลากรโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออก และบริการนำเที่ยวสำหรับบุคคลทั่วไป ประเภทธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestics Travel) แบบครบวงจร

ธุรกิจรอง

1. บริการรับจองห้องพัก ตัวเครื่องบิน ทำวีซ่า และบริหารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

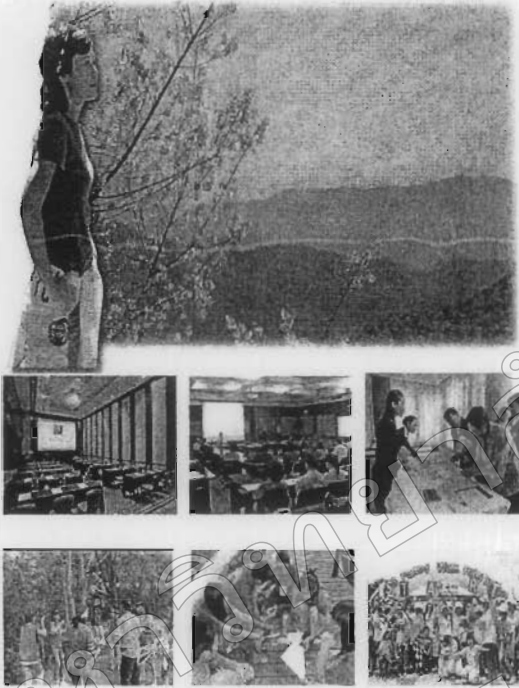


บริการรับจัดทัวร์หมู่คณะ จัดสัมมนา ดูงาน และทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) มุ่งเน้น การให้บริการให้กับกลุ่มลูกค้าประเภทหมู่คณะ สำหรับการสัมมนา ดูงาน และทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกสถานที่ ภายในประเทศ โดย มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าคณะบุคคลในโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออก อันได้แก่นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด นิคมอมตะนคร นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง นิคมอุตสาหกรรมเหมราช ซึ่งเป้าหมายหลักจะอยู่ที่ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง โดยให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่ ช่วยเดินเรื่องและข้อมูลสนับสนุนการไปจัดสัมมนา ดูงาน หรือ ไปทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนอกสถานที่ และดูแลตลอดกิจกรรมอย่างครบวงจรในรูปแบบพิเศษ ตามความต้องการจริงของลูกค้าแต่ละกลุ่ม พร้อมทั้งให้คำแนะนำปรึกษา ฟรี อย่างเป็นทางการ

2. บริการ รับจองที่พัก ตัวเครื่องบิน รับทำวีซ่า และบริการอื่น ๆ

เอ็มพลัส ทราเวล ของเรามีหน้าเวปไซต์ สำหรับเปิดรับจองที่พักราคาพิเศษทั่วไทย บริการรับจอง ตัวเครื่องบิน และบริการรับทำวีซ่า ทั่วโลก งานบริการเฉพาะกิจ รวมถึงงานบริการอื่น ๆ บริการสายด่วนสำหรับให้คำปรึกษา ในทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเทศไทย ฟรี โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ด้วยบริการที่ใส่ใจในทุกรายละเอียดของคุณลูกค้า

ตัวอย่างสินค้า โปรแกรมทัวร์ และบริการที่ทางเอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) จัดให้บริการ

ตารางที่ 2-1 รายการบริการของเอ็มพลัส ทราเวล

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

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

สถานการณ์ภาพรวมการท่องเที่ยว

ในช่วงปี 2553 ตัวเลขและรายได้จากการท่องเที่ยวไทย จะดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่อีกมาก จากการได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาล จำนวนนักท่องเที่ยวรายสัญชาติเดินทางเข้าประเทศไทย ในช่วงครึ่งปีแรก ของปี 2553 มีจำนวน 7.5 ล้านคน อัตราขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.7 ซึ่งเป็น การเติบโตในทุกภูมิภาคสะสมจากการได้รับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นสูงมาก ในช่วงไตรมาสแรก สำหรับในไตรมาส 2 อยู่ในภาวะลดลงจากปี 2552 เพียงร้อยละ 3.6 แต่ที่ จังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้า ณ ท่าอากาศยานภูเก็ต คงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึง ร้อยละ 40 ทั้งนี้ คาดว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวในปี 2553 จะอยู่ในภาวะที่ดีกว่าปี 2552 มีโอกาส ขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ได้มากกว่า 14.5 ล้านคน ส่วนสถานการณ์ท่องเที่ยว ภายในประเทศปี 2553 แม้จะเกิดวิกฤตการณ์ภายในประเทศ แต่มิได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อ อารมณ์การท่องเที่ยวของคนไทยในภาพรวมมากนัก เพราะคนไทยยังยึดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ สำคัญในการเติมความสุขให้กับตนเอง และเป็นทางออกหลักของการผ่อนคลายความเครียด ทั้งนี้ คาดว่าในปี 2553 จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยจำนวนประมาณ 88 ล้านครั้ง และก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท

แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2554 ในปี 2554 จะมีปัญหาอัตราเงินเฟ้อ คาดว่าปัจจัย หนุนที่เกิดขึ้นจะมีกำลังมากกว่าปัจจัยฉุด โดยคาดว่าตลาดในประเทศคนไทยจะมีการเดินทาง ท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวน 91 ล้านครั้ง มีรายได้ประมาณ 432,000 ล้านบาท ในอัตราการเพิ่ม ร้อยละ 4.6 ซึ่ง ได้พยากรณ์แนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในปี 2554 มีโอกาสเติบโตได้สูง ถึงร้อยละ 6 ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่มีผลกระทบทางการเมืองอีก โดยอาศัยความเป็นมิตร ความ หลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และความคุ้มค่าเงิน ยังคงเป็นจุดแข็งของประเทศไทยใน การแข่งขัน โดยคาดว่า จำนวนนักท่องเที่ยว น่าจะขยายตัวได้ ในอัตราร้อยละ 6 สำหรับด้านตลาด ต่างประเทศ น่าจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 ประมาณการจำนวนรายได้ 600,000 ล้าน บาท และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว 15.5 ล้านคน สำหรับตลาดในประเทศ

กลุ่มลูกค้าและพฤติกรรมของลูกค้า แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าระดับ A คือ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้สูง มีฐานะทางการเงินดี มีอำนาจการซื้อสูง ชอบบริการบริการที่ดี มีระดับ ราคาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการพิจารณา กลุ่มลูกค้าระดับ A ได้แก่ ผู้บริหารเจ้าของกิจการ เป็นต้น กลุ่มลูกค้าระดับนี้จะเป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ ที่มีชื่อเสียงด้านการบริการที่ดี

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

3. กลุ่มลูกค้าระดับ C คือ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่ำ ฐานะทางการเงินไม่ค่อยดีนัก และจะใช้ราคาในการตัดสินใจโดยไม่ค่อยคำนึงถึงเรื่องบริการ กลุ่มลูกค้าระดับ C ได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา แม่บ้าน พนักงานโรงงาน เป็นต้น ดังนั้น การจัดส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็น การลดราคาหรือการจัด โปร โมชั่นพิเศษจึงดึงดูดคนกลุ่มนี้ได้ไม่น้อย กลุ่มลูกค้าระดับ C มักใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวขนาดเล็กสำหรับพฤติกรรมของลูกค้า สามารถแบ่งตามประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ ดังนี้

3.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะใช้เวลาในช่วงวันหยุดที่ติดต่อกันหลายวันเดินทางท่องเที่ยวไปต่างจังหวัด โดยส่วนใหญ่จะเดินทางไปเที่ยวกันเอง เพราะค่าใช้จ่ายถูกกว่าซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์ และมีความเป็นอิสระในการแวะเที่ยวแต่ละแห่งได้ตามต้องการ ค่าใช้จ่ายของการเดินทางท่องเที่ยวลักษณะนี้จะอยู่ในระดับเฉลี่ยคนละ 500 – 1,500 บาท

3.2 ส่วนผู้ที่เดินทางไปเที่ยวโดยซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์มักต้องการไปร่วมงานประเพณีต่าง ๆ หรือเดินทางไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลยอดนิยมทั้งหลาย เพราะผู้เดินทางมักประสบปัญหาด้านการจองตั๋วและห้องพัก ดังนั้น การเดินทางไปกับบริษัททัวร์ จะสะดวกทั้งในเรื่องของการเดินทางและที่พัก ค่าใช้จ่ายของการเดินทางท่องเที่ยวลักษณะนี้อยู่ในระดับเฉลี่ยคนละ 3,000 – 5,000 บาท

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ชี้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทยในช่วงเทศกาลต่าง ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดทางภาคเหนือตอนบน และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน เพชรบูรณ์ เลย และนครราชสีมา นอกจากนี้ยังรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล อาทิ พัทยา ระยอง ตราด ชะอำ หัวหิน ภูเก็ต กระบี่

พังงาและสมุย ส่วนแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้แบบไม่ค้างคืน จังหวัดในภาคกลางที่ได้รับความนิยมได้แก่ กาญจนบุรี นครปฐม พระนครศรีอยุธยา สระบุรี และลพบุรี เป็นต้น

นอกจากการท่องเที่ยวแบบทั่วไปแล้ว การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมากในปัจจุบัน คือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ ทรัพยากรทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อม ปัจจุบัน ผู้คนส่วนใหญ่หันมาท่องเที่ยวประเภทนี้กันมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส หรือมีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง

แนวโน้มตลาด

แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี 2553 คาดว่ายังขยายตัวได้ประมาณ 10% แม้จะมีปัญหาทางการเมืองเกิดขึ้นก็ตาม แต่ภาคเอกชนก็ยังมีความมั่นใจในทิศทางตลาดโดยรวมเมื่อเทียบกับปี 2552 ที่ผ่านมา จากการประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ครั้งที่ 2/2553 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พร้อมทั้งสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว ผู้แทนจากกระทรวง กรมต่าง ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน อาทิ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 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 มี

โอกาสขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ได้มากกว่า 14.5 ล้านคน หากไม่มีเหตุการณ์วิกฤตเกิดขึ้นซ้ำในช่วงปลายปีนี้

ซึ่งสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทย ภายในประเทศปี 2553 แม้จะเกิดวิกฤตการณ์การเมืองภายในประเทศ แต่มิได้ส่งผลกระทบต่ออารมณ์การท่องเที่ยวของคนไทยในภาพรวมมากนัก เพราะคนไทย ยังยึดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการเติมความสุขให้กับตนเอง และเป็นทางออกหลักของการผ่อนคลายความเครียด ทั้งนี้คาดว่าในปี 2553 จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย จำนวนประมาณ 88 ล้านคนครั้ง และก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมายประมาณร้อยละ 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 ได้พยากรณ์แนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในปี 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 และให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างจริงจังและจริงจัง ในส่วนของการท่องเที่ยวไทย ที่ให้

ผลตอบแทนการลงทุนที่คุ้มค่ากว่าทุกธุรกิจและทุกอุตสาหกรรมของชาติ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเป็นวาระของชาติ ที่รัฐบาลต้องให้ความสำคัญในอันดับแรก

สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบัน การแข่งขันในธุรกิจนำเที่ยวทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงและครองตลาดมาช้านานจะเป็นผู้ได้เปรียบ ส่วนผู้ประกอบการรายใหม่ต้องใช้ความพยายามในหลาย ๆ ด้าน เพื่อดึงลูกค้าจากคู่แข่งซึ่งมีอยู่มาก

ปัญหาหลักที่ผู้ประกอบการประสบ คือ ปัญหาด้านการตัดราคา การตัดราคาจะมีทั้งจากตัวแทนบริษัทที่ให้บริการด้านที่พัก ตัวเครื่องบิน หรือร้านอาหาร และการตัดราคากระหว่างบริษัทนำเที่ยวด้วยกัน สำหรับในกรณีแรก ตัวแทนบริษัทต่าง ๆ แข่งกันตัดราคา กรณีนี้จัดเป็นผลดีต่อกิจการ เพราะทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนที่ต่ำลง แต่ถ้ามองในกรณีหลังคือ 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) ซึ่ง เอ็มพลัส ทราเวล ได้ดำเนินการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวประเภท ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic) ทั้งนี้ธุรกิจนำเที่ยวต่าง ๆ ปัจจุบันยังมีการเอื้อประโยชน์และช่วยเหลือซึ่งกันและกันอีกด้วย นอกเหนือจากการที่เป็นคู่แข่งอีกด้วย เช่น บริษัทเวชสวรรค์ธุรกิจและการท่องเที่ยว จำกัด (จังหวัดชลบุรี) บริษัทซียูเอสโอเคย์ จำกัด (กรุงเทพฯ) บริษัทกรุงเทพฯทัวร์ จำกัด (กรุงเทพฯ - ฉะเชิงเทรา) บริษัทแฮปปี้ทริป จำกัด (กรุงเทพฯ) บริษัทอีซี่ทริป จำกัด (กรุงเทพฯ) ซึ่งการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้เอ็มพลัส ทราเวลมีโอกาสนในการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งในอนาคต การวิเคราะห์คู่แข่ง

ตารางที่ 3-1 การเปรียบเทียบคู่แข่ง

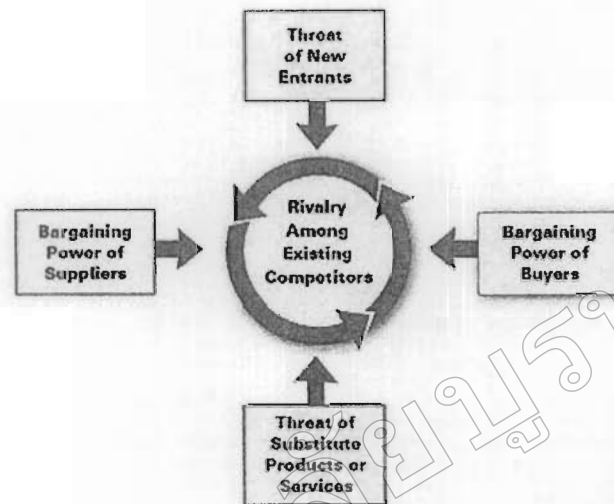
คู่แข่งทางตรง	ข้อดี	ข้อเสีย
1.บริษัทนำเที่ยว ภายในประเทศ ที่ตั้งในเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยองที่เปิดกิจการมาก่อน	1. เป็นที่รู้จักมาก่อน 2.สามารถต่อรองราคาได้ 3.มีความไว้วางใจกันระหว่างผู้ขาย และผู้ซื้อบริการ	1. ไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ เจาะจงแน่ชัด 2. มีช่องทางการขายน้อย กว่า 3. ไม่มีบริการหลังการขาย
2.บริษัทนำเที่ยวต่างจังหวัดใน เขตภาคตะวันออก	1. ใกล้กับลูกค้าในพื้นที่นั้น ๆ 2. สามารถตอบสนองข้อสงสัย และคำถามของลูกค้าได้ทันที	1. ไม่ได้ตั้งอยู่ในเขตแหล่ง ท่องเที่ยวที่สำคัญ 2. มีช่องทางการขายน้อย กว่า 3. ไม่มีบริการหลังการขาย
1.ตัวแทนรับจองที่พักต่าง ๆ	1. มีความน่าเชื่อถือสูง 2. มีข้อมูลที่ทันสมัยอยู่เสมอ 3. ให้บริการลูกค้าได้ไม่จำกัด	1. ให้บริการเฉพาะที่พัก 2. ไม่มีบริการหลังการขาย
2.การจัดนำเที่ยวของทาง โรงแรมและรีสอร์ท	1. ราคาถูกกว่าตัวแทนจำหน่าย 2. มีความน่าเชื่อถือสูง 3. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับแหล่ง ท่องเที่ยวในพื้นที่	1. สามารถบริการได้เมื่อ ลูกค้าน้อยราย 2. ไม่มีบริการหลังการขาย

หมายเหตุ : ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว จำแนกตามใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว และรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว อ้างอิงตาม เอกสารภาคผนวก

สภาพการแข่งขัน Five Force Model

บริษัทจะใช้ Five Force Model ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีต่อบริษัท โดยแยกการวิเคราะห์โดยใช้องค์ประกอบ 5 หลัก ดังนี้

The Five Forces That Shape Industry Competition



ภาพที่ 3-1 แสดงภาพประกอบการวิเคราะห์ Five Force

1. อุปสรรคด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม

คู่แข่งด้านธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่ ตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ และเมืองท่องเที่ยวเช่น พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นหลัก ซึ่งในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดใกล้เคียงยังมีจำนวนน้อย ปัจจุบันภาครัฐมีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวในเมืองไทยอย่างจริงจัง ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายที่เน้นการนำเที่ยวต่างประเทศ หันมาจัดโปรโมชัน ท่องเที่ยวภายในประเทศ

ผู้ประกอบการหลายรายที่มีประสบการณ์ด้านการนำเที่ยวและจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวมายาวนาน มีฐานลูกค้าเก่า และมีความน่าเชื่อถือกว่าผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ

2. อุปสรรคทางด้านคู่แข่งใหม่ที่จะเข้ามา

เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยว เป็นธุรกิจที่มีต้นทุนต่ำ สามารถทำควบคู่กับงานประจำได้ ขั้นตอนการขออนุญาตไม่ยุ่งยาก ทำให้ปัจจุบันมีผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยวรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก เทคโนโลยีที่พัฒนา เช่น อินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ สามารถประกอบกิจการ เพิ่มช่องทางด้านการตลาดผ่านเว็บไซต์ โทรศัพท์ สามารถประกอบกิจการได้ง่ายขึ้น และมีผู้ประกอบการบางราย ดำเนินการในลักษณะพานิชอิเล็กทรอนิกส์

เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้อุปกรณ์จำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเริ่มกิจการได้ด้วยตนเอง

3. อุปสรรคจากการมีผลิตภัณฑ์อื่นทดแทน

ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีด้านข้อมูล และการคมนาคมภายในประเทศที่สะดวกสบาย ทำให้ลูกค้าหลายกลุ่ม นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกันเอง โดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ปัจจุบันบรรดาโรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่ ในประเทศไทย นิยมจัด Package และรูปแบบกิจกรรมที่ครบวงจร สำหรับการเข้าพักและทำกิจกรรม ที่ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อ Package และเดินทางไปเข้าพักและทำกิจกรรมได้ด้วยตนเอง

4. อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อที่มีมากขึ้น

เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจนำเที่ยวมีจำนวนมาก ทำให้ลูกค้าสามารถ เปรียบเทียบ ราคา Package และ โปรโมชัน รวมถึง โปร โมชันพิเศษจาก ท.ท.ท. รวมถึงข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ง่าย และมีจำนวนมาก ทำให้ลูกค้ามีอำนาจในการพิจารณาเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวรายใหม่ ๆ

แต่ทั้งนี้ความไว้วางใจ และฐานลูกค้าเก่าก็ยังเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาอยู่เช่นกัน เพราะราคาและกิจกรรมในการจัดแต่ละที่ย่อมคล้าย ๆ กัน ที่ความประทับใจในบริการ และความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะกับลูกค้าที่เป็นกลุ่มคณะ ครู และ หน่วยงานอุตสาหกรรม

5. อุปสรรคด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัย

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

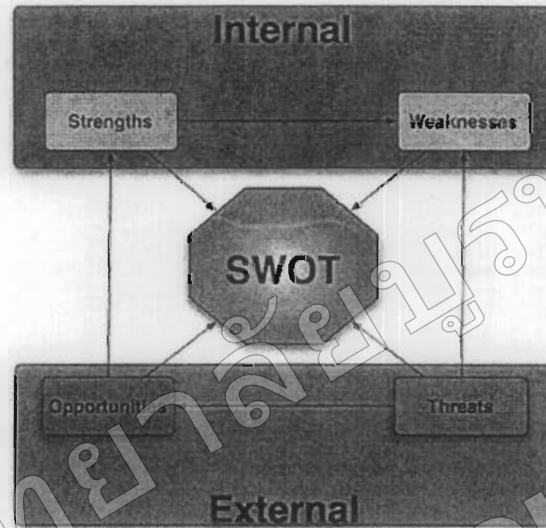
สำหรับรถโดยสาร มีมาตรฐานด้านราคาและการบริการที่ใกล้เคียงกัน และมีความเป็นสาธารณะ ตัวแทนนำเที่ยวสามารถติดต่อและเลือกใช้บริการได้หลากหลาย

สำหรับการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็มีความเสรีในการติดต่อ และมีมาตรฐานด้านราคาและการบริการที่เท่าเทียมกัน

สรุป

จากการวิเคราะห์อุปสรรคต่าง ๆ พบกว่า อุปสรรคในการประกอบธุรกิจตัวแทนนำเที่ยว รายใหม่อย่างเอ็มพลัส ทราเวล (MPlus Travel) นั้น จะเป็นเรื่องของฐานลูกค้าเก่าที่ยังไม่มี และความน่าเชื่อถือสำหรับกลุ่มคณะบุคคลากรทางการศึกษา และ หน่วยงานอุตสาหกรรม และปัญญาด้านคู่แข่งกันที่มีจำนวนมาก ส่วนเรื่องของอำนาจการต่อรองของลูกค้าไม่เป็นอุปสรรคเนื่องจาก ธุรกิจนำเที่ยวนั้น จะมีรูปแบบการจัดนำเที่ยวที่คล้าย ๆ กัน มีมาตรฐานด้านที่พัก รถ และอาหาร

รวมถึงการบริการที่ไม่แตกต่าง ราคาบริการที่ใกล้เคียงกัน สำหรับด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายไม่เป็นอุปสรรค เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อกัน และความเป็นสาธารณะด้านการบริการ การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis



ภาพที่ 3.2 แสดงการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

จุดแข็ง (Strength)

1. มีบริการหลากหลายและทันสมัย ความแปลกใหม่ของโปรแกรมในการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ที่สามารถดูแลได้ทั่วถึงมีช่องทางการขายหลากหลาย เช่น การขายผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ 24 ชั่วโมง มีทีมขายเพื่อเข้าไปติดต่อลูกค้าโดยตรง เพื่อจะได้เข้าถึงและคลอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

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

3. มีบุคลากรทีมงานที่มีทั้งคุณวุฒิและวัยวุฒิ มีประสบการณ์ในสายงานบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม ทราบพฤติกรรมการจัดกิจกรรม ประชุม สัมมนา แบบหมู่คณะของกลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม เป็นอย่างดี และมีทีมที่ปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถในด้าน

การบริหารจัดการ การตลาด การเงิน และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ ใน การบริหารจัดการ ได้ตามสถานการณ์แวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง

4. มีเครือข่ายและความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัด ะยอง กิจการตั้งอยู่ในพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีคู่แข่งในพื้นที่จำนวนน้อย

5. มีการจ้างพนักงานขายแบบอิสระ โดยใช้บุคลากรที่ใกล้ชิด ได้แก่กรรมการบริษัท และพี่ น้อง เพื่อนฝูง ที่สนิทและไว้ใจได้ ทำให้ไม่ต้องแบกรับภาระเงินเดือนจำนวนมาก

6. มีตัวแทนในการขาย และตัวแทนขายอิสระกระจายอยู่ภายในกลุ่มของลูกค้า

7. มีการฝึกอบรมพนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน และปลูกฝังให้มีความรักในอาชีพ บริการอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อน (Weakness)

1. เป็นบริษัทใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก ไม่มีฐานลูกค้าเดิม

2. กิจการดำเนินการนำเที่ยว จำกัดเฉพาะภายในประเทศเท่านั้น

3. บุคลากรไม่ได้จบการศึกษา หรือมีประสบการณ์ด้านการจัดกิจกรรมนำเที่ยวมา

โดยตรง

4. ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและบริการอื่น ๆ ยังไม่แน่ชัด

5. มีบุคลากรในการดำเนินงานมีน้อย อาจรองรับไม่พอในช่วงเวลาเทศกาลที่มีกลุ่มลูกค้า

ต้องการใช้บริการจำนวนมาก

6. การติดต่อร่วมงานกับหน่วยงานกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งบางโรงงานอาจมี เงื่อนไข และขั้นตอนการติดต่อประสานงานที่ซับซ้อนหลายขั้นตอน และอาจเข้าไม่ถึง

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

โอกาส (Opportunities)

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

2. แนวโน้มของการท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ที่มีทำที่ว่าจะ มีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าชาวไทย ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หันมาเลือกใช้ บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นเช่นกัน

3. ภาครัฐและภาคเอกชนมีการตื่นตัวและหันมาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ มากขึ้น

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

5. มีตัวแทนคารา ที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในเมืองไทย อย่างเช่นคุณตึก เจษฎาภรณ์ ผลดี ที่เป็นแรงจูงใจให้คนไทยหันมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น

6. มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลาและเป็นที่ดึงดูดใจของลูกค้านัก

7. การเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีให้มากมาย

8. คนไทยมีพฤติกรรมที่ชอบการท่องเที่ยวสังสรรค์ ทำกิจกรรมเป็นหมู่คณะ

9. ปัจจุบันกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม มีนโยบายด้านการทำกิจกรรมเพื่อสังคม การอบรมพัฒนาบุคลากร การสัมมนาจัดงานนอกสถานที่ มีงบประมาณและเงินทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เกือบทุกหน่วยงาน

10. กลุ่มบริษัทและโรงงานมีการจัดอบรม สัมมนา และท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี และปีละหลาย ๆ ครั้ง ทั้งนี้ยังมีการจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์กลุ่มย่อยของแต่ละส่วนงานอีกด้วย

ปัจจุบันหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะโรงงานอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญกับการคืนกำไรสู่สังคม

11. การทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากขึ้น

12. มีนโยบายที่สามารถนำไปเสริมจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ มาใช้ในการลดหย่อนภาษีได้

อุปสรรค (Threats)

1. คู่แข่งและสินค้าทดแทนมาก รวมทั้งมีการแข่งขันสูง จากทั้งรายใหญ่และรายย่อย

2. ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาทำธุรกิจประเภทนี้ได้ไม่ยาก เพราะเริ่มต้นได้ที่ต้นทุนไม่สูง

3. มีการให้บริการกิจกรรมท่องเที่ยวแบบครบวงจรเองของผู้ให้บริการสถานที่พักเอง เช่น โรงแรม รีสอร์ท

4. บางโรงงานอุตสาหกรรม มีการทำสัญญาผูกขาดกับบางตัวแทนนำเที่ยว และเปิดรับตัวแทนนำเที่ยวใหม่น้อยลง เพื่อให้บริการในการจัดกิจกรรมฯ ต่าง ๆ

บทที่ 4

แผนการบริหารจัดการ

ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel)
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	114/1 หมู่ที่ 9 ตำบลหมอนทอง อำเภอบางน้ำเปรี้ยว
จังหวัดฉะเชิงเทรา	
ทุนจดทะเบียน	500,000 บาท

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ

ดำเนินกิจการด้านงานบริการอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งในสายงานบริการแรก คืองานบริการด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ สำหรับกลุ่มคณะบุคคลากรทางการศึกษา เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ระยอง ชลบุรี จันทบุรี ตราด และปราจีนบุรี และกลุ่มคณะบุคคลากรของหน่วยงานของโรงงาน อุตสาหกรรม ภาคตะวันออกเช่น นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี รวมถึงนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ และนิคมอุตสาหกรรมเวสต์โกลด์ จังหวัดฉะเชิงเทราโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการให้บริการแก่กลุ่มเขชนรุ่นใหม่ ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทั่วประเทศรวมถึงการให้บริการด้านข้อมูลการท่องเที่ยวจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแก่นักลทั่วไ้อีกด้วย

1. รายนามคณะกรรมการบริษัท

ตารางที่ 4-1 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ -นามสกุล	ตำแหน่ง
1.	นายบุญสม มีอนันต์	ประธานกรรมการ
2.	นางสาวสุนิสา มีอนันต์	กรรมการ
3.	ว่าที่ร้อยตรี สามารถ ศรีสมัย	กรรมการ
4.	นางสาวบัณฑิตา มีอนันต์	กรรมการ
5.	นายทนต์ชัย อริยเกษมมงคล	กรรมการ

2. 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.	นางสาวสุนิสา มีอนันต์	2,500	250,000 บาท	50
2.	นายบุญสม มีอนันต์	1,000	100,000 บาท	20
3.	ว่าที่ร้อยตรี สามารถ ศรีสมัย	500	50,000 บาท	10
4.	นางสาวสุนิสา มีอนันต์	500	50,000 บาท	10
5.	นายทนต์ชัย อริยเกษมมงคล	500	50,000 บาท	10
	รวมจำนวนหุ้น	5,000	500,000 บาท	100

3. ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

1. นายบุญสม มีอนันต์ อายุ 60 ปี

จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(บางแสน)

อดีต ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดโพธิ์แสงกาญจนราษฎร์ เขต 1 จังหวัดฉะเชิงเทรา
(โรงเรียนตัวอย่างระดับประเทศ)

อดีต นายกสมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพและบุคลากรทางการศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา

อดีต ประธานสหกรณ์ครู จังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่ปรึกษา ผลงานทางวิชาการพิเศษ

อดีตประธานกิจกรรมทางการศึกษาเขต 1 จังหวัดฉะเชิงเทรา

ที่ปรึกษา และคณะกรรมการประชาภิจารย์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และ ระยอง

2. นางสาว สุนิสา มีอนันต์ อายุ 25 ปี

จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ

มหาวิทยาลัย บูรพา

ปัจจุบันศึกษาระดับปริญญาโท คณะการจัดการและการท่องเที่ยว สาขาการจัดการ
มหาบัณฑิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3. ว่าที่ร้อยตรี สามารถ ศรีสมัย อายุ 34 ปี

จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหาร จากมหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพฯ

จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ

จบการศึกษาระดับปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยพัฒนศาสตร์

อดีตผู้จัดการโรงงาน บริษัท ไซมิส จำกัด กรุงเทพฯ

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการโรงงานแปรรูปอาหาร GSB ปทุมธานี

4. นางสาวบัณฑิตา มีอนันต์ อายุ 27 ปี

จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะการจัดการ สาขาการเงิน จาก
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อระดับปริญญาโท คณะการจัดการ สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
ระหว่างประเทศ

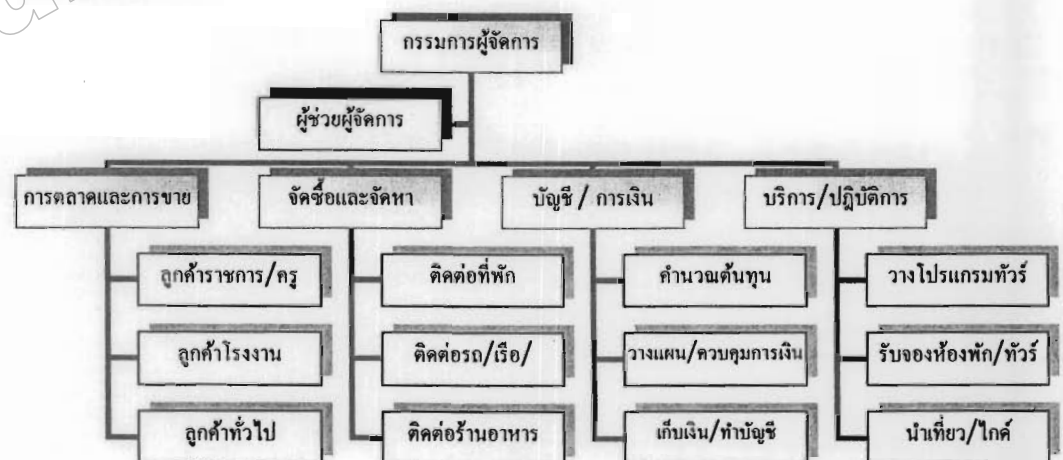
ปัจจุบันเป็นพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาบางน้ำเปรี้ยว

1. นายทนัญชัย อริยเกษมมงคล อายุ 25 ปี

จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ
มหาวิทยาลัยบูรพา

ปัจจุบันศึกษาระดับปริญญาโท คณะการจัดการและการท่องเที่ยว สาขาการจัดการ
มหาบัณฑิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4. แผนผังองค์กร



ภาพที่ 4-1 แสดงแผนผังองค์กร

5. หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1. ผู้จัดการ (Manager) : นายบุญสม มือนันต์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ดูแลบริหารงานทั่วไป ติดตามความก้าวหน้าของงานในแต่ละส่วน และมีอำนาจในการตัดสินใจสูงสุด มีอำนาจผูกพันและลงนามกับบริษัท เช่นเดียวกับนางสาวสุนิสา มือนันต์

คุณสมบัติ

เป็นผู้ที่มีทั้งคุณวุฒิ และวัยวุฒิสูงที่สุดในบริษัท มีประสบการณ์ยาวนานในด้านงานบริหาร 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 จบการศึกษาทางด้านบริหาร โดยตรง อันได้แก่การบริหารทางด้านวิศวกรรมอุตสาหกรรม ซึ่ง และการจัดการมหัศจรรย์วิชาศึกษานานกลางและขนาดย่อม เป็นผู้ทำงานเต็มเวลาให้กับบริษัท ประจำอยู่ที่สำนักงาน และสามารถปฏิบัติงานนอกสถานที่ได้ตลอดเวลา

3. ฝ่ายการตลาด (Marketing) : ว่าที่ร้อยตรี สามารถ ศรีสมัย

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ทำหน้าที่ดูแลกลุ่มลูกค้าทั้งหมดของกิจการ บริหารจัดการและดำเนินการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นผู้จัดหาฐานลูกค้าให้กับกิจการ และดูแลความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับกิจการ เป็นผู้รับข้อมูลความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาประชุมร่วมกันกับองค์กรให้สามารถจัดบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

คุณสมบัติ

เป็นผู้ที่มีความสามารถในการติดต่อประสานงานและการเจรจา มีความน่าเชื่อถือ มนุษย์สัมพันธ์ดี มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น มีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจ

293885

๑๑๘.๕๗๙/
ท.11๕๖
๑.๒

บุคคล มีทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

4. ฝ่ายจัดซื้อ/จัดหา (Purchase & Sourcing): นายทนต์ชัย อริยเกษมมงคล

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ทำหน้าที่ประสานงานไปยังสถานที่พัก / โรงแรม ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อขอราคาพิเศษสำหรับตัวแทน (Contact Price) และการติดต่อเพื่อทำการจองให้กับลูกค้า รวมถึงการติดต่อที่พัก รถ ร้านอาหาร ที่ท่องเที่ยว เพื่อรองรับการจัดโปรแกรมทัวร์ของกิจการ รวมถึงเก็บข้อมูลราคาต้นทุน เพื่อนำมาคำนวณค่าใช้จ่าย ของการจัดทัวร์และกิจกรรมการบริการ

คุณสมบัติ

เป็นผู้ที่มีความสามารถในการติดต่อประสานงาน การเจรจาต่อรอง และมีความคล่องแคล่วในการทำงาน มีการทำงานอย่างเป็นระบบ

5. ฝ่ายบัญชี / การเงิน (Accounting) : นางสาวบัณฑิตา มีอนันต์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ทำหน้าที่วางแผนทางการเงินของบริษัท ควบคุมค่าใช้จ่าย ต้นทุน ดูแลระบบบัญชี / รายรับ – รายจ่าย / ระบบการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท

คุณสมบัติ

จบสาขาการจัดการการเงิน และทำงานเกี่ยวข้องกับบัญชี เศรษฐศาสตร์ และการเงินโดยตรง เป็นผู้ที่มีความรอบคอบ ละเอียด และมีการวางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างเหมาะสม

6. ฝ่ายปฏิบัติการ (Operation & Tour Leader) : นางสาวสุนิสา มีอนันต์

หน้าที่ความรับผิดชอบ

ทำหน้าที่วางแผนจัดนำเที่ยว ควบคุมดูแลการนำเที่ยว ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า ดูแลในส่วนของกลุ่มทัวร์และไกด์ และให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดทัวร์ของบริษัท การจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น การทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมเฉพาะกิจ เก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาประชุมกับองค์กร

คุณสมบัติ

เป็นผู้ทำงานเต็มเวลาให้กับบริษัท ประจำอยู่ที่สำนักงาน และสามารถปฏิบัติงานนอกสถานที่ได้ตลอดเวลา มีความรักในอาชีพบริการ มนุษย์สัมพันธ์ดี เป็นคนร่าเริงสดใส กระตือรือร้นในการทำงาน มีทักษะในการเจรจาและแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เป็นผู้ที่สามารถปรับตัวกับสภาพแวดล้อมได้ง่าย ทั้งนี้กิจการได้ติดต่อ เพื่อจ้างไกด์ และผู้ดูแลนำเที่ยวอิสระ ที่มีความเชี่ยวชาญสำหรับการนำเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉพาะไว้จำนวน 4 ท่าน เพื่อสลับหมุนเวียนในการให้บริการรับรองลูกค้า รวมถึงการติดต่อกับพันธมิตรธุรกิจตัวแทนนำเที่ยวอื่น ๆ เพื่อร่วมจัด

กิจกรรมนำเที่ยว สัมมนาคุณภาพ แก่คณะบุคคลขนาดใหญ่ โดยจัดและดำเนินการในนามของ เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel)

6. การบริหารบุคลากร

แนวทางการบริหารบุคลากร

1. ให้ความสำคัญกับการสรรหาและการพัฒนาบุคลากร ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงานทุกระดับ และมีระบบจูงใจที่เหมาะสม
2. สร้างความภาคภูมิใจแก่พนักงานในการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร
3. มีคฤเทศก์เป็นบุคลากรที่ต้องมีความรู้ในเรื่องราว ข้อมูลต่าง ๆ ที่จะอธิบายให้แก่นักท่องเที่ยวมีทักษะการนำเสนอข้อมูลให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้าใจ
4. มีการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานส่วนหน้า ซึ่งต้องบริการลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการฝึกอบรมพนักงานในเรื่องอื่น ๆ ด้วย

เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ให้บริการ ดังนั้นพนักงานบริการซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ในการให้บริการลูกค้าจึงถือว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญดังนั้นทางบริษัทฯ จะเน้นเป็นพิเศษและพิถีพิถันในการคัดเลือกพนักงานให้บริการลูกค้า โดยจะต้องมีการทดสอบระดับความรู้ ความสามารถในการด้านมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการที่ประทับใจกับลูกค้า นอกจากนี้แล้วบริษัทฯ จะมีการตรวจสอบประวัติอาชญากรรมของพนักงานทุกคนที่เข้ามาสมัครกับทางบริษัทฯ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในด้านความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า

วิสัยทัศน์

เราต้องการเป็นผู้นำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างครบวงจร เฉพาะสำหรับกลุ่มคณะบุคคลทางการศึกษา และคณะบุคคลหน่วยงานในโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 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 และมีความจริงใจในการให้บริการเสมอ

เป้าหมายธุรกิจ

1. สร้างชื่อเสียงของกิจการให้เป็นที่รู้จักและจดจำสำหรับลูกค้าภายใต้ชื่อเอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) ผ่านเว็บไซต์ www.mplustravel.com บนโลกอินเทอร์เน็ตภายในสิ้นปี 2553 มีกลุ่มลูกค้าประจำ ในการใช้บริการ คิดเป็น 35% ของมูลค่าทั้งหมด

2. ให้บริการด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพภายในระยะเวลาที่กำหนด อัตราผลตอบแทนกำไรจากการดำเนินกิจการ 30%

3. สร้างยอดขายจากช่องทางออนไลน์ 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 รวมถึงมีการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต ให้บริการเลือกซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง

5. ผู้ประกอบการควรมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงฤดูกาลท่องเที่ยว สภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งข้อมูลความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เพื่อช่วยสร้างสีสันและความสนุกสนานในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

6. การให้บริการลูกค้าตลอดเวลา เมื่อลูกค้าเกิดปัญหาต่าง ๆ องค์กรก็สามารถแก้ไขให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงปรับปรุงในสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้แก้ไข

7. มีความซื่อสัตย์ และจริงใจในการให้บริการ

ทั้งนี้กิจการให้ความสำคัญด้านทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างสูง มุ่งมั่นที่จะสร้างทัศนคติที่ดีในอาชีพบริการ ให้พนักงานทุกคนปฏิบัติกับลูกค้าทุกราย เสมือนกับการปฏิบัติที่ดีต่อครอบครัว และเพื่อนฝูง นอกจากนี้ กิจการยังมุ่งเน้นการทำงานที่คล่องตัวของพนักงานทุกคน โดยสามารถทำงานออนไลน์ได้ในทุกที่และทุกเวลา ในการเข้าระบบการทำงานออนไลน์ในเว็บไซต์ขององค์กร

บทที่ 5

แผนการดำเนินงาน

ทางกิจการได้มีการวางแผนการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุด ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการ และรูปแบบการให้บริการดังต่อไปนี้

1. การวางแผนโปรแกรมท่องเที่ยว

ในกรณีที่เป็นการจัดนำเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ บริษัทจะต้องทำการวางแผน โปรแกรมท่องเที่ยวดังนี้

1.1 วางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยเรียกประชุมและปรึกษาหารือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การประชุมอาจเริ่มจากการกำหนดลักษณะการนำเที่ยวว่าจะจัดแบบใดในเบื้องต้น กำหนดจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางไป โดยศึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว

1.2 หลังจากที่ทำวางแผน โปรแกรมเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วางแผนต้องจัดเจ้าหน้าที่ฝ่ายที่รับผิดชอบทางด้านสถานที่พักหรือฝ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีบุคลากร เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และร้านอาหารต่าง ๆ

หรือร่วมกันอีกครั้งในเรื่องของการจัดหาแหล่งที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว เพื่อจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวขึ้นมา

2. การติดต่อ / ประสานงานกับสถานที่ต่าง ๆ

หลังจากที่ทำวางแผน โปรแกรมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฝ่ายทัวร์ในประเทศหรือกรุ๊ปทัวร์จะจัดทำหนังสือเสนอต่อโรงแรมและร้านอาหาร เพื่อขอทำสัญญา (Contract) ในการส่งลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ณ โรงแรมและร้านอาหารนั้น ๆ โดยทางโรงแรมจะมอบส่วนลดให้กับบริษัทนำเที่ยวเพื่อเป็นค่าตอบแทนที่ส่งผู้ให้บริการให้ ส่วนเงื่อนไขและระยะเวลาในการทำสัญญาขึ้นอยู่กับโรงแรม แต่ละแห่งจะเป็นผู้กำหนด

โดยปกติแล้ว สถานที่พักต่าง ๆ จะให้ส่วนลดกับบริษัทนำเที่ยวที่ทำสัญญาไว้ประมาณ 20 – 40 % โดยเฉลี่ย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อตกลงกับทางโรงแรมและจำนวนนักท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวส่งไปให้ คือ ถ้านักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ทางบริษัทนำเที่ยวก็จะได้รับส่วนลดมาก ส่วนร้านอาหารที่จะพาลูกค้าไปรับประทานอาหารนั้น ทางบริษัทนำเที่ยวจะต้องจองไว้ก่อนล่วงหน้า โดยทั่วไป ร้านอาหารจะให้ส่วนลดกับบริษัทนำเที่ยวไม่เกิน 20 % ของราคาอาหารในมือนั้น ๆ

เมื่อทำสัญญาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฝ่ายทัวร์ในประเทศหรือกรุ๊ปทัวร์จะต้องดู

ความเรียบร้อยของโปรแกรมทัวร์อีกครั้ง โดยการคำนวณต้นทุนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าสถานที่พัก ค่าอาหาร ค่ามัคคุเทศก์ เพื่อนำมาเป็นตัวกำหนดราคาทัวร์ในแต่ละโปรแกรม หลังจากนั้นผู้ประกอบการจึงนำโปรแกรมที่เสร็จสมบูรณ์แล้วพิมพ์ออกมาในรูปของแผ่นพับ เพื่อแจกให้กับลูกค้า

3. ขั้นตอนการจำหน่ายโปรแกรมทัวร์ /กรุ๊ปทัวร์

การจำหน่ายโปรแกรมทัวร์ให้ลูกค้า ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 พนักงานฝ่ายจำหน่ายโปรแกรมทัวร์สอบถามถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ลูกค้าต้องการเดินทางโดยส่วนมาก บริษัทนำเที่ยวจะทำเป็นแคตตาล็อก เพื่อให้ลูกค้าเลือกสถานที่พัก โรงแรม ต่าง ๆ

3.2 พนักงานฝ่ายจำหน่ายโปรแกรมทัวร์เสนอสถานที่พัก / โรงแรมที่บริษัทได้ทำการติดต่อ (Contract) ไว้ โดยบริษัทจะมีที่พัก/โรงแรม พร้อมราคาค่าที่พักให้ลูกค้าเลือกหลายแห่ง เมื่อลูกค้าเลือกสถานที่พักแล้ว ทางฝ่ายจำหน่ายโปรแกรมทัวร์จะโทรศัพท์สอบถามไปยังเจ้าหน้าที่ของโรงแรมเพื่อตรวจสอบห้องพัก หลังจากทางโรงแรมตรวจสอบแล้วว่ามีห้องว่าง พนักงานฝ่ายจำหน่ายโปรแกรมทัวร์จะตกลงกับลูกค้าในเรื่องการจ่ายค่ามัดจำ

3.3 ลูกค้าจ่ายค่ามัดจำและทางฝ่ายจำหน่ายโปรแกรมทัวร์ออกใบเสร็จรับเงิน (Voucher) พร้อมใบยืนยันการจองให้กับลูกค้า ฝ่ายจำหน่ายโปรแกรมทัวร์ประสานงานไปยังสถานที่พัก เพื่อยืนยันวันและเวลาที่ลูกค้าจองห้องพัก

ส่วนการจำหน่ายแบบกรุ๊ปทัวร์ จะมีขั้นตอนดังนี้

1. พนักงานฝ่ายจำหน่ายกรุ๊ปทัวร์สอบถามถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ลูกค้าต้องการเดินทาง โดยบริษัทนำเที่ยวจะนำโปรแกรมท่องเที่ยวที่บริษัทจัดทำขึ้นเสนอให้กับลูกค้า

2. พนักงานฝ่ายจำหน่ายกรุ๊ปทัวร์เสนอสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อลูกค้าสนใจ จึงให้ลูกค้าทำการสำรองที่นั่งไว้ โดยจ่ายเงินค่ามัดจำ (ทางบริษัทจะออกทัวร์ได้ก็ต่อเมื่อจำนวนลูกค้าครบตามที่ต้องการ) การเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ ลูกค้าจะไม่สามารถเลือกสถานที่พักร้านอาหาร ทางบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้กำหนดสิ่งเหล่านี้ให้

3. เมื่อจำนวนลูกค้าครบตามที่บริษัทต้องการ ทางฝ่ายจำหน่ายกรุ๊ปทัวร์จะโทรศัพท์สอบถามไปยังที่พัก/โรงแรมที่ได้ติดต่อ เพื่อจองที่พัก / โรงแรม และร้านอาหาร ฝ่ายจำหน่ายกรุ๊ปทัวร์ติดต่อไปยังลูกค้าอีกครั้ง เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบว่า จำนวนกรุ๊ปทัวร์ที่ลูกค้าสำรองที่นั่งไว้ครบแล้ว และให้ลูกค้านำเงินส่วนที่เหลือมาชำระ (ถ้ากรุ๊ปทัวร์มีจำนวนลูกค้าไม่ถึงตามที่กำหนด ทางพนักงานควรแจ้งให้ลูกค้าเปลี่ยนกรุ๊ปทัวร์ใหม่ทันที)

4. หลังจากที่ถูกค่านำเงินมัดจำมาจ่ายแล้ว ทางฝ่ายจำหน่ายกรู๊ปทัวร์ออกใบเสร็จรับเงิน (Voucher) และใบยืนยันการจองให้กับลูกค้า พร้อมส่งหมายกำหนดการต่าง ๆ ให้กับลูกค้า ฝ่ายจำหน่ายกรู๊ปทัวร์ประสานงาน ไปยังสถานที่พัก เพื่อยืนยันวันและเวลาที่ลูกค้าจองห้องพัก เมื่อลูกค้าเดินทางไปถึงจุดที่นัดหมายไว้ ลูกค้ายื่นใบเสร็จรับเงินพร้อมใบยืนยันการจองให้กับ มัคคุเทศก์หรือผู้ช่วยมัคคุเทศก์ และเมื่อลูกค้าทัวร์มาครบแล้วจึงออกเดินทาง

การมัดจำเงิน

ทางลูกค้าจะต้องชำระค่ามัดจำก่อน 50 % หลังจากที่ว่ามัดจำเสร็จเรียบร้อย ทางบริษัท จะออกใบเสร็จรับเงิน โดยในใบเสร็จรับเงินจะกำหนดระยะเวลาการจ่ายเงินส่วนที่เหลือว่า ลูกค้า ต้องจ่ายเงินไม่เกินกี่วันก่อนการเดินทาง หรือแล้วแต่ข้อกำหนดของบริษัท วิธีชำระเงิน สามารถ ชำระได้ 3 ทาง คือ

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

เมื่อลูกค้าขอยกเลิกทัวร์ เนื่องจากเหตุสุดวิสัยใด ๆ ก็ตาม ลูกค้าจะต้องแจ้งให้ทาง บริษัททราบ ทางบริษัทจะมีเงื่อนไขในการยกเลิกทัวร์ดังนี้

1. ยกเลิกทัวร์อย่างน้อย 16 วันก่อนการเดินทาง ทางบริษัทจะคืนเงินให้เต็มจำนวนตามมูลค่าของแต่ละรายการ
2. ยกเลิกทัวร์ภายใน 15 – 8 วันก่อนการเดินทาง ทางบริษัทจะริบเฉพาะเงินมัดจำเท่านั้น ยกเลิกทัวร์ภายใน 7 – 2 วันก่อนออกเดินทาง ทางบริษัทจะหักเงิน 50% จากราคาเต็มของรายการทัวร์แต่ละรายการ
3. ยกเลิกทัวร์ 1 วันก่อนการเดินทาง หรือในวันเดินทาง ทางบริษัทจะไม่คืนเงินค่าทัวร์ทั้งหมด

กรณีไม่ชำระเงินตามกำหนดนัดหมาย

เมื่อลูกค้าไม่สามารถชำระเงินตามที่กำหนดไว้ บริษัทมีสิทธิที่จะยกเลิกการจองและริบเงินมัดจำคืนได้ในทุกกรณี

กรณีเลื่อนการเดินทางและเปลี่ยนรายการท่องเที่ยว

ในกรณีที่ลูกค้าขอเลื่อนการเดินทาง หรือต้องการเปลี่ยนแปลงรายการท่องเที่ยว ลูกค้า จะต้องแจ้งความจำนงขอยกเลิกรายการจองให้บริษัททราบก่อนการเดินทางอย่างน้อย 7 วันพร้อมทั้งนำหลักฐานการวางเงินมัดจำหรือใบเสร็จรับเงินมาแสดงต่อพนักงาน จึงจะถือว่าสมบูรณ์

การเตรียมตัวก่อนออกเดินทาง

เมื่อลูกค้าชำระเงินเป็นที่เรียบร้อยแล้ว พนักงานฝ่ายทัวร์ในประเทศและกรุ๊ปทัวร์จะติดต่อไปยังสถานที่พักและร้านอาหารอีกครั้ง เพื่อยืนยันการจอง และจัดเตรียมของขวัญหรือของที่ระลึก พร้อมอาหารว่างในขณะเดินทางให้แก่ลูกค้าก่อนการออกเดินทาง 7 วัน บริษัทจะจัดส่งหมายกำหนดการต่าง ๆ เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบบริษัทติดต่อไปยังบริษัทประกันภัย เพื่อทำการประกันภัยให้แก่ลูกค้าในกรณีที่เดินทางเป็นหมู่คณะ

การบริการระหว่างเดินทาง

เมื่อลูกค้าเดินทางมาตามเวลาที่ระบุไว้ในหมายกำหนดการ ทางบริษัทนำเที่ยวจะมอบหน้าที่ให้กับมัคคุเทศก์และผู้ช่วยมัคคุเทศก์เป็นผู้ดูแลลูกค้า หลังจากที่มีมัคคุเทศก์ตรวจจำนวนลูกค้าทัวร์ครบแล้ว จึงออกเดินทาง ระหว่างการเดินทาง มัคคุเทศก์จะบรรยายถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะเดินทางไป การเล่นเกมสัจของรางวัล และบริการอาหารว่างในระหว่างการเดินทาง หลังจากถึงสถานที่พักแล้ว มัคคุเทศก์พาลูกค้าแยกย้ายเข้าห้องพัก และนัดหมายเวลาที่เดินทางต่อ เมื่อลูกค้ามาตามเวลาที่นัดหมายไว้ มัคคุเทศก์จะพาไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก โดยมีมัคคุเทศก์ติดต่อไปยังเจ้าหน้าที่ของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ รวมถึงร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อยืนยันการจอง มัคคุเทศก์จะดูแลทัวร์อย่างใกล้ชิดตั้งแต่ก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง

การดูแลลูกค้าไม่ให้พลัดหลง

ขณะนำเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Tour) มัคคุเทศก์จะไม่สามารถควบคุมดูแลลูกค้าทัวร์ได้ทั้งหมด ดังนั้น มัคคุเทศก์จึงต้องสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยใช้ธงเป็นสัญลักษณ์เพื่อในกรณีที่ลูกค้าพลัดหลง ลูกค้าทัวร์จะสอดส่องหาธงของทัวร์ นอกจากนี้มัคคุเทศก์จะมีธงและเครื่องแบบหรือเครื่องหมายเป็นสัญลักษณ์แล้ว ลูกค้าทัวร์เองจะต้องมีสติ๊กเกอร์หรือป้ายติดหน้าอกประกาศให้รู้ว่าอยู่กลุ่มไหนอย่างชัดเจน เพื่อจะหาเพื่อนร่วมทัวร์ได้ถูกกลุ่ม

การบริการหลังการเดินทาง

ก่อนเดินทางกลับ มัคคุเทศก์จะแจกแบบสอบถาม (Questionnaires) ให้กับลูกค้า เพื่อประเมินผลการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ว่ามีจุดบกพร่องใดบ้างที่ควรแก้ไข ภายหลังจากประเมินผลเสร็จสิ้นแล้ว มัคคุเทศก์จะส่งแบบประเมินผลนี้ให้กับฝ่ายทัวร์แผนกต่าง ๆ เพื่อปรึกษาหารือและหาทางแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป รวมถึงบริษัทนำเที่ยวจะเก็บรวบรวมรายชื่อของลูกค้า เพื่อจัดส่งโบรชัวร์การท่องเที่ยวให้กับลูกค้าในคราวต่อไป

การบริหารค่าใช้จ่าย

ทางบริษัทวางแผนด้านบัญชีและการเงินไว้ล่วงหน้า เพื่อมิให้เกิดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นใน

การดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้ธุรกิจมีสภาพคล่องทางการเงิน การบริหารค่าใช้จ่ายของธุรกิจนำเที่ยวที่ทางบริษัทจัดทำคือ

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

การทำงานและลดค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 6

การวิจัยตลาดและการวิเคราะห์ตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการวิจัย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย ไปพัฒนาประยุกต์ใช้กับกลุ่มลูกค้าหมู่คณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมในเขตภาคตะวันออกทั้งหมด

การศึกษาครั้งนี้ ทางกิจการได้ทำการเก็บข้อมูลตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือเป็นชุดแบบสอบถาม (ภาคผนวก ก) กับบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจ และเป็นผู้จัดกิจกรรมสัมมนาศึกษาดูงาน รวมถึงจัดกิจกรรมนอกสถานที่

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ของกลุ่มลูกค้าคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง มีตัวแปรสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้แก่

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

รูปแบบการวิจัย

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด จังหวัดระยอง จำนวน 87 แห่ง โดยใช้วิธีการสุ่มตามพื้นที่แบบสะดวก (Convenience Sampling) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างบริษัทอย่างน้อย 55 ตัวอย่างขึ้นไป

สรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ตารางที่ 6-1 ผลการวิจัย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป			
รายการ	ผลสำรวจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทกิจการ	บริษัทจำกัด	60	100.00
2. ลักษณะกิจการ	กิจการต่างชาติ 100%	30	50.00
3. จำนวนบุคลากรในกิจการ	301-500 คน	35	58.30
4. จำนวนบุคลากรในแผนก	21-30 คน	31	51.70

ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าเป็นกิจการต่างชาติ 100% ซึ่งเป็นรูปแบบของบริษัทจำกัดมีขนาดของจำนวนบุคลากรในกิจการและจำนวนบุคลากรในแผนกปานกลาง

ตารางที่ 6-2 ผลการวิจัย ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว

รายการ	ผลสำรวจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ที่ผ่านมาจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	1-3 ครั้ง	34	56.70
2. จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน สัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน	น้อยกว่า 50 คน	46	76.70
3. เสียค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน สัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	10,001-50,000 บาท	44	73.30
4. สถานที่จัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	ตระวันออก	23	23.00

จากผลการวิจัยในด้านของรูปแบบการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวที่ผ่านมากของกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่เคยจัดประชุม อบรม สัมมนา ดูงาน ประมาณ 1-3 ครั้ง และแต่ละครั้งมีผู้ร่วมกิจกรรมน้อยกว่า 50 คน นั่นคือเป็นการจัดประชุม ดู

งาน หรือนำเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ เฉพาะแผนกที่ตนรับผิดชอบ มีงบประมาณครั้งละ 10,001-50,000 บาท และจัดประชุม อบรม สัมมนา คูงานในภาคตะวันออกเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 6-3 ผลการวิจัย ส่วนที่ 3 ด้านความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม สัมมนา

ส่วนที่ 3 ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม สัมมนา			
รายการ	ผลสำรวจ	จำนวน	ร้อยละ
1.เคยเข้าร่วมการจัดประชุม จัดนำเที่ยวอบรม คูงาน สัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวหรือไม่	เคย	60	100.00
2.มีการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม คูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกี่ครั้ง	1-3 ครั้ง	34	56.70
3.มีการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว แก่บุคลากรครั้งละประมาณกี่วัน	1-3 วัน	60	100.00
4.ช่วงวันที่มีการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว แก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	วันหยุด เสาร์-อาทิตย์	60	100.00
5.ส่วนใหญ่มีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว ในภูมิภาค และจังหวัดใด	ภาคเหนือ	28	31.46

จากผลการวิจัยในด้านความต้องการการจัดประชุม อบรม คูงาน สัมมนา หรือนำเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ตัวอย่างทั้งหมดเคยเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว และในแต่ละหน่วยงานมีการวางแผนในการจัดกิจกรรมฯ ประมาณ 1-3 ครั้งต่อปี ครั้งละประมาณ 1-3 วัน มีช่วงวันที่มีการวางแผนในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว เป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ทั้งนี้สถานที่ที่วางแผนในการจัดกิจกรรมอยู่ในภาคเหนือ เป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 6-4 ผลการวิจัย ส่วนที่ 4 ด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว

ส่วนที่ 4 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว		
ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ	ด้าน
1.คุณภาพและบริการ	มาก	ที่พัก มีระดับมาตรฐาน
2.ราคา	มาก	ราคาสมเหตุสมผลกับบริการ
3.ช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก	สามารถติดต่อเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวได้ง่าย หลายช่องทาง
4.ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัย	มาก	คนขับรถ ที่มีความชำนาญทาง มีควมระมัดระวังเป็นพื้นฐาน และไม่ใจร้อน
5.ความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอ	มาก	นำเสนอกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

จากผลการวิจัยในด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของกลุ่มลูกค้าตัวอย่าง โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัย และปัจจัยทางด้านราคา เป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจมากที่สุดตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านปัจจัยด้านคุณภาพและบริการ อยู่ในระดับที่ลูกค้าให้ความสำคัญพอสมควร แต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักให้การตัดสินใจ และปัจจัยลำดับสุดท้ายที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ก็คือด้านปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอเนื่องจากรูปแบบของบริการส่วนใหญ่ทางลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดเองเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 6-5 ผลการวิจัย ด้านค่าใช้จ่าย

ส่วนที่ 4 ด้านปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว			
รายการ	ผลสำรวจ	จำนวน	ร้อยละ
1. กำหนดค่าใช้จ่ายต่อคน (รวมค่าที่พัก อาหารว่าง อาหารเช้า อาหารกลางวันและอาหารเย็น) สำหรับการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน หรือสัมมนา	1,001-3,000 บาท	44	69.80

จากผลการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่กำหนดค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมฯ ต่อคน
ประมาณ 1,001-3,000 บาท

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพื่อการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ประชุม อบรม ศึกษาน และสัมมนา ที่
เหมาะสม กับกลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัด
ระยอง

จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามได้ผลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ประชุม
อบรม ศึกษาน และสัมมนา ตามที่ทางหน่วยงานมีการจัด หรือวางแผนไว้ รวมถึงสิ่งที่ต้องการและ
อยากให้บริษัทนำเที่ยวจัด โดยภาพรวมสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ส่วนใหญ่แต่ละโรงงานจะมอบหมายให้แผนกทรัพยากรมนุษย์ หรือบางโรงงานยังมี
ส่วนงานเฉพาะ สำหรับการจัดฝึกอบรม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประชุม อบรม สัมมนา คุ
งาน กีฬาสี กิจกรรมสานสัมพันธ์ต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ทั้งนี้แต่ละโรงงานจะมี
งบประมาณในแต่ละปี หรือรายไตรมาส สำหรับการจัดกิจกรรมฯ ทั้งในและนอกสถานที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ในแต่ละแผนกย่อยในโรงงาน ยังมีการจัดกิจกรรมเที่ยวประจำปีของแผนกที่อาจ
มีการเรียรายเก็บเงินกันเองบวกกับเงินสนับสนุนของแต่ละหน่วยงาน รวมถึงกิจกรรม Work Shop
ของแผนกอีกด้วย ซึ่งบางโรงงานหากมีการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวหรือตัวแทนบริการใด ก็จะมี
การเรียกใช้บริการซ้ำและบอกต่ออยู่เสมอ แต่บางโรงงานหากต้องการให้มีการจัดกิจกรรมฯ ใด ๆ
ในแต่ละรายไตรมาส หรือเป็นกรณี ๆ ไป ก็จะมีการแสวงหาตัวแทนนำเที่ยวทั้งรายเก่าและราย
ใหม่ เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และต่อรอง โดยจะต้องมีการเข้ามาคุยและประชุมร่วมกับหน่วยงานที่
เกี่ยวข้องด้วย

การประเมินแนวโน้มตลาดในอนาคต

กลุ่มตลาดเป้าหมายเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ และกำลังในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวที่คืออยู่
แล้ว (High Demand) โดยเฉพาะปัจจุบันหลายโรงงานเริ่มมีแนวโน้มที่จะสนใจในการทำกิจกรรม
หมู่คณะ การทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น (CSR) ซึ่งเลือกใช้บริการธุรกิจนำ
เที่ยวก็มีมากยิ่งขึ้นตามมาด้วย นอกจากนี้ในกลุ่มของบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม ยังมี
การรวมกลุ่มย่อย ๆ เพื่อไปท่องเที่ยวตามที่ต่าง ๆ ร่วมกับเพื่อนร่วมงาน ในแต่ละแผนก หรือ กลุ่ม
เพื่อนต่างโรงงานในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์อีกด้วย ซึ่งการเข้ามาทำการตลาดและมุ่งมั่นใน
การให้บริการลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ เป็นโอกาสอันดีในการสร้างฐานลูกค้าที่ยั่งยืนในอนาคต
และมีโอกาสในการขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้ทางภาครัฐก็มีการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดย

การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งยังสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้อีกด้วย
ทั้งนี้ในพื้นที่ภาคตะวันออก ยังมีผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นบริการนำเที่ยวให้กับกลุ่ม
บุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม ยังมีอยู่จำนวนน้อย โอกาสที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าจึงเป็นไปได้สูง

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

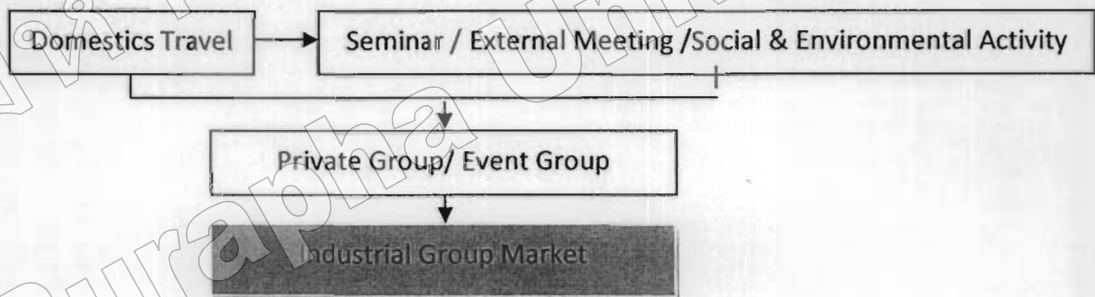
บทที่ 7

แผนการตลาด

เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ ทางกิจการจึงได้ทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม โดยผลสำรวจข้อมูลครั้งนี้ทางกิจการได้ข้อมูลหลายด้านที่เป็นประโยชน์มาก รวมถึงได้ติดต่อกับกลุ่มลูกค้าของกิจการ สร้างเครือข่ายทางธุรกิจตั้งแต่ก่อนเริ่มเปิดดำเนินการทางเป็นทางการ ทั้งนี้กิจการได้นำผลการวิจัยครั้งนี้นำมาปรับใช้ในด้านวางแผนการตลาดและการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ดังต่อไปนี้

การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด (Segmentation)

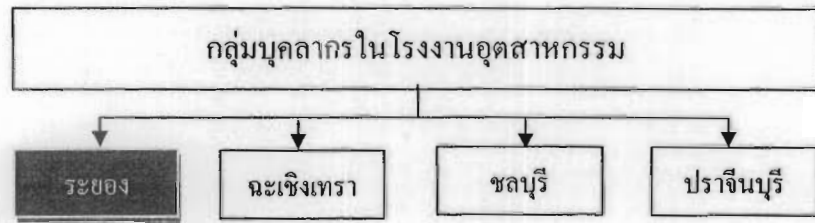
เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม การนำเที่ยวภายในประเทศ สำหรับกลุ่มลูกค้าประเภทหมู่คณะ ทั้งการสัมมนา จัดประชุม ศึกษาน กีฬาสี วอลเลย์บอล งานบุญ การทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม งานกิจกรรมการกุศล กิจกรรมสวนสัมพันธ์นอกระบบที่ รวมถึงกิจกรรมนำเที่ยวในทุกช่วงเทศกาล วันหยุด เสาร์-อาทิตย์ และวันจันทร์-ศุกร์



ภาพที่ 7-1 ส่วนแบ่งการตลาดของกิจการ

การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย (Customer Target)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยวประเภทหมู่คณะ โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าคณะบุคลากร พนักงานงานในโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออก เป็นหลัก ได้แก่เขตนิคมโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา และปราจีนบุรี เป็นหลัก



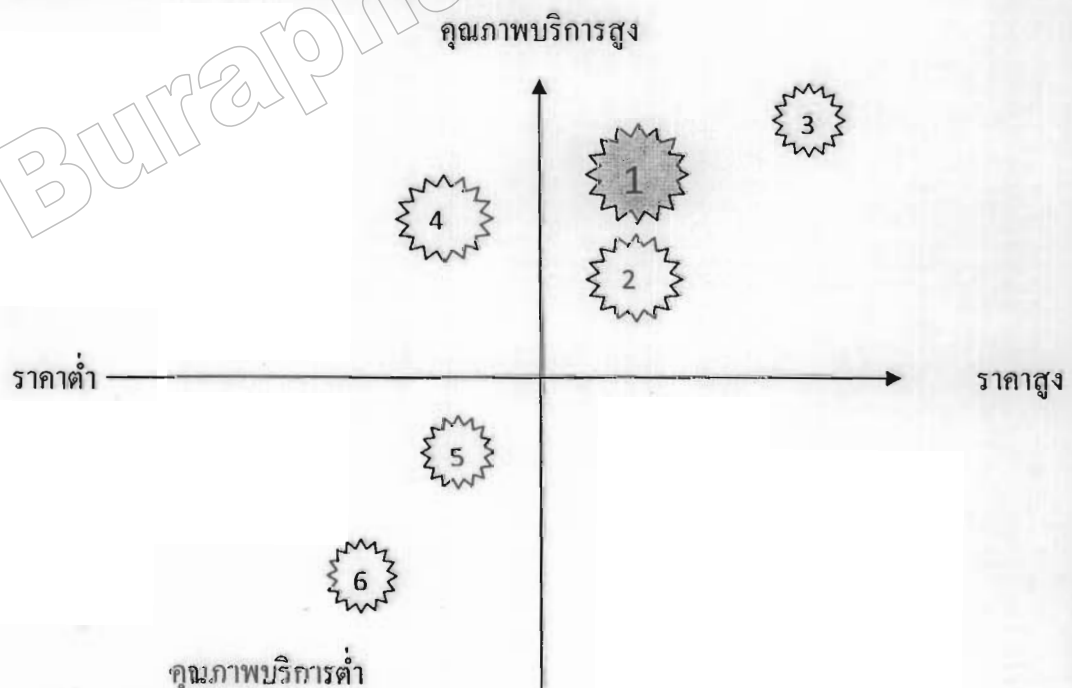
ภาพที่ 7-2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มที่ชัดเจน สำหรับการนำเที่ยวภายในประเทศ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สร้างโอกาสในการทำกิจกรรมหมู่คณะร่วมกันภายในหน่วยงานหรือองค์กร

ดังนั้นบริการที่เอ็มพลัส ทราเวล (Mplus Travel) นำเสนอ จึงเป็นบริการที่มีคุณภาพระดับปานกลางถึงสูง บนราคาที่เป็นธรรม และข่อมเยา เพื่อการวางรากฐานการเป็นผู้นำด้านการนำเที่ยว และจัดกิจกรรมภายในประเทศ สำหรับกลุ่มบุคลากรใน โรงงานอุตสาหกรรม อีสเทิร์น ซีบอร์ด จังหวัดระยอง และกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมภาคตะวันออก ทั้งหมด

การกำหนดตำแหน่งบริการ (Positioning)



ภาพที่ 7-3 ตำแหน่งทางการตลาดของกิจการ

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

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. บริการ กลยุทธ์ “ครบวงจรนำเที่ยว เพื่อคนโรงงาน” (Product)

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

ทั้งนี้กิจการต้องการเป็น กูรู เป็นผู้รอบรู้ และเป็นผู้ที่เข้าใจการจัดกิจกรรมนำเที่ยว รวมถึงกิจกรรมฯ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้เหมาะสมและตรงความต้องการของกลุ่มลูกค้าโรงงานภาคตะวันออกโดยเฉพาะ ด้วยการสวมวิญญาณอดีตพนักงานบริษัทคนหนึ่งที่ต้องเข้าร่วมกิจกรรมของโรงงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงบางครั้งที่ต้องเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการดูแลกิจกรรมฯ ทางด้านนี้ด้วย เพื่อเข้าใจถึงความต้องการ อุปสรรค และปัญหาในการจัดกิจกรรมฯ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว แต่ทั้งนี้ก็ได้อ้างอิงข้อมูลและผลจากการวิจัย ประกอบกับประสบการณ์ การสัมภาษณ์พูดคุย กับผู้ที่เกี่ยวข้องหลาย ๆ ฝ่ายด้วยกัน

มีการออกแบบสำรวจ สอบถามพูดคุยกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งก่อนเริ่มดำเนินงาน และระหว่างการค้าดำเนินงาน รวมถึงรับฟังเรียงตอบรับ คำแนะนำ และติชมจากลูกค้าทั้งเก่าและใหม่เสมอ

การกิจกรรมกลุ่ม เช่น การจัดประชุม จัดงาน หรือสัมมนา นอกสถานที่ ที่ไม่น่าเบื่อ และต้องเคร่งเครียดกับวิชาการหรือบรรยากาศการประชุมมากเกินไป แต่ทีมงานของเราพยายามสร้างบรรยากาศ พิธีกรสั้นเวลา มีเพลงบรรเลงเบา ๆ เวลาพักเบรก กิจกรรมเซอร์ไพรส์ สำหรับกลุ่มคณะ เกมสัปดาห์ ๆ ติ ๆ ที่เหมาะสมตามแต่ละกลุ่มลูกค้า

การจัดนำเที่ยวภายในประเทศ ทำกิจกรรม ที่เป็นกลุ่มส่วนตัว (Private Group) ทำให้ลูกค้าสามารถ เลือกกำหนด ปรับแผนการเดินทาง และการทำกิจกรรมได้ตรงตามความต้องการ และความสะดวกของหมู่คณะ มีกิจกรรมคนพิเศษประจำทริป และกิจกรรมเสริมอื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดการเดินทางและท่องเที่ยวหยุดชะงักและขาดความต่อเนื่อง สร้างความคุ้นเคย และเป็นกันเอง มีการคัดเลือก แสงสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่สำหรับทำกิจกรรม ที่พัก อาหาร รถ และสิ่งอำนวยความสะดวก คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม เพื่อทุก ๆ การเดินทางและทำกิจกรรมเป็นสิ่งที่มีความหมาย แดกต่าง แปลกใหม่ มีรูปแบบเฉพาะ

มีวงดนตรีเล็ก ๆ และกิจกรรม Camping ตามแนวดนตรีหลากหลายที่พนักงานกลุ่มนั้น ๆ ชอบ กิจกรรมดนตรีสีอรัก และกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์และ Life Style ของกลุ่มลูกค้าอีกด้วย

ทุกการเดินทาง เอ็มพลัส ทราเวล จะคัดสรรค์ ของที่ระลึก รวมถึง ภาพถ่าย ที่เป็นเรื่องราวแห่งความทรงจำดี ๆ ของเส้นทางหรือกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งสามารถปรับรูปแบบได้ตามหมู่คณะที่ได้ให้บริการ แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ ของเอ็มพลัส ทราเวล ไว้

ในการนำเสนอโปรแกรมทัวร์ หรือกิจกรรมฯ กิจกรรมจะเน้นภาพประกอบจากสถานที่จริง บรรยากาศจริง อยู่ในโปรแกรมเพื่อให้ลูกค้าสามารถจินตนาการตามและเข้าใจได้ง่ายขึ้น

2. การกำหนดราคา กลยุทธ์ “สบาย ๆ สไตล์ ชาวโรงงาน” (Price)

กำหนดราคาอยู่ระดับกลาง แต่ทั้งนี้สามารถมีการปรับลดให้ย่อมเยาลงกว่าคู่แข่งกันได้ ให้เหมาะสมกับความต้องการและกลุ่มลูกค้า สถานที่และกิจกรรม ทั้งนี้ราคาค่าบริการก็อยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ และมีอัตราการให้บริการที่สูง เนื่องจากต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายอยู่บนมาตรฐานเดียวกัน สำหรับการจัดนำเที่ยวหรือจัดกิจกรรมภายในประเทศ ทั้งนี้จากผลการวิจัย พบว่า ราคาต่อหัวสำหรับการจัดกิจกรรมของกลุ่มลูกค้าที่ตั้งไว้ จะอยู่ที่ประมาณ 1,001 – 3,000 บาท แต่จากการพูดคุยสอบถามกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า โรงงานอุตสาหกรรมจะมีงบเพิ่มเติมให้ออกเหนือจากที่กำหนดไว้ ขึ้นอยู่กับการทำโครงการเสนอเข้าไป และผ่านการอนุมัติเห็นชอบจากคณะกรรมการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการจัดกิจกรรมฯ จะแบ่งออกเป็นหลายระดับ เช่น ระดับผู้บริหาร วิศวกร พนักงานออฟฟิศ พนักงานแต่ละแผนก ไปจนถึงระดับโรงงานที่ทุกคนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม ซึ่งงบประมาณก็จะปรับเปลี่ยนไปแต่ละสถานการณ์และโอกาส ดังนั้น เอ็มพลัส ทราเวล ของเราจึงกำหนดกลยุทธ์ “สบาย ๆ สไตล์ ชาวโรงงาน” ซึ่งราคาและรูปแบบของโปรแกรมทัวร์ กิจกรรมฯ ของเราแต่ละครั้งก็จะสามารถปรับเปลี่ยน เพิ่ม-ลด ได้ตามความเหมาะสม ตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่บุคลากรของโรงงานนั้น ๆ กำหนดไว้ โดยร่วมออกแบบรูปแบบของกิจกรรมฯ โปรแกรมทัวร์ และอธิบาย

ค่าใช้จ่ายที่สามารถปรับเปลี่ยนได้จากโปรแกรมที่คั้งใจนำเสนอ เพื่อให้ลูกค้าผู้ซึ่งมีหน้าที่ดูแลและตัดสินใจกิจกรรมฯ ดังกล่าว สามารถมองเห็นภาพและรับรู้ถึงความเหมาะสมผลของรูปแบบบริการต่อราคา ทั้งนี้ ราคาที่ปรับลดไป จะไม่มีการลดคุณภาพด้านบริการ การดูแลต้อนรับของพนักงาน ทุกอย่างยังมีหัวใจบริการที่เต็ม 100 ให้เหมือนเดิม

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ “โรงงาน ออนไลน์” (Place)

ทั้งนี้จากผลการสำรวจและวิจัย พบว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกิจการ อันได้แก่ กลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง และกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การที่สามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวได้โดยตรง หรือการที่มีเว็บไซต์ที่สวยงาม สมจริง ชัดเจน และที่สำคัญคือการติดต่อทาง E-mail ซึ่งจากประสบการณ์และการสอบถามพูดคุยกับผู้ที่เกี่ยวข้อง หลายๆ ฝ่าย พบว่า พนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม จะมีการติดต่อ และแนะนำตัวกันผ่านอีเมลล์ ซึ่งจะมีโอกาสในการถูกส่งต่อและแนะนำไปยังเพื่อน ๆ และผู้ที่รู้จักและเกี่ยวข้องได้อีกจำนวนมาก ซึ่งจะเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของเรา รวมถึง face book ได้อีกด้วย

ดังนั้น กลยุทธ์หลักด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ กลยุทธ์ “โรงงาน ออนไลน์” โดยการนำเทคนิคการขายด้วยสื่อและเทคโนโลยี ในทุกรูปแบบ ตั้งแต่เวปไซด์ อีเมลล์ face book SMS และอื่น ๆ ตามสังคมออนไลน์เป็นหลัก สร้างความแปลกใหม่ ตื่นเต้น และประทับใจ ผ่านสังคมออนไลน์ ขยายฐานลูกค้าสู่ตลาดที่กว้างออกไป เพื่อเป็นการเปิดตัวและแนะนำตัวและกิจการอย่างคร่าว สร้างความคุ้นเคยกับกลุ่มลูกค้า หลังจากนั้นจะมีการติดต่อเข้าพบลูกค้า (Customer Visit) เพื่อฝากนามบัตร โปรแกรมทัวร์ และโปรโมชั่น รวมถึง Brochure หรือ Catalog ของกิจการ กับกลุ่มลูกค้าที่มีการติดต่อ มี Feedback ที่สนใจในบริการของเอ็มพลัส ทราเวล ของเรา เป็นอันดับแรก และการเข้าพบลูกค้าในโรงงานอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกตามลำดับ เพื่อเข้าไปพูดคุย ให้ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมกับลูกค้า สร้างความน่าเชื่อถือของกิจการ แสดงออกถึงความมุ่งมั่นตั้งใจในความรักกิจกรรมบริการที่เต็มเปี่ยม รวมถึงความจริงใจดำเนิน ซึ่งกิจการมั่นใจในมิตรภาพที่จะได้รับ และโอกาสไม่มากนัก

เปิดเว็บไซต์ www.mplustravel.com

ส่ง E-mail Face book สังคม Online เป็นการเชื่อมโยงการตลาดสู่การตลาดที่กระจายกว้างขึ้น

มีการเข้าไป Visit กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พร้อมกับแนะนำกิจการ และรูปแบบบริการที่น่าเสมอ พร้อมเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า แบบเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หลังจากที่ทำ Marketing ทางสังคม Online ในระดับหนึ่งแล้ว

แจก Brochure , Catalog เพื่อแนะนำตัว และนำเสนอ สถานที่ท่องเที่ยวดีเด่น ในแต่ละช่วงเวลา กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่น่าสนใจ

ฝากประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก กับกลุ่มคณะบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรม จัดบู๊ท ตามงานการท่องเที่ยว และงานกิจกรรมของหน่วยงานของโรงงานอุตสาหกรรม

4. การส่งเสริมการขาย กลยุทธ์ “นอกรั้ว โรงงาน” (Promotion)

จัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับกลุ่มลูกค้าบุคลากร โรงงานอุตสาหกรรม โดยใช้กลยุทธ์ “นอกรั้ว โรงงาน” เนื่องจากกิจกรรมส่วนใหญ่ที่กลุ่มโรงงานจะเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว จะเป็นการออกไปทำกิจกรรมภายในโรงงาน ทั้งในพื้นที่ท้องถิ่น รวมถึงต่างจังหวัด ทั่วประเทศอีกด้วย ทั้งการจัดประชุม อบรม ศึกษาน สัมมนา ท่องเที่ยวประจำปี กิจกรรมสานสัมพันธ์ ตลอดจนกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ดังนั้นกิจการเรา จึงมุ่งเน้นและเชิญชวนบรรดาบุคลากรของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ออกมาทำกิจกรรมภายนอก เพื่อปรับเปลี่ยนบรรยากาศ สร้างความรักความสามัคคีในองค์กรให้เหนียวแน่นยิ่งขึ้น ด้วยการนำเสนอรูปแบบการนำเที่ยวและกิจกรรมที่หลากหลาย แปลกใหม่ น่าสนใจ ในทุกช่วงเทศกาลตลอดทั้งปี จากการเป็น คุรุ นำเที่ยว เพื่อกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม ภาคตะวันออกนี้โดยเฉพาะ

จัด Package สุดคุ้มสำหรับในแต่ละฤดูกาลต่าง ๆ จัด Champlain งานสังคม และสิ่งแวดล้อม กิจกรรมงานบุญ งาน Event ต่าง ๆ ของโรงงานอุตสาหกรรม

บริการช่วยจัดเตรียมข้อมูล สำหรับการทำหนังสือขออนุญาต จัดกิจกรรม สัมมนา ศึกษาน ประชุม นอกสถานที่ จนถึงทำรายงานสรุปการจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ แบบครบวงจร การมอบส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้า การจัดสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล หรือการแจกของขวัญในเทศกาลวันหยุดหรือวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันแม่แห่งชาติ วันปีใหม่วันสงกรานต์ หรือฉลองครบรอบการก่อตั้งบริษัท เป็นต้น

การสร้างกลุ่มเครือข่าย สังคม ที่มากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนทั่วไป โดย จะมีการจัดกิจกรรม Mplus Member Club เพื่อสิทธิพิเศษสำหรับกลุ่มสมาชิก มีการส่งข้อมูลกิจกรรม และการท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงส่งข่าวคราวของกลุ่มสมาชิกด้วยกัน

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/คอมฯ		
4.	ยานพาหนะ	ติด NGV	250,000	ดูแลความเรียบร้อย
5.	เงินประกันขอใบอนุญาต	ธุรกิจนำเที่ยว	50,000	ได้คืนเมื่อเลิกกิจการ
		ภายในประเทศ		
	รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน		380,000	

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 ค่าจ้างโกดังอิสระและพนักงานดูแลลูกค้าอิสระประมาณ 10% จากรายได้ค่าบริการ
- 4.3 ค่าน้ำมันสำหรับติดต่oprะสานงาน ประมาณเดือนละ 3,000 – 4,000 บาท
- 4.4 ค่าโทรศัพท์ และค่าไฟฟ้า เดือนละ 6,000 บาท
- 4.5 ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวรปีละ 10%
- 4.6 ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%
5. 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 คนดังนั้นจะประมาณการ ให้บริการลูกค้า
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

เมื่อพิจารณาการประมาณการบริการต่อปีจะได้จำนวนการให้บริการลูกค้าเต็มกำลัง
อยู่ที่ 144 ครั้งต่อปี ในการประมาณการทางการเงินจะคิดที่กำลังการให้บริการที่ 70% ดังนั้นจะ
ให้บริการลูกค้าต่อปีอยู่ที่ประมาณ 100 ครั้งต่อปี โดยมีลูกค้า 10 คนต่อครั้งดังนั้นจะมีลูกค้าใช้บริการ
ต่อปีจำนวน 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
ส่วนของผู้ถือหุ้นและกำไรสะสมต้นปี	189,000	212,100	237,300
รายการปรับปรุง	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นและกำไรสะสมปลายปี	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
เงินประกันขออนุญาตนำเข้าเที่ยว	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	460,000	465,000	466,600
ส่วนของผู้ถือหุ้นและกำไรสะสม	229,000	247,100	270,700
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	229,000	247,100	270,700
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	689,000	712,100	737,300

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

4. กิจกรรมมีจำนวนพนักงานเงินเดือนจำนวนน้อย ทำให้ไม่ต้องแบกรับต้นทุนคงที่ต่อเดือนจำนวนมาก

ปัญหา

1. การติดต่อประสานงาน บางครั้งจะต้องรอขั้นตอนการส่งจ่ายและเบิกเงินในหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งกิจการอาจต้องสำรองเงินส่วนตัวในการจ่ายมัดจำที่พัก รถ และร้านอาหารไปก่อน

2. ในช่วงเทศกาลที่กิจการจะต้องใช้เงินสำรองในการมัดจำที่พัก ซึ่งบางครั้งอาจมีความเสี่ยงในการขายห้องพักรที่จองไว้ได้ไม่หมด เนื่องจากเหตุการณ์บ้านเมืองและสภาพแวดล้อมที่ผิดปกติ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

เป้าหมายทางการเงิน

1. รักษาสภาพคล่องทางการเงินให้อยู่ในระดับที่คงที่เสมอ
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 / ลูกค้าไม่เป็นไปตามที่คาดไว้
เงื่อนไข

1. ในกรณีที่รายได้ไม่เป็นไปตามที่คาดไว้จากการบริการ
2. ในกรณีที่รายได้น้อยกว่าที่คาดไว้มากในระยะเวลา 6 เดือนแรกหลังจากการเริ่มดำเนิน

ธุรกิจ

การดำเนินการด้านการตลาด

1. พิจารณาว่าการบริการ หรือ โปรแกรมทัวร์นั้น ๆ มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ โดยเฉพาะหากการบริการไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค บริษัทต้องทำการปรับปรุงการบริการหรือ โปรแกรมทัวร์นั้น ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
2. พิจารณาช่องทางการจำหน่ายว่าสามารถทำการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และหาช่องทางการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่
3. วิเคราะห์สาเหตุที่การบริการและ โปรแกรมทัวร์ไม่สามารถขายได้ตามที่ประมาณการไว้ โดยหาข้อมูลวิเคราะห์สภาพตลาดโดยรวมเทียบกับยอดขายของบริษัท
4. ปรับส่วนผสมทางการตลาด โดยใช้ผลจากการวิเคราะห์ในการพิจารณาแนวทางการวางแผนดังนี้

ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)

ทำวิจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับตัวโปรแกรมทัวร์ 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 จะเป็นโอกาสในการสร้างความรู้จัดคุ้นเคย และความประทับใจ ทั้งคุณภาพบริการและ การเอาใจใส่ดูแลอย่างดีตลอดทุกการเดินทางและ กิจกรรม ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีอัตราการใช้บริการซ้ำในระดับหนึ่ง

ช่องทางการจำหน่าย (Place)

1. วิเคราะห์ช่องทางการจำหน่ายโดยจะให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นในช่องทางที่มียอด การจำหน่ายสูง
2. ขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังช่องทางอื่น ๆ เช่น การจำหน่ายผ่านตัวแทน หรือกลุ่ม ลูกค้าเอง
3. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า เช่นการขายตรง หรือการนำเสนอลูกค้าตาม สถานที่ต่าง ๆ

ส่งเสริมการขาย (Promotion)

1. เพิ่มรายการส่งเสริมการขายมากขึ้น และปรับทางเลือกใน โปรแกรม เพื่อจูงใจให้เกิด การใช้บริการ
2. การให้ส่วนลด (Commission) กับตัวแทนคณะบุคคลที่เป็นผู้ประสานงาน และ รวบรวมจำนวนลูกค้า ให้กับกิจการเราในการจัดนำเที่ยวหรือการจัดกิจกรรมนั้น ๆ เรียกว่าเป็น การเพิ่มพนักงานขายอิสระไปในตัว
3. การจัดกิจกรรมร่วมสนุก และสานความสัมพันธ์กับบรรดาลูกค้าที่เป็นสมาชิกกับเรา เช่น ร่วมลุ้น ชิงรางวัล “เที่ยวทั่วไทย ฟรีไปกับเรา” ทัวร์อิมบิอุ “ทำบุญร่วมชาติ ตักบาตร ร่วมกัน” ให้กับกลุ่มลูกค้าข้าราชการบำนาญที่เกษียณอายุราชการไปแล้ว

พนักงาน (People)

1. ให้ความรู้และความเข้าใจกับพนักงาน เพื่อสามารถแนะนำข้อมูลให้กับลูกค้าถึงบริการ และโปรแกรมอย่างชัดเจน และจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ให้กับพนักงาน และปลูกฝังหัวใจรัก บริการ
2. จัดประชุมร่วมกันระหว่างพนักงานของบริษัท เพื่อร่วมกับคิดและเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงกิจการ ในทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ในทุก ๆ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง รวมถึง การประชุมร่วมกับโกลด์และพนักงานอิสระ ของกิจการอย่างน้อยเดือนละ 1-2 ครั้ง

กระบวนการ (Process)

จัดทำลูกค้าสัมพันธ์ เช่น การเก็บข้อมูลลูกค้า และมี E-mail ข่าว แจ้งลูกค้าที่เคยรับบริการ เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยลูกค้า

กรณีที่ 2 กรณีที่มีคู่แข่งมาตั้งอยู่ใกล้ และมีรูปแบบสินค้าและบริการที่มีลักษณะเดียวกัน ให้เริ่มดำเนินการทันทีที่มีคู่แข่งมาตั้งอยู่ใกล้หรือลูกค้าคู่แข่งเดิมแย่งส่วนแบ่งตลาด

1. การเปรียบเทียบส่วนผสมทางการตลาด ระหว่างกิจการกับคู่แข่งรายใหม่ โดยใช้แบบฟอร์ม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 9-1 ตัวอย่างแบบฟอร์มการเปรียบเทียบคู่แข่ง

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 รวมถึงกรณีคู่แข่งขึ้นรายเดิมมีจุดแข็งเพิ่มขึ้น กิจการเราอาจเปลี่ยนมาเป็นการสร้างพันธมิตรแทน เช่น การจัดกิจกรรมร่วมกัน หรือการแบ่งลูกค้าให้กันและกันบ้าง

จากส่วนผสมทางการตลาดของบริษัท นำไปวิเคราะห์เพื่อหากกลยุทธ์ในการแข่งขันด้านการตลาด

ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)

วิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของบริษัทคู่แข่ง เมื่อเทียบกับโปรแกรมของบริษัทและปรับปรุงการบริการให้มีจุดแข็งเหมือนหรือเหนือกว่าคู่แข่ง และนำข้อดีของสินค้าคู่แข่งมาเน้นเป็นจุดเด่นของสินค้าของบริษัท

ราคา (Price)

ปรับราคาให้เหมาะสมกับสถานการณ์การท่องเที่ยว

ช่องทางการจำหน่าย (Place)

วิเคราะห์ช่องทางการจำหน่ายของบริษัท เพื่อให้สามารถได้ช่องทางการจำหน่ายเหนือคู่แข่ง

ส่งเสริมการขาย (Promotion)

1. เน้นการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ตัวแทน หรือติดต่อการประชาสัมพันธ์ในหนังสือวารสารประจำเดือนของหน่วยงานราชการต่างๆ

2. เน้นการโฆษณา สร้างความมีจุดยืน ในการเป็นตัวแทนนำเที่ยวสำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายบุคลากรทางการศึกษา ภาคตะวันออก โดยเฉพาะ เพื่อให้เกิด Brand Image ที่ดี และให้ลูกค้ามีการรับรู้และจดจำ

พนักงาน (People)

เน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในด้านการบริการ เพื่อให้ทัดเทียมหรือเหนือกว่าบริษัทอื่น

กระบวนการ (Process)

1. มีการวิเคราะห์คู่แข่งอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยในตอนเริ่มต้นนั้นอาจจะเทียบกับบริการในรูปแบบเดียวกัน และเมื่อเราอยู่ด้านบนของกลุ่มแล้วจึงอาจเทียบกับกลุ่มรูปแบบบริการอื่น ที่มีจุดแข็งที่สามารถนำมาเปรียบเทียบได้

2. ในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบนั้นควรมองตามลักษณะตามความเป็นจริง และพยายามหาจุดแข็งของเราที่จะทำให้คู่แข่งขันตามทันได้ซ้ำ

กรณีที่ 3 เงินสดหมุนเวียนขาดสภาพคล่อง

1. เน้นการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

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 พิมพ์สมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาศูนย์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :

ภาควิชาศิลปอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พะยอม จีรวัดน์ชนพงศ์. (2550). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลเขาพระ อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา.

รายงานการศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

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

ภารณี สวัสดิ์ธิ์ภัก์ และคณะ. (ม.ป.ป.). แผนปฏิบัติการการพัฒนาบริการท่องเที่ยว รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

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

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

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

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

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก
งานวิจัย

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 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเข็งเทรา เขต 1 จำนวน 50 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเข็งเทรา เขต 1 โดยใช้วิธีการสุ่มตามพื้นที่แบบสะดวก(Convenience Sampling) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างบริษัทอย่างน้อย 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

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยประกอบไปด้วยข้อคำถาม 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถาบันการศึกษา เป็นคำถามปลายปิด (Closed Ended) คำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) ประกอบด้วย ระดับของสถาบันจำนวนบุคลากรในสถาบันจำนวนนักเรียน 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 หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยว จำนวนครั้งที่จัด 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

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 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 ด้วยเข้าไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง
2. ส่งแบบสอบถามให้กับสถาบันทางการศึกษา โดยการส่ง E-Mail
3. โทรไปสอบถามที่สถาบันทางการศึกษา โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่รับผิดชอบในเรื่องการจัด
ประชุม จัดนำเที่ยวและจัดอบรมสัมมนาโดยตรง

โดยแผนคือตั้งกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 45 แห่ง และเมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามจริงแล้ว ได้ 45 แห่ง

รายชื่อกลุ่มลูกค้าตัวอย่างที่ทำการวิจัย

ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากคณะบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน จังหวัดฉะเชิงเทรา เขต 1 ซึ่งประกอบด้วยคณะผู้บริหารสถานศึกษา ครู อาจารย์ผู้ดูแลการจัดกิจกรรม ฝึกอบรม ผู้บริหารสำนักงานเขตพื้นที่ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคลและประชาสัมพันธ์ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นข้าราชการผู้ใหญ่และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์พร้อมคำชี้แนะต่างๆ ด้วยดี

ตารางที่ ก-1 รายชื่อลูกค้าตัวอย่างที่ทำการวิจัย จำแนกตามเขตพื้นที่ในสังกัดสำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน จังหวัดฉะเชิงเทรา

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

กลุ่มวิชาการที่ 2 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
13	วัดคลอง 18	นายนเรศ ปลอดคดี
14	ตลาดคลอง 16	นายบรรหาร เทียมเมฆ
กลุ่มวิชาการที่ 2 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
15	เฉลิมช่วงวิทยาทาน	นายมงคล อรุณแสงฉาน
16	บ้านปลายคลอง 20	นายสุจิน มือนันต์
กลุ่มวิชาการที่ 5 อำเภอเมือง		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
17	วัดหนามแดง	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	ประชาอุทิศสมบูรณ	นายจรวัย บัตรมาก
กลุ่มวิชาการที่ 7 อำเภอบางน้ำเปรี้ยว		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ติดต่อ
22	วัดบางสาย	นายวิทยา ธรรมธร
23	บึงเทพยา	นายวินัย ทิมย้ายงาม
24	บึงสิงโต	นายสุพิน ที่รักดี
25	วัดพุทธอุดมวิหาร	นางสลิลา 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	นายวิมลพ ไกรกุล
กลุ่มวิชาการที่ 10 อำเภอบางปะกง		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
34	บ้านท่าข้ามตั้งตรงจิตร 10	นายสาธิต มาลัย
35	บางปะกงบวรวิทยา	นายศิริธร สุขโขใจ
36	วัดลาดยาว	นางมัญญพร บำเพ็ญเชาว์
กลุ่มวิชาการที่ 11 อำเภอบ้านโพธิ์		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
37	วัดใหม่ประชาศ	นายบำเพ็ญ เหมมาลา
กลุ่มวิชาการที่ 12 อำเภอบ้านโพธิ์		
ลำดับที่	ชื่อหน่วยงาน (โรงเรียน)	ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ ติดต่อ
38	วัดแสนภูคาญ	นายสุพจน์ พลหาญ
39	วัดเขาดิน	นายสมยศ พุทธนิมนต์
40	วัดอรัญญิการาม	นายทองใบ อุเงิน
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 โสทรบุญ

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

สถิติที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา โดยนำเสนอข้อมูลทั่วไป ด้วยวิธีการแจกแจงความถี่ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติบรรยาย โดยใช้ความถี่ร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอ้างอิง เป็นการใช้สถิติเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ 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

1. 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 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1

ข้อมูลการให้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 โดยแจกแจงตามจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ก-3 จำนวนและร้อยละข้อมูลการให้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1

ข้อมูลการให้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ที่ผ่านมามีการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกี่ครั้ง		
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 คูงานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้นกี่คน		
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 จำนวนและร้อยละข้อมูลการการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา 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 คูงานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่ใดบ้าง		
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 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

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 หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ในภาคเหนือจำนวน 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 151-200 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 ๓-4 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 ดูงาน 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 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงพรวา เขต 1

ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถาบันการศึกษาของท่านมีการวางแผนในการจัด ประชุมจัดนำเที่ยว 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 จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

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

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

ข้อมูลปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของ สถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 1 โดยจำแนกตามด้านต่างๆ

ตารางที่ ก-5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านคุณภาพและบริการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง 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
ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีตลอดการเดินทาง	4.93	0.25	1	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.73	0.40		มากที่สุด

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

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามียุทธศาสตร์มากที่สุดคือ ด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีตลอดการเดินทางมียุทธศาสตร์อยู่ที่ 4.93 รองลงมา คือด้านพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ลูกค้ามียุทธศาสตร์อยู่ที่ 4.89 ด้านรถที่ใช้มีมาตรฐานระดับสูงมียุทธศาสตร์อยู่ที่ 4.71 ด้านมีการคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมียุทธศาสตร์อยู่ที่ 4.62 ด้านที่พัก มีระดับมาตรฐานมียุทธศาสตร์อยู่ที่ 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 “ลดกระหน่ำวันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา”	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 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามียค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 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 การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1

ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	n = 45		อันดับ	ระดับ
	\bar{X}	S.D.		
สามารถติดต่อเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวได้ง่าย หลายช่องทาง	3.40	0.53	2	ปานกลาง
สามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่น ได้โดยตรง	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 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่น ได้โดยตรง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 รองลงมา คือด้านสามารถติดต่อเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวได้ง่าย หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 ด้านสามารถซื้อ โปรแกรมทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.89 ตามลำดับ

ตารางที่ ก-8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัยในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อوبرม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัท นำเที่ยว และความปลอดภัย	n = 45		อันดับ	ระดับ
	\bar{X}	S.D.		
บริษัทที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อความมั่นใจ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.40	0.61	4	มาก
บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจนำเที่ยว และมีประสิทธิภาพ	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 ปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือ
ของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัยในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อوبرม หรือสัมมนาของกลุ่ม
บุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวม อยู่ใน
ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านคนขับรถ ที่มีความชำนาญทาง
มีความระมัดระวังเป็นพื้นฐาน และไม่ใจร้อนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 รองลงมา คือด้านบุคลากรที่มี
ความเชี่ยวชาญในธุรกิจนำเที่ยว และมีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.69 ด้านมีการทำประกันภัย
ให้กับลูกค้าทุกการเดินทางมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 ด้านบริษัทที่มีประสิทธิภาพส่งผลต่อความมั่นใจใน
การตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 ตามลำดับ

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

ปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และ แตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอ	n = 45		อันดับ	ระดับ
	\bar{X}	S.D.		
มีการร่วมกับหน่วยงานเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดอบรม ประชุม และสัมมนา ที่แปลกใหม่	4.09	0.35	1	มาก
นำเสนอกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคม เช่น การ ออกค่ายชุมชน อาสา	3.91	0.73	2	มาก
นำเสนอกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.76	0.71	3	มาก
นำเสนอกิจกรรมเพื่อศาสนา และประวัติศาสตร์ ตามรอยอดีต	3.62	0.71	5	มาก
นำเสนอเส้นทางใหม่ๆ Unseen และวัฒนธรรม ใหม่ 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

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านมีการร่วมกับหน่วยงานเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดอบรม ประชุม และสัมมนา ที่แปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 รองลงมา คือ 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 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา 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 และแตกต่างของรูปแบบบริการที่นำเสนอ	3.81	0.65	4	มาก
เฉลี่ยรวม	4.20	0.51		มาก

จากตาราง 9 พบว่า รูปแบบของตัวอย่างที่ได้ทำการสำรวจมาให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่พิจารณาสำหรับสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา เขต 1 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

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

ตารางที่ ก-11 จำนวนค่าใช้จ่ายต่อคน รวมค่าที่พัก อาหารว่าง อาหารเช้า อาหารกลางวันและอาหารเย็น สำหรับการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา 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 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา 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

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา เขต 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีระดับของสถาบันทางการศึกษาเป็นประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 60.00 มีจำนวนบุคลากรในสถาบันไม่เกิน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 จำนวนนักเรียนหรือ บุคลากรที่ดูแลในหน่วยงาน มากกว่า 600 คนคิดเป็นร้อยละ 26.70
2. ข้อมูลการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพะเยา เขต 1 พบว่าส่วนใหญ่จำนวนครั้งในการจัดประชุมนำเที่ยวอบรมและดูงานอยู่ที่ 1-3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 75.60 มีการประชุมนำเที่ยวอบรมและดูงานส่วนมากที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 36.54 จำนวนผู้เข้าร่วมในการจัดประชุมนำเที่ยว

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

3. ความต้องการในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 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 โดยด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีตลอดการเดินทางมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ที่ 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 สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาของกลุ่มบุคลากรทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 1 เมื่อพิจารณาจากปัจจัยด้านคุณภาพและบริการพบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีตลอดการเดินทาง ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือที่พัก มีระดับมาตรฐาน เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทางด้านราคาพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือราคาสมเหตุสมผลกับบริการ รองลงมาคือ ราคาสามารถปรับลดได้ตามความเหมาะสม ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ โครงการ “ลดกระหน่ำวันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา” เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือสามารถติดต่อบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่น ได้โดยตรง รองลงมาคือสามารถติดต่อเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวได้ง่าย หลายช่องทาง ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือสามารถซื้อ โปรแกรมทัวร์จากงานนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และความปลอดภัยพบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ คนขับรถ ที่มีความชำนาญทาง มีความระมัดระวังเป็นพื้นฐาน และไม่ใจร้อน รองลงมาคือบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจนำเที่ยว และมีประสบการณ์ส่วนค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือ บริษัทมีประสบการณ์ส่งผลต่อความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เมื่อพิจารณาจากปัจจัยทางด้านความหลากหลาย และแตกต่างของรูปแบบบริการที่น่าเสนอ พบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการร่วมกับหน่วยงานเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดอบรม ประชุม และสัมมนา ที่แปลกใหม่ รองลงมาคือนำเสนอกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคม เช่น การออกค่ายชุมชน อาสาส่วนค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือนำเสนอกิจกรรมเพื่อศาสนา และประวัติศาสตร์ ตามรอยอดีต

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

แบบสอบถาม

การศึกษาปัจจัยและความต้องการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว รูปแบบการนำเที่ยวสำหรับคนไทยภายในประเทศ ของกลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

คำแนะนำ แบบสอบถามชุดนี้เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยและความต้องการใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยว รูปแบบการนำเที่ยวสำหรับคนไทยภายในประเทศ ของกลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านตอบคำถามที่ท่านเห็นว่าตรงกับท่านมากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต 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. จำนวนบุคลากรในสถาบัน

- | | |
|---|---|
| <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 การใช้บริการประเภทธุรกิจนำเที่ยวรูปแบบการนำเที่ยวของกลุ่มของกลุ่มบุคลากรใน
โรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

1. ที่ผ่านมามีท่านจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ศึกษาน 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 ศึกษาน 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 ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้นกี่คน

<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 ศึกษานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง

<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 ดูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวหรือไม่

1) เคย

2) ไม่เคย

2. องค์กรของท่านมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกี่ครั้ง ต่อปี (ประมาณการ)

1) 1-3 ครั้ง

2) 4-6 ครั้ง

3) 7-9 ครั้ง

4) 10 ครั้งขึ้นไป

3. องค์กรของท่านมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องครั้งละประมาณกี่วัน (ต่อเนื่องกัน)

1) 1-3 วัน

2) 4-6 วัน

3) มากกว่า 6 วัน

4. องค์กรของท่านมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงาน หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในช่วงวันใด

1) วันหยุดนักขัตฤกษ์

2) วันจันทร์-ศุกร์

3) วันหยุดเสาร์-อาทิตย์

5. องค์กรของท่านมีการวางแผนในการการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม ดูงานหรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในภูมิภาคและจังหวัดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1) ภาคเหนือ (จังหวัด.....)

2) ภาคกลาง (จังหวัด.....)

3) ภาคตะวันออก (จังหวัด.....)

4) ภาคอีสาน (จังหวัด.....)

5) ภาคใต้ (จังหวัด.....)

6) กรุงเทพมหานคร

7) ยังไม่เจาะจง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยปัจจัยในการเลือกห้องพักและสถานที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของ สถานที่ในการจัดประชุม จัดนำเที่ยว อบรม หรือสัมมนาแก่บุคลากรหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง คำชี้แจง โปรดเติมข้อความหรือทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างของระดับความต้องการ

ปัจจัยที่พิจารณาสำหรับเลือกใช้บริการ ประเภทธุรกิจนำเที่ยว	ระดับความต้องการ					สำหรับเจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ปัจจัยด้านคุณภาพและบริการ						
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. ปัจจัยทางด้านราคา						
2.1 ราคาสมเหตุสมผลกับบริการ						4.6()
2.2 ราคาสามารถปรับลดได้ตามความเหมาะสม						4.7()
2.3 มีโปรโมชั่นราคาพิเศษ						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 และ ใบ 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 ดูงาน หรือสัมมนาไว้อย่างไร

- | | | | |
|--------------------------|--------------------|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1) ไม่ได้กำหนดไว้ | <input type="checkbox"/> | 2) น้อยกว่า 500 บาท |
| <input type="checkbox"/> | 3) 501-1,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 4) 1,001-3,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> | 5) 3,001-5,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 6) มากกว่า 5,000 บาท |

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพื่อการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ประชุม อบรม คูงาน และสัมมนา ที่เหมาะสม
สำหรับของกลุ่มบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัด
ระยอง และเพื่อกลุ่มของบุคลากรในโรงงานอุตสาหกรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**** ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างสูง****

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ค

รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรมนิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

ตารางแสดงโรงงานอุตสาหกรรม ที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

ลำดับที่	รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรม	ประเภทธุรกิจ
1	บริษัท จีเคเอ็น ไครฟไลน์ เจเทค โตะ แมนู แฟคเจอร์ริง จำกัด	ชิ้นส่วนยานยนต์และชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์
2	บริษัท ทาเคิล ซีทติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตเบาะรถยนต์
3	บริษัท พีวเจอร์ริส ออโตโมทีฟ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับเบาะรถยนต์
4	บริษัท เกทส์ ยูนิทอะ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตสายพานสำหรับยานยนต์
5	บริษัท เกอริบเบ-เซฟเฟอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตเกียร์ เฟือง ชุดเกียร์
6	บริษัท เค. ดับบลิว. เมททัล เวิร์ค จำกัด	ผลิตเครื่องจักร อุปกรณ์สำหรับการเกษตร
7	บริษัท เคดีเอซี (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตชุดระบบปรับอากาศในรถยนต์
8	บริษัท เคลล็อก (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตอาหารสำเร็จรูป
9	บริษัท เควส อินดัสทรี จำกัด	เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติกทุกชนิด
10	บริษัท คล็อกเนอร์ เพนทาพลาสติก (ไทยแลนด์) จำกัด	แผ่นฟิล์มพลาสติกแข็ง
11	บริษัท คาทูน นาที (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับรถยนต์
12	บริษัท คานามิสึ พูลเลย์ จำกัด	รอกเหล็กและฝาคูที่ทำจากโลหะ
13	บริษัท แคททาเลอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับรถจักรยานยนต์
14	บริษัท โคบาเทค (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์ เครื่องยนต์

ลำดับที่	รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรม	ประเภทธุรกิจ
15	บริษัท โคบายาชิ ไฮพรีซิชั่น (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตแปรรูปและประกอบผลิตภัณฑ์โลหะ
16	บริษัท โคมัตซุ เซอิกิ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องยนต์
17	บริษัท เจเทค โตะ ออโตโมทีฟ (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตและประกอบระบบบังคับล้ออัตโนมัติ
18	บริษัท เจเนอร์ล ซีทิง (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตเบาะรถยนต์
19	บริษัท เจ-ซี ซาล่า ไทย จำกัด	ผลิต Medical Cuffs และ Hand Towels
20	บริษัท เจนเนอร์ล มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด	ประกอบรถยนต์ที่นั่ง
21	บริษัท เจลดี เบลดี แคนดี้ คอมปานี (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตขนมหวาน Jelly Bean
22	บริษัท จีอี พลาสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด	COMPOUNDED PLASTICS
23	บริษัท จีอี เอลาโน เอเชีย จำกัด	ชิ้นส่วนเครื่องบิน
24	บริษัท เซฟโรเลต เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด	ประกอบและติดตั้งเครื่องปรับอากาศในรถยนต์
25	บริษัท เซกิชูเอ เอส-เล็ค (ประเทศไทย) จำกัด	แผ่นฟิล์มนิรภัย
26	บริษัท เซนต์โกเบน ซีคิวริตี (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องยนต์
27	บริษัท เซฟ เอฟเฟลท์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตและประกอบเบรครถยนต์
28	บริษัท เซอิมิทซู ไทย จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องยนต์

ลำดับที่	รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรม	ประเภทธุรกิจ
29	บริษัท ชัน โค โทเซ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์
30	บริษัท ชัมมิต แลคมบัง โอโต บอดี เวิร์ค จำกัด	ชิ้นส่วน อุปกรณ์ และส่วนประกอบรถยนต์
31	บริษัท ซากูระ เทล (ประเทศไทย) จำกัด	เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานยนต์
32	บริษัท แซ็กเซล คลัทช์ (ประเทศไทย) จำกัด	คลัทช์สำหรับคอมเพรสเซอร์ เครื่องปรับอากาศรถยนต์
33	บริษัท ไชเดน (ประเทศไทย) จำกัด	Acrylic emulsion polymer
34	บริษัท เดลฟาย ออโตโมทีฟ ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับรถยนต์
35	บริษัท เค-สเต-โค แมนูแฟกเจอร์ส จำกัด	ผลิตวาล์ว ท่อ โลหะ และการขึ้นรูปหรือพิมพ์โลหะต่าง ๆ
36	บริษัท โตโกะ เซอิซากุเซียว (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตภัณฑ์โลหะสำหรับชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์
37	บริษัท โตโก อีสเทิร์น รีบเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตและประกอบชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์ที่เกี่ยวข้องยาง
38	บริษัท โตโยตะ แมชชีน เวิร์คส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์
39	บริษัท ทีอาร์ดับบลิว สเตียร์ริง แอนด์ ซัชเพนชั่น จำกัด	ชิ้นส่วนรถยนต์
40	บริษัท ทีเอสทีที จำกัด	ชุบเคลือบผิวด้วยโลหะ
41	บริษัท เทคนิก เอเชีย แปซิฟิก เอ็นจิเนียริง จำกัด	ชุบเคลือบผิวโลหะชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์
42	บริษัท เทซ อินดัสทรี จำกัด	ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกทุกชนิด

ลำดับที่	รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรม	ประเภทธุรกิจ
43	บริษัท ไทย คากิโนมา จำกัด	ชิ้นส่วนท่อทองแดงสำหรับแอร์คอนดิชัน
44	บริษัท ไทย โคเบลโก้ คอนสตรัคชั่น แมชชีนเนอร์รี่ จำกัด	ผลิตรถขุดดินตะขาบ และแขนขงรถขุด
45	บริษัท นาคากาวา ชงเกียว (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนป้องกันความร้อนและป้องกัน เสียง
46	บริษัท นาลโก อินคัสเทรียล เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด	เคมีภัณฑ์ใช้สำหรับปรับปรุงคุณภาพน้ำ
47	บริษัท นิชิน โปะ สมบูรณ์ ออโตโมทีฟ จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์
48	บริษัท นิปปอนเพนต์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลผลิตอุตสาหกรรมและสีทาบ้าน
49	บริษัท นิสสัน สปริง (ประเทศไทย) จำกัด	PRECISION SPRING
50	บริษัท บริดจสโตน เมทัลไฟ (ประเทศไทย) จำกัด	เส้นลวดโลหะเคลือบผิว
51	บริษัท เนเซอร์ลิตี้ ก๊าซ ไฮลิเนเตอร์ (ประเทศ ไทย) จำกัด	ผลิตถังบรรจุก๊าซธรรมชาติ
52	บริษัท เบ็นไมเยอร์ เคมีคอล (ที) จำกัด	ผลิตเคมีภัณฑ์การเกาะติดที่ใช้กับยาง
53	บริษัท เมททรอด อินคัสเทรียล จำกัด	ผลิตลวดทองแดง และสายแผ่นทองแดง
54	บริษัท เมททริกซ์ พลาสติก (ประเทศ ไทย) จำกัด	ผลิตภัณฑ์พลาสติก
55	บริษัท เมืองใหม่โครเมียม อิเล็กโตรเพลท ติ้ง จำกัด	ชุบโลหะ
56	บริษัท เวินท์ กรายนี่คิง เทคโนโลยีส์ จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับ GRINDING

ลำดับที่	รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรม	ประเภทธุรกิจ
57	บริษัท เวลด์ ทรีด จำกัด	ผลิตเส้นด้าย
58	บริษัท พลาเซส (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์และอะไหล่ของรถยนต์
59	บริษัท พลาสติเมอร์ พรีซิชัน จำกัด	ชิ้นส่วนพลาสติก สำหรับผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์
60	บริษัท พีบีอาร์ ออโตโมทีฟ (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับรถยนต์
61	บริษัท พีอีซี แมนูแฟคเจอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด	แม่พิมพ์ ชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์
62	บริษัท ไพโอแลค (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนพลาสติก ในอุตสาหกรรมยานยนต์
63	บริษัท ยูวอน อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด	ผลิตและประกอบชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องปรับอากาศ
64	บริษัท โยชิโมดะ เฟล็กโซ พรีนติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตและจำหน่ายฟิล์มพลาสติกพิมพ์ลาย
65	บริษัท โยโรซี (ไทยแลนด์) จำกัด	ชิ้นส่วนและอุปกรณ์สำหรับรถยนต์
66	บริษัท เอ แอนด์ จี เทคโนโลยี จำกัด	ผลิตประตุน้ำต่างที่ทำจากอลูมิเนียม
67	บริษัท เอเวอร์ เดนนิสสัน (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตวัสดุและฉลากที่ใช้แผ่นกาวเคลือบ
68	บริษัท เอ็นเค-แอ็กซิส (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตวัสดุกันกระแทก
69	บริษัท เอ็นเค-แอ็กซิส แพคเกจจิ้ง จำกัด	บรรจุภัณฑ์และวัสดุที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด
70	บริษัท เอนจินเทค (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับรถยนต์
ลำดับที่	รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรม	ประเภทธุรกิจ

ลำดับที่	รายชื่อโรงงานอุตสาหกรรม	ประเภทธุรกิจ
71	บริษัท เอ็นที เซอิมิทซุ (ประเทศไทย) จำกัด	ชิ้นส่วนอุปกรณ์รถยนต์
72	บริษัท เอ็นทีเอ็น แมนูแฟคเจอร์ริง (ไทยแลนด์) จำกัด	ผลิตโลหะสำหรับชิ้นส่วนอุปกรณ์ยานยนต์
73	บริษัท เอ็นอาร์บี แบริงส์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตและประกอบชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับรถยนต์
74	บริษัท เอฟที แอ็ควานซ์ โพลีเมอร์เทค จำกัด	ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก
75	บริษัท เอฟเทค (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตPVC SEALANT
76	บริษัท เอฟเอ็มพี กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด	ผ้าเบรค และอุปกรณ์เบรคสำหรับรถยนต์
77	บริษัท เอ็มเอเอ็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตเครื่องมือยิงตะปู
78	บริษัท เอ็มเอสเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด	ผลิตส่วนประกอบย่อยของอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
79	บริษัท เอ็มแอนด์ที อัลโลด์ เทค โน โลยีส จำกัด	ผลิตและประกอบชิ้นส่วนอุปกรณ์ยานยนต์
80	บริษัท ออโต้อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	ประกอบรถยนต์ชนิดต่าง

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ง

รายชื่อผู้ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ ค-1 รายชื่อผู้ประกอบการใบอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว

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 รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (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 รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (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 รายชื่อผู้ประกอบการใบอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว (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 รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (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 1 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 รายชื่อผู้ประกอบการใบอนุญาตธุรกิจนำเที่ยว (ต่อ)

หมายเลขใบอนุญาต	รายชื่อตัวแทนนำเที่ยว	เขต	จังหวัด
13-00109	AINGDOI 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 ค-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 ก-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

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก จ

ประเภทของใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

ประเภทใบอนุญาตธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทย

ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่

จุดสังเกต : เลขทะเบียนของธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ จะขึ้นต้นด้วย 13/#####

หลักประกัน : ต้องวางหลักประกันจำนวน 10,000 บาท กับ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว
และมัลติเพล็กซ์

พื้นที่ให้บริการ : สามารถประกอบธุรกิจท่องเที่ยวได้ เฉพาะในจังหวัดที่จดทะเบียนและ
จังหวัดข้างเคียง ซึ่งอยู่ในพื้นที่เดียวกันเท่านั้น

ผู้ใช้บริการ : จำกัดให้บริการได้ เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น

ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic)

จุดสังเกต : เลขทะเบียนของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ จะขึ้นต้นด้วย 12/#####

หลักประกัน : ต้องวางหลักประกันจำนวน 50,000 บาท กับ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว
และมัลติเพล็กซ์

พื้นที่ให้บริการ : สามารถประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศได้ทุกจังหวัด โดยจำกัดไม่ให้
นำเที่ยวไปยังต่างประเทศ

ผู้ใช้บริการ : จำกัดให้บริการได้ เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น

ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Inbound)

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

หลักประกัน : ต้องวางหลักประกันจำนวน 100,000 บาท กับ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว
และมัลติเพล็กซ์

พื้นที่ให้บริการ : สามารถประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศได้ทุกจังหวัด โดยจำกัดไม่ให้
นำเที่ยวไปยังต่างประเทศ

ผู้ใช้บริการ : จำกัดให้บริการได้ เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่านั้น

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

293885

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายทนต์ชัย อริยมงคล
วัน เดือน ปี เกิด	12 มีนาคม 2528
สถานที่เกิด	จังหวัดระยอง
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	176 ม.4 ตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง 210000
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2551 - 2553	วิศวกร (PM&IE Engineer) บริษัทแอลจี อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดระยอง
พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการบริษัทเอ็มพลัส เซอร์วิส จำกัด จังหวัดฉะเชิงเทรา
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี
พ.ศ. 2553	การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) มหาวิทยาลัยบูรพา